

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

**A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF  
TOURISM MANAGEMENT DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT  
NAN HUA UNIVERSITY**

社區再造之旅遊意象—以板頭社區為例

**TOURISM IMAGE OF COMMUNITY REENGINEERING  
- THE CASE STUDY OF BAN TOU COMMUNITY**

研究生：謝惠瑛

**GRADUATE STUDENT : HUI-HSUAN HSIEH**

指導教授：丁誌紋 博士

**ADVISOR : CHIH-WEN TING PH.D.**

中 華 民 國 一 〇 二 年 五 月

南華大學旅遊管理研究所一〇一學年度第二學期碩士論文摘要

**論文題目：**社區再造之旅遊意象—以板頭社區為例

**研究生：**謝惠瑀

**指導教授：**丁誌紋 博士

**論文摘要內容：**

本研究透過「網路」蒐集旅遊部落格文章、官方網站及電子報章雜誌等文本，利用語義網絡分析法、內容分析法來分析遊客對板頭社區的旅遊意象及體驗價值，透過 Nvivo 質性軟體來編碼、建立關鍵字與統計出現次數，進一步以量化方法來探究關鍵字間之相關性、利用因素分析來萃取因素，並以此來探究遊客社經背景(性別、文章出處、居住地、學歷、職業及星座)所反映出的意象是否有所不同。

研究結果顯示：遊客對板頭社區的公共藝術充滿創意、板陶窯園區適合親子共遊、板頭阿兄充滿復古味、生活化可愛的彩陶人物有不錯的評價；但在攤販的管理、交通的便利性仍有待提昇。男性著重在設施及景點之描述，且認為新港是富創意、趣味、成功，值得推薦的；女性則著重在體驗之陳述，如可愛的、熱，對小吃的描述也較多。而遊客會在部落格中陳述自己的旅遊經驗與體驗價值，成為他人旅遊的重要參考依據，因此可透過部落格的內容，分析審視旅遊目的地發展觀光上的優劣勢，成為政府單位或是經營者善加利用的目的地行銷檢視與管理的利器。北部之遊客對描述目的地的文章多著墨在景觀設施之表現；而中部之遊客對描述目的地的文章多著墨在鐵道商圈、社區藝術的表現上。火象及水象星座的人不僅熱愛美食，也樂於分享品嚐後的感想。

本文主要貢獻在於質性研究深入探索遊客的旅遊意象與體驗價值，並佐以量化分析，探討這些意象的關聯性，有別於傳統質性探索後所發展設定的主觀關連。

**關鍵字：**永續社區、旅遊意象、體驗價值

**Title of Thesis** : Tourism Image of Community Reengineering - The Case Study of  
Ban Tao community

**Name of Institute** : Department of Tourism Management, Nan Hua University

**Graduate Date** : May 2013

**Degree Conferred** : M.B.A

**Name of Student** : Hui-Hsuan Hsieh

**Advisor** : Chih-Wen Ting Ph.D.

### **Abstract**

This study included various Internet media such as blogs, official websites, and magazines, and adopted semantic network analysis and content analysis to analyze tourists' tourism image and experiential value towards Bantao community. NVivo was applied to form a list of key words and their frequency, we then utilized SPSS Statistics to determine the correlation between keywords. Furthermore, factor analysis was employed to pick out potential factors, and so as to use the factors to investigate the variances of tourism image among social economical background of various tourists.

The research revealed that Bantao community's public art is regarded as creative, kiln museum is considered as enjoyable for both parents and children. Painted terracotta statues are also regarded as adorable. However, stalls/booths were not placed in an organized manner, and traffic was not ideal. Overall, male tourists focused on describing facts about facilities and sites. They believed that Singang successfully blends many creative and intriguing elements, and is worth a visit. Female tourists focused on describing overall experience such as a particular art piece left a memorable impression. They would also tend to elaborate on delicacies. As tourists narrated their experiences and experiential value, this offered potential visitors a valuable source of information. Thus, the strength and weakness in local tourist attraction can be analyzed through the information collected from the blogs, and this could potentially be a powerful tool for local government or small

business owners as they devise their marketing strategies. Northern tourists tended to focus more on the facilities, whereas central tourists elaborated more on railway area and public art. Tourists with fire and water signs prefer enjoying delicacies and were willing to share their dining experience.

This study contributes to adopting qualitative analysis to discover tourists' tourism image and experiential value, as well as utilize quantitative analysis to determine the correlation between factors among tourism image.

**Key Words:** sustainable community, tourism image, experiential value

# 目 錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
目 錄.....	iv
表目錄.....	vii
圖目錄.....	ix
第一章 緒 論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究動機.....	3
1.2 研究目的 .....	4
1.3 研究流程.....	5
第二章 文獻探討 .....	7
2.1 永續社區 .....	7
2.1.1 社區的定義 .....	7
2.1.2 永續社區的定義 .....	8
2.2 社區美學 .....	10
2.2.1 社區美學的定義 .....	10
2.3 旅遊意象 .....	12
2.3.1 旅遊意象的定義 .....	12
2.3.2 旅遊意象之相關研究 .....	14
2.4 體驗價值.....	17
2.4.1 體驗價值之定義 .....	17
2.4.2 體驗價值之相關研究 .....	18

2.5 新港板頭社區之相關研究 .....	21
第三章 研究方法 .....	25
3.1 研究架構.....	25
3.2 研究對象.....	27
3.2.1 研究對象及範圍 .....	27
3.2.2 資料蒐集 .....	27
3.3 研究工具.....	28
3.3.1 網路民族誌之定義 .....	28
3.3.2 語義網絡分析 .....	30
3.3.3 內容分析法 .....	30
3.3.4 內容分析之信度與相互同意度.....	33
第四章 實證結果分析 .....	35
4.1 樣本結構分析.....	35
4.1.1 來源一:報章雜誌 .....	35
4.1.2 來源二:官方網站 .....	36
4.1.3 來源三:部落格網站 .....	37
4.1.4 來源四:照片 .....	38
4.1.5 基本資料分析 .....	39
4.2 語義網絡分析.....	41
4.3 內容分析.....	42
4.4 頻率分析.....	52
4.5 因素分析.....	60
4.6 變項對板頭社區旅遊意象與體驗價值之差異.....	62
4.6.1 性別 .....	62

4.6.2 學歷 .....	67
4.6.3 文章出處 .....	68
4.6.4 居住地 .....	76
4.6.5 職業 .....	80
4.6.6 星座 .....	83
第五章 結論與建議 .....	87
5.1 結論.....	87
5.1.1 遊客對板頭社區旅遊意象與體驗價值.....	87
5.1.2 「性別、文章出處、居住地、學歷、職業及星座」對板頭 社區旅遊意象與體驗價值是否有差異.....	89
5.2 研究限制.....	91
5.3 建議.....	91
5.3.1 新港板頭社區永續經營.....	91
5.3.2 後續研究.....	93
參考文獻.....	94
中文部分.....	94
英文部分.....	99
附錄一：文本一覽表.....	105
附錄二：照片一覽表.....	119

## 表目錄

表2.1 旅遊意象之相關研究.....	16
表2.2 體驗價值之相關研究.....	20
表2.3 新港板頭社區之相關研究.....	22
表 3.1 編碼內容設計表.....	32
表 3.2 編碼員的相互同意度.....	34
表 4.1 研究樣本來源項目及數量.....	35
表 4.2 報章雜誌來源網站及網址一覽表.....	36
表 4.3 官方來源網站及網址一覽表.....	37
表 4.4 部落格來源平台及網址一覽表.....	38
表 4.5 樣本星座分類一覽表.....	39
表 4.6 樣本居住地分類一覽表.....	40
表 4.7 樣本職業分類一覽表.....	40
表 4.8 關鍵字及出現次數一覽表.....	53
表 4.9 照片出現次數統計表.....	55
表 4.10 關鍵字間相關係數分析表.....	57
表 4.11 因素分析表.....	61
表 4.12 性別在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數.....	63
表 4.13 性別在旅遊意象及體驗價值之獨立樣本檢定分析摘要表.....	64
表4.14 性別在旅遊意象及體驗價值各因素之平均數及獨立樣本檢定 分析摘要表.....	65
表4.15 學歷在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數.....	67

表4.16	學歷在旅遊意象及體驗價值之獨立樣本檢定分析摘要表.....	68
表4.17	文章出處在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數.....	69
表4.18	文章出處在旅遊意象及體驗價值之變異數分析摘要表.....	70
表4.19	文章不同出處在旅遊意象及體驗價值各因素之平均數及變異 數分析摘要.....	72
表4.20	居住地在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數.....	76
表4.21	居住地在旅遊意象及體驗價值之變異數分析摘要表.....	77
表4.22	旅客居住地在旅遊意象及體驗價值各因素之平均數及變異 數分析摘要.....	78
表4.23	職業在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數.....	80
表4.24	職業在旅遊意象及體驗價值之變異數分析摘要表.....	82
表4.25	星座在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數.....	84
表4.26	星座在旅遊意象及體驗價值之變異數分析摘要表.....	85

## 圖目錄

圖1.1 研究流程.....	6
圖3.1 研究架構.....	26
圖4.1 部落格架構圖.....	41

# 第一章 緒論

本研究透過「網路」分析遊客的旅遊部落格文章、官方網站及電子報章雜誌相關內容，探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值。本章敘述此研究的背景及研究動機，進而陳述本研究的研究目的及研究流程。

## 1.1 研究背景與動機

### 1.1.1 研究背景

每個人心裡都有一個家鄉味，吃到那股味道，就好像回到記憶裡一塊安心的地方(邵智源，2012)。每個人心裡也都有一處小角落，一個讓自己心情穩定的力量。故鄉、家鄉這元素在這部分佔了不小的地位。

我們從小便透過生活來豐富自己的人生，也正因為如此，居住的社區活絡都一直是我們關注的焦點。社區再造及社區永續發展，如何營造出令人感動的居住環境都是一個永不褪色的話題。然而，如何讓傳統社會注入一股新流，不因時代的蛻變而沒落呢?如何讓一個社區注入新生命，如同活泉擁有源源不絕的資源，是一個值得探討的議題。每個人都擁有著專屬於自己的幸福，每個社區也都擁有著專屬於自己的感動故事。1994年文建會推動的「社區總體營造」計劃中就提及不同社區應該各自開展屬於自己的生活文化運動。

一個『活』的社區才能讓人感動、受人注目，進而靜下心來感受著它的心跳。在台灣 319 個鄉鎮中，擁有許多成功的案例，也勾勒著一幕幕精彩的故事。行政院文建會推動「社區總體營造」的目標就是希望社區居民積極參與地方事務，形成「共識」、付諸「行動」與「實踐」，並保留社區獨有的特色與培養「社區自主」的能力。

社區就是透過人、事、物、地各種不同元素所呈現出來的生活故事。其文化政策與產業發展唯有透過地方特有的景觀、文化及創新、創意結合當地獨特的文化特質或人文氣息，將傳統的產業注入一股新的氣息並創造出新的風貌，甚至會締造出不同經濟產值之效益。這種強調產業與人們生活相關的文化與在地性格，藉此發展成為受到當地認同及觀光客喜愛的地方正是文化產業的基本核心目標（黃世輝，2002）。社區再造的推動讓傳統的產業與社區都注入了新的元素，讓居民更重視當地產業及社區未來的發展，不僅改變了社區，同時帶動了外地遊客的進入與促進當地經濟的成長，甚而讓整個社區活絡起來，並且能綿綿不絕的永續經營。近來快速崛起的嘉義縣新港鄉板頭社區，在地、活力、親民、多元—充份結合藝術與生活，就是一個很成功的例子。

以嘉義縣新港鄉而言，其傳統產業有二：檀香與交趾陶。由於新港奉天宮香火鼎盛，其寺廟多以交趾陶作為其裝置藝術，外國人甚至將它稱為「台灣民間廟頂上的藝術品」。地理環境又離北港朝天宮不遠，集合兩宗教聖地的香客與寺廟，也讓檀香這項傳統事業依舊亮眼。但近年來由於大量進口大陸原料，使得檀香產業漸漸沒落，甚至面臨到倒閉的危機。幸好，政府推動的產業扶持及補助計畫讓台灣的傳統產業得以轉型，傳統的檀香產業透過「新港香藝文化園區」創辦人陳文忠先生的帶領下，研發出許多檀香產品與創意產品，其中馨香燈更榮獲『2007 台灣 OTOP 設計大賞』。更以『在地性』、『產業性』、『文化性』、『知識性』及『教育性』的五大目標作為創新的精神締造出雙贏的局面。

與寺廟息息相關的另一傳統產業—交趾陶，由寺廟傳統產業到推廣社區公共美學藝術，讓社區處處有驚喜，更是嘉義縣新港鄉的另一項鉅作。

傳統交趾陶製作的題材，取自民間戲曲故事，施作於寺廟，深具教育意義。而社區居民將原本只侷限於寺廟才能看到的藝術美學，廣泛且有創意的呈現在社區，使其裝飾藝術不再只有香客才能看到，也讓踏訪社區的居民或遊客欣賞到交趾陶作品。其題材不單只是寺廟上那些五彩繽紛的人偶和一些吉祥動物而已，更巧妙地描繪出日常農村的生活型態，並運用不同的素材以馬賽克的方式呈現，讓交趾陶的展現更趨多元化。只要停下腳步，你會發現處處都是藝術，仔細看看四週，也許會有不同的驚喜出現。

「生活即是藝術」，秉持著這樣的理念，讓原本只侷限在寺廟的剪黏文化，散布在新港板頭社區的每一個角落。隨手拈來都是美，讓街區與社區擁有活力，成為民眾接近藝術、感染藝術的最好平台，也重新聚集了人潮和商機，相信這是板頭社區當地居民所始料未及的。

### 1.1.2 研究動機

研究板頭社區的文章不勝枚舉，但大多著墨於非營利事業的永續經營策略，探討遊客目的地意象、滿意度與忠誠度等採用結構式一般問卷經由量化分析結果並加以解釋。鮮少有研究以網路平台做為樣本，透過無結構式的分析網路資料來探討觀光旅遊目的地的旅遊意象。

「部落格」是近年來民眾記錄與分享個人生活的熱門平台，已逐漸成為一個具影響力的媒介與一股新的行銷力量(Lee, Im, & Taylor, 2008; Lin & Huang, 2006; Litvin, Goldsmith, & Pan, 2008; Thevenot, 2007)。隨著網路平台的普及，人們可以傳輸更多資訊，且部落客也可以在該空間中書寫自己的生活紀錄、對事物的個人看法。故部落格與手寫的日誌/日記是極度相似，兩者均為內心想法與情感的抒發工具(Miller & Shepherd,

2004)。最近這幾年，更因為智慧型手機取代了傳統一般的手機，且更具有無線上網、隨時隨地瀏覽網頁與免費上傳照片的功能，讓網路科技更為便利，無時可掌握旅遊資訊與分享、書寫紀錄生活點滴。當許多人皆使用部落格來書寫自己生活時，部落格就成為一股強大的業餘者力量，而這主流足以影響民眾的消費意願和選擇（尤傳莉譯，2008）。

藉由網路資訊的傳達，提供不同的新方法，讓人們可以直接從其他消費者中得到旅遊地產品與服務的資訊，網路就等同於一種新的口碑溝通平台(Pan, MacLaurin & Crotts, 2007)，也成為電子口碑(electronic word-of-mouth, eWOM)的來源與傳播管道(Hennig-Thurau, Gwinner, Walsh & Gremler, 2004)，故網路平台的重要性不容於忽視。

本研究想透過「網路」來探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值，了解觀光客的遊歷感受與體驗，以嘉義縣新港板頭社區為例，探究何以能將社區內之傳統沒落產業與社區居民結合，使社區再生，創造奇蹟。而這種無結構性的探索式研究與量化問卷有著很大的不同，除了部格外，也加入了官方網站與電子報章雜誌，讓研究對象更具代表性與完整性，使研究架構更趨嚴謹及客觀性。

## 1.2 研究目的

本研究透過「網路」分析遊客的旅遊部落格文章、官方網站、電子報章雜誌與照片等相關內容，探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值。故本研究之研究目的為：

1. 探究遊客對新港板頭社區旅遊意象與體驗價值為何？
2. 探究遊客性別、文章出處、居住地、學歷、職業及星座對新港板頭社區旅遊意象與體驗價值是否有差異。

### 1.3 研究流程

在社區相關研究中，大都著重在遊客對社區的感受與氛圍。本研究有別於一般的研究模式，透過大量閱讀部落格文章，以內容分析法與語義網絡分析法來探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值，透過質性軟體 Nvivo，建立編碼(Coding)、設立關鍵字(Node)；並利用 SPSS 來分析遊客對旅遊意象與體驗價值之差異性。研究流程如圖 1.1。

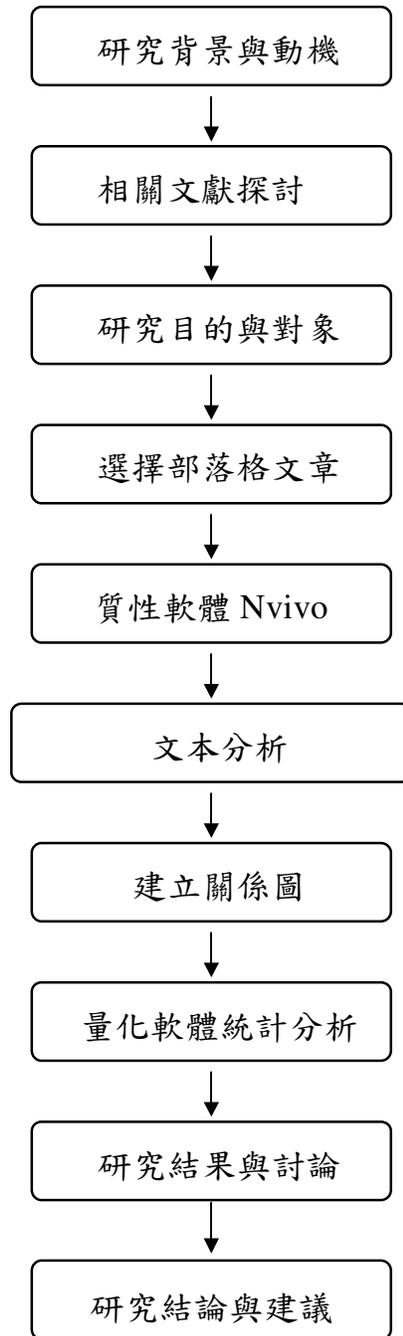


圖 1.1 研究流程

資料來源：本研究整理

## 第二章 文獻探討

本章主要針對永續社區、社區美學、旅遊意象、體驗價值等相關研究文獻進行回顧與探討，闡述本研究的理論觀點與研究重點，進而發展並建立觀念架構。

### 2.1 永續社區

#### 2.1.1 社區的定義

「社區」基本是譯自英文的「Community」，而日本將它翻譯成「生命共同體」，並不侷限在具體的空間或建築上，泛指具有共同體意識的團體組織(陳其南，1995)。社區是居住在某一地理區域，具有共同利益關係、服務體系、發展能力的一群人(徐震，1985)。社區代表一種現代人集體生活的方式，具有共同「生活型態」和「生活價值觀」的居民，所形成的社會空間。人因共同利益而結合，為共同目標而努力，這一股連結的力量使人的社會不斷發展、轉變，這樣一個共同生活圈的人群所建立起的關係，也就是大家所謂的「社區」(陳秋山，1996)。「社區」並非只是受外在地理環境的限制，更包含由一群人，一個有特定目標的團體所結合而成。宮崎清(1995)認為社區：「社區指的是家庭、地方、部落、村、町、市、縣、國家等，人類為了生存營造出來的生活空間」。每個社區為了永續生存，在突破傳統的文化中，試圖建立新的氛圍，以塑造出創新的生活環境，社區營造就是一種方式。社區總體營造是一種全面性、整體性的社區規劃與社區經營的過程，以社區共同體及社區意識為前提，透過社區民眾參與，凝聚社區共識，經由社區自主能力，使得生活空間美化，生活品質提昇，也使文化產業、經濟再行復甦，並讓原有的地景、地貌煥然一新，進而促使社區活力再現(文建會，1994)。

2004年中華民國社區營造學會理事長陳錦煌就指出：社區營造的過程首先就是造人的過程，讓民眾的學習活動與社區事務結合，並在尋求解決社區問題的同時，建立社區永續發展的機制，最後透過社區居民對公共事務的學習及參與，促使公民社會形成。推動社區營造較佳的方式，應是協助居民主動反應其需求，透過親身參與，建構具有社區意識及動員能力的社區共同體。將權力與能力逐漸交付給社區居民的社區培力 (Community Empowerment) 理念提供了一個有用的理論架構 (Hester, 1990; Gajanayake S & Gajanayake J, 1993 ; Roseland, 2000 ; Sanoff, 2000 ; Watt et al., 2000)。

社區是居住在某一區域，具有共同「生活型態」和「生活價值觀」，因共同利益而結合，為共同目標而努力之共同生活圈的人群所建立起的關係。透過社區再造，社區居民力求社區能夠永續，生生不息。

### 2.1.2 永續社區的定義

社區透過總體營造，欲使其社區邁向永續發展，形成一永續社區是大家努力的最終目標。永續發展理念已被普遍使用來描述「人與環境之間及人與人之間一種長期和諧共生的理想狀態」。「永續發展」出現於1987年的聯合國世界環境與發展委員會報告(the Report of the World Commission on Environment and Development, WCED)中，該委員會主席 Gro Harlem Brundtland 發表「布朗特蘭報告」(The Brundtland Report)，命名為「我們共同的未來」(Our Common Future)，將「永續」(Sustainability) 界定為「在不危及未來世代滿足其自身需求的能力下，能夠滿足目前需求的發展」(WCED, 1987)。「永續發展」(Sustainable Development)是一種不斷演進的旅程，若將它與「社區發展」結合，即形成「永續社區發展」(Sustainable Community Development) (Hamstead & Quinn, 2005)，這

個旅程的目的地即是「永續社區」(sustainable community) (Peat, 2007)。欲建立一個「永續社區」，必須藉助於「永續發展」與「社區發展」結合而成的「永續社區發展」。

永續社區係指向地球取用最自然資源、產生最少廢棄物，並能充分利用環境資源、民眾參與及社區治理，讓居民與未來子孫以及地球環境皆能維持可持續發展的社區(吳綱立，2007)。Green 和 Haines (2008)認為，「永續」可被視為是一種概念、一種方法、甚至是一種生活方式，它使得社區透過發展的選擇來調和，並獲致能夠將一個社區的經濟、環境和社會特徵全納入考量的一種策略。因而，「永續發展」的決定必須是同時考量到生態的存續、社會的期待及經濟的可行，並呼籲發展的決定應考量到社會正義、民主、生活的變化、經濟的穩定及公平的分配(Hamstead & Quinn, 2005)。將「永續發展」置於社區的脈絡中，它已逐漸從「以土地為中心」(earth-centred)轉移到「以人為中心」(people-centred)，亦即，其關注的面向已擴展至社會、經濟和相關議題(Peat, 2007)。

ODPM The Office of the Deputy Prime Minister(ODPM) 2004 年對永續社區下了定義：能滿足現在與未來居民及其子孫和其它使用者之需求，並能透過有效利用自然資源、提昇環境、促進社會凝聚力和社會包容及加強經濟繁榮等方法來達到永續發展目標的社區。

永續社區能維持資源持續使用，以滿足現在及未來居民的需求，新港板頭社區透過將社區原有傳統產業轉型，求新求變，活化社區，讓社區居民動起來，社區也因而有了全新的面貌，由於社區發展的動機及力量來自社區內部，讓社區之發展能永續，創意也源源不絕，形成一種良性循環，重複著優質的蛻變。

## 2.2 社區美學

### 2.2.1 社區美學的定義

美國藝術家兼策展人蘇珊·蕾西 (Suzanne Lacy) 曾指出：所謂『新類型公共藝術』，指的不是傳統陳列在公共空間的雕塑，而是以公共議題為導向，讓民眾介入、參與、互動，並形塑公共論述的藝術創作。

空間，是我們人類社會生活中不可或缺的場域，在共同的居住環境中，人們為了生活上的需要，開始建造共同的空間，這些人們共同活動的場所便是公共空間，因此公共空間在我們生活當中生生不息的，它是牽動著一個地區的文化生活與社會價值。

公共藝術著重的是參與過程，並非僅呈現創作成果，是藉由民眾的參與，進而促使居民對生活空間產生重視，凝聚出社區共同感。公共藝術包含了公共性及藝術性，公共性指「公共參與」，藝術性指「藝術與美學」，這兩個重要層面彼此相互交雜而成。

曾旭正(1999)在〈社區空間營造中美感歷程的經營〉一文裡，提出空間營造的幾個重要觀點：

- 一、他認為社區空間的營造重要的是「過程」而非「結果」，並強調社區美學是「動態」的觀點。
- 二、居民參與的空間生產過程，是一個「社會化」的過程，因為它可以讓居民之間形成：
  1. 「創造性合夥關係」，打破冷漠，體驗共同工作的樂趣。
  2. 凝聚社區空間的問題意識。
  3. 藉由討論重建集體空間記憶，強化社區認同感。
  4. 對於形式與美學的討論，也可讓設計者和參與者彼此有學習的機會。

5. 在空間建構過程，讓參與者和環境建立更密切的關係。

三、「空間美質」不能侷限在傳統的「視覺性美感」當中，而是要關注空間品質的其他範疇，不強調「美」的空間而主張「好」的環境；不只是設計者的偏好，而是社區的集體偏好，以「使用者」的角度來界定環境的價值。

社區空間的營造著重的是「過程」而非「結果」，亦即如要了解社區營造的成效，應是了解作為主體的居民，在營造過程中，是否能藉由身體的參與，進而產生內在價值觀的轉化，並不是單只有改造空間硬體，這才是社區營造所要追求「造人」的核心精神。

日常生活所具有的即是一看似重覆、結構穩然的光景，尤其日常慣習具有文化再生產的能力，日常生活常因此而被忽略其所涵蘊的「幸福靜謐之美感」。生活小細節的美學化，正是這涵蘊文化再生產的基本動能，更是形塑地方性質的重要關鍵。透過藝術的社會化，也增加了人與人之間的歸屬感。

藝術進入社區正是由社區總體營造理念開始推動，藝術家與居民共同合力創作的社區，其目標為朝向以藝術產業營造社區，進而為社區提供開創文化創意產業機會的新類型公共藝術「社區本位藝術教育」(Community-based Art Education) 強調藝術教育學習範圍和內容應以社區的藝術與文化生活之整體性為起點，並與社區保持更緊密的互助互動關係(陳箐繡，2002)。黃世輝(2001)認為社區文化產業：「以社區居民為共同承擔、開創、經營與利益回饋的主體，以社區原有的文史、技術、自然等資源為基礎，經過資源的發現、確認、活用等方法所發展出來的，提供社區生活、生產、生態、生命等社區文化的分享、體驗與學習的產業」。

