

特色學校與遊學教育之經營與利基

蔡淑玲 嘉義縣社團國民小學校長

郭雄軍 新北市雲海國民小學校長

壹、前言

一、兩則新聞事件的啟示

(一) 王家牧場

每到寒暑假前夕，就經常在廣播媒體上收到關於「紐西蘭王家牧場」的宣傳廣告，希望招攬臺灣的孩子前去遊學。原來，王家牧場（THE FARMHOUSE）就在紐西蘭第一大觀光都市—羅托魯瓦，其主要經營者是來自臺灣的一位退休教官王寶輝先生。他們已經花了十餘年歲月潛心經營，擁有佔地600英畝的牧場，除了遼闊的青青草原外，還有原始森林、人造林等多種林相地形。這座牧場還飼養了100餘匹的馬，還有許許多多的牛、羊、鹿，在那裡浸潤人與動物、大自然的親密情感，體驗來自藍天綠地的感動。

目前有很多臺灣的父母想將孩子送去遊學，也有來自日本遊學營隊的學生。王家牧場是紐西蘭中小學校外教學的活動指定地點，尤其英語教學採小班制教學，以英文生字及文法為主要授課目標，各項教育課程與活動安排，頗受家長及同學的喜愛。其操作課程包含：騎馬、滑雪、獨木舟、船釣、牧場尋奇、室內攀岩等，非常活潑有趣，極為符合紐西蘭教育當局的政策理念和趨勢。

(二) 雞有六隻腳

一則頭版新聞報導：行政院政務委員曾志朗（卸任教育部長）出席教育論壇時表示：現在的年輕人太過沉迷於虛擬世界，每天都跟一隻老鼠（電腦滑鼠）玩在一起，對於生活周遭的事物反而疏離，要透過教育把這些年輕人拉回到真實世界。曾志朗以自己兒子為例，他的兒子電腦桌前有三個螢幕，一個跟我對話、一個跟朋友聊天、一個專門寫作業，完全是一個宅男，整天都待在電腦前。他曾發現兒子的電腦動畫成績居然只拿F，探究原因居然是裡面的雞居然有六隻腳，因為兒子的同學堅持，超市裡面賣的雞腿都是一包六隻，所以認為雞是六隻腳的動物。曾志朗笑說：年輕一代生活經驗等同於電腦世界，只有跟「那一隻滑鼠」感情最好，但生活並非只有如此，太過沉溺於虛擬世界，會忽視真實世界，兒子同學會誤認雞有六隻腳就是最好證明。

同篇報導揭示：現任教育部長吳清基表示，過去不斷推動生命教育和體驗教育，就是希望學生能增加對生命尊重和價值體認，光靠電腦無法學會這些。

他擔任北市教育局長期間，碰到大象林旺過世，就要求動物園免費讓學生進園哀悼林旺爺爺，因為這是最好的生命教育和真實世界的活教材（引自聯合報2009年11月8日頭版報導）。

二、兩所特色學校的回顧

（一）漁光的特色經驗：

新北市坪林區漁光國小曾是一所八名學童的迷你小學，以創意思維推動「遊學」活動。一所全臺灣最迷你的小學，卻每年招收1萬人次校外遊學生、接待5萬人次貴賓參訪，4年總計4萬人次遊學暨20萬人次參訪；全國各大平面媒體和電子媒體報導超過400則。在「沒有閒置的角落」的理念下，開發學校及周邊5000公尺的生態、歷史與文化環境課程，讓荒煙蔓草的場景。經過生態課程與歷史文人的轉化後，賦予生動故事的教育意涵，展現學校活絡的生命力，曾獲全國學校經營創新獎特優，教育部教學卓越金質獎等多項傲人獎項（郭雄軍，2006）。

