國立政治大學傳播學院碩士在職專班

碩士學位論文

指導教授：黃新生博士、陳儒修博士

自媒體旅遊展演與設計

Travel Performance and Design of the We Media.

國立政治大學 National Chengchi University

研究生：黃秀卿 撰

中華民國一〇九年一月

DOI:10.6814/NCCU202000197

謝誌

終於走到這一步，寫謝誌的階段，最不真實的環節，終於走完這最後一哩路。在數位行銷領域打滾多年，而走進學術領域卻是另一個世界。每週的朝九晚九馬拉松式賽跑，在職場與學校間奔波考驗著體能、耐力與時間分配。每次課堂中理論與的實務結合，常會冒出新的體悟，大家都樂在積極發問、相互交流的學習過程中，與以往的學習方式與態度大相逕庭，收穫豐沛。

滿心感謝我的兩位指導老師，黃新生老師與陳儒修老師。由衷感謝新生老師在關鍵的時刻，不時加油打氣並帶著親切溫暖的笑容，耐心帶領我闖完最後一個關卡；衷新感謝儒修老師不論再忙、相隔再遠，都能時時給予關心與指導，令人十分安心且踏實，每回過進度時都會先看看波士頓的時間，無法頻繁旅遊與出差的日子，彷彿跟著老師在零下 9 度的波士頓走完新的旅程。感謝從賽局理論中不斷考驗我們，又耐心扶起我們的曾國鋒老師擔任口委，與關尚仁老師提供了寶貴意見。

感謝多位旅遊展演者的知無不言、慷慨相授，感謝六肆零中亞壯遊前一刻接受綁架，耐心完成訪談；Jessie 在調研功課還沒做完、稿子還沒趕完、隻身前往青海行前夕騰出了珍貴的訪談時間；KK 特地從宜蘭北上，訪談完立馬返回嘉義舟車勞頓的大力支持；以及小虎行程滿檔分身乏術之時，將用餐時間延長了好幾倍，以小虎最愛的美食相伴完成訪談；以及許傑的經典貼文支援。沒有你們，這份論文難以實現。

感謝 EMA104 同學們相伴與打氣、主管與同事們的體諒、小酒吧好友們不時關懷、Sam 的支持、Mandy 與乾女兒的加油聲，助我順利完成這段考驗，這鐵定是人生中令人沒齒難忘的學習旅程。

DOI:10.6814/NCCU202000197

摘要

有一群專業的自媒體展演者，其旅遊作品與貼文紀錄特別精彩，在此稱他們為「自媒體旅遊展演者」，其線上展演貼文經過事前規劃、設計、編排，擁有比常人更純熟的拍攝技巧、文案編撰能力、貼文組織架構能力甚至擁有號召力，他們擁有一群粉絲，透過旅遊展演與共同喜好集結的粉絲群。這些展演者的線上展演方式，有別於一般社群使用者隨意的自拍上傳。人人都會自拍與打卡，而這些自媒體旅遊展演研究對象，其展演前台與後台時常經過「設計」並精心打造，非一般常人能快速取代，有其研究意義與價值。

本研究將依據 Goffman「劇場理論」與 Urry「展演轉向」要素，分析《小虎食夢網》、《劉士銘-赤子之心闖世界》、《翹鬍子旅行團》、《KK 旅世界 K's journey》等 4 個粉絲團之旅遊貼文；且訪問了「小虎」、「六肆零」、「Jessie」、「KK」，等 4 位自媒體旅遊展演者。針對其旅遊貼文進行文本分析，探索這些貼文中有哪些展演類型與旅遊議題；並對展演者做一對一深度訪談，瞭解對方做了哪些事前功課、後台準備工作、以及展演後帶來哪些效益，如何建構出屬於自己的成功模式。

研究發現，旅遊展演事前準備、內容設計、展演者專長與喜好，與展演品質及展演效果息息相關，且旅遊展演能帶來多重效益，並從旅遊展演者未來計劃中，洞察未來展演趨勢。

關鍵詞：自媒體、展演轉向、劇場理論、旅遊展演、展演設計

DOI:10.6814/NCCU202000197

Abstract

A group of We media performers are famous for posting their travelogues on line. This study calls them “We media travel performers.” By detailing, planning, designing and editing their travelogues, they draw attention from fans with the same likeness. Their online performance is different from selfies posted by casual users like you and me. In the world of selfies and check-ins, these “We media travel performers” wisely manage their online stages by skillful photos, well-written travelogues, and beautiful videos. This study aims to explore their front stages and back stages in order to find out how their online travelogues become the focus of discussion among fans.

This study will apply Ervin Goffman’s dramaturgical theory of the self and society and the concept of “performance turn” by John Urry to analyze four online travelogues and interview four “We media travel performers” behind them. By employing close textual analysis of their postings and conducting in-depth interviews, the goal of this study is to understand how they prepare phots, videos, articles before posting, and what they gain from those travelogues. At the end, it wishes to present their successful business models for other people to follow.

This study finds that pre-planning, content design, expertise of “We media travel performers”, as well as quality of their postings are all crucial to produce excellent online travelogues. Multiple benefits from their online travel performances are also reasons for them to continue working in this field and to let us perceive the future development of online travel performance.

DOI:10.6814/NCCU202000197

Keywords：We Media、Performance Turn、Dramaturgical Theory、Travel Performance、Performance Design.

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

目錄

第一章、 緒論 1

第一節、研究動機 1

第二節、研究背景 7

第三節、研究問題與目的 13

第四節、研究方法與範圍 15

第五節、自媒體名詞釋義 17

第二章、 相關文獻探討 19

第一節、劇場理論 19

第二節、展演轉向 25

第三節、觀光展演與自媒體旅遊相關文獻探討 37

第三章、 研究方法與設計 44

第一節、研究架構 44

第二節、研究方法 46

第三節、研究設計與執行 48

第四章、 研究資料分析與發現 75

第一節、 旅遊展演者之展演動機 75

第二節、 旅遊展演內容設計之重要性 78

第三節、 展演轉向之體現 98

第四節、 從網海中脫穎而出的旅遊展演術 106

第五節、 旅遊展演能帶來多重效益 110

第六節、 旅遊展演者未來計劃與建議 118

第五章、 研究結論與建議 121

第一節、 研究發現 121

DOI:10.6814/NCCU202000197

第二節、　研究貢獻 128
第三節、　研究限制與後續研究建議 129
參考文獻 130

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

表目錄

表 2-1 實體劇場與虛擬網路劇場比較.....24
表 2-2 《觀光客的凝視》的三個版本比較.....28
表 2-3 國內「觀光展演」文獻列表.....37
表 2-4 國內「自媒體旅遊」文獻列表.....39
表 3-1 本研究架構.....45
表 3-2 旅遊展演者展演訪談對象.....49
表 3-3 研究對象展演核心及特殊經歷彙整.....56
表 3-4 本研究文本分析研究架構流程.....58
表 3-5 本研究文本分析項目彙整.....69
表 3-6 訪談大綱.....70
表 3-7 受訪者基本資料簡介及訪談時間.....72
表 3-8 訪談內容分析項目之彙整.....74
表 5-1 自媒體旅遊展演建議方針.....128

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖目錄

圖 1-1 研究對象 Jessie 印度旅遊分享貼文 3
圖 1-2 台灣最多人使用的前 12 大社群網站和通訊媒體 9
圖 2-1 部落客許傑的個人日本旅遊貼文 35
圖 3-1 「小虎食夢網」粉絲團首頁 51
圖 3-2 「劉士銘-赤子之心闖世界」粉絲團首頁 53
圖 3-3 「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」粉絲團首頁 54
圖 3-4 「KK 旅世界 K's journey」粉絲團首頁首頁 56
圖 3-5 「小虎食夢網」粉絲團泰國髮廊服務分享貼文 60
圖 3-6 「小虎食夢網」依按讚數排序之貼文數據 61
圖 3-7 「小虎食夢網」依分享數排序之貼文數據 61
圖 3-8 「小虎食夢網」依留言數排序之貼文數據 62
圖 3-9 「劉士銘-赤子之心闖世界」粉絲團土庫曼簽證貼文 63
圖 3-10 「劉士銘-赤子之心闖世界」依按讚數排序之貼文數據 64
圖 3-11 「劉士銘-赤子之心闖世界」依分享數排序之貼文數據 64
圖 3-12 「劉士銘-赤子之心闖世界」依留言數排序之貼文數據 65
圖 3-13 「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」依按讚數排序之貼文數據 66
圖 3-14 「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」依分享數排序之貼文數據 66
圖 3-15 「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」依留言數排序之貼文數據 67
圖 3-16 「KK 旅世界 K's journey」依按讚數排序之貼文數據 68
圖 3-17 「KK 旅世界 K's journey」依分享數排序之貼文數據 68
圖 3-18 「KK 旅世界 K's journey」依留言數排序之貼文數據 69
圖 4-1 研究對象 Jessie 俄羅斯藍冰旅遊攻略貼文之文字展現 84
圖 4-2 研究對象 Jessie 冰島旅遊攻略貼文之圖片展現 85
圖 4-3 研究對象六肆零的伊朗貼文之文字展現 87

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-4 研究對象六肆零的伊朗貼文之圖片展現 88
圖 4-5 研究對象六肆零的伊朗貼文留言 89
圖 4-6 研究對象 KK 的嘉義老屋小旅行旅遊影片貼文 90
圖 4-7 研究對象 KK 的嘉義溪口元宵節旅遊影片貼文 91
圖 4-8 研究對象六肆零的絲路旅遊影片貼文 92
圖 4-9 研究對象 Jessie 俄羅斯旅遊攻略貼文 94
圖 4-10 研究對象小虎馬來西亞美食貼文 95
圖 4-11 研究對象 KK 嘉義溪口貼文 96
圖 4-12 研究對象六肆零菲律賓遊學貼文 97
圖 4-13 研究對象小虎的溫哥華美食貼文 99
圖 4-14 研究對象 Jessie 北京鐘鼓樓打太極體驗貼文 105

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

第一章、 緒論

網路自媒體時代下，人人喜愛拍照打卡，然而品質參差不齊。國人熱愛旅遊，研究者自身亦為旅遊愛好者，同時身邊有一群專業展演者，其旅遊作品與貼文紀錄特別精彩，在此稱之為「自媒體旅遊展演者」。

這些自媒體旅遊展演者最大的共通點，皆有在國內最多人使用的 Facebook 社群平台，經常性發表旅遊展演貼文。其展演貼文展演前會做事前準備、規劃、決定現場所需工具設備；發表時經過構思、設計、編排、設定關鍵字；發表後與粉絲以及網友互動。此類展演內容效果更勝普遍一般大眾的拍照打卡，這番縝密費工、純熟的展演設計過程，常被大眾忽略。瞭解其展演效果、設計過程是本研究欲探討重點。

第一節、研究動機

國人是全世界最愛打卡的族群，旅行中不忘攝影、打卡，不少人回程後還會寫部落格文章為旅程做紀錄，研究者亦是愛好旅遊展演其中一員。研究者近十年來，每年至少有兩次國外旅遊、四次外縣市旅遊經驗，因在旅遊媒體業服務，工作上的旅遊景點踩線亦包含在內。研究者即是一個出國旅遊展演愛好者，即使在中國大陸出差，網域無法使用 Facebook，也要克服萬難想盡辦法翻牆上社群網站，以佔領世界版圖為動力，紀錄國外旅遊與出差的點滴。累計至今約一千多則旅遊展演貼文、數十篇文章記錄、發表過旅遊講座、及旅遊廣播分享。與大多數上班族相較之下，較為頻繁的旅遊次數與旅遊相關展演貼文數量，漸漸地「愛旅遊」也成為他人對自己的印象與符號。

DOI:10.6814/NCCU202000197

除了經常性見到友人們不定時的旅遊展演貼文，也追蹤了不少旅遊展演者的 Facebook 粉絲團，欣賞與參與討論之餘，研究者在 2012 年 11 月也成立了粉絲團，主要分享旅遊與美食生活紀錄，親身經營後才能體悟到自媒體經營的不易，旅遊展演貼文如何從網海中脫穎而出受人關注，是一門值得探究的世界。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 1-1 研究對象 Jessie 印度旅遊分享貼文

資料來源：研究對象 Jessie 的個人 Facebook

DOI:10.6814/NCCU202000197

研究對象 Jessie 在個人 Facebook 發布了和她和妹妹在印度旅遊拍攝的照片，被下方討論串網友形容其作品有如國家地理雜誌的拍攝水準，果不其然其作品恆河夜祭，後續報名了有攝影界奧斯卡獎的 IPA 國際攝影比賽，榮獲傳統與文化活動類別的榮譽獎。搭配生動的文案說明，文案上將一路上遇到的特殊事件逐一量化並條列出，例如：踩到某種無法辨認的生物便便 2 次、行李輾過牛便便 1 次、被鳥屎攻擊 3 次、被 tuktuk(嘟嘟車)擦撞 2 次、被牛擦撞 1 次、被狗尾隨 3 次。而大眾對印度的一般刻板印象，哪怕在旅途中未曾發生，但也被列出：被性騷擾 0 次、鬧肚子或生病 0 次、看見恆河浮屍 1 次、遇到騙子與掮客 N 次、熱到崩潰 100 次、遇見荒唐事 100 次。還有一般人在印度不敢奢求的期望與特殊際遇：遇到好人被幫助 N*100 次、與印度人自拍大於 50 次。在 Jessie 貼文上的趣味文案與重點量化數字、以及超越一般常人攝影水平的展現，引發粉絲與網友熱烈討論。

在本研究中的旅遊展演，意指如上圖由文案、圖片(或影片)組合而成的旅遊貼文。然而現今人人都會撰文、拍攝並上傳貼文，但品質卻參差不齊，有的文案語焉不詳、有的拍攝畫面背光或晃動，使整體貼文不堪入目。以該圖為例，研究者 Jessie 為國際旅遊雜誌《孤獨星球》（Lonely Planet）作者之一，擁有 5 本著作和 1 本機上雜誌合作經歷，大學讀的是中文系，長期的寫作訓練讓 Jessie 練就了一手流暢的好文筆，在大篇幅中如何組織文章架構、迅速釐清重點、如何有利於讀者閱覽，已是她的基本技能。同時，擁有 57 個國家自助旅遊經歷，攝影技能在這其間不斷精進，直至近年首度報名了國際攝影即拿下了佳績，對於粉絲與網友而言，在得獎之前即欣賞過其難得的旅遊畫面、優異攝影作品，是一種享受；從貼文中重新認識印度旅遊文化，是一種收穫。

DOI:10.6814/NCCU202000197

本研究將訪談 4 位各具特色的自媒體旅遊展演者，有的研究對象擅長靜態攝影、有人文筆佳、有人以動態攝影與影片剪輯片為主；有人是日本通、有人熱愛美食、有女性研究對象喜好單人自由行、有人已是達人領隊、也有書籍作者以及旅遊類講座講師。這些研究對象在各自領域各有一片天，且各有追隨的粉絲群，在旅遊展演上特別注重展演前台與後台的設計，旅行出發前會做什麼功課、攜帶哪些工具器材，抵達目的地時如何選取拍攝內容，上傳時會準備幾張照片、畫面先後順序如何決定、文案如何描繪、搭配哪些關鍵字設定。展演貼文上傳如何與粉絲及網友互動，皆為本研究範疇。

以展演為主題的文獻，大多琢磨在實體藝術展覽的展演，如畫展、音樂展、藝文展等，以及展演表演空間的探討居多。隨著時脈變遷，現代人較少有機會參與實體展演，反而有更多的機會在線上辦展、看展，社群媒體上的旅遊展演即為其中一種。本研究研究核心是低門檻高接觸機會的線上旅遊展演，幾乎每個人都有機會看到、或參與其製作過程，不需到達特定收入，也不需要透過特殊管道邀請、報名、付費才能看到，亦不需要有高聲量、高評價才能舉辦或參與展演，不受空間、時間限制，隨時隨地都能欣賞的線上旅遊展演，人人都有機會隨時看展、隨時辦展，已是現代的展演趨勢，相關研究仍缺乏，為傳播領域文獻一項缺口。

若能瞭解線上旅遊展演的設計過程，並與展演成效、展演者特質與特長相互比照，也許能覓得旅遊展演的成功方程式，研究者為旅遊媒體工作者，與 4 位研究對象皆相識，有與對方一同旅行或旅遊相關工作共事經驗，能近身從旁瞭解與觀察研究對象真實的展演前台、後台與粉絲交流過程，並試圖挖掘連研究對象自身未曾察覺留意的地方，做重點綜合交叉分析。以期對未來想加入旅遊展演的素人、相關產業的業者、旅遊景區單位，皆可做為參考納用，若能由

DOI:10.6814/NCCU202000197

此催生更多優質旅遊展演者，帶動原先默默無名的地方旅遊聲量，乃為此研究微薄貢獻。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

第二節、研究背景

全球化、網路時代的出現，自媒體、社群媒體的發達興盛已是常態。根據 Skyscanner2018 年亞太地區旅遊趨勢報告調查，新媒體（口碑分享、社群媒體及意見領袖）影響力遞增，成為亞太旅客主要的旅遊驅動力，而其中「社群媒體」對台灣旅客的影響特別明顯。

智慧型手機使用率大幅提升。由網際網路資料研究機構 We Are Social 和 Hootsuite 共同發表的《數位 2018》（GLOBAL DIGITAL REPORT 2018）網際網路研究報告指出，過去一年中，全世界新增的上網人數大多來自行動端，由於智慧手機的售價和行動資費變得越來越平易近人，有越來越多人選擇這方式第一次「觸網」：超過 2 億人口在 2017 年拿到第一台行動裝置。

在此番增長態勢之下，如今全球總人口超過三分之二至少有一台行動裝置，特殊行動用戶（使用任何一種行動裝置）總數達 51.35 億，行動網路的滲透率高達 68%，這是行動網路的時代。

根據美國社群市場調研公司 Compete 的調查顯示，在美國，43%的 Twitter 用戶是透過像智慧型手機、平板電腦這類行動設備登入使用，Facebook 則是 34%用戶是透過行動設備登入。顯示人們不再像過去得回到家裡打開電腦設備，才能進行社群聯繫。

根據研調機構 eMarketer 的預測，2018 年全球有 36.6 億的人口每個月至少利用 PC 或行動裝置上網一次，年成長 5.5%，該機構更進一步預估至 2019 年時，全球將有高達 38.4 億的人口每個月至少上網一次，除再較 2018 年成長

DOI:10.6814/NCCU202000197

4.9%外，上網人口占全球人口之比重更將首次突破五成大關，達 50.8%，至 2020 年時，全球的上網人口數更將突破 40 億人口。

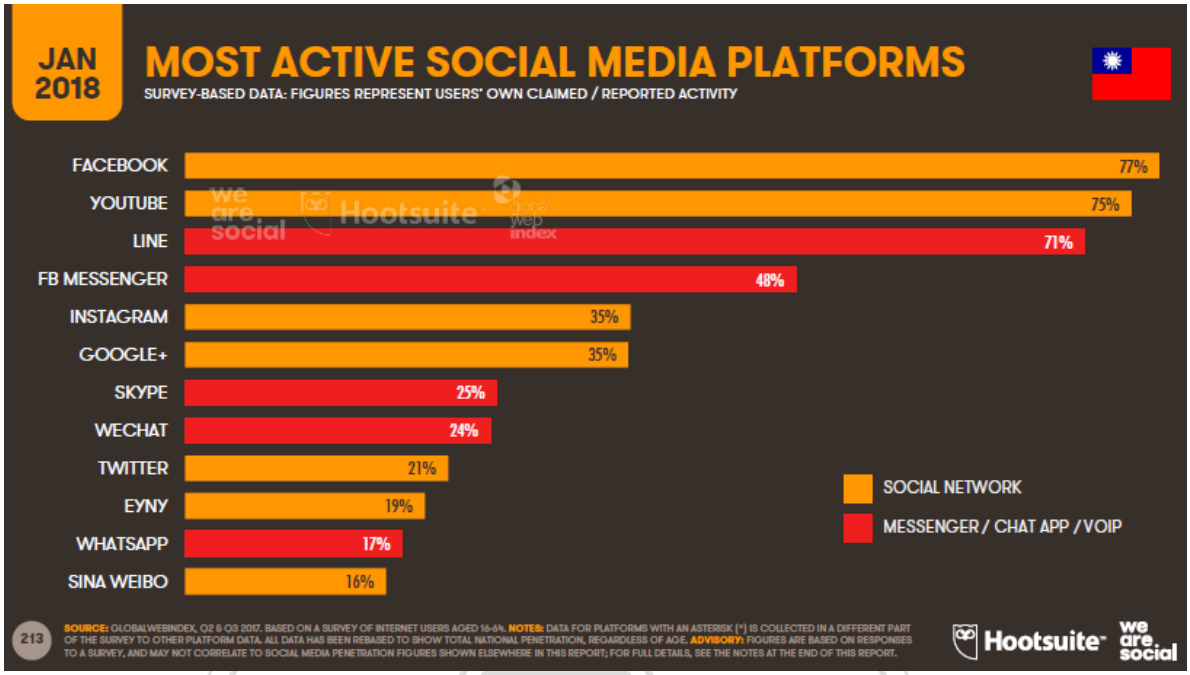
旅遊記事的閱覽載體從紙張書本、電腦、平板到智慧型手機；旅行書寫從單純封閉的紙上私人旅遊紀錄，順應科技時脈的演變，已演化為易於分享、散播的線上旅遊展演；從較長篇幅的文字記載，演化為輕薄短小的旅遊貼文，易於行動載具上瀏覽，而這些旅遊貼文已不僅限於文字表述，圖、文、影音都可以是媒材選項，若將社群視為一個大型展演舞台，那麼一則則旅遊貼文，就像是一齣齣的旅遊節目展演等著觀眾收看。

據社群媒體行銷公司 We Are Social 及品牌管理服務提供商 Hootsuite，彙整的 2017 年台灣網路使用者使用社群媒體的行為數據中指出，台灣 2017 年的活躍社群使用者共有 1,900 萬人，占了全台人數的 80%。使用人數最多的前五大社群媒體，依序為 Facebook、YouTube、instagram、Google+、Twitter，而 Facebook 為現今台灣最多人使用的社群媒體，Facebook 每個月擁有 1,900 萬的活躍用戶數，約佔了台灣 8 成人口。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 1-2 台灣最多人使用的前 12 大社群網站和通訊媒體



圖片來源：DIGITAL IN 2018 IN EASTERN ASIA ESSENTIAL INSIGHTS

部落客們近乎人人都設有 Facebook 粉絲團，平時除推播部落格文章外，亦是部落客們的熱門展演平台。部落客的粉絲團除貼文數量頻繁外，因興趣相投或是認同部落客與粉絲團風格，觀看粉絲也較為活躍並願意互動，讓展演效果更為顯著，然而品質與效益良好的貼文仍佔少數，值得篩選後進行研究。

從原始的書寫日記、早期數位時代下的部落格圖文紀錄、微網誌紀錄、演化至今的社群貼文，旅行的紀錄已經歷巨大變化。臧國仁、蔡琰 (2011)指出，由於國內傳播領域現有旅行文獻付之闕如，少數碩士論文僅有如洪銘澤（2009）、陳玟錚（2007）、黃蕙嵐（2004）等。以跨領域方式分述旅行及旅行書寫繼而提出旅行傳播敘事之議。從平面媒體之旅遊報導到稍後出現之影視旅遊節目，再到正漸風行的社群網站敘事行為（如部落格、Facebook、Picasa 等），皆可觀察到不同於前的書寫形式與故事內容，但傳播研究迄今似未正視這些書寫行為是否以及如何改變，未來勢需回應其不斷變遷的問題以及對傳統書

DOI:10.6814/NCCU202000197

寫（如新聞報導、影視寫作）之重大影響，由此切入當有時代意義。隨著科技、行動載具市場、多數訊息接收方式的演變，昔日的旅行書寫，已轉化為旅遊展演時代。目前篩選的 4 位研究對象，早期都著重在經營個人部落格，順應網路科技與社群平台的興起，皆將許多重心著力於營 Facebook 自媒體經，如何讓自己永遠站在時代的尖端，自媒體旅遊展演者背後需要做哪些深耕與努力，亦為本研究探討要點之一。

古羅馬思想家 Aurelius Augustinus：「世界是一本書，而不旅行的人們只讀了其中的一頁。」

台灣旅行家謝哲青：「每一場旅行，都開始於遙遠的過去，結束於不可知的未來。旅行過程中，你的知識、眼界、閱歷會愈來愈豐富，旅行不再只是漫無目的遊走與享樂，而是一種自我提升向上的途徑。」

也有人說：旅行，是一種甩不掉的癮；旅行，是人生最有價值的投資。世人熱愛旅行，每個人身上幾乎都有熱愛旅行的數個理由，若說旅行是許多人生命中，不可或缺的精神糧食也不為過。在台灣，大多數人的一生中都有國外旅行的經驗。依交通部觀光局統計，2018 台灣出境旅遊高達 1,664 萬人次，根據萬事達卡 2018 最新調查，2018 年概算約有 71% 台灣民眾前往海外旅遊，台灣人出國旅遊比重高居亞太地區第四名。

《旅天下》旅遊產業報指出，台灣民眾出國旅遊已成風尚，台灣旅客優質，受外國觀光局青睞，而台灣民眾對新品牌航空公司接受度高，因此外籍航空公司紛紛來台佈局。隨著旅行社年輕一代線控上線，產品包裝愈加多樣、新鮮化而吸引消費者。此外，產品碎片化、低成本航空盛行、郵輪新玩法、自由

DOI:10.6814/NCCU202000197

行占比擴大（自由行 70%：團體 30%）、出國旅次增加等，都是台灣 Outbound 趨勢，新媒體、社群行銷也成為外國觀光局推廣重要工具。

每年的三、四月，各大社群平台，尤其是 Facebook 塗鴉牆，大量被日本各地的櫻花打卡貼文洗版，雖坐在教室或辦公室裡，卻對各地區的花況瞭若指掌。社群上的旅遊展演，竟已日漸成為現代人掌握旅遊資訊的重要管道。茫茫網海社群貼文中，旅遊類貼文常常特別引人注目、容易引發討論。不論身在何方，看到正在國外旅遊的相關貼文，恨不得拿起護照飛奔機場，立刻遊歷他國。旅遊貼文彷彿有股魔力，容易引發旅遊衝動，令人想即刻行動。

這裡有 wifi 嗎？出門旅遊時同行人一下車進行的一件事，不是覓食或找廁所，而是拿起手機搜尋當地提供的免費 wifi，有了網路訊號，就可以瀏覽網頁、打卡、在個人平台上進行旅遊展演。曾幾何時旅程中沒有網路，就像當天未曾進食飲水一樣痛苦，旅程中若無法進行旅遊展演，沒有即時記錄或向親朋好友廣播分享，就渾身不對勁。旅遊展演行為已成了旅程裡的必備動作，朋友間相互討論與分享每一次的旅程，雖遠在異地旅程中，開啟社群網站與友人互動的過程，就彷彿大家都在同一個時空旅程之中暢遊，與「展演轉向」第七要素「促進感情交流」相符。身邊親朋好友、追蹤的自媒體、旅遊社群等，在旅行途中用社群打卡作紀錄的例子隨時可見，打卡即為旅遊展演常用的形式之一，觀眾看完往往內心會受到波動，除了羨慕、驚訝、疑惑等深刻的情緒反應。經由自媒體旅遊展演者精心擺拍、設計的旅遊貼文，影響了許多觀眾的未來旅遊地點選擇，甚至影響著粉絲或網友的旅遊產品購買行為。

《觀光客凝視 3.0》裡帶入了視覺、攝影和數位化、展演和觀光凝視的關係，也點出凝視理論涉及的多重感官都具有展演性。有別於前兩個版本，《觀光

DOI:10.6814/NCCU202000197

客凝視 3.0》擴充的重點之一「展演轉向」非常重視特定物品跟技術，比如相機、旅遊巴士、汽車，有了這些工具，觀光展演才能真正實現。旅遊自媒體展演者在旅行時，必定會攜帶相機、攝影機、空拍機、腳架、手機等基本工具設備，這些特定物品跟使用技術固然重要，然而這些工具設備背後的「使用者」更為重要，旅遊自媒體展演者遇到不同的旅遊環境，該怎麼運用構圖、取景、排序來說故事，各有一套自己的設計方法與不同的展演特色。

自媒體是目前常見的新興媒體，每個人都有機會培植具有影響力的個人媒體，但具有影響力者仍佔少數。許多人都透過網路自媒體，來認識新景點與新玩法，例如六月份陽明山繡球花開，許多人透過自媒體展演者在園區裡的拍照、打卡、貼文分享，而得知繡球花開狀況與現場參觀盛況，期間大量的貼文訊息彷彿在昭告繡球花季節的來臨，錯過這一波得等到明年，許多景區透過具有影響力的自媒體展演者渲染，網紅景點或熱門景點由此而生。而其中的展演與設計過程，是研究者想進一步探究的範疇。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

第三節、研究問題與目的

研究者試圖以現有資源及能力範圍可取得之相關資料，探討自媒體旅遊展演者如何操作旅遊展演，並藉由旅遊展演發展自媒體，期望能協助想要進入或接觸此產業領域之旅人與工作者，了解其旅遊展演樣貌。

本研究將依據展演轉向與劇場理論，且篩選 4 位自媒體旅遊展演者，針對其旅遊貼文進行文本分析，探索這些貼文中哪些展演類型與旅遊議題最受歡迎、哪些反應最熱烈；並對這 4 位自媒體旅遊展演者做一對一深度訪談，瞭解對方平時做了哪些事前功課、後台準備工作、以及前台如何跟他的受眾和粉絲們互動與對話，每次的成功與失敗實驗中，是如何建構出屬於自己的成功模式，什麼樣的前台後台展演才算成功。研究者與與這 4 位自媒體旅遊展演者為友人，或平時即有工作合作關係，能取得對方意願，實際在旁觀察這些自媒體旅遊展演者的展演歷程，並探索自媒體旅遊展演者，自身平時未曾察覺留意之處，以及大眾容易忽略卻值得瞭解之處，揭專業自媒體旅遊展演者展演歷程的神秘面紗。

現今自媒體旅遊展演者大多順應時代潮流，創建並掌握自媒體之經營利基，和傳統旅遊展演方式以及傳統媒體傳統通路相較上，已有明顯的不同。本研究接續統整以下三類研究問題：

（一）自媒體旅遊展演者如何建構前台展演？

（二）自媒體旅遊展演者在後台如何做準備？

（三）旅遊展演後會帶來何等效益？

本研究的主題為自媒體旅遊展演與設計，根據這三個研究問題，將歸納六

DOI:10.6814/NCCU202000197

大議題來討論，包括展演者的展演創作動機、內容設計、以及如何展現展演、如何產生效益、如何脫穎而出、如何產出多重效益，以及他們對未來的規劃。

將接續上述研究目的，衍伸規劃自媒體旅遊展演者深度訪談問題、旅遊展演者的自媒體貼文文本觀察與資料蒐集、個人相關經驗等，來作綜合觀察與檢視，以期能提供具應用性之參考依據。成功的自媒體旅遊展演，能提升展演者的知名度與群聚力、樹立旅遊領域影響力權威、提升旅遊景點知名度、帶動地方觀光旅遊人潮，看似有機會創造多贏的局勢。而眾多旅遊展演中，自媒體旅遊展演者的展演作品特別精采，期望從旅遊展演者自身特性、展演過程觀察、展演作品等中抽絲剝繭，萃取其展演精華以及可能的成功方程式。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

第四節、研究方法與範圍

行動網路時代中的自媒體經營者，不再將某個社群平台視為唯一舞台，Facebook、Youtube、Intagarn 等社群平台等，都是重要的展演平台。最常涉略的旅遊、美食等生活議題，至今仍是最活絡的話題內容。隨著展演平台的多元化、機制的豐富性、與高互動性等特質，令自媒體旅遊展演更顯精彩紛呈。

一、社群特性與平台選擇

早期部落格的發展，在社群媒介演進過程中扮演了重要角色，相較於現今的熱門社群 Facebook 來說，部落格是旅遊展演分享的前身，只是觀眾與作者互動的過程呈現介面較不明顯，且留言互動狀況普遍不夠熱絡，Facebook 興盛之際，雙向的即時互動、朋友、社群的行為及改變，讓社群媒介之生態，亦開始轉向與起了變化。