卜瑞玲(2011)研究社區發展協會在社區營造中的角色與功能，協會利用社區本身的特質與在地條件，結合地方資源與政府力量，帶領社區居民從事社區營造之事務，達到美化居住環境、提升社區經濟能力、傳承歷史文化與改善生活空間的目的。

吳茵琪(2012)進行「崙背燒」之相關研究，認為藝術工作者不斷的投入社造與地方文史工作，讓陶藝的美質統合到在地文化形塑，他們形塑了地方，也深受地方影響，兩者激盪出令人讚嘆的陶瓷產業與地方美學。

新港板頭社區正是透過社區發展協會的帶動，結合地方藝術工作者一同加入社造及地方文史之研究，讓社區美學在社區總體營造的推展中，透過居民參與及生活中所體驗，付諸規畫及執行，將社區型塑成在地、獨特、親近的空間，讓社區成為居民接近藝術、感染藝術的最好平台。

## 2.3 旅遊意象

### 2.3.1 旅遊意象的定義

有關「Image」一詞是一個複雜的概念，在不同的學科中用法也不盡相同。心理學上，可能用「心象、表象」；行銷學上，則可能用「形象、印象」來代表；在環境規畫領域上，則使用「意象」(陳運欽，2002)。

Hunt (1975) 表示，旅遊意象是遊客對一旅遊目的地的信念、想法，是遊客對於非其所居住的區所抱持的印象與看法。Lawson & Baudbovy (1977) 將旅遊目的地意象定義為人們對於特定的事物或地方所有主觀的知識、印象、與感情思維的詞語。在遊客對於旅遊目的地的意象，可以透過旅遊地點的「基本屬性意象」，如當地人的熱情及設施所組成；或「整體性」的總和印象；或「功能性意象」，指的是可以觀察得到的

具體圖像與實體特徵，如：歷史悠久的古蹟；或「心理意象」即無形的、難以量測的特徵，如：當地的氣氛或感受；或「獨特性意象」，指的是在一地獨有的特徵，如：此地別具特色的活動、慶典等；或「一般性意象」，即為常見共通的特徵，如：旅遊地的安全性、所花費的金額等。

Crompton (1979)認為旅遊意象是「個人對觀光地點的整體信念、想法和印象」，不管是正面或負面的意象，個人對於一旅遊目的地意象的改變是逐漸型塑而成，非一朝一夕可以隨時建立的。Moutinho (1987)則認為一個旅遊目的地的意象即是消費者對該觀光地的態度，並且該態度形成的來源是根據消費者的感覺而非知識。Milman & Pizam (1995)把旅遊意象解釋為人們對某個地方、某項產品或某種經驗的心理印象。Bignon, Hammitt,&Norman (1998)把旅遊目的地意象定義為一種心理過程的結果，它是眾多屬性項目的認知加總。陳凱莉 (2007)將旅遊目的地意象定義為是遊客對於某一觀光地所持有的信念、印象及感覺的綜合，也就是對該地在旅遊目的地屬性表現上的一種整體性概念，並且在各種旅遊階段中，都將會影響遊客之決策與最終體驗。

Gunn (1972)認為旅遊意象是由：原始意象(organic image)與誘發意象(induced image)所組成。原始意象是人對於旅遊地的感覺，是不經意接觸有關旅遊地的部分資訊；而誘發意象則是受到旅遊業者主導的訊息而產生的意象。Crompton (1979)認為旅遊意象是：「個人對旅遊目的地的信念、觀念與印象的總合」。而 Beerli & Martin (2004)認為旅遊意象為遊客旅遊前在心目中對旅遊地所有屬性或特性的看法與期待。蔡玉豪(2008)則將旅遊意象定義為：「遊客經由資訊或旅遊經驗的累積，對旅遊地其自然、人文與社會資源整體，產生認知、想法與情感。」

紀錄與分享自己的生活點滴，藉由部落格推文、分享、與按讚的功能，

讓許多資訊相互流通，而如何從許許多多的部落格中找尋需要的與最具代表性就需要藉由推文與結合按讚的功能讓自己的文章成為最夯的話題並藉由此建立口碑；消費者也可以透過科技節省許多時間來搜集大量的網路口碑 (Electronic-WOM; E-WOM) 並作出更好的決策 (Hennig-Thurau et al., 2004)。

旅遊意象是遊客對於旅遊地的一種整體看法、想像與印象，所以會受到不同的訊息而導致產生不同的旅遊意象，也會因為旅遊地的差異而產生不一樣的旅遊意象。遊客除了會因為本身的旅遊經驗，或是在搜尋旅遊資訊的過程中，對一旅遊目的地產生意象的認知外，其旅遊意象或目的地意象也會影響遊客前往旅遊或重遊的意願 (Fakeye & Crompton, 1991)。

### 2.3.2 旅遊意象之相關研究

吳昌遠 (2011) 針對蒜頭糖廠蔗埕文化園區遊客探討遊客之旅遊意象、生活型態、體驗與滿意度之關係。結果發現旅遊意象、體驗及滿意度三者之間均有顯著相關；旅遊意象對體驗有顯著影響、旅遊意象對滿意度有顯著影響、體驗對滿意度有顯著影響。

林佳蓓 (2011) 針對阿里山之大陸遊客探討旅遊目的地意象、滿意度與行為意圖之間的關聯性。結果發現旅遊目的地意象愈好對滿意度將有正向的直接影響；滿意度愈高的遊客對行為意圖有正向直接影響；旅遊目的地意象愈好對行為意圖有正向直接影響。

許宜玲 (2012) 針對王功濱海遊憩區遊客探討旅遊意象、滿意度及重遊意願。結果發現「性別」、「教育程度」、「職業」、「居住地」、「獲得資訊的來源」不同之遊客在旅遊意象上有顯著差異；「教育程度」、「職業」、

「獲得資訊來源」不同之遊客在滿意度上有顯著差異；「性別」、「職業」、「居住地」、「獲得資訊來源」不同在對重遊意願有顯著差異；旅遊意象對滿意度、重遊意願皆有顯著相關。

杜貞黎 (2012) 針對高雄旗津地區遊客探討旅遊動機與旅遊意象之關係。結果發現不同年齡、教育程度及居住地之遊客在旅遊動機上有顯著差異；不同年齡、教育程度、職業以及居住地之遊客在旅遊意象上有顯著差異。

林碧貞 (2013) 針對石門水庫風景區遊客探討旅遊意象、旅遊體驗與旅遊滿意度之關係。結果發現不同職業的遊客在旅遊意象、旅遊體驗及旅遊滿意度上皆有顯著差異；不同性別的遊客在旅遊體驗上有顯著差異；遊客旅遊意象能顯著正向預測遊客的旅遊體驗，而旅遊體驗亦能顯著正向預測遊客的旅遊滿意度。

茲將上述旅遊意象之相關研究整理如表 2.1。

表2.1 旅遊意象之相關研究

研究者	研究對象	研究問題	研究發現
吳昌遠(2011)	蒜頭糖廠 蔗埕文化 園區遊客	遊客之旅遊意象、 生活型態、體驗與 滿意度之關係。	旅遊意象、體驗及滿意度三者之間 均有顯著相關；旅遊意象對體驗有 顯著影響、旅遊意象對滿意度有顯 著影響、體驗對滿意度有顯著影響。
林佳蒨(2011)	阿里山之 大陸遊客	旅遊目的地意象、 滿意度與行為意圖 之間的關聯性。	旅遊目的地意象愈好 對滿意度將 有正向的直接影響；滿意度愈高的 遊客對行為意圖有正向直接影響； 旅遊目的地意象愈好對行為意圖有 正向直接影響。
許宜玲(2012)	王功濱海 遊憩遊客	旅遊意象、滿意度 及重遊意願。	「性別」、「教育程度」、「職業」、「居 住地」、「獲得資訊的來源」不同之 遊客在旅遊意象上有顯著差異；「教 育程度」、「職業」、「獲得資訊來源」 不同之遊客在滿意度上有顯著差 異；「性別」、「職業」、「居住地」、「獲 得資訊來源」不同之遊客在對重遊 意願有顯著差異；旅遊意象對滿意 度、重遊意願皆有顯著相關。
杜貞黎(2012)	高雄旗津 地區遊客	旅遊動機與旅遊意 象之關係。	不同年齡、教育程度及居住地之遊 客在旅遊動機上有顯著差異；不同 年齡、教育程度、職業以及居住地 之遊客在旅遊意象上有顯著差異。

表2.1 旅遊意象之相關研究(續)

研究者	研究對象	研究問題	研究發現
林碧貞(2013)	石門水庫 風景區 遊客	旅遊意象、旅遊體驗與旅遊滿意度之關係。	不同職業的遊客在旅遊意象、旅遊體驗及旅遊滿意度上皆有顯著差異；不同性別的遊客在旅遊體驗上有顯著差異；遊客旅遊意象能顯著正向預測遊客的旅遊體驗，而遊體驗亦能顯著正向預測遊客的旅遊滿意度。

資料來源：本研究整理

由表2.1可知遊客之旅遊意象對體驗、滿意度、行為意圖及重遊意願會有影響；亦發現不同變項在旅遊意象上的表現也會有所不同。

本研究之目的之一即在了解遊客對板頭社區之旅遊意象為何？同時也探討不同變項(性別、學歷、文章出處、居住地、職業、星座)在旅遊意象上的表現是否有所差異？

## 2.4 體驗價值(Experiential value)

### 2.4.1 體驗價值之定義

Holbrook (1996)認為體驗價值是顧客在體驗過程中所感受到的有形產品價值或服務，與無形的情感價值超越顧客所期望的價值，讓顧客沈浸在消費的情境中，是一種留在顧客心中深刻印象的體驗事件。顧客想要的不再是有形的商品或服務本身，而是一種愉悅的購買經歷，並藉由體驗創造出獨一無二與留下美好回憶的體驗感受價值 (Pine II & Gilmore, 1998)。Mathwick, Malhotra & Rigdon (2001) 指出，體驗價值可以提供外在與內在利益，外在利益是由功利主義的購物經驗中取得，內在利益則

是從滿足自己目標的經驗中獲得。Caru & Cova (2003) 認為，體驗是個人的嘗試，且可以改變一個人的行為或思想，它是一種經驗而不是一種文字的知識。鄭明松、王世澤 (2004) 談到體驗價值即所謂顧客在消費後的體驗創造，業者將行銷焦點放在顧客的體驗上，以生活情境為基礎，創造出一個讓顧客喜愛的體驗環境，而顧客感受到的是一種有價值的體驗，改變了顧客對品牌的感受，更改變了顧客的消費行為。Smith & Colgate (2007) 認為體驗價值是指一個商品能夠創造給顧客一個適當的經驗感覺和情感，也是一種直接影響顧客滿意的因素，所以卓越的服務能決定顧客體驗的價值。體驗價值延續了顧客價值的理念，創造顧客消費價值新里程碑(陳美綸，2011)。消費者得到體驗價值之後，會因為所產生的這個價值更想去探索，因此又產生另外的體驗動機，透過體驗媒介，引發體驗形式和體驗價值，因此不斷循環，此為消費者形成體驗旅程的過程(謝念恬，2012)。

Birgit Trauer (2006) 指出旅遊體驗的循環：人受到內在及外在的影響，自我評估旅遊活動，進而規畫旅遊行程，從旅遊前滿心期待到旅遊過程中之感知(去程之交通、定點體驗、回程回憶)，甚至旅遊後回到家中回憶整個旅遊過程滿意與否都是旅遊體驗，將會從內在及外在對下次出遊造成很大的影響。旅遊體驗若是正向滿足，將會使得遊客願意推薦別人或本身再次遊歷的意願，故體驗價值之重要性不言而喻。

#### **2.4.2 體驗價值之相關研究**

李思玉(2011)針對餐廳消費者探討體驗價值、滿意度與忠誠度的影響與相關情形，結果發現體驗價值、滿意度與忠誠度呈現中度至高度的正向相關。

曾怡雯(2012)針對遊樂園遊客探討體驗價值、滿意度、承諾、忠誠度間之關係，結果發現體驗價值與顧客滿意度、顧客忠誠度皆具正向關係。

黃美蓉(2012)針對夜市消費者探討服務接觸、體驗價值與品牌經驗、品牌忠誠度之關係，結果發現體驗價值會正向影響品牌經驗及品牌忠誠度。

蔡承諺(2012)針對百貨公司消費者探討消費者體驗對體驗價值、顧客滿意度、行為意向之影響，結果發現體驗價值與顧客滿意度、行為意向有顯著正向關係。

張翔智(2012)針對文化創意產業園區遊客探討體驗行銷、體驗價值、顧客滿意度和顧客忠誠度之間的關係，結果發現體驗行銷及體驗價值對顧客滿意度及忠誠度有正向關係。

鄭大成(2012)探討跨年活動體驗價值和滿意度的關係，結果發現體驗價值與滿意度之間有顯著正相關存在。

簡雯黛(2012)探討單車活動體驗價值及滿意度之間的關係，結果發現體驗價值及滿意度之間具有顯著的正向關係。

茲將上述體驗價值之相關研究整理如表2.2。

表2.2 體驗價值之相關研究

研究者	研究對象	研究問題	研究發現
李思玉(2011)	餐廳 消費者	體驗價值、滿意度與忠誠度的影響與相關情形。	體驗價值、滿意度與忠誠度呈現中度至高度的正向相關。
曾怡雯(2012)	遊樂園 遊客	體驗價值、滿意度、承諾、忠誠度間之關係。	體驗價值與顧客滿意度、顧客忠誠度皆具正向關係。
黃美蓉(2012)	夜市 消費者	服務接觸、體驗價值與品牌經驗、品牌忠誠度之關係。	體驗價值會正向影響品牌經驗及品牌忠誠度。
蔡承諺(2012)	百貨公司 消費者	消費者體驗對體驗價值、顧客滿意度、行為意向之影響。	體驗價值與顧客滿意度、行為意向有顯著正向關係。
張翔智(2012)	文化創意 產業園區 遊客	體驗行銷、體驗價值、顧客滿意度和顧客忠誠度之間的關係。	體驗行銷及體驗價值對顧客滿意度及忠誠度有正向關係。
鄭大成(2012)	參與者	跨年活動體驗價值和滿意度的關係。	體驗價值與滿意度之間有顯著正相關存在。
簡雯黛(2012)	參與者	單車活動體驗價值及滿意度之間的關係。	體驗價值及滿意度之間具有顯著的 正向關係。

資料來源：本研究整理

由表2.2可知遊客、消費者、活動參與者之體驗價值對滿意度、行為意圖及忠誠度會有影響。

本研究之目的之一即在了解遊客對板頭社區之體驗價值為何？同時也探討不同變項(性別、學歷、文章出處、居住地、職業、星座)在體驗價值上的表現是否有所差異？

## 2.5 新港板頭社區之相關研究

杞仁惠 (2012)針對遊客探討目的地意象、休閒效益、地方依附與行為意圖之關係，結果發現遊客以女性、已婚、21~30歲、大專院校、服務業、居住於南部者居多；不同年齡層的遊客之目的地意象及休閒效益有顯著差異。

陳鈺昀 (2012)針對遊客探討體驗行銷對農村社區之遊客滿意度、忠誠度之影響，結果發現體驗行銷對於滿意度及忠誠度皆具正向且顯著的影響；滿意度對忠誠度也具正向且顯著的影響。

杞佩珊 (2011)針對遊客探討社區觀光的吸引力、遊憩體驗、滿意度與重遊意願，結果發現遊客以女性、年齡21-30歲、大(專)院校、居住於南部居多；旅遊特性以自行開車、第一次到訪、與家人、親戚結伴同遊、朋友介紹居多；遊憩體驗對滿意度有顯著正向影響；而遊憩體驗及滿意度對重遊意願皆有顯著的正向影響。

陳信妙 (2013)針對遊客探討參與動機、在地認同、觀光滿意度，結果發現社區文化觀光遊客以女性、36-45歲、未婚、教育程度以大專(學)為主，社區文化觀光遊客之參與動機、在地認同對其觀光滿意度有顯著預測力。

李冠朋 (2012)針對社區居民探討剪黏藝術進入社區的影響，結果發現居民認同剪黏藝術在社區的發展，更能以之為榮；剪黏藝術讓社區居民感到視覺上的愉悅。更提出政府相關部門能結合附近文化觀光景點，規畫完整的休憩路線，加強公共建設，促進地方產業發展，讓社區居民

能分享觀光所帶來的經濟實質利益之建議。

黎斌儷 (2012)探討文化特色活化地方觀光發展之研究，結果發現地方特色發掘可促進民眾意識認同，帶動地方經濟發展；地方特色透過商品設計行銷，可刺激地方產業交易；社區發展協會的互動關係與積極運作，對地方發展影響甚鉅。

林美婷 (2011)探討觀光工廠解說效益評估之研究，結果發現遊客類型以20~49歲的中、壯齡人口為主；旅遊次數以第一次最多，教育程度最多者為大專院校，參觀園區的遊客中以學生占多數，居住地以南部地區者最多，資訊來源主要來自家人以及朋友。

茲將上述新港板頭社區之相關研究整理如表2.3。

表2.3 新港板頭社區之相關研究

研究者	研究對象	研究問題	研究發現
杞佩珊(2011)	遊客	社區觀光的吸引力、遊憩體驗、滿意度與重遊意願。	遊客以女性、年齡 21-30 歲、大(專)院校、居住於南部居多；旅遊特性以自行開車、第一次到訪、與家人、親戚結伴同遊、朋友介紹居多；遊憩體驗對滿意度有顯著正向影響；而遊憩體驗及滿意度對重遊意願皆有顯著的正面影響。
林美婷(2011)	遊客	觀光工廠解說效益評估之研究。	遊客類型以 20~49 歲的中、壯齡人口為主；旅遊次數以第一次最多，教育程度最多者為大專院校，參觀園區的遊客中以學生占多數，居住地以南部地區者最多，資訊來源主要來自家人以及朋友。

表2.3 新港板頭社區之相關研究(續)

研究者	研究對象	研究問題	研究發現
杞仁惠(2012)	遊客	目的地意象、休閒效益、地方依附與行為意圖之關係。	遊客以女性、已婚、21~30歲、大專院校、服務業、居住於南部者居多；不同「年齡」遊客之目的地意象及休閒效益有顯著差異。
陳鈺昀(2012)	遊客	體驗行銷對農村社區之遊客滿意度、忠誠度之影響	體驗行銷對於滿意度及忠誠度皆具正向且顯著的影響；滿意度對忠誠度也具正向且顯著的影響。
李冠朋(2012)	社區居民	剪黏藝術進入社區的影響。	居民認同剪黏藝術在社區的發展，更能以之為榮；剪黏藝術讓社區居民感到視覺上的愉悅。建議政府相關部門結合附近文化觀光景點，規畫完整的休憩路線，加強公共建設，促進地方產業發展，讓社區居民能分享觀光所帶來的經濟實質利益。
黎斌儷(2012)	推廣者 文化工作者 公部門	文化特色活化地方觀光發展之研究。	地方特色發掘可促進民眾意識認同，帶動地方經濟發展；地方特色透過商品設計行銷，可刺激地方產業交易；社區發展協會的互動關係與積極運作，對地方發展影響甚鉅。
陳信妙(2013)	遊客	參與動機、在地認同、觀光滿意度。	遊客以女性、36-45歲、未婚、教育程度以大專(學)最主，社區文化觀光遊客之參與動機、在地認同對其觀光滿意度有顯著預測力。

資料來源：本研究整理

由表2.3可知該社區遊客之屬性；觀光工廠體驗行銷之效益；旅遊體驗對滿意度、重遊意願、行為意圖之影響；剪黏藝術對社區之影響。

本研究欲透過網路文章，進行探索式之內容分析，探求遊客對板頭社區之旅遊意象及體驗價值為何？同時也探討不同變項(性別、學歷、文章出處、居住地、職業、星座) 在旅遊意象、體驗價值上的表現是否有所差異？

### 第三章 研究方法

本研究之目的是透過「網路」分析遊客的旅遊部落格文章、官方網站及電子報章雜誌相關內容，探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值。本章陳述此研究的研究架構、研究對象及研究工具。

#### 3.1 研究架構

本研究主要採用質化研究深入探索遊客對板頭社區的旅遊意象與體驗價值，遊客於板頭社區進行旅遊活動時，看見板頭社區的哪些面向？另一方面，當旅客將旅遊經驗紀錄於其部落格時，如何表達其體驗價值與對旅遊經驗的發現、想法、感受？由於部落格包容了多種形式的表達，「文字」不再只是唯一的表達方式，也可以透過照片、動態的影像為等不同的媒介傳達與文字大不相同的發現和看法。為了避免只偏重探索遊客的旅遊意象，本研究也加入了官方網站、經營者的論述與相關照片，進而了解遊客能否感受到官方或經營者在各種行銷策略推廣的重點，使研究的範圍更具完整性及整體性。本文採用Shenton (2004)「三角校正」(triangulation) 的理念，提高研究的確實性 (credibility)、增加信賴度 (trustworthiness)。此外，有鑒於質性研究參雜著較為主觀的內容分析，加入量化分析，探究其關係及差異性。

本研究分兩階段進行：(1)第一階段的質性研究：利用內容分析法及語義網絡分析法，藉由旅客在部落格記錄的旅遊經驗，分析遊客在旅遊時，看見了新港板頭社區的哪些面向？對其旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值為何？利用質性軟體Nvivo進行編碼、建立關鍵字並統計出現的次數。Nvivo能統計與歸納關鍵字出現的次數但不能客觀性的產出其關鍵字與關鍵字間的關聯性，故進行第二階段的量化研究。(2)第二階段的量化研究：將部落格樣本數153筆，66個關鍵字利用量化分析使數字更具有代

表性與意義，更進一步分析遊客間旅遊意象及體驗價值的差異性。本研究之研究架構如圖3.1。

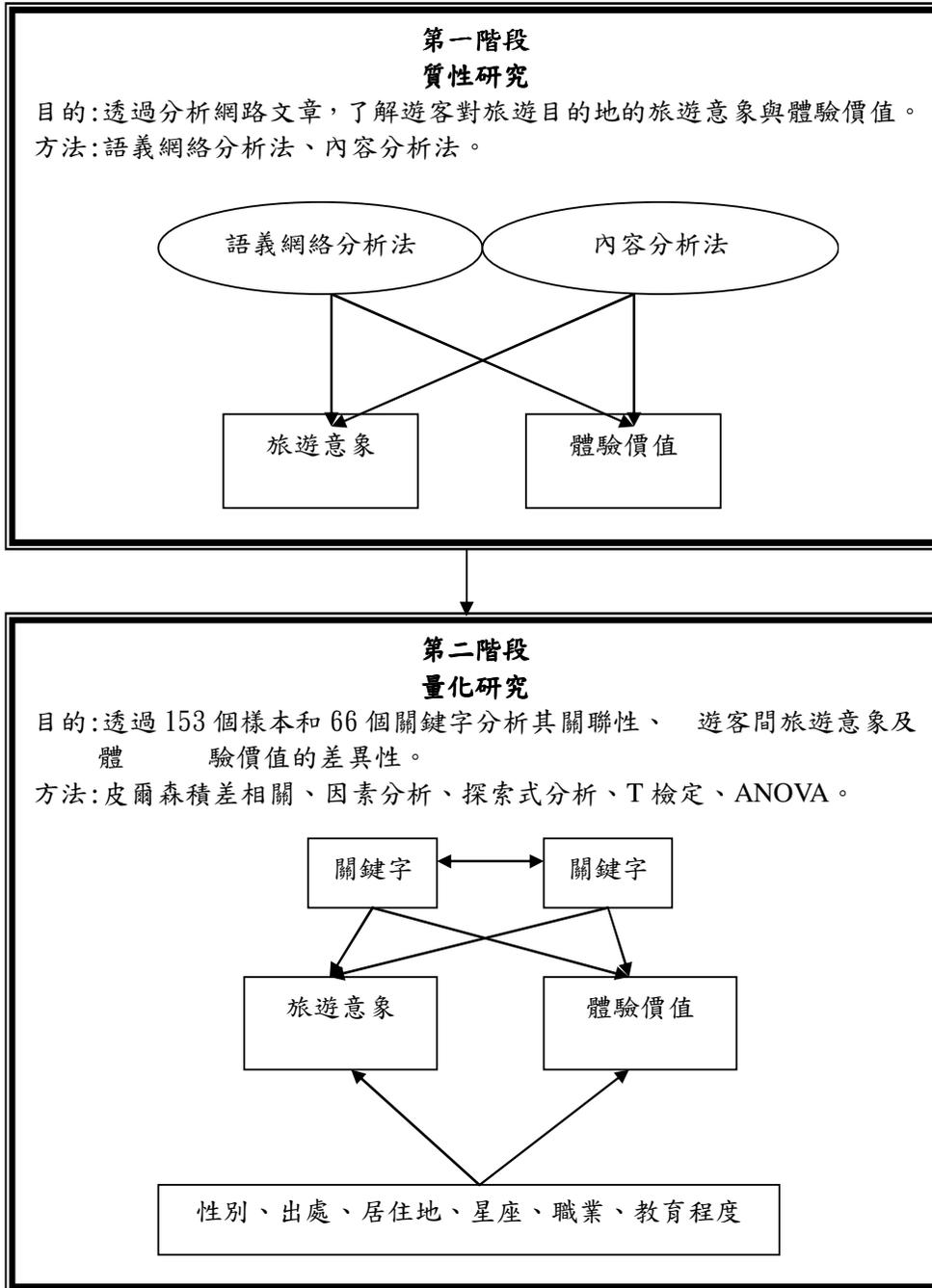


圖 3.1 研究架構

資料來源：本研究整理

## 3.2 研究對象

### 3.2.1 研究對象及範圍

近年來，網路部落格的興起，讓許多遊客透過WEB來抒發自己的感受與心情，更透過靜態的照片、動態的影音讓部落格不再只是「文字」的陳述，使其部落格更加多元與豐富。換句話說，部落格視為一種旅遊經驗的忠實呈現，主要目的在於藉由部落格得知遊客對目的地最真切的感受與其對目的地的正負面評價。而本研究想透過瀏覽網路文章了解遊客對社區再造的旅遊意象與體驗價值。

本研究選擇新港「板頭社區」相關的旅遊部落格及網路文章作為研究範圍與對象，其原因如下：

在政府社區營造永續經營的大力推動下，早期是埔里桃米社區為先鋒，紙教堂成為最有人氣的觀光景點；近年來南投妖怪村的竄起讓南投多了一個熱門景點。而本研究為何選擇嘉義縣新港鄉板頭社區呢？將傳統產業創新、將老人化社區注入新的元素、將現有的資源透過創新的作為產出令人驚奇的公共藝術，而非全新打造或是刻意營造出的熱門觀光景點。改造並保留傳統文化遠遠比全新的打造更加不易與艱難，但小小的板頭社區做到了，深具規模更成為現階段社區營造的楷模與新秀。