（二）龍山的特色典故：

嘉義縣竹崎鄉龍山國小曾經擁有五個校區，已逐年整併裁撤，目前僅有龍山國小和金獅分校兩個校區。甚至2006年學生人數降至五十人以下，一度被討論裁併問題。所以，利用豐富的校園環境和自然資源，整合特色遊學素材，推動永續結盟，以四項永續達成課程的目標。首先是「環境永續」，帶著學生走訪森林飛瀑的豐富生態、閱讀溪流水道，並且將環境融入課程。其次是「文化永續」，讓孩子親自走過山城古道，領略先人開墾的足跡，將重要的文化遺產與生活結合。第三是「經濟永續」，孩子來自社區，創意遊學促進社區經濟發展，不但培養學生們對於產業的認識，同時也具有認同感與責任感；第四是「情操永續」，讓孩子在體驗學習的過程當中，培養人親土親的生命情懷。因此，2007~2009連續三年獲得教育部發展特色學校計畫特優獎，榮獲 Travel Learning 2008創意遊學經營特優獎。2009榮獲商業週刊百大特色學校，亦榮獲教育部全國十大經典特色學校（蔡淑玲，2009）。

貳、特色學校之經營概念

一、特色學校的緣起與發想

（一）少子化的趨勢—各縣市國民中小學新生入學人數普遍遞減，若干學校出現空餘教室過剩以及校園角落荒蕪之情況。尤其，偏遠地區迷你學校之人數亦逐年萎縮，面臨整併或裁撤的狀況。學生人數過少或已經無學生就讀之校舍，可能任由閒置荒廢。各地學校代表臺灣不同角落在地性文化，亟需活化再利用荒廢校舍，以創造教育附加價值。

（二）空間活化的訴求—特色學校以「校園空間活化」的手段，帶動學校

「創新經營活化」，促進學校之「特色課程活化」，最後達成學生之「有效學習活化」，鼓勵各校運用教師專長和社區專業人員，規劃在地化之知識課程，提供現場體驗學習處所，以不同課程的風貌與教學的型態，提供真實情境之特色教學平臺。

二、運用空間資源與發展特色課程

(一) 特色學校的課程概念—乃擴大大學校之空間效益，結合鄰近之特色環境，產業文化、山川景觀、自然生態、人文遺產等資源，提供優質化、多元化、豐富化的課程發展素材，逐步形成以「本位課程」為導向的特色學校，展現體制學校之理念作為。進而融入校園議題和社區特性，展現各校之特色課程風貌與多元教學型態。並進行「特色學校之教育理念論述建構與實踐系統」，配合九年一貫課程各學習領域，產生緊密性連結，以落實學校本位與特色課程之內涵和操作經驗。

(二) 特色學校之教學意義—在於促進教學的活化，體現「學習歷程遊憩化；遊憩結果教育化」之有趣學習，創造藍海校園的課程價值，營造學校聲望和學生特質表現、文化學習與表達能力。讓遊學生具備田野探索、體驗常民生活、走讀鄉土文化、環境觀察涉入、服務等多元能力。

(三) 特色學校之操作模式—在於鼓勵校際「策略聯盟」方式，結合都會區之中大型學校，以地理區域性或學校規模結盟性，整合校際師資人力和社區專業人員的互補，共同分享各校在地化的特色課程，提供體驗學習、服務學習場域。進而深化研發和分享學校本位課程的產出，延伸學校教育意義，鼓勵城鄉交流學習。以真實情境之走動式學習，帶動島內本土型的遊學風潮。

(四) 特色學校之經營價值—將空間活化和特色資源，導入課程模組和教學人力群組，深化學校特色課程意義。運用空間環境平臺，將地方特色文化融入教學系統，連結有趣和意義化的學習活動。並珍視在地自然環境和特色藝術文化之永續教育概念，打造活力新校園，實踐學校本位之理念願景。整合特色學校遊學課程，結合社教場館、學術單位、在地產業文化和民間業者之夥伴關係，援引遊學經驗範例，建構並分享特色遊學的知識系統。並配合相關政策，逐步導入國際遊學，開發島內教育文化生態之學習資源，創造學校教育價值（郭雄軍，2009）。

參、教育部推動「在地遊學」政策

一、遊學教育的故事

2007年1月22日假日月潭教師會館召開全國教育局處長會議，特別於會中發表「在地遊學·發現臺灣Discover Formosa—100條遊學路線」，編輯成專書共4冊（分北、中、南、東四區）。當天除了邀請臺北縣屈尺國小、臺中縣谷