隨著網路興起，打破空間與時間的限制，也讓旅遊社群展演的傳遞變得無遠弗屆，文案、圖片、影音等藉由產生連結並擴散，也讓旅遊社群展演的傳遞與溝通的過程變得更複雜。也因為有了社群媒體做為媒介，除了可以提供展演者與觀眾之間的互動空間外，更有即時影像畫面的播送，能將旅遊社群展演現場傳送到遠端觀眾所屬的空間。因此，旅遊展演者與觀眾也面臨了改變，如何吸引觀眾的目光，還需考量更多面向。在多元的社群展演世界，將較為常見並值得進一步研究的「文字加圖片」、「文字加文章連結」、「文字加影片」、「影片」等四種旅遊社群展演形式，亦將納為本研究文本分析範疇。

二、展演主題及媒材工具的設定與使用

過去展演主題及媒材的選定，是為了增進觀眾對展演內容的了解。現在，

DOI:10.6814/NCCU202000197

展演主題與媒材的選擇，不僅是讓觀眾記住展演內容，還要是能透過網路社群而廣為流傳、激發討論的重要一環。

科技讓旅遊突破了時間與空間的限制，旅遊展演可以很即時，何種情況下適合直播、何種情境下拍攝縮時攝影效果最好、用手機紀錄的影像效果不如預期時是否要用 APP 輔助美化、遇到滿天星空時要準備什麼器材來拍攝、遇到人潮擁擠的街道要如何取景…。手機、相機、空拍機等已為現今常用的旅遊拍攝工具；手機、電腦已為常用的展演發佈與作品優化的工具，什麼樣的展演主題，牽涉到運用的工具，至於如何在適切的主題下迅速找到適切的媒材工具，常仰賴著多次、頻繁的旅遊展演經驗，將從旅遊展演者的深度訪談與文本分析進一步分析研究。

三、研究對象、範圍與文本抽取條件

若要深度探究旅遊展演過程，以及其成功模式，勢必以旅遊資本豐富的研究對象為佳，而喜愛旅遊的自媒體展演者，不僅自行出遊的次數頻繁，受到旅遊邀訪的機會也較多，正是旅遊資本豐富的族群。研究者位於旅遊媒體業服務，工作上與旅遊自媒體展演者常有合作，常有機會近身觀察同行旅遊自媒體展演者，從最初的器材準備、個人偏好的旅遊性質、其自媒體經營情況、常用的旅遊展演模式、個人特色與喜好，以上都影響了旅遊展演的詮釋與結果呈現。研究者將從自媒體旅遊展演者的貼文文本分析、展演者深度訪談等研究方法作深度探究。

DOI:10.6814/NCCU202000197

第五節、自媒體名詞釋義

2003 年 7 月謝因波曼（Shayne Bowman）與克裡斯威理斯（Chris Willis）兩位媒體工作者，透過美國新聞學會的媒體中心出版了（We Media）研究報告，裡面對「自媒體（We Media）」下了嚴謹的定義：自媒體（We Media）We Media 是普通大眾經由數字科技強化與全球知識體系相連之後，一種開始理解普通大眾如何提供與分享他們本身的事實、他們本身新聞的途徑，簡而言之就是公民用以發佈自己親眼所見、親耳所聞事件的載體（陳憲奎、劉玉書，2015）。然而自 2003 年美國新聞學會媒體中心發佈自媒體（We Media）研究報告以來，至今已有 10 多年的時間，在這段期間，整個大媒體環境以及社會環境都產生了極大的變化。根據鄭祐銓（2015）的闡述：「自媒體（We Media）指的是個人透過社群媒體（Facebook、Twitter、Blogger）等經營個人品牌。藉由自媒體能夠讓自己的特色被突顯，除了能夠吸引到志同道合的人以外，商業上的交易以及合作也都可能因為自媒體，讓好名聲隨之而來」。Web2.0 創造了部落格、共享平台，也帶動了社群的興起，社群的興起連帶造就了個人品牌的誕生，最後個人品牌也創造了所謂的「自媒體」。網路上有許多定義自媒體的方式，而自媒體其實就是「強化自己被看到的價值，並且使其有產值」（李又宗，2016）。

而談起自媒體的特點，多數公認的是丹吉爾默於 2002 年在其部落格對於自媒體發展特點的總結：「一是讀者比作者知道的更多；二是自媒體發展是機會而不是威脅；三是利用自媒體這種型式可以發起各種多元化討論，從而使所有人都受益；四是基於網路的各種互動性技術，正在推著以上三點不斷地發展」（李黎、孫文彬、湯書昆，2014）。而 SmartM 世紀智庫創辦人許景泰（2015）也點出，在台灣智慧型手機及寬頻網絡普及性高的環境，及行動化、社群化的發展下，讓自媒體展現出個性化的媒體、快速交互的連結以及進入門檻低等特性：

DOI:10.6814/NCCU202000197

一、個性化的媒體：過去只能被動接收的閱聽人，已經換位成為自己主人的個人媒體，包裝自己想要說得話、傳播的訊息，打破過去的媒體框架，就算沒有專業的訓練、內容限制，只要是個人同意，及可以快速傳遞給予自己設定的觀眾群體中。

二、快速交互的連結：自媒體擁有特性就是任何時間、地點，都可以經營自己的媒體。起因於社群網絡的發達、社交化，讓訊息傳遞可以透過社群交互的關係快速的傳播開來。自媒體的優勢，亦可以針對不同訊息，傳給設定不同的觀眾群，可以擴大、可以縮小，對於追蹤及不同社交群體作主動發生的管理行為。

三、進入門檻低：新網路時代，每個人都可以輕鬆、快速在網路上發佈文字、圖片、音樂、影片，創造出獨有個人風格的媒體。

由上述定義可見，自媒體以社群媒體為基礎，相較於以往的媒體形式，提供了一個公平且多元化的發展機會，讓每一個人都可以掌有對外溝通的管道，隨時隨地展演自我。這種走向「去中心化」的訊息傳播方式，為社會系統、各個產業與展演形式，皆帶來巨大的衝擊，使得自媒體逐漸蠶食傳統媒體的話語主導權。而過去慣性坐在台下的觀眾，瞬間可變成參與者，在社群媒體中可以評論、可以分享、可以參與，也可以展現屬於自我的主張，使得大小事都可以成為檯面上討論的話題。然而自媒體線上展演，也幫助觀眾讀者擁有更豐沛多元的旅遊面貌，可以欣賞、分享與參與討論。

DOI:10.6814/NCCU202000197

第二章、 相關文獻探討

本章共有三節。第一節為 Goffman 劇場理論之前台區域、後台區域、自我表演三大重點；第二節介紹本研究採用 Urry 在《觀光客的凝視 3.0》中提到的「展演轉向」之八個要素，對自媒體旅遊展演者，及其貼文做綜合觀察分析。第三節在瞭解觀光展演與自媒體旅遊相關文獻，以期能補充現今文獻上較為缺乏與不足之處。

第一節、劇場理論

Goffman 的劇場社會學對展演及自我呈現扮演著重要角色。高宣揚（1998）認為 Goffman 利用三個隱喻詞去觀看社會：戲劇、儀式和遊戲。並將社會生活的形式隱喻成戲劇、儀式和遊戲，是為了從各角度形象的說明社會生活各種互動表演的特徵。然而前者強調之互動是個人的表演活動，也就是角色在社會中的表演，依附著表演者自身、其他同台他人及觀眾等三者間的互動；儀式則強調社會之特定秩序，以及造成這些秩序精神基礎跟規範制度；遊戲則在表明社會活動之競爭，和相互操縱的各種策略之貫徹過程。Goffman 以微觀的角度去分析人之間的互動，並且分析人處在不同的社會角色進行著不同的社會自我表演，探究出人際互動下隱含的思維模式（魏慧美、陳翊偉、吳和堂，2013）。

一、劇場理論之主要內涵

Goffman（1959）的劇場理論主要陳述於《日常生活中的自我表演》此書中，其主要內容是自我表演、劇團、區域行為、不協調角色、角色外的交往、印象管理的藝術等。由於此一理論過於龐雜，本研究無法全部納入。因此就展演互動的觀點，選擇較為相關且概念較具體者：自我表演、區域行為中的前台

DOI:10.6814/NCCU202000197

區域、後台區域等三項進行說明。分述如下：

(一)前台區域

Goffman（1959）將人互動的範圍及區域行為分為前台、後台與局外區域。前台是指在社特定的社會情境中，當個體扮演某一角色時，具體表現其角色之場所，具有表演性質，是表演給對方看的，以符合該互動情境的需求，這是部落客旅遊社群展演互動的主要區域。

本研究主要探討自媒體旅遊展演互動，是用前台區域為主要研究內容，探究自媒體展演者旅遊貼文的常用形式、易引起觀眾共鳴的展演主題與類型，可做為後續有意朝旅遊展演之路發展之人士參考。

(二)後台區域

後台是對方看不到的行為，是較放鬆，較不注重形象。在此區域，當個體卸下前台的某一角色後，在此又會扮演另一角色（Hoem & Schwebs, 2005），如Ross （2007）所言，後台是預演、練習、存放道具，宣洩情緒（catharsis）與放鬆（relaxation）之區域。由於此區域較屬展演者個人的領域，若非同行者則無機會參與此領域，僅能在社群平台上見到屬於前台領域的社群展演。而社群展演互動，較少發生在後台區域，但卻能挖掘探索華麗展演之下的事準備、預演、練習、道具選擇與使用的過程。

本研究者平時即有與旅遊展演者同行的機會，能同步分析前台展演貼文資訊與難能少見的後台籌備過程，觀察其設備器材之選擇與使用、現場之評估與狀況應變等現象，可作為後續運用參考。

DOI:10.6814/NCCU202000197

(三)自我表演

Goffman 把互動視為表演（引自 Lowe, Purchase, & Ellis, 2012），Goffman（1959）認為表演就是某表演者於特定情境中，用任何方法去影響其他表演者之活動，然而觀眾也必定會受到影響。為讓表演順利進行，共有三種印象管理策略可利用，其中之一是防衛性措施，例如，表演時要戲劇化、理想化與神秘化，慎選表演者與觀眾（黃誌坤，2002）。亦即表演者會斟酌給予觀眾相當程度的實際形象呈現（高宣揚，1998）。劇場理論中，當表演者擔任某一種角色時，期待觀眾信賴其表演，並相信表演者具備該角色的特質（魏慧美、陳翊偉、吳和堂，2013）。就旅遊社群展演互動而言，多數自媒體旅遊展演者，應善於展現出觀眾眼中期望的「旅人角色」，因此對應不同的旅遊場景及觀眾時，採取不同的演出方式，以下就 Goffman 所提的表演之戲劇化、理想化、神秘化之層面加以探討：

1.戲劇化

Goffman（1959）提到個體為了使自己的行為受到他人的重視，必須在互動的過程中，清楚地表達行為中常常蘊含著意義符號，而戲劇化就是使人將這些不明顯或含混不清的符號被清楚的突顯。高宣揚（1998）指出表演者往往是互動過程中達到效果的決定者，在互動行為中，會斟酌給予觀眾相當程度的實際形象呈現。例如，裁判必須在短時間內明快的做出判決，而觀眾才會覺得裁判對自己的判決有自信；又如企圖表現出認真的學子，必須表現出全神貫注的樣子（魏慧美、陳翊偉、吳和堂，2013）。

鄭為元（1992）也談到戲劇化是一種誇張的手法，例如病患不需特別照顧，醫護人員也要摸摸量量，讓病患感覺自己受到醫療照顧，這是期望符合觀眾所在乎的刻板期望。因此，戲劇化是個人刻意的將某些代表性或核心的工作

DOI:10.6814/NCCU202000197

生動地傳達出表演者所聲稱的質量和特徵（魏慧美、陳翊偉、吳和堂，2013）。

如前所述，戲劇化就是將不明顯或含混不清的符號被清楚的突顯，所以當旅遊展演者清楚地知道觀眾對其角色期許時，會以更具體化的方式展示，以取得觀眾的認同。戲劇化尺度拿捏適量則效果佳，並有助於觀眾立即了解展演重點核心；尺度拿捏過量則效果差，易使觀眾感受菀爾、浮誇、不可信甚至反感。

2.理想化

理想化的重要特徵就是掩飾（芮必峰，2004），任何行業都有某種程度上的虛飾和偽裝，甚至欺騙，例如申請福利補助時，要表現出貧困狀況（Goffman, 1959）。高宣揚（1998）認為演員會儘量掩飾不符合於理想標準的各種行動。總之，表演者會將與理想自我及結果不相符合的行為、動機隱藏起來，並且建立給觀眾理想化的想像（魏慧美、陳翊偉、吳和堂，2013）。

戲劇化與理想化之差別在於：前者是以動態，且以具體的成果來塑造符合觀眾所期待的角色；後者則偏重於靜態的形象塑造，展演者可能藉由掩飾一些不符合旅遊展演者理想角色的行為，以創造取信於觀眾的情境。

3.神秘化

在互動中，對接觸加以限制，就是神秘化（Goffman, 1959），如此可困惑觀眾（Ritzer, 2003），或保持「角色距離」（role distance）（鄭為元，1992），或保持社會距離（social distance），就能使觀眾產生一種畏懼的心理（許殷宏，2006）。而神祕化較能使二個陌生人彼此接受，未來的互動較為樂觀（Elm, 2006）。

DOI:10.6814/NCCU202000197

神秘化可讓互動者產生社會距離，過多的親密可能使洩漏太多資訊而失去表演的隱私，降低了保護性作用，或是無法根據自己的意願，在安全的社會距離下創造出自己期望的角色形象。然而自媒體旅遊展演身處的虛擬網路劇場，前台與後台界線難分，如何保有神秘感將取決於展演者選擇性釋出多少展演內容，研究者若參與展演後台的籌備過程，將有機會一探展演神祕的一面。

二、劇場理論之虛擬舞台

Goffman 曾引用莎士比亞《皆大歡喜》劇中台詞：「世間這個舞台，男男女女粉墨登場，登台下台各有其時，終其一生分飾多角」(Goffman,1959)。劇場理論廣泛被應用於傳播媒體與政治舞台，如學者曼寧在《劇場社會論》中主張：「大眾傳媒為政治家打造了戲劇性的迷人舞台」(Manning, 1996)。這些都提到了人們在他人面前，都會適當的形塑印象管理(Impression management) 亦稱自我呈現(Self Presentation)，以投觀眾所好。而在自媒體旅遊展演者與觀眾或粉絲互動的過程中，也是有劇本的，如攝影、影片剪輯等行為，內心即有既定流程甚至是教戰手冊，以使操作旅遊展演之時或與觀眾互動過程中，能扮演好旅遊展演者的角色。

不論運用於何處，一般提到 Goffman 的理論中，演員在前台與後台的表演是有明顯分野的。後期已有學者提出「without walls」跨界互動的觀點(Wilson, 2013)，打破了這些台上台下空間的限制。人們隨時可以在台上與台下穿越的情節，在虛擬的網路世界尤其明顯；本研究將由此概念加以延伸應用。

DOI:10.6814/NCCU202000197

表 2-1 實體劇場與虛擬網路劇場比較

項目	實體劇場	虛擬網路劇場
角色	依劇本設定，每個角色人物有既定個性、特色與任務。	依本人自行設定形象，可隨意切換角色、易容、變裝。
場景	場景確認後難變換，替換時費工耗時。	不受固定場景限制，每個地方都可視為場景，可自行移動至各地，亦可用數位技術剪接場景。
空間	展演場地有人數限制。	展演環境沒有人數限制，只要能上網，人人皆可欣賞線上演出。
情境	運用燈光、音效來控制現場氣氛。	運用圖片、文案、影音等素材相互搭配營造展演氛圍。
對白	既定腳本、按部就班。	可設定腳本亦可即興演出。
互動	觀眾以笑聲、掌聲與演員互動。 以大幕、天幕、翼幕、舞台等裝置，與台下觀眾分界隔離。 演員進入後台後即停止與觀眾互動。	觀眾以按讚、分享、留言與展演者互動。 沒有演出時間與觀看空間地點的限制。 虛擬網路前台與後台之界線已不明確，觀眾與展演者可隨時進場出場。

資料來源：本研究彙整

根據上表，將實體劇場與虛擬網路劇場相互比較，能明顯區分兩者相異之處。虛擬網路劇場擺脫了傳統實體劇場中的大型硬體設備、成本較高的場地租借、耗時費工的場景佈置；轉向為隨時隨地皆可取為佈景、從背包抽出即可使用拍攝工具、打破實體空間人數限制，輕巧靈活的展演環境。成本與時空限制較低的演出，可以促進催生大量旅遊展演，透過更多觀眾的討論與評價，與同儕團體之間的相互學習，更有利於加速提升旅遊展演品質。

本研究即是研究者游走於台前與台後之間，以 Faceook 做為自媒體演出平台，聚焦於自媒體旅遊展演者，用以提出劇場理論在虛擬自媒體社群應用新觀點：網路旅遊展演劇，未必有劇本，強化即興演出。前台、後台已分界不明可隨時跨越。加上各個旅遊展演者自身不同風格，讓演出更加靈活精彩。

DOI:10.6814/NCCU202000197

第二節、展演轉向

「展演轉向」（performance turn），是結合了高夫曼（Goffman, 1959）劇場社會學(dramaturgical sociology)和蘇里夫特（Thrift, 2008）非再線理論，發展出的新理論。現代旅遊是一種由個體主觀感受出發的多樣貌活動，旅遊者藉由感官體驗旅遊歷程的種種，儘管景物驚艷、氛圍美好、感受深刻，但記憶的本質卻是抽象的（吳佳玲，2009）。而為了讓旅程的精華時刻得以延續與回顧，旅遊的記錄方式已從「文字化」、「影像化」演變為現代的「展演化」。旅遊研究名著 Urry 的《觀光客的凝視 3.0》，即從六個面向：展演轉向、身體化凝視、凝視的社會關係、凝視與地方、展演觀光攝影等，提出了旅人凝視的「展演化」。而本研究針對「展演轉向」做重點探討。

一、展演轉向之前身-旅人凝視的建構

Urry 認為觀光凝視（旅人凝視）是一個社會建構過程的結果，是「展演轉向」概念提出的前身。「觀光凝視」概念是由許多專家系統化、組織化的建構發展而成，透過電影、文學、電視、雜誌等各種非觀光實踐（non-tourist practices）的建構，成為觀光凝視對象（object），以特定的符號被建構，引發觀光客的爭相追尋（吳佳玲，2009）。「展演轉向」之八個要素，與本研究內容有著密不可分之關係，可從中洞悉自媒體旅遊展演與設計之特點，與潛在成功關鍵。

凝視會隨著時間、地理、社會而有所不同，但那些習慣上歸類成「觀光活動」（tourism）的社會行為，依然擁有幾項基本特質（黃宛瑜譯，2016）。人們喜歡旅遊，是因為旅遊帶來一種不同於日常生活所能感受的愉快經驗。Urry 認為觀光凝視所以形成，仰賴於觀光體驗與日常社會經驗模式在意識間的反差產

DOI:10.6814/NCCU202000197

生對比，帶來放鬆、新奇、美感…等愉快感受。觀光旅遊的對立面是規律的工作，旅程是一種空間移動，停留目的是為了要到達並待在不同於工作或居住環境的地方，且短期內會回「家」，通常凝視的目的地會與工作對比鮮明；凝視的選擇來自幻想式的期盼，旅遊時人們選擇與眾不同的景點，將視覺上的景物客體化（objectified），觀光旅遊是符號蒐集的過程；現代社會中新式公共服務不斷發展，以因應蓬勃發展的大眾旅遊，旅遊業專家們企圖不斷複製、翻新觀光凝視對象。「觀光凝視」仰賴的是「尋常」與「非比尋常」間的二元劃分（吳佳玲，2009）。

旅遊時人們帶著朝聖心態前往，渴望能看到獨一無二的物體；旅遊時能從原來熟悉的事物上，看見不熟悉的一面，這樣的發現讓旅者感到熟悉又新奇；特殊的時空背景下，觀光客期待看見社會生活的諸多尋常面向；熟悉的活動或工作，在特殊視覺環境裡會有的不同做法，讓平常感到索然無味的活動也變得非比尋常；就連一些原本不值得一看事物，也因為其特別的標示而感新奇，「非比尋常」便是旅者凝視的焦點（葉浩譯，2007）。

Urry 探討觀光凝視（旅人凝視）在各個社會裡，特別是過去各個時期的不同團體之間，是如何發展和轉變。闡述觀光凝視被建構與強化的過程，思考究竟是誰或什麼事物授予他權力，剖析凝視行為究竟為其對象，也就是「地方」（place），帶來的後果，並且探究凝視跟其他社會行為，如何相互影響、關聯。「旅人凝視」是由社會塑造、後天習得的「觀看方式」（Berger，1972），也是動態影像和再現技術建構而成的視野（vision）。如同醫學凝視一般，視覺凝視（visual gaze）在現代觀光取得的權力，其實結合了各式各樣的設備技術，諸如攝影機、電影、電視、相機和數位影像，並由此發揮作用（黃宛瑜譯，2016）。

DOI:10.6814/NCCU202000197

而本研究聚焦於「自媒體旅遊展演」族群，觀察其在不同的國家、城市、景點，搭配不同的科技工具，會展開什麼樣的展演行為，從中探究其旅程中不同的「凝視」。

二、旅人凝視相關論述

因尚未有文獻正式採用「展演轉向」之概念運用，此處向前回溯展演轉向之前身「旅人凝視」來聚焦相關論述。在旅遊學、旅遊人類學/旅遊社會學研究中，Urry 提出的旅遊凝視（tourist gaze）是一個極為重要的理論概念。Urry 受福柯的醫學凝視理論（medical gaze）的啟示，於 1990 年出版了《觀光客的凝視》一書。該著作從旅遊目的對象何以形成的視角出發，深入分析了旅遊與社會大眾的關係，為研究現代社會提供了新的舞台。（張曉萍，2017）

《觀光客的凝視》著作於 2002 年、2011 年分別又出了第二版、第三版的新修訂版本，三個版本差異如下。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

表 2-2 《觀光客的凝視》的三個版本比較

版本	第一版	第二版	第三版
出版時間	1990 年	2002 年	2011 年
作者	John Urry	John Urry	John Urry and Jonas Larson
第一章	旅遊凝視	旅遊凝視	旅遊理論
第二章	大眾旅遊與海濱度假勝地的興衰	大眾旅遊與海濱度假勝地的興衰	大眾旅遊
第三章	變遷的旅遊產業經濟學	變遷的旅遊產業經濟學	經濟
第四章	在旅遊凝視下工作	在旅遊行業中工作	在凝視下的工作
第五章	文化變遷與旅遊重建	文化變遷與旅遊重建	旅遊文化變遷
第六章	凝視歷史	凝視歷史	場所、建築和設計
第七章	旅遊、文化與社會不平等	看與主題化	視覺與攝影
第八章	（無）	全球化凝視	**展演**
第九章	（無）	（無）	危機與未來

資料來源：《人類旅遊學》

國立政治大學 National Chengchi University

Urry 於 2016 年中文再版文獻中，新增之內容帶入了視覺、攝影和數位化、展演和觀光凝視的關係。此版《觀光客的凝視 3.0》並倡議：觀光凝視即是展演，並檢視展演背後的複雜社會關係和流動的權力結構。此一研究取向，同時也直接回應學界一直以來對「觀光凝視」論述中忽略視覺以外的感官和身體經驗的批判，也點出凝視理論涉及的多重感官都具有展演性，並透過「做」（doing）觀光攝影和物質文化 （如相機、遊覽車、汽車、紀念品等），說明凝視體現的「混合」展演和每一種觀看方式背後的技術與連結的物質性（葉浩譯，2007）。本研究將運用此概念，解析現代自媒體旅遊展演者複雜多元的展演

DOI:10.6814/NCCU202000197

現象。

三、旅遊展演化之展演轉向

「展演轉向」（performance turn）是結合了高夫曼（Goffman, 1959）劇場社會學(dramaturgical sociology)和蘇里夫特（Thrift, 2008）之非再線理論，進而發展出的理論，提倡觀光凝視（旅人凝視）即是展演。「展演轉向」（performanceturn），此概念最早源自 1990 年代末的觀光理論，用來解釋「觀光產生的過程實係一連串舞台化的事件和空間，亦涉及表演技術與安排。」（Edensor，2001a:61,2001）。Urry 主張，觀光凝視（旅人凝視）本質上就是展演。

從《觀光客的凝視 3.0》中，彙整「展演轉向」之八大要素如下：

第一、「展演轉向」由多重感官體驗地方

「展演轉向」論者認為：「觀光研究需要全新的理論架構，可涵蓋存在（being）、實作（doing）、撫觸（touching）、觀賞（seeing），不應獨鍾『觀看』一項。」(Perkins and Thorns, 2001: 189; Edensor, 2006）此說法強調的是，觀光客實際上係經由多重感官體驗地方，包括感情及各種身體官（黃宛瑜譯，2016，頁 251）。

台灣金曲歌后艾怡良於 2016 年受媒體訪問時表示，至今改變最多的一次外地經驗，是去湖南參加歌唱節目選拔賽，一待兩個月，從一點辣椒都無法接受，到什麼都要加辣才吃得慣，回台後也開始學做湖南菜，還特地去南北行採購乾辣椒、花椒等香料，在外地能夠第一時間吸引她的，通常是當地的食物。她會買當地特殊的醬料帶回來，想回台灣再如法炮製，用來珍惜那些回憶的通常不是照片，而是這些味覺和嗅覺，「吃」是她人生很大的一環。

DOI:10.6814/NCCU202000197

每個人在旅程中感受最深刻的，不一定是目光下的畫面、影像等產物，猶如展演轉向中的第一大要素，旅人藉由多重感官體驗旅遊所在地，從頭到腳皆是旅遊體驗的媒介，聽覺、嗅覺、觸覺、味覺皆與視覺同樣重要不容忽視，對自媒體旅遊展演者而言，這些都很有可能是展演靈感的重要來源。

第二、觀光景點與觀光客具有舞台戲劇性質

「展演轉向」論者利用高夫曼的展演隱喻解釋以下兩個面向：1、觀光景點具有主題化及舞台化的性質；2、觀光客的身體有著按劇本演出、戲劇的本質，以及此一觀光身體體現的行為動作（黃宛瑜譯，2016，頁 251）。

觀光景點具有主題化性質。主題旅遊意指富涵中心思想與集中文化題材的旅遊活動。主題式旅遊日益盛行，有因應時節的春季賞櫻團、夏季海島團、秋季賞楓團、冬季戲雪團；也有其它興趣特色主題如：安藤忠雄建築之旅、單車達人團、夜衝攝影團、跨國鐵道之旅、沙漠露營團等。因應不同的旅遊模式，觀光景點也逐漸主題化，景點可能採用保存、重建、商品化或是結合現代科技讓景點呈現更多元的樣貌。

觀光景點具有舞台化性質。「舞台化的真實」理論是 MacCannell（1976）延伸 Goffman（1959）的「前台後台」理論，並應用於探討觀光現象背後的一種分異型態「舞台與真實」。其原因來自現代文明所操縱的生活方式，使得人們生活在不真實中，因此遊客崇拜著純樸的傳統生活方式，並藉由尋求真實的體驗，因而促使追求「傳統與真實生活」成為一種可販售的觀光活動或商品。在觀光情境中，刻意展演於遊客面前的前台態度，即是舞台化的真實，而後台是當地居民真實的文化認同與價值觀。所謂「前台」是一個缺乏地方特色和意義的人

DOI:10.6814/NCCU202000197

工環境；「後台」則是當地生活方式與呈現出社區內的個人和群居的隱私性環境。MacCannell 在 1976 年延伸 Goffman（1959）「前台」與「後台」理論，更詳盡地增加四個舞台形式，共區分為六個舞台形式：

舞台一、Goffman 的前台，是完全人工化的空間，會使觀光客企圖想要看穿內幕；舞台二、前台經過修飾後，呈現一種真實感或氣氛；舞台三、重新建立的前台情境，而類似於後台情境；舞台四、經過高度修飾開放給遊客的後台；舞台五、經過整頓和修飾的後台，以提供特殊的場合給遊客；舞台六、Goffman 的後台，當地隱私性環境的呈現（陳經霓，2011）。

到了義大利，許多觀光客皆是手扶比薩斜塔姿勢合影留念，現場呈現一片手扶空氣的有趣畫面；到了台東池上於 2013 年受到航空公司的形象廣告影響瞬間爆紅，「天堂路」被改名「金城武大道」，連金城武在廣告中坐著喝茶的那棵樹下，也成了許多觀光客模仿拍照的熱門景點。許多景區皆可見到觀光客用身體體現的行為動作。學者(Pine, Joseph and Gillmore, 1999)曾指出，當顧客購買一種體驗(experience)時，他是在花時間享受某一企業所提供的一系列值得記憶的事件，就像在戲劇演出中那樣，使顧客能身歷其境，因此體驗成為了一種新的價值來源。

自媒體旅遊展演者在富涵主題化及舞台化性質的景點中，展現更豐富多元的展演手法，而旅遊展演者亦有著按劇本演出、戲劇的本質，身體體現的行為動作，讓展演作品更佳生動有感，意增添了研究看點。

第三、旅人的身體是載體、是歷史建構與風格制限的對象

旅遊是一門展演的藝術，而「旅人的身體是不折不扣的載體，可展演跟傳

DOI:10.6814/NCCU202000197

達旅行藝術，因此旅人的身體必定成為歷史建構與風格制限的對象。他們必須透過感官接收文化推崇的經驗，而這些感官亦受到不同程度的教養及規訓影響。」觀光行為模式鑲嵌特定的文化符碼，與階級、性別、族裔、性取向息息相關，將來還會衍生出約定成俗的慣例，認定什麼東西非看不可，何種行為舉止才算得體合宜（黃宛瑜譯，2016，頁 252）。

擅長平面攝影的自媒體旅遊展演者，藉由積年累月的攝影經驗、攝影器材等資源，帶來數場賞心悅目的視覺饗宴；對美食特別敏銳的自媒體旅遊展演者，藉由長期積累的味覺體驗觀察，發佈一則又一則圖文並茂的美食體驗，令人食指大動垂涎欲滴。正符合了旅人的身體必定成為歷史建構與風格制限的對象一說，除了旅人自身的經驗、專長與思維，旅人身上所備的展演設備，也影響了旅人取材的輕重緩急與優先順序之判別。

第四、旅遊展演依賴熟自身悉度與應變能力

展演雖然需靠人教、需要學習，還要有人監管，但無法事先設定好（黃宛瑜譯，2016，頁 252）。

旅遊展演的熟悉度，可以靠頻繁的旅遊次數與大量的展演操作演練，日益純熟。然而，經驗再豐富、事前準備再充足，可能也未必能應付多變與未知的旅遊環境，例如旅遊現場的天氣、地理、社會政局等變化，由此可略見，旅遊展演前也許需自我做好心理建設，展演時預留設備操作上的彈性，與發揮展演者自身的應變能力。

第五、舞台是具有彈性的

展演轉向論者否定景點靜止且固定的看法，認為地方跟展演實際上並不穩

DOI:10.6814/NCCU202000197

定，需視情況隨時調整（黃宛瑜譯，2016，頁 254）。舞台屬於哪一種性質，完全取決於舞台上表演的類型。舞台會隨著旅人的出現而轉換性質，畢他們遵循的規範各不相同。因此，舞台永遠在改，可擴大、可收縮。因為舞台的性質大多捉摸不定，可作為適應不同表演的據點。

本研究將自媒體旅遊展演者的 Facebok 社群貼文視為展演舞台，在同一景點上，平面攝影、動態攝影、美食展演者之目光所放之處皆有所不同；在同一景點上，所停留之時間 10 分鐘與 60 分鐘能取材的數量、範圍、及深度皆有極大差異。從不同特點的展演者到旅遊景點的停留時間，甚至是旅遊地點的不同，皆會影響展演舞台的規模。

第六、展演轉向十分重視特定物品跟技術

比如相機、旅遊巴士、汽車，有了這些東西，觀光展演才能真正實現（黃宛瑜譯，2016，頁 255）。

特定的設備器材、專業技術等，對自媒體旅遊展演者來說是基本配備，沒有了相機、Gopro、空拍機、手機、穩定軸、自拍棒等，將無法取材亦無法進行旅遊展演，相對的，展演者若對設備器材的使用達到精純完美的境界，將更有機會展現容易受到網友喜愛的精彩作品。