### 3.2.2 資料蒐集

利用搜尋引擎Google與Yahoo交叉比對，以“板頭社區”為關鍵字進行搜尋，資料蒐集不單只有部落格平台的遊憩文章(96筆)，來源也包含電子報章雜誌(17筆)、官方網站(16筆)、照片(24張)。而在眾多的部落格平台中，根據創市際網路社群(部落格)調查(2009)，目前有經營部落格其中以「無名小站」(66.6%)、「雅虎奇摩部落格」(25.3%)、「PIXNET

痞客邦」(11.5%)為主要使用的部落格平台。

### 3.3 研究工具

#### 3.3.1 網路民族誌 (Netnography)之定義

「網路民族誌」根源於質性研究方法「民族誌」(Kozinets, 1997, 1998, 2001, 2002)。「民族誌」(ethnography)一詞的字根「ethno」來自希臘文的「ethnos」,意指「一群人」、「一個民族」或「一個文化群體」(Atkinson, 1990; Atkinson & Hammersley, 1994)。民族誌(ethnography)原文含義就是在田野調查中,以文字描述人類社會的各種現象(賴玲玲, 2007)。Glaser & Strauss (1967)深入解釋,民族誌研究法的重點在紮根於當地的、特別的或獨特的知識,其研究結果是豐富的,且開放式的質性內容。近幾年來,民族誌研究法在社會學、文化研究、消費者研究和其他不同的社會科學領域已被大量運用。民族誌的研究者必須長期進入研究場域之中,觀察其中的活動與相關的人、事物。此方法擁有相當大的彈性,以便在觀察過程中面對伴隨而來的影響做適度的調整,修正自己的研究問題與方向。

「網路民族誌」(Netnography)是1997年Kozinets發表的期刊論文“*I Want to Believe: A Netnography of the X-Philes' Subculture of Consumption*”首度提出,其主要的意涵是藉由觀察消費者的網路資訊行為與民族誌研究特定文化人們的生活方式、行為模式做為市場研究的方法。「網路民族誌」(Netnography)在西方學術被使用於網路研究已有多年的歷史,相關研究顯示,此方法允許研究者更進一步捕捉複雜的網路文化與社會現象民族誌研究法通常將一個文化群體(如:社區、城鎮、種族)作為研究的對象,對其文化(如:社會結構、象徵儀式、禮儀行為等)、價

值觀和行為模式進行重點的觀察與探索。其研究過程中，研究員通常使用描述和分析的方法，藉由被研究者的眼睛看待他們自己的文化模式。換句話說，它是一種宣揚研究員深入「網路場域」進行調查的田野紀錄方法。網路民族誌（Netnography）是一種非常適合網路口碑研究的質性研究方法（Kozinets et al., 2010）。「網路民族誌」又被稱為「網際/數位民族誌」（cyber ethnography）（Fox & Roberts, 1999）或「虛擬民族誌」（virtual ethnography）（Hine, 2000）。社群網站是許多人分享資訊和知識的平台，社群網站的價值便是提供豐富的資訊交流空間，隨著上網人口的增加，網路是許多人日常生活不可或缺的，網際網路的發達，帶動了社群的發展，許多人於網路上建立有意義的人際關係，資訊分享便是一般大眾經常利用的方式。

根據 Kozinets（2002）提供的準則，網路民族誌研究有以下程序：1. 入場（Entrée）；2. 資料的收集與分析；3. 提供可靠的詮釋；4. 注重研究倫理；5. 給予成員審核。研究倫理表明身份的部分有學者提出不同的看法，在傳統民族誌中，研究者往往以真面目示人，被觀察者的一舉一動也完全彰顯在研究者面前，但在網路世界，網路社群成員的身份通常都以一個帳號做為代表，在身份不被知道的情形下，有時更能夠暢所欲言，雖其身份不一定是真實世界的延伸，但也未必與現實生活截然不同（唐士哲，2004）。

網路民族誌源自於民族誌的傳統與技術方法，但將其運用於社群網站更能窺探複雜的網路世界文化與社會現象（Kozinets, 1998, 2001, 2002）。它是一種非常適合網路口碑研究的質性研究方法，擁有彈性以便在過程中適度的調整，修正自己的研究。

### 3.3.2 語義網絡分析 (Semantic Network Analysis)

Collins & Quillian(1969) 指出語義網絡 (Semantic Network) 是一種圖解式的知識表示法，為人類相關性記憶的模型，此知識結構是由許多代表基本概念的節點(node)，以及節點與節點間用某種符號連結而成。語義網絡分析是一種用來分析傳播內容並且能針對語義的意義產生網絡圖的定量方法(Doerfel, 1998)，Doerfel & Barnett (1999)也認為語義網絡分析可以將構念中有關聯的聚集且連結起來，而不是單純做關鍵字彼此之間的連結。Ma & Chen (2008)指出由於構念在文字或語言之間無法準確的表達出來，所以使用網絡分析技術依據文章中關鍵字本身之間的概念用來建構語意間的意義。

本研究使用語義網絡分析的目的是為了瞭解部落格傳達出豐富的旅遊經驗與官方網站和電子報章雜誌如何詮釋新港板頭社區並了解彼此間的關係。利用Nvivo，將資料匯入系統中，再依據編碼 (Coding) 原則，建立關鍵字 (Node)，但也由於每位部落客文字內容描述的不同，所以研究者必須將部落格逐一瀏覽並記錄，將其不同概念之間的關係探討出共同擁有的意義。

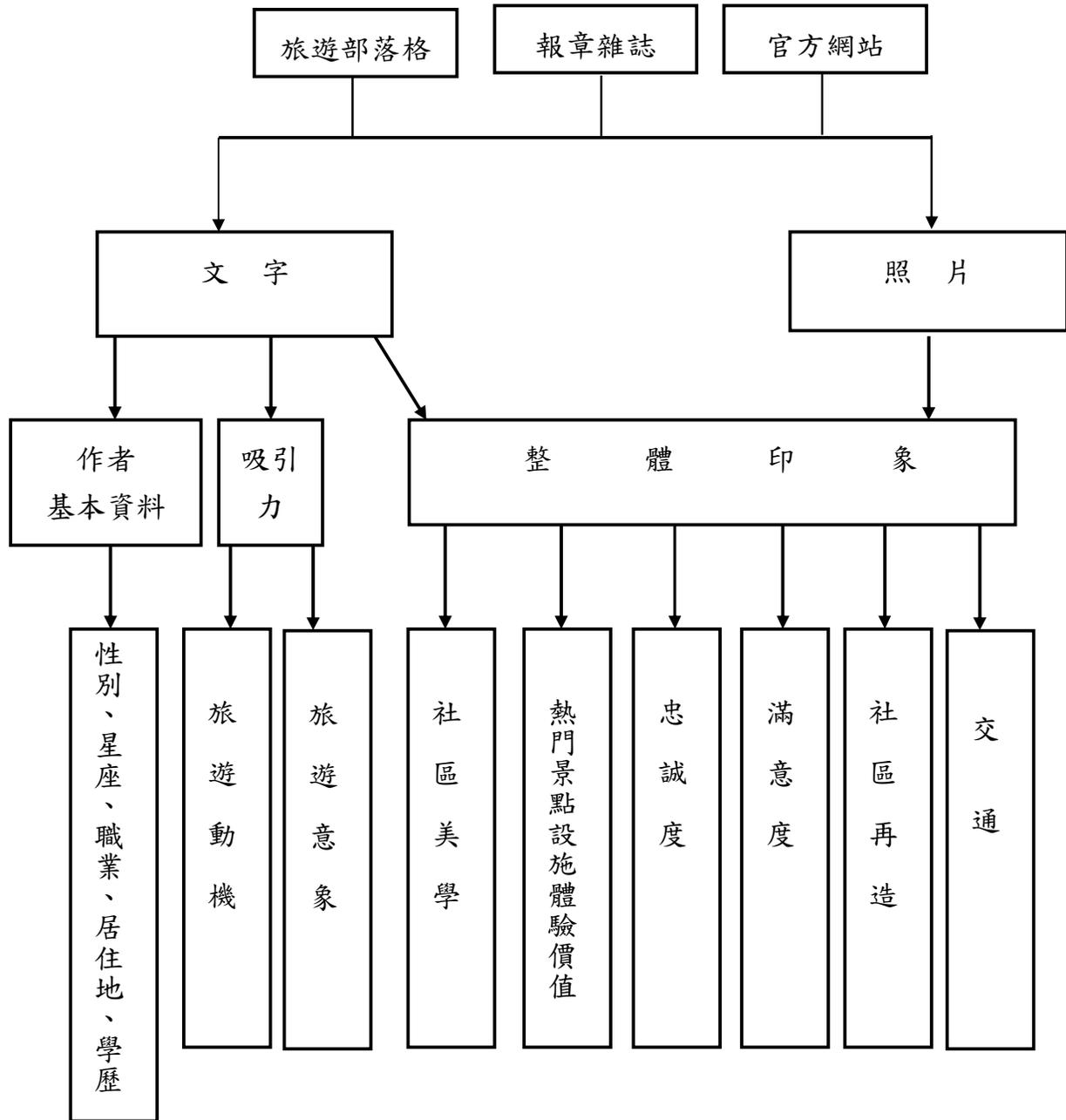
### 3.3.3 內容分析法(Content Analysis)

內容分析法是一種資料蒐集及資料分析的方法，其透過客觀的、系統性的計數 (counting) 及記錄步驟 (recording procedures)，讓文獻資料中的符號意義得以使用統計次數的方式來推論意義 (Neuman, 2006)。內容分析法是另一種間接觀察的方法，分析文件資料傳達的資訊，獲得文件內容的隱藏意義，而不是外在、表面的內容。簡而言之，內容分析法是一種對人類傳播訊息進行蒐集、觀察及分析的工具，使其呈現的資料

更接近最大多數人的真實記錄。

內容分析是一種觀察法，由於不是直接觀察人們的行為或是進行面談，而是研究者獲得人們活動資料的記錄副本，然後依據這些紀錄進行研究，所以文件的內容常是研究者推論的基礎。資料是要以多方面的觀點來觀察，當資料本身是用符號表達的時候，訊息不會只有一種意義，越來越多的資訊系統研究使用內容分析法，將所需要分類的文件進行編碼，並且將相同資料區隔出來 (Agrawal et al., 2006；Spiel et al., 1999)。類目的形成可依據理論、過去研究結果發展而成或由研究者自行發展(陳慧如和王心茹，2010)。而本研究依據板頭社區旅遊部落格所呈現出的情形，以 Pan et al. (2007) 修正自 Cooper (2005) 觀光合成模型為基礎，修改構面的子類目，作為本研究內容分析法之類目。子類目分類如下：(1) 吸引力 (Attractions): 促使遊客前來旅遊的原始動機。(2) 設施 (Amenities)：提供遊客在當地旅遊時所需，包含小吃、店家、攤販以及遊客中心。(3) 交通 (Access)：提供遊客自出發地往返目的地之間的工具與遊憩時所需之工具。(4) 整體印象 (Overall impression)：遊客對目的地產生的主觀整體感覺，包含地方氛圍、體驗價值、旅遊意象。其子類目的分類亦也是編碼內容類目的依準。本研究之編碼內容設計如表 3.1。

表 3.1 編碼內容設計表



資料來源：本研究整理

席汝楫(1999)認為在進行定量分析時，特別需要注意的地方為界定分析單位常隨類目不同而有所差異，界定單位前需釐清規則。編碼員在編碼類目時，為確保研究的信度，將依循三個編碼操作的原則步驟：確定類目範圍、訓練編碼員、進行小規模前測，避免編碼過程之判斷誤差(Riffe, 1998)。

### 3.3.4 內容分析之信度與相互同意度

本研究根據網路文章的內容進行內容分析，並透過質性軟體Nvivo進行編碼，建立關鍵字。針對文章之編碼及建立關鍵字之信度探究，先由研究者針對10筆部落格資料先進行瀏覽，再加上與研究主題相關之關鍵字，由研究者整理歸納後共建立了40個關鍵字，邀請兩位研究生一同探討關鍵字之建立及編碼原則，之後三人同樣針對另外20筆部落格資料進行編碼及找關鍵字個數，結果研究者(A)找到38個關鍵字，而研究生(B)則找到37個關鍵字、研究生(C)則找到36個關鍵字。

根據 Holsti (1969) 所提出的公式，來衡量評定者之間的信度，此公式如下所示：

$$\text{信度} = n \times (\text{平均相互同意度}) / 1 + (n-1) \times (\text{平均相互同意度})。$$

上述公式的  $n$ =參與內容分析的人數，即編碼員的人數。

$$\text{相互同意度} = 2N / (M1 + M2)。$$

上述公式的  $N$ =編碼員間建立相同關鍵字的數目。

$M1$ =第1位編碼員建立關鍵字的數目。

$M2$ =第2位編碼員建立關鍵字的數目。

表3.2 編碼員的相互同意度

	A	B	C
A			
B	0.987		
C	0.973	0.986	

資料來源：本研究整理

由表3.2可知：

研究者A、B的相互同意度： $2 \times 37 / (38 + 37) = 0.987$ 。

研究者A、C的相互同意度： $2 \times 36 / (38 + 36) = 0.973$ 。

研究者B、C的相互同意度： $2 \times 36 / (37 + 36) = 0.986$ 。

本研究三位編碼員之平均相互同意度： $(0.987 + 0.973 + 0.986) \div 3 = 0.982$

本研究三位編碼員間之信度：

$$\text{信度} = 3 \times 0.982 \div [1 + (3 - 1) \times 0.982] = 0.993$$

Riffe (1998)對於信度的標準並沒有明確提出信度好壞的判斷標準，但若能在0.9以上，則表示此其具有良好的信度 (Wimmer & Dominick, 2005)，因此本研究針對文本進行內容分析時編碼及建立關鍵字有良好的信度。

後續針對全部文本進行內容分析時，因採無結構探究式之分析，研究者在編碼的過程中，會根據文本再適度增加建立關鍵字的數量，如此能更貼近質性研究的本質。

## 第四章 實證結果分析

本研究目的在透過「網路」分析旅遊部落格文章、官方網站及電子報章雜誌相關內容，探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值。本章針對研究結果加以討論分析。

### 4.1 樣本結構分析

利用網路，透過 Google 和 Yahoo 搜尋「板頭社區」做為內容分析的文本，本研究之樣本來源有四類：報章雜誌、官方網站、部落格、照片。其中由網路電子報章雜誌取得之文章有17篇；由官方網站取得之文章有16篇；由部落客之部落格中取得之文章有96篇；由網路照片取得之數量有24張，合計153筆資料。各類之篇數數量整理如表4.1。

表 4.1 研究樣本來源項目及數量

來源 數量	報章雜誌	官方網站	部落格	照片	合計
單位：篇(張)	17	16	96	24	153

資料來源：本研究整理

#### 4.1.1 來源一：報章雜誌

本研究利用搜尋引擎輸入關鍵字「板頭社區」，在九個電子新聞網站中共找到了17筆板頭社區的相關報導，電子新聞網站及網址如表4.2。

表 4.2 報章雜誌來源網站及網址一覽表

來源 種類	電子新聞網站及網址	
報章 雜誌	今日新聞	<a href="http://www.nownews.com/">http://www.nownews.com/</a>
	中央通訊社	<a href="http://www.cna.com.tw/">http://www.cna.com.tw/</a>
	中時電子報	<a href="http://news.chinatimes.com/">http://news.chinatimes.com/</a>
	奇摩新聞	<a href="http://tw.news.yahoo.com/">http://tw.news.yahoo.com/</a>
	中央廣播電台	<a href="http://news.rti.org.tw/">http://news.rti.org.tw/</a>
	新頭殼	<a href="http://newtalk.tw/">http://newtalk.tw/</a>
	大紀元	<a href="http://www.epochtimes.com.tw/">http://www.epochtimes.com.tw/</a>
	聯合報	<a href="http://udn.com/NEWS/mainpage.shtml">http://udn.com/NEWS/mainpage.shtml</a>
	台灣月刊	<a href="http://subtpg.tpg.gov.tw/web-life/taiwan/">http://subtpg.tpg.gov.tw/web-life/taiwan/</a>

資料來源：本研究整理

#### 4.1.2 來源二：官方網站

透過官方相關網站及板頭社區在地建置之網站，可以更加了解政府及板頭社區本身所欲建立之意象策略。本研究透過四個網站中，獲得16筆有關板頭社區的介紹與發展經過的文章，官方網站及在地網站之網址如表4.3。

表 4.3 官方來源網站及網址一覽表

來源 種類	官方與在地網站及網址	
官方 網站	嘉義縣觀光旅遊網	<a href="http://www.tbocc.gov.tw/e-tour.asp">http://www.tbocc.gov.tw/e-tour.asp</a>
	台灣社區通	<a href="http://sixstar.moc.gov.tw/blog/">http://sixstar.moc.gov.tw/blog/</a>
	行政院農業委員會	<a href="http://www.coa.gov.tw/show_index.php">http://www.coa.gov.tw/show_index.php</a>
	板陶窯交趾剪黏工藝園區	<a href="http://www.bantaoyao.com.tw/">http://www.bantaoyao.com.tw/</a>

資料來源：本研究整理

#### 4.1.3 來源三：部落格網站

從部落客之部落格文章能真實的看到遊客對旅遊目的地的旅遊意象及體驗價值。本研究乃於2012年11月16日至2013年02月12日之間，以「新港」、「社區」、「板頭」等關鍵字進行網誌文章蒐集。透過8個部落格平台，總共搜尋到96個與板頭社區相關的旅遊札記，部落格平台及網址如表4.4。

表 4.4 部落格來源平台及網址一覽表

來源 種類	部落格平台及網址	
部 落 格	yam天空部落	<a href="http://blog.xuite.net.tw/">http://blog.xuite.net.tw/</a>
	痞客邦	<a href="http://www.pixnet.net/">http://www.pixnet.net/</a>
	中時部落格	<a href="http://blog.chinatimes.com/">http://blog.chinatimes.com/</a>
	背包客	<a href="http://www.backpackers.com.tw/forum/">http://www.backpackers.com.tw/forum/</a>
	Xuite日誌	<a href="http://blog.xuite.net.tw/">http://blog.xuite.net.tw/</a>
	無名小站	<a href="http://www.wretch.cc/blog/">http://www.wretch.cc/blog/</a>
	Yahoo!奇摩部落格	<a href="http://tw.blog.yahoo.com/">http://tw.blog.yahoo.com/</a>
	新浪部落	<a href="http://blog.sina.com.tw/">http://blog.sina.com.tw/</a>

資料來源：本研究整理

#### 4.1.4 來源四：照片

目前大多數的部落格呈現「文字」不再只是唯一的選擇，照片、甚至是動態的影像均可成為部落客撰寫文章的另一個呈現方式，有鑒於此，本研究想透過部落客所拍攝的照片中，試圖了解前往板頭社區遊憩之遊客大多會選擇何處拍攝？哪些作品是較受青睞的？但由於著作版權的問題，照片的來源是研究者以忠於原著為原則，實際到現場拍攝作為文本，再透過瀏覽部落格及網路文章的方式，加以計算該景點、該作品共出現的次數；在瀏覽的過程中若發現有新增的照片，則至板頭社區再

進行現場拍攝及確認，以求照片地點之準確。前後總共拍攝了24張具代表性的照片(熱門景點、公共藝術作品)，透過照片傳達出與文字大不相同的信息，也可以發現板頭社區與其他旅遊目的地展現出的不同面貌。

#### 4.1.5 基本資料分析

部落格作者中，以性別而言，在96篇部落格中有89個作者有顯示出其性別，其中男性有20人(22.5%)，女性有69人(77.5%)，顯示出文本的女性網誌寫作者比例遠高於男性網誌寫作者。

而在星座方面，不同於一般做年齡分析的部份，大多的部落客都不太願意公開自己的實際年齡，多以生日(幾月幾日)呈現自我資訊，所以本研究利用月份推算出星座並從中作分析。96篇部落格中有54個作者顯示其生日或星座，其中水瓶座有2筆、雙魚座有2筆、牡羊座有5筆、金牛座有6筆、雙子座有4筆，巨蟹座有4筆、獅子座有3筆、處女座有9筆、天秤座有3筆、天蠍座有10筆、射手座有2筆、摩羯座有4筆，將星座區分成火象星座、風象星座、土象星座及水象星座四類，整理如表4.5。

表 4.5 樣本星座分類一覽表

星座 樣本數	火象星座 (牡羊、獅子、射手)	風象星座 (雙子、天秤、水瓶)	土象星座 (金牛、處女、摩羯)	水象星座 (雙魚、巨蟹、天蠍)
54	10	9	19	16
100%	18.5%	16.7%	35.2%	29.6%

資料來源：本研究整理

由表4.5中可看出，根據樣本，土象星座與水象星座的人比較會將自己的個人資料呈現在網路且較樂於在網路上紀錄及分享自己的生活點

滴。

在居住地部分，本研究分為北、中、南三個部分，可分析樣本數47筆，其中北部佔了19筆(40.4%)，中部佔了13筆(27.7%)、南部佔了15筆(31.9%)，整理如表4.6。

表 4.6 樣本居住地分類一覽表

居住地 樣本數	北部 宜蘭、基隆、台北 新北、桃園、新竹	中部 苗栗、台中、南投 彰化、雲林	南部 嘉義、台南 高雄、屏東
48	19	13	15
100%	39.5%	27.1%	31.3%

資料來源：本研究整理

由表4.6中可看出，到訪嘉義新港板頭社區的遊客並非只是侷限於當地居民，其實來自於遠方的遊客也是佔了不少的比例，足以說明板頭社區已經過蛻變，是個具有吸引力、遊客有意願前往旅遊的社區。

在職業方面，可分析樣本數20筆，教師5筆(25%)，公務人員2筆(10%)、工商業5筆(25%)、記者1筆(5%)、作家4筆(20%)、護士1筆(5%)、學生2筆(10%)，整理如表4.7。

表 4.7 樣本職業分類一覽表

職業 樣本數	教師	公務 人員	工商業	記者	作家	護士	學生
20	5	2	5	1	4	1	2
100%	25%	10%	25%	5%	20%	5%	10%

資料來源：本研究整理

在學歷方面，有公布只有6筆，大學佔了4筆(66.7%)，研究所佔了2筆(33.3%)。其餘均未公開，這也說明了目前大多數的網路使用者不願意公開個人基本資料，畢竟這牽涉到個人隱私問題。故撰寫網誌或是架設交流平台者雖然都願意分享自己的遊憩生活點滴，但若是關於個人較隱私的資料，就會有顧慮而有所保留。

## 4.2 語義網絡分析

使用語義網絡分析板頭社區所呈現出的目的地旅遊意象與體驗價值，結果如圖4.1所示。

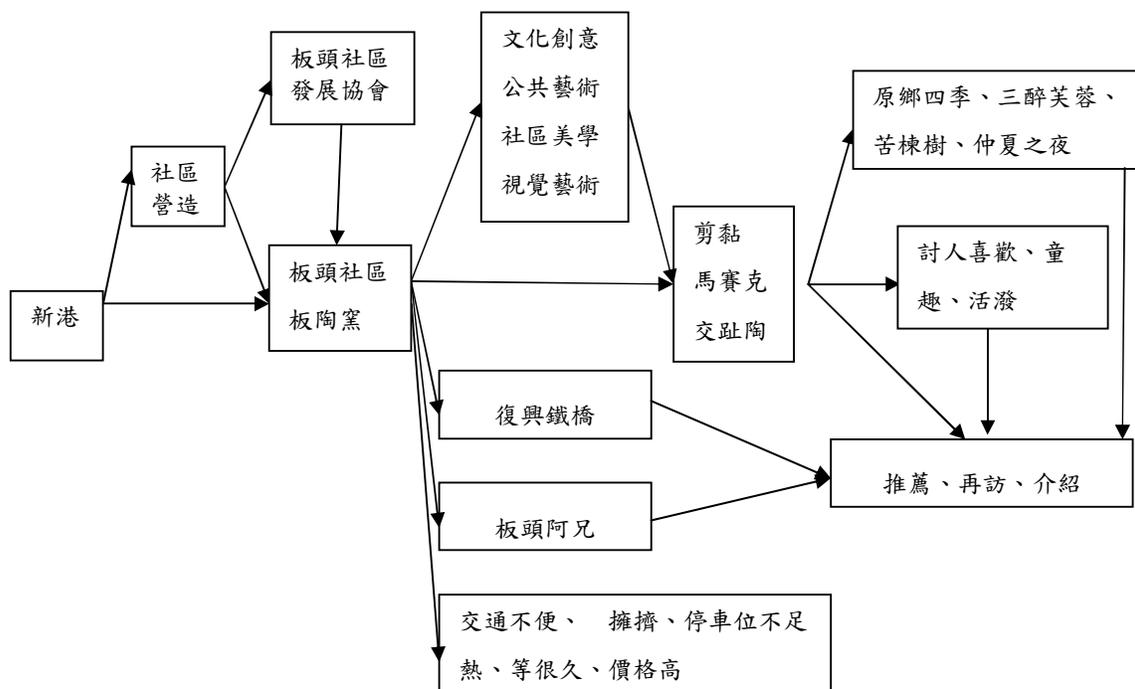


圖 4.1 部落格架構圖

資料來源：本研究整理

嘉義縣新港鄉板頭社區能成為社區再造中的佼佼者，其主要的關鍵

就在於政府推動的社區營造政策下，社區發展協會透過社區居民參與，將在地的產業展現創意，使得社區呈現出不同面貌，讓板頭社區展現出它的藝術氣息。在文化創意產業的推動下，讓傳統產業技能得以獲得重生，創造出更大的潛能，也讓新港能經由板頭社區而大力推銷，透過板頭社區所展現出的意象，使新港不僅只有宗教(奉天宮)、香藝，也締造出別有風味的人文藝術氣息。新港的板頭社區稱得上是一個社區再造成功的社區，也是一個能吸引外地遊客且值得推薦再次遊歷的社區。

### 4.3 內容分析

本研究之目的在探究遊客對新港板頭社區的旅遊意象與體驗價值為何？在此係依據Pan et al. (2007)修改自Cooper (2005)觀光合成模型(tourismamalgam model)的類目，進行板頭社區文本編碼，以增加並識別出子分類，得到板頭社區旅遊意象的相關句子，再將之轉碼成遊客在板頭社區的體驗價值。