關國小2校學生介紹水岸遊學和谷關遊學；教育部杜正勝部長更親自講解「西拉雅文化采風遊」，領略平埔族文化，緬懷先人抗日精神，體驗古厝建築之美；現場亦配合展覽，推廣在地遊學。

有鑑於臺灣每個角落都蘊藏著豐富的故事，在地的每個生命都躍動著感人的音符。爲了倡導品味在地豐富的文化風采，激勵身體力行的互動式學習，教育部提出「在地遊學」的想法，集結各縣市規劃出100條路線，展現臺灣各個角落所提供的寬廣舞臺，以大自然爲學習教室與走動學習的方式，讓孩子們透過不同的體驗，深刻認識臺灣的歷史文化、環境生態、風土民情及特色產業（蔡淑玲，2008）。

二、特色學校與遊學教育的連結

（一）回顧現況

儘管行政部門用心規劃系列性的遊學路線，發展在地性的特色學校，表達象徵性的宣示。但是，對於教育的具體意義和實務操作仍需仰賴執行技術的逐步落實，才能產出真實的教育價值。

目前臺灣大多數學生的學習和生活型態，不是被書本所宰制，就是被機器所綁架，形成「沒有書本，學習就中止；沒有電子，生活就失序」的明顯現象。尤其，孩子累積都會生活經驗，享受慣了各種科技產品和商業服務，相對窄化了生活情境的學習面向，對於鄉村土地情感，對於野外生活樂趣，對於臺灣在地的生活文化，逐漸失去應有的認知和真實的體驗。

由於學生缺乏鄉村生活經驗，當孩子品嚐豐盛的美食佳餚，享受豪華的家具裝潢之時，卻對於蔬果花卉的成長、生鮮海產的養殖、甜點乳酪的製作、豬牛牲畜的牧養、森林木業的種植等等場景情境或生產過程，恐怕一無所知，對於臺灣生活文化的了解和體認，亦付諸闕如。

在日本的中小學生，完成課堂上的階段性學業之後，教育當局會安排到特定的體驗學校，進行計畫性的實作學習；在美國、澳洲、紐西蘭、芬蘭等國家，除了體制內的學校，廣設數以千計的「學習中心、環境中心、探索學校、冒險學校」等；其目的在提升孩子的內在動機和興趣，發揮潛能學習的動力，強化系統知識的領悟，深化人文與自然的素養，讓知識能力更貼近生活。透過觀察、操作、討論、互動、遊戲等真實情境體驗方式，累積成生活文化的體認與學習。

反觀，臺灣到處標榜「校外教學」，事實上大多已經淪爲旅遊玩樂或參觀活動，也缺乏教育目標、課程規劃，執行人力、市場對象等配置和規範。臺灣孩子成長的經驗，只停留在讀書、補習、旅行、遊樂、電玩的層次，他們對於臺灣社會的理解與關懷，對生活文化的體認和表達，都十分淺薄與匱乏。（郭雄軍，2006）

（二）特色學校之操作策略

所謂特色學校乃結合社區型的特色資源和條件，包含當地文化遺產、自然景觀、生態環境、運動設施等，規劃系統性課程設計與有趣教學活動。培訓遊學教師的專業能力，考量各項安全措施，並珍視環境永續教育和異業結盟運作，注重品牌形象與績效概念，建構服務品牌和遊學行銷策略。

其內涵則包含下列各項：1.身體活動與健康促進，例如走訪古道，循階梯拾級而上或探索山林、溯溪、攀岩、划船等活動。2.認知發展與生態人文，例如調查生態群落、認識動物植物、了解社區典故等。3.文化表達與在地體認，例如對鄉土文化的理解與表達等。4.心靈沉澱與累積記憶，締造孩子的童年的生命經驗、增進學習動機等。5.強化人際互動和信心表現，例如校際交流遊學、深化人群關係和自我價值等。6.環境安全與風險管理，例如對環境因素的掌控、人員裝備、活動安排等。7.餐飲住宿與經費規畫，例如聯盟民間產業、提供在地風味餐飲、以平價供應，達到節能減碳等。