第七、展演轉向促進感情交流

展演轉向論不認為觀光旅遊像座孤島，因此致力探索觀光、日常生活、重要親友三者之間的關係。觀光還提供社交功能，讓人與親朋好友聚集在某處，促進感情交流（黃宛瑜譯，2016，頁 255）。

DOI:10.6814/NCCU202000197

不論旅行時是否一個人，自媒體旅遊展演者在 facebok 發佈展演貼文之時，即是向親友、粉絲、網友開啟了交流的橋樑，有人可能會對自身熟悉的展演形式有感、也許有更多人會與展演中的旅遊地點、或是展演中的體驗引發共鳴。在社群發展快速、自媒體日益興盛的年代，旅遊展演的社交功能、情感交流、意見交換管道，與以往相較之下更為寬廣、也更加快速。

第八、旅人可運用「策略」顛覆地方印象

展演轉向採用民族誌方法，分別剖析民眾飾演哪些角色、觀光機構呈現哪些內容以實現觀光展演，挑戰了時下描寫跟再現觀光旅遊的文本。展演轉向論不願「將特定地方的感覺、風格、氣氛，寫成或解讀為預先設定好的『效果』。」並檢視旅人用了哪些「策略」（黃宛瑜譯，2016，頁 256），用自身展演內容，顛覆或改變原先預設之符號、事物、地方等既有印象。

旅遊部落客許傑的個人公開貼文中，有一則令許多人印象深刻的案例。

> 今天去的琉璃光院我實在是抱持太多期待，即便是門票要兩千元，我也想要進去看看，因為網路上太多關於這裡很漂亮的貼文了。實際進來後，裡面有很漂亮的小橋流水及日式庭園，也種了很多楓樹，隨著走到了屋內，答案揭曉了，如圖中的情況，眾人都在排隊拍桌子。
>
> 我相信一個地方不同季節一定會有不同的美，你也可以說秋天很美，但夏天人就這麼多了，秋天來拍桌子的人肯定爆滿。
>
> 大家會願意花 2000 日幣（台幣 540）去拍一張桌子的反光？我沒有說它不美，我只是想告訴還沒去的人現實是這樣，但還是歡迎大家去體驗一下！
>
> 至於值不值得，就見仁見智了。

DOI:10.6814/NCCU202000197

#全世界最會賺錢的桌子非它莫屬

圖 2-1 部落客許傑的個人日本旅遊貼文

資料來源：許傑的個人 Facebook

平日瀏覽許多旅人、攝影師的個人 Facebook、粉絲專頁以及日本旅遊相關社團，已見過多次日本京都琉璃光院的展演貼文，網友無一不大讚好美、魔幻絕倫、其動人的紅葉景緻令人為之心弦蕩漾！近乎為零負評名勝景點。直到許傑的貼文出現，這才發現這片楓紅倒映絕景，映射的不是庭院池水，也不是大面落地玻璃窗，而是一張「桌子」，被許傑稱為全世界最會賺錢的桌子。貼文中照片對此景點的取景特意拉遠，將眾拍攝者圍繞桌子小心翼翼捉畫面的逗趣模樣勾勒下來，而真正的招牌美景則呈現模糊與過曝的慘白，與昔日在網路上看到的任一個琉璃光院畫面大相逕庭。感謝旅遊展演者許傑帶大家進一步認識了這裡的景點特色與攝影成像源頭，這篇旅遊展演貼文成功改寫了大家對琉璃光院的既有印象，不僅為大家解開了現場拍攝之謎，亦帶大家更加認識此名勝景點。

許多旅遊展演過程、展演內容，與展演轉向論點相符。旅人可能運用取材的攝影角度，以及文案說明包裝展演內容，顛覆或改變原先如：茶卡鹽湖、天

DOI:10.6814/NCCU202000197

空之境之符號、事物、地方等既有印象，以突顯旅遊時節選擇的重要性，展演雖顛覆了國際知名景點的既有印象，但卻對未來旅人提供了提升旅遊品質的機會。

根據以上理論，本研究將運用其中所提到之要素，作為分析旅遊展演貼文內容、與 4 位自媒體展演者訪談的重要關鍵問題框架。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

第三節、觀光展演與自媒體旅遊相關文獻探討

一、「觀光展演」相關文獻

於國內碩博士論文文獻檢索「觀光」關鍵詞共有 4,485 筆資料；檢索「展演」關鍵詞共有 355 筆資料，以上初步搜尋文獻資料量龐大且多與本研究無相關性，進而搜尋「觀光+展演」檢索結果共 8 筆，國內以「觀光展演」為研究主體的文獻有以下 8 筆。

表 2-3 國內「觀光展演」文獻列表

許景秀	2011	達魯瑪克部落「原味」觀光的生產、協商與展演	民生	觀光休閒	觀光展演	增添部落觀光發展的個案討論、促進面對遊客面對部落居民的處境與位置之重視。
陳瑾瑜	2010	英國 Battle 遺產觀光符號的建構與展演	社會及行為科學	區域研究	文化展演	創造戰爭歷史遺產的觀光符號價值，為台灣未來的觀光旅遊研究的方法運用上提供了參考。
陳崇青	2007	展演與觀光:峇里島吉安雅縣克恰克之研究	藝術	綜合藝術	觀光展演	觀察傳統村落之觀光與展演之間的關係。
葉孝玲	2013	原住民學生展演的深耕與擴展-以玉東國中木工班為例	民生	觀光休閒	空間展演	挖掘「閒置空間再利用」之地方活化與社會意義、文化價值與藝術意涵、經濟及休閒效益。
巫正梅	2008	「部落音樂會」戲碼：以花蓮 Uyas 社區後台日常生活展演為例	民生	觀光休閒	觀光展演	透過探究「部落音樂會」對展演者的意義，供 Uyas 社區參考未來樂舞展演的調動;期望主辦單位一太管處，能更瞭解原住民前台、後台展演部落音樂會的協調機制。

DOI:10.6814/NCCU202000197

林建利	2008	水的意象建構與實踐:日月潭觀光遊艇業的研究	人文	人類學	觀光展演	數位內容及實體文宣等觀光文本為重要的日月潭傳播媒介，有助於日月潭光觀意象的傳播；發現船長為吸引遊客的主要推手，是日月潭重要觀光媒介及文化傳譯者；觀察其遊艇觀光專業化趨勢。
劉慧璇	2003	觀光凝視下的古村落空間——徽州宏村旅遊的空間生產與文化抵抗	建築及都市規劃	其他建築及都市規劃	文化展演	關注觀光活動在宏村內的再現、消費與凝視又反過來為村民帶來了契機，衝突與契機綜合呈現在宏村自身對內凝視，以及對外反凝視所作的文化抵抗。
李明宗	2001	當代台灣節慶活動的形貌—休閒社會學詮釋觀點的提擬	教育	專業科目教育	文化展演	勾勒出當代台灣節慶活動之形貌，並提出適合於本土研究之詮釋觀點，以利往後對台灣節慶活動的深入研究。

資料來源：本研究彙整

國內「觀光展演」文獻，主要出自民生、社會及行為科學、藝術、人文、建築及都市規劃、教育等學門；以及觀光休閒、區域研究、綜合藝術、人類學、其他建築及都市規劃、專業科目教育等學類領域研究者之筆，缺乏大眾傳播領域研究者貢獻。研究類型分別以觀光實體展演、文化展演以及空間展演為主，而當前興盛的觀光線上展演則無。

《達魯瑪克部落「原味」觀光的生產、協商與展演》、《展演與觀光:峇里島吉安雅縣克恰克之研究》、《「部落音樂會」戲碼：以花蓮 Uyas 社區後台日常生活展演為例》等文獻皆以少數民族、原住民之部落觀光為研究主體，《達魯瑪克部落「原味」觀光的生產、協商與展演》、《展演與觀光:峇里島吉安雅縣克恰克之研究》、《「部落音樂會」戲碼：以花蓮 Uyas 社區後台日常生活展演為例》等

DOI:10.6814/NCCU202000197

文獻，分別研究國內外少數民族、原住民之觀光展演關係為主，提醒大眾多加重視原住民觀光議題。另有探討戰爭歷史遺產之觀光符號價值、「閒置空間再利用」之地方活化、日月潭遊艇觀光專業化趨勢觀察、安徽宏村觀光活動再現與凝視、當代台灣節慶活動之形貌勾勒等多元研究議題，以文化展演、空間運用、觀光景區為主要研究面向。然而與多數旅人密切相關，且時興的自媒體線上旅遊展演探討則無，研究者期望補其此類研究缺口。

二、「自媒體旅遊」相關文獻

於國內碩博士論文文獻檢索「旅遊」關鍵詞共有 4,649 筆資料；檢索「旅行」關鍵詞共有 1,471 筆資料；檢索「自媒體」關鍵詞共有 46 筆資料，以上初步搜尋文獻資料量龐大且多與本研究無相關性，進而搜尋「自媒體+旅遊」檢索結果共 2 筆，國內以「自媒體旅遊」與「自媒體旅行」為研究主體的相關文獻有 2 筆。

表 2-4 國內「自媒體旅遊」文獻列表

何采延	2019	新媒體行銷實作與分析-以澳門旅遊網站為例	傳播學門	圖文傳播學類	旅遊網站實作分析	綜合各分析工具的數據發現「卡拉休閒過生活 澳門旅遊」網站及 Facebook 粉絲專頁都較容易吸引中年男性的興趣及互動交流。未來在規劃行銷上可針對此客群作出相應的內容調整，並將潛在的閱聽眾轉變成為真正的收入
謝孟瑾	2016	自媒體時代下台灣年輕讀者眼中之城市意象-以 Instagram 照片中的上海為例	傳播學門	一般大眾傳播學類	社群照片觀察	照片歸納出以人物、標誌物兩種要素佔比最高，根據深度訪談分析讀者上傳照片的原因，如：特別、值得紀念、實現夢想、覺

DOI:10.6814/NCCU202000197

						得自己美、心情美好、感到優越。進而從照片中發現，在自媒體時代下「我」的主體性被突顯，照片中充分展現自媒體時代的特色。

資料來源：本研究彙整

《自媒體時代下台灣年輕讀者眼中之城市意象-以 Instagram 照片中的上海為例》探討 Instagram 照片中的上海城市意象。觀察場域設定為以照片為主的社群平台 Instagram，研究標的為－上海。藉由 Kevin Lynch 的城市意象理論、Fakeye & Crompton 的原始意象、誘發意象、複合意象理論，探討讀者抵達上海前後的差異與如何藉由照片形成複合意象，進而探討一座城市的意象如何經由照片被形塑以及讀者眼中的城市意象的構成元素與自媒體時代的關係。

研究發現，讀者的原始意象多來自朋友間主觀性的評論。抵達上海前的原始意象多指向繁華、中西合併的國際化都市，抵達後的意象較多元而衝突，特別對於人民的文化素養有所描述。在自媒體時代下，Kevin Lynch 的五大要素除邊界外，其他皆仍存在自媒體上，新增人物、食物、建築空間等三大新要素。

從讀者所提供的照片歸納出以人物、標誌物兩種要素佔比最高，根據深度訪談分析讀者上傳照片的原因，如：特別、值得紀念、實現夢想、覺得自己美、心情美好、感到優越。進而從照片中發現，在自媒體時代下「我」的主體性被突顯，使照片中充分展現自媒體時代的特色。（謝孟瑾，2016）

而 Instagram 為現今台灣第 5 大社群平台（使用人數最多第 1 大為 Facebook），Instagram 已圖片瀏覽為主，重視 hashtag 標籤設定，平台機制不易外

DOI:10.6814/NCCU202000197

連網站擴充資訊。2018 年英國皇家公共衛生學會（RSPH），訪問了近 1,500 名青少年進行青少年身心「最有害社群平台」調查評選。Instagram 在心理健康跟幸福感指數上，是 5 大社交平台中（Instagram、Snapchat、Facebook、Twitter、YouTube）得分最低的，因其極度強調照片與外在形象，造成青年對自我身體意象認知的負影響，而近一步導致使用者焦慮與不適。《自媒體時代下台灣年輕讀者眼中之城市意象-以 Instagram 照片中的上海為例》若以 Facebook 文字、照片、影片等複合式豐富媒材貼文為例研究，也許會有其它新發現。

而《新媒體行銷實作與分析-以澳門旅遊網站為例》研究以澳門旅遊為主題，實作設置網站及 Facebook 粉絲專頁，提供澳門旅遊資訊。綜合 Google Analytics、Facebook 粉絲專頁的洞察報告與 Facebook Analytics 之數據進行分析，發現澳門旅遊網站及 Facebook 粉絲專頁，兩者皆容易吸引中年男性的興趣及互動交流，未來在規劃行銷上可針對此客群作出相應的內容調整，並將潛在的閱聽眾轉變成收入來源。

《新媒體行銷實作與分析-以澳門旅遊網站為例》著重於自我實作與數據分析來推斷結論，缺乏真正在使用此網站及 Facebook 粉絲專頁使用者的心得，若能篩選部份使用者做方度訪談，並與數據文本資料做交叉分析會更具說服力。本研究與 4 位自媒體展演者熟識，除基本的貼文文本分析，尚有一對一深度訪談，並能親身觀察其展演前台與後台之設計過程，以期產出完整的綜合分析。

《自媒體時代下台灣年輕讀者眼中之城市意象-以 Instagram 照片中的上海為例》與《新媒體行銷實作與分析-以澳門旅遊網站為例》兩筆文獻與本研究更加具有相關性。承上所述目前國內與自媒體旅遊展演相關文獻從缺。至今全世界以及全台最多人使用的社群平台仍以 Facebook 為主，貼文素材蓬勃繁盛正是學

DOI:10.6814/NCCU202000197

術研究素材匯集的恰好時機，若將文字、照片、影片一同納入自媒體線上展演之分析研究，能彰顯研究探討上的多元與深度。上述兩個文獻分別以上海照片城市意象觀察、澳門旅遊資訊提供效益觀察為主，然而研究者的主題不劃分城市，以自媒體展演者自身所涉及的旅遊城市為內容主體，能觀察到更豐富的國家城市面貌。並期望當前研究能提供自媒體展演者後起之秀、旅遊景區業者、廠商業者作為知識傳承或展演效益參考依據，並期望為傳播領域增添實用的新興文獻。

三、「Facebook 旅遊」相關文獻

於 Airiti Library 華藝線上圖書館檢索國內碩博士論文文獻，檢索「旅遊」關鍵詞共有 974 筆資料；檢索「旅行」關鍵詞共有 364 筆資料；檢索「自媒體」關鍵詞共有 346 筆資料，以上初步搜尋文獻資料量龐大且多與本研究無相關性，進而搜尋檢索「Facebook+旅遊」關鍵詞共 7 筆，與本研究較為相關之文獻共 4 筆。

《探討社群網站使用者之使用意圖及其對旅遊意願之影響》研究結果發現，不同的背景變項分別在態度、主觀規範、知覺行為控制、使用意圖和旅遊意願等構面有顯著差異；旅遊類粉絲專頁使用者其使用意圖各構面和旅遊意願間均具有顯著正相關；態度與主觀規範對使用意圖具有正向預測力，而知覺行為控制對使用意圖則無預測力；使用意圖對旅遊意願有顯著正向預測力。許純敏（2016）。

《影響旅遊性社群網站使用意向因素之研究-以臉書旅遊粉絲專頁為例》之研究結果發現：（1）網友與 Facebook 粉絲專頁間的互動情況對於神迷體驗有顯著正向影響。（2）知覺有用性及知覺易用性對態度有顯著正向影響。（3）知覺誘因與態度對使用意向有顯著正向影響。葉丹莉（2012）。

DOI:10.6814/NCCU202000197

《Facebook 社群使用者旅遊動機、旅遊型態、旅遊涉入與旅遊效益關係模式之研究-以國民旅遊為例》之研究結果：（1）Facebook 使用者人口統計變數對旅遊動機、旅遊涉入與旅遊效益呈現部份顯著差異。（2）Facebook 使用者旅遊動機、旅遊涉入與旅遊效益呈現顯著正向影響關係。國民旅遊現今已聚焦於社群使用者及其相關細節發展因應策略，希望本研究之成果可進一步提供旅遊業者，與其他相關單位設計社群旅遊相關發展之參考依據。陳沛庭（2012）

《運用臉書進行旅遊資訊分享之研究》此研究分析影響使用者採用臉書平台做旅遊資訊分享之因素，來推測影響使用者的行為，以符合旅遊資訊需求者的使用，讓更多社群網站的使用者接受並使用臉書平台作資訊分享。並提供想要轉型或投入旅遊產業的旅遊業者參考。杜瑋婷（2014）。

上述 4 筆文獻，多為探討社群網站使用者意圖對旅遊意願之影響，且多為量化研究，大多採用問卷調查法，並期望將其研究發現提供遊業者參考。旅遊社群網站使用者使用者甚廣，取得樣本未必全然具有代表性，但可作為本研究參考之一。本研究專注於探討旅遊粉絲團經營小有成就之展演者，並透過展演者的貼文文本分析、並與各具專長特色的「旅遊展演者」做深度訪談、研究者長期線上與線下觀察，能從更多面向萃取其旅遊展演精華。而多年積累的貼文文本數量龐大，需先進行數據排序並量化精要文本以做重點分析。研究結果不僅適合旅遊業者參考，亦能幫助一般旅遊展演者，與希望自身成為專業旅遊展者之後輩作為參考，以其旅遊業者與專業旅遊展者之合作搭配，能為地方旅遊推廣，啟動正向良性循環的齒輪。

DOI:10.6814/NCCU202000197

第三章、 研究方法與設計

本研究以高夫曼劇場理論及展演轉向，來探討自媒體旅遊展演，研究聚焦鎖定於「國內擁有粉絲資產，並頻繁經營自媒體 Facebook 社群以及部落格的旅遊展演者」。國內尚未有此研究深度探討，本研究採用質性個案研究法，對數個案例進行探索研究，藉此透析旅遊展演過程及推測其未來運用發展之可能性。

研究中運用高夫曼劇場理論與 Urry 的展演轉向理論作為框架，設計訪談提綱，對 4 位自媒體旅遊展演者做一對一深度訪談，且將自媒體旅遊展演者近五年 Facebook 粉絲專頁旅遊展演貼文資料，做重點文本分析，針對展演者近五年貼文資料先行依照貼文之分享數、留言數、按讚數等成效排序，再做重點觀察。綜合彙整重點資料回應研究問題。

第一節、研究架構

研究流程中，首先從自媒體、高夫曼展演世界、展演轉向等相關理論做彙整，修整出符合旅遊展演者可探討的面向，作為整體研究架構；接著，採取兩種資料蒐集方式：

一、文本分析法：針對個案在社群網路上之展演內容、社群經營及粉絲互動，等相關文本進行資訊彙整，以補充了解並分析歸納旅遊展演者的旅遊社群展演模式，及其異同點及關鍵因素。

二、深度訪談法：藉由旅遊相關領域之研究者與受訪者的互動，蒐集受訪者最直覺與真實的口語資料，取得個案在旅遊社群展演過程中，在一般素人展演中可能無法獲取的珍貴稀有資訊。

DOI:10.6814/NCCU202000197

將上述旅遊展演貼文文本與深度訪談內容資料彙整分析並歸納後，提出整體結論、未來研究發展、相關產業與人員後續運用之建議。

表 3-1 本研究架構

研究動機、目的、範圍確立	
↓	↓
文獻探討	**研究方法與設計**
劇場理論／展演轉向	文本分析／深度訪談
↓	
個案研究分析	
貼文展演文本以及訪談內容彙整與分析	
↓	
結論與建議	

資料來源：本研究彙整

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

第二節、研究方法

一、個案分析

個案研究在於探討一個個案在特定情境脈絡下的活動性質，希望去瞭解其中的獨特性與複雜性。研究者的興趣通常在於瞭解過程而非結果，因而研究者會著重整體觀點，瞭解現象或事件的情境脈絡而不只是特殊的變項（林佩璇，2000）。我們可以說個案研究就是一種研究策略，選擇單一個案，採用各種方法如觀察、訪談、調查、實驗等，以此蒐集完整的資料，掌握整體的情境脈略與意義、深入分析真相、解釋導因、解決或改善其中的方法（邱憶惠，1999），亦即個案研究能夠幫助研究者釐清特定的真實情境脈絡，達成整體而通盤的瞭解。

個案研究即是對特定現象的檢視（examination），例如一個計畫、一個事件、一個人、一個機構、或者一個社會團體（Merriam，1988）。而本研究採多重個案設計，個案研究是一種實徵探究（emirical inquiry）是在真實的背景下，研究當時的現象。個案研究探究倚賴多重證據的來源。（Robert K.Yin，2001）多重個案的設計，是採「複現」的邏輯。將同樣的問題，分二至十個個案，在不同的情境脈絡中進行彙整分析，而產生了有同有異的經驗內涵結果，並在此邏輯下進行同異相較，將條件、過程與結果做比較性解析，研究者將可理出整體經驗內涵之結構，對研究問題的解釋將更具條理，並趨於系統化且完整。

二、文本分析

研究對象在陳述旅遊展演行為過程中，在訪談中有可能會忽略、閃避、避諱等些微缺漏問題，部份問題研究者可能無法透過追問、續問等方式得到答案。而透過研究對象的 Facebook 粉絲專頁之旅遊展演貼文內容，作為文本分析，觀察受訪者的社群經營使用狀況，包括粉絲數、旅遊貼文內容展演及呈現

DOI:10.6814/NCCU202000197

方式、粉絲的回饋（讚數、回應數、分享數、部份回應內容分析），以及受訪者針對粉絲或朋友反應之回應（包括回應數、回應內容），以期彌補深度訪談中，無法觸及的議題及個別因素。

三、深度訪談

本研究採用深度訪談法（in-depth interview），是質化研究中經常性採用的資料蒐集方法之一。在訪談方式上，本研究採取深度訪談法的「半結構式訪談」（semi-structured interview），研究者可以利用較廣泛的研究問題作為訪談的基礎，並在訪談過程中導引受訪者的問題進行，並以受訪者回答之答案，再繼續延伸詢問更深入的個別問題。訪談不預設太多訪談問題，依照主題方向，自由讓受訪者選擇如何舖陳他的生命經驗，透過即興敘述，可以理解受訪者過往的社會生活脈絡實踐歷程，較偏向呈現真實故事（張煜麟，2007）。

進行此訪談的目的，在於聆聽受訪者以他自己的話語、自己的聲音、自己的語言與敘述，告訴訪談者所要了解的事情。如此一來，受訪者就能分享他們所知道的事情、所學到的事情，而且還能讓訪談者對於整體情況增加其他的面向理解（Lichtman,2010／江吟梓、蘇文賢，2014）。

因此，雖然本研究將按照預先擬好的訪談大綱提問，事先預設的提問不一定會全部詢問，也不一定按照順序詢問，而是針對受試者的回應再進行回應，不設定研究對象的回答方式，每位受訪者的訪問問題不完全相同，如此便可以讓受訪者呈現最真實、最貼近自己心裡的呈現（胡幼慧、姚美華，1996）。

本研究預計利用訪談者與受訪者之間的口語問答交談，有必要時運用遇到類似的旅遊情境作交流，達到意見交換與深度資料蒐集；同時，也將藉由訪談的過程與內容，用局內人與旁觀視角發掘、分析出旅遊展演受訪者的展演動機、作法與看法。

DOI:10.6814/NCCU202000197

第三節、研究設計與執行

本研究共分為五階段進行，第一階段為受訪者挑選、第二階段為分析展演者的旅遊展演貼文、第三階段為訪談大綱設計，接續為深度訪談執行、逐字稿謄寫與資料彙整分析。

一、展演者設定

依據本研究問題，展演者須具備下列七項條件：

（一）部落格，部落格內「旅遊」內容佔全站二分之一以上，具有部落客以及社群自媒體身份者。

（二）經營 Faceook 粉絲專頁達 4 年以上。

（三）Faceook 粉絲團追蹤人數達 4,000 人以上。

（四）Faceook 粉絲專頁整體分享主題為「旅遊」，並且旅遊貼文須佔研究者所有貼文二分之一以上。

（五）近 3 年每年出國次數超過 5 次。

（六）平時有擅長使用的工具，如：相機、攝影機、空拍機、手機等。

（七）具有明顯的個人特色，如：美食揪團召集人、專業文字作家、平面攝影達人、空拍達人、動態攝影專家、熱愛個人自由行的女性旅人、熱愛冒險挑戰、熱愛戶外運動、熟悉中國大陸地區、熟悉日本地區、喜愛非主流國家自由行等。

平時與研究者有旅遊經驗或旅遊相關工作接觸之旅遊貼文展演者，進而進行多個案例比較。本研究採「多個案研究法」(multiple case research)，挑選出 4 個具代表性的個案進行比較分析。

DOI:10.6814/NCCU202000197

為考量展演者的旅遊展演表達，除有 Facebook 粉絲團的經營與貼文展演常態行為之外，在部落格的文章產出，較能體現展演者在展演行為上具有一定的邏輯、結構與深度，4 位旅遊展演者需同時經營部落格與 Fcaebook 粉絲團。僅有經營部落格，或僅有經營 Fcaebook 粉絲團者，則不列為本次研究之範圍。

本研究聚焦探討自媒體之旅遊展演，考慮到樣本需具備影響力、代表性，因此以立意抽樣方式選擇在旅遊自媒體中較具有知名度，抑或是具有鮮明展演特色之自媒體旅遊展演者作為受訪對象。所羅列之首訪對象，與研究者皆有旅遊交流或旅遊工作相關合作經驗，有機會進一步探究展演前台與後台的萬千世界。

另因考量社群媒體之時脈背景，及演算法機制有可能影響旅遊展演者之社群展演效果，因此將同步紀錄旅遊展演者開始經營 Facebook 粉絲專頁之時間點及粉絲團追蹤人數，並依「粉絲團追蹤人數」先後排序如下。

表 3-2 旅遊展演者展演訪談對象

受訪者	粉絲團品牌名稱	粉絲數	粉絲團經營起始時間	近三年出國次數
小虎	小虎食夢網	47,637	2011 年 9 月 7 日	28 次、30 次、30 次
六肆零	劉士銘-赤子之心闖世界	24,068	2011 年 3 月 21 日	12 次、10 次、5 次
Jessie	俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache	17,852	2012 年 11 月 25 日	每年 5-10 次
KK	KK 旅世界 K's journey	4,528	2015 年 2 月 9 日	每年 5-6 次

資料來源：個案 Facebook 粉絲專頁，本研究整理。

DOI:10.6814/NCCU202000197

(一)、展演者介紹

1、小虎

昔日在當水電工的小虎，每天早起到工地，扛著樓梯、操弄著電鑽、處理管線、配電、配水，爬上爬下的苦幹工人。小虎描述著過往：「從早到晚、一週 6 天，每天重複做一樣的事。累，我是不怕，但生活太枯燥了，加上那時我極度封閉，幾乎不跟人說話。每天下班回家脾氣十分暴躁，家人常常一句不經心的話就讓我大發雷霆，吃完晚飯後什麼都不想做，就是關在房間內打電動，然後睡覺。」（蘋果日報，2019）

水電工的收入不少，但槁木死灰、千篇一律的日子讓他了無生趣，與家人的關係越來越緊張、生活封閉，日子乏味到整天胡思亂想，腦中甚至飄盪著不如歸去來兮的念頭。直到數年前搬到台北，小虎因為舒國治的《台北小吃札記》，他嘗試著照著吃，認識了台北許多攤販和餐廳，從此發現，他的人生可以因為一個小吃而療癒、生命可以在尋找美食的過程中獲得滿足。（潮人物，2016）小虎透過食記也改善了與家人的緊張關係，食記為小虎打開了一扇展新的大門。

爾後轉職當部落客 以食會友夢成真。除了「小虎食夢網」Facebook 粉絲團貼文分享，小虎也將分享概念從虛擬世界拉到現實生活。他在 2013 年成立 Facebook 社團「小虎吃貨團」以食會友，將他吃過覺得好吃、值得推薦的餐廳，不定期帶團員去吃。特別的是，費用就是店家提出的價錢，團員平均分攤，他不收多餘費用，甚至店家給的優惠、招待也全數回饋給團員，讓大家可以用比市價更實惠的價格吃到更多、更特別的料理，這是他的「特別宴」概念。截至目前，「小虎吃貨團」特別宴已開了 100 多團，每個月平均 1 至 2 團，人數最大的團超過 250 人，那是小虎年度的尾牙或春

DOI:10.6814/NCCU202000197

酒大聚餐。（蘋果日報，2019）

研究者與小虎曾一同造訪杭州，旅程中的小虎常常一溜煙的消失不見，他在這段時間用鏡頭盡情捕捉不同視角的當地景致，或是挖掘路上的地道小吃，卻又能在準確時間內與同行者會合，集合時見他手裡拿著剛剛沿途都沒見過熱騰騰的小吃美食，順道為同行旅人開了眼界。小虎表示，美食與旅遊分不開，尤其是在國外，每回出國後，寫美食也寫旅遊，小虎為 4 位展演者裡近三年出國次數最頻繁、與粉絲團追蹤人數最多者，粉絲團與部落格經營發展成熟、旅遊與美食展演內容豐沛，為旅遊美食展演研究的最佳代表。

圖 3-1 「小虎食夢網」粉絲團首頁

資料來源：「小虎食夢網」粉絲團 https://www.Facebook.com/rabbit38844/

2、六肆零

頻頻挑戰自我的六肆零，喜愛旅遊、冒險與戶外運動。明明過著朝九晚六

DOI:10.6814/NCCU202000197

的職場生活，卻有著一顆不安於室的壯遊心，於 2019 年留職停薪前往中亞絲路沿線壯遊，歷經 155 天，造訪哈薩克、吉爾吉斯、塔吉克、烏茲別克、土庫曼、伊朗、土耳其、義大利等 8 國。六肆零同時擁有社群行銷企劃、背包客、部落客、作家、講師、導遊、領隊等多重身份，卻是 4 位展演者中唯一的一位上班族。他於 2015 年曾出版書籍《我在西藏曬靈魂：單車穿越喜馬拉雅的試煉之旅》，源自此書走遍大專院校和企業分享「生命旅遊」、「職涯發展」、「全方位旅遊紀錄」等主題講座，迄今已積累超過 150 場講座演講經歷。

研究者曾協助六肆零將昔日自由行期間，遇到的特殊體驗：絲路敦煌沙漠露營，與旅行社合作轉化為實體特色行程，由合作單位舉辦講座由六肆零擔任講師介紹玩法、由六肆零擔任領隊揪團與帶團。六肆零是少數能將自由行經歷轉化為書籍著作，並同時將旅遊經歷促成特色行程亮點、親自帶者粉絲與旅客出遊的展演者。

如同他自身愛好，「劉士銘-赤子之心闖世界」粉絲團中，充斥著旅遊、冒險、戶外運動、擔任講座講師、帶團紀錄等貼文。六肆零在旅遊、騎單車、挑戰長城馬拉松的同時，能為自己做動態紀錄並同步累積影片素材，同時擅長影片剪輯，影片中常能見到大片美景、聽見激勵人心的配樂、也有輕鬆愜意騎單車、馬拉松跑到喘吁吁的畫面，壯闊美景、實地體驗、運動挑戰，是影片中時常見到的題材。

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-2 「劉士銘-赤子之心闖世界」粉絲團首頁

資料來源：「劉士銘-赤子之心闖世界」粉絲團 https://www.Facebook.com/love640/

3、Jessie

「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」粉絲團由一對攜手走過 50 多個國度，重度旅行上癮的姐妹共同經營。姊姊 Jessie 負責文字，是國際旅遊指南 Lonely Planet 中文作者；妹妹 Julia 負責照片與設計，本次研究對象為姊姊 Jessie(粉絲團主要發文者)。先前曾在旅行社擔任特助，因受不了連下班後的時間都被公司佔據，毅然辭去穩定的上班族工作，轉戰自由業者，擔任國際旅遊指南 Lonely Planet 作者與調研者，爾後踏進旅遊部客之列。這對喜愛旅行的姐妹花，在粉絲團分享旅途故事、異國風景、歷史與文化，也整理實用旅遊資訊、攝影技巧。除了述說遠方的故事，她們更期待自己能當個引路者，讓每一位讀者都能更順利的出發，創造屬於自己的故事。

