

## 第六章 結論與建議

從本研究中，可以印證現今觀光地圖的設計特性，與讀者偏好大致相符。觀光地圖的設計特性與偏好情形包括：

- 一、缺乏比例尺標示：但從問卷調查中發現，有超過五成的使用者事實上並不去使用比例尺，也不會利用比例尺去推估路程距離，顯示出比例尺的標示，對於一般讀者並不重要，對於讀者而言，景點的相對位置，反而是立即的反應出距離的感覺，且近五成的地圖有標示指北，對於使用者而言，可能已能表示出位置的概況。因此，超過八成的觀光地圖並未標示比例尺，也就能被解讀為依據讀者的需要，而做出的設計。
- 二、符號的使用以圖畫符號有較高的偏好：這樣的結果，恰好也能呼應現行觀光地圖符號的使用，多以圖畫符號為主，甚至有不低的比例是全幅地圖都是以圖畫式的繪製手法，由此得知，這種設計特性，在觀光地圖當中是相當適用的。
- 三、地圖要素不足，觀光宣傳資訊眾多：傳統製圖習慣中包含的地圖要素，在觀光地圖中較欠缺，反而多數版面為觀光推廣資訊。顯示觀光地圖的角色，不單純是地圖功能，也具有高度廣告的效果，在發展觀光業的同時，也成為業者相當重視的部份。
- 四、道路偏好階層關係設計：雖然受過地圖教育者，多偏好單純階層關係的道路設計，但普遍來說，無論哪類讀者，對於道路線符號的偏好，多數都喜好具階層關係的道路，唯一般讀者，添加色彩因子後，偏好程度更高。
- 五、底色偏好區域設色：在實驗中，證實單一底色的地圖，偏好程度不見得高於區域設色的地圖。唯修過地圖學相關課程的讀者，在單一地色及圖畫符號的搭配中，才有明顯偏好。顯示出觀光地圖的讀者，多喜好色彩豐富的底圖。

未來產業發展中，觀光業的前景看好，在政府及企業的大力推廣下，觀光地圖應用層面，勢必有更大的發展空間。若能在製圖前，對於地圖資訊傳播的概念有具體的認識，勢必對於地圖設計與應用，有更大的助益！雖然在實驗中發現，一般讀者對於地圖喜愛的情形，與專業製圖的概念有所差異，地圖是傳播空間資訊的工具，本身就具有其功能

性及藝術價值，一般讀者的喜好情形，可提供地圖設計參考，但專業製圖者，不可因而放棄原本製圖的原則，而去迎合大眾。應該保持資訊傳播的功能，然後透過地圖的設計，逐漸導正讀者的讀圖習慣與對地圖的偏好。本研究期盼未來觀光地圖在設計時，首要考量地圖設計原則，其次則考量讀者的需求，如此一來，才能在傳遞完整的資訊時，仍不忘讀者的讀圖喜好。