在學習遊程設計與操作上應該重視：1.形成生活重心，為遊學創造議題和生活故事。2.調整身心狀況，基礎性的技巧練習或體力訓練。3.事前先備知識，從網站下載閱讀或連結學過的知識。4.提供專業裝備，購置或租用相關裝備、以安全維護。5.塑造生活體驗，設計學生的成就挑戰和能力表現基準。6.引導省思分享，統整學習的經驗心得，並設定未來目標。

將休閒遊憩的行動涉入學習的脈絡，融入在地議題、生活文化、常民體驗，期待孩子擁有運動技能、田野探索、環境觀察、文史走讀等多元能力。

（三）倡導在地遊學

「在地遊學」的倡導，係改變一般玩樂取向的校外教學與親子旅遊，以切入文化面及知識點的學習之旅為重點，所規劃的遊學路線涵蓋臺灣本島、離島21縣市以學校為核心的學習路線，作為學校戶外教學與家庭親子旅遊參考資訊。除了轉換既定的教學與旅遊模式，鼓勵走讀臺灣進行有意義的探索學習，並期盼建構出學生的文化學習與表達能力，開拓其眼界與胸襟，培養對多元社會的理解關懷。相較於國際化的海外遊學，在地化的遊學將扮演多層面與多角度的教育功能。藉此尋回對土地的熱情與記憶，「用身力行、用心閱讀、用愛珍藏」帶著孩子細細賞味和珍藏臺灣之美的遊學路線。

在地遊學路線就是由各縣市特色學校所整合提出的，根據這些學校的在地特色資源，以教育角度和觀點，設計一套學習的遊程，稱之為「遊學路線」。

三、遊學教育之相關探討

Gibson (1998) 指出：在美國，一般民眾對具教育性質之旅遊形式 (educational tour) 的興趣與日俱增，他們認為假期可以是一個刺激大腦活動、或以學習新技能活動的好時間。旅遊的形式是否對子女具有教育價值與

意義，常是家庭旅遊的重要考量因素。為呼應家庭旅遊所重視的教育意義，將旅遊與教育結合，這樣的旅遊型態將是未來的趨勢（Crompton，1979）。遊學（study tour）結合旅遊與學習，在旅遊中學習，不以求取學位為目的，其形式自主性高且彈性大，可自行選擇課程、住宿方式、時間長短，沒有傳統課堂學習的壓力（陳威亞，2004）。

儘管如此，國內推動遊學教育剛剛起步，仍然有諸多實務問題有待克服。根據葉兆祺(2007) 策略行銷研究學校在地遊學活動之實證分析。提出下列之建議，足以提供參考：

（一）積極辦理「在地遊學」同儕觀摩，提供成功行銷經驗：在地遊學乃是整合地方、學校、館所、農場、社區或地方文史資源等，突破傳統封閉學校以教學為主的活動，所以難度也較高，大部分學校都缺乏相關經驗。

（二）補強「在地遊學」行銷策略，強化「價格」與「通路」行銷：在地遊學的行銷策略重「產品」與「人員」，這是正確的方向，因為產品是行銷的第一步，也是長期吸引消費者的基礎。所以，如何規劃有教育意義、有文化深度的遊學活動乃當務之急。可多強化「價格」與「通路」行銷策略，例如形成遊學聯盟進而拉大學習層面，延長遊學時間由一天擴增為兩天，再提出「組合套餐」方式，擴大為親子參與等，以增進行銷效益。

（三）平衡「在地遊學」之行銷，擴大民間企業與學生的參與：目前行銷的主要人員以學校教職員工與社區家長為主，建議在不影響正常教學下，訓練本校學生具有擔任講說員的能力，或以遊學活動做為文史研究或科學展覽主題，配合媒體推廣策略，讓學生成為遊學活動的代言。政府資源有限而民間資源無窮，應把民間企業納入行銷的行列。