翹鬍子姐妹熱愛自由行，姊姊 Jessie 中文系畢業並受過國際中文旅遊指南《孤獨星球》(Lonely Planet)、馬蜂窩旅遊平台以及書籍出版社編輯的鞭策與磨

DOI:10.6814/NCCU202000197

練，不論是旅遊事前規劃、現場調研至回程的文章撰寫，皆受到專業的教育訓練；妹妹 Julia 手持了九年多單眼相機，其在印度旅遊的恆河夜祭攝影作品，於 2019 年榮獲有攝影界奧斯卡獎之美譽的 IPA 國際攝影獎（International photography Awards），其粉絲團充斥著最精彩的圖文饗宴。

圖 3-3 「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」粉絲團首頁

資料來源：「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」粉絲團
https://www.Facebook.com/travelingmoustache/

4、KK

KK 原本為上班族，曾任職新聞媒體旅遊線編輯、行銷企劃等工作，從過往任職經驗中，常有旅遊報導出差機會，研究者與 KK 出差同遊西湖時，即見著她手捧著 DV 做動態紀錄，回程產出的旅遊報導，由 KK 拍攝動態與平面素材加上撰文產出內容，此時的 KK 已在熟悉旅遊展演與累積相關經驗。爾後的 KK 脫離上班族身份，轉戰旅遊部落客一職，以拍攝影片、文章產製為主。KK 在 4

DOI:10.6814/NCCU202000197

位旅遊展者中，是現今影片產製最頻繁的一位，並且經常與粉絲有線上、線下的互動交流活動。

我想要鼓勵大家，尤其是女生，我想要傳達的就是我是一個平凡的女生，連我都辦得到了，你絕對也可以。有一句話我很喜歡：「所謂的勇敢不是你真的不怕，真的勇敢是你明明怕得要死，卻義無反顧地想去嘗試它。」我覺得近幾年尤其是旅遊自媒體這塊，我自己想要傳達的形象，包括我現在嘗試做的一些工作，包括我投入自媒體經營也算是創業，我覺得都是以這個理念出發。(KK)

順應自己的興趣投入旅遊部落客一職的 KK，時常鼓勵女性勇於挑戰、喜愛戶外運動，而這種挑戰是一般人較能達成的程度，與六肆零時常超越自我的挑戰不同。全職旅遊部落客的 KK 現今擁有更多時間經營粉絲團、產製影片與發佈旅遊展演貼文，在視覺影音當道的時代，KK 也許在一開始就抓住了許多人的目光，旅遊展演數量與成效穩健成長中。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-4 「KK 旅世界 K’s journey」粉絲團首頁首頁

資料來源：「KK 旅世界 K's journey」粉絲團 https://www.Facebook.com/ksjourney/

表 3-3 研究對象展演核心及特殊經歷彙整

展演者	粉絲團品牌名稱	展演核心	展演特色	特殊經歷
小虎	小虎食夢網	旅遊、美食	美食旅遊展演	1. 以美食部落客身份受邀出席高雄市長就職典禮 2. 多場海內外美食與旅遊揪團團長 3. 潮人物雜誌人物專訪
六肆零	劉士銘-赤子之心闖世界	戶外運動、旅遊動態紀錄	旅遊影片與壯遊展演	1. 曾出版《我在西藏曬靈魂》一書 2. ETtoday 旅遊雲、運動視界、欣中國駐站作家 3. 2012 年經濟部資策會《第五屆部落客百傑》，獲得「旅遊類十強」 4. 蘋果日報、ETtoday、聯合報、自由時報、中國時報、三立新聞網、公視、飛

DOI:10.6814/NCCU202000197

				碟電台、中國廣播公司、中央廣播電台、台北流行廣播電台、環宇廣播電台、天下雜誌、Cheers 雜誌、好遊趣雜誌…等人物專訪 5. 講師、導遊、領隊
Jessie	俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache	背包客自由行	寫作與攝影展演	1. 曾出版《在歐洲吃午餐、去亞洲吃晚餐：兩個女孩的 2.世界奇幻冒險》一書 2. 國際知名旅遊指南 Lonely Planet 孤獨星球 中文作者 3. 旅行過 50 多個國家
KK	KK 旅世界 K's journey	旅遊動態紀錄	個人旅遊影片展演	ETtoday、中時電子報、三立新聞、東森新聞、噪咖、17 直播、媽報等媒體轉載旅行影片

資料來源：本研究整理

國立政治大學 National Chengchi University

二、旅遊展演貼文分析

本研究的文本分析，分析時間範疇是從研究對象近五年（2015 年 1 月初至 2019 年 12 月底）分享之旅遊展演貼文，除了瞭解其旅遊貼文之特色、型態，並觀察其展演手法。首先從 4 位展演者貼文中，分享數、留言數、按讚數等數據最高前 5 名內的共同貼文做解析，觀察各項重點數據皆名列前茅的共同貼文是哪一些；再來觀察分享數最高的前 5 名貼文做重點貼文文本分析。Facebook 長期演算法中，「分享數」是最重要的加分指標、再者為「留言數」、最後是「按讚數」，此為數位行銷領域中的普遍共識。解析中綜合受訪者人生旅遊展演之關鍵時間點，例如：新增或更換拍攝工具、改變展演模式、揪旅行團、工作職務轉換、離職、留職停薪等時間點來做旅遊貼文重點記錄與比較分析。

DOI:10.6814/NCCU202000197

表 3-4 本研究文本分析研究架構流程

<table>
<tr><td colspan="2" rowspan="3">流程</td><td colspan="5">展演者與所屬粉絲團</td></tr>
<tr><td>展演者</td><td>小虎</td><td>六肆零</td><td>Jessie</td><td>KK</td></tr>
<tr><td>粉絲團</td><td>小虎食夢網</td><td>劉士銘-赤子之心闖世界</td><td>翹鬍子旅行團</td><td>KK 旅世界 K's journey</td></tr>
<tr><td>1</td><td>4 位展演者之粉專近 5 年貼文</td><td rowspan="3">對應之貼文數量</td><td rowspan="2">1,438 則</td><td rowspan="2">1,924 則</td><td rowspan="2">765 則</td><td rowspan="2">1,287 則</td></tr>
<tr><td>2</td><td>分別按照分享數、留言數、讚數降冪排序</td></tr>
<tr><td>3</td><td>去除活動類型、非旅遊類貼文後，分別從分享數、留言數、讚數取最高之前 3 則貼文作觀察</td><td>9 則</td><td>9 則</td><td>9 則</td><td>9 則</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">分享數、留言數、讚數同列為前 3 名之貼文優先取出，觀察其文字、圖片、影片之展現</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">分析後提出結論</td></tr>
</table>

(一)、「小虎食夢網」之旅遊展演貼文初步分析

小虎從美食內容撰寫起家，粉絲團內所有貼文皆與美食有關，隨著後的出國旅遊次數越來越多，本研究僅取出「旅遊加美食」以及「旅遊」相關貼文加以分析。分享數、留言數、按讚數最多的貼文，為旅遊中大家常常會設為必要景點、最能快速體驗在地平民美食的夜市，小虎在粉絲團內轉分享媒體的「台北最強南機場夜市 2019 年精選 20 家高 CP 值小吃」文章連結貼文，取得三項數據冠軍。

分享數第 2 名仍是為夜市，小虎以在地人身份，轉分享了板橋新夜市即將開幕的媒體文章連結貼文帶來了 128 次分享；轉分享旅行社的日本入境海關電子申報使用教學文章貼文，實用的資訊帶來了 94 人次分享，為分享數第 3 名；第 4 名為小虎以基隆人身份介紹的基隆美食文章貼文，獲得 69 次分享人次；分

DOI:10.6814/NCCU202000197

享數 41 次、位於分享數次數最高第 5 名的貼文，同時為留言數最高的貼文，留言數高達 228 則，此貼文轉分享自泰國 Facebook 社群，貼文上的 4 張圖片為泰國理髮廳內，裸著上身的健美男性工作人員，幫女顧客溫柔吹風整髮的景象，加上小虎在轉分享貼文內，詢問女性粉絲，是否要在接下來的泰國斯米蘭跳島吃貨團裡安排這項洗髮行程，引發熱烈討論令人印象深刻。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-5 「小虎食夢網」粉絲團泰國髮廊服務分享貼文

資料來源：「小虎食夢網」粉絲團

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-6 「小虎食夢網」依按讚數排序之貼文數據

	Name	Time	Content	Like	Link
1157	小虎食夢網	1/19/17, 9:57 PM	一直肖想去美得亂七八糟的泰國蘇	2K	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1246034095488904/
862	小虎食夢網	9/20/18, 8:14 AM	不就手搖飲料，搞什麼阿拉認證，	1.5K	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/1919068394852134
333	小虎食夢網	6/7/19, 8:48 PM	早上醒來就在蘋果日報上了（羞）	875	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2296309857127984
23	小虎食夢網	9/1/19, 6:48 PM	幾個胃都不夠用！台北最強「南機	445	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2446114425480859
708	小虎食夢網	1/8/19, 8:13 PM	微風南山一定要先吃這15間美食！	385	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2071878349571137
1236	小虎食夢網	7/30/16, 11:06 PM	夏天就是要吃冰，不然要幹嘛!!	338	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1081795198579462/
57	小虎食夢網	8/24/19, 8:00 AM	對於身為基隆人卻沒有好好推廣基	330	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2431042460321389
304	小虎食夢網	6/20/19, 12:42 AM	價位適中，質感不錯的台菜餐想前	327	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2317223868369916
5	小虎食夢網	9/5/19, 10:21 PM	啤酒肚再見！日本麒麟推出「減肥	315	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2453328868092748
177	小虎食夢網	7/25/19, 11:14 PM	本日最中肯..	315	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.465574826868172/2379923398766629/
742	小虎食夢網	12/15/18, 9:51 PM	那個...有參加二月泰國斯米蘭跳島	302	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2038174749608164
269	小虎食夢網	7/1/19, 4:52 AM	拿坡里炸雞終於要開了！全台首間	299	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2337043836387919
1314	小虎食夢網	6/9/16, 9:34 PM	去金澤三次都沒吃過的世界第二好	279	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1048159871942995/
1355	小虎食夢網	5/15/16, 7:57 AM	藏在七張站，派皮很厲害！ http://ra	275	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1030173097075006/
1230	小虎食夢網	8/2/16, 7:49 AM	板橋四十年老海鮮餐廳，推出5種超	270	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1083496551742660/
261	小虎食夢網	7/3/19, 4:26 AM	草莓千層派真的「買一送一」！PA	267	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2340509696041333
810	小虎食夢網	10/23/18, 6:36 AM	貴婦名媛開吃了！BELLAVITA美食	254	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/1960980417327598
176	小虎食夢網	7/27/19, 5:12 AM	找了兩年才吃到的三十年老攤牛肉	252	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2382027135222922
1101	小虎食夢網	6/24/17, 6:38 PM	寶哥，好快，20年了。 那年張爸爸	222	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1413758908716421/
312	小虎食夢網	6/15/19, 8:19 PM	壽星吃到飽正式開吃！2019年Buffe	217	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2309957682429868
1240	小虎食夢網	7/26/16, 5:55 PM	終於... 不會再延了！睽違20年、全	213	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1078686978890284/
608	小虎食夢網	2/23/19, 9:58 PM	飯糰控手刀衝！沖繩飯糰專門店「	205	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2138820582876913
945	小虎食夢網	7/23/18, 1:30 PM	三重人，早餐吃飽了沒。	201	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/1832325443526430
14	小虎食夢網	9/3/19, 9:38 PM	【#這篇存起來 日本入境 #海關電子	199	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2449788198446815

資料來源：本研究資料撈取

圖 3-7 「小虎食夢網」依分享數排序之貼文數據

	Name	Time	Content	Share	Link
1157	小虎食夢網	1/19/17, 9:57 PM	[貼文活動]一直肖想去美得亂七八糟的泰國	1.1K	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1246034095488904/
23	小虎食夢網	9/1/19, 6:48 PM	幾個胃都不夠用！台北最強「南機場夜市」	142	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2446114425480859
1354	小虎食夢網	5/16/16, 8:00 PM	哇咱江子翠要有大型觀光夜市了，就在華江	128	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1031135806978735/
862	小虎食夢網	9/20/18, 8:14 AM	不就手搖飲料，搞什麼阿拉認證，還四不一	111	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/1919068394852134
14	小虎食夢網	9/3/19, 9:38 PM	【#這篇存起來 日本入境 #海關電子申報 使	94	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2449788198446815
5	小虎食夢網	9/5/19, 10:21 PM	啤酒肚再見！日本麒麟推出「減肥啤酒」喝	82	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2453328868092748
57	小虎食夢網	8/24/19, 8:00 AM	對於身為基隆人卻沒有好好推廣基隆的觀光	69	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2431042460321389
312	小虎食夢網	6/15/19, 8:19 PM	壽星吃到飽正式開吃！2019年Buffet吃到飽	68	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2309957682429868
1236	小虎食夢網	7/30/16, 11:06 PM	夏天就是要吃冰，不然要幹嘛!!	65	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1081795198579462/
514	小虎食夢網	4/4/19, 10:44 PM	板橋人一定要衝！超高CP值「但馬屋しゃぶ	62	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2195159807242990
145	小虎食夢網	8/3/19, 8:56 PM	愛基隆就是要出「嘴」！ https://keelung-for-	50	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2395218140570488
945	小虎食夢網	7/23/18, 1:30 PM	三重人，早餐吃飽了沒。	47	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/1832325443526430
509	小虎食夢網	4/8/19, 7:15 AM	這鍋前所未見的沙嗲麻辣鍋的確又特別又厲	44	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2200001576758813
325	小虎食夢網	6/11/19, 9:16 PM	板橋人手刀準備！超高CP值吃到飽「新馬辣	43	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2303175013108135
708	小虎食夢網	1/8/19, 8:13 PM	微風南山一定要先吃這15間美食！堪稱信義	42	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2071878349571137
742	小虎食夢網	12/15/18, 9:51 PM	那個...有參加二月泰國斯米蘭跳島吃貨團的	41	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2038174749608164
1230	小虎食夢網	8/2/16, 7:49 AM	板橋四十年老海鮮餐廳，推出5種超值套餐	41	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1083496551742660/
87	小虎食夢網	8/17/19, 9:59 PM	大同人私藏的大同美食！懂吃老饕才知道的	39	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2419681431457492
1316	小虎食夢網	6/7/16, 3:44 PM	板橋不止有早午餐，還有四大甜點，鄉親都	38	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1046677585424557/
123	小虎食夢網	8/9/19, 6:02 AM	「淡水小吃」內行人都吃這7家：爆多料海	37	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2404460709646231
275	小虎食夢網	6/29/19, 3:26 AM	台北人絕對要知道！文青控一定會愛上11間	33	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2333451113413858
371	小虎食夢網	5/22/19, 8:25 PM	吃到飽優惠吃不完！板橋凱撒推出全新「泰	32	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2269394059819564
610	小虎食夢網	2/22/19, 12:21 AM	板橋六必居巷裡居然藏了間厲害的小食堂。	30	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2135937373165234
98	小虎食夢網	8/15/19, 2:15 AM	你知道馬來西亞最火紅的「咖哩麵包雞」其	28	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2414612498631052

資料來源：本研究資料撈取

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-8 「小虎食夢網」依留言數排序之貼文數據

		Name	Time	Content	commentcount	Link
2	1157	小虎食夢網	1/19/17, 9:57 PM	一直尚想去美得亂七八糟的泰國蘇梅島渡	1.7K	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1246034095488904
3	1230	小虎食夢網	8/2/16, 7:49 AM	板橋四十年老海鮮餐廳，推出5種超值套餐	353	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1083496551742660
4	742	小虎食夢網	12/15/18, 9:51 PM	那個...有參加二月泰國斯米蘭跳島吃貨團	228	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2038174749608164
5	333	小虎食夢網	6/7/19, 8:48 PM	早上醒來就在蘋果日報上了（羞），雖說	138	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2296309857127984
6	23	小虎食夢網	9/1/19, 6:48 PM	幾個胃都不夠用！台北最強「南機場夜市	137	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2446114425480859
7	1089	小虎食夢網	7/21/17, 12:31 AM	你敢吃嗎？小虎哥買給你.. 是說我真的吃	117	https://www.facebook.com/rabbit38844/videos/1443005005791811/
8	5	小虎食夢網	9/5/19, 10:21 PM	啤酒肚再見！日本麒麟推出「減肥啤酒」	90	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2453328868092748
9	514	小虎食夢網	4/4/19, 10:44 PM	板橋人一定要衝！超高CP值「但馬屋しゃ	61	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2195159807242990
10	215	小虎食夢網	7/16/19, 3:40 AM	這才是「超級」瑪利！	57	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2362848500474119
11	57	小虎食夢網	8/24/19, 8:00 AM	對於身為基隆人卻沒有好好推廣基隆的觀	54	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2431042460321389
12	1033	小虎食夢網	3/31/18, 7:24 AM	【免費吃澳門葡菜大師JOE哥料理的機會	53	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1694002617358714
13	1149	小虎食夢網	2/15/17, 3:04 AM	有人知道這檔在日本什麼地方嗎（笑）	51	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1275727955852851
14	1205	小虎食夢網	9/13/16, 8:23 PM	個人在台北頗愛的拉麵王將於9月16日下午	51	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1118985591527089
15	261	小虎食夢網	7/3/19, 4:26 AM	草莓千層派真的「買一送一」！PAUL推出	47	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2340509696041333
16	176	小虎食夢網	7/27/19, 5:12 AM	找了兩年才吃到的三十年老攤牛肉麵，湯	46	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2382027135222922
17	594	小虎食夢網	3/1/19, 12:01 AM	「小虎吃貨團-斯米蘭跳島」 上次來海水	45	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2146010065491298
18	862	小虎食夢網	9/20/18, 8:14 AM	不就手搖飲料，搞什麼阿拉認證，還四不	44	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/1919068394852134
19	304	小虎食夢網	6/20/19, 12:42 AM	價位適中，質感不錯的台菜餐想前面四小	41	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2317223868369916
20	1050	小虎食夢網	1/18/18, 10:54 PM	北海道爆食11天胖三公斤之旅，早、午、	38	https://www.facebook.com/rabbit38844/videos/1617982701627373/
21	1112	小虎食夢網	5/8/17, 8:35 PM	因為最近比較忙沒空開團，所以鮮少提及	37	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.297039233721733/1364088940350085
22	334	小虎食夢網	6/7/19, 2:06 AM	有人要陪我一起去喝嗎	33	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2294941343931502
23	203	小虎食夢網	7/18/19, 7:40 PM	快對身分證！有這「4個數字」就能「2人	32	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2367562470002722
24	137	小虎食夢網	8/6/19, 2:22 AM	榴槤控要搶！必勝客推「金枕頭榴槤比薩	32	https://www.facebook.com/rabbit38844/posts/2398989510193351
25	1078	小虎食夢網	9/23/17, 11:29 PM	巷仔內才知的小攤，有人知道他們在吃什	30	https://www.facebook.com/rabbit38844/photos/a.465574826868172/1503631949729116

資料來源：本研究資料撈取

(二)、「劉士銘」之旅遊展演貼文初步分析

2019 年 7 月中開始留職停薪暫別工作，展開為期 155 天的中亞絲路壯遊之旅，隨時日增長粉絲數增多，加上壯遊期間造訪的多為一般大眾不常造訪較為特殊的國家，粉絲團內分享數、留言數、按讚數最多的大多為中亞絲路壯遊貼文。其中，中亞絲路壯遊第 75 天，六肆零終於拿到土庫曼簽證的貼文，獲得 25 則留言、255 個讚數，分別佔據留言數與按讚數的第 3 名，拿到土庫曼簽證前，六肆零已在粉絲團上透漏簽證之路有許多不確定性的訊息。他的貼文中提到：「土庫曼號稱世界上第二個北韓，絲路中亞段最神秘的國家，有錢到不需要理睬外國觀光客，封閉獨裁的資源大國...即將造訪的他，在土庫曼的那五天預計沒有收訊，會與大家失聯。」此貼文也為他接下來的旅程增添了神祕感，並為他的壯遊故事埋下了伏筆。

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-9 「劉士銘-赤子之心闖世界」粉絲團土庫曼簽證貼文

資料來源：「劉士銘-赤子之心闖世界」粉絲團

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-10 「劉士銘-赤子之心闖世界」依按讚數排序之貼文數據

	Name	Time	Content	Like	Link
58	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/10/24 上午8:51	穿越絲路Day96-97 #1：地獄之門 一把火，就狂妄的燒了5	330	https://www.facebook.com/love640/posts/2774909559188846
10	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/11/21 上午8:06	穿越絲路Day127：亞洲的盡頭 今年7月我從上海出發，穿	308	https://www.facebook.com/love640/photos/a.2836203276392807/283655127
133	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/9/29 下午10:55	歷經兩個國家的戰鬥，10幾天的等待，我終於拿到土庫曼	288	https://www.facebook.com/love640/photos/a.552317648114726/2722332864
20	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/11/15 上午6:37	剩下一個月的旅程，我會用五段機票完成，穿越亞洲的盡	217	https://www.facebook.com/love640/photos/a.2823090397704095/282309120
259	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/10 上午9:12	穿越絲路Day24：巧遇同鄉 喝完咖啡，路上聽到熟悉的台	217	https://www.facebook.com/love640/photos/a.2622094291137041/262461444
542	劉士銘-赤子之心闖世界	2018/10/21 下午9:40	向第一線的醫師與護理人員致敬 辛苦了，加油💪	216	https://www.facebook.com/love640/posts/2159616090718199
268	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/7 下午8:52	老爸，父親節快樂！小兒目前在新疆邊界的伊爾克什坦口	215	https://www.facebook.com/love640/photos/a.552317648114726/2619827034
269	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/7 下午12:06	【中巴邊境。瓦恰鄉】 頭文字D山路，影片重現 看到頭暈	215	https://www.facebook.com/love640/videos/1185018618346742/
262	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/9 下午11:15	穿越絲路Day21：乾隆對香妃的愛 想來香妃墓，原本是因	194	https://www.facebook.com/love640/posts/2623819414297862
271	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/6 下午7:52	穿越絲路Day20：剩下我一人 旅伴老王一早生龍活虎，烹	194	https://www.facebook.com/love640/posts/2617876744892129
445	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/1/23 上午2:44	2018年最欣喜的意外，就是我回到母校大直高中，領取傑	194	https://www.facebook.com/love640/posts/2292936297386177
44	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/11/1 上午4:56	生日快樂，我在波斯皇宮裡，找不到波斯貓，度過平靜又	184	https://www.facebook.com/love640/posts/2791810080832127
230	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/22 下午7:28	穿越絲路Day34-36：最美星空 人生經歷無數場最美的星空	182	https://www.facebook.com/love640/posts/2648102195202917
190	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/9/6 下午7:01	穿越絲路Day51：分開旅行 我和旅伴老王分開旅行了，他	179	https://www.facebook.com/love640/photos/a.2676406099039193/267700737
302	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/7/17 下午6:23	今天就要出發了，前往絲路最神祕的封閉領域，接下來是	177	https://www.facebook.com/love640/posts/2579528055393665
159	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/9/21 上午10:46	我一個人去爬《Lonely Planet》都沒介紹的Artuch七座湖，	176	https://www.facebook.com/love640/photos/a.2705454676134335/270545577
239	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/18 下午9:52	穿越絲路Day32：中央清真寺 原訂今日要離開比斯凱克，	176	https://www.facebook.com/love640/posts/2640667825946354
110	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/10/6 下午7:26	穿越絲路Day77 #1：幻藍峽谷 如果藍色有一千種表情，那	174	https://www.facebook.com/love640/posts/2736672646345871
270	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/7 上午4:26	穿越絲路Day21：簽證到手👈再見喀什 要離開的時候，才	170	https://www.facebook.com/love640/posts/2618478408165296
202	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/9/3 上午8:56	穿越絲路Day46：台灣女騎士 「妳是台灣人嗎？」 「我看	166	https://www.facebook.com/love640/posts/2670460549633748
43	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/11/1 下午1:31	穿越絲路 Day107 #2：謝謝每一個你 原以為會平淡又無痕	165	https://www.facebook.com/love640/posts/2792660104080458
218	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/28 上午8:49	穿越絲路Day40-42：健行天堂！不用去瑞士 吉爾吉斯號稱	162	https://www.facebook.com/love640/posts/2659000080779795
352	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/5/18 下午6:02	一早買火車票，被新排版給驚艷到，橫版變直版，字體加	161	https://www.facebook.com/love640/posts/2472137029466102
57	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/10/25 上午6:56	穿越絲路Day100 #1：融化人心的熱情咖啡 我一到伊朗，	158	https://www.facebook.com/love640/posts/2776818295664639

資料來源：本研究資料撈取

圖 3-11 「劉士銘-赤子之心闖世界」依分享數排序之貼文數據

	Name	Time	Content	share	Link
18	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/11/17 上午2:02	穿越絲路Day123：全國暴動！政府斷網清場 伊朗前天40座城市發	30	https://www.facebook.com/love640/posts/2827071977305937
129	劉士銘-赤子之心闖世界	2017/9/29 下午5:34	【名為自由的公路旅行一千年一瞬篇】 9月絲路沙漠露營的第二支	20	https://www.facebook.com/love640/videos/1704016012944878/
478	劉士銘-赤子之心闖世界	2018/12/21 下午6:04	【竭盡所能的宣導📢】 想跟機場第一線的防疫人員，還有檢疫犬說	16	https://www.facebook.com/love640/posts/2246580432021764
565	劉士銘-赤子之心闖世界	2018/9/12 下午4:21	緊急求救	15	https://www.facebook.com/love640/posts/2108652629147879
269	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/7 下午12:06	【中巴邊境。瓦恰鄉】 頭文字D山路，影片重現 看到頭暈的舉手	13	https://www.facebook.com/love640/videos/1185018618346742/
591	劉士銘-赤子之心闖世界	2018/8/9 下午4:00	「gonna」餐廳開新店了，就在仁愛圓環上！我最喜歡那一片敞亮	11	https://www.facebook.com/love640/videos/2057811554231987/
371	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/4/15 下午3:44	看著尖塔祝融倒楣，我還是難以置信，巴黎聖母院是「所有法國人	10	https://www.facebook.com/love640/posts/2417668798246259
441	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/1/27 下午5:59	稻城亞丁的美，值得用生命去追尋，空中的上帝視角，更是絕美到	10	https://www.facebook.com/love640/videos/224018771886633/
206	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/9/2 上午5:05	【絲路第二國🇰吉爾吉斯明信片】 穿越大絲路行程，吉爾吉斯段	8	https://www.facebook.com/love640/posts/2668242976522172
358	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/5/2 下午6:30	我只能說~義大利品牌 #RUDY 是我運動10多年，戴過各牌的太陽	7	https://www.facebook.com/love640/posts/2445195475493591
542	劉士銘-赤子之心闖世界	2018/10/21 下午9:40	向第一線的醫師與護理人員致敬 辛苦了，加油💪	7	https://www.facebook.com/love640/posts/2159616090718199
230	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/22 下午7:28	穿越絲路Day34-36：最美星空 人生經歷無數場最美的星空，我想	6	https://www.facebook.com/love640/posts/2648102195202917
343	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/6/4 上午3:29	【感人的偏鄉教師，愈貧瘠的資源愈要開拓孩子的視野】 今天是	6	https://www.facebook.com/love640/posts/2500464069966731
409	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/2/23 下午5:51	太值得！太感動！太讚嘆！絕對是此生必看煙會。逛到腿軟的園區	6	https://www.facebook.com/love640/posts/2341121725900967
610	劉士銘-赤子之心闖世界	2018/7/27 上午1:53	天頂的陽光無敵燦爛 地上的向日葵花海閃爍金光 新疆的草原和花	6	https://www.facebook.com/love640/videos/2035440339802442/
296	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/7/21 上午4:57	這幾天在江蘇最興奮的事，就是去廁所找「#刷臉取衛生紙」機器	5	https://www.facebook.com/love640/posts/2585861284760342
475	劉士銘-赤子之心闖世界	2018/12/24 下午10:38	今年另一個里程碑，開啟《我在西藏曬靈魂》IP化，第一部四川雲	5	https://www.facebook.com/love640/posts/2251002354912905
26	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/11/5 下午1:57	穿越絲路Day102：手工挑選藏紅花 昂貴的藏紅花，我何其有幸能	4	https://www.facebook.com/love640/videos/2608658249366695/
58	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/10/24 上午8:51	穿越絲路Day96-97 #1：地獄之門 一把火，就狂妄的燒了50年，燒	4	https://www.facebook.com/love640/posts/2774909559188846
239	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/18 下午9:52	穿越絲路Day32：中央清真寺 原訂今日要離開比斯凱克，因為當家	4	https://www.facebook.com/love640/posts/2640667825946354
259	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/10 上午9:12	穿越絲路Day24：巧遇同鄉 喝完咖啡，路上聽到熟悉的台灣口音，	4	https://www.facebook.com/love640/photos/a.2622094291137041/2
292	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/7/24 上午10:43	我室友佑任拍的 #翡翠湖 影片，像是兩座天空，鏡像裡的天空，被	4	https://www.facebook.com/love640/videos/2190717434384148/
350	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/5/21 上午1:42	邊疆的大美，一生值得追尋一次，對於 #西藏 和 #北疆 有興趣的朋	4	https://www.facebook.com/love640/posts/2476034279076377
393	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/3/20 上午6:35	太感人了啦，嘉義家職的老師竟然準備了「厚片雞肉飯」，還特別	4	https://www.facebook.com/love640/posts/2376056712407468

資料來源：本研究資料撈取

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-12 「劉士銘-赤子之心闖世界」依留言數排序之貼文數據

	Name	Time	Content	commentcount	Link
537	劉士銘-赤子之心闖世界	2018/11/2 上午3:11	🔥祝我生日快樂🔥 又到了一年當中，瞬間衰老一	58	https://www.facebook.com/love640/photos/a.212511048762056/2176462
102	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/10/11 下午4:48	外套被幹走	36	https://www.facebook.com/love640/posts/2746623135350822
18	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/11/17 上午2:02	穿越絲路Day123：全國暴動！政府斷網清場 伊朗	26	https://www.facebook.com/love640/posts/2827071977305937
133	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/9/29 下午10:55	歷經兩個國家的戰鬥，10幾天的等待，我終於拿	25	https://www.facebook.com/love640/photos/a.552317648114726/2722332
44	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/11/1 上午4:56	生日快樂，我在波斯皇宮裡，找不到波斯貓，度	23	https://www.facebook.com/love640/posts/2791810080832127
433	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/2/3 下午7:38	【2019賀年影片】 祝大家豬事圓滿🐷豬事大吉🐷	22	https://www.facebook.com/love640/videos/5773295427419 70/
230	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/22 下午7:28	穿越絲路Day34-36：最美星空 人生經歷無數場最	20	https://www.facebook.com/love640/posts/2648102195202917
439	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/1/30 下午8:01	【奇文共賞✈華航全新過夜包】 過夜包實在太難	20	https://www.facebook.com/love640/posts/2304117839601356
206	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/9/2 上午5:05	【絲路第二國🇹吉爾吉斯明信片】 穿越大絲路行	18	https://www.facebook.com/love640/posts/2668429765222172
352	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/5/18 下午6:02	一早買火車票，被新排版給驚艷到，橫版變直版	18	https://www.facebook.com/love640/posts/2472137029466102
268	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/7 下午8:52	老爸，父親節快樂！小兒目前在新疆邊界的伊爾	17	https://www.facebook.com/love640/photos/a.552317648114726/2619827
409	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/2/23 下午5:51	太值得！太感動！太讚嘆！絕對是此生必看燈會	17	https://www.facebook.com/love640/posts/2341121725900967
216	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/29 上午3:07	穿越絲路Day40-42：極速雪峰之湖 前一天，老王	16	https://www.facebook.com/love640/posts/2660441063969030
10	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/11/21 上午8:06	穿越絲路Day127：亞洲的盡頭 今年7月我從上海	15	https://www.facebook.com/love640/photos/a.283620327639280 7/283655
98	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/10/14 上午4:13	穿越絲路Day89 #2：享受吧！一個人的旅行 在塞	15	https://www.facebook.com/love640/posts/2752001188146350
110	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/10/6 下午7:26	穿越絲路Day77 #1：幻藍峽谷 如果藍色有一千種	15	https://www.facebook.com/love640/posts/2736672646345871
243	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/18 上午1:22	穿越絲路Day31：大唐碎葉城！ 李白出生地 吉爾	15	https://www.facebook.com/love640/posts/2638957886117348
99	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/10/13 下午12:39	穿越絲路Day89 #1：10小時夜車 天啊，我竟然買	13	https://www.facebook.com/love640/photos/a.273281952339785 0/275064
302	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/7/17 下午6:23	今天就要出發了，前往絲路最神祕的封閉領域，	13	https://www.facebook.com/love640/posts/2579528055393665
58	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/10/24 上午8:51	穿越絲路Day96-97 #1：地獄之門 一把火，就狂	12	https://www.facebook.com/love640/posts/2774909559188846
190	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/9/6 下午7:01	穿越絲路Day51：分開旅行 我和旅伴老王分開旅	12	https://www.facebook.com/love640/photos/a.267640609903919 3/267700
263	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/8/9 上午9:40	穿越絲路Day23：剁豬肉殺勁的冰淇淋 今天的奧	12	https://www.facebook.com/love640/videos/630083497501584/
357	劉士銘-赤子之心闖世界	2019/5/3 下午9:43	準備爬台北101 #垂直馬拉松 今天是代表企業組	12	https://www.facebook.com/love640/photos/a.552317648114726/2447010
517	劉士銘-赤子之心闖世界	2018/11/20 上午12:10	在離開的時刻，才碧海藍天 島上一半的人，都在	12	https://www.facebook.com/love640/posts/2201399116539896

