

第四章 海水池釣場的釣客特性分析

海水池釣場始於爲了處理養殖漁業的滯銷漁獲，將養殖漁業的漁獲帶到另一個池子之中供人垂釣，釣客乃是這個過程的消費者，支付池租，購買的是釣魚的體驗，也爲池主帶來利潤。海水池釣場從「被創造」到「被使用」的過程中，釣客也是此項地景產生、改變的主要因素。海水池釣場的釣客與其他釣魚類型的釣客是否有所不同，釣客特性的差異與哪些因素又有相關，釣客又造成海水池釣場發生哪些變化，本章將從釣客遊憩專業層次和環境識覺兩分面來分析釣客的特性。

前一章將海水池釣場的型態區分爲「濱海型」、「內陸型」、「生產型」三種，不過因爲生產型海水池釣場的開放時間有限，加上 2004、2005 年的寒流、颱風、豪雨連連，使得文蛤養殖池的虱目魚產量不理想，因此這兩年都未開放給釣客釣虱目魚，所以本章的釣客特性分析只能針對「濱海型」、「內陸型」兩種釣場的釣客做訪問、分析。

第一節 釣客遊憩專業層次分析方法

釣客的專業層次必須藉由客觀的量化才能夠分析研究，首先先介紹專業層次問卷量表。

(一) 問卷設計

一、遊憩專業層次問卷

從第一章第二節文獻回顧可以得知，McIntyre和Pigram (1992) 的遊憩專業基本組成環對於遊憩專業構成的理念架構說明最爲完整¹，所以謝純

¹ 見第一章第二節。

安(1994)在此基礎之上，針對東北角海岸遊憩釣者設計遊憩專業層次問卷，從個體對於釣魚活動的認知、行為、情感三大體系（見表 4-1），進行釣客專業層次的認定，以加總表得分，採四分位數的方法將釣客分為「低」、「中」、「高」、「專業」等四級專業層次之量表，並經實證研究²結果顯示本模式具有良好的信度，能有效的區隔釣客群，所以本研究沿用原量表，並經預試後增加適合海水池釣的相關題目，以此為基礎，針對海水池釣場的釣客進行專業層次之劃分。

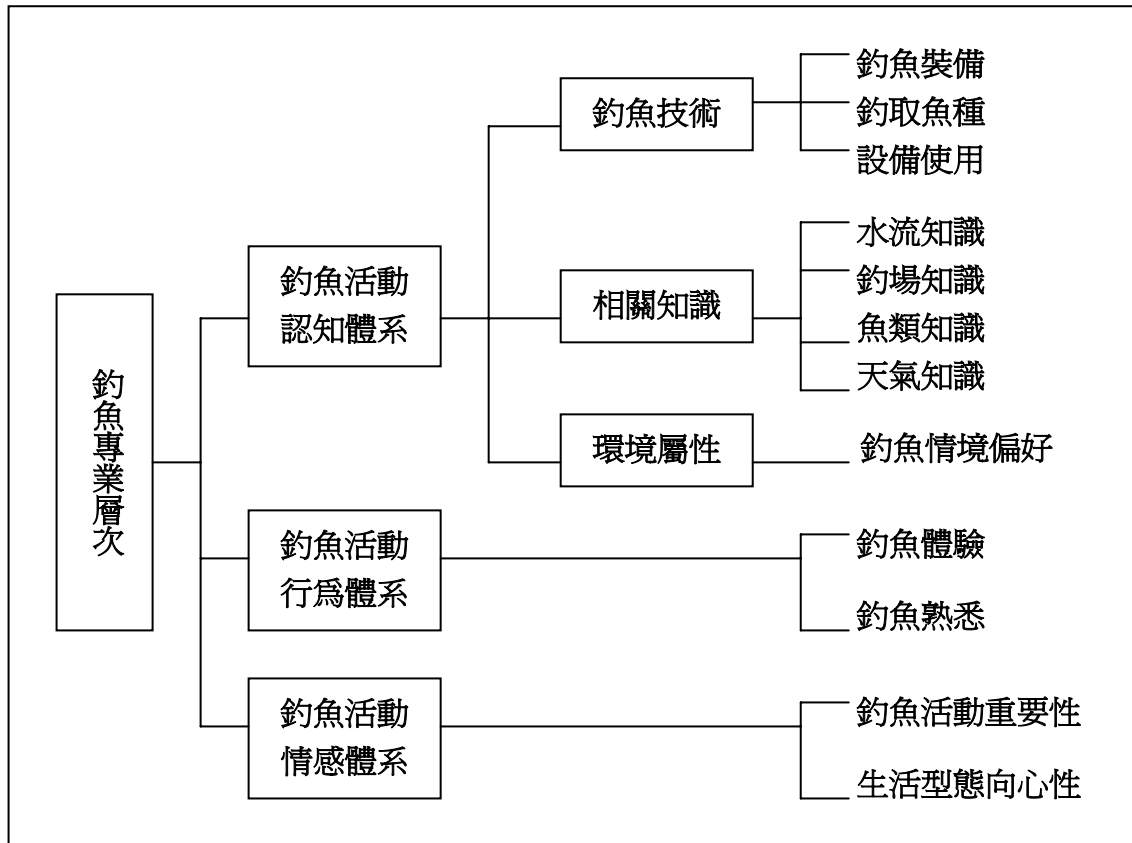


圖 4-1 釣客遊憩專業層次向度架構圖

資料來源：謝純安（1994：42）

1. 問卷項目說明

² 謝純安（1994）、林連池（2002）經項目分析、相關分析、信度分析，結果顯示出各試題與總量表之相關皆答.50 以上，總量表信度為.95 以上，說明釣者專業層次評定量表上的試題具有高相關及良好的信度。

茲將遊憩專業層次測度的三大體系分述如下：

(1) 認知體系：包含釣魚技術、釣魚知識及環境屬性偏好三方面。

a. 釣魚技術

本研究中以「釣魚相關設備」的使用熟練程度、「釣取魚種」偏好程度，以及「釣魚裝備」的擁有程度、使用技術，來對釣者進行釣魚技術的向度，了解釣者是否達到 Bryan (1977) 所界定的最高層次釣者（技術—釣場型釣者）。

b. 相關知識

高專業層次的釣者在增進本身的釣魚專業技術時，對於釣魚活動的相關知識的汲取將當重視。因此擬以「海釣場水流變化」、「釣場的熟悉度」、「釣獲魚種的認識」、「天氣³對釣魚的影響」等相關知識程度來測度釣者的專業層次。

c. 環境屬性偏好

釣客對某一類的釣場有特殊偏好，則對此類環境必定非常了解，相對的專業層次也就提高。

(2) 行為體系：包含釣魚活動的體驗、釣場的熟悉程度兩方面。

a. 釣魚活動體驗

是指釣客曾經參與的釣魚方式、偏好的釣魚方式，以及是否重複參與同一釣場的活動，因為參與釣魚的年數多，也就代表擁有較多的釣魚體驗，所以釣魚專業層次較高。

b. 釣場熟悉程度

高專業層次釣客不但對於釣魚的技術相當好之外，也會對所要去的釣場環境非常的熟悉，當釣客都到固定的釣場釣魚，代表其了解該釣場的特殊情況，以及釣況變化差異等特性。所以對釣場愈熟悉則專業層次愈高。

³ 謝純安 (1994) 原以「氣候」為指標，但筆者認為「天氣」應該更能符合題意，故做此更改。

(3) 情感體系：主要是由心理方面了解釣客的投入程度，包含釣魚活動的重要性，以及生活型態上對釣魚活動的向心性。

a. 重要性

依據架構概念，釣客會對釣魚活動產生強烈的關心，因此，以釣客是否能夠感受到釣魚活動對他的重要性、參與頻率、釣魚活動佔休閒活動的百分比為依據，當所佔的比率愈高，代表釣魚活動愈重要，專業層次也就愈高。

b. 生活型態的向心性

高專業層次釣客在生活型態上，必定對釣魚活動產生高度的向心性，所以，釣客也就會特別注意釣魚活動的發展以及訊息，或者是在生活圈中與他人討論釣魚活動。這也就是 Bryan 所指出釣者開始由資訊媒介與組織的參與，漸漸走向同質團體的過程，並構成休閒社交圈。釣客既然感到對釣魚活動有高度的向心性時，必然會引發自己對釣魚活動方面的知識及相關領域訊息的需求，而在努力滿足需求的同時，釣客本身的專業層次也就相對提高。

2. 釣客遊憩專業評定

根據遊憩專業層次問項架構進行評定，並將三個組成專業層次的體系——認知、行為、情感——視為在強化專業層次上有相同的效應，而每一體系中的各個次體系也具有相同的強化效果，並且為了量化方便，每一項目盡量使用等距尺度進行評定⁴，評定過程見圖 4-2，最後將釣客劃分為「低」、「中」、「高」、「專家」四個專業層次。

⁴ 本研究與謝純安之研究不同的是，謝之問卷皆由釣客自行填寫，所以適合使用連續尺度，而本研究之問卷由訪問員口頭詢問釣客，由訪問員填寫，避免受訪釣客回答不清時，則由訪問員進一步探究其意思，並且環境識覺之問題採用開放式回答，並未預設立場。

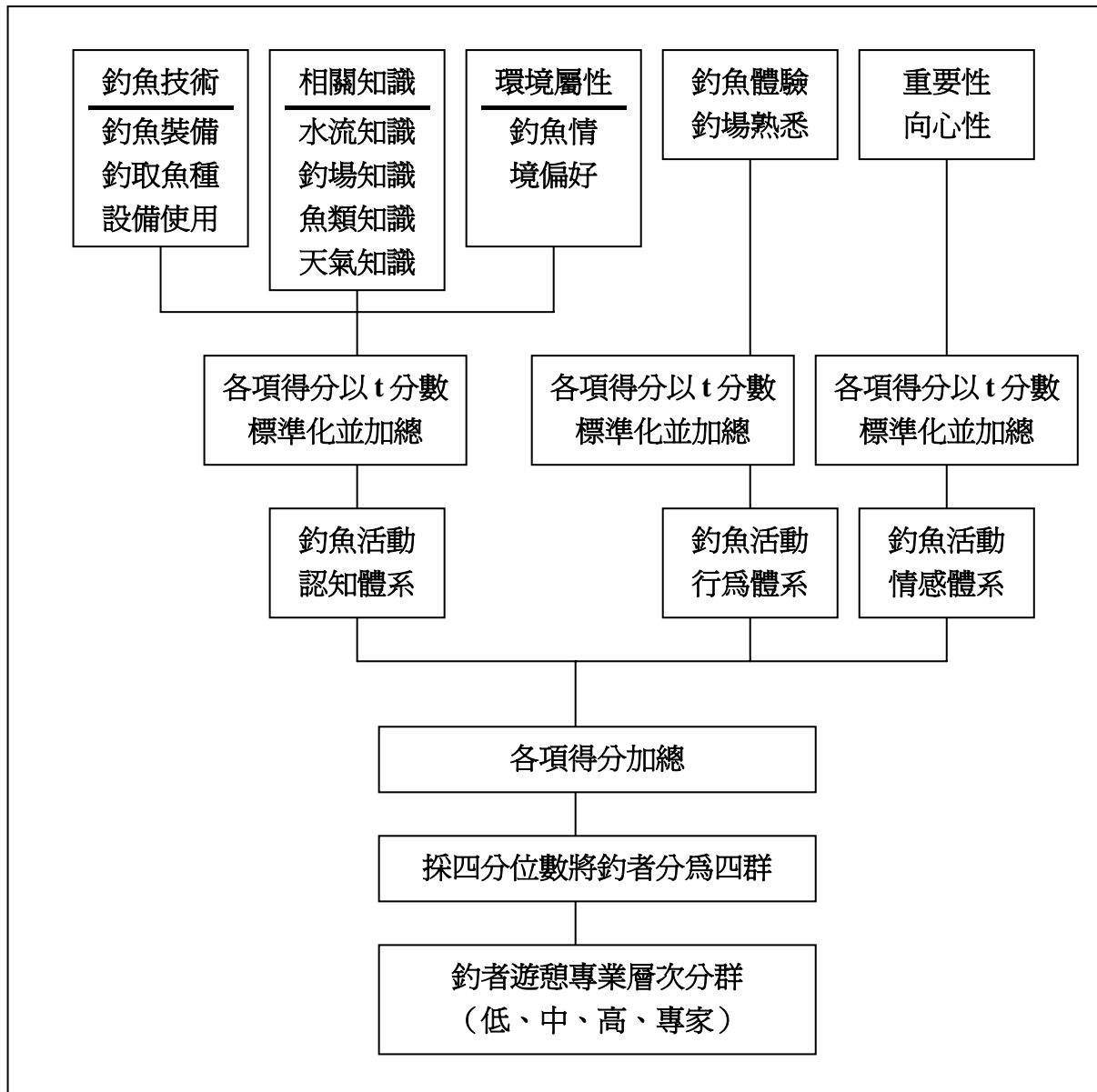


圖 4-2 釣客遊憩專業層次評定程序示意圖 資料來源：修改自謝純安（1994：46）

3. 釣客專業層次特性分析

根據釣魚專業層次的評定分級之後，接下來要對四個層次的釣客特性進行分析，以找出不同層次的釣者在三大體系所反應的狀況，其方式如下圖 4-3，利用單因子變異數分析（One-way ANOVA Analysis）⁵。

⁵單因子變異數分析是用一個單一自變項來考驗三個或三個以上平均數之間的差異性顯著（林清山，2002：313；梁蘄善，1991：183）

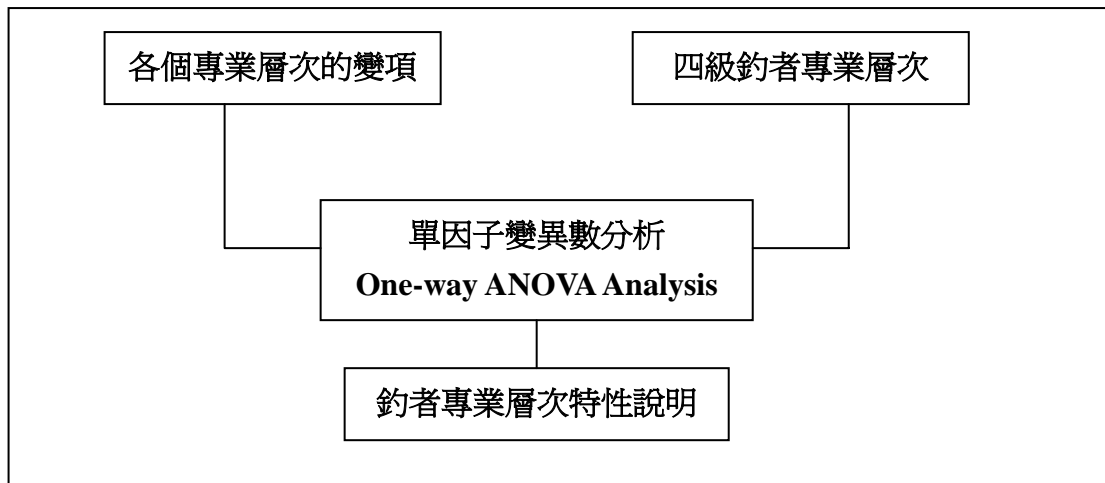


圖 4-3 釣客遊憩專業層次特性分析流程圖 資料來源：修改自謝純安（1994：47）

二、釣魚動機研究架構

有關動機的相關理論十分分歧，人本心理學家馬斯洛（Maslow）對人類的動機，持一種整體的看法，認為人類的各種動機是彼此關聯的，人類的行為係由需求所引起，且有高低之分，他將人類的需求分成生理、安全、社交、尊敬、自我實現等五個層次，每當較低層次的需求獲得滿足時，較高一層的需求將隨之而生，因此馬斯洛的動機理論被稱為「需求層次理論（Maslow's Hierarchy of Needs）」。