本研究依據板頭社區文本中實際上所呈現出的情形，以Pan et al.(2007)修正模型為基礎，修改構面的子類目成為：

#### (1)吸引力(Attractions):

板頭景點、板頭風景均是促使遊客前來旅遊的原始動機。

在「板頭景點」方面，遊客對板頭社區或板陶窯欣賞到的公共藝術、沿路風景都有著相當滿足的評價，像是：

*“結合東方林園之美的板陶窯，是這天行程的重點之一，在這裡可以見到有別於廟宇神聖莊重的剪黏跤趾陶藝術之美，更多不同的可愛氣息(no. 2)”*，  
*“在板頭村鄉間遊車河，每個轉彎或角落，不時會出現可愛的交趾陶拼貼藝術品(no. 4)”*，

*“交趾陶藝術村位於嘉義新港的板頭村，走在村子裡就像是尋寶一般，期待轉*

個彎能夠看到不一樣的畫面！(no. 7) ” ，

“色彩繽紛的糖果牛、陶板製作的可愛人物，都為單調樸素的農村景觀帶來逗趣活潑的生氣(no. 8) ” ，

“當然也可以去有黃金鐵道之稱的百年「復興鐵橋」走走，那是早期是運送蔗糖的五分車鐵道—復興鐵橋 (no. 8) ” ，

“板頭村不僅是陶窯藝術品著名，鄉村建築與田野風光也是在地特色。(no. 10) ” ，

“板頭厝車站. 「相信有一天、火車ㄟ轉來」，讓人感覺到一股濃濃的傳統味。(no. 13) ” ，

“板頭社區亂亂走都可以看到許多交趾陶人偶藝術品各自闡述早期農村生活，不論表情和風格都很活潑(no. 14) ” ，

“坐落在嘉南平原上的剪黏主題餐廳，放眼望去園區裡有很多可愛的陶藝品，看到小朋友在控土窯、灌蟋蟀、摸蛤仔兼洗褲，讓人不禁回想起童年那段無憂無慮的時光(no. 18) ” ，

“古笨港原鄉四季大壁畫~~人潮真是不少啊！(no. 19) ” ，

“板頭村是這幾年來，興起的一個嘉義旅遊點，傳統技藝 { 交趾陶 } 將板頭社區打造為一個可愛又美麗的村落，嘉義小旅，最想來的也就是這兒。(no. 20) ” ，

“在板頭社區走動，隨處可發現驚喜。許多家戶圍牆上有美麗的剪黏或交趾陶，而且沒有兩家是一樣的，這是由交趾與剪黏所編織的一家一故事(no. 21) ” ，

“車子停好後，在路邊就發現這棵交趾陶做出來的大樹 其精細程度讓我驚呼連連阿(no. 24) ” ，

“一路上，都可以看到這種馬賽克剪粘的椅子 既童趣又很實用，走累了處處有位子可以坐下休息(no. 25) ” ，

“這裡真的有很多可愛的小東西可以駐足拍照。(no. 26) ” ，

“村莊裡的作品不斷增加 每次造訪都有新的驚奇唷！(no. 27) ” ，

“沿著鐵道兩旁充滿了可愛的座椅，有動物、卡通或是人物的，每一個都可愛的讓人拼命按 快門著他！(no. 27) ” ，

“走進村子裡，讓Mindy眼睛為之一亮的並不是那些可愛的交趾陶，而是村子內這一片片綠油油的稻田，整個村子放眼望去，沒有高樓大廈、沒有工廠，有的只是一片片綠色的稻田，讓人感覺好舒服。(no. 29)”

“每張椅子都很有特色 是說板頭社區真的很貼心，走個約二十幾步就一張這麼可愛的馬賽克椅，讓坐在上面休息時都覺得很舒服。(no. 31)”

“就在一旁的大馬路邊，有著色彩鮮豔的牛群們，是使用馬賽克拼貼而成的牛隻跟牛車，吸引不少大小朋友與之合照，還有綠色稻田點綴，讓畫面更協調。(no. 32)”

“新港除了媽祖廟有名外 最近幾年也很努力開發觀光景點 就板頭社區來講 去年就陸續在網路上看到格友介紹 今年我們也前往這新的觀光景點瞧瞧 (no. 33)”

“連電線桿上都有驚喜，結果又在這邊玩了起來~嘆(no. 35)”

“板頭社區的交趾陶人偶都好生動 這裡的每一面牆各有各的表情和故事，觀者當會心一笑(no. 36)”

“之前就好想都這個可愛的小村莊來走走，終於在此次能夠來到板頭社區!! 真的~真的是好可愛的地方捏~(no. 39)”

“整個村莊仍保存復古風味，很多耐人尋味的古物(no. 41)”

“哈哈 可愛的台灣黑熊 還有好多好多可愛的椅子 無法全部放進來 大家可以去相簿看喔! 不過最好還是親自走一趟新港去坐看看啦!(no. 43)”

“スーパーかわいい 是日文超可愛的意思，日本女生看到可愛的東西，總喜歡誇張的說：卡哇伊(尾音提高)，我第一次到訪嘉義板頭社區，看到這麼多可愛的剪黏交趾陶作品，心中也直呼：好可愛、好有特色的社區。(no. 44)”

“在這個很鄉村風的社區中 每個角落都有令人驚喜的地方(no. 49)”

“板頭社區推行的「一家一故事」計畫，在社區內每個家戶圍牆，居民運用交趾陶與馬賽克拼貼，在自家牆上創作出充滿創意、令人莞爾作品。(no. 53)”

“新港板頭村交趾剪黏藝術村~到處都是有趣的拍照景點!(no. 113)”

“來到位於「板陶窯」旁的路口處，這幾隻以馬賽克拼貼的台灣水牛，立即吸引我們的眼光，其色彩絢麗而優美，栩栩如生的模樣直令人讚嘆(no. 117)”

“到板頭村看看交趾陶彩繪社區，跟著名的台中彩虹眷村有很大的不同，彩繪人物都是立體的，顏色是由一片片的交趾磚貼成(no. 106)” ，

“到過嘉義幾次，尚不知還有個這麼棒的地方，偶然之下逛著格友的布落格發現有一處位於嘉義溪口鄉的板頭厝，裡面還存在著許多年代已久的物品，且佔地不小，一整個村落除了親切的鄉土味外，還夾雜著一些藝術創作，令人目不暇已。(no. 112)” ，

“來到位於「板陶窯」旁的路口處，這幾隻以馬賽克拼貼的台灣水牛，立即吸引我們的目光，其色彩絢麗而優美，栩栩如生的模樣直令人讚嘆。(no. 118)” ，

“位於嘉義新港鄉內的板頭社區，在近年來積極轉型為藝術鄉村社區，將社區營造設計成一條適合遊客觀光的路，來到板頭村，入口的拼貼設計，引領大家走進藝術的空間，讓到訪的遊客無不驚嘆連連。(no. 129)” ，

## (2)設施(Amenities)

提供遊客在當地旅遊時所需，包含小吃、店家、攤販以及遊客中心。

在「板陶窯」方面，遊客對其印象：

“入館收清潔費50元，全額可以抵園區內消費，算是很便宜的門票，第一次入園剛好遇上公休日，唉呀，大門深鎖(no. 2)” ，

“板陶窯的桌椅設計也是一絕。(no. 8)” ，

“園區內到處都可以看到精美的藝術作品(no. 12)” ，

“餐廳前有一個工藝賣場有賣一些交趾陶作品，也有DIY區可自己親手製作一些作品。(no. 12)” ，

“板陶窯包含了戶外庭園區、體驗工坊、工藝館、產品販售區、餐廳等五大區塊。甚至還可以住宿。(no. 20)” ，

“板陶窯的門口有著一座巨大的作品，是以廢物利用的想法作成的喔，很有創意吧!(no. 22)” ，

“坐落在嘉南平原上的剪黏主題餐廳，放眼望去園區裡有很多可愛的陶藝品，看到小朋友在控土窯、灌蟋蟀、摸蛤仔兼洗褲，讓人不禁回想起童年那段無憂無慮的時光；餐廳門口有多種俏皮的馬賽克造型椅，像是：愛情鳥椅、孫悟

空五指椅，兼具美觀與實用；走累了，不妨坐下來 休息，欣賞充滿創意的藝術殿堂。(no. 23)” ，

“板陶窯剪趾窯工藝園區外觀是傳統的東方古典林園，牆上卻是充滿現代趕的彩色小花，藍天下形成相當大的對比。本來這不在我們預定的行程內，但被外觀 深深吸引的我們還是入內了。這編入內參觀需要50元的門票，但可以底最低消費。(no. 34)” ，

“以日式庭園風格為主的板陶窯，在這裡看見的鳥兒、青蛙、植物，都是栩栩如生的創作，這可都是百年工藝的累積呢！(no. 37)” ，

“本來要先去板陶窯吃個中餐 但是人潮擁擠啊！還是等下一次人少的時候再來光顧吧！(No. 40)” ，

“裡面還有很多可愛的作品喔。而且還可近距離觀賞到這些作品的製作方式及過程。(no. 44)” ，

“一入園 就看到這副口愛景象，一旁角落，有幾隻有趣的青蛙 動作悠閒，讓人不禁會心一笑(no. 49)” ，

“來到板頭村剛好是中午了，就到板陶窯內的餐廳用餐，入內要50元清潔費，可抵消費，除了吃東西外，板陶窯以也有交趾剪黏工藝館、體驗工坊以及東方古典園林造景的建築，當然用交趾剪黏做成的可愛造型動物也是不會少的。

(no. 105)” ，

在「板頭阿兄」方面，遊客對其印象：

“坐在「板頭阿兄」的舖子內，含著冬瓜熬煮而成的綠豆粉圓挫冰，回想一整天拜訪新港鄉板頭社區的收穫，忍不住嘴角上揚，內心感動。(no. 5)” ，

“板頭阿兄的地方美食，曾被不少部落客所推薦，我也推薦啦~XDDD(no. 10)” ，

“媒體經常報導的這家"板頭阿兄"，是相當有古意的一家小店，裝潢也很有傳統味~(no. 13)” ，

“鎮店招牌是這個"板頭綠豆饅"\$30元，口味相當特殊，料多實在，有機會可以嚐試看看優~(no. 13)” ，

“千里順風湯\$30，龍眼乾+白木耳+紅棗，是爸媽的最愛。(no. 13)” ，

“老闆多送的“舊河道土豆乾”，很夠味ㄟ~(no. 13)” ，

“在舊河道旁的板頭阿兄，復古房舍擺放著許多古早的文物，還有用花盆組成的可愛公仔，頗像古早的客棧(no. 14)” ，

“親切又鄉土味十足的板頭阿兄來到板頭村一定要過來坐坐喝碗涼的，納涼休憩感受一下早期的懷舊風(no, 14)” ，

“板頭厝車站旁的「板頭阿兄」，是座以民初時期為時空背景的古早味攤子。不過我們因為不餓所以沒有進去吃；很多客人(no. 19)” ，

“口渴了還有飲料站，Logo設計的好可愛!(no. 25)” ，

“逛累了，最後可選擇在板頭阿兄休息喝杯飲料再上路，原以為觀光景點的茶飲店價格都不可愛，板頭阿兄卻沒有這問題，價格非常的親民，不扼殺觀光客的荷包，裝潢也很有特色，超推薦的。(no. 32)” ，

“看到這台板頭阿兄像是能看出早期板頭街上農村生活似的(no. 33)” ，

“從火車站繼續往前走會經過一整片的荷花池，繼續走旁邊就是板頭阿兄的店了。這是一間賣許多傳統特色小物與美食的店，旁邊有古時農家用的腳踏車、牛車等，還有一些體驗的活動，平日來時，這是這條路上唯一有關的店...。(no. 34)” ，

“舊鐵道旁的板頭阿兄像極了古早『甘仔店』外頭擺放可愛造型玩偶，裡裡外外全是復古文物很有看頭，也有賣冷熱飲品，是一家有看頭、賣燒吃涼雜貨鋪。(no. 38)” ，

“這裡有在賣涼飲跟點心，我們照著menu上推薦點了冬瓜鮮奶波霸，超讚!!(no. 43)” ，

“東森電視台也曾報導過板頭阿兄(no. 45)” ，

“「板頭阿兄-賣燒吃涼」位於板頭車站的旁邊，其主要特色是它仿造民初時期的古早味攤子，打造出一處彷彿是時光倒流的空間(no. 48)” ，

“店內充滿著濃濃的復古味，坐這木椅好像回到國小時上課的感覺(no. 119)” ，

“在板頭阿兄喝涼吃冰，還可以假裝自己是龍門客棧裡的俠客，過一把荒野大鏢客的癮。(no. 120)” ，

“看看它們的菜單，裡面賣的東西挺多樣化的，有烤甘蔗、烤玉米還有古笨港小菜，不過天氣這麼熱，我們還是來試試它的鎮店招牌～板頭綠豆饅。

(no. 138)” ，

“板頭阿兄的甜品很特別，叫千里順風湯。玩累了，可以點個甜品坐下來休息一下。(no. 141)” ，

在「攤販」方面，遊客對其印象：

“在往裡頭走去，發現有些在賣涼水的小攤販。另也有一些童玩小物。(no. 11)” ，

“刺殼粿，這我就不知道是啥瓦糕了(no. 13)” ，

“板頭村裡的舊河道，有幾家復古的小店，這裡的用具都是古早古早的東西，有賣一些滷肉飯、貢丸湯以及一些冷熱飲。(no. 26)” ，

“車站旁有許多很有古早味設計的小攤子(no. 28)” ，

“在板頭社區內，過年期間很多攤販店家都休息了，突然口渴想買杯飲料還真是困難。(no. 32)” ，

“說穿了就是蔥油餅皮攤 是說還真好吃呢!! 酥脆的餅皮讓Mao忍不住買回來準備大展身手煎煎看 在月台旁其實還有不少攤販進駐 只是不巧的是今天營業的不多(no. 33)” ，

“鐵路旁的這攤燒肉粽，老闆看到我在拍攝 還跟我比了YA並告訴我，我這攤不知道被多少人拍(no. 36)” ，

“經過了這個交趾藝術村裡唯一像是商店街的小地方 不過似乎正好碰上週一公休日，可惜了沒能有機會在裡頭喝口水吃碗冰 望眼一看，裡面滿滿懷舊文物…很有感覺呢!(No. 42)” ，

“假日時，鄉間小路會有許多傳統小吃、遊戲攤販進駐 令小編印象深刻的是，一位賣古早味麥芽糖的爺爺總是熱情的請遊客試吃麥芽糖(no. 43)” ，

“舊板頭厝車站，變身成觀光案內所，裡面有旅遊資訊可參考，不過外面已經被攤販占據，是個小缺憾(no. 106)” ，

“越靠近板陶窯，路邊就熱鬧了起來，長長的空地，聚集來不少很有農村特色的小攤。(no. 120)” ，

“可能是小攤太多，沒人統一管理，所以顯得有點雜亂，如果地面能再整理得整齊一點，雜草修整一下，應該更能彰顯特色吧！(no. 120)”

### (3)交通(Access)

提供遊客自出發地往返目的地之間的工具與遊憩時所需之工具。

“嘉義159縣道往北港方向，過了新港奉天宮約一分鐘車程，看見高鐵涵洞，一過高鐵涵洞右邊斜45度角產業道路進入即是板頭社區文化藝術村。(no. 38)”

“新港《板頭村》距離嘉義高鐵站只有幾公里路程，有高鐵真方便，加上姪兒專車接駁，讓我免去舟車勞頓。(no. 46)”

“看來這裡的人潮變多囉！去年，連要買一瓶水都沒有，今年開始有商家做起租車生意了(no. 46)”

“我們在嘉義交流道下去，竟然轉錯方向(往華山方向走)，趕緊回頭~~往海邊方向走，一路忙著找路名路標~(沿著地圖走)，終於看到高鐵高架橋(就對啦!)，在小路邊看到一個小小指標(板頭村)，就大膽的往小路開過去，開過了高架橋，沒想到就被我們找到了板頭村路口~呼~(真是鬆了一口氣呀!)(no. 104)”

“周六一早與友人，火車搭到嘉義火車站，時間或許過早，我們八點多就到火車站了，問了幾位善心的在地民眾後，我倆還是不斷鬼打牆似的，走過頭、轉錯彎，浪費了不少時間才找到嘉義客運的藏身之地(我偏要說它躲著)，坐上往北港方向的客運，朝向板頭村前進。(no. 111)”

“非常推薦坐個火車到嘉義 再搭公車來摸摸馬賽克吧(no. 140)”

“其實村子內還有許多的創作都沒找到，下次如果還有機會的話，還想再來這兒走透透，應該帶著小折來這兒散步，而且現在還有社區導覽服務，揪一團來這兒玩應該也不錯才是XD(no. 152)”

#### (4) 整體印象(Overall impression)

遊客對目的地產生的主觀整體感覺，包含地方氛圍、體驗價值、旅遊意象。

“嘉義新港的板頭村是最近幾年滿有名的藝術小村落，利用這次難得的家庭旅遊和家人一起去看看這個特別的地方。本來以為這應該就像左營自助新村或是台中彩虹眷村一樣，但到了這才發現原來這裡的規模好大，藝術品的數量也是非常多，真的要花半天以上才可以好好的品嚐這個小村落。(no. 27)”

“板頭社區內最受歡迎就是養羊人家和躲貓貓的小女孩，維妙維肖的神情是大家最愛取景的地方，一家一故事的鄉村生活，一幕幕在現實中被刻畫。(no. 37)”

“整個板頭社區就是處處充滿童趣與驚喜(no. 41)”

“除了很難細數清的這些可愛交趾陶作品，板頭社區裡處處有著讓人驚奇的美麗，還以為已經過了季節的這些波斯菊們，娃在這裡看見它們盛開…(no. 42)”

“延路風景宜人，慢步在此真也算種幸福 整片綠油油的秧苗遠看就像是一片大草原般，好美～(no. 42)”

“在這裡 可以感受到當地居民的熱情及用心(no. 49)”

“這裡，就是這麼可愛的社區 讓人流連忘返(no. 49)”

“原來已廢棄的板頭厝車站，結合社區居民的力量，收集舊廢料將板頭厝車站依原樣重建，也是板頭社區再造的原點。(no. 52)”

“由嘉義縣板陶窯文化發展協會所執行的「古笨港越堤及周邊環境景觀空間改善計畫」，將古蹟遺址打造為極具現代感的空間～～這種「Old Is New」的思代路最 讓偶有愛了！(no. 52)”

“可愛生動、饒富趣味的彩陶人物，為單調樸素的農村帶來生氣勃勃的景觀。(no. 53)”

“超生活化的題材，難怪引起這麼大的共鳴，假日的板頭村人超多(no. 105)”

“在板陶窯吃完、逛完整個板頭社區，彩色的顏色讓我眼花撩亂，立體的交趾

也讓小福寶超High。板頭社區的農村改造，真的是非常成功，也帶來的大批人潮，如果來嘉義，別錯過了這彩色的社區(no. 106)” ，

“第一天中午，我們來到了嘉義新港鄉的板頭村，這裡原本是一個名不見經傳的村落，卻因交趾陶剪黏藝術，在這一兩年來，逐漸成了旅人口中爭相走告的新景點。(no. 118)” ，

“嘉義-交趾陶藝術與農村的完美結合::新港板頭村(no. 119)” ，

“第一次聽到新港有這樣一個藝術村是在五年前的農曆春節，同學們吆喝著來嘉義找我玩，拿出了一張剪報指明要去報導的地方，我看完剪報後整個傻住，完全不知新港什麼時候冒出了這麼個景點。(no. 120)” ，

“馬賽克藝術也可以和農村文化作結合。鐵軌上，一隻一隻瓷片拼貼的牛隻拉著老舊牛車，現代藝術也有舊時代氛圍。(no. 120)” ，

“這用剪粘出來的“原鄉四季”，有春、夏、秋、冬不同季節的景色。原本單調無趣的堤防經過裝扮之後也變的生動有趣了~ (No. 121)” ，

“最近嘉義主打的口號是「回嘉真好」，板頭村挺響應政府的政策，在此主打「有你真好」！(No. 122)” ，

“在這個村落中，最吸睛的應該就是這序列的繪本式陶版的矮牆，小孩們與動物的逗趣表情，總讓到此的孩子們，可以看圖說故事地，道出不同的生活劇情。(no. 124)” ，

“這面牆上的圖樣據說是社區阿公阿嬤的設計及拼貼 我想到南投魚池山楂腳的馬賽克拼貼圖畫 頗有異曲同工之妙呢！不過山楂腳的拼貼鄉土味較重，這裡的則是顯得較為細膩鮮明些(no. 126)” ，

“板頭社所看的到的可愛畫面 皆是用交趾陶剪黏藝術和馬賽克創造出來的，讓整個社區充滿活力，是藝術融入生活的最佳寫照，也是一般都市人享受不到的樂活呢。感受不一樣的藝術社區，來這走走吧！(no. 129)” 。

“社區的居民自己設計自家的圍牆，有色彩繽紛的糖果牛，富饒趣味以及陶板製作的可愛人物，社區充滿活潑的氣息。(no. 130)” ，

“我頗喜歡這裡：嘉義新港板頭村交趾剪粘藝術村。(no. 132)” ，

“十數年前，Leo曾經在嘉義新港走跳過好一陣子，可是對於板頭村是毫無印象。沒想到，這個原本跟其他傳統農村一樣，面臨人口老化以及外移而逐漸

凋零的小農村，現在卻搖身一變，變成色彩繽紛，處處充滿活力的陶藝村！  
(no. 134)”

“嘉義新港鄉的板頭村不同於其它的農村，它結合了交趾陶和剪粘藝術，妝點著板頭村，讓板頭村搖身一變成了美麗的陶藝村。就算是平凡無奇的灰色圍牆，也是充滿了驚奇、趣味，只要來過一次，一定會愛上這個地方。  
(no. 138)”

“交趾剪粘藝術村—板頭社區」從網路上看到網友的分享，就讓我一整個想親自到這走走(no. 139)”

“板頭村其實說大也不大 但漫步其中可以發現好多美好 大人小孩臉上都是笑盈盈(no. 140)”

“繼續往裡面走，過一座小橋，就可以看到更多東西，不時有很特別可愛的裝飾，大人小孩都喜歡(no. 145)”

#### 4.4 頻率分析

本研究分析整理四種來源的文本後，針對關鍵字出現的次數加以統計，如3.3.4所述，針對全部文本進行內容分析時，因採無結構探究式之分析，研究者在編碼的過程中，會根據文本再適度增加建立關鍵字的數量，因此最後關鍵字為66個。

將文章中較常使用、出現頻率較高的關鍵字及出現次數，整理結果如表4.8。

表4.8 關鍵字及出現次數一覽表

關鍵字	出現次數	關鍵字	出現次數	關鍵字	出現次數
板頭	1708	童趣	73	便利	23
社區	1243	環境	69	文化創意	22
新港	1114	苦楝樹	65	造型椅子	22
剪黏	520	成功	60	藝術氣息	19
板陶窯	447	介紹親朋好友	58	新港文教基金會	17
可愛的	262	趣味	52	再訪	16
熱	226	板頭厝車站	49	擁擠	16
推薦	223	社區營造	45	三輪車	14
小吃	180	活潑	41	社區發展協會	13
創意	132	三醉芙蓉	38	視覺藝術	13
馬賽克	127	社區再造	35	討人喜愛	10
傳統	122	原鄉四季	32	案內所	10
復興鐵橋	100	人文	32	交趾陶	8
板頭阿兄	98	造型牛車	31	破壞	8
公共藝術	87	社區美學	30	親子共遊	6

資料來源：本研究整理

由表4.8中可以看出，在內容分析的文本中，這45個關鍵字出現的次數至少有六次以上，主要包含了遊客前來旅遊的動機(例如:可愛的、推薦、社區再造)；社區意象(例如：環境、文化創意、剪黏、視覺藝術)；餐飲(例如：板頭阿兄、小吃)；旅遊意象(例如：童趣、趣味、藝術氣息)；板頭社區的遊憩據點(板陶窯、案內所、復興鐵橋、板頭車站)；非營利機構(例如：新港文教基金會、社區發展協會)；熱門公共藝術作品(例如：三醉芙蓉、原鄉四季、造型牛車、苦楝樹)；負面評價(例

如：擁擠、熱、破壞) …等。這些關鍵字能忠實反映出板頭社區在社區營造的歷程中給人何種印象？板頭社區帶給人們整體的印象除了具有公共藝術品所帶來的視覺饗宴外，也讓人們了解傳統社區的發展能透過非營利機構的推動與居民間的合作締造出成功的永續社區。由表4.8也可以得知板頭、社區、新港這三個關鍵字出現的次數遠遠高於其他的關鍵字，這說明板頭社區是新港的一個象徵，若提到新港及社區大多會聯想到板頭社區，在政府極力推動社區營造計畫的歷程中，相信新港的板頭社區是一個深具代表性的成功例子，其諸多面向上都已營造蛻變成與往日不同面貌的優質社區。而新港板頭社區能在近年來竄起的原因之一就是能將剪黏工法發揮得淋漓盡致，將其傳統只出現在廟宇的剪黏技術運用在公共藝術上，且透過社區發展協會與新港文教基金會與行政院文建會大力支持下，創造出許多具有創意、童趣、可愛的藝術品也讓整個社區充滿了視覺藝術，帶動社區美學讓新港這個板頭社區能突破傳統、發揮生活創意使這個旅遊目的地成為一個成功、值得推薦並會介紹給親朋好友與親子共遊的好去處。

另外，本研究也想針對出現次數雖然少於六次，但其仍具有其意義的關鍵字來進行探討。例如：入口意象「笨港原鄉開台第一庄」這個關鍵字在文本中只出現兩次敘述，但透過來源四：照片的呈現，出現了23次；這說明有23個文本都提到「笨港原鄉開台第一庄」，從這結果可以說明有些意象的傳達並非只有透過文字有時也會利用照片的方式呈現。這也是本研究會加入照片分析的主要原因。

本研究針對153個文本，統計照片中最常出現的景點與公共藝術作品為何？以期使本研究更為完整。結果如表4.9。

表 4.9 照片出現次數統計表

編號	No. 1 (案內所)	No. 2 (入口意象)	No. 3	No. 4	No. 5
照片					
次數	25	23	20	33	51
編號	No. 6(仲夏之夜)	No. 7(三醉芙蓉)	No. 8(原鄉四季)	No. 9	No. 10
照片					
次數	20	24	50	33	31
編號	No. 11	No. 12	No. 13(入口意象)	No. 14	No. 15
照片					
次數	25	25	21	20	20

資料來源：本研究整理

在旅遊景點部份(No.1-No.5)，「案內所」出現在25個文本中；「相信有一天火車 轉來」的標示語出現了20次；板頭社區入口意象「笨港原鄉開台第一庄」則出現了23次；利用拼貼方式製作的導覽地圖也出現在33個文本中。另外在入口意象中，一系列的牛車也是最具代表之一，在文中當中，出現的次數高居第一名(51次)，這也說明牛車系列成功打造了板頭社區的入口意象。