資料來源：本研究資料撈取

(三)、「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」之旅遊展演貼文初步分析

去除少量的粉絲贈獎活動與生活記事貼文後觀察，分享數、留言數、按讚數最多的貼文集中在「歐盟旅行許可」與「秘魯馬丘比丘觀光新制」兩則貼文，這兩則貼文皆為當下最新的實用資訊，歐洲與祕魯都是 Jessie 造訪過的地區與國家，她將外文的新訊最新消息，消化重點後用中文闡述給粉絲們。歐盟旅行許可貼文高達 407 人次分享、154 則留言討論、564 個讚數；而秘魯馬丘比丘觀光新制貼文上，還配置了 Jessie 昔日在當地拍攝的照片顯得相得益彰，此貼文獲得 187 人次分享、170 則留言討論、557 個讚數。另外，分享次數最高的第 3 至第 5 名，皆為 Jessie 的冰島之旅分享貼文，分別是冰島旅遊攻略、冰島專用的行李打包法、冰島攝影技巧與攝影設備建議，粉絲們不僅喜愛冰島，且樂於分享給更多人知道，「實用性」類型的資訊與貼文，在 Jessie 的粉絲團中，發揮了最大的社群效益。

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-13 「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」依按讚數排序之貼文數據

	Name	Time	Content	Like	Link
119	Traveling Moustache	10/12/18, 2:56 PM	訊息丨歐盟旅行許可 寫稿寫到半夜三更，只好清晨為大家更新重要訊	564	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273
360	Traveling Moustache	5/9/17, 6:48 AM	[i秘書] 馬丘比丘 今天要帶來一個天大的消息 為了因應爆炸的觀光人	557	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4939073039
163	Traveling Moustache	6/23/18, 10:12 AM	聞聊/ 關於近況 嘿，你們還在嗎（用力揮手）最近粉絲頁觸及低到讓	522	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273
70	Traveling Moustache	2/24/19, 5:40 AM	三十 消失了幾天，認真地度過了我的30歲生日。今天就請讓我任性一	519	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273
359	Traveling Moustache	5/11/17, 9:51 AM	[聞聊] 下一站：伊朗 在各種糾結拉扯後，入藏函被拒的替代方案終於訂	500	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273
235	Traveling Moustache	1/8/18, 6:35 AM	丨Next Stop：冰島 是的，我們要重返冰島啦！. 自歸來後，帶著家人	493	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273
14	俏鬍子旅行團 / Trav	2019/7/24 上午6:36	嘿，你們也有那麼一個願意一去再去的國度嗎？ - 前幾日和友人相約	453	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/3080540881986
520	Traveling Moustache	8/4/16, 9:59 AM	[聞聊] 奇蹟會發生 (by 少女①號) 想了很久，一直想著究竟該等受訓時說	434	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273
204	Traveling Moustache	3/26/18, 12:53 PM	保加利亞／索菲亞Sofia 一人旅程第一站，來到保加利亞的首都 一 索	428	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2064438983596
141	Traveling Moustache	8/4/18, 6:03 AM	冰島11天__自駕環島行程 冰島新文上線 睽違四年，再度回到冰島	412	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2289366694437
214	Traveling Moustache	3/8/18, 7:38 AM	丨冰島 經過沒日沒夜的努力，最終，還是躲不了外帶工作出門的命運。	410	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.6366605730
49	Traveling Moustache	4/28/19, 2:04 AM	印度 / 泰姬瑪哈陵 無法形容內心的激動啊啊！ - 在心中幻想過千千萬	385	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273
209	Traveling Moustache	3/16/18, 9:36 PM	丨冰島・極光大爆發 親眼看見大爆發，才知道為什麼大家說極光是舞	381	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273
57	Traveling Moustache	4/17/19, 10:41 AM	印度 / Udaipur - 嗨，我們來報平安了：） - 印度第二天，我們乘著夜	363	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2826156620758
38	Traveling Moustache	5/29/19, 10:25 AM	印度 / 齋浦爾 / 風之宮殿 在「粉紅城市」齋浦爾舊城區那深淺不一的	353	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2930137163693
213	Traveling Moustache	3/9/18, 6:16 PM	丨冰島 Selfoss 冰島第一夜，公寓門口巧遇女神 <3 追極光這東西啊，	353	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273
405	Traveling Moustache	2/28/17, 10:27 PM	〔俄羅斯連線〕行程 看來貝加爾湖的照片燒到不少人（笑）（畢竟就連	344	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.1628058663
353	Traveling Moustache	5/21/17, 10:28 AM	[伊朗連線] 今天搭了五小時的車來到了下一站：亞茲德Yazd。送上隨手	337	https://www.facebook.com/travelingmoustache/videos/165534494450
102	Traveling Moustache	11/28/18, 5:40 AM	俄羅斯・貝加爾湖 - 冰雪俄羅斯自助行程 http://travelm.tw/russia-sch	336	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2515963241777
56	Traveling Moustache	4/18/19, 11:38 AM	印度・Ranakpur・千柱神廟 迫不及待想跟你們分享今日造訪的景點！	323	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2828607220513
95	Traveling Moustache	12/17/18, 7:38 AM	俄羅斯 ・ 貝加爾湖 ・ 南線 - 嗨，我又浮出來了 :-P 前幾天的新文章	300	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2555346121172
350	Traveling Moustache	5/25/17, 1:28 PM	[伊朗連線] 今天來到伊朗行程的重頭戲一一設拉子粉紅清真寺。 當初就	297	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.1940949315
221	Traveling Moustache	2/14/18, 11:41 PM	丨冰雪俄羅斯，11天自助行程表 雞年最後一PO！就如同當初我被一張	289	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2006382269402
58	Traveling Moustache	4/14/19, 9:41 PM	INDIA!IN . 終於，要出發前往印度了。 從很小很小開始（甚至早	288	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.6366605730

資料來源：本研究資料撈取

圖 3-14 「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」依分享數排序之貼文數據

	Name	Time	Content	Share	Link
119	Traveling Moustache	10/12/18, 2:56 PM	訊息丨歐盟旅行許可 寫稿寫到半夜三更，只好清晨為大家	407	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.493453127361
360	Traveling Moustache	5/9/17, 6:48 AM	[i秘書] 馬丘比丘 今天要帶來一個天大的消息 為了因應爆	187	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4939073039
141	Traveling Moustache	8/4/18, 6:03 AM	冰島11天__自駕環島行程 冰島新文上線 睽違四年，再	128	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2289366694437
182	Traveling Moustache	5/14/18, 10:22 AM	冰島完整打包清單，不藏私大公開 一邊跟各種截稿死線搏	60	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2141920755848
112	Traveling Moustache	10/28/18, 8:07 AM	新文到丨冰島攝影：廣角、長焦、標準鏡 鏡頭選擇與場景	55	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2450095138364
46	Traveling Moustache	5/9/19, 7:27 AM	中國 / 古北水鎮 如果你有 40 億人民幣和 4 年時光，你會	32	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2879938545380
63	Traveling Moustache	3/19/19, 9:12 AM	舊文更新：省錢辦俄簽 久違的舊文更新～～～送上來自俄	30	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2759321567441
289	Traveling Moustache	8/23/17, 10:50 AM	新文到丨 英國茶全攻略 想搞懂英國茶葉就趁現在～從英國	26	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/1779321445441
375	Traveling Moustache	4/8/17, 9:57 AM	[俄羅斯] 足球迷有福了 想去俄羅斯的人趕緊看過來（招手）	21	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.16280586639
25	Traveling Moustache	6/30/19, 9:21 AM	重慶・尋路老重慶 結束了重慶 8 日旅程，回到了熟悉的台	20	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/3016045461769
27	Traveling Moustache	6/26/19, 5:22 PM	重慶・鍾書閣 - 嘿，歡迎來到顛倒世界。 - 鍾書閣是近年中	20	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/3006108719429
221	Traveling Moustache	2/14/18, 11:41 PM	丨冰雪俄羅斯，11天自助行程表 雞年最後一PO！就如同當	20	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2006382269402
300	Traveling Moustache	8/5/17, 5:12 AM	[網誌] 緬甸懶人包內容更新 一次搞定緬甸行程、預算、交通	19	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/1756590147714
114	Traveling Moustache	10/23/18, 4:31 PM	Lonely Planet 孤獨星球・2019年最佳旅行目的地 TOP 10 - 今	17	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2441240719249
19	俏鬍子旅行團 / Trave	2019/7/8 上午8:16	台灣・彰化 前陣子彰化小旅行的文章出爐囉 - 作為有些	17	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/3037050719668
166	Traveling Moustache	6/12/18, 6:54 AM	杭州・喜茶 雖然這裡是個旅遊粉絲頁，但今天請容我分享	16	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2182137888493
226	Traveling Moustache	2/3/18, 10:00 PM	MM丨Pyin Oo Lwin 因為一間咖啡店，愛上一座城。 雖然說我	16	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/1991374777569
363	Traveling Moustache	5/4/17, 8:55 AM	[俄羅斯] 貝加爾湖縮影 又到了放火時間（？）啦！送上貳號	16	https://www.facebook.com/travelingmoustache/videos/163237136347
662	Traveling Moustache	12/1/15, 8:21 AM	[冰島] 壞消息！ 崩崩，今天要帶來一個小小的壞消息！由於	16	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.69938283010
28	Traveling Moustache	6/24/19, 6:18 PM	重慶 ・武隆・天生三橋 是的，我又偷偷跑出門了（笑）	15	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/3000728656634
62	Traveling Moustache	3/22/19, 4:38 AM	新文到！ 辛特拉 x 羅卡角一日攻略 送上久違的新文章❤ -	15	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2765630890144
72	Traveling Moustache	2/16/19, 7:00 PM	貝加爾湖自助 / 自由行常見問題 Q&A 冬季貝加爾湖最終章	15	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2690870207620
394	Traveling Moustache	3/15/17, 9:42 AM	[俄羅斯] 俄羅斯簽證申請-完整攻略 憑藉著對貝加爾湖無與倫	15	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/1571257712914
94	Traveling Moustache	12/24/18, 4:18 AM	俄羅斯・貝加爾湖南線 - 遇見湛藍冰湖裡的氣泡宇宙 htt	14	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2569310319776

資料來源：本研究資料撈取

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-15 「俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache」依留言數排序之貼文數據

	Name	Time	Content	commentcount	Link
356	Traveling Moustache	5/17/17, 11:49 AM	[#俏鬍子抽明信片] —— 伊朗 又到了抽明信片的時候啦	337	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4939065273166
205	Traveling Moustache	3/24/18, 9:23 PM	俏鬍子抽明信片丨3日快閃活動〈3/27截止〉 嘿喲，俏	307	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
16	俏鬍子旅行團 / Trave	2019/7/10 下午9:03	俏鬍子 x rice/potato丨《偏執曼谷》贈書 - 今天想送大麥	221	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/3042563262450913
96	Traveling Moustache	12/12/18, 5:58 AM	許願池開放 / 新文章主題 唏呼，我終於從7萬8千多字的	199	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.6366605730412
70	Traveling Moustache	2/24/19, 5:40 AM	三十 消失了幾天，認真地度過了我的30歲生日。今天	185	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
419	Traveling Moustache	2/15/17, 7:50 AM	[閒聊] 這是一篇求救文 ！ 經過漫長的一年，緬甸網	180	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
181	Traveling Moustache	5/15/18, 7:02 AM	丨環遊世界磁鐵地圖 自從迷上旅行，對世界地圖相關	176	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
360	Traveling Moustache	5/9/17, 6:48 AM	[i秘魯] 馬丘比丘 今天要帶來一個天大的消息 為了因應	170	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4939073039832
119	Traveling Moustache	10/12/18, 2:56 PM	訊息丨歐盟旅行許可 寫稿寫到半夜三更，只好清晨為	154	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
66	Traveling Moustache	3/6/19, 7:16 AM	今天不想動腦，來個小小的閒聊 + 市調好了 - 作為一個	151	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
91	Traveling Moustache	1/11/19, 5:12 AM	CabinZero 輕旅登機後背包 / 抽超實用萬用轉接頭 - 之前	135	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2607069376000306
334	Traveling Moustache	6/15/17, 9:44 AM	[舉手] 喜歡俏鬍子的原因？ 這陣子因緣際會，跟許多人	135	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4939073039832
9	俏鬍子旅行團 / Trave	2019/8/12 上午8:09	俏鬍子 x 旅行沙舟 / 贈書+贈小熊活動 - 嗨，我又要來	125	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/3117106754996563
235	Traveling Moustache	1/8/18, 6:35 AM	丨Next Stop：冰島 是的，我們要重返冰島啦！ . 自歸來	118	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
412	Traveling Moustache	2/24/17, 8:00 PM	[活動] #俏鬍子抽明信片——俄羅斯 嗆乎～按照傳統	117	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4939065273166
543	Traveling Moustache	6/27/16, 10:01 AM	[活動] 抽明信片囉～ 為了慶祝網誌瀏覽人次破百萬！抽	117	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4939065273166
163	Traveling Moustache	6/23/18, 10:12 AM	閒聊/ 關於近況 嘿，你們還在嗎〈用力揮手〉最近粉絲	114	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
204	Traveling Moustache	3/26/18, 12:53 PM	保加利亞／索菲亞Sofia 一人旅程第一站，來到保加利	110	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2064438983596684
14	俏鬍子旅行團 / Trave	2019/7/24 上午6:36	嘿，你們也有那麼一個願意一去再去的國度嗎？ - 前	102	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/3080540881986484
59	Traveling Moustache	3/30/19, 4:44 AM	2019 年度目的地 / 印度 x 墨西哥 x 古巴 糾結了好些時	99	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
49	Traveling Moustache	4/28/19, 2:04 AM	印度 / 泰姬瑪哈陵 無法形容內心的激動啊啊！ - 在心中	92	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
231	Traveling Moustache	1/25/18, 5:30 AM	丨俏鬍子 新春大抽獎 下午收到了來自公司的新春賀禮	89	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/1977313972309186
344	Traveling Moustache	6/2/17, 7:32 AM	[閒聊] 報平安 我們在大雨滂沱中安全歸國啦～立刻把地	87	https://www.facebook.com/travelingmoustache/photos/a.4934531273619.
64	Traveling Moustache	3/13/19, 8:40 AM	葡萄牙・羅卡角 Cabo da Roca 「陸止於此，海始於斯	83	https://www.facebook.com/travelingmoustache/posts/2746573572049885

資料來源：本研究資料撈取

(四)、「KK 旅世界 K's journey」之旅遊展演貼文初步分析

扣除少量的粉絲贈獎活動與生活記事貼文後觀察，分享數、留言數、按讚數最多的皆是由 KK 擔任女主角介紹「嘉義老屋」的影片貼文。分享數第 2、3、5 名為嘉義溪口相關介紹，依序分別為嘉義溪口百年元宵繞境影片貼文、溪口元宵文章貼文、溪口鄉文化生活館農村體驗活動文章貼文；第 4 名為雲林彩繪村文章貼文；第 6 名為 KK 在台南穿旗袍體驗棉被製作過程的文章貼文；第 8 名為台北位於交通樞紐交通極為方便的青年旅館文章介紹貼文，且貼文上的文案以英文 2 語言並貌；第 9 名為宜蘭空中瑜珈體驗影片貼文；第 10 名為台中的包車旅遊體驗文章介紹貼文。

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-16 「KK 旅世界 K’s journey」依按讚數排序之貼文數據

	ID	Time	Content	Like	Link
196	KK旅世界 K's journey	2019/3/30 下午9:00	相揪來嘉義啦！ 「嘉義老屋」一直是我想做的主題，企劃的同時，剛	316	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/2166456156781441/
230	KK旅世界 K's journey	2019/2/20 上午3:40	咻碰咻碰！噼啪噼啪！不管是不是溪口人，這就是台灣最道地的民俗	316	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/2249384662046294/
44	KK旅世界 K's journey	2019/10/3 下午11:3	聽說現在都要躺著開箱？ 為了拍這張照片我還特別挑單人房住😊😊😊	186	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.914988391885729/26
161	KK旅世界 K's journey	2019/5/1 上午7:25	圖多慎入😝可以認識這個女生嗎🙂 光是側拍照就這麼美，正片還得了	177	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2366553903395830
59	KK旅世界 K's journey	2019/9/18 上午2:56	當各位看到這篇貼文，代表我已經完成2次轉機，共24小時的長途飛行	167	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/889545568113349/
20	KK旅世界 K's journey	2019/11/6 上午6:07	返嘉生活1年，終於踏進嘉義網美景點了😊 你也在森林之歌嗎？貼照片	158	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2724983737552843
80	KK旅世界 K's journey	2019/8/27 上午9:16	打工換宿期間最意外的收穫，應該是體力明顯變好了！除了每天騎單	154	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2574421005942451
8	KK旅世界 K's journey	2019/11/20 上午5:3	前幾天在個人IG貼自拍照，朋友和我妹都以為我去燙頭髮。其實我只	150	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.914988391885729/27
200	KK旅世界 K's journey	2019/3/27 上午3:40	要洗頭的快進來！ #台南懷舊之旅 #一日旗袍體驗	150	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.914988391885729/23
235	KK旅世界 K's journey	2019/2/16 下午6:01	開始啦！溪口藝陣文化節之大家應該會看到我跑來跑去的😁今年我媽	150	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2259186047465950
238	KK旅世界 K's journey	2019/2/13 下午8:31	如果問10個溪口人最懷念的兒時回憶是什麼？ 應該會有11位回答：元	147	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2253417701376118
308	KK旅世界 K's journey	2018/12/8 上午5:16	感謝這一年大家對我的照顧💘 聖誕老KK在組裝雪橇了🙂 #請在底下留	147	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.914988391885729/21
11	KK旅世界 K's journey	2019/11/12 下午9:1	平常睡到自然醒的我，竟然！竟然！竟然！早上7:30就起床吃早餐了	144	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.914988391885729/27
35	KK旅世界 K's journey	2019/10/16 上午9:1	20度！！！在有「雨都」之稱的維爾紐斯遇上晴空萬里好天氣！說什	141	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2676894965695054
100	KK旅世界 K's journey	2019/8/5 上午4:58	每個人都在走一條只有自己懂的路，唯有堅持下去才有機會獲得豐收	141	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.874633855921183/25
114	KK旅世界 K's journey	2019/7/18 下午8:56	聽說颱風沒影響台灣.......嗯，因為跟著我來濟州島了😐😐😐 想說	140	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2502654673119085
148	KK旅世界 K's journey	2019/5/27 上午3:05	最近好嗎？好久沒跟大家打招呼了！ 我來蘭嶼放空啦！等等要去撈飛	140	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2408930009158219
104	KK旅世界 K's journey	2019/7/28 下午9:31	上週KK參加了溪口鄉文化生活館舉辦的體驗活動，從早玩到晚，還好	133	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/2356901174548165/
31	KK旅世界 K's journey	2019/10/23 上午5:3	失戀的人來塔林吧！ 沒在開玩笑，這裡真的有源自於中世紀的「失戀	132	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2693042567413627
34	KK旅世界 K's journey	2019/10/17 上午12:	正在慶祝一個特別的日子... 😝 😃 😌 😊 □ 10/17，#波羅的海流浪滿月	131	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.914988391885729/26
141	KK旅世界 K's journey	2019/6/10 上午4:24	聽說離開蘭嶼的人都會生病... 希望大家會喜歡這支影片！ 來看看我在	131	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/372594346936030/
73	KK旅世界 K's journey	2019/9/2 上午5:23	KK！為什麼我不叫II就好😊😊😊 真正的勇敢不是什麼都不怕，而是怕	130	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.914988391885729/25
88	KK旅世界 K's journey	2019/8/21 上午5:07	每天騎單車是我在開蘭行旅 Kailan Hotel打工換宿日常。原本想說要當	128	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/511871866224933/
95	KK旅世界 K's journey	2019/8/12 上午6:24	還記得上週我賣的關子嗎？□ 我的旅居第一站就是宜蘭頭城！頭城一	127	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2545952435455975

資料來源：本研究資料撈取

圖 3-17 「KK 旅世界 K’s journey」依分享數排序之貼文數據

	ID	Time	Content	share	Link
196	KK旅世界 K's journey	2019/3/30 下午9:00	相揪來嘉義啦！ 「嘉義老屋」一直是我想做的主題，企劃的同時，剛好	218	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/21664561567814
230	KK旅世界 K's journey	2019/2/20 上午3:40	咻碰咻碰！噼啪噼啪！不管是不是溪口人，這就是台灣最道地的民俗傳	167	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/22493846620462
238	KK旅世界 K's journey	2019/2/13 下午8:31	如果問10個溪口人最懷念的兒時回憶是什麼？ 應該會有11位回答：元宵	137	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/22534177013761
177	KK旅世界 K's journey	2019/4/13 下午8:30	神明會轉頭？彌勒變達摩？（內有影片，見證奇蹟） 好玩好拍的雲林箔	78	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/23384421595403
104	KK旅世界 K's journey	2019/7/28 下午9:31	上週KK參加了溪口鄉文化生活館舉辦的體驗活動，從早玩到晚，還好有	26	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/23569011745481
189	KK旅世界 K's journey	2019/4/3 下午8:00	活動截止！粉絲團已抽出幸運兒，恭喜中獎人！ 抽獎過程：https://www.f	26	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/23237361943442
190	KK旅世界 K's journey	2019/4/3 上午4:17	秀珠姐把文章寫好囉😊還做了一床棉被！（開始說嘴） 大家是不是也覺	26	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/23218975045281
123	KK旅世界 K's journey	2019/7/6 上午3:13	抽獎活動結束！恭喜中獎人！ https://www.facebook.com/watch/?v=1322447	21	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/99437347756058
79	KK旅世界 K's journey	2019/8/28 上午5:50	來宜蘭頭城旅遊～很推薦去龜山島看看喔！ 這次我參加了繞島、賞鯨豚	17	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/65190767863331
66	KK旅世界 K's journey	2019/9/9 下午9:30	大家也和我一樣，常往台北跑嗎？如果需要過夜，想來點不一樣的住宿	12	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/25994852334360
69	KK旅世界 K's journey	2019/9/6 上午4:07	原來這就是倒頭栽的滋味□□□ 來宜蘭玩還能運動紓壓，適合平常工作	11	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/43323767062084
165	KK旅世界 K's journey	2019/4/27 上午5:45	有時候還真的很想直接包車旅遊呢！省得麻煩😊了解後，發現包車旅遊	11	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/23588591908319
184	KK旅世界 K's journey	2019/4/8 上午5:00	#週一旅遊Vlog上線 KK又要帶大家趴趴走了！賞完苦楝綠色隧道別急著	11	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/23281439805701
216	KK旅世界 K's journey	2019/3/10 下午9:00	在異鄉看到家鄉新聞格外感動🍎💘 感謝陳明山老師的堅持，我們才有機	11	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/22899021977276
64	KK旅世界 K's journey	2019/9/11 上午2:00	星期三是宜蘭人的小確幸💘 感謝在地朋友揪我去逛隱藏版夜市□原本以	10	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/26012751299237
140	KK旅世界 K's journey	2019/6/10 下午9:40	來了蘭嶼才明白，沒有所謂按表操課的行程，你該學會隨遇而安，不必	10	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/24321703368341
330	KK旅世界 K's journey	2018/11/11 上午4:3	換個角度看曼哈頓👀 一起體驗羅斯福島的空中纜車吧🚡 💡更多纜車搭乘	9	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/25133581555978
0	KK旅世界 K's journey	2019/11/11 上午12:	（舉手發問）有人在乎我這趟歐洲行花多少錢嗎？□ 看文章前可以先留	8	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/27362877897557
22	KK旅世界 K's journey	2019/11/2 上午5:50	【10張門票已抽出，恭喜中獎人】 返台第一項任務，就是要送大家旅展	8	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/40309111723838
37	KK旅世界 K's journey	2019/10/13 上午4:0	給我10分鐘，帶你搭郵輪！去找瑞典劉先生！ Wanna take the Baltic Sea Cr	8	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/22488241985603
112	KK旅世界 K's journey	2019/7/22 上午3:58	土耳其第二支Vlog來啦 ✈TR 帶大家去土耳其的景德鎮度假□ 好想把這些	8	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/44029716348872
240	KK旅世界 K's journey	2019/2/11 下午8:31	謝謝輕旅行分享 ☃金門朋友說最近又開放很多新景點，看來要再去拍一	8	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/22496611084184
24	KK旅世界 K's journey	2019/11/1 上午3:02	陸續和各位分享我對波羅的海三國各城市的感受。「妳最愛哪裡呢？」	7	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/27130850420760
65	KK旅世界 K's journey	2019/9/10 上午6:00	如果以後去花蓮旅居，我要應徵SUP小幫手□ 上次開團沒跟到的人～只	7	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/57284980325937.

資料來源：本研究資料撈取

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 3-18 「KK 旅世界 K’s journey」依留言數排序之貼文數據

	ID	Time	Content	commentcount	Link
22	KK旅世界 K's journey	2019/11/2 上午5:50	【10張門票已抽出，恭喜中獎人】 返台第一項任務，就是要送大家旅展	140	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/403091117
196	KK旅世界 K's journey	2019/3/30 下午9:00	相揪來嘉義啦！ 「嘉義老屋」一直是我想做的主題，企劃的同時，剛好	71	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/216645615
123	KK旅世界 K's journey	2019/7/6 上午3:13	抽獎活動結束！恭喜中獎人！ https://www.facebook.com/watch/?v=1322447	61	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/994373477
308	KK旅世界 K's journey	2018/12/8 上午5:16	感謝這一年大家對我的照顧 聖誕老KK在組裝雪橇了 #請在底下留言	59	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.9149883
68	KK旅世界 K's journey	2019/9/6 下午11:28	經營社群的無奈…明明每天努力產新作品跟大家互動了，卻不是每個人都	44	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.8746338
59	KK旅世界 K's journey	2019/9/18 上午2:56	當各位看到這篇貼文，代表我已經完成2次轉機，共24小時的長途飛行，	37	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/889545568
72	KK旅世界 K's journey	2019/9/3 上午6:13	被旅遊部落客耽誤的駐唱歌手 哪天我說要開團去花蓮唱歌請不要太意	36	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/429071601
0	KK旅世界 K's journey	2019/11/11 上午12:	〈舉手發問〉有人在乎我這趟歐洲行花多少錢嗎？ 看文章前可以先留	35	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2736287789
65	KK旅世界 K's journey	2019/9/10 上午6:00	如果以後去花蓮旅居，我要應徵SUP小幫手 上次開團沒跟到的人～只能	31	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/572849803
87	KK旅世界 K's journey	2019/8/23 上午1:22	原訂8/24導覽確定因颱風取消，心情很差請大家日行一善，留言說好	31	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2565924303
161	KK旅世界 K's journey	2019/5/1 上午7:25	圖多慎入可以認識這個女生嗎 光是側拍照就這麼美，正片還得了！	31	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2366553903
200	KK旅世界 K's journey	2019/3/27 上午3:40	要洗頭的快進來！ #台南懷舊之旅 #一日旗袍體驗	31	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.9149883
291	KK旅世界 K's journey	2018/12/30 下午9:44	來更新動態之我出關啦！ 1/26將舉辦旅人講座暨粉絲尾牙活動！！！ 一	31	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.9149883
100	KK旅世界 K's journey	2019/8/5 上午4:58	每個人都在走一條只有自己懂的路，唯有堅持下去才有機會獲得豐收的	30	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.8746338
195	KK旅世界 K's journey	2019/3/31 下午8:01	4月壽星獨享福利 4月寶寶最美麗！最帥氣！最可愛！最善良！總	28	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.9149883
44	KK旅世界 K's journey	2019/10/3 下午11:39	聽說現在都要躺著開箱？ 為了拍這張照片我還特別挑單人房住 好	27	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.9149883
63	KK旅世界 K's journey	2019/9/12 上午3:41	中秋節～大家在返鄉的路上嗎？聽說各火車站爆滿，祝各位擠得上車	27	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.8746338
339	KK旅世界 K's journey	2018/10/30 下午9:03	第一次過萬聖節，剛好人在美國。 入境隨俗囉！ #神隊友畫的 #就是	27	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.9149883
302	KK旅世界 K's journey	2018/12/18 上午2:31	陸續有朋友收到KK聖誕禮物了 謝謝你們平時的照顧思考很久，	25	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2170687819
8	KK旅世界 K's journey	2019/11/20 上午5:38	前幾天在個人IG貼自拍照，朋友和我妹都以為我去燙頭髮。其實我只是	24	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.9149883
89	KK旅世界 K's journey	2019/8/20 上午1:45	你喜歡山，還是海呢？ 回顧過去4個月，去了嘉義東石、蘭嶼、土耳其伊	23	https://www.facebook.com/ksjourney/posts/2560187960
181	KK旅世界 K's journey	2019/4/11 上午3:30	網站回來了，但最新一篇滄溟湖文章消失，正在重寫 ————————	23	https://www.facebook.com/ksjourney/photos/a.9149883
230	KK旅世界 K's journey	2019/2/20 上午3:40	咻碰咻碰！噼啪噼啪！不管是不是溪口人，這就是台灣最道地的民俗傳	23	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/224938466
141	KK旅世界 K's journey	2019/6/10 上午4:24	聽說離開蘭嶼的人都會生病… 希望大家會喜歡這支影片！ 來看看我在蘭	22	https://www.facebook.com/ksjourney/videos/372594346

資料來源：本研究資料撈取

(五)、旅遊展演貼文細部分析項目

承上述初步篩選貼文，針對 4 位展演者、4 個粉絲團共計 36 則貼文進行圖片加文字、影片加文字、文章連結加文字之觀察與分析。

表 3-5 本研究文本分析項目彙整

貼文類型	分析項目
圖片加文字	#展演者圖片挑選 #圖片數量與順序 #文字內容與字數 #網友留言與反應
影片加文字	#影片時長 #影片內容 #文字內容與字數 #網友留言與反應
文章連結加文字	#貼文代表圖 #文章標題 #文章內文 #文字內容與字數 #網友留言與反應

資料來源：本研究彙整

DOI:10.6814/NCCU202000197

三、深度訪談大綱設計

從高夫曼劇場理論之前後台表演、自我展現，與 Urry 的展演轉向要素作框架，對應研究問題來設計訪談大綱。就長期對展演者個人與旅遊貼文文本的觀察，設計較能切重要點的訪談問題，訪談大綱如下。

表 3-6 訪談大綱

研究問題	訪談大綱	訪談問題
前導	旅遊展演者基本資料	1.年齡 2.正職工作為何？ 3.近三年每年出國次數？ 4.從第一次出國至今，平均每年出國次數？ 5.造訪最多次的國家或地區為何？
旅遊展演者設計旅遊社群展演之過程	旅遊展演之動機	1.什麼情況下會想在 Facebook 粉絲團上傳旅遊展演貼文？ 2.旅遊展演貼文是否給自身帶來過任何助益或麻煩？
	旅遊展演設備相關	3.現有的展演設備有哪些？ 4.最常使用的展演設備是哪些？ 5.最擅長使用的設備為何？大概花多久時間才熟練？ 6.最具挑戰性的設備為何？預計要花多久時間才會熟練？ 7.平均一年願意花多少費用在設備添購或設備更新上？ 8.旅遊中使用展演設備有哪些注意要點，或自創的使用法則？ 9.在天氣、光線或環境變化下，有何因應之道？
	旅遊展演規劃相關	10.旅遊出發前是否會預先構思展演形式與內容？ 11.旅遊出發前是否會預先準備特殊展演道具？ 12.行前安排行程時，會同步考量到社群貼文的呈現嗎？ 13.在有限的旅遊時間內，會如何設計展演內容？