而 ERG 理論乃是 Alderfer 修正上述馬斯洛的理論而來，主要分為三個階層需要：(1)生存需求——包含馬斯洛的生理與安全需求；(2)相關需求——包含馬斯洛的社會和尊敬需求；(3)成長需求——包含馬斯洛的尊敬及自我實現需求。不同的是 Alderfer 認為以上三種需求階層是會同時發生的，也就是當較低的需求還沒被滿足時，較高層次的需求仍可能會產生（林連池，2002：14-15）。

謝純安（1994）依據國外學者的實證研究的動機變項，配合 ERG 動機理論（Existence Relatedness Growth）研擬出九大項的動機變相，並依海岸遊憩釣者的實際狀況做修正，將釣魚動機整理成生存需求、社會（相關）需求、成長需求等三大方面，而筆者在問卷預測完後，針對海水池釣的特性，

再加入「時間容易掌控」、「可以賺錢」兩項，整理如圖 4-4。

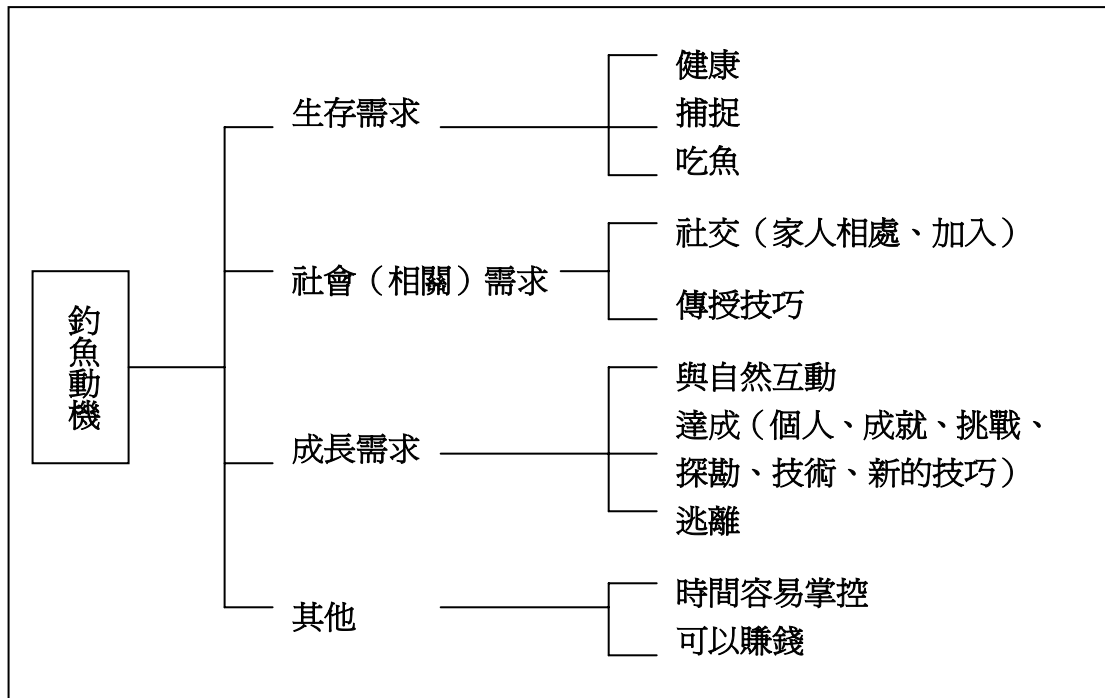


圖 4-4 釣魚動機變項架構圖 資料來源：修改自謝純安（1994：47）

三、釣場經營管理措施

遊憩活動的環境屬性是指某遊憩活動進行時，其發生活動的地點特性，此特性包括該地點的自然資源、環境象徵、及經由管理而塑造的特性 (McCool *et al.* 1984，引自顏家芝等，1995：85)。海水池釣場是人為創造的釣點，其發生的地點、區位與機制已在第三章談過，所以，對於釣客的訪問僅納入釣客選擇海水池釣場所選擇的依據，以及對釣場的經營管理意見。

(二) 研究工具

針對釣客研究的調查工具分為兩部分，第一部分為「釣客專業層次問卷」，第二部分為「釣客環境識覺研究」，第三為「釣者環境屬性需求問卷」。

筆者在確定研究問題後，蒐集相關文獻資料，確定沿用「專業層次問卷」，

並確認量化資料分析方法，並研擬環境識覺之質性訪問議題，經 2005 年 2 月預訪後，修訂完成問卷（見附錄四），並於 2005 年 2~7 月完成問卷，評分標準見附錄五。

（三）釣客專業層次分類

本研究共訪問 83 位釣客（濱海型釣客 53 位，內陸型釣客 30 位）所得到的問卷結果，將其得分輸入Excel加總得出動機和三大體系的得分，三大體系相加而成遊憩專業的總分，並再用SPSS for Windows 10.0 版統計套裝軟體以四分位數區分為四個專業層次的分群（見表 4-1），分數由低到高分別命名為「低專業層次」、「中專業層次」、「高專業層次」、「專家專業層次」，利用單因子變異數分析檢驗其是否達到顯著水準，代表三大體系是否能夠有效的區分出四個專業層次，再利用事後比較法檢驗⁶（表 4-2）得知，即使四個遊憩專業層次差異達顯著水準，但是四個層次的三大體系顯著性也有所差異。分別將四個專業層次的特性說明如下：

表 4-1 釣客遊憩專業層次得分表

遊憩專業	個數	認知體系	行爲體系	情感體系	總分	備註
低	20	36.60	43.03	45.51	125.14	
中	30	50.16	47.47	46.39	144.02	
高	12	56.17	49.19	49.03	154.39	

⁶ 單因子變異數分析旨在看出整體性F值（overall F）是否達到顯著水準，若有顯著，再進一步找出哪些對平均數之間有顯著差異存在，也就是用事後比較法來達成使目的，而以薛費法（Scheffé Method）最為常用，因為薛費法可以適用於各組人數不同或需要複雜比較的情況，還可以選用不同的係數做比較，而且薛費法也是所有的事後比較法中最嚴謹的。（林清山，2002：362）

專家	21	57.11	61.19	60.83	179.13
----	----	-------	-------	-------	--------

資料來源：2004年7月~2005年6月田野實察

表 4-2 釣客遊憩專業層次與三大體系事後比較法結果一覽表

認知體系			行為體系			情感體系		
(I) PGROUP	(J) PGROUP	平均差異 (I-J)	(I) PGROUP	(J) PGROUP	平均差異 (I-J)	(I) PGROUP	(J) PGROUP	平均差異 (I-J)
低專業	中專業	-13.5577(*)	低專業	中專業	-4.4312	低專業	中專業	-.8860
	高專業	-19.5675(*)		高專業	-6.1555		高專業	-3.5263
	專家專業	-20.5138(*)		專家專業	-18.1593(*)		專家專業	-15.3201(*)
中專業	高專業	-6.0098	中專業	高專業	-1.7243	中專業	高專業	-2.6403
	專家專業	-6.9561(*)		專家專業	-13.7281(*)		專家專業	-14.4341(*)
高專業	專家專業	-.9463	高專業	專家專業	-12.0038(*)	高專業	專家專業	-11.7938(*)

【說明】1. * 在 .05 水準上的平均差異達顯著水準。

2. 資料來源：2004年8月~2005年6月田野實察

1. 低專業層次釣客

從表 4-1 可以得知，低專業層次釣者在專業層次三大體系中普遍得分較低，平均總分為 125.14 分，因為釣魚對他們而言是屬於新接觸的領域，對於釣魚活動的技術、裝備、魚類知識等相關之事皆為入門者，或許是因為釣魚活動尚未成為主要興趣之一，在認知體系方面與其他三個層次差異接達顯著水準，不過在情感、行為方面，則與中專業、高專業層次的釣者沒有顯著差異，而與專家專業層次的釣客區分最為明顯，三個體系的差異皆達顯著水準。

2. 中專業層次釣客

此類型的釣者在三大體系中平均得分 144.02 分，不過與其他三個層次相較，認知體系方面與低專業、專家專業層次有顯著差異，而行為體系和情感體系則只和專家專業有顯著差異，代表中專業層次與低專業主要差

異是在認知體系，而與專家專業相較則是各方面都有顯著不同，唯有與高專業層次都不顯著，代表這兩個層次差別不大。

3. 高專業層次釣客

本類型的釣客平均的得分 154.39 分，前面提到高專業層次與中專業沒有顯著差異，只有平均得分較高，與低專業相較則是在認知部分有顯著，但是行爲、情感並沒有顯著，而和專家專業層次相比較，在釣魚的認知方面差異不大，而是在釣魚活動的情感偏好、行爲等部份有顯著差異。

4. 專家專業層次釣客

海水池釣場的專家專業層次釣者在各方面均優於其他三個層次，平均得分 179.13 分，唯有在認知體系的表現與高專業層次釣者的表現沒有顯著差異，也就是說，專家專業層次較勤於走訪海水池釣場，且偏好於此，而認知部分的差異不顯著主要是因為大多數的釣客知識來源是「自行摸索」⁷，即使已經是專家專業層次的釣客也很少會因為喜愛釣魚、釣魚技巧高超，而主動研究釣魚知識。代表當釣魚知識知道得愈多，並不一定代表在情感與行爲也有相同程度的配合。

總而言之，四個專業層次的釣客相較之下，認知體系較能區分低專業層次與其他層次的差異，而較高的專業層次則是以行爲和情感體系較能區分。此外，Bryan (1977) 認為參與活動的釣者在一段時間之後會由專業層次較低趨向較高的專業層次，筆者認為這也是為何在本研究中有些專業層次在某個體系差異未達顯著水準的原因。

(四) 遊憩專業與三大體系相關程度檢定

專業層次與三大體系與的相關程度，可以用皮爾遜相關係數⁸來表示，從表

⁷ 見圖 4-8。

⁸ 觀察兩種事物變化的相關性要看「相關性的大小」、「相關性的正負」，其可用相關係數

4-3 可以看出，三大體系與遊憩專業層次都達到顯著水準，並且呈現正相關，也就是說當釣客對釣魚知識認識愈多、參與釣魚的次數愈多、以及與喜愛釣魚時，其專業層次也愈高。

不過兩兩相互比較時，可以從表中可以發現，情感體系和行爲體系相關程度較高，代表釣客對於海水池釣的喜愛會表現在實際行動上，而認知卻不一定，這與前面表 4-2 的結果是相同的。

表 4-3 釣客遊憩專業與三大體系 Pearson 相關係數一覽表

	行爲體系	情感體系	專業層次
Pearson 相關	.264(*)	.219(*)	.687(**)
認知體系 顯著性 (雙尾)	.016	.047	.000
個數	83	83	83
Pearson 相關		.941(**)	.623(**)
行爲體系 顯著性 (雙尾)		.000	.000
個數		83	83
Pearson 相關			.578(**)
情感體系 顯著性 (雙尾)			.000
個數			83

** 在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

第二節 海水池釣場釣客社經特性分析

本研究對於海水池釣釣客進行社經背景分析的項目計有：性別、年齡、職業、教育程度、家庭組成、家庭月收入、居住地、交通工具、交通花費時間共九項(表

(Correlation Coefficient) 來表示，以皮爾遜相關係數 (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient，以r表示之) 最為精確。(梁薪善，1991：201-203)

4-4)。

表 4-4 海水池釣場釣客社經特性次數分配表

濱海型				內陸型			
項目	基本資料	N	%	項目	基本資料	N	%
性別	男	53	100	家庭狀況	未婚	12	22.64
	女	0	0		已婚沒小孩	5	9.43
	合計	53	100		已婚小孩未成年	27	50.94
年齡	20 歲以下	0	0		已婚小孩已成年	9	16.98
	20-40 歲	33	62.26		合計	53	100
	40-60 歲	15	28.30	家庭月收入	20000 元以下	3	5.66
	60 歲以上	5	9.43		20001-40000 元	14	26.42
	合計	53	100		40001-60000 元	8	15.09
職業	農	1	1.89		60001-80000 元	16	30.19
	工	21	39.62		80001 以上	12	22.64
	商	9	16.98	合計	53	100	
	軍公教	11	20.75	交通工具	步行	1	1.89
	學生	0	0		機車	11	20.75
	自由業	11	20.75		汽車	41	77.36
	合計	53	100		公車	0	0
教育程度	國中	5	9.43		合計	53	100
	高中職	22	41.51	花費時間	30 分以內	20	37.74
	大學專科	21	39.62		30-60 分	22	41.51
	研究所以上	5	9.43		60 分以上	11	20.75
	合計	53	100		合計	53	100
合計	53	100					
性別	男	30	100	家庭狀況	未婚	5	16.67
	女	0	0		已婚沒小孩	5	16.67
	合計	30	100		已婚小孩未成年	14	46.67
年齡	20 歲以下	0	0		已婚小孩已成年	6	20.00
	20-40 歲	22	73.33		合計	30	100
	40-60 歲	8	26.67	家庭月收入	20000 元以下	0	0
	60 歲以上	0	0		20001-40000 元	8	26.67
	合計	30	100		40001-60000 元	6	20.00
職業	農	0	0		60001-80000 元	8	26.67
	合計	0	0		80001 以上	8	26.67

	工	10	33.33		合計	30	100
	商	11	36.67				
	軍公教	2	6.67				
	學生	0	0.00				
	自由業	7	23.33				
	合計	30	100				
教育程度	國中	2	6.67	交通工具	步行	0	0
	高中職	12	40.00		機車	18	60.00
	大學專科	13	43.33		汽車	12	40.00
	研究所以上	3	10.00		公車	0	0.00
	合計	30	100		合計	30	100
				花費時間	30分以內	26	86.67
					30-60分	4	13.33
					60分以上	0	0
					合計	30	100

資料來源：2004年8月~2005年6月田野實察

一、性別

釣客的性別組成是一個很有趣的現象，不論是濱海型或是內陸型海水池釣場，其釣客清一色都是男性，筆者長期觀察釣客的性別組成都是如此，偶一出現的女性都是陪伴男性釣客前往，偶爾幫忙持竿、購買餐點飲料，並不會單獨開單。若是有較專門的女性釣客，甚至還可以躍上釣魚雜誌，成為釣魚界的焦點。