（四）鬆綁「在地遊學」之經費運用，活化行銷功能：在地遊學所收取費用盈餘依規定只能用於遊學活動項目上，例如講師費、教材費、場地費或其他相關之業務開支。這種財務運用的限制無法提高學校辦理行銷的動機，建議增加辦理學校之財務自主，成立各校「在地遊學基金」，活動盈餘可以改善學校教學設備、補助弱勢學生、獎勵優秀學生、辦理教師專業成長等，進而活化學校特色、教育品質及招收優秀學生與留住人才等功能。

肆、利基學校（Niche school）思維

一、Niche 的由來與詮釋：

利基是英文名詞“Niche”的音譯，Niche來源於法語。法國人信奉天主教，在建造房屋時，常常在外牆上鑿出一個不大的神龕，以供放聖母瑪利亞。它雖然小，但邊界清晰，洞裡乾坤，因而後來被引來形容大市場中的縫隙市場。在英語，它還有一個意思，是懸崖上的石縫，人們在登山時，常常要藉助

這些微小的縫隙作為支點，一點點向上攀登。20世紀 80年代，美國商學院的學者們開始將這一詞引入市場營銷領域。

利基市場形象像niche，雖然很小很窄，但邊界明顯。利基行銷非常適合中小企業，其重點在於選取並建立利基市場。利基（niche）是指針對企業的優勢細分出來的市場，這個市場不大，而且沒有得到令人滿意的服務，一旦產品推進這個市場，有盈利的基礎。在這裡特指針對性、專業性很強的產品（崔月婷，2007）。

二、Niche的定義和特徵

菲力浦·科特勤（2009）對利基下的定義：利基營銷是一種特殊類型的市場細分策略，是指企業為了避免在市場上與強大的競爭對手發生正面衝突而受其攻擊，而採取的一種利用自身特有的條件和優勢，選取競爭對手獲利甚微或力量薄弱甚至忽視的一小塊市場（稱為利基市場）作為其專門服務的對象，全力予以滿足該市場的各种實際需求，以達到牢固地佔領該市場的目的。利基一詞是英文“NICHE”的音譯，原指佛龕。利基營銷非常適合中小企業，其重點在於選取並建立利基市場。利基營銷非常適合中小企業，其重點在於選取並建立利基市場。提供高品質產品，收取附加費用、創造新的經驗曲線以及建立良好的企業文化和企業形像等。

理想的利基市場大概具有以下五個特徵：

（一）能夠樹立差異化優勢，並以技術創新構築競爭壁壘，經常勇於向自己挑戰。

（二）選準一個狹小的產品市場，占領寬廣的地域市場。

（三）具有持續發展的潛力，以針對性的技術研發和專利，引導目標顧客的需求方向，引領市場潮流，以便在這個市場上持續發展。

（四）所具備的能力和資源，可以提供相稱的優質產品或服務。這就要求企業審時度勢，偵測市場的需求，也要清楚自身的能力和資源狀況，量力而為。

（五）逐步在客戶中建立了良好的品牌聲譽，能夠以此抵擋強大競爭者的入侵。

因此，Niche是指一種關鍵性、獨特性的核心技術，也是創新設計、技術能力、行銷通路、資料庫、製造能力、品牌等，能讓企業有所成就及發展。Niche Market是指企業能針對特定的市場區隔，利用公司關鍵性、獨特性的核心技術，提供專業化的服務，且具有一定的市場佔有率，成為公司主要獲利來源的市場，就是所謂的「藍海市場」。

三、Niche school和Niche learning

Niche School 可視為一種重視學校發展利基的「特色學校」，也就是利用

學校的在地優勢，包括自然資源、社區人文、師資專長、聯盟策略……等，導入學校特色的發展，建構學校本位課程的系統。以走讀觀察、現場操作、情境體驗的方式來深化知識課程，並開發其特有的客源需求；透過創意的行銷策略，發展出與眾不同的特色，打造出獨一無二的形象和品牌（蔡淑玲，2009）。