DOI:10.6814/NCCU202000197

旅遊展演者最常使用的旅遊社群展演類型觀察	展演類型與效果觀察	1.最常使用的展演類型為何？ 2.哪一種展演類型的粉絲反應效果最佳？反之哪一種反應最冷淡？ 3.旅遊目的地的選擇是否對展演效果有影響？ 4.展演設備的選擇是否對展演效果有影響？ 5.事先規劃是否可以補充臨場現況不足之處？
	社群經營狀況與效益觀察	6.每週平均會在 Facebook 粉專上傳幾則貼文？部落格新增內容的頻率？與新增旅遊內容的頻率？ 7.旅遊展演貼文的占比大約是？ 8.社群平台的興起，是否有改變旅遊展演方式？經營社群與經營部落格的時間配比，與以往有何不同？ 9.粉絲的反應或留言是否會影響你的下一次展演甚至是旅遊選擇？可否舉例。 10.在 Facebook 粉專上傳旅遊展演貼文時，會有哪些顧慮？ 11.是否有廠商看到旅遊展演貼文後提出商業邀約？可否舉例。
旅遊社群展演未來發展契機與挑戰	未來發展計劃	1.可否分享對未來的展演計劃？ 2.是否會擔心隨社群媒體生態的改變，或競爭對手日益漸增而影響目前的展演成效？打算如何因應？ 3.未來最想自費前往旅遊的地區是哪裡？ 4.未來特別希望能夠接到哪類型或那些區的旅遊邀約？ 5.若有素人有意朝同樣方向發展，有何建議？(從旅遊目的地選擇、展演構思、設備、社群經營等)

資料來源：本研究整理

四、逐字稿謄寫

透過深度對話訪談，將訪談內容以逐字稿形式進行記錄。呈現資料時，以「問」表示本研究對受訪者的提問，「答」則是代表受訪者的回答。本研究在進行逐字稿謄寫時，會在不傷害文意的情況下，約略修飾逐字稿內容、刪除不需要之贅字，以利讀者閱讀與瞭解。

DOI:10.6814/NCCU202000197

五、深度訪談執行與資料彙整

（一）受訪者基本資訊彙整

與 4 名展演者進行訪談，從 2019 年 7 月 15 日開始至 2019 年 10 月 28 日，皆以面對面深度訪談形式進行，訪談時長全程以至少一個小時為原則，並在事前告知對方，得到對方允許後進行全程錄音。

表 3-7 受訪者基本資料簡介及訪談時間

化名	性別	年齡	職業	訪談日期	訪談時間
六肆零	男	33	社群企劃	2019 年 7 月 15 日	63 分鐘
KK	女	31	影音部落客	2019 年 9 月 2 日	106 分鐘
Jessie	女	30	旅遊作家	2019 年 9 月 6 日	112 分鐘
小虎	男	50	美食部落客	2019 年 10 月 28 日	82 分鐘

資料來源：本研究整理

（二）訪談資料編碼解析與彙整

將訪談內容謄寫為逐字稿後，進入資料編碼及分析階段。本研究訪談內容，透過劇場理論與展演轉向理論，先築出概念化的分類框架，並來回檢視文本，修訂分析大綱，完成最終類目編碼，接著進入詮釋階段，將文本置於詮釋架構內。

研究者以訪談大綱為分析架構，將 3 個研究問題做為分析架構的主幹，依照時序，進行資料編碼與分析類目安排，其步驟如下：

1、將 4 名展演者訪談內容謄寫逐字稿後，依照訪談序列，將整體重點分為 4 類：「旅遊展演者設計展演之過程」、「旅遊展演之科技設備使用」、「旅遊展演者最常使用的旅遊展演類型觀察」、「旅遊展演者未來發展契機與挑戰」。

DOI:10.6814/NCCU202000197

2、將受訪的展演者所陳述之內容與觀點，依照時序編排，再於每個類別中歸納出現頻次較高的共通主題，循此建構主要分析類目。

3、在相異的分析類目中，研究者再將受訪者具體經驗，轉換成抽象的編碼，並在編碼過程中，來回調整分析類目。

依照上述步驟，進行編碼與類目分類，擬定分析架構如下表：

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

表 3-8 訪談內容分析項目之彙整

研究問題分類	訪談大綱	資料編碼與分析項目
前導	旅遊展演者基本資料	＃展演者之背景瞭解
旅遊展演者設計旅遊社群展演之過程	旅遊展演之動機	＃旅遊展演之動機 ＃旅遊展演之正負面效益
	旅遊展演設備相關	＃展演科技設備使用概況 ＃最常搭配的科技設備組合 ＃在科技設備上所花費的時間與金錢成本 ＃科技設備遇到特殊情境下的應變方式
	旅遊展演規劃相關	＃旅遊展演前構思與準備 ＃行程安排與展演如何相互搭配 ＃有限時間內的安排與取捨
旅遊展演者最常使用的旅遊社群展演類型觀察	展演類型與效果觀察	＃旅遊展演型式 ＃旅遊目的地對展演的影響 ＃旅遊展演效果觀察
	社群經營狀況與效益觀察	＃展演者之旅遊展演自媒體經營狀況 ＃粉絲對展演者之影響 ＃旅遊展演者之顧慮 ＃旅遊展演帶來的商業效益
旅遊社群展演未來發展契機與挑戰	未來發展計劃	＃旅遊展演者之未來目標計畫 ＃旅遊展演者對大環境快速更迭的應變之道 ＃旅遊展演者對後輩的建議

資料來源：本研究整理

DOI:10.6814/NCCU202000197

第四章、 研究資料分析與發現

本章針對 4 位旅遊展演者（小虎、Jessie、KK、六肆零）之旅遊展演動機、旅遊展演內容後台設計、前台與自我展演的展演轉向之體現、從網海中脫穎而出的基本要件、旅遊展演效益觀察、旅遊展演者概述與未來計劃等多元角度，分析與探討自媒體旅遊展演與設計。第一節為旅遊展演之動機、第二節是旅遊展演內容設計之重要性、第三節為展演轉向之體現、第四節是從網海中脫穎而出的旅遊展演術、第五節為旅遊展演能帶來多重效益、第六節是旅遊展演者未來計劃與建議。

第一節、 旅遊展演者之展演動機

4 名自媒體旅遊展演者年紀落在 30 歲至 50 之間，小虎、Jessie、KK 為專職旅遊展演者；小虎為美食旅遊部落客、Jessie 是全球權威旅遊雜誌 Lonely Planet 孤獨星球國際中文版作者之一、KK 為影音旅遊部落客，六肆零目前正職工作為旅遊社群企劃。在自媒體社群平台蓬勃發展的環境下，每位展演者在粉絲團上都有旅遊展演行為，而每位旅遊展演動機皆不同。

> 有出國時每天都會，尤其是特別的素材，可以維持粉絲瀏覽的新鮮度。(六肆零)

> 大家都在打卡阿，而且我喜歡「分享」，不管是合作的或自己去的，每個點我都會打卡，不論是景點或餐廳都會打卡。(小虎)

> 為了想留紀錄，去了這麼多地方應該要為自己留個紀錄，所以就開了粉專，後來開始有越來越多人來互動覺得很有趣，所以之後遇到有趣的事情、漂亮的地方就會想要在上面分享。(Jessie)

> 工作、每天至少要有一則貼文。以前一開始是設計，上班時被賦予任務要當社群小編，但自己沒有玩過所以想說開一個來玩、看看，當時分享生活、工作、旅行等貼文，隨便想分享什麼就分享什麼，慢慢覺得旅行是我想要的主題，然後因緣際會下參加了你們的特派員徵選就上了...你們提供

DOI:10.6814/NCCU202000197

的這個機會，讓我慢慢覺得這是一個我喜歡的興趣。加上要維持粉絲頁的互動數，貼文已成工作需要、生活一部份、習慣養成了，已經把上面的粉絲當成朋友，每天都想問候大家。(KK)

六肆零認為特別的素材、特殊的貼文，可以維持讀者瀏覽粉絲團的的新鮮度，他也表示，他發現每去一個新的國度，都會為他的粉絲團帶來新的族群。而小虎喜愛分享，所產出的貼文，都基於分享更多好吃好玩的資訊給予他的粉絲群。Jessie 在大學時期即開始國外自助旅行，一開始是為了紀錄自己去過的國家與景點而開始經營粉絲團，爾後粉絲漸增，粉絲團開始有了更多互動，氣氛越來越活絡，因此 Jessie 日益養成了在粉絲團上分享旅遊貼文的習慣。而 KK 曾任職新聞媒體旅遊社群小編，為了精進工作效益，她創建了自己的粉絲團來試水溫，從分享當時生活、工作、旅行貼文的這段過程中，慢慢發覺自己十分喜愛旅遊，因此粉絲團從此定調以旅遊為核心。後來，卸下正職工作轉戰自媒體工作者的她，粉絲團從可有可無的生活抒發管道，變成了工作上不可或缺的重要環節，而為了維持粉絲團的活絡度，每日大多以旅遊為主的貼文發佈習慣，已成為她工作需求及生活中的一部份。

六肆零在國外更新的旅遊貼文，不僅為既有粉絲帶來新鮮感，並且為他的粉絲團帶來新的族群，日益擴展新的粉絲群，這不僅增進既有粉絲的黏著度，也為他日益擴大粉絲團規模。小虎熱衷分享，除了出國期間必定會分享旅遊展演貼文，而在國內期間也會每天也會瀏覽各大網站，將好吃好玩的旅遊資訊分享給粉絲，漸漸的，小虎的粉絲團開始累積越來越多喜愛美食與旅遊的追隨者。Jessie 從一開始的個人紀錄，隨著粉絲規模擴增，演變至時常在粉絲團上主動分享旅遊趣事、美景的習慣。而 KK 從一開始的隨意紀錄，演變為工作與生活中重要的一部份，KK 十分重視與粉絲的互動，時常會自掏腰包舉辦粉絲贈獎活動。Jessie 與 KK 的粉絲團貼文發佈，一開始皆以滿足自身需求為出發點，隨著粉絲規模漸增或工作需要，粉絲團猶如從後台區域推向至前台區域的展演舞

DOI:10.6814/NCCU202000197

台，如同劇場理論中所述，後台是預演、練習、存放道具之區域；前台則具有表演性質，除了自我滿足外，此區域是表演給粉絲看的，因此相較以往，會花上更多心思設計與構思，以符合該情境互動需求。

只要遇到旅遊期間，尤其是國外旅遊，4 位展演者都有發布旅遊貼文或在 Facebook 粉絲團上打卡的行為，紀錄、分享、維持新鮮度、習慣養成等，紛紛開啟了大家的旅遊展演動機，而這些動機，皆幫助展演者在粉絲團上擴充了更豐沛的內容，也為這些展演者帶來了更多的追隨者。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

第二節、 旅遊展演內容設計之重要性

一、展演構思

4 位旅遊展演者粉絲團之粉絲數落在 4,528 至 47,637 位之間，旅遊是一件耗時耗資的活動，需在有限時間內把握時機累積素材、精心產製優質貼文，以利抓住粉絲目光，所以旅遊出發前規劃以及展演貼文前，展演者通常會先行構思再做行動，旅遊展演前每人所構思的時間長短不一，因應不同的旅遊環境，與旅遊展演者不同的專長而有所不同。本研究從訪談中瞭解 4 位展演者之旅遊展演前構思與準備、行程安排與展演如何相互搭配、有限時間內的安排與取捨。

> 出發前會想說哪邊能拍空拍機，我到那邊就一定要飛，先以能飛為主，因為空拍機比較費時，它出去到回來應該花到 20 分鐘，就是你從拿東西出來到結束，它基本起跳要 20 分鐘。所以有時候你跑一個點，可能導遊只放 50 分鐘，那你可能一半的時間就沒了，就沒時間做其他的體驗。空拍機比較麻煩是它當下沒有辦法剪輯，它的影片檔讀不出來，它只能讀照片，影片要回去才能後製。再來是想設定有些地方能產出影片，像喀納斯一整天要產出一支影片，那它不見得純靠空拍機，有時候可以介紹(拍攝者入鏡介紹)、有時候可以錄一些靜態、或者是訪問旅客，就是出發前一定會先 set 好影片啦。(六肆零)

影片拍攝剪輯較為費時費工，出發前六肆零對於旅程中的影片拍攝，會先特別構思與設想可行性。

> 而 Gopro 加數位相機基本上不用設定，到了景點就直接錄，然後它也可以不用太動腦，看到什麼拍什麼，可是需要 set 的只有影片，但影片有一 cut 不管是用 gopro 錄或數位相機錄，你都要先有一點點想法，再來是空拍機比較麻煩，就是我覺得影片是需要先想的。

DOI:10.6814/NCCU202000197

（六肆零）

有人會先研究，但我還真的沒有，研究完就忘記了。我越研究什麼，就會越期待現場有些什麼，然後你去了之後就會覺得，沒驚喜或者失望，更多的是失望。所以出去玩的時候，別人問說小虎你想吃什麼、想要拍什麼？我帶你去。我會說，你平常吃什麼就帶我去拍什麼，因為若是我自己喜歡的，我永遠都會選我自己喜歡的東西，所以你的世界就只有那些東西而已，但透過別人的帶領，你可以有更多的養份。(小虎)

不按牌理出牌的小虎，完全不會是前設想或構思，因為過去的經驗裡，事前的準備與瞭解，框限了他對地方的想像，期待越多、失望也越大，於是他從此放寬心胸，旅程交給在地人指引。

譬如說你原本不愛某個食物，別人帶你一吃你竟然覺得好好吃阿，以前怎麼都不碰；有人帶你去拍櫻花，你現在才體會到櫻花這麼美，怎麼以前都沒拍過！這不就是旅遊的樂趣嗎？若你永遠都在找你喜歡的、熟悉的，反而被限縮了。(小虎)

會先檢視市面相關的介紹文章、影片等，看看當地是否適合騎單、有無手做體驗、是否有導遊協助介紹。若影片以本人入鏡為主，會抓 3-5 分鐘本人串場，影片內容盡量現場完成(減少後製時間)。(KK)

出發前不會特別研究。但會看行程地點，做為服飾穿搭的配色配件參考。(Jessie)

DOI:10.6814/NCCU202000197

擅長影片拍攝與剪輯的六肆零與 KK，出發前必定會構思未來要產製的影音裡一定要取什麼畫面，什麼畫面適合動態紀錄，若時間不足無法拍攝的話，會選擇放棄影片拍攝先以當下的旅程體驗為主。Jessie 出發前不會特別為了旅遊貼文展演做研究，但會因為興趣選擇服飾配件與旅遊景點做搭配，讓拍攝畫面更美觀。小虎出發前完全不考慮旅遊展演要取什麼素材，也不會刻意做展演構思，隨興且入境隨俗，以當地人帶領的體驗為主，不想被旅行前的想像與期待限縮，所以事前不會做太多研究。而 Jessie 與小虎的展演形式多以文字加大量圖片為主，平面影像拍攝會比影片動態拍攝與剪輯來得較容易上手，製作時間也較短。影片旅遊展演貼文會比文字加圖片的旅遊展演貼文，更需要事前研究與構思。

同樣擅長影片拍攝與剪輯的六肆零與 KK，十分在意景點的停留時間，以及現場環境有哪些元素最適合取景拍攝，動態影像拍攝所費時間較平面影像更長，若時間不足的情況下，他們會評估要優先捨棄哪些畫面，或是用其他方式替代，因此，若有景區需要倚賴展演者拍攝影片，則需要為展演者預留更多停留時間，以供順利作業。Jessie 為了讓旅途中的展演畫面更美觀，會事先查找當地景點資料，先了解當地景致與色彩，來決定要搭配哪些服飾與配件，才能讓旅遊展演貼文的畫面更精彩。而小虎是唯一一位事前不會特別構思旅遊展演的展演者，但經過長時間的展演練習與頻繁的出國次數中，小虎早已累積了豐富的旅遊資源與展演經驗，每年出國旅遊次數最多的小虎，從大量的平面拍攝、看他人作品、回看自身作品、再自我精進，不斷的自我精進與改良後，小虎現在已不用多加思考，也能在現場快速拍出優質的攝影作品，與其說他沒有特別構思旅遊展演，倒不如說他早已在每回旅遊展演實踐中，為下一次的旅途拍攝做好了準備。從 4 位展演者的展演構思與實踐中，可以觀察到每位展演者在旅

DOI:10.6814/NCCU202000197

途中不僅僅是在旅行，旅遊展演已成為旅途的一部份。展演構思屬於劇場理論中的後台區域，是前台觀眾較難察覺的區域範圍，每一場動態或平面旅遊展演背後，皆經過縝密構思與過往累積的展演實踐，才能創造出優質旅遊貼文。

二、事先規劃可以補充臨場現況不足之處

旅行出發前的預先規劃，能補充臨場現況的不足嗎？

> 我覺得可以，我事前會規劃很多，看國家像是去伊朗的話，不查的話是會被騙的，甚至是他們包車的價格都會亂開，然後去一些交通比較不方便的地方，它一天可能就只有 1-2 班車，如果你事前沒有確認時刻表的話，你可能去那裡已經錯過了你就要多留一天阿，就很麻煩。如果是日本或西歐可能就會隨性一點。我剛開始出國的前幾趟其實會花一個學期斷斷續續的時間去做功課，現在的話大概已經知道要怎麼做了，所以現在如果是專心做的話大概是一個禮拜內。因為也已經知道大概要去哪些網站查會比較快。(Jessie)

Jessie 認為事前規劃可以帶來幫助，並且已非常習慣事前規劃的動作，視前往的國家，決定了事前規劃所需時間的多寡。

> 我會蠻依賴旅遊書的，我會先用旅遊書很快速的建立行程和所有的框架，然後再去背包客棧補一些我想要的新的資料。然後我覺得馬蜂窩和窮遊很好用，這兩個網站上的資訊其實比台灣的網站多，而且他們的編輯部會整理攻略，然後攻略還會評分評選，所以你只要去挑它們編輯挑過的東西就會有一定的幫助，他挑出來之後還會評定星等，三星、四星、五星，你只要找個五星的看個兩三篇，其實

DOI:10.6814/NCCU202000197

你就會對那個地方很有概念了。(Jessie)

Jessie 於旅遊出發前的準備，參考來源依序為：旅遊書→背包客棧論壇→馬蜂窩與窮遊網，已累積長期經驗的她，已有一套自己的旅行籌畫流程。

過程中如果有遇到哪些問題的話再去搜尋查，我會用 google map 或是 tripadviser 去查一下可能不是在上面的東西。我覺得旅遊書畢竟還是人家整裡過的、有邏輯、有該有的資訊，它裡面不會有太多廢話，網路上找的時候，要花很多力氣跟時間去把沒有用的東西篩掉。我會把目標訂下來以後，後續準備的範圍會縮小很多，而且你可以很明確的知道，網路上哪些資訊對你來說是沒用的。(Jessie)

Jessie 的行前規劃依序從旅遊書、背包客棧、馬蜂窩和窮遊網、google map 或是 tripadviser，旅遊書加上五個網站，彷彿循著這個套路大家就可以像她一樣快速做好行前功課，加速旅遊進行與幫助旅遊展演。遇到特殊國家例如：伊朗、印度等，旅遊的事前規劃十分重要，不僅影響旅程是否順利，並會直接影響旅遊展演的品質甚至無法展演。

三、旅遊展演形式

長期觀察自媒體旅遊展演者 Facebook 粉絲專頁，最常使用的展演形式有以下三類：圖片加文字、影片加文字、文章連結加文字簡介等三種貼文類型。針對圖片加文字形式，將觀察展演者圖片挑選、圖片數量與順序、文字內容與字數及網友留言與反應。針對影片加文字形式，則觀察影片時長、影片內容、文字內容與字數、網友留言與反應。針對文章連結加文字形式，以觀察貼文代表圖、文章標題、文章內文、文字內容與字數、網友留言與反應為主。

DOI:10.6814/NCCU202000197

(一)圖片加文字

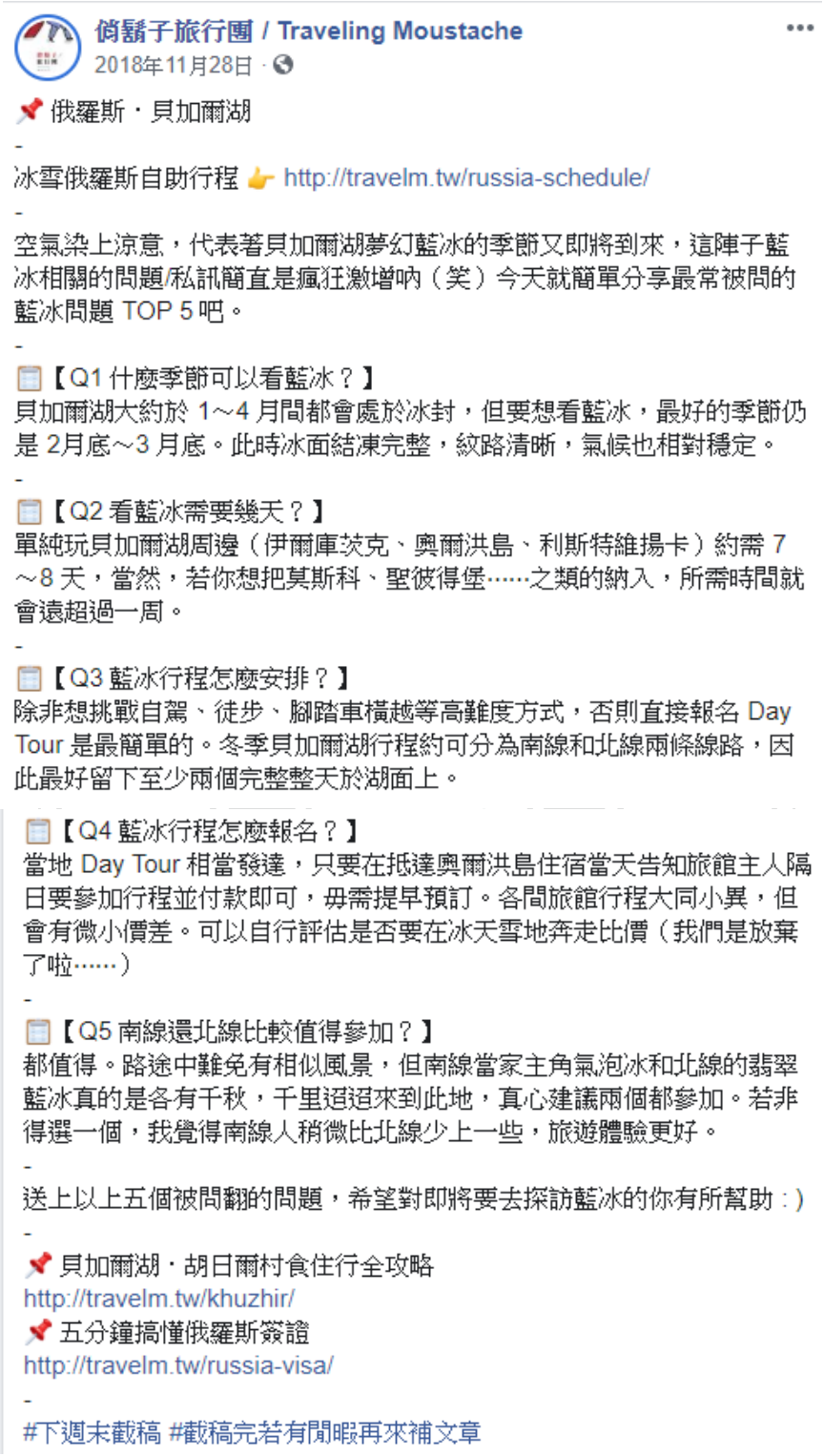
此種形式為基本款，4 位旅遊展演者皆常常使用此形式，尤其在國外旅行途中的同時，上傳的貼文圖片特別多，此時以多量的圖片為主、少量的文字為輔，如：KK、小虎、六肆零等三人的社群貼文。而 Jessie 的粉專中，長期出現超過 400 字以上的旅遊展演貼文，Jessie 為中文系畢業，並受過知名旅遊媒體與雜誌出版社的長期寫作編輯訓練，其超多量文字的旅遊展演貼文，在現今速食的社群環境中，卻保有高互動、高能見度，貼文成效數據佳，實屬少數案例。

隨著觀賞藍冰的最佳時節逼近，私訊詢問 Jessie 藍冰之旅的問題瘋狂激增，她特地彙整了 5 個大家最常問到的問題：什麼季節可以看藍冰、看藍冰需要幾天、藍冰行程怎麼安排、怎麼報名。從 Jessie 的冰島旅遊攻略貼文中，可見俄羅斯貝加爾湖藍冰之旅精選 5 大問答彙整，有條理的羅列在貼文上，貼文中帶入了她的俄羅斯自助行程攻略文章連結，並搭配了 9 張昔日在當地拍攝的藍冰美圖，吸引了 375 人按讚、並有 48 則留言與 14 次的分享。

字數較多的攻略內容，部落客通常會將其彙整為文章，而當時的 Jessie 工作繁忙還來不及產製文章，卻已面臨到粉絲們雪片般飛來的海量詢問，此則貼文精要彙整了 5 個問題重點應急，快速、小巧、易於分享的貼文發揮了功效，除了為粉絲們提供了實用的解答，優質的貼文也驅動了粉絲們主動分享傳播。劇場理論中提及，當表演者擔任特定角色自我表演時，會期待觀眾信賴其表演，並相信表演者具備該角色特質。Jessie 在此則貼文充份展現了對俄羅斯藍冰體驗的瞭解，俄羅斯貝加爾湖目前非多數人造訪過的景點，相關旅遊資訊較少，此時的旅遊展演貼文不僅符合粉絲們的期待，也為 Jessie 強化了對俄羅斯藍冰旅遊這塊領域的專業性。

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-1 研究對象 Jessie 俄羅斯藍冰旅遊攻略貼文之文字展現



俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache
2018年11月28日

📌 俄羅斯・貝加爾湖
-
冰雪俄羅斯自助行程 👉 http://travelm.tw/russia-schedule/
-
空氣染上涼意，代表著貝加爾湖夢幻藍冰的季節又即將到來，這陣子藍冰相關的問題/私訊簡直是瘋狂激增吶（笑）今天就簡單分享最常被問的藍冰問題 TOP 5 吧。
-
【Q1 什麼季節可以看藍冰？】
貝加爾湖大約於 1～4 月間都會處於冰封，但要想看藍冰，最好的季節仍是 2月底～3 月底。此時冰面結凍完整，紋路清晰，氣候也相對穩定。
-
【Q2 看藍冰需要幾天？】
單純玩貝加爾湖周邊（伊爾庫茨克、奧爾洪島、利斯特維揚卡）約需 7～8 天，當然，若你想把莫斯科、聖彼得堡……之類的納入，所需時間就會遠超過一周。
-
【Q3 藍冰行程怎麼安排？】
除非想挑戰自駕、徒步、腳踏車橫越等高難度方式，否則直接報名 Day Tour 是最簡單的。冬季貝加爾湖行程約可分為南線和北線兩條線路，因此最好留下至少兩個完整整天於湖面上。

【Q4 藍冰行程怎麼報名？】
當地 Day Tour 相當發達，只要在抵達奧爾洪島住宿當天告知旅館主人隔日要參加行程並付款即可，毋需提早預訂。各間旅館行程大同小異，但會有微小價差。可以自行評估是否要在冰天雪地奔走比價（我們是放棄了啦……）
-
【Q5 南線還北線比較值得參加？】
都值得。路途中難免有相似風景，但南線當家主角氣泡冰和北線的翡翠藍冰真的是各有千秋，千里迢迢來到此地，真心建議兩個都參加。若非得選一個，我覺得南線人稍微比北線少上一些，旅遊體驗更好。
-
送上以上五個被問翻的問題，希望對即將要去探訪藍冰的你有所幫助 :)
-
📌 貝加爾湖・胡日爾村食住行全攻略
http://travelm.tw/khuzhir/
📌 五分鐘搞懂俄羅斯簽證
http://travelm.tw/russia-visa/
-
#下週末截稿 #截稿完若有閒暇再來補文章

資料來源：《俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-2 研究對象 Jessie 冰島旅遊攻略貼文之圖片展現

資料來源：《俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

六肆零於中亞絲路跨國壯遊旅途期間，在網路收訊允許情況下，每日皆在 Facebook 粉絲專頁上傳旅遊展演貼文做為紀錄，以供後續產製文章、影片、講座、帶團以及出版著作使用，這段期間的展演貼文字數達 250 字左右居多，因旅遊地點較為特殊並正好遇上當地嚴重社會動盪期，不常見到的激進場面令粉絲特別關注，貼文成效數據顯著。其中一日在伊朗德黑蘭遇上當地暴動，貼文的討論數激增，留言以關心與平安祝福內容為多，在極端衝突環境中的旅遊展演，引發大量討論。

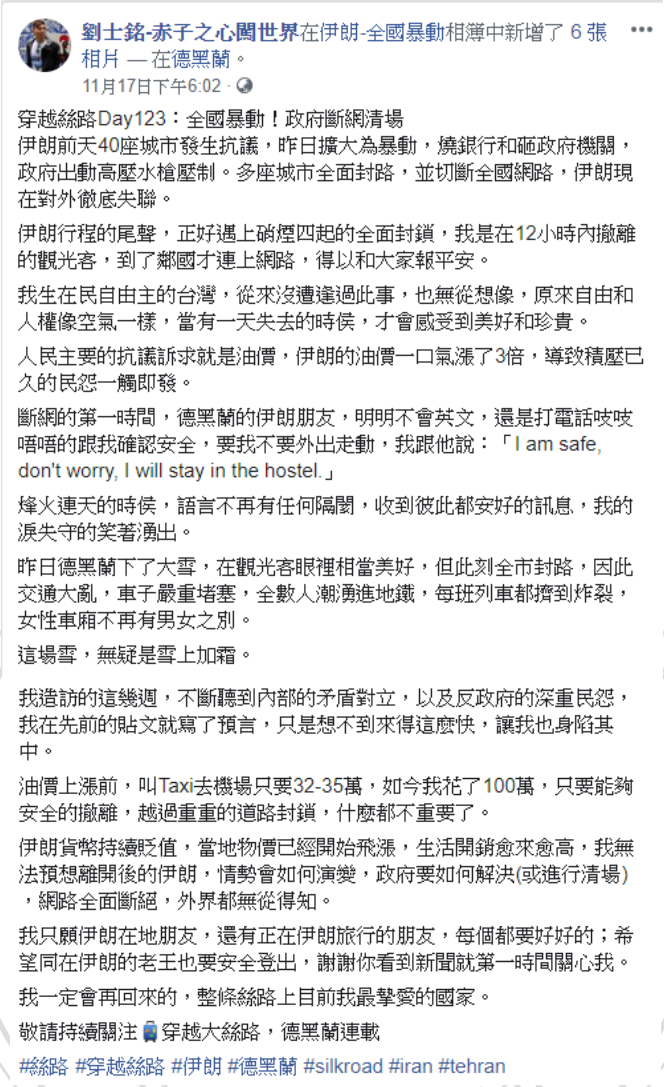
「全國暴動！政府斷網清場」聳動的標題開門見山帶入伊朗當地緊張又危急的情勢。當地政府處理當地暴動的強勢態度，讓從小生長在自由民主台灣的六肆零感到震驚，並對家鄉擁有的自由人權備感珍惜。貼文文字中六肆零描述了當地事發狀況、自身報平安、旅程反思、暴動原因、當地友人雪中送炭的關懷、交通影響、逃難過程，將旅程中的重點事件描繪得十分具體，貼文中所搭配的 7 張圖片，更突顯了當地緊張情勢，令讀者有置身現場的感受，危急時刻使用貼文是最快速簡便的方式，30 次的分享次數，也意味著此則貼文引發了讀者們對國際情勢的關注。

戲劇理論中的自我展演裡提到，戲劇化是將不明顯或含混不清的符號被清楚的突顯，表演者會以更具體化的方式展示，以取得觀眾的認同。而此則貼文正是將大家較不熟悉的伊朗暴動情勢，運用文字描繪與圖片清楚突現緊張情勢，讀者不僅認同展演，且在留言處大方釋出對展演者的關心，並增進了讀者對當地的認識。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-3 研究對象六肆零的伊朗貼文之文字展現