釣客的性別組成之所以會有這樣的現象，台灣現代的審美觀念認為「一白遮三醜」，而海水池釣場都是在戶外，夏天炎炎炙陽，冬天寒風刺骨，因此很少有女性會對釣魚活動樂此不疲。

我老婆婚前常常陪我來釣魚，可是因為太熱了，你知道女生都很怕曬黑，這邊魚腥味又重，從結婚懷孕以後，就很少陪我了。(受訪者14/中專業)

我偶爾會來啦！要看天氣熱不熱，...我只會釣一點點，而且，要把魚鉤在鉤鉤上，我覺得很恐怖，每次都叫他幫我鉤。不過，手裡只要拿著釣竿的時候，就會有心跳加速的感覺，其實也還滿好玩的。(受訪者14的太太)

不過，釣魚是一種固著性很強的休閒活動，一旦迷上了，就很難罷手。

另外，傳統的觀念中，「捕魚」是男性的維生工作之一，女性並不會參與這樣的活動。而且「公共場所對男性與女性的意義是不同的，公共空間被視為是性構的（gendered）、性別及種族歧視的場域」（許義忠，2004：89）。筆者多次拜訪海水池釣場，發現當單一女性出現在這樣的公共空間時，總是備受矚目，相對的也就削弱了單一女性前往的勇氣與意願，不過在筆者說明來意後，大部分的釣客還是樂於接受訪問。

二、年齡

濱海型海水池釣釣客年齡絕大部分都是 20-40 歲的青壯年人口，而內陸型的海水池釣場更是如此，40-60 歲次之，主要是因為這是一項所費不貲的休閒活動，特別是釣客的釣魚頻率都很高（圖 4-6），代表每個月要花在海水池釣的費用相當的高，而這個年齡階層的釣客事業穩定，有一定的收入，才能夠負擔的起這樣的高消費。

即使有少數的其他年齡層，筆者發現還是以較高年齡的 60 歲以上為多，向下延伸者付之闕如，所以再一次符應筆者的推論。而筆者實際在海水池釣場的觀察，其實 60 歲以上的釣客人口也不少，不過因為年長者願意接受訪問的意願較低，所以才有這樣的結果。

三、職業與收入

濱海型海水池釣場的釣客職業分布以「工」居多，這可能與釣場附近有較多的工業區（新豐工業區、湖口工業區、新竹科學園區等）有關，；另外，「商」、「自由業」的比例也不少，經筆者進一步詢問，原來多為經營餐飲業者，下午才開始營業，早上趁空檔，只要花三個小時就可以享受釣魚樂，所以池釣深受時間不足者的青睞，「軍公教」居第四，因為軍公教的釣客收入較為穩定，每個月即使固定花費在釣魚的項目，也不用為經濟不景氣而煩惱，且筆者前往訪問的時間

多為假期也有相關。而這一點與 Bryan (1977) 所得到的結果相當一致，他發現專業程度愈高的釣者爲了要爭取更多的時間去釣魚，通常選擇時間較能配合的職業，例如美國的教師（有三個月的暑假）、相關釣具業製造者等；而學生在海水池釣場未見蹤影，這也是與池釣的高消費有關。

我自己是很喜歡船釣啦！可是都要排比較長的假期才能夠出去爽一次，平常「釣癮」犯的時候，就只好先來這種地方解解癢！（受訪者 11／專家專業）

而內陸型海水池釣場的釣客職業類別，則是「工」、「商」差不多，代表都會區的職業結構以二、三級產業爲主，而軍公教人員較濱海型少，時間容易配合釣魚的自由業也有 23.33%。

至於釣客的家庭月收入，也因爲海水池釣場池租較高，所以釣客收入也相對較高，濱海型以月入六~八萬佔最多數，內陸型則是都很平均。

四、教育程度

濱海型海水池釣場的釣客教育程度以高中職最多，大學專科以及研究所以上加起來也有 49.05%，內陸型更高，有 53.33%，這與一般「釣魚活動的參與者大多低學歷」的刻板印象有所不同。

五、家庭組成

謝純安(1994)訪問東北角海岸遊憩釣者的實證研究，其釣客家庭組成以「未婚」(49.8%)、「已婚且小孩已六歲」(22.4%)，謝推測這應與此兩種家庭狀況的釣客休閒時間較多的緣故；而林連池(2002)訪問高雄興達港水域的岸釣釣客的研究，也以「未婚」(37.5%)、「已婚且小孩已成年」(29.8%)的釣客爲多。

不過海水池釣場的釣客家庭組成以「已婚小孩未成年」者居多，濱海型佔 50.94%，內陸型也有 46.67%，爲何會有這麼大的差異，筆者推估這與池釣「時

間好掌控」的特性有關。Moldvanyi (2004) 調查美國的池釣者的家庭組成，也發現以「已婚小孩未成年」者居多，不過台灣的池釣是適宜已經成家，而時間不足的釣者，但是在美國池釣則是適合與家人同遊之地。

我本來早上就要來，可是因為小孩感冒，早上先帶他去醫院看醫生，所以只好現在（下午）才來，反正我家很近，10 分鐘就到了。（受訪者 18／中專業）

六、居住地、交通工具、花費時間

大部分的海水池釣場的釣客都選擇距離自家較近的釣場，因為不論是綜合池、高級池還是專業池，三種池種全台都有，經營型態大同小異，且幾乎全年無休，所以基本上不需要長途跋涉，只需要在住家附近選最滿意的釣場下竿即可，而且釣客表示，在海水池釣場若要有好的成績，必須對釣場非常了解，才能知道魚窟所在，所以通常釣客的花費路程都不會太遠，不過濱海型的釣客以 30-60 分鐘的路程居多數，佔了 41.51%，路程花費一小時以上的釣客較少，內陸型的釣客則是以 30 分以內的佔絕大多數，佔 86.67%，代表內陸型的市場域較濱海型來的更小。

同時這也代表海水池釣場的服務圈範圍以在地為主（見圖 4-5），只有少數釣客從台北南下。

我自己在台北也有在釣，可是因為台北的水質不像這邊（新竹大庄區）比較好，所以魚釣起來以後我覺得不太新鮮，而且限制很多，所以我寧願開車來這邊釣。（受訪者 11／專家專業）

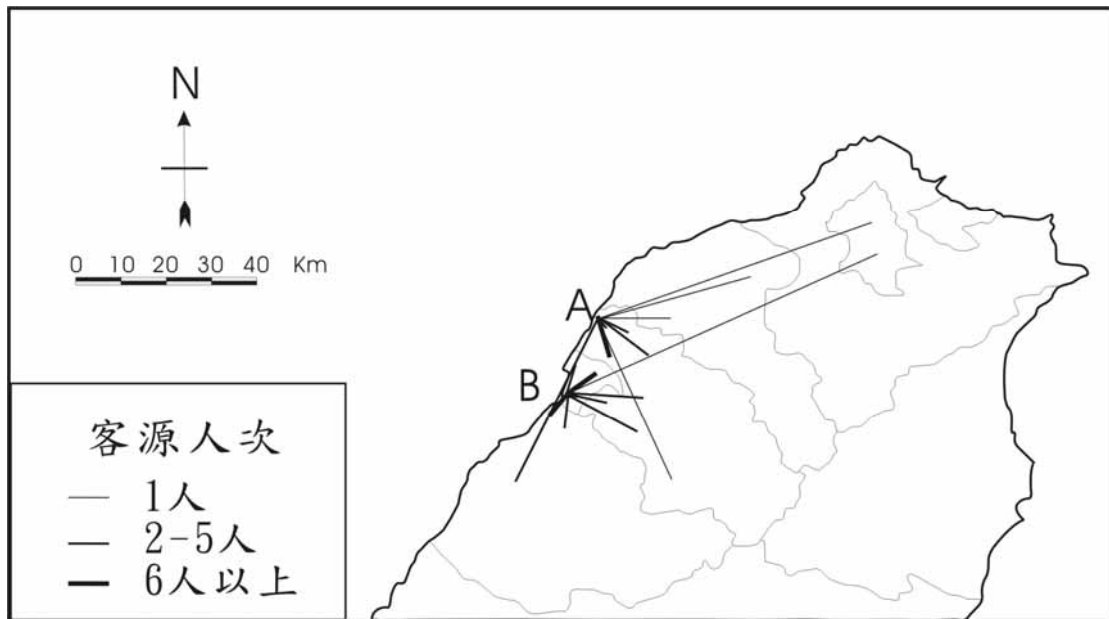


圖 4-5 新竹地區濱海型海水池釣場客源分布圖

資料來源：2004 年 7 月-2005 年 3 月田野實察

釣客所使用的交通工具也有所不同，濱海型的釣客因為要攜帶的釣具除了釣竿以外，還有釣組、冰箱、撈魚網、餌料盒，甚至釣餌還不只一種，因為是活餌，活蝦、活魚還要再另外準備附有打氣幫浦的冰箱，東西非常的多，使用機車往往不好載，騎著機車還要扶著釣竿，非常危險，所以釣客使用汽車前往濱海型海水池釣場非常普遍，佔 77.36%。而內陸型的釣客則使用機車較多，佔 60%，因為在市區中有汽車停放的問題，所以機車比較方便，而且內陸型的龍膽石斑池還提供釣客置物櫃，減少釣客攜帶太多東西的不便。

從以上可知，海水池釣場的釣客青一色是男性，年齡以 20-40 歲為主，職業以能夠配合釣魚時間的工、商、自由業居多，教育程度大部分是高中職、大學專科，家庭狀況則是已婚小孩未成年為主，家庭月收入以 2-4 萬、6-8 萬者較多，交通工具則呈現兩種區位型態的差異，濱海型的釣客以汽車為主要的交通工具，花費時間較長，30-60 分最多，而內陸型的釣客則以機車為主要交通工具，花費時間多在 30 分鐘以內，代表濱海型的市場域較大。

第三節 海水池釣場釣客專業層次分析

第四章第一節有提到三大體系與不同遊憩專業層次有顯著差異，以下就三大體系個別問項，再與專業層次做單因子變數分析，並將差異達顯著水準之相關因素列出：

一、三大體系問項分析

(一) 認知體系問項

本體系共有 22 道問項，大部分的題目都能良好的區分出釣客的遊憩專業層次，代表這些題目可以良好的區分出不同的專業層次，代表釣客擁有的釣魚裝備

表 4-5 認知體系評定遊憩專業結果一覽表

差異達顯著水準	差異未達顯著水準
A1. 我所擁有的釣竿數 A2. 我的相關釣魚裝備都擁有齊全 B2. 每次都能釣到想要釣的魚 B3. 我能根據想釣的魚來選用合適的釣法 B4. 我能判斷魚的泳層來決定釣點的深度 C1. 我能根據想釣的魚來選擇適合的魚鈎 C2. 我能根據想釣的魚來選用不同粗細的釣線 C3. 我能根據想調的魚來選用適合的浮標 C4. 我能根據想釣的魚來選用適合的簽錘和八字環 C5. 我能根據想釣的魚來選擇合適的釣竿 C6. 我能根據釣魚環境來選擇適合的釣竿 D1. 我對海水池釣場中的水流變化有所了解 D2. 我知道海水池釣場中「流紋」的位置 D3. 我知道海水池釣場中「魚窟」的所在 E1. 我對於想要釣的魚的生活習性有所了解 E2. 我對想要釣的魚的索餌習性有所了解 E3. 我對於釣到的任何一種魚都有認識 F1. 我對釣魚時的天氣了解 F2. 天氣會影響我是否要釣魚	B1. 偏好魚種 C7. 每次釣完魚，我都會對釣具進行保養 E4. 我能因為魚的習性選擇不同的時段釣魚

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 5 月田野實察

愈齊全、對目標魚種愈認識、對釣法愈熟悉，其專業層次愈高。但是在認知體系中有五道題目在四個專業層次差異並不顯著（見表 4-5），分別說明如下：

B1. 偏好魚種

釣客的專業層次與偏好魚種不一定相關，但是筆者依然將題目列上，主要是池釣的魚種是吸引釣客非常重要的原因之一，而有特別偏好魚種的釣客幾乎都是

表 4-6 釣客偏好魚種及其原因一覽表

受訪者編號	魚 種	原 因
02	石斑	好吃
03	石斑	拉力強
04	石斑	拉力強
24	石斑	美味、好釣
42	石斑	拉力強
43	石斑	價格好
05	石斑、紅魴	比較好釣、會咬
10	虱目魚	拉力強
33	虱目魚、烏溜	拉力強
18	紅魴	非常了解其習性、棲息地、釣獲率高
21	紅魴	好釣
15	紅魴、石斑、牛港鱗	拉力強
14	紅魴	吃餌爽快
40	苦花	零污染
41	苦花	拉力夠
17	海豚	好吃
13	海鱸	好吃、體型大、有成就感
23	烏格	釣技高超
06	龍膽石斑	拉力大、體型大、釣起來很刺激
07	龍膽石斑	體型大、拉力強
82	龍膽石斑	有錢賺
67	紅魴	吃餌乾脆
78	紅衫	拉力強

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

喜好拉力猛、就餌乾脆、美味之魚種（表 4-6）。也因為如此，有些海水池釣場會提供「代客煮魚」、「烤魚」的設備服務。

C7. 每次釣完魚，我都對釣具進行保養

釣客是否會對釣具進行保養與專業層次並無相關，主要是一次的釣魚歷程光是花在海水池釣場就要三小時，再加上早起或是購買魚餌，再加上路程的來回，就要不少的時間，有時又要處理漁獲，釣魚一趟下來也要耗費不少體力，因此往往無力於清理釣具。而且現在的釣竿材質都不錯，對於鹹水的耐度都很夠，所以不見得每一次都要保養釣具。

釣客使用的保養方法多為用水清洗釣線、釣竿，捲線器上油保護。

E4. 我能因為魚的習性選擇不同的時段釣魚

喜愛海水池釣的釣客，主要就是因為時間好配合，所以才選擇池釣，所以即使清楚魚的習性、就餌時間，但是大多數的釣客還是遷就自己的時間，來選擇釣魚的時段，而從釣客對於這一點的反應也可以得到驗證，所以再次證明時間好掌握是池釣吸引釣客主要的原因之一。

因為池釣最不需要考慮潮汐、天氣，只要我想要釣，釣竿背著就可以去釣魚。像我也很喜歡堤釣，可是就要看時間，潮汐是不是可以配合，而且，我喜歡釣的魚種也要看時間（季節性），黑毛、嘉鱻都有一定的季節性，不是想釣就釣，不過來這種池釣就可以都釣的到。（受訪者 1／專家專業）

池釣輕鬆多囉！不用凌晨三點摸黑起床，冬天的時候冷的跟什麼似的，那多痛苦。而且，池釣不用看潮水，所以來回的時間都可以自己控制，不像我每次去釣船釣，都被老婆罵到臭頭。（受訪者 11／專家專業）