在公共藝術部份，河堤三大壁畫作品(No.6-No.8)：「仲夏之夜」、

「三醉芙蓉」、「原鄉四季」，分別也出現了20次、24次、50次。其作品也被稱為新港「板頭3朵花」，其中「原鄉四季」作品出現次數僅次於「牛車」系列。

根據研究者的研究與實際踏查發現，這三大河堤剪黏壁畫作品均位在同一面河堤上，但為何拍攝的次數卻有如此大的差異？其原因應為「原鄉四季」是第一期的作品，其手法是利用苦楝樹來展現出春、夏、秋、冬四個季節的變化，是最具代表性作品之一；而第二期作品為「三醉芙蓉」，其手法是利用山芙蓉花呈現，於2011年10月完工；新完成的第3期「仲夏之夜」在橋下涵洞空間開展，涵洞上方的「星空」也是遊客紛紛拍攝的公共藝術作品之一。

另外，透過公共藝術作品(No. 9-No. 15)展現出社區美學，有創意的構思與運用馬賽克與交趾陶的技巧，讓傳統的社區環境增添了幾許藝術氣息與人文因素，讓新港板頭社區成為社區再造的成功代表，也正因為如此，近年來遊客的人數日趨上升，再訪率提高。

然而，透過頻率分析只能統計出單一關鍵字所出現的次數，沒有辦法了解關鍵字與關鍵字間的關聯，故本研究想進一步利用量化分析來探究關鍵字間的關係。其方法是利用皮爾森積差相關探討關鍵字間的關係，但由於本研究的樣本數僅只有153筆，且多是質性文字稿，故相關係數取到0.3。相關係數分析結果如表4.10。

表 4.10 關鍵字間相關係數分析表

關鍵字	關鍵字	相關係數	關鍵字	關鍵字	相關係數	關鍵字	關鍵字	相關係數
A 社區再造	L 活潑	0.330**	J 板頭	O 剪黏	0.468**	S 馬賽克	BI 板陶窯	0.393**
B 社區美學	D 文化創意	0.846**	J 板頭	S 馬賽克	0.306**	S 馬賽克	BK 等很久	0.343**
B 社區美學	M 創意	0.331**	J 板頭	Y 板頭厝車站	0.352**	V 苦楝樹	W 復興鐵橋	0.498**
B 社區美學	R 公共藝術	0.859**	J 板頭	AG 推薦	0.309**	V 苦楝樹	AB 原鄉四季	0.361**
B 社區美學	AT 視覺藝術	0.480**	J 板頭	AM 熱	0.416**	V 苦楝樹	AC 三醉芙蓉	0.528**
C 社區營造	I 社區	0.326**	K 可愛的	S 馬賽克	0.352**	V 苦楝樹	AK 環境	0.366**
C 社區營造	AV 藝術氣息	0.348**	K 可愛的	AE 國劇臉譜	0.446**	W 復興鐵橋	AE 國劇臉譜	0.46**
D 文化創意	M 創意	0.493**	K 可愛的	AG 推薦	0.343**	W 復興鐵橋	AK 環境	0.501**
D 文化創意	R 公共藝術	0.862**	K 可愛的	AH 介紹親朋好友	0.300**	W 復興鐵橋	BI 板陶窯	0.453**
D 文化創意	AK 環境	0.540**	K 可愛的	AM 熱	0.302**	W 復興鐵橋	BK 等很久	0.508**
D 文化創意	AT 視覺藝術	0.302**	K 可愛的	BI 板陶窯	0.335**	X 造型椅子	AY 價格高	0.309**
E 傳統	F 新港	0.315**	K 可愛的	BK 等很久	0.332**	Z 山寨版火車	AO 停車位	0.399**
E 傳統	J 板頭	0.302**	M 創意	R 公共藝術	0.42**	AA 牛車	BN 案内所	0.302**
E 傳統	M 創意	0.570**	M 創意	AK 環境	0.431**	AB 原鄉四季	AC 三醉芙蓉	0.775**
E 傳統	O 剪黏	0.361**	M 創意	AS 人文	0.431**	AB 原鄉四季	BL 板頭社區發展協會	0.353**
E 傳統	BF 成功	0.463**	M 創意	BF 成功	0.449**	AE 國劇臉譜	AY 價格高	0.461**
F 新港	J 板頭	0.309**	N 童趣	P 趣味	0.306**	AE 國劇臉譜	BI 板陶窯	0.613**
F 新港	M 創意	0.317**	N 童趣	AH 介紹親朋好友	0.318**	AE 國劇臉譜	BK 等很久	0.814**
F 新港	AG 推薦	0.359**	N 童趣	AM 熱	0.355**	AG 推薦	AM 熱	0.405**
F 新港	AS 人文	0.311**	O 剪黏	V 苦楝樹	0.388**	AG 推薦	BF 成功	0.385**
F 新港	BF 成功	0.304**	O 剪黏	W 復興鐵橋	0.427**	AH 介紹親朋好友	AM 熱	0.374**
F 新港	BI 板陶窯	0.36**	O 剪黏	AK 環境	0.334**	AK 環境	BI 板陶窯	0.344**
F 新港	BK 等很久	0.324**	O 剪黏	BI 板陶窯	0.519**	AK 環境	BK 等很久	0.373**
H 板頭阿兄	J 板頭	0.513**	Q 討人喜愛	T 交趾陶	0.532**	AL 擁擠	AO 停車位	0.337**
H 板頭阿兄	BJ 三輪車	0.333**	Q 討人喜愛	BD 交通不便利	0.307**	AL 擁擠	AZ 破壞	0.37**
I 社區	J 板頭	0.494**	R 公共藝術	AK 環境	0.597**	AQ 垃圾多	AU 居民返鄉	0.495**
I 社區	O 剪黏	0.417**	S 馬賽克	W 復興鐵橋	0.503**	AS 人文	AV 藝術氣息	0.352**
I 社區	V 苦楝樹	0.311**	S 馬賽克	AE 國劇臉譜	0.422**	AS 人文	BF 成功	0.321**
I 社區	AV 藝術氣息	0.316**	S 馬賽克	AK 環境	0.356**	AY 價格高	BI 板陶窯	0.426**
						AY 價格高	BK 等很久	0.571**
						BB 衝突	BJ 三輪車	0.456**
						BI 板陶窯	BK 等很久	0.747**

\*\*P<.01

資料來源：本研究整理

由表 4.10 中可看出「社區再造(A)」與「活潑(L)」之相關係數為 0.33，

由表 4.8 可知「社區再造」出現的次數為 35 次；「活潑」出現的次數為 41 次，也驗證了圖 4.1 中兩者的相關性，由此可知板頭社區再造給人的印象是和活潑聯結的，也是其社區之特色之一。

「社區美學(B)」與「文化創意(D)」之相關係數為 0.846，屬高度相關。由表 4.8 可知「社區美學」出現的次數為 30 次；「文化創意」出現的次數為 22 次，也驗證了圖 4.1 中兩者的相關性，板頭社區營造出的社區美學是結合傳統文化產業，再透過創意構思所建立而成。

再者「文化創意(D)」與「公共藝術(R)」之相關係數為 0.862，亦屬高度相關。透過兩兩相關係數分析表也不難發現，「新港板頭社區」旅遊目的地之意象在於公共藝術作品(造型椅子、板頭三朵花、入口意象)結合社區美學締造出文化創意；「社區美學(B)」與「公共藝術(R)」之相關係數為 0.859，綜合以上的相關係數也可以看出新港板頭社區給人的印象不外乎結合「社區美學」、「公共藝術」而展現出具有「文化創意」的特色。

從另一個觀點來看：「傳統(E)」與「新港(F)」之相關係數為 0.315、「傳統(E)」與「板頭(J)」之相關係數為 0.302、「傳統(E)」與「創意(M)」之相關係數為 0.570、「新港(F)」與「板頭(J)」之相關係數為 0.309、「新港(F)」與「創意(J)」之相關係數為 0.317、「新港(F)」與「推薦(AG)」之相關係數為 0.359、「新港(F)」與「板陶窯(BI)」之相關係數為 0.36、「新港(F)」與「成功(BF)」之相關係數為 0.304、「板頭(J)」與「剪黏(O)」之相關係數為 0.468、「板頭(J)」與「馬賽克(S)」之相關係數為 0.306、「板頭(J)」與「推薦(AG)」之相關係數為 0.309，透過這些相關，我們可以推測新港能將傳統產業藉由創意的思維締造出成功的板頭社區，而其受推薦的主要原因在於透過剪黏、馬賽克的技法將

公共藝術呈現出來，而板陶窯園區是一個可供遊客體驗及完成簡易馬賽克作品的體驗園區。另外值得一提的是「板頭(J)」與「熱(AM)」之相關係數為 0.416，因此我們可以推測大多前往新港板頭社區的遊客多半認為其氣候是「熱」的。

針對公共藝術作品方面：「可愛的(K)」與「馬賽克(S)」之相關係數為 0.352、「可愛的(K)」與「國劇臉譜(AE)」之相關係數為 0.446、「可愛的(K)」與「推薦(AG)」之相關係數為 0.343、「可愛的(K)」與「板陶窯(BI)」之相關係數為 0.335、「創意(M)」與「公共藝術(R)」之相關係數為 0.42、「創意(M)」與「環境(AK)」之相關係數為 0.431、「創意(M)」與「人文(AS)」之相關係數為 0.431、「創意(M)」與「成功(BF)」之相關係數為 0.449、「童趣(N)」與「趣味(P)」之相關係數為 0.306、「剪黏(O)」與「苦楝樹(V)」之相關係數為 0.388、「苦楝樹(V)」與「三醉芙蓉(AC)」之相關係數為 0.528、「原鄉四季(AB)」與「板頭社區發展協會(BL)」之相關係數為 0.353，從這些相關係數來看，不難推測板頭社區的公共藝術作品多運用馬賽克及剪黏技法，作品給人的印象多是可愛的、具有創意的、且公共藝術作品多分佈在社區四周的環境中，例如：住家圍牆、河堤、舊鐵道沿線，並不是只有侷限在特定的位置，幾乎涵蓋整個社區，而且作品數量也與日遽增，而作品素材多以童趣、人文為主，另者板頭社區剪黏壁畫也因為板頭社區發展協會的協助、行政院文建會的贊助而能永續發展。

另外值得一提的是「馬賽克(S)」與「等很久(BK)」之相關係數為 0.343、「國劇臉譜(AE)」與「等很久(BK)」之相關係數為 0.814、「推薦(AG)」與「熱(AM)」之相關係數為 0.405，屬於比較負面的評價，其原因可能是遊客需要花較多的時候去等候拍照，尤其是較熱門的景點與推

薦的公共藝術作品，另也因為天氣炎熱，所以遊客拍攝完後即離開，故相較之下遊客就花較少的時間去感受其他的景觀或是其它的公共藝術品。

「推薦(AG)」與「熱(AM)」之相關係數為 0.405、「介紹親朋好友(AH)」與「熱(AM)」之相關係數為 0.374、「擁擠(AL)」與「破壞(AZ)」之相關係數為 0.37、「垃圾多(AQ)」與「居民返鄉(AU)」之相關係數為 0.495、「價格高(AY)」與「等很久(BK)」之相關係數為 0.571、「衝突(BB)」與「三輪車(BJ)」之相關係數為 0.456、「板陶窯(BI)」與「等很久(BK)」之相關係數為 0.747，在這裡會發現有些兩兩相關因素似乎沒有關聯性但卻呈現出較高的相關係數，推測其可能性是每個部落客對旅遊的陳述方式及表達的詳細度並不相同，因此也會出現看起來應該無直接關係的關鍵字卻呈現高度相關的結果，另一個可能性則是文本中提及到的次數相同，而量化軟體即產出高度相關的係數，但其可能存在間接相關或多個關鍵字之間的關係，故本研究擬再利用因素分析來萃取集合因素。

#### 4.5 因素分析

本研究以 153 筆資料，利用探索式因素分析來萃取因素，所得之結果如表 4.11。

表 4.11 因素分析表

因素	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量(%)	累積變異量(%)
因素一	K : 可愛的	.347	2.789	8.203	8.203
	O : 剪黏	.764			
	S : 馬賽克	.430			
	W : 復興鐵橋	.562			
	AK : 環境	.441			
	BI : 板陶窯	.930			
因素二	J : 板頭	.856	1.906	5.606	13.809
	H : 板頭阿兄	.580			
	Y : 板頭厝車站	.382			
	AM : 熱	.414			
因素三	A : 社區再造	.435	1.761	5.180	18.989
	C : 社區營造	.337			
	I : 社區	.928			
	AV : 藝術氣息	.354			
因素四	F : 新港	.953	1.758	5.171	24.160
	M : 創意	.315			
	AG : 推薦	.339			
	AS : 人文	.364			
	BF : 成功	.322			
因素五	G : 小吃	.995	1.195	3.515	27.675

資料來源：研究者整理

由表 4.11 可知因素一的解釋變異量為 8.203%，因素負荷量以「板陶

窯」為最高(0.93)；因素二的解釋變異量為 5.606%，因素負荷量以「板頭」為最高(0.856)；因素三的解釋變異量為 5.180%，因素負荷量以「社區」為最高(0.928)；因素四的解釋變異量為 5.171%，因素負荷量以「新港」為最高(0.953)；因素五的解釋變異量為 3.515%，因素負荷量「小吃」為 0.995。

五個因素中的因素一為「板陶窯、剪黏、復興鐵橋、環境、馬賽克、可愛的」等六個關鍵字組合而成的群，本研究將此群稱之為「景觀設施」；因素二為「板頭、板頭阿兄、熱、板頭厝車站」等四個關鍵字組合而成的群，本研究將此群稱之為「鐵道商圈」；因素三為「社區、社區再造、藝術氣息、社區營造」等四個關鍵字組合而成的群，本研究將此群稱之為「社區藝術」；因素四為「新港、人文、推薦、成功、創意」等五個關鍵字組合而成的群，本研究將此群稱之為「新港的人文聯想」；因素五為「小吃」，研究者將此群稱之為「小吃」。

#### 4.6 變項對板頭社區旅遊意象與體驗價值之差異

本研究針對因素分析出之五個因素(景觀設施、鐵道商圈、社區藝術、新港的人文聯想、小吃)，將各因素之組成關鍵字次數加總形成該因素之總次數，再進行探討變數在各因素的表現上是否有差異。結果分析如下：

##### 4.6.1 性別

本研究進行性別在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」、「小吃」等五個因素之表現的差異性。性別在各因素表現的平均次數如表4.12。

表4.12 性別在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數

因素	性別	平均數
景觀設施	男	17.6207
	女	11.4500
鐵道商圈	男	23.2759
	女	16.5500
社區藝術	男	11.4483
	女	9.8833
新港的人文聯想	男	20.0000
	女	9.6167
小吃	男	1.3793
	女	2.2333

資料來源：研究者整理

由表4.12中可知：在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」等因素的表現上，男生皆高於女生，而在「小吃」的表現上女生則高於男生。進一步分析性別在各因素的表現上是否有顯著性差異，結果如表4.13。

表4.13 性別在旅遊意象及體驗價值之獨立樣本檢定分析摘要表

SV	t 值
景觀設施	2.352**
鐵道商圈	2.528*
社區藝術	0.705
新港的人文聯想	4.521***
小吃	-0.357

\*P<.05 \*\*P<.01 \*\*\*P<.001

資料來源：研究者整理

由表4.13中可知：在「景觀設施」的表現上，男生和女生有顯著性差異，由男生之平均次數為17.6207、而女生之平均次數為11.4500，可知男生在「景觀設施」的表現比女生高；在「鐵道商圈」的表現上，男生和女生有顯著性差異，由男生之平均次數為23.2759、而女生之平均次數為16.55，可知男生在「鐵道商圈」的表現比女生高；在「新港的人文聯想」的表現上，男生和女生有顯著性差異，由男生之平均次數為20、而女生之平均次數為9.6167，可知男生在「新港的人文聯想」的表現比女生高；至於在「社區藝術」的表現上，男生之平均次數為11.4483、女生之平均次數為9.8833，但無顯著性差異；在「小吃」的表現上，男生之平均次數為1.3793、女生之平均次數為2.2333，是五個因素中平均數中唯一女生比男生高的，但無顯著性差異。進一步將各因素之組成關鍵字加以分析其平均數及進行獨立樣本檢定，結果如表4.14。

表4.14 性別在旅遊意象及體驗價值各因素之平均數及獨立樣本

檢定分析摘要表

因素	關鍵字	男	女	T值
景觀設施	K：可愛的	2.5862	2.6500	-0.096
	O：剪黏	5.3448	3.4500	2.317*
	S：馬賽克	1.7241	0.9667	1.340
	W：復興鐵橋	1.2759	0.5833	1.858
	AK：環境	0.8621	0.3833	1.695
	BI：板陶窯	5.8276	3.4167	2.011*
鐵道商圈	J：板頭	18.7586	13.2000	2.673**
	H：板頭阿兄	1.7586	0.6333	2.138*
	Y：板頭厝車站	0.7586	0.4000	1.251
	AM：熱	2.0000	2.3167	-0.654
社區藝術	A：社區再造	0.3103	0.2000	0.704
	C：社區營造	0.4138	0.1500	2.106*
	I：社區	10.5862	9.4500	0.56
	AV：藝術氣息	0.1379	0.0833	0.503
新港的人文聯想	F：新港	13.3448	6.2500	4.193***
	M：創意	1.7586	0.8500	2.302*
	AG：推薦	3.2069	1.9667	2.005*
	AS：人文	0.4138	0.2333	1.007
	BF：成功	1.2759	0.3167	3.486***
小吃	G：小吃	1.3793	2.2333	-0.357
其他關鍵字	E傳統	1.5517	0.7333	2.335*
	P趣味	0.7586	0.3167	2.06*
	BK等太久	0.0690	0.0000	2.084*

\*P<.05 \*\*P<.01 \*\*\*P<.001

資料來源：研究者整理

由表4.14中可知：在「景觀設施」的六個組成關鍵字之表現上，只有「可愛的」是女生高於男生，其餘五個都是男生高於女生，其中在「剪黏、板陶窯」的表現更是顯著高於女生；在「鐵道商圈」的四個組成關鍵字之表現上，只有「熱」是女生高於男生，其餘三個都是男生高於女生，其中在「板頭、板頭阿兄」的表現更是顯著高於女生；在「社區藝術」的四個組成關鍵字之表現上，男生皆高於女生，但只有「社區營造」的表現顯著高於女生；在「新港的人文聯想」的五個組成關鍵字之表現上，男生皆高於女生，在「新港、創意、推薦、成功」的表現更是顯著高於女生。

針對性別在五個因素以外之關鍵字進行T檢定，男生在「傳統、趣味、等太久」的表現顯著高於女生。

由上述可知，性別在旅遊意象及體驗價值的表現上有顯著性差異，男生在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「新港的人文聯想」等因素的表現高於女生，本研究發現男性部落客在撰寫部落格時，會著墨在作品、景點的歷史背景與源由，因此會多花一些篇幅來介紹板頭的源起、剪黏的技巧；另外在文本中也對板頭社區之成功再造多有描述，強調其創意與成功的要素。女性部落客撰寫部落格的方式異於男性部落客，女性部落客多會以圖像來表達自己的遊憩感受，而文字敘述方面多使用較可愛、口語化的字語來呈現，而相較於男性部落客，女性部落客較少著墨於板頭社區的歷史背景。故本研究發現男生著重在設施、景點，且認為新港是富創意、趣味、成功，值得推薦的；女性部落客較著重在體驗之陳述，運用如可愛的、熱等字眼，且對小吃的描述也較多。

#### 4.6.2 學歷

本研究進行學歷在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」、「小吃」等五個因素之表現的差異性。學歷在各因素表現的平均次數如表4.15。

表4.15 學歷在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數

因素	學歷	平均數
景觀設施	大學	11.5000
	研究所	0.5000
鐵道商圈	大學	22.0000
	研究所	0.5000
社區藝術	大學	7.5000
	研究所	0.5000
新港的人文聯想	大學	20.7500
	研究所	40.5000
小吃	大學	3.0000
	研究所	2.0000

資料來源：研究者整理

由表4.15中可知：在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「小吃」的表現上，大學皆高於研究所，而在「新港的人文聯想」的表現上研究所則高於大學。進一步分析學歷在各因素的表現上是否有顯著性差異，結果如表4.16。

表4.16 學歷在旅遊意象及體驗價值之獨立樣本檢定分析摘要表

SV	t 值
景觀設施	2.547
鐵道商圈	1.255
社區藝術	1.791
新港的人文聯想	-0.773
小吃	0.348

資料來源：研究者整理

由表 4.16 中可知：學歷在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」、「小吃」等五個因素的表現上，皆無顯著性差異。因為可分析樣本數只有 6 筆(大學 4 筆、研究所 2 筆)，本研究著手閱讀文本並從表 4.15 中，發現學歷為研究所的兩筆部落客均為男性，其中一位正好是在新港板頭社區長大，所以在「新港的人文聯想」上表現的比其它文本更加細膩，甚至還獲得「中時嚴選好文」之殊榮。而其他四筆學歷為大學之部落客的部落格中就多著重於景點設施、公共藝術作品的拍攝，這也是影響學歷在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「小吃」等各因素表現之差異。

#### 4.6.3 文章出處

本研究進行網路文章不同出處在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」、「小吃」等五個因素之表現的差異性。文章不同出處在各因素表現的平均次數如表4.17。

表4.17 文章出處在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數

因素	文章出處	平均數
景觀設施	報章雜誌(一)	7.0000
	官方網站(二)	7.6875
	部落格 (三)	13.0833
	照片 (四)	1.1250
鐵道商圈	報章雜誌(一)	7.0000
	官方網站(二)	8.8750
	部落格 (三)	18.8125
	照片 (四)	0.5833
社區藝術	報章雜誌(一)	8.1176
	官方網站(二)	11.3125
	部落格 (三)	10.3125
	照片 (四)	1.3750
新港的人文聯想	報章雜誌(一)	5.5882
	官方網站(二)	13.0625
	部落格 (三)	12.9063
	照片 (四)	0.7500
小吃	報章雜誌(一)	0.1176
	官方網站(二)	0.1250
	部落格 (三)	1.8333
	照片 (四)	0.0000

資料來源：研究者整理

由表4.17中分析的結果可以得知：

在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「小吃」的表現上，高低順序依次是部落格、官方網站、報章雜誌、照片。而在「社區藝術」、「新港的人文聯想」的表現上，高低順序依次則為官方網站、部落格、報章雜誌、照片。進一步分析文章出處在各因素的表現上是否有顯著性差異，結果如表4.18。

表 4.18 文章出處在旅遊意象及體驗價值之變異數分析摘要表

SV	SS	DF	MS	F 值	比較
<b>景觀設施</b>					
組間	3041.441	3	1013.814	10.431***	四<三
組內	14481.396	149	97.191		
<b>鐵道商圈</b>					
組間	7772.471	3	2590.824	21.456***	一<三、二<三、四<三
組內	17992.208	149	120.753		
<b>社區藝術</b>					
組間	1651.541	3	550.514	6.441***	四<二、四<三
組內	12735.452	149	85.473		
<b>新港的人文聯想</b>					
組間	3339.008	3	111.003	12.219***	一<三、四<二、四<三
組內	13571.711	149	91.085		
<b>小吃</b>					
組間	111.387	3	37.129	0.565	
組內	9784.848	149	65.67		

\*P<.05 \*\*\*P<.001

資料來源：研究者整理

由表4.18中分析的結果可以得知：

不同出處在「景觀設施」的表現上有顯著性差異，利用Scheffe法進行事後比較，部落格上的文章在「景觀設施」的表現上比照片在「景觀設施」的表現上高。

不同出處在「鐵道商圈」的表現上有顯著性差異，利用Scheffe法進行事後比較，部落格上的文章在「鐵道商圈」的表現上比電子報章雜誌、官方網站及照片上在「鐵道商圈」的表現上高。

不同出處在「社區藝術」的表現上有顯著性差異，利用Scheffe法進行事後比較，官方網站及部落格上的文章在「社區藝術」的表現上比照片在「社區藝術」的表現上高。至於其他各組間則無顯著性差異。

不同出處在「新港的人文聯想」的表現上有顯著性差異，利用Scheffe法進行事後比較，官方網站及部落格上的文章在「新港的人文聯想」的表現上比照片在「新港的人文聯想」的表現上高；部落格上的文章在「新港的人文聯想」的表現上比電子報章雜誌在「新港的人文聯想」的表現上高。至於其他各組間則無顯著性差異。

不同出處在「小吃」的表現上則無顯著性差異。

進一步將各因素之組成關鍵字加以分析其平均數及進行單因子變異數分析，結果如表4.19。

表4.19 文章不同出處在旅遊意象及體驗價值各因素之平均數  
及變異數分析摘要

因素	關鍵字	報章 雜誌 (一)	官方 網站 (二)	部落格 (三)	照片 (四)	F值	比較
景觀 設施	K：可愛的	0.0588	0.3125	2.5938	0.2917	12.88***	三>一、三>二 三>四
	O：剪黏	3.8824	3.8125	4.0104	0.3333	7.128***	一>四、二>四 三>四
	S：馬賽克	0.1765	0.0000	1.2083	0.3333	3.051*	三>二
	W：復興鐵橋	1.1765	0.3750	0.7708	0	2.899*	一>四、三>四
	AK：環境	0.4706	0.7500	0.5104	0	1.866	
	BI：板陶窯	1.2353	2.4375	3.9896	0.1667	6.264***	三>四
鐵道 商圈	J：板頭	6.4118	7.8750	15.1979	0.5833	19.38***	三>一、三>二 三>四
	H：板頭阿兄	0.0588	0.1875	0.9792	0	2.881*	三>四
	Y：板頭厝車站	0.1176	0.0625	0.4792	0	2.251	
	AM：熱	0.4118	0.7500	2.1563	0	13.922***	三>一、三>二 三>四
社區 藝術	A：社區再造	0.2353	0.2500	0.2188	0.25	0.026	
	C：社區營造	0.2941	0.3750	0.2396	0.4583	1.016	
	I：社區	7.5294	10.5625	9.7604	0.375	8.311***	二>四、三>四
	AV：藝術氣息	0.0588	0.125	0.0938	0.2917	1.491	
新港的人 文聯想	F：新港	4.7059	11.8125	8.7188	0.3333	10.939***	二>四、三>四
	M：創意	0.4118	0.8125	1.0938	0.2917	2.588	
	AG：推薦	0.2941	0.2500	2.2292	0	10.376***	三>一、三>二 三>四
	AS：人文	0.0588	0.1250	0.2813	0.0833	1.268	
	BF：成功	0.1176	0.0625	0.5833	0.0417	3.076*	三>四

表4.19 文章不同出處在旅遊意象及體驗價值各因素之平均數  
及變異數分析摘要(續)