劉士銘-赤子之心闖世界在伊朗-全國暴動相簿中新增了 6 張相片 — 在德黑蘭。
11月17日下午6:02

穿越絲路Day123：全國暴動！政府斷網清場
伊朗前天40座城市發生抗議，昨日擴大為暴動，燒銀行和砸政府機關，政府出動高壓水槍壓制。多座城市全面封路，並切斷全國網路，伊朗現在對外徹底失聯。

伊朗行程的尾聲，正好遇上硝煙四起的全面封鎖，我是在12小時內撤離的觀光客，到了鄰國才連上網路，得以和大家報平安。

我生在民自由主的台灣，從來沒遭逢過此事，也無從想像，原來自由和人權像空氣一樣，當有一天失去的時候，才會感受到美好和珍貴。

人民主要的抗議訴求就是油價，伊朗的油價一口氣漲了3倍，導致積壓已久的民怨一觸即發。

斷網的第一時間，德黑蘭的伊朗朋友，明明不會英文，還是打電話吱吱唔唔的跟我確認安全，要我不要外出走動，我跟他說：「I am safe, don't worry, I will stay in the hostel.」

烽火連天的時候，語言不再有任何隔閡，收到彼此都安好的訊息，我的淚失守的笑著湧出。

昨日德黑蘭下了大雪，在觀光客眼裡相當美好，但此刻全市封路，因此交通大亂，車子嚴重堵塞，全數人潮湧進地鐵，每班列車都擠到炸裂，女性車廂不再有男女之別。

這場雪，無疑是雪上加霜。

我遊訪的這幾週，不斷聽到內部的矛盾對立，以及反政府的深重民怨，我在先前的貼文就寫了預言，只是想不到來得這麼快，讓我也身陷其中。

油價上漲前，叫Taxi去機場只要32-35萬，如今我花了100萬，只要能夠安全的撤離，越過重重的道路封鎖，什麼都不重要了。

伊朗貨幣持續貶值，當地物價已經開始飛漲，生活開銷愈來愈高，我無法預想離開後的伊朗，情勢會如何演變，政府要如何解決(或進行清場)，網路全面斷絕，外界都無從得知。

我只願伊朗在地朋友，還有正在伊朗旅行的朋友，每個都要好好的；希望同在伊朗的老王也要安全登出，謝謝你看到新聞就第一時間關心我。

我一定會再回來的，整條絲路上目前我最摯愛的國家。

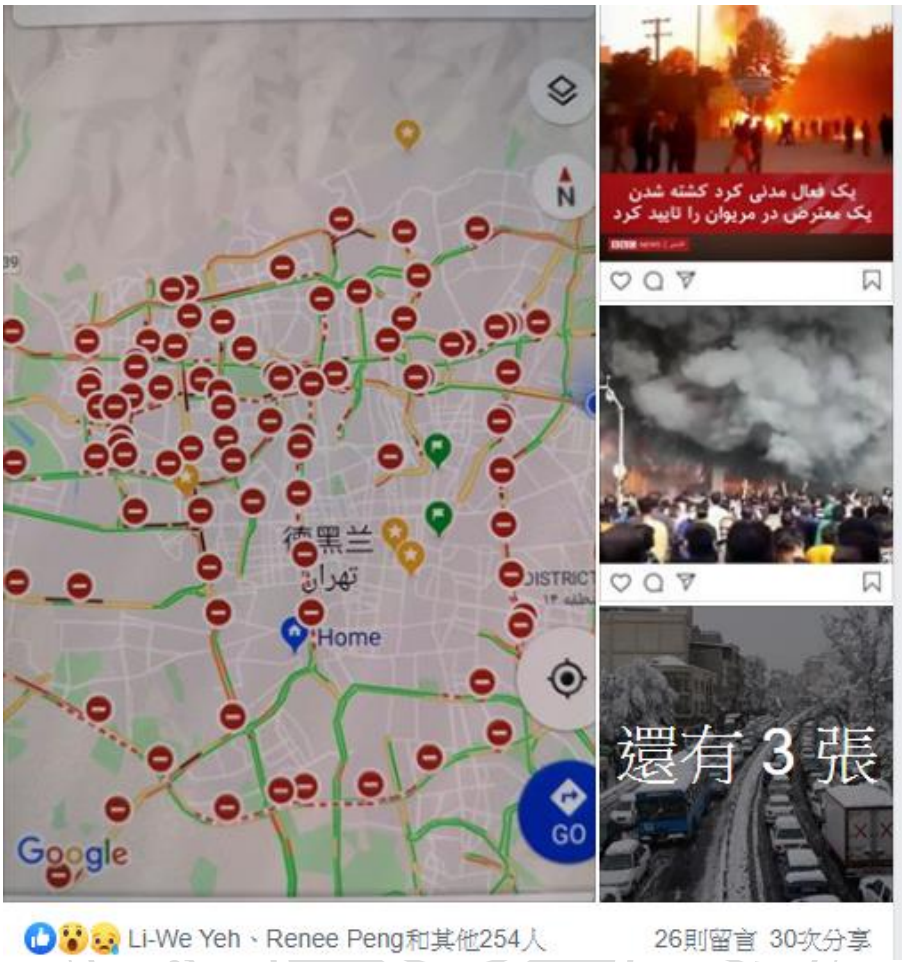
敬請持續關注 穿越大絲路，德黑蘭連載

#絲路 #穿越絲路 #伊朗 #德黑蘭 #silkroad #iran #tehran

資料來源：《劉士銘-赤子之心闖世界》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-4 研究對象六肆零的伊朗貼文之圖片展現



資料來源：《劉士銘-赤子之心闖世界》Facebook 粉絲專頁

National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-5 研究對象六肆零的伊朗貼文留言

資料來源：《劉士銘-赤子之心闖世界》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

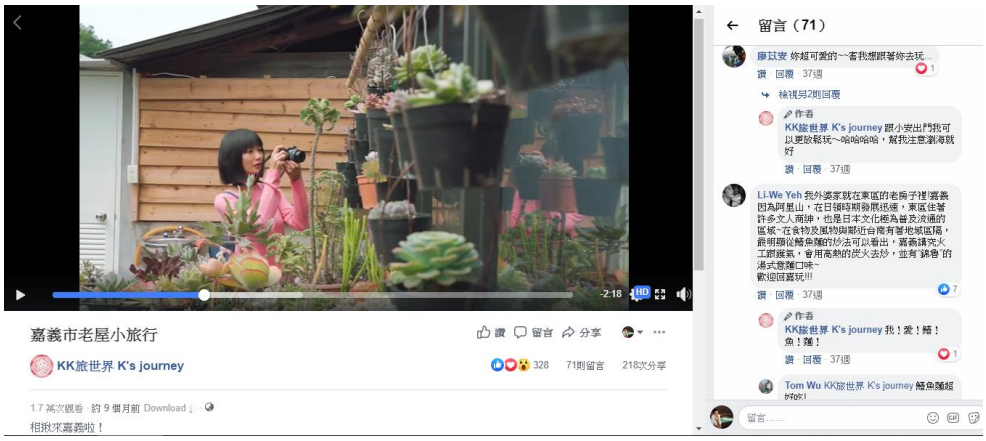
(二)影片加文字

影片形式貼文以 KK 及六肆零兩位旅遊展演者的 Facebook 粉絲專頁為多，六肆零 FB 粉專內有 210 支影片，影片長度從 3 秒至 35 分鐘不等，最長的一支影片長度為 1 小時 19 分鐘；KK 的 FB 粉專內有 90 支影片，影片長度從 8 秒至 22 分鐘不等，最長的一支影片長度為 1 小時 10 分鐘。但大多影片長度皆於 3 分鐘內。

KK 的旅遊影片貼文效果最好的前兩則，皆是嘉義旅遊影片，「嘉義老屋小旅行」影片貼文獲得 328 個讚數、71 則留言討論、218 次分享；「2019 嘉義溪口百年元宵繞境活動」影片貼文獲得 322 個讚數、23 則留言留言討論、167 次分享。國內旅遊影片貼文效益優於國外旅遊影片貼文的原因，與 KK 的生長環境有著密切關係，從小在嘉義溪口長大的 KK，出社會後至台北闖蕩，在新聞媒體、行銷公司當過數年上班族，毅然決然辭職轉戰全職部落客時，將興趣專才與旅遊展演結合，推廣陪伴自己生長的故里嘉義，從在地人角度來介紹，遠比外來旅客更加瞭解該如何取景、走位才能掌握當地特色與旅遊重點，讓影片貼文更具溫度、更加增添說服力，而這份說服力已反映在貼文數據上。

國立政治大學 National Chengchi University

圖 4-6 研究對象 KK 的嘉義老屋小旅行旅遊影片貼文



資料來源：《KK 旅世界 K's journey》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-7 研究對象 KK 的嘉義溪口元宵節旅遊影片貼文

資料來源：《KK 旅世界 K's journey》Facebook 粉絲專頁

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

《冷絲路熱絲路—地表上最輝煌的遠征路》這一則旅遊貼文影片，囊括了六肆零昔日至絲路自由行、工作踩線、擔任領隊帶團所集結的素材剪輯而成，為六肆零人生絲路之旅大全，影片中介紹了絲路上的起點西安、蘭州、西寧、嘉裕關、敦煌、鳴沙山、月牙泉、沙漠露營、沙漠星空、沙漠日出、滑沙體驗、吐魯番、烏魯木齊等，影片中的景點與旅遊項目內容豐富精采。貼文中用文字置入了他的絲路講座推廣與行程介紹，從 228 個按讚數、49 次分享數據中，可以觀察到粉絲對影片帶入商業推薦的接受度高，為後續的絲路沙漠露營行程推廣帶來正向幫助。

圖 4-8 研究對象六肆零的絲路旅遊影片貼文

資料來源：《劉士銘-赤子之心闖世界》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

(三)文章連結

4 位研究對象產文頻率不同，但皆有經營個人部落格，文章產出後，必定會搭配 Facebook 粉絲專頁來推廣。Jessie 運用貼文推薦大家瀏覽文章，貼文起了指引與重點介紹的作用，大家透過貼文知道了此篇文章介紹了貝加爾湖南線行程、價格、報名方式、注意事項；氣泡冰拍攝技巧與貝加爾湖南線、北線之比較，實用攻略文受到歡迎。

小虎從馬來西亞麻六甲的文章首圖景致，喚起在義大利旅遊的類似古城景象，貼文連結帶入的文章內，囊括了麻六甲的小吃、下午茶、午晚茶、伴手禮、飯店、高空酒吧及高空平台。豐富實用的當地美食介紹，引發粉絲收藏。

身為嘉義在地人的 KK，貼文連結文章中介紹的是溪口元宵節，她將自已引以為傲的百年傳統梳理成文章，KK 文內提到：「溪口鄉總人口數不到 1.5 萬人，典型的高齡化純樸農村。早市過後基本上街道就看不到什麼人，晚上九點不到，鄉下地方更是漆黑一片。但在元宵節前後 2 天炮仔聲不斷，原本寧靜的溪口變成不夜城。」，鼓勵在外的嘉義人回鄉過元宵，該貼文帶來了高達 137 次的分享數。

六肆零從菲律賓宿霧遊學三個月回來，用文章記錄了這段期間學習與生活始末，並介紹宿霧玩不完的沙灘和島嶼。這三個月六肆零除了提升了英語的口說能力、認識了許多日韓友人、並玩遍宿霧鄰近的島嶼。甚至有粉絲在貼文留言表示：「學習、旅遊、交朋友，真是點燃我的上進魂啊！」此篇貼文也帶來高達 127 次分享的佳績。

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-9 研究對象 Jessie 俄羅斯旅遊攻略貼文

資料來源：《俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-10 研究對象小虎馬來西亞美食貼文

資料來源：《小虎食夢網》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-11 研究對象 KK 嘉義溪口貼文

資料來源：《KK 旅世界 K's journey》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-12 研究對象六肆零菲律賓遊學貼文

資料來源：《劉士銘-赤子之心闖世界》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

第三節、 展演轉向之體現

一、旅人的身體是傳達旅行藝術的載體

展演轉向的第一點即提到，觀光客實際上係經由多重感官體驗地方，包括感情及各種身體器官。視覺之外的味覺就是最好的例子，品嚐到相同的「美味」常是喚起旅人記憶的門鎖，小虎在溫哥華造訪了一間難忘的美食餐廳。

> 這一餐真是吃得我驚喜連連，還外帶淚流滿面。
> 世界那麼大，我在溫哥華吃到全市唯一一家原住民料理，聽到一段發生在一百多年前，原住如納粹對猶太的文化迫害，進而追成的一件件骨肉分離悲劇。世界那麼大，我在溫哥華吃到想也沒想過的煙燻海豹肉、海藻麵皮包楓糖鮭魚、完全兩回事的飛魚卵料理，甚至完全無法想像的杉樹汁果醬，還有用完全沒聽過的甜草和櫻桃煮成醬汁的肉桂櫻桃派，更不要說完全顛覆我想像的慢燉美洲野牛肉，搭配一點酸奶油甜好吃的亂八九糟，這間餐廳大概是這兩三年中，我吃過最值得回味並說嘴的餐廳之一，也是個人在溫哥華最推薦的餐廳，沒有之一。（小虎貼文）

小虎的溫哥華旅遊展演貼文中的文案，從耳朵聽到百年前納粹對猶太進行的文化迫害的故事；口裡嚐著煙燻海豹肉、海藻麵皮包楓糖鮭魚、特殊的飛魚卵料理，難以想像的杉樹汁果醬，還有用未曾聽過的甜草和櫻桃煮成醬汁的肉桂櫻桃派，以及完全顛覆想像的慢燉美洲野牛肉，除了視覺之外，由此則貼文可見小虎透過聽覺與味覺，為他在旅程中光顧的餐廳，留下了美味、特殊、難忘、不捨與歷史的印記。

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-13 研究對象小虎的溫哥華美食貼文

資料來源：《小虎食夢網》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

二、科技產品對旅遊展演之影響

(一)最常使用的設備器材

展演轉向非常重視特定物品與技術，例如：相機、旅遊巴士、汽車，有了這些東西，觀光展演才能真正實現。反之，在現代若沒有手機、數位相機，那也就無法進行任何展演，亦無法成為旅遊展演者。本研究從訪談中瞭解展演者之科技設備使用概況、最常搭配的科技設備組合、科技設備遇到特殊情境下的應變方式。下述為 4 位展演者最常使用的設備。

手機、空拍機、gopro7、數位相機、筆電、270 公分自拍桿、手機三軸穩定器、相機穩定器，但重量相機穩定器太重很少帶，重量約為相機的 4 倍重。(六肆零)

相機、筆電。因為晚上要寫文章阿，我有一半的時間在國外，如果全部都回來台灣寫，哪有這麼多時間寫，帶到國外寫都寫不完了，所以我跟你說當部落客沒有這麼輕鬆，你們在睡覺的時候我們還在寫文章，現在對部落客的要求越來越多了，以前拍照寫文就可以，現在還要求要直播啦、拍影片啦。所以我現在還有準備 gopro，拍影片用的，還有燈架阿拍餐廳食物的時候，打燈阿。腳架我要帶兩個，出國都帶兩個，一個是相機的腳架，一個是燈的腳架。(小虎)

主要：相機、腳架、筆電。其次：gopro、空拍機。(Jessie)

相機、gopro7、車夾、背包夾、手機、剪輯軟體、手拿桿、筆電。(KK)

DOI:10.6814/NCCU202000197

數位相機、手機、gopro、腳架、筆電已成 4 位旅遊展演者的基本出行配備。而空拍機，是最具挑戰性的拍攝工具。

(二)最具挑戰性的設備器材

空拍機，只有空拍機，空拍機的風險就是不見得回得來。現在還不太熟練耶，已操作一年了，因為在台灣很難練習，在台北完全不能飛，要到海邊阿，連陽明山國家公園都不能飛，國家公園現在也規定不能飛，現在就很麻煩，非得要到天涯海角。(六肆零)

前陣子買一台空拍機，最近還在練習，有點搞不定它。墨西哥的遺跡都不能飛，所有有古蹟的地方都不能飛，然後古巴是連帶都不能帶。我現在就不知道我買它幹嘛，這麼多地方都不給我們拍。只要一看不到空拍機的時候就覺得很可怕。前陣子在重慶的時候 Daniel(空拍攝影師)就把空拍機卡在樹上我覺得很可怕，沿著剛剛的飛行路徑去找，最後在樹上撿到他的空拍機。我也有朋友是去山裡飛，然後撞到山壁，整台機器就再見了，我就覺得好可怕喔。但空拍的畫面很美，我現在呈現一個不知該拿它怎麼辦的狀態。(Jessie)

六肆零與 Jessie 不約而同表示「空拍機」是最具挑戰的設備器材，從找不到合適與鄰近的地點練習、許多重要景區明定無法使用空拍機、身邊有許多失敗案例產生而造成的困難與恐懼，讓持有空拍機的展演者們十分苦惱。

(三)對於設備器材的重要性之看法

展演設備的選擇是否對展演效果產生影響？

DOI:10.6814/NCCU202000197

我覺得有耶，現在的人越來越重視視覺，所以你照片的品質會有很大程度的影響到吧，除非你的故事足夠吸引人或是足夠實用到可以去彌補影像的不足，不然大家很快速的滑過去時，第一眼看到的還是照片，所以你用相機拍跟用手機拍出來的照片，品質差很多，就會連帶影響到成效。(Jessie)

Jessie 認為科技器材的選擇，會影響照片的品質，不容忽視。

我覺得相機跟手機是差非常多的。雖然說現在還是有一些比較厲害的手機。差在畫素、成色，然後甚至是光影的清透度，以及層次感，現在有一些很厲害的手機層次感還是沒有相機那麼豐富，可能看起來比較平面一點點。而且如果是 RAW 檔的話，相機可以修的東西就會跟手機可以修的東西差很多。我用的手機是 iphone 我覺得它的層次感、透光度看起來比較平面，就是你很難有立體或很有層次跟光影。所以能用相機我們還是會以相機拍攝為主。(Jessie)

有，影響影片穩定度、收音效果。我以前有一個糾結，我們以前做的東西都是所謂高畫質，但是現在的人用手機或是 gopro 就拍，雖然它也不錯，但其實你真的說要跟相機比的話，畫質還是有差的，以前這是我沒辦法接受或是不理解的，就是說為什麼畫素這麼不好，或者是有些人真的很抖，點閱率都還可以很高，甚至是把它作為影片素材而且爆紅？

KK 認為科技器材的選擇，會影響影片的品質，亦不可輕忽。

DOI:10.6814/NCCU202000197

但是我後來理解一個道理，其實所謂那些爆紅的影片，**只要有主題性或是有哏，其實網友不太會去在意你用什麼東西展演出來**，我自己是不喜歡看太晃或是畫質太差的東西，不管是拍攝的技巧或是我使用的器材上，真的是不能看的畫面，或是我自己都受不了太抖的話，我乾脆就不要用。

對於品質不好的影音片段，KK 會選擇直接捨棄。但現在的她觀察與領悟到，只要影片內容有哏、有主題性，網友不會在意展演者使用的是什麼器材，在意的通常都視展演者自身。

若是一定要用相機的話我會盡量讓自己不晃，或是上腳架，相機我沒有買穩定器的原因是因為，我會用 gopro 輔助，就是我現在在行走時講話我會用 gopro 拍會比較穩，它收音也 ok，後製再稍微調一下就可以，然後我也會評估現場環境也不適合的話我會另外收音，畫面交錯剪，因為有時候一個畫面我會搭配不同的鏡位，就不是一鏡到底，會挑畫面會補錄一些畫面，譬如說我要拍一個吧檯，我有自己的視角，也有用相機拍特寫的畫面。(KK)

一般什麼時候會運用到 gopro？

比較運動型，比如說我在行徑中講話時，為了讓畫面穩一點，我會用 gopro；那像拍美食比較細節的東西或比較需要整體性的、好看一點的、畫質稍微好一點的感覺，我會用相機拍。現在手機也 ok 啦，很多人會問我說妳都用什麼拍？我要不要買相機什麼的，但我反而會建議大家先用手機拍就好了，因為我覺得器材是其次，但

DOI:10.6814/NCCU202000197

你要先有構圖，譬如說你先熟悉鏡頭的感覺，先用手機練習，等到你真的喜歡或是再追求好一點的條件，再去買那些。但我自己除非是現場直播或是較具即時性的才會使用手機。(KK)

現代人是視覺動物，目光較易停留在影像上，Jessie 與 KK 兩位展演者不論是以平面攝影或動態拍攝為主，都會選擇相機而非手機，哪怕現在的手機款式日新月異越來越強大，兩位展演者還是認為使用「相機」拍攝，才會獲得最好的品質，作品也較容易編輯修飾。只有在需要即時性質展演，如直播，才會用到手機。

三、旅遊展演可改變景點既定印象

展演轉向第八點：檢視旅人用了哪些「策略」，用自身展演內容，顛覆或改變原先預設之符號、事物、地方等既有印象。

北京鐘鼓樓是明代與清代北京城的報時建築，現今為當地知名旅遊景點之一，透過 Jessie 的貼文才知道，現在竟能在鐘鼓樓廣場實地體驗打太極。穿上鮮艷的太極服，跟隨師傅的指導，畫面中旅人們的舉手抬足有模有樣，多了這樣的趣味體驗，鐘鼓樓景點不再枯燥乏味，反而趣味橫生。爾後，旅行社將鐘鼓樓打太極體驗加入北京行程內，不僅加深了大家對鐘鼓樓的印象，更活化了旅遊業商機。

DOI:10.6814/NCCU202000197

圖 4-14 研究對象 Jessie 北京鐘鼓樓打太極體驗貼文

資料來源：《俏鬍子旅行團 / Traveling Moustache》Facebook 粉絲專頁

DOI:10.6814/NCCU202000197

第四節、 從網海中脫穎而出的旅遊展演術

每天有 35 萬人更新他們的狀態在 Facebook 上，如何讓自己的旅遊展演貼文，從網海中脫穎而出，值得探究。若要提高能見度，必需長期經營，維持自媒體活絡度。然而，擁有鮮明的個人特色與專長，有助於與其他展演者做出區隔，較有利於從網海中脫穎而出。本研究從訪談中瞭解展演者之旅遊展演自媒體經營狀況、粉絲對展演者之影響、旅遊展演者之顧慮。

一、旅遊自媒體經營頻率

粉絲團貼文一天至少 1 則。文章不固定，通常一週一篇。影片一週產出 1-2 支。(KK)

粉絲團貼文每週 3 則，如果我有外出的話就一天至少 1 則。部落格一個月 1 到 3 篇，最少 1 篇。(六肆零)

如果我在國外的話，一天貼文幾乎有 5、6 則吧，然後在空檔我也會去抓一些網路的東西來分享，像是會找一些懶人包來分享一下，因為畢竟我的粉絲比較喜歡看吃的，所以我也會去找一些吃的內容餵給大家，平均一天大概也有 4、5 則。我現在早上一起來，第一件事就是去一些媒體網站找一些與食物相關的新聞。你要是看到一些國外貼文，就表示我在國外。(小虎)

維持自媒體運作是首要任務，4 位展演者的經營頻率不一，但從發文頻率看來，Facebook 粉絲團貼文產製時間與文章產製、影片產製相較下來得較少，能產製的數量較多，是建立自媒體較為最快速的管道。但 Facebook 演算法日益更迭，唯有持續經營，展演貼文才有機會被更多人看見。

DOI:10.6814/NCCU202000197

二、旅遊目的地選擇

旅遊目的地選擇與展演帶來重要影響。

國家的選擇我覺得有很大的影響，我覺得比起展演類型，反而是目的地的選擇影響更大。比較少人去、異國風味比較濃的，反應會特別好，或者是當地的風景非常非常美反應也會很好，如果是大家很熟悉的地方，可能你就一定要提出一些…要嘛他們不知道的，或是不一樣的視角，或是你要給他實用的訊息，因為那個地方大家很常去，有可能一群人接下來也想去，若你可以提供很實用的訊息給他的話，他的反應也會不錯，但你若只是單純的分享說，這個地方怎麼樣，可能就會沒有人想要理你這樣。我們目前 po 像是冰島，不管 po 什麼目前反應都很好。(Jessie)

日本話題性真的優於中國。中國風景美取勝與特殊性。日本隨便一個話題都容易被討論。(六肆零)

Jessie 與六肆零表示，國家與旅遊目的地選擇，大幅影響著貼文成效，像是日本與冰島貼文非常受歡迎；Jessie 也指出旅遊目的地的選擇比展演類型的表現來得更顯著。也有人不這麼認為。

有時候我還是覺得梗很重要，有時候地點不一定絕對影響效果。但以國家來說，日本流量永遠是第一個，中國大部份人都不想點擊，但它是現階段。你現在寫日本可能已經來不及了，別人卡都卡死了，都已經寫了幾百篇幾千篇了，你現在去寫要寫到民國幾年，你應該去發展其他的，例如越南之前都沒什麼人寫，最近有重要景點出來時，要是之前早有人在經營，現在就是你的天下了。

DOI:10.6814/NCCU202000197

小虎認為，旅遊目的地的選擇不見得是影響展演的關鍵，內容有眼、夠吸引人，才能吸引觀眾目光。

或是要寫日本也可以，但要挑聚焦一個地方寫，譬如說：四國、高知比較沒什麼人寫，你就拼命寫，或是拼命寫一個拉麵，寫一個點，寫到這個領域這個產業你是最厲害的，這就是你的，等你上來了，做什麼都對。(小虎)

我後來理解一個道理，其實所謂那些爆紅的影片，只要有主題性或是有眼，其實網友不太會去在意你用什麼東西展演出來。(KK)

如果在非熱門旅遊目的地該怎麼辦？小虎與 KK 表示，有眼、有趣更重要，一樣能達到效果。而小虎指出，大家一窩蜂似的展演熱門國家地區是沒有用的，在競爭的紅海中難以突出，若專心只深耕某些較少人經營的旅遊目的地，長期累積下來反而是突顯自己的機會。

三、個人特色與專長

除了熱愛旅遊之外，4 位旅遊展演者具有以下特色與專長。

(一)小虎

現職為美食部落客。喜愛美食，並時常於社團揪團品嘗美食，以食會友。擁有豐沛的人派，喜愛整合資源。為 4 位旅遊展演者中 Facebook 粉絲團人數最多者，日前受邀以美食部落客身份出席高雄市長就職典禮。

DOI:10.6814/NCCU202000197

(二)六肆零

喜愛戶外運動，包含三鐵、溯溪、登山、自行車、馬拉松。現職為旅遊社群企劃，亦是部落客、講師、作家、領隊，並參與旅行社行程設計。擅長影片拍攝與剪輯。

(三)Jessie

現職為部落客。亦是國際旅遊雜誌 Lonely Planet 孤獨星球國際中文版作者。Facebook 粉絲專頁內最常分享：旅途故事、異國風景、歷史與文化、實用旅遊資訊、攝影技巧，至今遊歷超過 50 個國家。

(四)KK

從上班族轉戰為全職部落客。擅長影片拍攝與剪輯。熱愛自由行、運動，包含 SUP 立槳衝浪（Stand Up Paddle）、瑜珈。

無論是什麼興趣、喜好、經歷、身份頭銜，很少有人是一模一樣的，善用優勢與個人特質，從自身為出發點的旅遊展演，都是獨一無二不易被取代的自媒體展演。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

第五節、 旅遊展演能帶來多重效益

旅遊展演是真實且即時的分享，旅遊展演貼文或文章，為展演者帶來的效益不盡相同，此處以自媒體的效益、實質的商業效益以及負面等效益分述之。本研究從訪談以及研究者對展演者的觀察中，來瞭解展演為展演者帶來的正面及負面效益。

一、自媒體的效益

自媒體旅遊展演所帶來的虛擬效益。

> 正面的效益是一定會有，只要有國外旅遊貼文都會帶進一些新的粉絲。你剛有講到一點，你當下做的紀錄都可以寫書，然後還有就是我以前很習慣寫日記，我以前當背包客都會寫日記，然後日記你回來可以整理成文章很快，而且日記它是起承轉合都有，就是一個文章體，所以我覺得它會是一個很漂亮的格式。(六肆零)

研究者從參與六肆零的講座中，曾聽其提過，寫作時會參考日前紀錄的旅遊展演貼文，此時的旅遊展演貼文，已不再是曇花一現過往雲煙，旅遊展演從小小貼文從記錄演化為文章及著作，旅遊展演貼文成為後續展演的起點，其生命得以延續。

> 搜尋阿，跟很多人講過，部落客最珍貴的是搜尋，但搜尋需要時間發酵，所以大部分的業者都比較不知道這一塊，但是這一塊才是部落客最珍貴的，比如說不管找媒體也好、網紅都好，但你今天在電視裡在播印尼粉紅沙灘很漂亮，你第一個動作是什麼？搜尋，以目前的 google 搜尋標準來說，廣告不算，部落客內容幾乎都是第一個，部落客搜尋加分比媒體還高。我再舉個例，假設大家一起來行

DOI:10.6814/NCCU202000197

銷印尼粉紅沙灘好了，部落客是最好置入的，可以註明某某旅行社，還可以放連結直接連去網頁，黏著度會比媒體好。(小虎)

小虎認為，自媒體帶來的最大效益是「搜尋」時相關內容容易被查找，除了部落格文章，其實只要貼文權限設定為公開，網友在搜尋時一樣會看得到自媒體社群貼文。

我去年幫某個歐洲旅行社推義大利旅遊，現在還有人搜到我的文章，進去訂我的文章，他很有可能看一看就到旅行社購買了，這就是部落客最珍貴的地方，有時候我開玩笑說，有的餐廳都倒了，但它的文章介紹還在那裡。(小虎)

不論是部落格文章與公開的 Facebook 貼文，都會出現在網路搜尋引擎中，讓讀者快速搜尋到自己產製的相關內容，即能幫助提升部落格流量與 Facebook 粉絲專頁的能見度。在網路搜尋引擎中，凡走過必留下痕跡，哪怕景點或餐廳消失或倒閉，文章或者是貼文依舊留存於網路世界中，意味著自媒體旅遊展演內容，細水流長經得起歲月的考驗。

而效益不僅僅是單方面的，展演者若受過的其他訓練，可幫助旅遊貼文展演與內容編撰得到更好的效果。

我反而是覺得出書這件事情影響我貼文比較多耶，就是在跟編輯磨的過程或是去(孤獨星球)受訓的過程，可能是在那邊學到了很多調研的技巧，或是寫旅遊文章的技巧，那些東西是可以回來運用到我的部落格或貼文裡面的。

DOI:10.6814/NCCU202000197

Jessie 認為，自己經營的自媒體中，先帶來效益的不是貼文展演，是先前所受的撰文訓練，這段訓練所帶來的效益，甚至讓她能更加得心應手的發揮在旅遊貼文展演當中。

> 像那時候受訓時，會教你看住宿、看交通、看景點時可能有哪些是值得注意的，像是你住宿的時候浴室、備品、床、甚至角落有幾個插座阿，或是交通阿，他會有很多 check list，然後那些是你自己在出去的時候，不管你是在挑自己的住宿或是回來，因為你自己在挑的時候就會注意那些東西，在你回來的時候，你就會有很多細節可以寫，但之前自己去旅行的時候大概就是一個大概的概念，不會注意到這麼多細節的東西。

旅程中比常人注意到更多細節，相對的，回程後的產文與貼文展演，也就比未受訓過之人的產出更加豐富且細緻。

> 現在已經是變成一個習慣了，一進去就會不自覺得看一下有幾個插座阿，我覺得那些就會變成你直覺的反應，或者你在出去玩的時候就會不自覺的記下公眾交通的訊息，那些就是你回來寫文章的時候會用得到的。然後或者是在寫的時候他就會教我們，要去的人還沒去過現場，所以你要運用文字去營造現場感阿，或是他會教你要在某一些景點教你的讀者怎麼玩，甚至給讀者一些選擇性的東西，然後讓讀者覺得你的文章是更有幫助的，我覺得那些東西反而是我在那裡學完以後，拿回來運用在部落格裡面的。(Jessie)