我知道鱸魚最好要早一點才會吃餌，但是我都選星期天的下午來，差不多五點左右，而且最好是早上熱一點，下午有點雲，陽光不會太強。因為老闆多在星期五放魚，所以大概在星期天就比較會吃。其實這個時間也不是哪麼一定，因為釣七星鱸嫌太晚，釣金目仔太早，我自己也是星期天才有放假，早上怕起不來，中午就太熱，所以就選這個時間來。(受訪者 30 / 中專業)

(二) 行為體系問項

此體系共有十一道題目，差異達顯著水準的有七個問項，沒有的則有四道(參見表 4-7)。

表 4-7 行為體系評定遊憩專業結果一覽表

差異達顯著水準	差異未達顯著水準
G1. 我都到固定的釣場釣魚	I4. 我經常閱讀有關於釣魚的報導或訊息
G2. 釣魚前我都會先勘查釣況、場地	I10. 是否加入釣魚協會
G3. 我依據想要釣的魚選擇不同的釣場	Be3. 曾經參與的釣魚方式
I6. 參與池釣的頻率	Be12. 結伴同行的人數
Be2. 參與海水池釣的年齡	
Be6. 到該海水池釣場的次數	
Be10. 釣魚時間佔休閒時間的比例	

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

行為體系包含早期的體驗活動、對活動熟悉所構成，因為重複的參與活動行為，會促進對活動的認知更加明確，從表中可以得知，當釣客參與池釣的頻率愈高、參與海水池釣的時間與長、釣魚時間佔休閒時間比例愈高，釣客的遊憩專業層次也就愈高。同時也驗證了釣客的行為體系對遊憩專業的影響。

前面在探討認知體系時，釣客就已經表示對海水池釣場的認識來自於經驗的摸索，所以釣客對於同一個釣池的重複拜訪率也很高(見圖 4-6)，83 位受訪者

當中就有 47 位在該海水池釣場釣魚的次數高達 30 次以上，因為釣客表示，想要在池釣的領域有所收穫的話，不二法門就是「多繳學費」。

每一個池子的魚窟都不一樣，所以我也很難告訴妳到底要怎樣決定下竿的地點，……反正就是要多來釣幾次就知道了！
(受訪者 4 / 高專業)

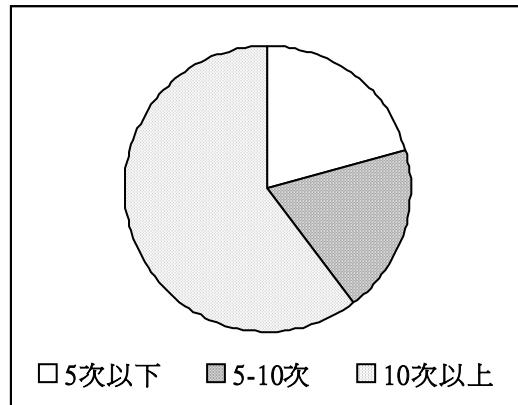


圖 4-6 一年內海水池釣場釣客重訪海釣場次數比例圖

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

魚都會有自己的領域性，固定在哪裡就是在哪裡，可是池子的底是怎樣的地形我們也不知道，所以就只有多來看看，順便看看在哪裡下竿的人釣得最多，我們偷學起來就對了，而且用別人好用的餌也是不錯的方法。(受訪者 25 / 低專業)

Bryan (1977) 指出休閒活動的進行都含有某種社會程度上的意義，並且以社會學建構遊憩專業來討論遊憩活動，藉此說明活動者的特性。他認為專業的遊憩活動者將形成一種連續，超越傳統職業和阻礙層級，與其他成員結成休閒的社交圈 (Leisure Social Worlds)，並且有著類似的態度 (Attitude)、信仰 (Beliefs)、以及意識形態 (Ideologies)，並從事類似的行為以及有群體的認同感 (Bryan, 1977: 186)。

雖然在池釣的田野時察中，發現大部分的釣客並沒有參加正式的釣魚團體、釣魚協會，但是遊憩專業層次與社交還是有顯著差異，遊憩專業層次較高的釣者釣會與朋友同行釣魚，並且從動機分析也可以發現相同結果，專業層次較高者釣魚的主要目的之一就是要與朋友相處。所以雖然絕大部分的釣客沒有加入釣魚的團體、協會，可是還是可以看出其次團體的存在，只是這樣的次團體沒有組織，

也沒有強制性，純粹是因為釣魚而形成的小團體⁹。

而這樣的休閒社交圈並不只侷限在釣客與釣客之間，池主與釣客的關係很重要（見圖 4-7）。釣客認為池主有信用，真的有放魚，魚的索餌率高，自然而然釣客就願意來釣魚，並且會口耳相傳，常來的釣客就會與池主熟識，甚至有的釣客轉客為主，成為海水池釣場的經營者。

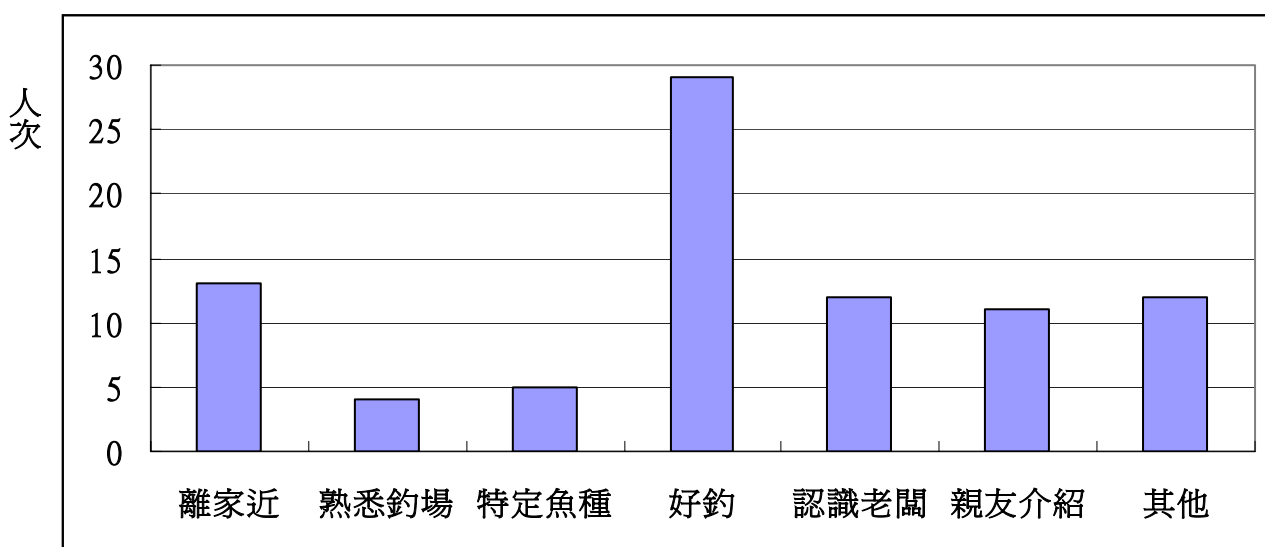


圖 4-7 海水池釣場釣客選擇海釣場原因示意圖

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

而沒有顯著相關的部分有三道題目，其不顯著之原因如下：

Be3. 曾經參與的釣魚方式

在池釣要有很好的成績需要勤跑海水池釣場，所以當一位釣者參與的釣魚方式愈多，並不能代表該釣客在海水池釣的專業層次一定較高。

Be12. 結伴同行的人數

雖然社交休閒圈對於遊憩專業的構成是很重要的因素，但是專業層次的高低

⁹ 筆者前往田野實察時發現，釣客與釣客、釣客與池主之間相當熟稔，甚至還有池主忙不過來，釣客代為處理池務的情形，釣客即使不釣魚，也會坐在釣池旁，與池主、釣客三三兩兩聊天。

並未與人數多寡成正比。

I4. 我經常閱讀有關於釣魚的報導或訊息

從圖 4-8 中可以看出釣客主要的釣魚知識來源主要是來自於「朋友討論」，「自行摸索」居次，而「釣魚雜誌報導」、「釣魚節目」並不是最主要的，所以相對的此項也就沒有顯著差異。

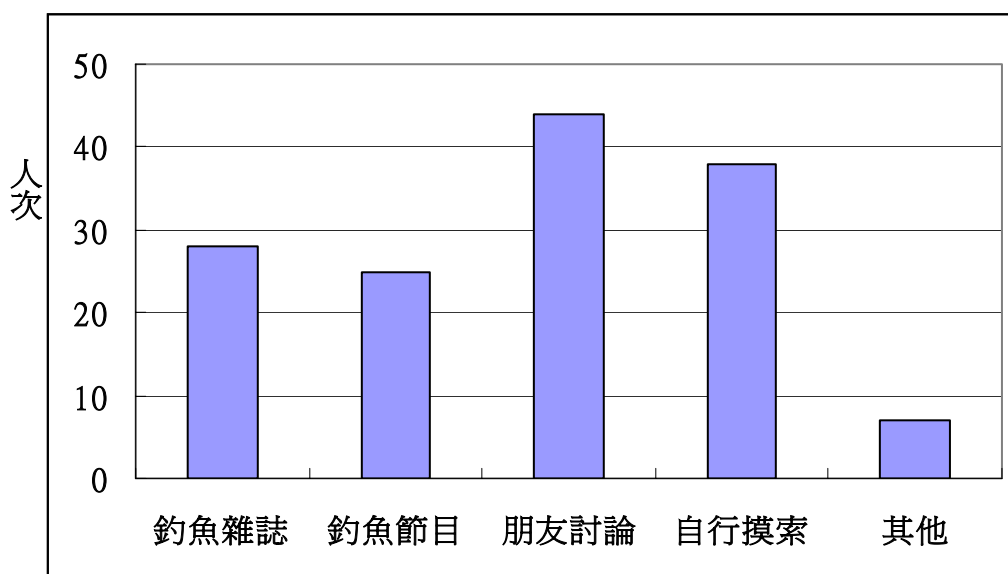


圖 4-8 海水池釣場釣客釣魚知識來源分布圖

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

I10. 是否加入釣魚協會

台灣的釣魚協會不甚發達，所以大部分的釣客並未加入正式的釣魚協會，而本研究所訪問的 87 位釣客當中，只有 8 位有參加，其中 4 位加入電視節目「縱橫四海」的會員，4 位則是新竹遠投隊的成員。

(三) 情感體系問項

情感體系是持續的參與，包含活動重要性、吸引力、娛樂性、自我實現及向心性（社交上的需求）。此體系有八個問項，其與遊憩專業層次顯著性如表 4-8，

只有一個問項不顯著。

表 4-8 情感體系評定遊憩專業結果一覽表

差異達顯著水準	差異未達顯著水準
H1. 我與朋友討論有關的釣魚技術或 相關訊息 H2. 我喜愛釣魚 H3. 釣魚活動對我的重要性 H4. 我經常參加釣魚比賽 I1. 我能說出許多關於釣魚活動的事 I2. 我的生活都以釣魚為重心 I3. 大部分我的朋友都參與釣魚活動	Be4. 池釣是我最喜愛的釣魚方式

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

從表中可以看出當海水池釣場的釣客愈喜愛釣魚、參加釣魚比賽的次數愈多，愈能說出關於釣魚的事情、生活愈以釣魚為重心、朋友參與釣魚活動愈多、愈和朋友討論釣魚技術時，釣客的遊憩專業層度愈高，反之則專業程度較低。而無法良好區分出釣客專業層次的因素分述如下：

Be4. 池釣是我最喜愛的釣魚方式

因為池釣場的魚量較多，釣客在此獲得的成就感也較高，所以即使是低專業層次低的釣客也可以有不錯的成績，所以不論哪一種專業層次的釣客都會喜愛池釣，因此也就無法良好的區分出釣客的專業層次。

從以上分析看來，海水池釣場釣客的專業層次在三大體系中大多能夠良好的區分出四種不同的層次，只有認知層面的歧異度稍大。

這樣的結果代表海水池釣場的釣客其特性較為相近，Bryan 認為活動參與者

在持續涉入一段時間之後，專業層次會從普通的一端，慢慢的趨向專業的一端，以致於有些項目在分析釣客的專業層次時沒有辦法作良好的區隔，不過這些沒有顯著差異的項目也正是海水池釣吸引人的特性。

(四) 不同池種釣客專業層次之比較

本研究第三章將海水池釣場的區位型態區分成濱海型和內陸型兩種，且依照經營池種來看，又可分为綜合池、高級池和龍膽石斑池三種，釣客的專業層次若是以不同的經營池種類型來看(表 4-9)，可以明顯看出龍膽石斑池的釣客專業層次最高，高級池次之，綜合池居後；而以不同的區位型態來看，則是濱海型高於內陸型；若是兩種綜合池來看，濱海綜合池的釣客專業層次高於內陸濱海，而濱海龍膽石斑池也高於內陸龍膽石斑池，而高級池只有在濱海型才有，所以無從比較。

表 4-9 不同池種釣客專業層次分配一覽表

池種 \ 項目	專業層次 得分	專業層次【人數(人次) / 百分比(%)】				備註
		低專業	中專業	高專業	專家專業	
濱海型	152.95	16/30.2	17/32.1	7/13.2	13/24.5	
綜合池	139.42	7/33.3	9/42.9	5/23.8	0/0	
高級池	148.26	8/38.1	5/23.8	2/9.5	6/28.6	
龍膽石斑池	187.74	1/9.1	3/27.3	0/0	7/63.6	
內陸型	144.38	6/20.0	12/40.0	4/13.3	8/26.7	
綜合池	141.78	4/22.2	8/44.4	2/11.1	4/22.2	
龍膽石斑池	148.29	2/16.7	4/33.3	4/33.3	4/33.3	

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

三種經營型態池種的釣客專業層次差異，恰巧與池種的池租變化一致，綜合池最為便宜，以新竹地區為例，三小時約 1000 元，龍膽石斑池最貴，三小時約 2000 元左右，而不同的池租也成了釣客釣魚的考量因素之一，因為綜合池最為

便宜，所以專業層次不高的釣客也願意去嘗試，所以從表 4-9 當中也可以看出，不論是濱海型還是內陸型的綜合池，其釣客屬於低專業和中專業的釣客較多，濱海型綜合池佔了 62.1%，內陸型綜合池也有 60.0%。當池租越高，釣客的專業層次也越高，所以高級池開始出現專家專業層次的釣客，而龍膽石斑池的釣客專業層次最高。

以受訪釣客 14 為例，該釣客釣齡約 15 年，從事海水池釣 8 年，屬於中專業層次的釣客，其最開始接觸海水池釣時最先接觸綜合池，後來有高級池的出現後，他發現高級池的池種比較吸引他，所以目前釣高級池的機會較多，而龍膽石斑池則因為池租太貴，且其目前並無適合釣龍膽石斑的裝備，所以釣齡 15 年的他只釣過一次龍膽石斑池。所以池租會影響不同專業層次的釣客選擇海水池釣場的池種。