因素	關鍵字	報章 雜誌 (一)	官方 網站 (二)	部落格 (三)	照片 (四)	F值	比較
小吃	G: 小吃	0.1176	0.125	1.8333	0	0.565	
	B: 社區美學	0.1176	0	0.1354	0.6250	4.496**	四>二、四>三
	E: 傳統	0.9412	0.8125	0.9688	0	3.464*	三>四
	Q: 討人喜愛	0	0	0.208	0.3333	13.996***	四>一、四>二 四>三
	T: 交趾陶	0	0	0.208	0.25	8.639***	四>一、四>二 四>三
	AC: 三醉芙蓉	0.8235	0.3125	0.1979	0	3.791*	一>三、一>四
其他 關鍵字	AD: 笨港原鄉開台 的第一庄	0	0	0	0.0833	3.807*	四>三
	AH: 介紹親朋好友	0.1176	0.125	0.5625	0	4.944**	三>四
	AI: 再訪	0	0	0.1667	0	2.847*	三>四
	AQ: 垃圾多	0.1176	0	0	0	2.759*	一>三
	AT: 視覺藝術	0	0.0625	0.0208	0.4167	18.015***	四>一、四>二 四>三
	BL: 板頭社區 發展協會	0.2941	0	0.0729	0.0417	3.514*	一>二、一>四
	BM: 新港文教 基金會	0	1	0.0104	0	15.59***	二>一、二>三 二>四

\*P<.05    \*\*P<.01    \*\*\*P<.001

資料來源：研究者整理

由表4.19中分析的結果可以得知：

在「景觀設施」的六個組成關鍵字之表現上，部落格的表現大都是最高的，只有「復興鐵橋、環境」不是，部落格的陳述是較多元的，因此也成為遊客事前獲取資訊的重要來源；而比較「剪黏」及「馬賽克」

可知報章雜誌及官方網站較重視「剪黏」輕「馬賽克」，因為「板頭三花」皆為剪黏作品，因此加強提供「馬賽克」之相關資訊是必要的，另外發現在板頭社區的入口處即寫著「交趾剪粘藝術村」，這也是讓部落客多著墨在「交趾」、「剪粘」等字語而較少提到「馬賽克」之技法，然而在板頭社區中，其實不難發現有許多作品多是運用「馬賽克」拼貼技法來呈現，例如：一系列的牛車造型、各式各樣的造型椅子、與板陶窯園區內的公共藝術作品等均是運用「馬賽克」技法。但為何入口意象的標語只寫著「交趾剪粘藝術村」呢？本研究推測其命名源由係早期之廟宇藝術即為交趾剪粘，此外板頭社區之社區營造亦從交趾剪粘壁畫開始，因此早已給人如此印象了。而板頭社區近期公共藝術作品多採用「馬賽克」拼貼技巧，所以將入口意象、入口村莊社區之標語融入「馬賽克」也是重要課題。

由「復興鐵橋」可看出雖然報章雜誌及官方網站皆有所著墨，但遊客卻較不青睞，遊客大都取景於「剪黏」輕「馬賽克」作品，因此對於板頭社區古蹟、與笨港之淵源仍有待相關網站繼續努力，讓板頭社區的旅遊資源更加廣泛。

在「鐵道商圈」的四個組成關鍵字之表現上，部落格的表現皆為最高的，也忠實呈現出「熱」，因此部落格成為遊客做功課的最佳利器。

綜合以上的結果，本研究發現「部落格」的影響力是不容忽視的。就數據來看：不難發現相較於報章雜誌，網友大多會以爬文(部落格、官方網站)的方式來找尋遊憩的景點，其中又以部落格表現最為顯著。有不少的網友會瀏覽其中部落格的文章並從中獲得相關資訊，甚至會撰寫屬於自己的部落格，抒發遊憩心得與體驗價值，其可能影響其他網友的旅遊意象；從另一個角度來看：官方網站的架設成立雖然有某種程度上的影

響力，但仍不及部落格的文章傳達，這也就是為何最近來多有相關部落格的研究與探討；相較於報章雜誌，本研究也發現報章雜誌的影響力遠不及官方網站與部落格。其所受的限制原因在於報章雜誌有其時間性，未能像部落格與官方網站能具有持久性；且若沒有特別提及，也較少能發現出處與發佈的時間。

在「社區藝術」的四個組成關鍵字之表現上，部落格的表現皆不是最高的，可知遊客之部落格在「社區藝術」這個因素的陳述相對上是較少的。從這裡可推測，官方網站多以「社區營造」、「社區再造」來傳達「板頭社區」的旅遊意象，相較於「部落格」的表達，官方網站是屬於較正式也較拘謹，因此所呈現的內容較一致性。再者，官方網站的架設多是採正面積極的觀點，較少能看到負面消極的觀點，這也是遊客多會注重部落格的原因。

在「新港的人文聯想」的五個組成關鍵字之表現上，部落格的表現也大都是最高的，只有「新港」不是，遊客部落格認為新港的板頭社區是有創意、富人文、值得推薦的成功社區，也成為社區的最佳宣傳者。從這裡發現，部落格的影响力遠大於官方網站，從部落格文章的呈現也可以讓旅遊目的地成為值得推薦的成功例子，在在說明部落格的影响力不容忽視。

針對文章出處在五個因素以外之關鍵字進行單因子變異數分析，發現照片在「討人喜愛、交趾陶、社區美學、視覺藝術」的表現高於其他，可知雖然照片呈現「點」的作品，但一系列的多元作品，尤其是很多可愛的生活化作品，已經讓遊客對板頭社區的印象和「社區美學」及「視覺藝術」做了連結。

由上述可知，文章不同出處在旅遊意象及體驗價值的表現上有顯著

性差異，部落格在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」的表現上高於其他，部落格的陳述是較多元且忠實呈現的，因此成為遊客事前獲取資訊的重要來源及利器，相對的也成為社區發展過程中，檢視優劣及重點聚焦的重要資源。

#### 4.6.4 居住地

本研究進行居住地在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」、「小吃」等五個因素之表現的差異性。居住地在各因素表現的平均次數如表4.20。

表4.20 居住地在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數

因素	居住地	平均數
景觀設施	北部(一)	20.1579
	中部(二)	12.5385
	南部(三)	10.2000
鐵道商圈	北部(一)	19.3158
	中部(二)	21.6154
	南部(三)	11.3333
社區藝術	北部(一)	8.8421
	中部(二)	9.9231
	南部(三)	4.3333
新港的人文聯想	北部(一)	17.4211
	中部(二)	8.3077
	南部(三)	14.4000
小吃	北部(一)	6.0000
	中部(二)	0.6923
	南部(三)	0.9333

資料來源：研究者整理

由表4.20中可知：居住地在各因素間的表現有所不同。居住地在「景觀設施」的表現上，高低順序依次是北部、中部、南部；在「鐵道商圈」的表現上，高低順序依次是中部、北部、南部；在「社區藝術」的表現上，高低順序依次是中部、北部、南部；在「新港的人文聯想」的表現上，高低順序依次是北部、南部、中部；在「小吃」的表現上，和「新港的人文聯想」一樣，高低順序亦是北部、南部、中部。進一步分析居住地在各因素的表現上是否有顯著性差異，結果如表4.21。

表 4.21 居住地在旅遊意象及體驗價值之變異數分析摘要表

SV	SS	DF	MS	F 值	比較
<b>景觀設施</b>					
組間	929.077	2	464.538	2.279	
組內	8968.157	44	203.822		
<b>鐵道商圈</b>					
組間	889.638	2	444.819	4.521*	中部>南部
組內	4328.916	44	98.384		(二) (三)
<b>社區藝術</b>					
組間	259.047	2	129.524	3.967*	中部>南部
組內	1436.783	44	32.654		(二) (三)
<b>新港的人文聯想</b>					
組間	645.808	2	322.904	1.819	
組內	7809.001	44	177.477		
<b>小吃</b>					
組間	303.957	2	151.979	0.723	
組內	9251.703	44	210.266		

\*P<.05

資料來源：研究者整理

由表4.21中可知：居住地在「鐵道商圈」的表現上有顯著性差異，利用Scheffe法進行事後比較，中部遊客在「鐵道商圈」的表現上高於南部；居住地在「社區藝術」的表現上有顯著性差異，利用Scheffe法進行事後比較，中部遊客在「社區藝術」的表現上高於南部。而居住地在「景觀設施」、「新港的人文聯想」及「小吃」的表現上則無顯著性差異。進一步將各因素之組成關鍵字加以分析其平均數及進行單因子變異數分析，結果如表4.22。

表4.22 旅客居住地在旅遊意象及體驗價值各因素之平均數  
及變異數分析摘要

因素	關鍵字	北部 (一)	中部 (二)	南部 (三)	F值	比較
景觀 設施	K：可愛的	2.3684	3.6923	1.4667	2.349	
	O：剪黏	4.9474	3.8462	3	1.306	
	S：馬賽克	2.5789	1.3077	0.8	1.438	
	W：復興鐵橋	1.6316	0.8462	0.4	2.059	
	AK：環境	1.1053	0.1538	0.4	1.589	
	BI：板陶窯	7.5263	2.6923	4.1333	2.248	
鐵道 商圈	J：板頭	16.8947	16.1538	8.0667	5.657**	一>三、二>三
	H：板頭阿兄	0.2105	1.3077	0.5333	3.604*	二>一
	Y：板頭厝車站	0.5789	1.2308	0.2	1.698	
	AM：熱	1.6316	2.9231	2.3333	1.206	

表4.22 旅客居住地在旅遊意象及體驗價值各因素之平均數  
及變異數分析摘要(續)

因素	關鍵字	北部 (一)	中部 (二)	南部 (三)	F值	比較
社區 藝術	A：社區再造	0.1579	0.0769	0.0667	0.428	
	C：社區營造	0.1053	0.3077	0.1333	0.919	
	I：社區	8.5263	9.4615	4.0667	3.982*	二>三
	AV：藝術氣息	0.0526	0.0769	0.0667	0.037	
新港的 人文 聯想	F：新港	13.3158	3.5385	10	4.065*	一>二
	M：創意	0.8947	1.3077	1.1333	0.221	
	AG：推薦	2.5263	2.6154	2.5333	0.004	
	AS：人文	0.3158	0	0.3333	1.013	
	BF：成功	0.3684	0.8462	0.4	0.937	
小吃	G：小吃	6	0.6923	0.9333	0.723	

\*P<.05 \*\*P<.01

資料來源：研究者整理

由表4.22中可知：在「景觀設施」的六個組成關鍵字之表現上，北部遊客皆高於南部遊客；而在「鐵道商圈」、「社區藝術」的組成關鍵字之表現上，中部遊客皆高於南部遊客。

由上述，研究者以為北部遊客因距離較遠，難得遊歷，因此每次花較多的時間，盡可能將所有景點瀏覽一番，旅遊後，對景觀設施的描述也比較詳細；而中部遊客及南部遊客則較針對重點式旅遊加以描述。

此外，從「新港的人文聯想」之組成關鍵字「推薦」之表現可知，北部、中部及南部遊客之表現極為相近，由平均數來看，皆認為板頭社區是值得推薦的。而由「小吃」的表現可知，北部遊客的表現很高，本研究推測，在板頭社區中所設立的攤販，多為懷舊傳統小吃，如：糖葫蘆、

龍鬚糖、肉粽、現做麥芽糖、粉圓冰、彈珠汽水等等，且單價也都不高，故對消費較高的北部遊客而言，小吃在其旅遊過程中多留下深刻的印象。另經研究者實際踏查後也發現，當地居民也會將家中種植的農作物放至於門口前販賣，同樣的也吸引了不少遊客購買。

#### 4.6.5 職業

本研究進行職業在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」、「小吃」等五個因素之表現的差異性。職業在各因素表現的平均次數如表4.23。

表4.23 職業在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數

因素	職業	平均數
景觀設施	教師	12.6000
	公務人員	4.0000
	工商業	6.4000
	記者	22.0000
	作家	9.2500
	護士	11.0000
	學生	10.0000
鐵道商圈	教師	18.6000
	公務人員	26.0000
	工商業	11.6000
	記者	17.0000
	作家	21.0000
	護士	18.0000
	學生	33.0000

表4.23 職業在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數(續)

因素	職業	平均數
社區藝術	教師	9.2000
	公務人員	9.5000
	工商業	4.4000
	記者	9.0000
	作家	9.2500
	護士	12.0000
	學生	8.0000
新港的人文聯想	教師	9.6000
	公務人員	3.5000
	工商業	7.8000
	記者	7.0000
	作家	30.0000
	護士	8.0000
	學生	32.5000
小吃	教師	0.6000
	公務人員	0.0000
	工商業	0.6000
	記者	0.0000
	作家	2.7500
	護士	0.0000
	學生	6.0000

資料來源：研究者整理

由表4.23中可知：職業在各因素間的表現有所不同。職業在「景觀設施」的表現上，高低順序依次是記者、教師、護士、學生、作家、工商業、公務人員；在「鐵道商圈」的表現上，高低順序依次是學生、公務

人員、作家、教師、護士、記者、工商業；在「社區藝術」的表現上，高低順序依次是護士、公務人員、作家、教師、記者、學生、工商業；在「新港的人文聯想」的表現上，高低順序依次是學生、作家、教師、護士、工商業、記者、公務人員；在「小吃」的表現上，高低順序則為學生、作家、教師、工商業，而公務人員、記者及護士則皆為0。進一步分析職業在各因素的表現上是否有顯著性差異，結果如表4.24。

表 4.24 職業在旅遊意象及體驗價值之變異數分析摘要表

	SV	SS	DF	MS	F 值
<b>景觀設施</b>					
組間		315.4	6	52.567	0.862
組內		793.15	13	61.012	
<b>鐵道商圈</b>					
組間		782.4	6	130.4	0.282
組內		6016.4	13	462.8	
<b>社區藝術</b>					
組間		99.7	6	16.617	0.423
組內		511.25	13	39.327	
<b>新港的人文聯想</b>					
組間		2293.2	6	382.2	1.331
組內		3733	13	287.154	
<b>小吃</b>					
組間		63.8	6	10.633	12.398***
組內		11.15	13	0.858	

\*\*\*P<.001

資料來源：研究者整理

由表 4.24 中可知：職業在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」的表現上沒有顯著性差異，而在「小吃」的表現上則有顯著性差異，由平均數可知學生高於其他職業，可見學生較為關心小吃，另也因為屬於平價的消費，更能吸引學生；從另一個角度來看，「鐵道商圈」中的板頭阿兄屬店面式，也是販賣冰品、魯肉飯與湯品，但卻沒有顯著性差異，而就小吃而言，這種沒有座位的攤販卻具有其顯著性，經過文本的閱讀與實地踏查，不難發現，在旅遊目的地的周遭環境有設立許多造型椅子與可愛的垃圾桶，可供遊客休憩與丟棄垃圾，所以遊客大多會選擇邊走邊吃的方式來欣賞板頭社區。

統整以上的結果與閱讀文本後，本研究發現職業類別中的記者雖然只有一筆，但在景觀設施的陳述上卻是相當仔細。在文本中，不僅提及復興鐵橋的始建、文建會如何協助、「板陶窯文化發展協會」與居民合力推動「古笨港越堤及週邊環境景觀空間改善計畫」，也對「板頭三花」做深入的探討，文中更提到「我們採訪團參訪」等字眼，由此可知，「板頭社區」不單只有一般民眾才想遊憩的旅遊目的地，也是其他參訪團想深入了解其成功的原因。

#### 4.6.6 星座

本研究進行星座在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」、「小吃」等五個因素之表現的差異性。星座在各因素表現的平均次數如表 4.25。

表4.25 星座在旅遊意象及體驗價值各因素表現之平均數

因素	星座	平均數
景觀設施	火象星座	13.9000
	風象星座	11.3333
	土象星座	12.0526
	水象星座	11.4375
鐵道商圈	火象星座	22.9000
	風象星座	12.1111
	土象星座	18.4211
	水象星座	16.3750
社區藝術	火象星座	10.1000
	風象星座	8.3333
	土象星座	10.2105
	水象星座	12.1875
新港的人文聯想	火象星座	16.0000
	風象星座	9.0000
	土象星座	12.2632
	水象星座	11.3750
小吃	火象星座	1.5000
	風象星座	0.2222
	土象星座	0.1053
	水象星座	1.3750

資料來源：研究者整理

由表4.25中可知：在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「新港的人文聯想」的表現上，高低順序皆一樣，依次是火象星座、土象星座、水象星座、風象星座。本研究針對閱讀文本後發現，火象星座較多利用文字記錄旅遊目的地的意象與體驗價值，且也會略提公共藝術作品的源由與歷史背景，且圖片的呈現也多使用單一圖片而在其後做註解或敘述；而土象星座、水象星座的部落客的撰寫方式較不同於火象星座之部落客，多利用一系列的圖片記錄其旅遊目的地的意象與體驗價值，而採用故事方式敘述，其寫法屬較活潑、逗趣的方式呈現。例如：模仿公共藝術作品的動作、融入情境拍攝作品，所以在土象星座、水象星座的文本中，不難發現有人物的入鏡與逗趣效果呈現。而在「社區藝術」的表現上，高低順序依次為水象星座、土象星座、火象星座、風象星座。在「小吃」的表現上，高低順序則依次為火象星座、水象星座、風象星座、土象星座。進一步分析星座在各因素的表現上是否有顯著性差異，結果如表4.26。

表 4.26 星座在旅遊意象及體驗價值之變異數分析摘要表

	SV	SS	DF	MS	F 值
景觀設施	組間	44.752	3	14.917	0.198
	組內	3763.785	50	75.276	
鐵道商圈	組間	588.867	3	196.289	1.408
	組內	6968.170	50	139.363	
社區藝術	組間	90.931	3	30.31	0.386
	組內	3926.495	50	78.53	
新港的人文聯想	組間	247.381	3	82.46	1.077
	組內	3829.434	50	76.589	
小吃	組間	22.275	3	7.425	3.104*
	組內	119.595	50	2.392	

\*P<.05

資料來源：研究者整理

由表4.26中可知：星座在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」的表現上沒有顯著性差異；而星座在「小吃」的表現上則有顯著性差異，由平均數可看出火象星座及水象星座的遊客在「小吃」的表現高於土象星座，從樣本數來看，土象星座有19筆、水象星座16筆、而火象星座與風象星座各為10筆與9筆。從以上的數據，我們發現土象星座的樣本數多於火象星座及水象星座，在小吃的陳述上是相對比較少的，而土象星座，尤其為金牛座，對於美食是最有研究的星座之一。為何會呈現出這樣的結果呢？本研究推論，土象星座在撰寫部落格時，多以旅遊意象為主，而在小吃的體驗價值方面，雖然本身愛吃美食，但在部落格上較少與人分享品嚐後的心得。而愛嚐鮮的火象星座、水象星座，在撰寫部落格的同時，也會提及小吃、美食。因此從研究結果，推論火象及水象星座的人不僅熱愛美食，也樂於分享品嚐後的感想。

綜合上述，火象星座的部落客，比較喜愛使用文字敘述，而且也會對公共藝術作品的源由與背景做較深入描述，所以出現關鍵字的次數也就相對提高。

## 第五章 結論與建議

本研究透過「網路」分析遊客的旅遊部落格文章、官方網站、電子報章雜誌及照片等相關內容，探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值。本章將就本研究的結果作出最後的結論，並說明本研究的限制及提出若干建議，以供未來從事相關研究的方向。

### 5.1 結論

本研究的主要目的在於透過「網路」分析遊客的旅遊部落格文章、官方網站、電子報章雜誌與照片等相關內容，探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值。並進一步探究性別、文章出處、居住地、學歷、職業對新港板頭社區旅遊意象與體驗價值是否有差異。

本研究依此目的，將研究分為兩個階段，首先第一階段重點為「分析遊客其部落格文章的內容」，透過質性研究分析，證明遊客會在部落格中陳述自己真實的旅遊經驗與體驗價值，並且可以透過部落格的內容，分析審視旅遊目的地發展觀光上的優劣勢。

其次，第二階段為探討「性別、文章出處、居住地、學歷、職業及星座」對新港板頭社區旅遊意象與體驗價值是否有差異。

因此本節將根據質性分析與量化分析結果，分別論述研究結論如下：

#### 5.1.1 遊客對板頭社區的旅遊意象及體驗價值

本研究第一階段以語義網絡分析以及內容分析法來分析部落格。結果顯示：部落格的確可以豐富地反映出遊客的目的地旅遊經驗 (Pan et al., 2007)。同時，亦可根據部落格的內容得到目的地在觀光發展上的詳細優勢與劣勢(Pan et al., 2007)。

根據第一階段研究結果得知:

1. 在「板頭景點」方面，遊客對板頭社區欣賞到的公共藝術、沿路風景都有著相當滿足的評價：讓人不禁回想起童年那段無憂無慮的時光，到處都可以看到藝術介入空間，是充滿創意的藝術社區，並在遊客心中留下獨特且具有特殊意義的意象因素。
  2. 在「板陶窯」方面，遊客對其印象：戶外庭園區有很多可愛的陶藝品，園區中設有體驗工坊、交趾陶剪黏工藝園區、板陶屋餐廳，且入園票也可以抵消費是親子共遊的好場所。
  3. 在「板頭阿兄」方面，遊客對其印象：相當有古意的一家小店，充滿著濃濃的復古味；鎮店招牌～板頭綠豆饅、千里順風湯、綠豆粉圓冰，是納涼休憩的好場所。
  4. 在「攤販」方面，遊客對其印象：鐵道商圈多被攤販占據，是個小缺憾；小攤太多，沒人統一管理，所以顯得有點雜亂；另只有周末設攤，平日往往無功而返。
  5. 在「交通」方面，遊客對其印象：停車位不足；「鐵道商圈」到「板頭三花」、「復興鐵橋」等景點距離有些遠。
  6. 在「整體印象」方面：躲貓貓的小女孩，維妙維肖的神情是大家最愛取景的地方；整個板頭社區就是處處充滿童趣與驚喜；可愛生動、饒富趣味的彩陶人物，為單調樸素的農村帶來生氣勃勃的景觀；超生活化的題材，引起熱烈的共鳴；交趾剪黏藝術與農村的完美結合。
- 板頭社區在發展觀光上的劣勢則與實體與無形的觀光屬性有關。像是天氣帶來的不便(太熱或下雨)、範圍太大沒有庇蔭處；人潮過多過少的氣氛落差，等待拍照熱門公共藝術作品的時間較長；板陶窯周一休館，攤販、板頭阿兄只有周末營業、造成敗興而歸等相關問題。

因此，總結第一階段分析結果驗證，部落格不僅是個呈現豐富且真實旅遊經驗的地方；政府單位與經營者也可透過部落格，了解遊客內心對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值，進而評估自身的服務品質，亦即瞭解目的地的優劣勢，並且達到增進遊客體驗的效益(Pan et al., 2007)。故這也代表部落格是一個有效的顧客意見回饋管道(Pan et al., 2007)。因此，部落格確實是可以成為政府單位或是經營者善加利用的目的地行銷檢視與管理的利器；另一方面，部落格能更加了解遊客內心真正的想法，這種透過文字敘述的文本比量化問卷的調查方式更具多元性。

### **5.1.2 「性別、文章出處、居住地、學歷、職業及星座」對板頭社區旅遊意象與體驗價值是否有差異**

本研究第二階段是採用量化統計方式，根據四個樣本來源：報章雜誌、官方網站、部落格、照片，對不同的變項「性別、文章出處、居住地、學歷、職業及星座」做結果分析。研究結果顯示：

#### **1. 不同性別之遊客對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值之關係**

不同性別之遊客對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值有顯著性差異。在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「新港的人文聯想」等因素的表現上，男生高於女生。原因之一：男性部落客多會在文章中陳述其公共藝術作品或熱門景點的歷史背景與源由；另一個原因則是男生著重在設施、景點，且認為新港是富創意、趣味、成功，值得推薦的；女生則著重在體驗之陳述，如可愛的、熱，對小吃的描述也較多。

#### **2. 不同學歷之遊客對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值之關係**

不同學歷之遊客對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值沒有顯著性差異。可分析樣本數只有 6 筆，所以結果分析也受到限制。

### 3.不同來源之網路文章對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值之關係

不同來源之網路文章對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值有部分顯著性差異。部落格在「景觀設施」、「鐵道商圈」、「社區藝術」、「新港的人文聯想」的表現上高於其他來源。部落格文章對認知意象、情感意象均有部分影響；而專業性的文章(例如:報章雜誌、官方網站)較無法呈現對新板頭社區的旅遊意象與體驗價值，其敘述較具一致性、沒有多元性，故無法展現其差異。

### 4.不同居住地之遊客對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值之關係

根據研究果顯示，北部之遊客對描述目的地的文章多著墨在景觀設施之表現；而中部之遊客對描述目的地的文章多著墨在鐵道商圈、社區藝術的表現上。

### 5.不同職業之遊客對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值之關係

不同職業之遊客對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值之表現，只有在「小吃」的表現上有顯著性差異，尤其以學生族群較為突出。

### 6.不同星座之遊客對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值之關係

不同星座之遊客對新港板頭社區的旅遊意象及體驗價值之表現，只有在「小吃」的表現上有顯著性差異。結果顯示，火象及水象星座的人不僅熱愛美食，也樂於分享品嚐後的感想。

綜觀而言，這也驗證了Frauman & Moscardo (1999) 研究中發現，遊客的情感聯結與個人興趣等，都會對遊客的用心體驗產生直接影響。而Moscardo(1999)也認為一個用心體驗的旅客，會從活動當中獲得高度的滿意、更多的學習力以及理解力。因此，有些部落客會將遊憩感受記錄下來，不僅可以記錄自己的生活旅程與增進對當地的情感意象，也可以與其他網友共享遊憩經驗。

從另一個觀點來看：官方網站或是報章雜誌對板頭社區的旅遊意象多是以正面積極為主，然而遊客仍多會以部落格做為主要的瀏覽工具，顯示政府在觀光意象的推廣上和部落客認知有所差異，故應降低與部落客間的認知缺口，將官方網站多元化、而非只著墨在社區再造的議題，若就認知缺口做努力，官方網站與報章雜誌的報導更趨完整、多元性，才能奠立正面觀光意象的基礎。

## 5.2 研究限制

本研究透過「網路」蒐集遊客的旅遊部落格文章、官方網站及電子報章雜誌相關內容，採無結構方式來探究遊客的旅遊意象及體驗價值，但有些網路文章，尤其是部落格文章的作者大都不願透露太多個人隱私的資訊，因此有些變項的樣本數不多，以致於研究上有所限制，無法進一步比較。