二、實質的效益

旅遊展演除了對展演者的自媒體產生正面效益之外，更多人殷切期盼的實

DOI:10.6814/NCCU202000197

質效益包括了資源交換的機會、旅遊邀約、國際賽事邀約等皆有實例，展演自己喜歡或擅長的事、展示自己擁有的資源顯得十分重要，甚至是公開許願，也有心想事成的機會。

單純想分享，尤其是部落客就是要熱愛分享，我倒是沒有認真想過會帶來什麼效益。還有一種情況，公關公司行銷公司會看到小虎有什麼資源，看他接觸過哪些東西，當他們知道有這些資源時，他們有需要時就會過來了。這些帶來的效益比較大，反而是粉專上的數字效益，是比較次要是虛華的，過了就沒有啦。反而是你接觸過什麼讓那些缺乏資源的人知道，這些人會想辦法用他的資源跟你交換資源。(小虎)

第一次去西藏就是我在某一篇的純文字文章裡，寫說我從小到大的夢想就是去西藏，然後第一次去西藏在 2012 年，就是有個叫 xx 的業內雜誌邀請我當他們的特約記者。就許願而已。以及跑馬拉松。去跑完東京馬拉松之後，就每年都有一場日本馬拉松邀約，就是去採訪加比賽，然後也上了雜誌、廣播。我覺得你只要寫在網路上，本身算有一點底的人，都很容易受到任何邀約。(六肆零)

在自媒體中，勇於展現自己並釋出願望，有機會達成心願。

對岸透過我 youtube 頻道上的絲路和新疆的影片，他覺得你會拍，然後還有小小介紹歷史，我不是深度節目啦，那個視覺效果他們喜歡，然後他們剛好覺得微博上是個影片的時代，所以就被找到了，他們透過 Youtube 上的影片而邀請我去兩岸部落客交流會。(六肆零)

DOI:10.6814/NCCU202000197

現在大部份的工作還是從這開始的阿，之所以能從接了孤獨星球一路一直活到現在，也是因為有粉絲頁和部落格在那邊，引來更多的工作邀約，甚至後來的工作他也是看粉專和部落格來的。像我當時接馬蜂窩的時候，你在交東西上去時，最先他也是先去看部落格的文章，決定你可不可以去參加他的徵選，就你還是要有一些東西給他，我覺得這些都是從部落格開始。很多講座也是從粉絲頁找來的啊。或是他們剛好要找跟這個地方有關的人。

自媒體的展演與經營習慣，帶來了實質的工作幫助與商業邀約。

一個是工作方面的幫助，另一方面就是你開始有粉絲以後，準備要去某一個地方時，有的會私下提供你很多訊息，可能會一些住在當地的粉絲以及去過的粉絲，會介紹你一些私房景點或是餐廳推薦，有些是你在網路上找不到的。我去年去清邁的時候，有個長居在曼谷的女生她常去清邁就給了我很多不同的咖啡廳、文青景點、有趣的市集之類的，就不是旅遊書上面的東西。她是台灣人，現在定居在曼谷，透過粉絲頁認識的，偶爾會聊天。也就是透過粉絲團帶來了更多同好，就會獲得更多在地的推薦和素材，我覺得幫助主要是這兩個方面。(Jessie)

除了商業上的幫助，還促進了展演者與粉絲間的人際交流，在地粉絲熱情的提供旅遊資訊，無形間已為展演者省下不少事前規劃的時間。

可能是讓大家更了解我現在投入在旅遊工作這裡，我舉例譬如

DOI:10.6814/NCCU202000197

說我最近不是去打工換宿嗎？我前幾天就收到一個陌生粉絲的訊息，問我有沒有興趣去東京發展，他那邊有打工換宿的機會，雖然我不知道我會不會去，但是很多人就會開始丟相關訊息，甚至像我自己的朋友、粉絲朋友他們就會透過我的分享，都會跟我交流說你下一次去哪裡，你可以吃什麼呀做什麼啊，或者是廠商看到說那你下次來幫我推廣阿，廠商也會透過我的分享來認識我，這可能就成了別人認識我的第一步，也增加了我的工作機會，並且加深對我的個人印象。(KK)

KK 遇到的實質效益，從工作機會，以及促進與粉絲的互動關係，與 Jessie 類似。

而像寄明信片促了線下的交流，增加了與粉絲互動的機會。我會嘗試很多好玩的事情，我的角度是連我這麼普通這麼平凡的女生都可以完成的話，一般人也可以，像是 SUP 阿，我也不會游泳，但大家都會想跟我去，像是有開團大家跟我一起去玩，教練那邊的業務量確實有增加，現在搜尋 SUP 我的文章就跳出來了，花蓮 SUP 教練也說有的人是看到我文章去的。(KK)

就 4 位展演者所述，旅遊展演帶來的助益可分：幫助大眾認識自己、促進工作邀約、獲得更多在地的推薦資訊、提升號召力等。旅遊展演適合勇於展現自己、可以提升收益、許願有可能成真。

三、負面的效益

自媒體旅遊展演所帶來的負面效益。

DOI:10.6814/NCCU202000197

看議題有無爭議性，若涉及動保或涉及爭議話題都會有人喜歡有人反對，例如騎大象、騎駱駝要特別謹慎。或是有些地方若不能拍照，若有爭議性就算是不小心拍了，事後知道也不能放。(六肆零)

爭議性、動保相關議題發佈前需特別留意。

寫餐廳時，有人會在底下罵這業配文阿，為什麼我四塊炸雞你的卻有五塊之類的，圖利財團啦、圖利廠商啦..其實現在很多人都接受部落客是一個行銷產業了，但還是有很多人對部落客的想法是負面的：阿寫文都寫假的啊、都是拿別人的錢啊、都業配文阿。

有些讀者對業配文章會冷嘲熱諷。

但這是少數啦，我的文章只要是費用的業配的我在文章標題上都有註明「廣宣」可是後來我有發現一個事情，重點還不是那兩個字，譬如我們兩個想法不一樣，xx 水餃我寫好吃，你也覺得很好吃，那有那兩個字「廣宣」重要嗎？不重要，因為我們兩個都覺得很好吃阿，可是就算有一間店我覺得好吃，你覺得不好吃，就算沒有寫「廣宣」，還是會有人認為小虎一定是拿了店家多少錢，明明我覺得難吃為什麼你寫很好吃？(小虎)

小虎對於業配的反思，在旅遊展演中的文章特別註明業配，是否反而帶來了反效果？原本好吃的餐廳美食，在註明了廣宣字眼後，讀者會不會擔心文章裡的誇讚，都不是真心話？此盲點亦值得大家反思。

DOI:10.6814/NCCU202000197

有一些人覺得你竟然開了這個東西（Facebook 粉絲團），就有義務要幫他，他就會要求你要從訂機票開始一步一步教他。他會覺得你有義務要教他，要從頭到尾幫他規畫…我會很簡單的回覆他，告訴他說，你自己搜尋會有很多教學，你可以先搜尋一下，若你在過程中真遇到具體細項的問題，我覺得這樣我會比較容易回答，不然這問題的範圍太大了，我很難說清楚。(Jessie)

水可載舟亦可覆舟，有正面效益自然也有負面的，自媒體展演者算接近公眾人物角色，粉絲數越多，影響力可能越大，上傳展演貼文前，自行先評估與過濾內容顯得重要，若涉及動保及爭議議題如六肆零所言，應特別謹慎留意。然而公眾人物在推薦店家、美食、景點、商品時，不免常常會被貼上商業色彩，如何與廠商、讀者、興趣和平共處，也許是自媒體旅遊展演者可以持續探討與思辨的議題。而 Jessie 遇到的伸手牌讀者，是許多展演者會遇到的困擾之一，研究者在撰寫部落格文章初期，亦遇過同樣問題。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

第六節、 旅遊展演者未來計劃與建議

本研究從訪談以及研究者對展演者的觀察中，來瞭解旅遊展演者之未來目標計畫、旅遊展演者對大環境快速更迭的應變之道、旅遊展演者對後輩的建議。

一、旅遊展演者未來計畫

經營 youtube 頻道，想以影片為主，反正文章本來就會寫啊，那個自己很會操作，所以我覺得他對我們沒有難度。Youtube 應該是個新的領域阿，就是你要週期性的，我可能就是要帶狀節目的概念，就是一週最少在固定的時間要發表一支影片。(六肆零)

硬問我的目標應該就是我想結合一些部落客做很多的事情，然後它是可以幫助推動台灣觀光的，其它的還真沒有。硬要講我喜歡喔，我有滿手資源，我認識很多人，很多人來找我，雖然我覺得很累阿，可我還蠻享受這個(資源整合)過程的。(小虎)

嘗試產製影片。下個旅遊國家目標：北印度、摩洛哥、突尼西亞。(Jessie)

線下：講座、出書、開團、整合、賣商品。線上：後續會多一些商業置入。台灣祕密景點或鄉村社團經營。(KK)

從 4 位旅遊展演者的未來計畫中可嗅出影片的重要性，六肆零本就擅長影片拍攝與剪輯，未來若認真經營 youtube 頻道，勢必精彩可期；擅長大篇幅文字

DOI:10.6814/NCCU202000197

撰寫文筆流利的 Jessie，將嘗試與挑戰影片拍攝與製作，過程中勢必將花上更多時間練習，而跨出第一步即是新的開始。而資深部落客與資淺部落客對未來的計畫，則有明顯差異，資深部落客以人脈經營、資源整合創造更大效益為主；資淺部落客為提高收入與能見度，會爭取更多商業置入，並且持續磨練自己以及嘗試與摸索各種商業開發模式。

二、旅遊展演者給後輩的建議

旅遊展演許多人都在做，若要像 4 位專業旅遊展演者一樣出色甚至作為主業，可先參考下述建議。

> 先累積出厚度吧。就是如果你要成為要被人家看見、或是讓人家覺得你是學有專精，甚至你對這個地方稍有認識和瞭解，它一定要有一點點厚度 就像是部落格文章最少要寫 10 篇、youtube 影片也要有 10 支、IG 可能要有 100 篇貼文才會讓人覺得你有在善用這個渠道，然後你的作品才看得出你個人的特色。公關公司在找人的時候，這些都是參考依據之一。IG 50 張也可以啦，只是現在很多人把 IG 當作自己生活展演的一個頻道，品質容易參差不齊，照片至少要 20、50 再來 100 吧。(六肆零)

> 做你想做的事就好。做你想做的、你喜歡的，不見得事你的專長喔，要做你「喜歡」的事。做你喜歡做的事情才會長久，能不能存活下去讓市場來決定。這些喜歡的事情不是現在既定喜歡的事，你要自己去嘗試，哪怕這是你原本不擅長的事，很多事情是要你做了之後才知道喜不喜歡，不然大部份都是用想像的。(小虎)

DOI:10.6814/NCCU202000197

先投資跟累積培養自己並確認方向，粉專建立後要每天分享貼文。粉絲想看什麼很重要，主題差異性要強。先用手機熟悉構圖剪輯流程，再投入影片製作比較好，被看得見的內容才是好的內容，不要自拍自爽。(KK)

選擇自己的興趣所在很重要，確定自己能做什麼，每人擅長的不同。選擇與確立後，需持續至少 2-3 年，才可能會開始有成效。(Jessie)

六肆零從商業邀約合作的經驗中，將旅遊展演者經營自媒體該累積的資本，將一般常見的自媒體內容數量清楚羅列，「部落格文章至少 10 篇、youtube 影片至少 10 支、IG 最好有 100 篇貼文」除了 Facebook 為基本渠道外，若要同時經營部落格文章、youtube 影片或是 IG 圖像貼文，這些數據則成為旅遊展演者建立自媒體的基本門檻重要指標。

六肆零與 KK 指出，需培養出自己的厚度，先投資累積自己的資源，頻繁更新與擴充字媒體旅遊展演內容，努力耕耘是必需的。小虎、KK、Jessie 表示，做你喜歡的事情，確立自己的興趣與專長所在非常重要，唯有喜愛、唯有專精才能在這一行做得長久，畢竟要做出成績至少需 2 至 3 年的時間。

DOI:10.6814/NCCU202000197

第五章、 研究結論與建議

本研究目的在於探討自媒體旅遊展演者之前台展演建構、在後台的準備以及展演後帶來的效益。本研究以內容分析法針對《小虎食夢網》、《劉士銘-赤子之心闖世界》、《翹鬍子旅行團》、《KK 旅世界 K's journey》等 4 個粉絲團之旅遊貼文進行分析與解構；並對「小虎」、「六肆零」、「Jessie」、「KK」等 4 位自媒體旅遊展演者做深度訪談。

經前四章經與 4 位研究對象深度訪談，分析其 Facebook 旅遊展演貼文資料與文獻及研究問題相呼應，本研究發現，旅行與展演的事前規劃對親臨現場有幫助；科技產品對旅遊展演之影響甚鉅，且現代的科技產品選擇繁多並更具挑戰性；展演效益關鍵因素與展演者自身特色相關；而旅遊展演帶來的實際效益多元，本章將本研究的發現做深入說明。

依照第四章的研究分析，與劇場理論及展演轉向文獻對話，提出研究發現、研究貢獻，以及研究限制與後續研究建議，等三節。第一節從研究發現中，彙整與歸納本研究之結論。第二節提出本研究發現對於現行旅遊展演者、旅遊業者，帶來的貢獻與價值。第三節除了提出研究限制之外，亦對學術研究提出後續發展建議。

第一節、 研究發現

一、事前規劃的重要性

4 位展演者的旅遊展演動機，分別為紀錄、分享、習慣養成、維持粉絲團新鮮度等。旅遊的事前規劃，等同於劇場理論中的後台籌備，劇場理論中提到，後台是預演、練習、存放道具，宣洩情緒與放鬆之區域，而事前的規劃猶

DOI:10.6814/NCCU202000197

如事前在腦中進行預演。此區域較屬於展演者個人的領域，從深度訪談中可得知，六肆零、Jessie、KK 等展演者皆表示，事前規劃有助於旅遊現場的素材蒐集與旅遊展演。像是遇到特殊國家例如：伊朗、印度，旅遊的事前規劃十分重要，不僅影響旅程是否順利，並會直接影響旅遊展演的品質甚至無法展演。而對於擅長影片拍攝與剪輯的影片六肆零及 KK 皆表示，影片拍攝剪輯較為費時費工，出發前對於旅程中的影片拍攝，會先特別構思與預想現場拍攝的可行性，例如哪些畫面較難遇見一定要拍、若時間不足的話哪些畫面優先捨棄，用平面攝影替代等。

但旅遊現場時常會遇到臨時突發狀況。

> 有時候現場狀況多到難以掌握，就像人很多你根本就拍不出大景、天氣很差、季節到了但櫻花沒開，今年櫻花超級早開，到的時候只能觀落櫻。總之現場狀況只會多不會少，有時根本只能放棄。(六肆零)

也許事前規劃中，可以多準備幾個替代方案以便替換，既不耽誤旅遊時間，也不影響展演的進行，展演後臺規劃很重要。較特別的是，小虎表示過多的事前規劃、預設立場，可能會阻礙了對旅程的想像，也有可能到了現場更令人失望。由此可見，事前過多的規劃不一定對展演有幫助，甚至有可能造成反效果，在行前適時酌量與重點規劃即可，在旅程中放開心胸好好體驗，可以達到最適量的平衡，讓旅程與展演品質更佳。

二、機器設備對展演帶來重要影響

Urry 的展演轉向中非常重視特定物品跟技術，缺乏機器設備及無法打造旅遊展演，4 位展演者最常使用的器材為：數位相機、手機、gopro、腳架、筆

DOI:10.6814/NCCU202000197

電，5 項機器設備已是旅遊展演者的基本配備組合。而最特別的空拍機，拍攝畫面往往美得令人驚嘆不已，卻是目前大家公認最具挑戰性的拍攝工具，影片拍攝經驗再豐富的人，也拿它沒轍。而也有人表示，重展演內容有沒有哏、有沒有主題性，更重要，網友觀眾們並不會在意展演者背後使用的是什麼機器設備。機器設備的選擇與使用對展演者十分重要，雖然觀眾大多不會特別去探究展演者使用了哪些機器設備，但機器設備影響著展演內容的品質，進而影響觀眾的反應與展演者的魅力與影響力，仍舊是展演中不可或缺的基本要件，而旅遊展演非單一器材就能全權處理，需由多個器材交互搭配才能成形。

訪談中也透漏著，現今熟悉空拍機使用者，在旅遊展演領域中也許更吃香，亦或是有人能帶領空拍機學習者至合法與安全空曠的地區練習，能為多數展演者帶來更多展演機會。若覺得空拍機的門檻較高，至少也要熟練數位相機、gopro 等器材使用，才能因應現今特別注重「視覺」的時代。

三、展演效益之關鍵因素

從 4 位旅遊展演者訪談，與旅遊貼文文本分析觀察中可以瞭解，影響展演效益的關鍵因素有：設備器材的選擇、展演內容是否有哏有趣、是否有主題性、是否具實用性等，此等要項尤其重要。想要提升展演效益，設備器材必須要熟練，數位相機與手機是最佳最快速的入門設備。展演內容是否有哏有趣、有主題性、有實用性，得看展演者的個性、興趣與強項，例如喜歡戶外運動的六肆零與 KK、擅長編撰旅遊攻略介紹的 Jessie、專攻美食領域的小虎，正是符合了主題性與實用性內容產製特質，才能在旅遊展演舞台上得以長期且持續的發光發熱。

DOI:10.6814/NCCU202000197

四、旅遊展演形式觀察

若展演運用得當，旅遊展演貼文帶來的效益不輸文章介紹。如第四章所述，Jessie 的俄羅斯貝加爾湖藍冰精選 5 大問答貼文，貼文精煉收納了僅 5 個重點問題：什麼季節可以看藍冰、看藍冰需要幾天、藍冰行程怎麼安排、怎麼報名。搭配了 9 張昔日她在當地拍攝的藍冰美圖，帶來了大量讚數、留言與分享數，快速、小巧、易於分享的貼文發揮了功效，為粉絲們提供了實用的解答，優質的貼文內容提供了媲美文章篇幅般豐富的資訊，粉絲們也樂於分享傳播。劇場理論中提及，當表演者擔任特定角色自我表演時，會期待觀眾信賴其表演，並相信表演者具備該角色特質。Jessie 在該則貼文充份展現了對俄羅斯藍冰體驗的瞭解，當地旅遊資訊較少，當下旅遊展演貼文不僅符合粉絲們的期待，也為展演者強化了對特定地區領域的專業性。

若展演運用得當，旅遊展演貼文可取代媒體報導。六肆零於中亞絲路跨國壯遊期間，在伊朗遇上了全國暴動，六肆零於貼文上將當地人、事、時、地、物描繪得清楚。當地政府處理當地暴動的強勢態度、事發狀況、自身報平安、旅程反思、暴動原因、當地友人雪中送炭的關懷、交通影響、逃難過程，貼文中搭配的 7 張圖片，更突顯了當地緊張情勢，令讀者感同歷歷在目。戲劇理論中的自我展演中提及，戲劇化是將不明顯或含混不清的符號被清楚的突顯，表演者會以更具體化的方式展示，以取得觀眾的認同。而該則貼文正達到這樣的戲劇化效果，展現的內容猶如一篇震撼且專業的國際實況報導，旅遊展演者身歷其境的描繪，能為讀者帶來猶如觀看國際新聞的規模與感受。

五、用心與持續經營自媒體方能提升能見度

(一)提高旅遊自媒體經營頻率

Facebook 演算法日新月異不斷更迭，但有一個大原則，經常性更新貼文能

DOI:10.6814/NCCU202000197

有助提高貼文觸及率，反之，若未時常發佈粉絲團貼文，觸及率將隨之下降。所以維持自媒體運作是首要任務便是經常性更新貼文，4 位展演者的經營頻率不一，但從發文頻率看來，Facebook 粉絲團貼文產製時間與文章產製、影片產製相較下來得較少，能產製的數量較多，是建立自媒體較為最快速的型式。Facebook 演算法日益更迭且規則越加嚴峻，唯有持續經營，旅遊展演才有機會被更多人看見。

(二)旅遊目的地選擇會影響展演效果

Jessie 與六肆零皆表示，國家與旅遊目的地選擇，大幅影響貼文成效，像是日本與冰島貼文非常受歡迎，其中 Jessie 也指出旅遊目的地的選擇比展演類型的表現來得更顯著。若經濟能力與時間充裕之展演者想快速發跡，旅遊時不妨優先選擇較少人造訪或不易造訪的特殊地區，這些特殊地區的旅遊展演也許能加速看見成效。卻也有展演者不認為旅遊目的地的選擇是影響展演成效的關鍵，小虎認為內容有哏、夠吸引人，才能吸引觀眾目光。如果在非熱門旅遊目的地，小虎與 KK 表示，有哏、有趣更重要，同樣能達到效果。而小虎指出，大家一窩蜂似的展演熱門國家地區是沒有用的，在競爭的紅海中難以突出，若專心只深耕某些較少人經營的旅遊目的地，長期累積下來反而是突顯自己的機會。

(三)個人特色與專長

4 位展演者中，小虎主攻美食與旅遊，並有美食揪團能力，喜愛以食會友；六肆零喜愛戶外運動、擅長影片拍攝與剪輯，擁有部落客、講師、作家、領隊等多重身份；Jessie 國際旅遊雜誌作者與地方調研高手，文字撰寫能力純熟，並有部落客、講師、作家、領隊等多重身份；KK 熱愛自由行、戶外運動並喜愛鼓勵女性勇於挑戰自我，且擅長影片拍攝與剪輯。4 位展演者身上皆有鮮

DOI:10.6814/NCCU202000197

明的特色與專長，彼此雖有部份身份與專長重疊，但彼此間有更多不同特質、擁有不同族群的粉絲。無論是什麼興趣、喜好、經歷、身份頭銜，每人皆是獨一無二的個體，善用個人優勢、特質及專長，能為旅遊展演大大加分，並做出差異性，每一次演出都是獨一無二不易被取代的自媒體旅遊展演。

六、旅遊展演能帶來實際效益

從 4 位旅遊展演者訪談間，所發現的旅遊展演實際效益多元且豐富。可分為自媒體帶來的效益、實質的商業效益等 2 種效益。

(一)自媒體上的效益

如六肆零所述，國外旅遊貼文都會帶進一些新的粉絲，幫助壯大粉絲團。他將旅遊展演貼文當作日記，回程將其匯集成文章，或是幫助後續寫書時做為參考回想，此時的旅遊展演貼文不再曇花一現、一閃即逝，貼文的生命得以延續並轉化，並且縮短了展演者後續的工作時間，讓產文、寫書更輕鬆，是促進下一個旅遊展演的開端。

而 Jessie 則是透過旅遊行前的貼文預告，在 Facebook 粉專上遇到了居住在曼谷的台灣人，大方向其分享特色咖啡廳與書上、網路上找不到的私人景點，意外獲得了驚喜，並將其加入了行前規劃，豐富了曼谷之旅。

(二)互惠合作與工作機會的媒合效益

如同 4 位展演者所述，旅遊展演貼文有時候是一種自我展示，展示我熱愛美食、展示我喜歡運動、展示我正在打工換宿、展示我接到了國外旅遊邀約、展示了我擁有哪些資源，此時的旅遊展演貼文，像是一個個伸展台，藉由展演告訴大家我愛什麼、我會什麼、我擁有什麼，歡迎入內進一步瞭解與洽談。4

DOI:10.6814/NCCU202000197

位展演者中，有三位是專職部落客，這樣的效益能帶來最快的實質幫助。

除了上述兩點正面效益之外，也有負面效益，而負面效益可以幫助展演者事前留意與規避特定議題，自媒體展演者接近公眾人物角色，擁有一定的影響力，如六肆零提到的涉及動保或爭議情事地點等議題，遣詞用字與圖片展現需特別謹慎留意，上傳展演貼文前，自行先評估與過濾內容顯得十分重要。而公眾人物在推薦店家、美食、旅遊景點、商品時，有時會被貼上商業色彩，展演者需稍加思考如何與廠商、讀者粉絲、自身興趣和平共處。而 Jessie 遇到的伸手牌讀者，是許多展演者會遇到的困擾之一，也考驗著展演者應對特殊需求粉絲與讀者的應變能力。

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

第二節、 研究貢獻

一、後進展演者運用：可參考本研究重點，需養成屬於自己的展演成功方程式，但首先需持續不間斷的經營與累積自媒體價值，才有被看見的可能，而當累積了一定的底子，邀約及粉絲反饋機會才會增多。

表 5-1 自媒體旅遊展演建議方針

1	造訪特殊國家、拍攝影片前，適時適量做重點事前規劃。
2	需熟練多個器材交互搭配，若熟練空拍機將擁有更多展演優勢。
3	展演構思時需考量內容是否有趣、有主題性、具實用性。
4	涉及動保或爭議情事地點等議題，遣詞用字與圖片展現需特別謹慎留意。
5	需用心與持續經營自媒體才能提升能旅遊展演見度。
6	若經濟能力與時間充裕之展演者想快速發跡，旅遊時可優先選擇較少人造訪或不易造訪的特殊地區；或是專心深耕某些較少人經營的旅遊目的地，長期累積下來的資產，時機一到反而是突顯自己的機會。
7	一開始經營自媒體時最好不要以營利為目的，不容易成功。做自己喜歡與擅長的事情，持續 2-3 年會看到效果。
8	若想得到商業邀約，部落格文章最少要寫 10 篇、youtube 影片也要有 10 支、IG 可能要有 100 篇貼文才會讓人覺得你有在善用這些渠道，作品需有一定的數量才看得出你個人的特色。

資料來源：本研究彙整

二、旅遊景區業者參考：遇到天災人禍需重啟景區之時，特別需要宣傳與曝光將旅客喚回，搭載這群專業的自媒體旅遊展演者可發揮效果。例如京都琉璃光院，巧妙的運用了一張「桌子」，藉由旅人、部落客、攝影師之手的大量美圖散播，帶來了龐大的旅遊商機。藉由自媒體旅遊展演者圖文貼文、影片等傳播，能帶來媲美傳統媒體報導之效。

DOI:10.6814/NCCU202000197

三、異業廠商業者參考：多觀察旅遊展演者作品。在旅遊展演的路上順水推舟，不堅持己見並尊重展演者，瞭解彼此需求尋求互補為佳。商品最好能置入在展演者的旅途中，自然而巧妙的出現在讀者觀眾面前接受度會較高，若商品脫離展演者特質，獨自介紹時接受度較低。而旅途時間長又遠，商品體積不適合過大，亦或是展演者在旅途中原本就會用到的物品效果更佳。

第三節、 研究限制與後續研究建議

文本分析取樣以 Facebook 粉絲團公開貼文為主，除了 Facebook 粉絲團，旅遊展演者多半同時擁有個人 Facebook，亦或是社團，若將資料交叉比對分析會有更多新發現。旅遊自媒體展演者甚多，研究者邀請的 4 位旅遊展演者取樣有限，但與對方較為熟識，能從訪談中彙集較深入的資訊。本研究以 Facebook 粉絲團之旅遊展演貼文為核心，未來研究者可將以動態影片為主的 youtube、以平面影像為主的 IG、擁有上億華人會員的影音平台抖音等納入研究範疇。亦可依本研究模式，開發與研究寵物展演、運動展演、攝影展演、影音展演、建築展演、教學展演、宗教文化展演等其他領域知識。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000197

參考文獻

一、書籍：

George Ritzer 原著。楊淑嬌（譯）（2003）。《當代社會學理論精簡本》。臺北：巨流圖書。

Goffman, E 原著。徐江敏、李姚軍（譯）（2012）。《日常生活中的自我表演》。臺北：桂冠圖書。（原著出版年：1959）。

John Urry, Jonas Larsen 原著。黃宛瑜（譯）（2016）。《觀光客的凝視 3.0》（The Tourist Gaze 3.0）。臺北：書林出版有限公司。（原著出版年：2011）。

John Urry 原著。葉浩（譯）（2007）。《觀光客的凝視》。臺北：書林出版有限公司。（原著出版年：2002）。

M.Lichtman 原著。江吟梓、蘇文賢（合譯）（2010）。教育質性研究：實用指南（Qualitative Research in Education:A user’s Guide）。臺北：學富文化。（原著出版於 2006）。

高宣揚 (1998)。《當代社會學理論》。臺北：五南。

許殷宏（2006）。《Erving Goffman：當代戲劇理論的思想巨擘。載於譚光鼎、王麗雲（主編），教育社會學：人物與思想（頁 205-233）。臺北：高等教育。

許景泰（2015）。《你就是媒體：打造個人自媒體與企業社群經營成功術》。臺北：

DOI:10.6814/NCCU202000197

三采文化。

陳向明（2002）。《教師如何作質的研究》，臺北：紅葉文化。

陳品秀、吳莉君（譯）（2013）。《觀看的實踐－給所有影像世代的視覺文化導論》（原作者：Marita Sturken、Lisa Cartwright）。

黃新生（1987）。《媒介批評－理論與方法》。臺北：五南出版社。

二、期刊：

王宜燕（2012）。《閱聽人研究實踐轉向理論初探》。新聞學研究第一一三期一般論文。

吳佳玲（2009）。《咖啡連鎖店消費者知覺之消費體驗研究》。台南科技大學通識教育學刊，8，237-256。

芮必峰（2004）。〈人際傳播 :表演的藝術-歐文戈夫曼的傳播思想）。安徽大學學報：哲學社會科學版，28（4），64-70。

胡幼慧、姚美華（2008）。〈一些質性方法上的思考：信度與效度？如何抽樣？如何收集資料登錄與分析〉，收錄於胡幼慧主編，《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，臺北：巨流。

廖如宣（2014）。《凝視臺灣，邂逅愛情：從微電影敘事方式看旅遊意象的媒體再現》。中華傳播學會年會論文。

DOI:10.6814/NCCU202000197

魏慧美、陳翊偉、吳和堂（2013）。〈國小導師與家長互動方式之研究—Goffman 的戲劇理論取向〉，《高師大學報》第 34 期，高雄：國立高雄師範大學，頁 57-81。

三、論文：

吳筱玫（2016）。《網上行走：Facebook 使用者之打卡戰術與地標實踐》。新聞學研究第一二六期研究論文。

杜瑋婷（2014）。《運用臉書進行旅遊資訊分享之研究》。中原大學資訊管理研究所學位論文。

林依玫 （2016）。《旅行者凝視下的旅遊地方意象與自我認同之機轉》。國立臺北教育大學文化創意產業經營學系學位論文。

張玉珮（2005）。《從媒體影像關照自己：觀展／表演典範之初探》。新聞學研究第八十二期專題。

許純敏（2016）。《探討社群網站使用者之使用意圖及其對旅遊意願之影響》。樹德科技大學資訊管理系碩士班碩士論文。

陳沛庭（2012）。《Facebook 社群使用者旅遊動機、旅遊型態、旅遊涉入與旅遊效益關係模式之研究-以國民旅遊為例》。高雄餐旅大學旅遊管理研究所碩士論文。

葉丹莉（2012）。《影響旅遊性社群網站使用意向因素之研究-以臉書旅遊粉絲專頁為例》。臺灣師範大學餐旅管理與教育研究所學位論文。

DOI:10.6814/NCCU202000197

臧國仁、蔡琰（2011）。《旅行敘事與生命故事：傳播研究取徑之芻議 》。新聞學研究第一〇九期一般論文。

鄭為元（1992）。《日常生活戲劇觀的評論家：高夫曼》。載於葉啟政（主編），當代社會思想巨擘：當代社會思想家（頁 26-55）。臺北：正中。

謝孟瑾（2016）。《自媒體時代下台灣年輕讀者眼中之城市意象-以 Instagram 照片中的上海為例》。政治大學傳播學系碩士論文。

四、報章雜誌：

齊佑誠（民 108 年 6 月 8 日）。【蘋中人】水電工逆襲 吃出一片天 小虎蕭嘉麟。蘋果日報，A11 版。

五、網站：

日盛投顧（2018 年 8 月 6 日）。〈2018 電子商務市場年中展望〉，《ETF 投資理財網》。取自 https://www.etf168.com.tw/Article/Article?articleID=375

陳宥仪（2012 年 4 月 10 日）。〈你打卡了嗎? 一行動社群行銷 2 大應用法則〉，《myMKC 管理知識中心》。取自 https://mymkc.com/article/content/21336

愛范兒（2018 年 1 月 31 日）。〈全球網友總數突破 40 億，猜有多少人天天玩手機？〉，《TechNews 科技新報》。取自 https://technews.tw/2018/01/31/worlds-internet-users-pass-the-4-billion-mark

DOI:10.6814/NCCU202000197