另外，濱海型海水池釣場釣客的專業層次普遍高於內陸型的釣客，筆者推測因為內陸型的釣客時間較有限，所以釣魚的頻率不若濱海型的釣客那麼高，濱海型的釣客其釣魚時間佔休閒時間的比率為 54.07%，較內陸型的 43.74% 為高，也因此造成專業層次上的差異。而筆者進行田野實察時也發現，大部分的海水池釣場都是服務在地的釣客，選擇遠道而來的釣客都是在乎海水池釣場的水質，而濱海型的水池維護較內陸型要好，而這些釣客大部分都是專業層次較高的釣客¹⁰。

二、海水池釣場釣客的釣魚動機分析

海水池釣場釣客的釣魚動機，經由問卷調查整理後，列出動機平均得分排名前 10 名之項目（見表 4-10）。

（一）整體釣客釣魚動機分析

¹⁰ 例如受訪釣客 1（專家專業）、2（中專業）、11（專家專業）、47（專家專業）、60（專家專業）、67（專家專業）。

表 4-10 海水池釣場釣客前十名釣魚動機排名表

排名	編號	動 機	平均數	標準差
1	M33	爲了釣到我想釣的魚	4.20	1.06
2	M03	釣魚使我有成就感	4.19	0.94
3	M26	放鬆和釋放生活中的壓力	4.06	1.10
4	M36	時間好掌控	3.98	0.94
5	M09	爲了釣到任何一條魚	3.90	0.91
6	M21	爲了釣到特別大的魚	3.88	1.28
7	M04	遠離每天的繁瑣雜事	3.72	1.06
7	M16	使身體保持健康活力	3.72	1.09
8	M28	爲了釣很多的魚	3.65	1.10
9	M13	體驗戶外的休閒活動	3.57	1.22
10	M12	挑戰自我的釣魚技術	3.51	1.20

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

從表 4-10 可以看出海水池釣場吸引釣客的動機，主要有「健康休閒」、「釣魚」、「放鬆壓力」爲主。其中「時間好掌控」的這一點，是池釣與其他的釣魚方式比起來較爲受到釣客青睞的地方。

我本來要到南寮漁港釣烏格，還準備了一大桶的粉餌和活海蝦，結果因為風浪太大，整整灑了一包的餌，連個魚訊都沒有，活蝦又剩下一桶，倒掉又可惜，只好到這邊來發揮蝦子的價值。你看我才剛下竿就有魚來吃，雖然大家會覺得到海釣場釣魚好像在動物園裡面打獵，但是實在是來這邊比較有成就感。想來就來，也不用挑時間。(受訪者 23/低專業)

台灣海邊現在哪裡釣得到魚，想要釣得過癮的話，只有去離島或是外礁，可是對我們這種朝九晚五上班族來說，那是遙不可及美夢。畢竟有薪的假期哪麼少，就算放假了就要陪老婆、小孩，剩下的時間哪還夠釣麼魚？這種海釣場真是

我們這些上班族釣友的福音。又節省時間，魚又都還是不錯的魚，來這邊釣沒什麼不好！（受訪者 02／中專業）

（二）不同專業層次釣客的釣魚動機比較分析

本問卷共有 36 項動機項目，將這 36 項釣魚動機與遊憩專業層次做單因子變異數分析，發現有四項與釣客遊憩專業層次差異達顯著水準，代表這些項目可以良好的區分出釣客的遊憩專業層次。分述如下：

M21. 為了釣到特別大的魚

M28. 為了釣很多魚

M33. 為了釣到我想釣的魚

釣客進入海水池釣場就是要釣到魚，而想釣的對象魚種是否能夠釣中，靠的就是釣客的技術、專業，所以專業層次愈高的釣客對於所釣的漁獲也就愈在意，所以特別強調要釣特別大的魚和想要釣的魚。

而這一點與 Bryan 提出專業層次理論的推理有所出入，他認為專業層次愈高的釣客對於漁獲的關心程度較低，反而會較在乎其他因素（例如與家人的相處）（Ditton 等，1992：39-41），不過以本研究的結果看來，台灣海水池釣場的釣客釣魚專業層次越高，還是越在意所釣獲的漁獲。

M17. 為了和朋友相處

前面在遊憩專業層次分析時已經提到，「Be10. 結伴同行的人數」、「I3. 大部分我的朋友有都參與釣魚活動」都可以良好區分出釣客遊憩專業層次，代表專業層次愈高的釣客在社交方面有更高的需求，所以此項動機再次的呼應 Bryan（1977）的說法。

(三) 不同池種釣客之釣魚動機比較分析

不同經營類型池種的釣客在專業層次上有所不同，在釣魚動機上也有一些微的不同（表 4-11）。濱海型與內陸型釣客的排名前十名釣魚動機比較，濱海型的釣客最強烈的釣魚動機是「M26. 放鬆和釋放生活中的壓力」，此外還有多了「M13. 體驗戶外的休閒活動」，而內陸型釣客的動機排名不同的為「M16. 使得身體保持健康活力」、「M5. 使身體得到運動的機會」、「M7. 為了打破釣魚紀錄」、「M28. 為了釣很多的魚」，代表都會區裡的內陸型海水池釣場釣客將釣魚視為一種健身的運動，濱海型的釣客則是放鬆壓力，作為休閒的方式之一。

以不同的經營池種類型來看，綜合池與高級池的釣客釣魚動機並沒有太大的差異，唯有龍膽石斑池的釣客較為強調「M21. 為了釣到特別大的魚」、「M7. 為了打破釣魚紀錄」的動機，而這與龍膽石斑池的池魚體型特大有關。

表 4-11 不同經營池種釣客釣魚動機比較表

排名	濱海型 整體	濱海型			內陸型 整體	內陸型	
		綜合池	高級池	龍膽石斑池		綜合池	龍膽石斑池
1	M26	M26	M13	M26	M33	M03	M21
2	M03	M03	M03	M21	M03	M33	M33
3	M33	M09	M26	M12	M16	M05	M07
4	M09	M13	M31	M09	M36	M36	M16
5	M13	M33	M04	M33	M05	M09	M31
6	M36	M17	M33	M07	M07	M28	M35
7	M21	M36	M36	M36	M21	M16	M03
8	M04	M04	M09	M03	M28	M04	M12
9	M23	M15	M21	M17	M09	M07	M28
10	M17	M21	M28	M32	M04	M26	M36

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

三、釣客的經營管理態度

Bryan (1977) 認為專業層次高的活動參與者對於活動的環境，會更加強調其自然條件與管理狀況。不過本研究經由問卷訪問整理（見表 4-12、4-13）後發現，海水池釣場的釣客所關心的與 Bryan 的觀點並不一致。

釣客選擇海水池釣場時最關心的是所放的魚量多不多，其次是魚的種類，而池租費用、安全與否、離家距離則分別居次，代表釣客認為當放魚的量愈多時，可能對其漁獲量的增加較有影響。另外，有兩位釣客則特別強調選擇海水池釣場時會關心水質是否良好。

進一步將這些因素與釣客的遊憩專業程度做單因子變異數分析，結果並沒有顯著差異，代表釣客選擇海水池釣場的因素並沒有因為專業層次的不同而有所差異，而釣客對釣場的經營管理態度並沒有因為經營池種或是區位型態的不同而有所差異。

表 4-12 海水池釣場釣客選擇釣場因素排名表

排名	選擇因素	平均數	標準差
1	所放魚量	3.87	1.15
2	所放魚種	3.83	1.17
3	費用	3.34	1.37
4	安全	2.96	1.56
5	離家近	2.89	1.51
6	家人可否同遊	2.49	1.40

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

這一點與美國的實證研究有一點不同，Moldovanyi (2004) 美國的池釣主要是吸引能夠家人同遊的釣客，或是池釣只是旅遊中的中繼站，但是台灣的海水池釣場的釣客卻對這一點考慮的成分較低。

而且根據筆者的觀察，複合式經營的海水池釣場生意似乎比不上單純的海釣場，或許這與台灣釣客較不重視可否與家人同遊有關。

海水池釣場的經營型態改變會吸引釣客的項目，「增加魚種、體型、魚量」最能夠吸引釣客，「降低費用」居次，「增加其他設施」則為最後，代表釣客最關

心的還是增加漁獲量。同時也與上述的因素相互呼應。

表 4-13 海水池釣場釣客期望釣場經營改變排名表

排名	改變項目	平均數	標準差
1	增加魚種、體型、魚量	4.34	1.05
2	降低費用	3.51	1.57
3	增加其他設施（飲食、卡拉 OK）	2.91	1.41

資料來源：2004 年 7 月~2005 年 6 月田野實察

第四節 海水池釣場釣客環境識覺分析

我們對於場所的知識乃是伴隨著對『其內部所依戀之情感與意義』來理解的，從上面的動機分析可以清楚的知道，驅使釣客走入海水池釣場的原因，有很大的部分是爲了要釣到魚，所以當釣客走入池釣場時，選擇哪一家釣場、又如何選擇下竿的釣點，本研究以環境識覺的觀點來切入釣客如何看待海水池釣場。

「識覺 (perception)」是行爲地理學的主要概念，雖然沿用自心理學，但其定義做了適當的修正。對地理學者而言，識覺是指「個人透過感官，接受環境的訊息（刺激），並將此訊息儲存和組織形成環境意象 (image)。此意象能夠滿足個人的立即需要，並符合個人早先的經驗和價值體系」。所以在這個過程中已經包含了心理學的「識覺 (perception)」和「認知 (cognition)」兩個過程，其差異並不顯著，所以地理學者和非心理學家通常使用「識覺」一詞涵蓋此兩個過程。而透過對於識覺的研究，可以了解人對環境的感受、想法，並且解釋人在環境中行爲的關鍵 (D. Lowenthal, 1967, 引自吳劍蘭, 1986: 30)。

本節以五種海釣場池種爲例，透過對釣客選擇海水池釣場、選擇釣池中的釣

點、選擇釣場中的釣點的三方面識覺來分析釣客如何看待海水池釣場。

一、選擇海水池釣場的識覺

釣客選擇海水池釣場時，最重要的影響因素是所放的魚種、魚量（見本章第三節），雖然海水池釣場都會設置一處專門標示用佈告欄，但是，老闆是否真如佈告欄所示，實際放魚，釣客則另有觀察方式，最好的方法就是勤走海釣場，走進海釣場也不一定要下竿，看看別人的成績如何，而這也就是前面提到，有些釣客大多在釣魚前都會先勘察釣場、釣況的原因。

我每次都找人多的海釣場！因為人多表示魚量多，魚量多咬餌率才比較高。而且客人多也表示老闆服務比較好，有的老闆會很「龜毛」，這樣我們釣起魚來感覺也比較舒服。（受訪者 43／低專業）

我自己常常會到海釣場看，這附近有哪幾「堀」我都很清楚，而且星期六日都會固定來看看，看有沒有不錯的情況，有的話就趕快隔天來釣。

來看的時候主要是看老闆有沒有放新的魚，來釣魚的人多不多？魚吃餌的狀況怎麼樣？如果有釣得不錯的，就觀察看他用怎樣的餌？用哪一種釣法？在哪裡下竿？（受訪者 15／高專業）

在我印象中，鱸魚不吃就不吃，要吃的話哪管你經驗老不老到，菜鳥、「仙角」每個都會中魚，所以我都看竿前的釣況好不好，好的話才下竿，而且不管用怎樣的釣法都會釣得到魚，只是量的多寡而已。（受訪者 26／中專業）

我每次到海釣場時，都會先繞著池子走一圈，看別人用什麼餌釣什麼魚，如果目標魚都一樣，就看誰中的魚比較多，記下他的餌，下次用用看。像我喜歡釣

烏格，青海蟲、鮭魚肉、活海蝦的效果都很不錯。(受訪者 38/高專業)

由上可知，當釣客進入海釣場，除了是看看公佈欄的放魚表，繞釣池走一圈，仔細觀察釣況，而勘查海釣場時有下列幾個重點：

1. 中魚較高處：一個釣池的水底狀況並不是一般釣客可以掌控的，所以，釣客可以藉由他人中魚率高的地方，來推知魚窟所在；
2. 中魚的魚種：釣客漁獲量多的魚種，就是池中量較多的魚種；
3. 使用釣餌：因為池魚的來源地不同，生長所吃的餌料也有所差異，而且各家海釣場老闆所使用的餌料也有差異，並時常更換，所以一定不能錯過的就是漁獲量高的釣客所使用的餌料，代表與老闆使用的餌料較為相近，所以，自己下竿的時候，中魚率也會較高。
4. 是否有回魚：釣客對於釣起的漁獲處理的非常傷神，所以釣客選擇釣場時會考慮是否有回魚的制度，避免處理漁獲帶來的麻煩。

也因為進入海水池釣場的頻率與釣獲的漁獲成正相關，使得釣客的來源不會離釣場太遠，而且當海釣池釣場聚集的時候，就會方便釣客比較，自然而然也會產生聚集經濟的效益，所以以新竹一帶來說，大庄區以及新莊子區因為距離西濱公路較近，區位較好，而且釣場較為集中，來客數就愈來愈多，而較差的拔仔窟區則愈形沒落。

二、選擇池中釣點的識覺

釣客進入海水池釣場時，選擇下竿的地點就是釣客認為魚窟的所在，而池魚棲息之處，除了受到本身習性，海水池釣場的環境也會造成影響，所以偌大的池子魚的分布並不平均，而每一個釣客所認為的魚窟所在，影響選擇釣點的因素，正是釣客對釣場的認知。

追求安全感是動物的天性，池魚喜歡棲息在安全、有遮蔽物的地方，因為海水池釣場最明顯的遮蔽物就是水車和網斗，所以這兩個地方往往是釣客優先選擇的地方，此外進水口、看「流水」、向背陽、風向、釣客人數多寡都會造成釣客選擇釣點的考量點。

其中先說明水車的形式不同、位置不同，造成水流的型態也會有所差異，對池魚的分布也有影響。海水池釣場的氧氣供給來源就是不斷打水的水車，而水的溶氧量與魚的索餌率也有密切相關，所以最多的釣客選擇水車旁下竿，因為水車的周圍代表含氧量相對較高，而且水車下方可以成為魚兒棲息最佳遮蔽處，不過不同形式的水車所造成的水流也會不一樣，也使得池魚的分布有所差異，以高級池為例（陳信朋，1997a）：

A.傳統式水車

(1) 背倚式雙車海釣池：

背倚式雙車釣海池是兩部傳統式水車背靠背地裝置在海釣池的正中央，成了水流直沖寬岸的型態。其水流方向是由中間往兩個寬岸流動，再迴轉回兩部水車的側部（見圖 4-9）。

此種池子的魚類分布最重要的水域是兩部水車的兩側水域，這兩處水域容易聚集的魚類有赤翅、紅鮎、紅鰮、紅衫、枋頭、七星鱸、加志等魚類，因為此水域相當於一般海釣池的緩流帶與回流區的水性。在寬岸的近緣水域，是烏格、紅魮、虱目魚、金目鱸、富貴魚、嘉鱸等魚類的出沒水域，因為此水域相當於一般海釣池的流腰帶與流尾帶的水性水域。石斑、青雞、變身苦、赤海等魚類則是出現在四個池角，因為背倚式海釣池的靜水區正分布在這四個池角處。