## 5.3 建議

### 5.3.1 新港板頭社區永續經營

Woodside et al. (2007)提出最為遊客所關注描述的經驗(或刺激事件)，就是遊客認為目的地最印象深刻且最有意義的意象。而且這些刺激事件可以將目的地獨特且有意義地定位於遊客的心中，只要提起該刺激事件，就能喚醒遊客先前的旅遊記憶，並能激發遊客口碑傳播該刺激事件 (Woodside et al., 2007)；Hennig-Thurau et al.(2004)認為網路的出現，擴大消費者從其他地方蒐集有關產品資訊的機會，並且也增加了有關消費者自身經驗的建議，然而這也就是所謂的網路口碑。因此，就研究之過程與結果，針對新港板頭社區永續經營提出建議，並進一步對於後續

從事相關研究提出建議：

1. 運用社區發展協會力量，對整體再做更完整的管理。

對攤販的設立與規劃路線、景點與景點間的替代工具多元化與管理、旅遊動線(人、車)規畫及接駁服務，解決停車問題。

2. 運用各種資源、文宣加強對板頭社區古蹟、與笨港之歷史淵源之介紹。

在案內所(遊客中心)空間規劃應多放入板頭社區的發展過程、建議行程、並能將空間再做利用、並有專人進行導覽。

3. 運用各種資源提供「馬賽克」和「剪黏」之相關資訊。

應透過文宣、導覽、或是網站等等讓民眾更能了解「交趾陶」、「馬賽克」、「剪黏」之差異，且在入口意象處也可以增添「馬賽克」字語，避免讓民眾混淆。

4. 休憩空間及綠能社區之規畫，因應遊客倍增需求。

在部落格中，大多的部落客會提及「天氣熱」，所以在景點上多會短暫停留，因此建議多些綠能規劃、以減少遊客的不舒服感。

5. 定期檢視遊客部落格，了解社區發展之優劣勢，進而調整發展策略、運用其達到宣傳效果。

部落格不僅反映了當代民眾生活記錄的現況與趨勢，且因為部落格是部落客真實的感受表述。因此，政府不僅可以將部落格視為是市場調查工具，而應將部落格視為是檢視社區再造是否成功的媒介，進而探討影響民眾文化感受的元素與做為改善的工具。

不論是哪一種旅遊資訊或遊歷經驗的分享者，例如旅遊指南、報章雜誌、旅遊網誌等，它們是具有形塑「觀光客想像 (tourist imagination)」的能力，也促使在觀看文本的過程中，伴隨著想像活動與認知活動的進行，對觀光活動產生情緒式投入的意圖 (Crouch, Jackson, & Thompson, 2005)。

### 5.3.2 後續研究

#### 1. 擴大研究對象

本研究只針對 153 筆旅遊部落格文章、官方網站及電子報章雜誌等相關資料加以研究，未來可將研究對象擴大，蒐集更多、更豐富的文章，讓研究更具代表性。

#### 2. 縮小研究範圍

本研究針對新港板頭社區遊客之旅遊意象及體驗價值進行探究，屬於探索式研究，但研究之範圍過於多元，未來可將研究範圍縮小，針對單一主題進行研究，讓研究更加深入。

#### 3. 研究其他內容、社區

本研究利用「網路文章」，針對新港板頭社區進行探究，分析旅客之旅遊意象及體驗價值。往後可運用此種研究方法及研究模式針對其他內容、其他社區進行相關研究。

## 參考文獻

### 一、中文部分

1. 卜瑞玲(2011)，社區發展協會在社區營造中的角色與功能—以屏東市蘭社區發展協會為例，南華大學視覺與媒體藝術學系碩士班論文。
2. 尤傳莉譯(2008)，你在看誰的部落格？，台北：早安財經。
3. 行政院文化建設委員會(1994)，行政院文化建設委員會工作報告，台北市：行政院文化建設委員會。
4. 吳瑪悒等譯(2004)，Suzanne Lacy(1995)，Mapping the Terrain: New Genre Public Art 量繪形貌。台北：遠流。
5. 吳綱立(2007)，永續社區理念之社區營造評估體系建構之研究：以台南縣市社區營造為例，住宅學報，1期，21—55頁
6. 吳昌遠(2011)，遊客旅遊意象、生活型態、體驗與滿意度關係之研究—以蒜頭糖廠蔗埕文化園區為例，南華大學企業管理系管理科學碩博士班論文。
7. 吳茵琪(2012)，在地文化之形塑—以「崙背燒」藝術工作者為例，南華大學建築與景觀學系環境藝術碩士班論文。
8. 余翎瑄(2009)，社區與藝術—藝術進入社區之發展型態，國立台北藝術大學博物館研究所碩士論文。
9. 李謁政(2005)，建構社區美學：邁向台灣集體記憶之空間詩學，環境與藝術學刊，3期，1-12頁。
10. 李思玉(2011)，原住民餐廳消費者體驗價值、滿意度與忠誠度相關之研究，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所論文。
11. 李冠朋(2012)，剪黏藝術進入社區的影響—以嘉義縣板頭社區為例，大葉大學設計暨藝術學院碩士學位班論文。

- 12.何彌亮(2007)，從社區營造探討原住民社區觀光旅遊可行性之研究，第四屆台灣地方鄉鎮觀光產業發展與前瞻學術研討會，81-95頁。
- 13.邵智源(2012)，邵客好吃，天下雜誌。取自：  
[http://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=443037375733080&id=160687940628338](http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=443037375733080&id=160687940628338)
- 14.杜貞黎(2012)，高雄旗津地區遊客旅遊動機與旅遊意象之研究，國立屏東教育大學生態休閒教育教學碩士學位學程論文。
- 15.杞佩珊(2011)，社區觀光之吸引力、遊憩體驗、滿意度與重遊意願關係之研究—以板頭文化藝術村為例，南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班論文。
- 16.杞仁惠(2012)，目的地意象、休閒效益、地方依附與行為意圖關係之研究—以嘉義縣新港鄉板頭文化藝術村為例，南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班論文。
- 17.林佳蓓(2011)，大陸遊客對阿里山旅遊意象、滿意度與行為意圖之關係研究，南華大學旅遊事業管理學系碩士班論文。
- 18.林美婷(2011)，觀光工廠解說效益評估之研究—以新港板陶窯交趾陶剪黏園區為例，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所論文。
- 19.林碧貞(2013)，石門水庫風景區遊客旅遊意象、旅遊體驗與旅遊滿意度之研究，大葉大學管理學院碩士在職專班論文。
- 20.席汝楫(1999)，社會與行為科學研究方法，五南出版。
- 21.宮崎清(1995)，展開嶄新風貌的社區總體營造（賴瓊琦 譯，黃淑芬 整理），台灣手工業，55期，16-22頁
- 22.徐震(1985)，社區發展—方法與研究，北市：中國文化大學出版部。
- 23.黃世輝(2001)，社區自主營造的理念與機制—黃世輝研究論文集，臺北：建築情報季刊雜誌社。

- 24.許宜玲(2012)，王功濱海遊憩區旅遊意象、滿意度及重遊意願之探討，大葉大學管理學院碩士在職專班論文。
- 25.陳其南(1995)，社區總體營造與文化產業發展，文建會編印「文化·產業」研討會暨社區總體營造中日交流展論文集，4~7頁。
- 26.陳箒繡(2002)，社區本位藝術課程與教師專業發展之研究，金三裕印刷。
- 27.陳運欽(2002)，觀光地意象認知與旅遊選擇意願之研究，銘傳大學觀光研究所碩士論文。
- 28.陳錦煌(2004)，營造台灣的新故鄉-社區營造之新台灣、新社會、新價值—中華民國社區營造學會理事長陳錦煌醫師專題演講實錄，發表於921 重建區社區總體營造學術研討會，行政院921 震災災後重建推動委員會，南投市中興新村。
- 29.陳凱莉(2007)，台灣本土偶像劇對遊客之觀光地意象、用心體驗與旅遊意願之影響，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 30.陳慧如 王心茹(2010)，部落客與目的地管理單位對觀光意象之認知缺口探討：以高雄市為例，餐旅暨家政學刊 2期 163~185頁
- 31.陳美綸(2012)，觀光工廠遊客體驗行銷、體驗價值與品牌權益關係之研究—以中興穀堡為例，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 32.陳鈺昀(2012)，體驗行銷對農村社區之遊客滿意度、忠誠度之影響—以嘉義縣板頭社區為例，逢甲大學土地管理所論文。
- 33.陳信妙(2013)，社區文化觀光遊客之參與動機、在地認同對其觀光滿意度影響之研究—以桃米、板頭社區為例，大葉大學管理學院碩士在職專班論文。
- 34.曾旭正(1999)，社區空間營造中「美感歷程」的經營，社區美學研討

- 會論文集，155-166頁。
- 35.曾怡雯(2012)，遊樂園體驗價值、滿意、承諾與忠誠度之關聯性研究 — 以台灣主題遊樂園為例，國立勤益科技大學企業管理系論文。
  - 36.創市際市場研究顧問公司(2009)，創市際網路社群(部落格)小調查，  
取自：[http://www.insightxplorer.com/specialtopic/2009\\_8\\_blog.htm](http://www.insightxplorer.com/specialtopic/2009_8_blog.htm)
  - 37.張翔智(2012)，體驗行銷與體驗價值對顧客滿意度與顧客忠誠度之關聯性研究—以台中文化創意產業園區為例，朝陽科技大學企業管理系碩士班論文。
  - 38.新港香藝文化園區官方網站，<http://www.incense-art.com.tw/>
  - 39.賴玲玲、蔡至欣(2011)，虛擬社群的資訊分享行為，圖書資訊學刊，1期，161-196頁。
  - 40.蔡玉豪(2008)，鄉村旅遊意象與節慶行銷傳播參與意願，亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士論文。
  - 41.蔡承諺(2012)，消費者體驗對體驗價值、顧客滿意度、行為意向影響之研究—以高雄市百貨公司消費者為例，義守大學管理學院管理碩博士班論文。
  - 42.鄭明松、王世澤(2004)，創造體驗與體驗價值的時代，ExcellenceMonthly，168-170頁。
  - 43.鄭大成(2012)，桃園縣跨年活動體驗價值與滿意度之研究，國立體育大學休閒產業經營學系碩士班論文。
  - 44.黎斌儷(2012)，文化特色活化地方觀光產業發展之研究—以嘉義縣板頭社區為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。
  - 45.簡雯黛(2012)，單車活動參與動機、體驗價值及滿意度之研究—以100單車成年禮為例，南台科技大學休閒事業管理系論文。

46.謝念恬(2012)，消費者體驗旅程之探究-以韓國少女時代偶像團體為例，淡江大學國際商學碩士在職專班論文。

## 二、英文部分

1. Agrawal, M., Kishore, R. and Rao, H. R. (2006), Market reactions to E-business outsourcing announcements: An event study, Information & Management, Vol. 43, pp.861-873.
2. Beerli, A. & Martín, J. D. (2004), Factors influencing destination image. Annals of Tourism Research, Vol.31, No.3, pp. 657-681.
3. Bignon, V. N., Hammitt, W. E. and Norman, W. C. (1998), French perceptions and image of the United States as a destination country, Tourism Analysis, Vol.3, pp. 159-171.
4. Birgit Trauer (2006), Conceptualizing special interest tourism-frameworks for analysis, Tourism Management, Vol.27, No.2, pp.183-200.
5. Carù, A. & Cova, B. (2003), Revisiting Consumption Experience: A More Humble but Complete View of the Concept, Marketing Theory, Vol.3, No.2, pp. 267-286.
6. Collins, A. M. and Quillian, M. R. (1969), Retrieval time from semantic memory, Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, Vol.8, pp. 240-248.
7. Crompton, J. L. (1979), An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image. Journal of Travel Research, Vol.17, No.4, pp. 18-24.
8. Doerfel, M. L. (1998), What constitutes semantic network analysis? A comparison of research and methodologies, Connections, Vol. 21, No.2, pp.16-26.
9. Doerfel, M. L. and Barnett, G. A. (1999), A semantic network analysis of the international communication association, Human Communication Research, Vol. 25, No. 4, pp.589-603.
10. Fakeye, P. C., and Crompton, J. L. (1991), Image Differences between

- Prospective, First-time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. Journal of Travel Research, Vol.30, No.2, pp.10-16.
11. Frauman, E. (1999), The influence of mindfulness on information services and sustainable management practices at coastal south Carolina state parks.
  12. Fox, N., & Roberts, C. (1999), GPs in cyberspace: The sociology of a virtual community. The Sociological Review, Vol. 47, pp. 643-671.
  13. Gallarza, M.G., & Saura, I.G. (2006), Value Dimensions, Perceived Value, Satisfaction and Loyalty: An Investigation of University Students' Travel Behaviour. Tourism Management, Vol. 27, pp. 437-452.
  14. Gajanayake S. & Gajanayake J. (1993), Community Empowerment: A Participatory Training Manual on Community Project Development. New York: PACT publications.
  15. Glaser, B. G., & Strauss, A. (1967), The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research. Chicago, IL: Aldine.
  16. Green, G. P., & Haines, A. (2008), Asset building & community development, London: SAGE.
  17. Gunn, C. (1972), Vacationscape : Designing tourist regions. Austin: Bureau of Business Research, University of Texas.
  18. Hennig-Thurau, Gwinner, Gianfranco Walsh and Dwayne D. Gremler (2004), "Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms What motivates consumer," Journal of Interactive Marketing; Vol.18, pp.38-52.
  19. Holsti, O. R. (1969), Content Analysis for the Social Science and Humanities, Massachusetts Menlo Park, California: Addison-Westly Publishing Company.
  20. Hine, C. (2000), Virtual ethnography. London: Sage.
  21. Hamstead, M. P., & Quinn, M. S. (2005), Sustainable community development and ecological economics: Theoretical convergence and

- practical implications. Local Environment, Vol.10, No.2, pp.141-158.
- 22.Holbrook, M. B. (1996), Customer Value: A Framework Work for Analysis and Research. In K. P.Corfman & L. G. Lynch (Eds.), Advances in consumer research, pp.138-142.
- 23.Hester, R. T. (1990), Community Design, Primer: Ridge Times Press.
- 24.Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D.(2004), Electronic Word-of-mouth via Consumer-opinion Platforms:What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?,Journal of Interactive Marketing, Vol.18, No.1, pp.38-52.
- 25.Kozinets, R. V. (1997). I want to believe: A netnography of the x-philes' subculture of consumption. In M. Brucks, & D. MacInnis (Eds.), Advances in consumer research , vol. 24. pp.470-475.
- 26.Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketingresearch in online communities. Journal of Marketing Research, Vol.39,pp. 61-72.
- 27.Kozinets, R., K. de Valck, et al. (2010), Networked Narratives: Understanding Word-of-Mouth Marketing in Online Communities., Journal of Marketing ,Vol.74, No.2 , pp.19.
- 28.Lawson, F., and Baud-Bovy ,M. (1977), Tourism and Recreational Development, London:Architectural Press.
- 29.Lin, Y. S., & Huang, J. Y. (2006), Internet blogs as a tourism marketing medium: A case study, Journal of Business Research,Vol.59,No.6, pp.1201-1205.
- 30.Lee, D.-H., Im, S., & Taylor, C. R. (2008), Voluntary self-disclosure of information on the Internet: A multimethod study of the motivations and consequences of disclosing information on blogs, Psychology & Marketing, Vol.25, No.7, pp. 692-710.

- 31.Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008), Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. Tourism Management, Vol. 29,No.3, pp.458-468.
- 32.Mathwick, Charla., Naresh Malhotra and Edward Rigdon. (2001), Experiential Value: Conceptualization, Measurement and Application in the Catalog and Internet Shopping Environment.Journal of Retailing , Vol.77, pp. 39-56.
- 33.Moscardo, G.(1999), Making visitors mindful : principles for creating sustainable visitors experiences through effective communication, pp.25.
- 34.Moutinho, L. (1987), Consumer behavior in tourism. European Journal of Marketing, Vol.21, No.10, pp. 3-44.
- 35.Milman, A. & Pizam, A. (1995), The role of awareness and familiarity with a destination: The central Florida case, Journal of Travel Research, Vol.33, No.3, pp. 21-27.
- 36.Miller,C.R.and Shepherd,D. (2004),  Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog, Retrieved October, 2004, from [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging\\_as\\_social\\_action\\_a\\_genre\\_a\\_nalysis\\_of\\_the\\_weblog.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_a_nalysis_of_the_weblog.html)
- 37.Ma, J. and Chen, H. (2008), Semantic Network Analysis on TCM Language System, IEEE International Workshop on Semantic Computing and Systems, pp.43-48.
- 38.Neuman, W. L. (2006), Social research methods: qualitative and quantitative approaches,6th Edition, Boston: Pearson Education.
- 39.ODPM (The Office of the Deputy Prime Minister)(2004) ,The Egan Review: Skill for Sustainable Communities. London: ODPM.
- 40.Pan, B., MacLaurin, T., & Crofts, J. C. (2007), Travel Blogs and The Implications for Destination Marketing, Journal of Travel Research,

- Vol.46, No.1, pp.35-45.
41. Peat, K. (2007), The ideal of a sustainable community, In. C. J. Clay, M. Madden, & L. Potts (Eds.), Towards understanding community: People and place , pp. 97-110.
  42. Pine II, B. J., & Gilmore, J. H. (1998), Welcome to the Experience Economy. Harvard Business Review, Vol.76, No.4, pp.97-105.
  43. Riffe D., Lacy S., & Fico F. G. (1998), Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
  44. Roseland, M (2000), Sustainable Community Development: Integrating Environmental, Economic, and Social Objectives, Progress in Planning. Vol.54, pp.73-132.
  45. Sanoff, H. (2000) ,Community Participation Methods in Design and Planning. New York: John Wiley & Sons, Inc.
  46. Shenton A. (2004). Strategies for ensuing trustworthiness in qualitative research projects. Education for Information, Vol. 22, pp.63-75.
  47. Smith, J. B., & Colgate, M. (2007), Customer Value Creation: A Practical Framework. Journal of Marketing Theory and Practice, Vol.15, No.1, pp.7-23.
  48. Spiel, C., Böhm, G., and Von Eye A. (1999), Content analysis of an object sorting test of cognitive complexity, International Journal of Educational Research, Vol. 31, pp.687-698.
  49. Thevenot, G. (2007), Blogging as a social media. Tourism and Hospitality Research, Vol.7, No.3, pp.282-289.
  50. Watt, S. et al. (2000), Community Participation in the Development of Services: a Move Towards Community Empowerment Community Development Journal. Vol.35, No.2, pp. 120-132.
  51. WCED (World Commission on Environment and Development) (1987), Our Common Future. New York: Oxford University Press.

52. Woodside, A. G., Cruickshank, B. F., & Dehuang, N. (2007), Stories Visitors Tell About Italian Cities as Destination Icons, Tourism Management, Vol.28, No.1, pp.162-174.

附錄一：文本一覽表

文本編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網址
A1	板陶窯交趾剪黏工藝園區	2012.10.27	關於板陶窯	<a href="http://www.bantaoyao.com.tw/">http://www.bantaoyao.com.tw/</a>
A2	VIVIYU 小世界 美食.旅行.育兒 - 無名小站	2011.12.01	[旅遊·嘉義]板陶窯~東方童話王國	<a href="http://www.wretch.cc/blog/viviyu/6557457">http://www.wretch.cc/blog/viviyu/6557457</a>
A3	台灣社區通	2012.10.27	新港鄉板頭社區的故事	<a href="http://subtpg.tpg.gov.tw/web-life/taiwan/9906/9906-09.html">http://subtpg.tpg.gov.tw/web-life/taiwan/9906/9906-09.html</a>
A4	魔鬼甄與天使嘉	2011.06.22	2011 嘉義新港板頭社區交趾剪黏藝術村	<a href="http://bajenny.pixnet.net/blog/post/29327911">http://bajenny.pixnet.net/blog/post/29327911</a>
A5	盒子家的生活點滴	2010.10.05	搭笨港小火車走入板頭社區藝術村	<a href="http://www.wretch.cc/blog/pigbank/14092515">http://www.wretch.cc/blog/pigbank/14092515</a>
A6	紅豆部落	2012.01.11	板頭社區(1)	<a href="http://tw.myblog.yahoo.com/namo-amitorfor/article?mid=-2&amp;next=111950&amp;l=a&amp;fid=88">http://tw.myblog.yahoo.com/namo-amitorfor/article?mid=-2&amp;next=111950&amp;l=a&amp;fid=88</a>
A7	小豆乾的雜貨店	2010.05.06	跟著莫伯去散步 III。新港板頭社區交趾陶藝術村	<a href="http://bluejeans613.pixnet.net/blog/post/30717758">http://bluejeans613.pixnet.net/blog/post/30717758</a>
A8	佑佑皮皮.home	2010.02.12	【觀光工廠】嘉義一個可愛的地方~新港·板頭村·板陶窯	<a href="http://blog.xuite.net/xalekd/940109/30484198">http://blog.xuite.net/xalekd/940109/30484198</a>
A9	黑手丫峻的部落格	2011.04.30	【嘉義】古笨港的新風貌！新港板陶窯交趾剪黏藝術村	<a href="http://www.wretch.cc/blog/songster/32361100">http://www.wretch.cc/blog/songster/32361100</a>

文本編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網址
A10	追夢の翅膀	2012.06.27	嘉義新港板頭村 ~陶窯藝術之旅	<a href="http://www.wretch.cc/blog/suh3072519ap/1981378">http://www.wretch.cc/blog/suh3072519ap/1981378</a>
A11	咪：善用生命的人幸福上門	2011.06.13	嘉義：假日新景點新港板頭村	<a href="http://mimi0216.pixnet.net/blog/post/29374027">http://mimi0216.pixnet.net/blog/post/29374027</a>
A12	寶美媽的秘密世界	2011.08.31	新港。板頭村 交趾剪黏藝術村〈上〉	<a href="http://www.wretch.cc/blog/toot0512/21984427">http://www.wretch.cc/blog/toot0512/21984427</a>
A13	不旅不行。因樂而樂!	2012.03.21	童趣十足的交趾陶剪黏藝術村 - 嘉義新港鄉板頭社區	<a href="http://hom11007.pixnet.net/blog/post/29731136-">http://hom11007.pixnet.net/blog/post/29731136-</a>
A14	Darren 蘋果樹下的天使夢	2012.05.04	板頭社區·板頭村交趾陶藝術村&板頭阿兄	<a href="http://www.wretch.cc/blog/darrenje0322/11012521">http://www.wretch.cc/blog/darrenje0322/11012521</a>
A15	Clare 的生活品味	2007.10.02	陌生的故鄉—嘉義新港（中時嚴選好文）	<a href="http://www.wretch.cc/blog/150740/19875803">http://www.wretch.cc/blog/150740/19875803</a>
A16	Darren 蘋果樹下的天使夢	2012.05.12	武林秘笈香功九式·新港香藝文化館	<a href="http://www.wretch.cc/blog/darrenje0322/11012644">http://www.wretch.cc/blog/darrenje0322/11012644</a>
A17	嘉義縣板陶窯文化發展協會	2012.09.29	剪黏主題餐廳	<a href="http://sixstar.moc.gov.tw/blog/q7810368">http://sixstar.moc.gov.tw/blog/q7810368</a>
A18	嘉義縣板陶窯文化發展協會	2012.05.22	交趾剪黏	<a href="http://sixstar.moc.gov.tw/blog/q7810368/myBlogArticleAction.do?method=doListArticleByPk&amp;articleId=43349">http://sixstar.moc.gov.tw/blog/q7810368/myBlogArticleAction.do?method=doListArticleByPk&amp;articleId=43349</a>
A19	pingaqueen	2011.06.26	舊社區再造成功案例-嘉義新港板頭村	<a href="http://pingaqueen.pixnet.net/blog/post/32733666%E6%9D%91">http://pingaqueen.pixnet.net/blog/post/32733666%E6%9D%91</a>

文本 編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網 址
A20	51 號 12 樓 丁公館	2011.08.23	可愛又美麗的村 落・嘉義板頭社 區・板陶窯	<a href="http://dinghouse.pixnet.net/blog/post/33937849">http://dinghouse.pixnet.net/blog/post/33937849</a>
A21	奇異果の五味 雜陳鋪	2012.09.30	新港鄉_板頭社 區交趾剪粘藝術 村、港口宮、船 頭媽	<a href="http://whoisangle.pixnet.net/blog/post/47038692">http://whoisangle.pixnet.net/blog/post/47038692</a>
A22	農情密意 in Taiwan	2010.11.15	嘉義新港板頭社 區	<a href="http://farmer200.pixnet.net/blog/post/37762469">http://farmer200.pixnet.net/blog/post/37762469</a>
A23	嘉義縣板陶窯 文化發展協會	2012.02.21	樂遊板頭村 交 趾陶拼貼出新景 點	<a href="http://sixstar.moc.gov.tw/blog/q7810368/myBlogArticleAction.do?method=doListArticleByPk&amp;articleId=37023">http://sixstar.moc.gov.tw/blog/q7810368/myBlogArticleAction.do?method=doListArticleByPk&amp;articleId=37023</a>
A24	大吉大力	2011.12.29	新港 板頭社區	<a href="http://jiligotravel.pixnet.net/blog/post/40797733">http://jiligotravel.pixnet.net/blog/post/40797733</a>
A25	Tu& Ju's Paradise	2011.11.06	板頭社區 一個 可愛的好鄉村	<a href="http://queenbee0429.pixnet.net/blog/post/5910446">http://queenbee0429.pixnet.net/blog/post/5910446</a>
A26	幸福的另一個 世界	2012.10.15	嘉義新港・板頭 村剪粘藝術村	<a href="http://blog.sina.com.tw/cfw0114/article.php?pbgid=2476&amp;entryid=620697&amp;comopen=1">http://blog.sina.com.tw/cfw0114/article.php?pbgid=2476&amp;entryid=620697&amp;comopen=1</a>
A27	懷舊的青春	2012.11.20	青春 888 公里	<a href="http://win888.events.pixnet.net/articles/457">http://win888.events.pixnet.net/articles/457</a>
A28	★幸福 ing★	2011.10.21	喚起你我童年記 憶的板頭村社區 (下)	<a href="http://cinmaylin.pixnet.net/blog/post/82058099">http://cinmaylin.pixnet.net/blog/post/82058099</a>
A29	★幸福 ing★	2011.10.20	喚起你我童年記 憶的板頭村社區 (上)	<a href="http://cinmaylin.pixnet.net/blog/post/82016167">http://cinmaylin.pixnet.net/blog/post/82016167</a>
A30	Tina	2012.10.08	新港~板頭社區 (3)	<a href="http://www.wretch.cc/blog/claire0824/19071157">http://www.wretch.cc/blog/claire0824/19071157</a>