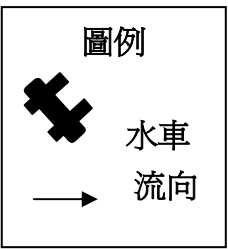
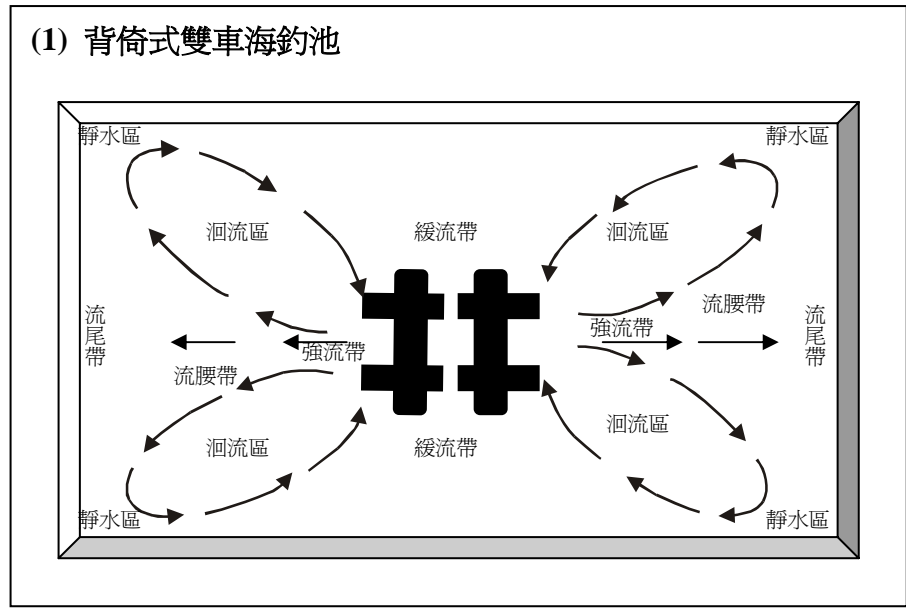


圖 4-9 背倚式雙車海釣池水流分布圖 資料來源：陳信朋（1997a）

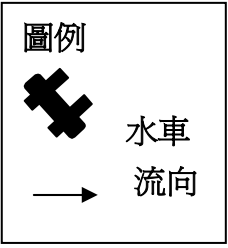
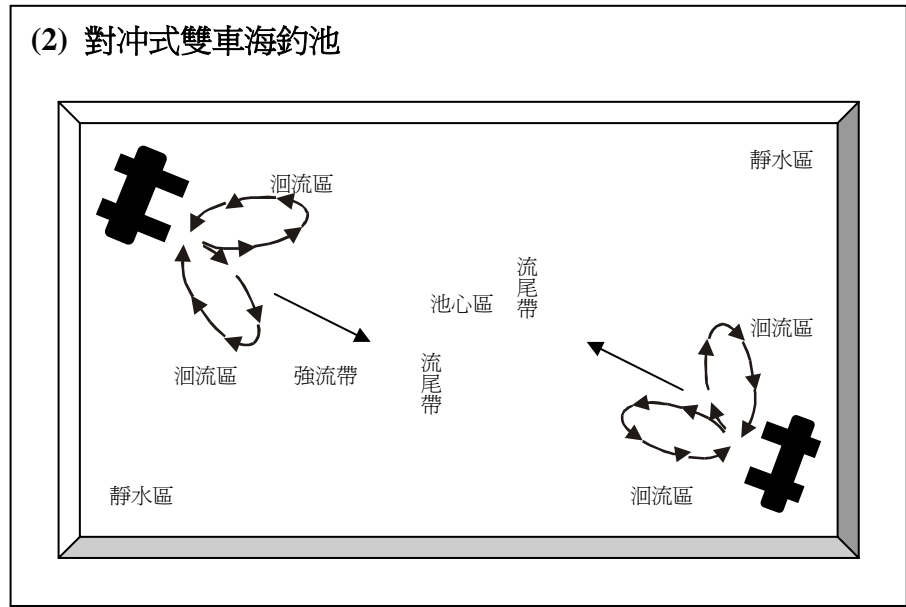


圖 4-10 對冲式雙車海釣池水流分布圖 資料來源：陳信朋（1997a）

(2) 對冲式雙車海釣池：

對冲式雙車海釣池（圖 4-10）是兩部傳統式水車分別裝置在對角線的兩個角落，而兩部水車正面相對，流方向正好成「正冲」的型態。因為兩部水車的水流正好「正冲」，所以無法呈循環流動，而是各自回流，整個海釣池

的池水呈現滯留的現象，是最不好釣的海釣池，而目前的海水池釣場的水車擺放位置以此型最為常見。

對沖式雙車海釣池最重要的特性就是沒有流腰帶，流尾帶緊接在強流帶的前方，洄流區在急流帶的兩側，池心區特別寬廣，而池水流不動，因此急流帶末端的流尾帶成了最重要的水域，此處極易聚集金龍、赤翅、枋頭、紅杉、海鱸、紅魷等魚類。另外在池心區也是極重要的水域，此處最易聚集加志、金目鱸、虱目魚、紅魷、海雞母等魚類；水車的兩側依然是紅魷、七星鱸的水域，而四個池角則是烏格、赤海和石斑的天下。

(3) 單車對角式海釣池：

單車對角式海釣池式一部傳統式水車擺設在海釣池的某一角落，而水流方向是對準對角的方向裝置，這種擺法在小型的海釣池較為常見。

這種擺設方式的水流方向不難測定，而流速緩慢是其特色。這種海釣池比較好釣，只要摸清水流的方向，就不難找出魚群所在。

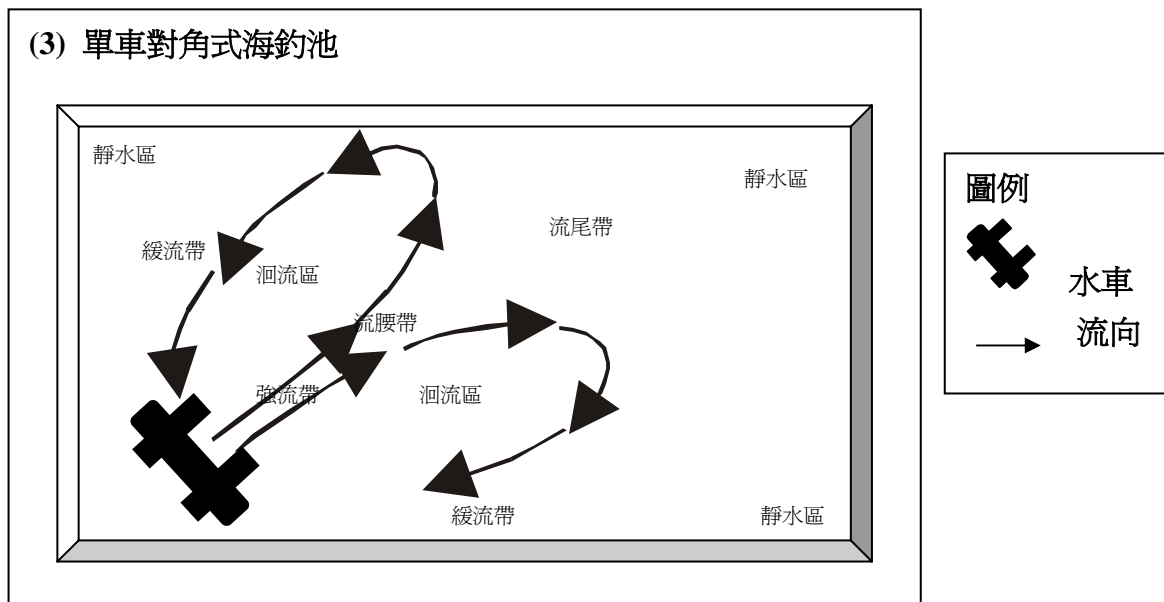


圖 4-11 單車對角式海釣池水流分布圖 資料來源：陳信朋（1997a）

此形式的海釣池擁有寬廣的緩流帶和洄流區。不過因為只有一部水車，

池水的溶氧量比較低，因此流腰帶區域成了高溶氧區的重要水域，許多魚類都喜歡聚集此處，如枋頭、赤翅、金目鱸、紅魷、加志、嘉鱻等魚類。流尾帶是另一個重要的水域，紅魷、紅衫、金龍、富貴魚、海鱸等都容易在此出沒和覓食，要提醒的一點是，單車對角式的流尾帶水流有分岔現象，魚群會在左側或是右側索餌是常會變化的。

如果想釣石斑的話，則要在水車後方或在流尾帶的池角下竿；想釣烏格、紅魷，則需在緩留帶水域垂釣，不過因為緩流帶很長，需要先試釣幾處才能找到魚的聚集處。

B.環狀水車

環狀雙水車是兩部環狀水車很平均的裝置在池心的兩側，任其噴灑，但是水池的水不會流動，所以魚類幾乎都集中在環狀水車噴灑出來的兩個水環外緣，以及兩座環狀水車的分界中線水域，舉凡金目鱸、紅衫、紅魷、紅魷、龍占、枋頭、赤翅、加志、金龍、富貴魚等一律都集中於此水域。

長岸的岸緣水域是烏格出沒的水域，四個池角則是赤海、石斑、變身苦、嘉鱻、青雞的棲息水域。

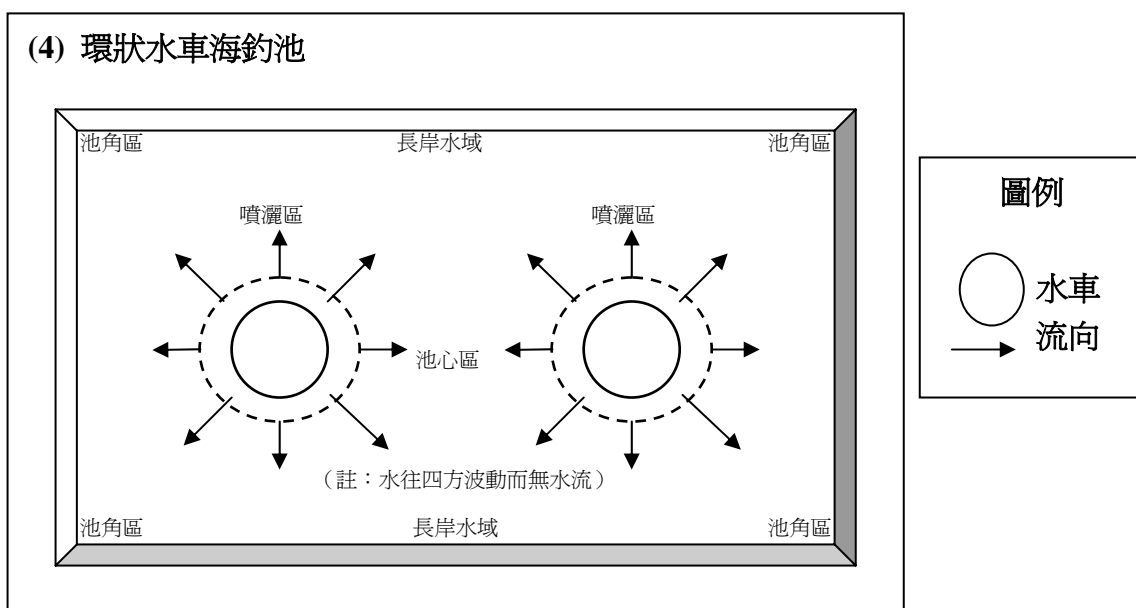


圖 4-12 環狀水車海釣池水流分布圖 資料來源：陳信朋（1997a）

不過海水池釣場中並不是只有水車造成水流會影響釣客下竿的地點，還要再考慮其他因素，以下欲透過釣客選擇海水池釣場的平面圖，筆者訪問釣客時，詢問釣客下竿點在何處，以及其原因，並請其在平面圖上指出釣客認為其他理想的釣點，由釣客在圖上指出其選擇下竿點與釣點的原因，以了解釣客的環境識覺。

(一) 濱海型海水池釣場釣客釣點選擇分析

以下依照濱海型三種經營池種類型—綜合池（圖 4-13）、高級池（圖 4-14）、

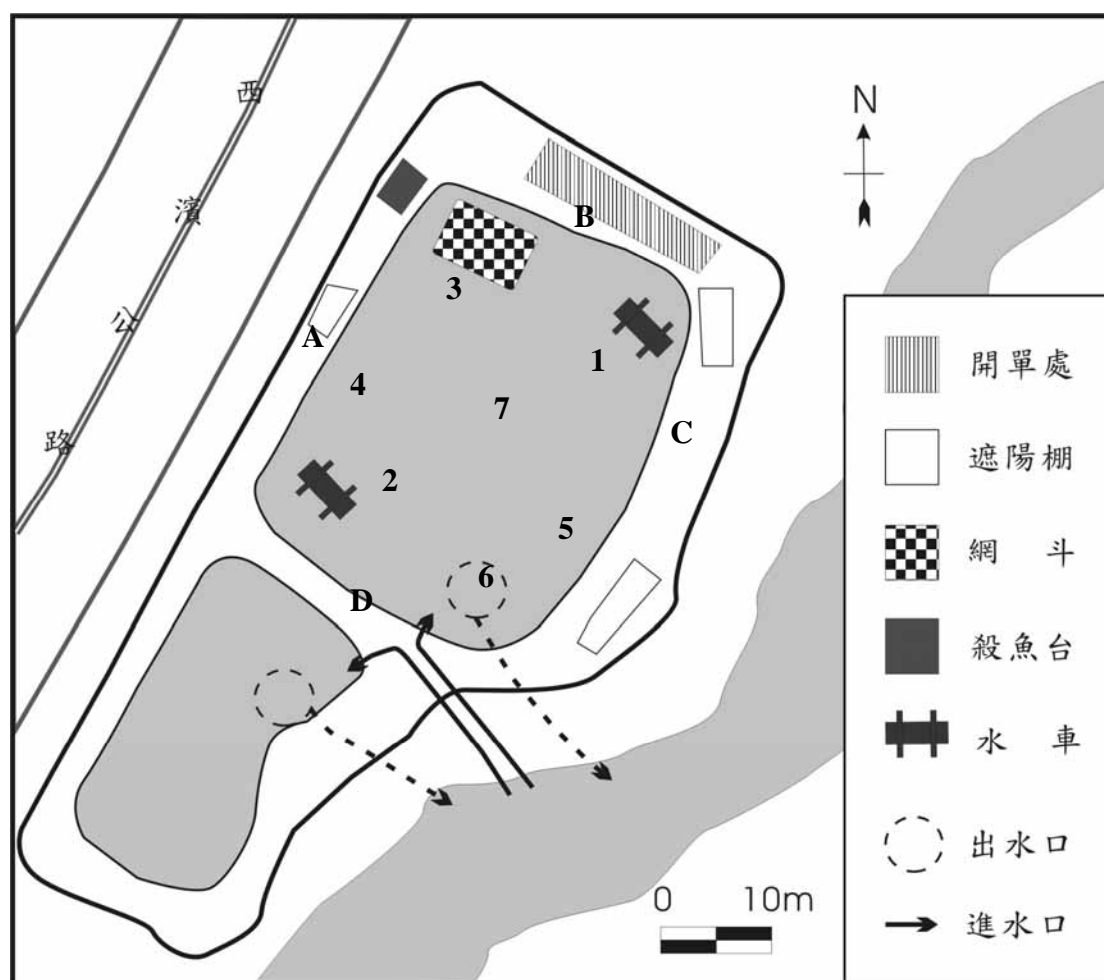


圖 4-13 濱海型綜合池海水池釣場釣客環境識覺示意圖（新竹新莊仔區 A 戶）

資料來源：2004 年 7 月-2005 年 6 月田野實察

龍膽石斑池（圖 4-15），分別標出釣客下竿的池中釣點¹¹，以及其選擇該點的原因。

釣點 1

我通常會選水車旁邊，因為水車這邊氧氣比較多，很多魚都會躲在這裡；有的時候水車順著水車打出來的水花拋竿也可以，魚也會喜歡多在水花下面。（受訪者 39／高專業）

水車是第一優先選擇，如果都被別人佔走了，我才會選其他地方。（受訪者 35／中專業）

釣點 2

水車打水所以氧氣多啊！所以魚喜歡在水車旁邊。（受訪者 32／低專業）

紅衫都會聚集在水車邊邊泡沫區的水域，而且不會太深，大概在中上泳層吧，所以水車旁邊是想要釣紅衫的人的兵家必爭之地，所以我都要早一點來，才能佔到好位子。（受訪者 14／中專業）

釣點 3

魚喜歡安全的地方，今天人哪麼多，魚會受驚擾，網斗這邊剛好可以讓魚躲藏，所以這邊魚會比較多。（受訪者 15／高專業）

釣點 4

很多魚喜歡聚集在「流尾」，食物隨著水流到這邊。（受訪者 20／中專業）

釣海釣場就是要選人多的地方下竿最準，千萬不要「鐵齒」。以前我來釣的時候，就是看在這裡的人最會拉魚，而我自己釣也是在這裡成績最好，所以我都

¹¹ 圖中數字代表釣客下竿的位置，英文字母代表釣客坐的堤岸，其後圖 4-13、4-14、4-15、4-16、4-17 皆同。

選這裡。(受訪者 26/中專業)

釣點 5

因為海釣場的水車都放在角落，所以水車打水，氧氣都在池邊，中間氧氣不夠，所以魚也都在池邊比較多，所以釣池邊的時候要用沉底釣，不可以用浮標，因為浮標會漂，很容易跟別人纏線。(受訪者 38/高專業)

這種在水車後面的池角最好，因為水車後面是緩流區，很多食物物的殘渣都會回流到這邊。(受訪者 34/高專業)

這個地方比較深，像今天人比較多，所以魚會躲在比較深的地方。(受訪者 18/中專業)

海釣場裡面來是以洄游性的魚比較多，所以魚都沿著池邊游，所以我每次來這裡都釣池邊。(受訪者 14/中專業)

釣點 6

這裡是水池的進水口，有一些食物會跟著水一起進來，所以這邊是很好的點，魚不少。(受訪者 40/高專業)

釣點 7

我喜歡釣紅魷，紅魷比較愛安靜，所以只要拋池心，釣淺一點比較容易中魚。因為我對紅魷很了解，每次釣的成績也很好，所以我很喜歡到這裡釣紅魷，可惜他今天沒有放，就只好碰碰運氣囉！(受訪者 15/高專業)

來海釣場的時候，先不要急著開單，先看一下老闆今天放什麼魚，如果有放紅魷的話，先問一下放魚的時間，而且海釣場的魚吃餌也有時間性，以我的經驗，大概放魚之後一個小時最好，慢慢的釣況就沒有那麼好了。因為新魚比較好釣，脫鉤的老魚警戒心比較重，要他上鉤就沒那麼輕鬆容易了！(受訪者 30/中專業)

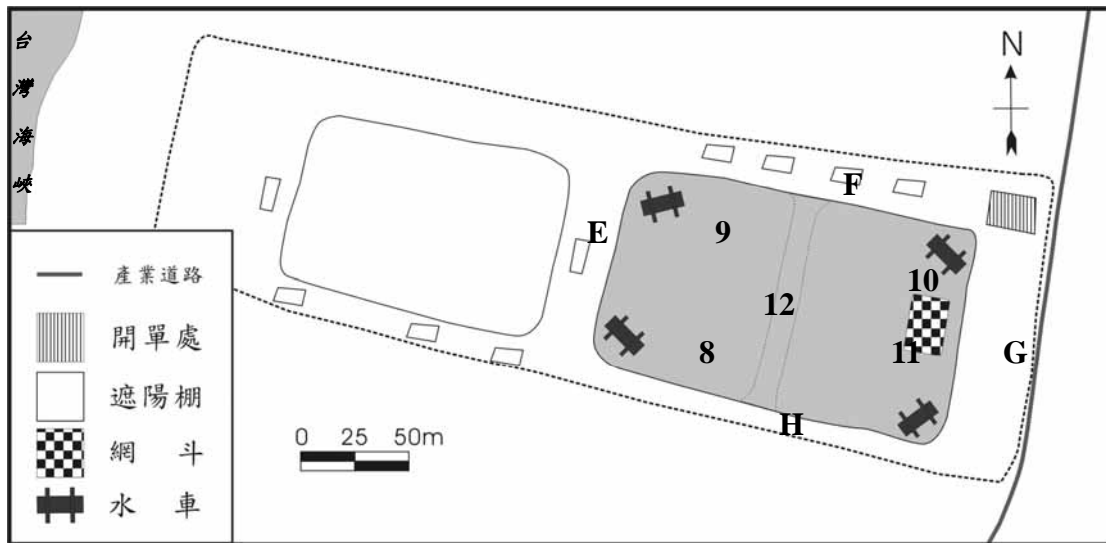


圖 4-14 濱海型高級池海水池釣場釣客環境識覺示意圖（新竹大庄區 E 戶）

資料來源：2004 年 7 月-2005 年 6 月田野實察

釣點 8、釣點 9、釣點 10

魚都有「逆流」的習性，你看溪仔底的「魚逮仔」就知道了，因為「逆流」的話，食物也會自己送上門，所以水車旁魚也會比較多。（受訪者 24／低專業）

因為魚一開始就是放在網斗裡面，所以即使被放入大池子，也會在網斗附近徘徊，所以我會選擇這邊下竿。（受訪者 11／專家專業）

我喜歡在這邊下竿，讓水流帶著餌漂流，讓餌看起來更真實，魚比較沒有戒心。（受訪者 27／低專業）

池魚會洄遊，這裡剛好還是水車旁，魚比較容易逗留。（受訪者 04／高專業）

因為附近有水車，水中含氧量比較高。（受訪者 10／高專業）

這裡有得躲，魚群容易聚集。（受訪者 43／低專業）

釣點 11

因為池主都嘛會餵網斗裡的魚，所以這邊食物比較多，魚自然就多啦！（受訪者 03／中專業）

因為這裡有網子，魚比較喜歡躲在這底下，所以在這裡下竿魚上鉤的機率比較高。(受訪者 10/高專業)

我看別人在這邊釣的都不錯，所以自己也來試試，成績有比以前好。(受訪者 13/專家專業)

這邊有水車也有箱網，所以具有兩種優點，魚會比較多。(受訪者 01/專家專業)

釣點 12

這個池子在中間的地方有一排石頭，因為石斑魚喜歡躲在石縫中，所以在這邊下竿比較釣得到魚。因為以前在這邊下竿都會鉤到，久了明白原來有一排石頭在底下。(受訪者 44/專家專業)

這個池子的中間有一排石頭，因為常常會鉤到池底，所以只要來釣多了就會知道。(受訪者 47/專家專業)

我習慣先拋池心。(受訪者 27/低專業)

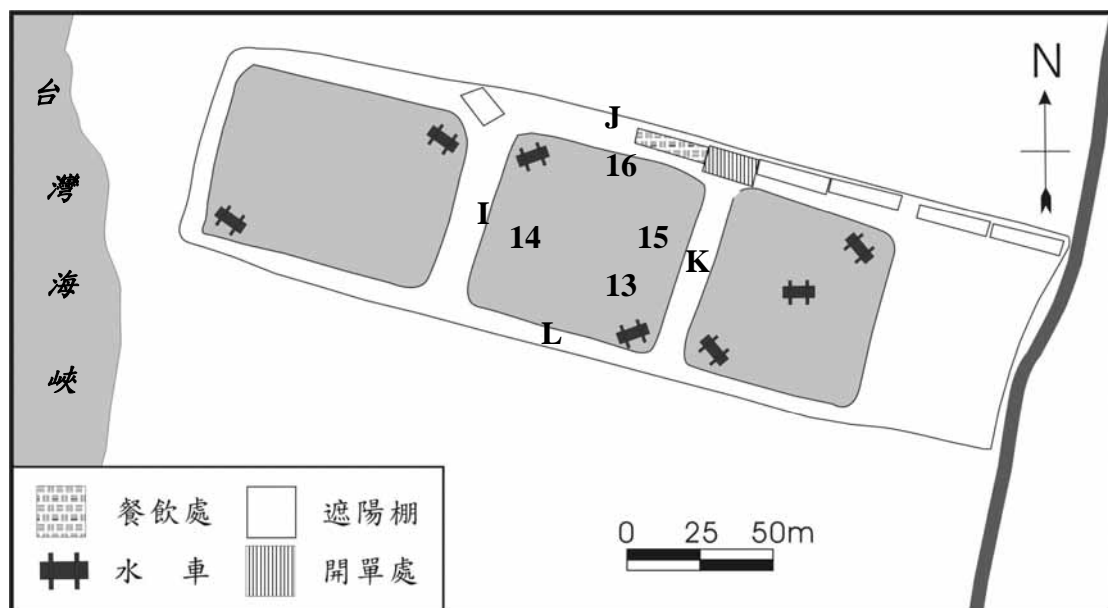


圖 4-15 濱海型龍膽石斑池海水池釣場釣客環境識覺示意圖 (新竹大庄區 J 戶)

資料來源：2004 年 7 月-2005 年 6 月田野實察

釣點 13

我喜歡釣石斑，石斑有的時候也會躲在水車下面，所以這裡也是很好的選擇。(受訪者 42/中專業)

釣點 14、釣點 16

今天天氣不好，我試了很多地方都不佳，就只好「放水流」。(受訪者 41/低專業)

龍膽喜歡靜水的地方，所以岸邊比較多魚。(受訪者 06/專家專業)

依據魚的習性，比較容易躲在這一帶。(受訪者 79/專家專業)

石斑喜歡待在岸邊，比較有安全感。(受訪者 83/專家專業)

釣點 15

在這個角落的池底有石頭，只要問老闆，他就會告訴你！(受訪者 07/中專業)

石斑是底棲的魚類，所以池底有石頭的地方，一定會有魚，不過要犧牲很多釣組，才會摸清楚石頭堆哪裡。(受訪者 45/中專業)

綜合上述，不論是在什麼類型的釣池種類，或是面積大小，或是釣魚遊憩專業層次高低，釣客選擇下竿點的地點及原因可以歸納成下列幾點：

1.水車前

選擇在水車旁下竿的釣者，主要是看中水車旁邊「溶氧量高」、「可供遮蔽」的優點，此外，筆者發現這些釣者各種專業層次的釣者都有，通常沒有設定的對象魚種，所以純粹認為只要氧氣多、可供遮蔽的話，魚類就會聚集，魚種則不受限定。

2. 網斗旁

網斗之所以會吸引釣客的青睞，主要也是因為釣客認為網斗可以提供遮蔽，池魚比較有安全感，另外池主爲了要達到「天天都有放魚」的效果，而且也可以減少叫魚的次數，可以減少成本的支出，所以會利用網斗來儲存池魚，作爲調節魚量之用，而池魚放入池中乃是優先置於網斗中，所以池魚也會習慣網斗的環境，即使是被放入池中，還是會待在網斗附近。魚種也是不受限制，則是以喜愛靜水區的魚種爲主，如烏格、紅鰭等。

3. 進水口

新進的池水溶氧量較多，也會把外面的浮游生物、食物碎屑帶進池子，所以會有一些池魚喜歡在此棲息，而且水管也可以提供底棲魚類（如石斑）遮蔽的場所。

4. 流尾區

喜歡選擇這區的釣客原因比較多樣，有「食物多」、「魚類洄游聚集點」、「釣客聚集」等，主要魚種有紅鮎、紅衫、金龍、富貴魚、海鱸...等。

5. 池底特殊地形

此類型的釣客因爲常到海水池釣場報到，所以對於釣場中的環境都非常了解，再加上設定的對象魚以石斑爲主，而池底的特殊地形也會爲池魚提供遮蔽棲息的場所，因此都會對池底的特殊地形非常了解。

6. 他人經驗

許多釣客都強調吸取他人的經驗識確認魚窟所在的最好方法，所以中低專業層次的釣客知道魚窟所在，所以或許他人的舊經驗可以提供準確的情報，但他們

往往不見得能夠提出很好的解釋。

所以綜合上述，釣客選擇池中釣點的識覺最主要是認為「溶氧量」、「食物多」、「有遮蔽性」、「底棲池魚棲息點」、「他人舊經驗」等因素，而這些地方通常是魚窟的所在。不過這些因素雖然與遊憩專業層次高低無關，但是通常專業層次愈高的釣客較能說明其選擇該釣點的原因。

而釣客選擇釣點並不是一成不變的，通常釣客憑本身的舊經驗下竿後，如果釣況不是很好，就會伺機調整，很多釣客都如此表示，以下僅舉其一。

每個釣場都有特定的地點，哪裡魚會比較多，所以最重要的是熟悉釣場、用對餌，看情況機動性調整，這個釣點不行的話，就到別處試試看成績才會好。(受訪者 14/中專業)

(二) 內陸型海水池釣場釣客釣點選擇分析

內陸型海水池釣場只有綜合池和龍膽石斑池兩種池種，所以以下僅依兩個類型做釣客下竿釣點的分析(圖 4-16、圖 4-17)。

釣點 17

水車這邊溶氧高，而且通常下面會躲比較多的魚，所以這邊是我的第一優先選擇。(受訪者 68/中專業)

釣點 18、釣點 19、釣點 20

池中間這種小型的馬達可以製造氧氣，所以魚喜歡在這邊。(受訪者 62/中專業)

我是不知道這個叫什麼啦！不過根據我的經驗，有些魚會躲在管子邊，所以在這邊下竿的成績通常會比較好。(受訪者 69/中專業)