文本 編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網址
A31	Tina	2012.10.04	新港~板頭社區 (2)	<a href="http://www.wretch.cc/blog/claire0824/19070318">http://www.wretch.cc/blog/claire0824/19070318</a>
A32	小公主 Irene 在地球的吃喝 玩樂	2012.03.20	處處是藝術·板 頭村交趾剪粘藝 術村	<a href="http://www.wretch.cc/blog/irene521/13382259">http://www.wretch.cc/blog/irene521/13382259</a>
A33	Tina	2012.10.02	新港~板頭社區 (1)	<a href="http://www.wretch.cc/blog/claire0824/19067231">http://www.wretch.cc/blog/claire0824/19067231</a>
A34	小佳的流浪旅 行紀錄	2012.07.20	踏入如卡通世界 般的「新港板頭 社區」	<a href="http://www.wretch.cc/blog/shichia17/34673141">http://www.wretch.cc/blog/shichia17/34673141</a>
A35	夏日的幸福童 話~續	2011.04.25	嘉義新港。板頭 村交趾剪粘藝術 村	<a href="http://blog.yam.com/coral0509/article/37491207">http://blog.yam.com/coral0509/article/37491207</a>
A36	簡單的生活也 是一種幸福	2011.04.11	幸福童話村~板 頭村	<a href="http://www.wretch.cc/blog/polly626/16823275">http://www.wretch.cc/blog/polly626/16823275</a>
A37	肉魯....旅行台 灣·深度造訪 ·微笑旅遊	2011.11.06	板頭社區 新港 北港 文化生活 旅遊圈	<a href="http://www.wretch.cc/blog/damon624/11391466">http://www.wretch.cc/blog/damon624/11391466</a>
A38	星月同心逍遙 遊-台灣真美	2012.06.23	嘉義新港-板頭社 區	<a href="http://www.wretch.cc/blog/zoo338811/4710995">http://www.wretch.cc/blog/zoo338811/4710995</a>
A39	愛莉的雜七雜 八事	2011.09.24	新港板頭社區	<a href="http://blog.xuite.net/ymay1025/loveellie/51895692">http://blog.xuite.net/ymay1025/loveellie/51895692</a>
A40	Yona 亮晶晶 *旅行地圖	2011.03.28	可愛又溫馨的小 社區~板頭社區 (下)	<a href="http://canady1980.pixnet.net/blog/post/28388066">http://canady1980.pixnet.net/blog/post/28388066</a>
A41	Joice 的月光 森林	2011.09.21	童趣與藝術交錯 的-新港板頭社區	<a href="http://www.wretch.cc/blog/joice0630/16339567">www.wretch.cc/blog/joice0630/16339567</a>
A42	娃の繽紛人生	2011.02.10	嘉義新港板頭社 區 交趾剪粘藝 術村+復興鐵橋	<a href="http://www.wretch.cc/blog/akren0304/25554381">http://www.wretch.cc/blog/akren0304/25554381</a>

文本 編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網 址
A43	GOSHOW	2012.07.12	嘉義縣新港板頭社區	<a href="http://www.wretch.cc/blog/gos3420835e7/187123">http://www.wretch.cc/blog/gos3420835e7/187123</a>
A44	魔幻的旅行 --Magic Travel	2011.10.09	スーパーかわいい 嘉義板頭社區	<a href="http://blog.udn.com/chris1102/5719734">http://blog.udn.com/chris1102/5719734</a>
A45	00's blog	2012.07.11	新港板頭社區	<a href="http://blog.xuite.net/zerozero0205/blog/61691844">http://blog.xuite.net/zerozero0205/blog/61691844</a>
A46	blog	2012.10.08	二訪新港板頭村	<a href="http://blog.xuite.net/smluwinxp/blog/63694402">http://blog.xuite.net/smluwinxp/blog/63694402</a>
A47	躺在雲上的熊	2012.05.04	嘉義・新港板頭社區	<a href="http://www.wretch.cc/blog/kumakumo/321441">http://www.wretch.cc/blog/kumakumo/321441</a>
A48	章魚便當の嬉遊記	2012.01.17	嘉義-新港-板頭阿兄、客人的厝、板頭村馬賽克剪黏工藝（雲嘉三日遊-2）	<a href="http://www.wretch.cc/blog/tzeng12399/22065197">http://www.wretch.cc/blog/tzeng12399/22065197</a>
A49	Sometime	2012.07.10	嘉義~充滿趣味的新港板頭村交趾剪粘藝術村	<a href="http://www.wretch.cc/blog/tzeng12399/22065197">http://www.wretch.cc/blog/tzeng12399/22065197</a>
A50	Sometime	2012.07.10	嘉義~充滿趣味的新港板頭社區	<a href="http://blog.xuite.net/edward.young/ada/61666488">http://blog.xuite.net/edward.young/ada/61666488</a>
A51	板頭阿兄-賣燒吃涼	2010.02.08	板頭阿兄 歡迎您	<a href="http://bantouaxiong.pixnet.net/blog">http://bantouaxiong.pixnet.net/blog</a>
A52	CJ -image・CJ 意象館	2013.01.10	走馬板頭村尋田園文史	<a href="http://blog.udn.com/kocj">http://blog.udn.com/kocj</a>
A53	CJ -image・CJ 意象館	2013.02.28	走馬板頭村賞彩陶藝術	<a href="http://blog.udn.com/kocj/7340391">http://blog.udn.com/kocj/7340391</a>
A54	新港文教基金會	2012.10.01	相信工程	<a href="http://www.hkfce.org.tw/chinese/06_contact/01contact.php">http://www.hkfce.org.tw/chinese/06_contact/01contact.php</a>
A55	新港文教基金會	2010.01.01	板頭-珍貴的社區發展經驗(下)	<a href="http://www.hkfce.org.tw/chinese/03_column/03_detail.php?kid=29&amp;cid=206">http://www.hkfce.org.tw/chinese/03_column/03_detail.php?kid=29&amp;cid=206</a>

文本 編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網 址
A56	新港文教基金會	2009.12.01	板頭-相信有一天 火車ㄟ轉來	<a href="http://www.hkfce.org.tw/chinese/03_column/03_detail.php?kid=29&amp;cid=201">http://www.hkfce.org.tw/chinese/03_column/03_detail.php?kid=29&amp;cid=201</a>
A57	新港文教基金會	2009.11.01	板頭-剪黏、交趾 藝術村	<a href="http://www.hkfce.org.tw/chinese/03_column/03_detail.php?kid=29&amp;cid=194">http://www.hkfce.org.tw/chinese/03_column/03_detail.php?kid=29&amp;cid=194</a>
A58	GOSHOW	2011.11.17	嘉義縣特色社區- 新港板頭社區 (上篇)	<a href="http://www.wretch.cc/blog/htba888/250941">http://www.wretch.cc/blog/htba888/250941</a>
A59	兩隻手的溫柔	2012.10.10	板頭村交趾陶剪 黏藝術村	<a href="http://bonade2011.pixnet.net/blog/post/93099062">http://bonade2011.pixnet.net/blog/post/93099062</a>
A60	愛鄉愛土愛查 某	2013.04.16	交趾陶剪黏工藝 村-板頭社區	<a href="http://blog.chinatimes.com/akao_chen/archive/2013/04/16/6760769.html">http://blog.chinatimes.com/akao_chen/archive/2013/04/16/6760769.html</a>
A61	Wisely 的拍拍 照.寫寫字	2011.10.05	嘉義兩天一夜遊	<a href="http://wiselyview.net/blog/read-3018.html">http://wiselyview.net/blog/read-3018.html</a>
A62	趴趴牛趴趴走	2011.04.04	諸羅記·板頭厝 尋交趾陶	<a href="http://guan16.blogspot.tw/2011/03/blog-post_29.html">http://guan16.blogspot.tw/2011/03/blog-post_29.html</a>
A63	嘉義新港輕旅 行 LIGHT	2009.11.27	2009 新港商圈糖 果屋嘉年華	<a href="http://blog.yam.com/singang22">http://blog.yam.com/singang22</a>
A88	大紀元	2010.11.12	古笨港越堤大壁 畫-三醉芙蓉完工 啟用	<a href="http://www.epochtimes.com/b5/10/11/12/n3083298.htm">http://www.epochtimes.com/b5/10/11/12/n3083298.htm</a>
A89	TVBS	2012.02.19	樂遊板頭村 交 趾陶拼貼出新景 點	<a href="http://www.tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=sunkiss20120219191350&amp;&amp;dd=2013/1/26%20%A4U%A4%C8%2007:16:04">http://www.tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=sunkiss20120219191350&amp;&amp;dd=2013/1/26%20%A4U%A4%C8%2007:16:04</a>
A90	公民新聞	2010.05.14	古笨港越堤藝術 交趾陶詮釋三醉 芙蓉	<a href="http://www.peopo.org/news/51791">http://www.peopo.org/news/51791</a>



文本 編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網址
A94	中時電子報	2011.11.27	交趾陶的消失與 重生	<a href="http://tw.news.yahoo.com/%E4%BA%A4%E8%B6%BE%E9%99%B6%E7%9A%84%E6%B6%88%E5%A4%B1%E8%88%87%E9%87%8D%E7%94%9F-213000929.html">http://tw.news.yahoo.com/%E4%BA%A4%E8%B6%BE%E9%99%B6%E7%9A%84%E6%B6%88%E5%A4%B1%E8%88%87%E9%87%8D%E7%94%9F-213000929.html</a>
A95	中時電子報	2012.09.10	新故鄉願景－藝 術農村現觀光契 機	<a href="http://tw.news.yahoo.com/%E6%96%B0%E6%95%85%E9%84%89%E9%A1%98%E6%99%AF-%E8%97%9D%E8%A1%93%E8%BE%B2%E6%9D%91%E7%8F%BE%E8%A7%80%E5%85%89%E5%A5%91%E6%A9%9F-213000571.html">http://tw.news.yahoo.com/%E6%96%B0%E6%95%85%E9%84%89%E9%A1%98%E6%99%AF-%E8%97%9D%E8%A1%93%E8%BE%B2%E6%9D%91%E7%8F%BE%E8%A7%80%E5%85%89%E5%A5%91%E6%A9%9F-213000571.html</a>
A96	中時電子報	2011.09.10	突圍之道－活化 空屋 開辦交趾 陶體驗營	<a href="http://tw.news.yahoo.com/%E7%AA%81%E5%9C%8D%E4%B9%8B%E9%81%93-%E6%B4%BB%E5%8C%96%E7%A9%BA%E5%B1%8B-%E9%96%8B%E8%BE%A6%E4%BA%A4%E8%B6%BE%E9%99%B6%E9%AB%94%E9%A9%97%E7%87%9F-213000654.html">http://tw.news.yahoo.com/%E7%AA%81%E5%9C%8D%E4%B9%8B%E9%81%93-%E6%B4%BB%E5%8C%96%E7%A9%BA%E5%B1%8B-%E9%96%8B%E8%BE%A6%E4%BA%A4%E8%B6%BE%E9%99%B6%E9%AB%94%E9%A9%97%E7%87%9F-213000654.html</a>
A97	今日新聞	2009.11.27	農村轉型 新港 板頭社區再造藝 術村	<a href="http://www.nownews.com/2009/11/27/327-2538774.htm">http://www.nownews.com/2009/11/27/327-2538774.htm</a>

文本 編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網 址
A98	台灣新生報	2011.12.10	推動綠社區培力計畫	<a href="http://tw.news.yahoo.com/%E5%8F%B0%E5%8D%97%E7%A9%8D%E6%A5%B5%E6%8E%A8%E5%8B%95%E7%B6%A0%E7%A4%BE%E5%8D%80%E5%9F%B9%E5%8A%9B%E8%A8%88%E7%95%AB-143828733.html">http://tw.news.yahoo.com/%E5%8F%B0%E5%8D%97%E7%A9%8D%E6%A5%B5%E6%8E%A8%E5%8B%95%E7%B6%A0%E7%A4%BE%E5%8D%80%E5%9F%B9%E5%8A%9B%E8%A8%88%E7%95%AB-143828733.html</a>
A99	背包客	2012.7.22	仲夏之夜	<a href="http://www.backpackers.com.tw/forum/gallery/index.php?n=85697">http://www.backpackers.com.tw/forum/gallery/index.php?n=85697</a>
A100	聯合新聞網	2011.10.13	交趾剪黏牽牛花 板頭村添新「夜」	<a href="http://udn.com/NEWS/DOMESTIC/DOM5/6648126.shtml">http://udn.com/NEWS/DOMESTIC/DOM5/6648126.shtml</a>
A101	奇摩新聞	2012.03.10	達人帶路·跟著 青青小熊這樣玩 農村體驗·親子 幸福遊	<a href="http://tw.news.yahoo.com/%E9%81%94%E4%BA%BA%E5%B8%B6%E8%B7%AF-%E8%B7%9F%E8%91%97%E9%9D%92%E9%9D%92%E5%B0%8F%E7%86%8A%E9%80%99%E6%A8%A3%E7%8E%A9-%E8%BE%B2%E6%9D%91%E9%AB%94%E9%A9%97-%E8%A6%AA%E5%AD%90%E5%B9%B8%E7%A6%8F%E9%81%8A-095433448.html">http://tw.news.yahoo.com/%E9%81%94%E4%BA%BA%E5%B8%B6%E8%B7%AF-%E8%B7%9F%E8%91%97%E9%9D%92%E9%9D%92%E5%B0%8F%E7%86%8A%E9%80%99%E6%A8%A3%E7%8E%A9-%E8%BE%B2%E6%9D%91%E9%AB%94%E9%A9%97-%E8%A6%AA%E5%AD%90%E5%B9%B8%E7%A6%8F%E9%81%8A-095433448.html</a>

文本編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網址
A102	新頭殼	2011.12.26	小旅行大感動 從 50 個青年壯遊 點出發	<a href="http://tw.news.yahoo.com/%E5%B0%8F%E6%97%85%E8%A1%8C%E5%A4%A7%E6%84%9F%E5%8B%95-%E5%BE%9E50%E5%80%8B%E9%9D%92%E5%B9%B4%E5%A3%AF%E9%81%8A%E9%BB%9E%E5%87%BA%E7%99%BC-085940061.html">http://tw.news.yahoo.com/%E5%B0%8F%E6%97%85%E8%A1%8C%E5%A4%A7%E6%84%9F%E5%8B%95-%E5%BE%9E50%E5%80%8B%E9%9D%92%E5%B9%B4%E5%A3%AF%E9%81%8A%E9%BB%9E%E5%87%BA%E7%99%BC-085940061.html</a>
A103	聯合報	2011.10.13	交趾剪黏牽牛花 板頭村添新「夜」	<a href="http://udn.com/NEWS/DOMESTIC/DOM5/6648126.shtml">http://udn.com/NEWS/DOMESTIC/DOM5/6648126.shtml</a>
A104	Ann's 祕密花園	2012.05.21	嘉義一日遊(上) 趣遊~板頭社區~ 板陶窯	<a href="http://anny3805201314.pixnet.net/blog/post/27513669">http://anny3805201314.pixnet.net/blog/post/27513669</a>
A105	Bobowin 旅行攝影生活	2012.01.14	板頭村~板陶窯 交趾剪黏工藝園區	<a href="http://blog.xuite.net/bobowin/me/56156343">http://blog.xuite.net/bobowin/me/56156343</a>
A106	bobowin 寶溫旅遊日記 (中時部落格)	2012.01.18	板頭村~交趾陶 彩繪社區	<a href="http://blog.chinatimes.com/bobowin/archive/2012/01/18/1213088.html">http://blog.chinatimes.com/bobowin/archive/2012/01/18/1213088.html</a>
A107	Kristen 玩生活	2010.10.08	超可愛的板頭社區	<a href="http://blog.yam.com/kristen322/article/31290420">http://blog.yam.com/kristen322/article/31290420</a>
A108	Pinto's 寫真生活	2011.04.05	新港板頭村-板陶 春天小旅行	<a href="http://blog.yam.com/pinto/article/36758129">http://blog.yam.com/pinto/article/36758129</a>
A109	愛莉的雜七雜八事	2011.09.25	新港板頭社區	<a href="http://blog.xuite.net/ymay1025/loveellie/51895692">http://blog.xuite.net/ymay1025/loveellie/51895692</a>
A110	summer's trip	2011.09.01	社區再造後的交趾陶聚落	<a href="http://janotts.pixnet.net/blog/post/29642935">http://janotts.pixnet.net/blog/post/29642935</a>
A111	v	2012.09.23	嘉義板頭村知性之旅	<a href="http://sophie1428.pixnet.net/blog/post/46971316">http://sophie1428.pixnet.net/blog/post/46971316</a>

文本 編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網 址
A112	vanishword	2010.05.22	嘉義-板頭村「交趾、剪黏藝術村」(上)	<a href="http://vanishworld.pixnet.net/blog/post/30995781">http://vanishworld.pixnet.net/blog/post/30995781</a>
A113	via 趣旅行	2011.02.17	新港板頭村交趾剪黏藝術村～到處都是有趣的拍照景點！	<a href="http://viablog.okmall.tw/blogview.php?blogid=838">http://viablog.okmall.tw/blogview.php?blogid=838</a>
A114	via 趣旅行	2011.02.11	嘉義哪裡好玩～新港鄉板頭社區：板陶窯尋樂趣！	<a href="http://viablog.okmall.tw/blogview.php?blogid=837">http://viablog.okmall.tw/blogview.php?blogid=837</a>
A115	Vincent 的網路日誌	2010.10.08	農村再生 嘉義新港 [板頭社區]：(E)古笨港考古園區、越堤大壁畫	<a href="http://vin1070.pixnet.net/blog/post/27268216">http://vin1070.pixnet.net/blog/post/27268216</a>
A116	wenwen 小姐變成媽	2012.08.19	沿著鐵道嚕 PushBike。探訪板頭村	<a href="http://happymommy.pixnet.net/blog/post/92310483">http://happymommy.pixnet.net/blog/post/92310483</a>
A117	Selina 的幸福角落	2011.07.23	嘉義新港板頭厝車站	<a href="http://selina820625.pixnet.net/blog/post/5143170">http://selina820625.pixnet.net/blog/post/5143170</a>
A118	一哥的玩遍全台灣	2011.02.19	社區再造-嘉義新港板頭村	<a href="http://blog.yam.com/evenlin/article/35238773">http://blog.yam.com/evenlin/article/35238773</a>
A119	三人兩鳥的幸福生活	2012.07.27	嘉義-交趾陶藝術與農村的完美結合::新港板頭村	<a href="http://wisebaby.pixnet.net/blog/post/28055140-">http://wisebaby.pixnet.net/blog/post/28055140-</a>
A120	大象躲進襪子裡	2012.07.09	馬賽克拼貼藝術也可以很台灣《新港·板頭社區·交趾剪黏藝術村》	<a href="http://sun3643.pixnet.net/blog/post/33740104">http://sun3643.pixnet.net/blog/post/33740104</a>

文本 編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網 址
A121	大孀愛芒果	2011.05.04	童年樂趣盡在板頭村	<a href="http://anak0821.pixnet.net/blog/post/33831026">http://anak0821.pixnet.net/blog/post/33831026</a>
A122	小鼠與小象的足跡	2011.04.20	板頭村-舊河道&板頭厝車站&其他景點	<a href="http://www.wretch.cc/blog/george999/7342470">http://www.wretch.cc/blog/george999/7342470</a>
A123	不旅不行 因樂而樂	2012.03.21	童趣十足的交趾陶剪黏藝術村 - 嘉義新港鄉板頭社區	<a href="http://hom11007.pixnet.net/blog/post/29731136">http://hom11007.pixnet.net/blog/post/29731136</a>
A124	公共藝術的愛情經濟學	2011.02.09	文化・創意觀點的社區美學(一) - 嘉義新港與朴子篇	<a href="http://lincm68.pixnet.net/blog/post/28044563">http://lincm68.pixnet.net/blog/post/28044563</a>
A125	天才阿呆小玩 家	2010.11.29	新港~板陶窯~卡通人生的藝術村	<a href="http://www.wretch.cc/blog/burner75819/13117854">http://www.wretch.cc/blog/burner75819/13117854</a>
A126	天雲與藍天	2010.04.16	頂菜園&板頭社區交趾剪黏藝術村	<a href="http://carol218.pixnet.net/blog/post/26082675">http://carol218.pixnet.net/blog/post/26082675</a>
A127	四小折繪本日誌	2010.10.20	遊藝新港之旅	<a href="http://www.wretch.cc/blog/off60/6678939">http://www.wretch.cc/blog/off60/6678939</a>
A128	皮 斯 =Nonsense	2012.04.17	火車ㄟ轉來 / 板頭村交趾陶社區	<a href="http://piecece.pixnet.net/blog/post/89020083">http://piecece.pixnet.net/blog/post/89020083</a>
A129	朱朱.做自己 很自在	2010.08.25	尋訪可愛的板頭村	<a href="http://www.wretch.cc/blog/smallpig1008/27410742">http://www.wretch.cc/blog/smallpig1008/27410742</a>
A130	米家的慢走與樂活	2012.02.02	新港・板頭村~交趾剪黏藝術村、百年歷史復興鐵橋	<a href="http://michelleboe.pixnet.net/blog/post/26354894">http://michelleboe.pixnet.net/blog/post/26354894</a>

文本 編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網 址
A131	行政院農業委員會	2012.09.26	如果有一天 火車ㄟ轉來—嘉義縣新港鄉板頭社區	<a href="http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=20962">http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=20962</a>
A132	佑 佑 皮 皮.home	2010.01.28	嘉義新港板頭村交趾剪粘藝術村~可愛、可愛、可愛	<a href="http://blog.xuite.net/xalekd/940109/30613606">http://blog.xuite.net/xalekd/940109/30613606</a>
A133	貪吃鬼~VS的生活札記	2012.11.21	超多拍照景點都在~~新港板頭村-陶板窯	<a href="http://www.wretch.cc/blog/cartilage461/28512482">http://www.wretch.cc/blog/cartilage461/28512482</a>
A134	兩輪車和四腳獸	2012.07.03	嘉義新港板頭村	<a href="http://ganmei.pixnet.net/blog/post/36844284">http://ganmei.pixnet.net/blog/post/36844284</a>
A135	波妞媽	2011.07.07	殺照片之旅~嘉義新港板陶窯	<a href="http://wormll66.pixnet.net/blog/post/34420183">http://wormll66.pixnet.net/blog/post/34420183</a>
A136	玩遍全台灣	2011.02.17	新港。板頭村	<a href="http://tw.myblog.yahoo.com/erica-linlin/article?mid=31413">http://tw.myblog.yahoo.com/erica-linlin/article?mid=31413</a>
A137	真言·熊語	2011.08.14	找回地方生命力-嘉義新港板頭村	<a href="http://suchen1.pixnet.net/blog/post/35255698">http://suchen1.pixnet.net/blog/post/35255698</a>
A138	青青小熊旅遊札記	2011.07.10	童趣十足的板頭社區·板頭村交趾陶藝術村(嘉義新港遊-上)	<a href="http://www.wretch.cc/blog/yoke0918/9103389">http://www.wretch.cc/blog/yoke0918/9103389</a>
A139	背包客	2011.07.31	嘉義新港板頭村交趾剪粘藝術村1日遊	<a href="http://www.backpackers.com.tw/forum/showthread.php?t=513895">http://www.backpackers.com.tw/forum/showthread.php?t=513895</a>
A140	胡說胡焦小幸胡	2012.02.24	寫都寫不完_ 嘉義新港板頭村	<a href="http://sevenandu.pixnet.net/blog/post/16941885">http://sevenandu.pixnet.net/blog/post/16941885</a>
A141	軍人妻的最終告白	2011.09.15	GO!!嘉義板頭村	<a href="http://d95240774.pixnet.net/blog/post/29716669">http://d95240774.pixnet.net/blog/post/29716669</a>

文本編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網址
A142	盒子家的生活點滴	2010.10.13	新港板頭社區-一家一故事，美麗藝術牆(上)	<a href="http://www.wretch.cc/blog/pigbank/14097954">http://www.wretch.cc/blog/pigbank/14097954</a>
A143	就是蔡市子	2011.09.14	一片一片堆砌的美麗【板頭村/原鄉四季/三醉芙蓉/樂陶陶】	<a href="http://lu6627.pixnet.net/blog/post/35568421">http://lu6627.pixnet.net/blog/post/35568421</a>
A144	就是靜不下來	2012.01.31	嘉義新港-板頭社區	<a href="http://autu.pixnet.net/blog/post/30324794">http://autu.pixnet.net/blog/post/30324794</a>
A145	斯麥樂三號	2011.06.18	新港板陶窯交趾剪黏工藝園	<a href="http://jay0909.pixnet.net/blog/post/29356243">http://jay0909.pixnet.net/blog/post/29356243</a>
A146	斯麥樂三號	2011.06.18	板頭社區 板頭厝車站	<a href="http://jay0909.pixnet.net/blog/post/29356789">http://jay0909.pixnet.net/blog/post/29356789</a>
A147	烏秋的天空	2011.01.30	別躲了.充滿童趣的板頭村	<a href="http://www.wretch.cc/blog/uchutw/3077040">http://www.wretch.cc/blog/uchutw/3077040</a>
A148	巴菲慶的旅遊、美食、攝影隨意窩	2012.11.21	新港鄉板頭村~交趾剪粘藝術村~	<a href="http://blog.xuite.net/cmo_chou/blog/64518627">http://blog.xuite.net/cmo_chou/blog/64518627</a>
A149	Expecting happiness	2013.02.13	新年遊板頭村(板頭厝車站+交趾陶藝術)	<a href="http://blog.xuite.net/sphjlc062218/thinking/66219267">http://blog.xuite.net/sphjlc062218/thinking/66219267</a>
A150	嘉義縣觀光旅遊網	2013.01.10	板頭社區	<a href="http://www.tbocc.gov.tw/fun1-01-detail.asp?SysID=201151314369295467555">http://www.tbocc.gov.tw/fun1-01-detail.asp?SysID=201151314369295467555</a>
A151	轉角的吃喝玩樂	2011.10.14	環顧板頭村~交趾剪黏工藝	<a href="http://cheng0073.pixnet.net/blog/post/3393762">http://cheng0073.pixnet.net/blog/post/3393762</a>
A152	攝影.旅行.拈花惹草	2009.11.25	新港板頭村交趾陶社區營造	<a href="http://yuminghui.pixnet.net/blog/post/25557396">http://yuminghui.pixnet.net/blog/post/25557396</a>
A153	Jerry & Apple的吃。喝。玩。樂	2013.2.17	板頭文化藝術村	<a href="http://www.wretch.cc/blog/kffsz/15612317">http://www.wretch.cc/blog/kffsz/15612317</a>

附錄二：照片一覽表

文本(照片) 編號	照片	文本(照片) 編號	照片
A64		A65	
A66		A67	
A68		A69	
A70		A71	
A72		A73	
A74		A75	

文本(照片) 編號	照片	文本(照片) 編號	照片
A76		A77	
A78		A79	
A80		A81	
A82		A83	
A84		A85	
A86		A87	