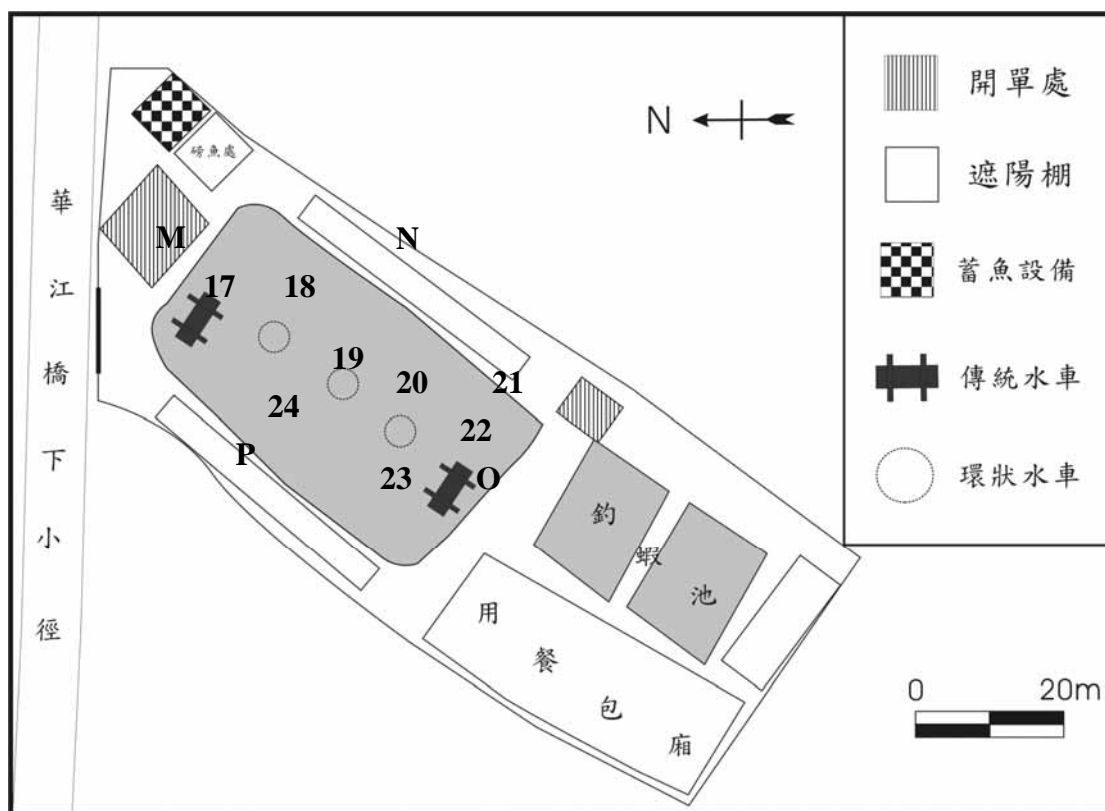


圖 4-16 內陸型綜合池海水池釣場釣客環境識覺示意圖（板橋 A 戶）

資料來源：2004 年 7 月-2005 年 6 月田野實察

釣點 21、釣點 23

石斑喜歡水流比較慢的地方，所以這兩側的池角都可以釣釣看。因為另外一邊比較靠近馬路，魚容易受驚擾，而且這邊比較曬得到太陽，水溫比較高。（受訪者 71／專家專業）

釣點 22

這裡是水車的後面，水比較靜，又有一些食物會漂到這邊來，像石斑這種魚不是躲在角落就是躲在這邊。（受訪者 77／高專業）

釣點 24

今天來釣的人比較多，所以那邊比較吵，我是想說看看魚會不會躲到這邊來，來這邊試試看！（受訪者 66／中專業）

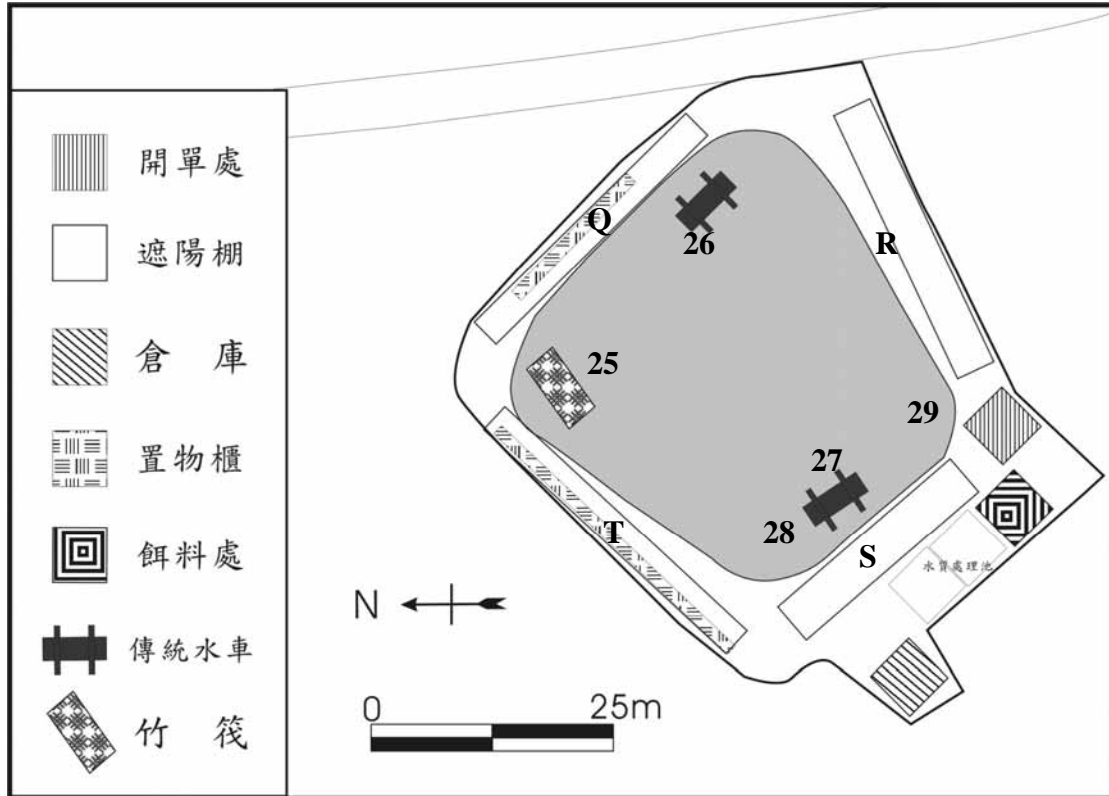


圖 4-17 內陸型龍膽石斑池海水池釣場釣客環境識覺示意圖（板橋 D 戶）

資料來源：2004 年 7 月-2005 年 6 月田野實察

釣點 25

龍膽比較會找地方躲啦！像這種“排仔（竹筏）”就是很好躲的地方。（受訪者 54／中專業）

釣點 26、釣點 27、釣點 28

這種龍膽被釣過很多次的池子，魚會比較不好釣，所以要找這種氧氣多、又有得躲的地方。（受訪者 49／中專業）

釣點 29

這邊不但是池角，也有很多水管，所以應該會有比較多的魚會躲在這裡。(受訪者 57/低專業)

從以上的分析可以看出，釣客選擇釣點時考慮的因素主要還是水車前、池角靜水區居多，而選擇的理由以「溶氧量高」、「有遮蔽性」為主。

釣客的環境識覺與濱海型相較較為單純，因為內陸型海水池釣場的池子沒有網斗，水質的來源並不像濱海型定時定點會進水，所以釣客選擇釣點時也就缺少這些依據。

三、選擇釣場中釣點的識覺

釣客走入海水池釣場先決定池中釣點，也就是要在何處下竿，然後才是決定要坐在哪裡釣魚，除此之外，釣客選擇釣點的原因整理如下，所以與前面重複的部分，僅舉一為例：

(一) 濱海型綜合池 (見圖 4-13)

堤岸 A

浮標在水面上漂來漂去本來就很難看，如果面對太陽，根本看不到，就掌握不住魚訊。(受訪者 38/高專業)

背對太陽，眼睛比較不會受傷。有一些年輕人想說帶帽子就夠了，但是等他們到我這個年紀就知道了，而且現在的太陽比以前強很多。(受訪者 40/高專業)

我喜歡拋流尾，而且這邊下午比較舒服。(受訪者 20/中專業)

堤岸 B

我是想說這邊有水車所以比較容易有魚，可是釣了老半天都沒有，不過今天

風那麼大，在這邊剛好可以擋風，比較不會那麼冷！（受訪者 16／低專業）

人家說「夏天釣風尾，冬天釣風頭」夏天比較熱，迎風吹比較舒服，冬天那麼冷，當然要換邊坐。（受訪者 40／高專業）

堤岸 C

今天人很多，因為我早上帶小孩去看醫生，所以比較晚來，而好的釣點都被別人選走了，所以只好在這裡，而且我只用沉底釣，以免干擾別人，用浮標釣很容易纏線（兩條釣線交叉在一起），很麻煩，我寧願自己靜靜的釣，我喜歡不要被人家打擾。（受訪者 18／中專業）

因為另外一邊人太多，所以我就到這邊來。（受訪者 17／低專業）

堤岸 D

因為這裡有進水口，所以我就選這邊。（受訪者 34／高專業）

（二）濱海型高級池（見圖 4-14）

堤岸 E

池魚會洄遊，這裡剛好還是水車旁，魚比較容易逗留。（受訪者 04／高專業）

堤岸 F

同樣都是中間有一排石頭，可是因為這一邊可以順著風，所以比較不會那麼冷，而且，順著風比較好拋，比較省力。（受訪者 43／低專業）

堤岸 G

因為池主都嘛會餵網斗裡的魚，所以這邊食物比較多，魚自然就多啦！，而且這邊早上因為背對太陽，所以比較不刺眼。（受訪者 21／中專業）

堤岸 H

這邊是水車泡沫的流尾，所以食物會漂到這邊來，這裡比較好。（受訪者 10

／高專業)

(三) 濱海型龍膽石斑池¹² (見圖 4-15)

堤岸 J

今天天氣不好，我試了很多地方都不佳，就只好「放水流」，而且這邊有可以擋風的地方，才不會太冷。(受訪者 41／低專業)

堤岸 K

在這個角落的池底有石頭，所以石斑會躲在這一帶，而且今天下雨，眼睛比較不會弄到雨水 (受訪者 42／中專業)

(四) 內陸型綜合池 (見圖 4-16)

堤岸 N

因為這邊不會曬到太陽，所以比較不會熱。(受訪者 62／中專業)

距離水車都不會太遠，而這邊背陽的話，看浮標比較舒服，不會那麼刺眼。

(受訪者 69／中專業)

我女朋友怕曬，所以就跟她一起坐在這邊。(受訪者 72／中專業)

堤岸 O

因為這邊有魚啊！有魚釣的話，「曬成乾」都甘願。(受訪者 71／專家專業)

堤岸 P

因為對面都坐滿了，所以只好來這邊，另外兩邊要拋到中間的馬達太遠了，所以不會考慮那邊，除非都坐滿了才會去。(受訪者 66／中專業)

¹² 筆者到該龍膽石斑池做訪問時，因為當天為雨天，所以釣客人數較少，並不是四邊堤岸都有釣客。

（五）內陸型龍膽石斑池（見圖 4-17）

堤岸 Q

這邊曬不到太陽，比較涼快！不然現在天氣那麼熱，怎麼受得了。（受訪者 54／中專業）

堤岸 R

我習慣釣這邊的池角，剛說過這裡有水管，比較有魚。（受訪者 57／低專業）

堤岸 S

這邊靠近水車，而且以前在這邊釣的還不錯，所以今天還是在這邊試試看！
會不會曬到太陽不是那麼重要，釣得到魚比較要緊。（受訪者 55／中專業）

從以上各個池型的釣客反應，可以發現整體來說，影響釣客選擇釣場中堤岸的因素，可以歸納如下：

1. 遷就自己偏好的釣點：釣客最關心的還是自己釣獲的成績，所以優先選擇離自己偏好釣點容易拋投的堤岸。
2. 背陽處：因為陽光會影響釣客的視線，所以釣客會儘量選擇背陽位置，所以依照濱海型綜合池（圖 4-13）為例，早上的釣客會優先選擇 C 岸有棚子的地方，而下午則是以 A 岸為主。
3. 風向：新竹的九降風是赫赫有名的，所以冬季時釣客多會選擇背風的地點，避免強風吹到臉上的不適，所以以綜合池（圖 4-13）為例，冬天的釣客偏好 B 岸，夏天則不一定。而龍膽石斑池因為東北季風會吹送雨水，所以釣客會選擇可以多風和避雨的堤岸。
4. 尋求孤獨：因為海水池釣場生意不錯，所以當偏好的地點都被佔走的時候，

有些釣客就會屈就無人的地點。

若是釣客進入無人的海水池釣場，以長方形的釣池來說，釣客會優先選擇較長邊的堤岸，以濱海型綜合池（圖 4-13）為例就是 A、C 岸，因為站在長岸拋投時候，因為距離較短，比較容易拋中想要的釣點，所以釣客會優先選擇長岸。

海水池釣場最主要的目的還是要賺取利潤，當然生意好的釣場釣客就源源不絕，而面積有限的池釣場也會影響釣客選擇進入釣場的地點，為了減少纏線的情況，只要其他釣客太多的時候，釣客還是會選擇人少的地方下竿，而且如果不是為了「社交」的釣客，釣魚動機還是有一部分是為了尋求「思考沉澱」，釣客還是會刻意與其他釣客拉開距離，製造一定程度的疏離感。

整體看來，在人為創造的海水池釣場，影響釣客選擇釣場中的釣點因素主要是遷就自己偏好的釣點，接著才是以自然因素影響的成分較大。

小結：

海水池釣場的釣客青一色是男性，年齡以 20-40 歲為主，職業以能夠配合釣魚時間的工、商、自由業居多，教育程度大部分是高中職、大學專科，家庭狀況則是已婚小孩未成年為主，家庭月收入以 2-4 萬、6-8 萬者較多，交通工具則呈現兩種區位型態的差異，濱海型的釣客以汽車為主要的交通工具，花費時間較長，30-60 分最多，而內陸型的釣客則以機車為主要交通工具，花費時間多在 30 分鐘以內，代表濱海型的市場域較大。

83 位海水池釣場的釣客分別分成低、中、高、專家四個專業層次，認知體系、行爲體系、情感體系大多能夠良好的區分出不同專業層次的釣客，不過依然有少數的題目差異未達顯著水準，而那些因素也正是海水池釣的吸引釣客的特色。

影響海水池釣場的釣客環境識覺，主要來自吸取他人的經驗以及受到自然環境的影響居多，因此海水池釣場的釣客環境識覺非常符合 Golledge 和 Stimson

(1987)所提出的環境識覺架構，從釣客海水池釣場的環境結構中獲取資訊，而這樣的資訊受到釣客對於釣魚的情感（態度）、認知（遊憩專業）的影響，並且不斷的吸取自己和他人的經驗，使得釣客對於海水池釣場的識覺不斷的修正，並且經過實際釣魚行為之後，再產生變化，形成新的識覺。