Niche learning 就是一種形塑「學生利基」的概念，重視學生個別差異，提供適性的需求和滿足。相信有些孩子對傳統的制式學校，一般所謂的正規教室課程，經常感到無趣和無奈，其學習動機是微弱的，因而學習成就也是低落的。一般公司的大宗市場的產品，是無法滿足這些客群的需求。因而，產生所謂體制外的「另類學校」或「理念學校」；然而大多數的家長、父母也許基於經濟能力因素，或者生活地域的考量，甚至其他因素而無法讓孩子擁有某些「利基的機會」。但他們非常渴望讓孩子進入具有吸引力的特色場域，以豐富有趣的課程風貌、進行走讀、探索、操作、體驗的學習過程，以提升孩子的學習動機，充分肯定孩子的自信表現，並且樂於表達自我與分享他人（郭雄軍，2007）。

四、追求Niche的特色遊學

教育部推動「特色學校方案」，五年來已有581餘校次獲得專案補助。雖然學校只要有一定學生數就可以免於被裁併的命運，但從教育積極的角度，學校能夠幫助孩子打開經驗世界與發展抽象能力，以便與世界真正連結，協助孩子除了具備維生的能力外，還能夠透過和社會互動連結，進而產生創作的動機與成果才是學校永續經營的關鍵，學生到學校最主要的事便是學會與世界真正連結。所謂「真正連結」，不是浮淺的人際關係，而是要把孩子的主體經驗與不同時空下的人們，探索世界所留下來的創造經驗相連結，讓孩子透過生活與思維使他原有的經驗網路不斷往外延伸。在學校，孩子必須發展抽象能力。發展抽象能力是爲了在連結別人的創造經驗之時，能洞悉並掌握這些經驗的普遍性，從而回歸特殊世界。

以知識層面而言，不單是書本或其他資訊所記載的文字與符號，而是人認識世界的過程，與他所看到、所了解、所感悟的世界的樣態。如果把人所認識的世界的整體樣態，經大幅篩選，抽掉個人的特殊經驗，留下那些較被公認的基礎材料，再經分門化、客觀化、抽象化、系統化，甚至標準化的細密處理，編製而成的知識體系，便成所謂的「套裝知識」。

「經驗知識」不是所謂的「通俗知識」。相對於靜態的套裝知識，經驗知識是動態的。經驗知識是以學習者爲主體，不斷與學習者的經驗起了共鳴或衝突而發生的那些別人的經驗精華。譬如，人生產知識、創造知識的活動紀錄，或以問題爲中心，讓學習者一步步去參與知識建構的探索歷程，這些都是經驗

知識(黃武雄, 2007)。

所以, 參與發展特色遊學的國民中小學, 跨越了學校和社區之間的鴻溝, 融合了制式教育和在地文化, 活絡了家長、教師和學生之間的互動; 體驗教育活化了填鴨的套裝知識; 改變教師慣性想法與制約教法(蔡淑玲, 2009)。真正落實教育的本質因材施教、有教無類、適才適所、自主學習, 這些圖像浮現於孩子和老師的眼神。當每一位教師改變慣性的教學思維念與教材教法, 不放棄任何一個孩子的學習機會, 這些收穫, 就不會是偶然與意外。尤其, 諸多偏遠地區的國中生早已放棄書本的結構知識, 形成學科的低成就和學習弱勢; 反觀, 若干都會區的傑出學生, 也許在基本能力測驗獲得極佳的表現, 但其經驗知識和生活能力是薄弱的, 特色課程和遊學型態應該為這些孩子找到最佳利基。

伍、特色學校經營與遊學圈策略

一、如何經營特色學校

(一) 特色之形塑: 乃向社區借景搭建舞臺, 向專業社團借力使力, 向政策借勢發展, 融入校園、社區、周邊等環境條件, 活用學校內部和外部專家等人力資源, 並且連結課程之概念與設計, 進行教學的操作, 實施運動技能、生態觀察、社會踏查、藝術創作等學習活動。

(二) 特色之整合: 包含特色文化整合、教師專長整合、領域知識整合、空間資源整合、時間故事整合、行動學習整合。各項整合程度越高, 越能發揮特色課程的連結效益。

(三) 特色之經營: 首先需要構築學校本位課程平臺, 並結合地方之特色產業文化, 融入自然人文景觀的探索, 設計跨領域在地知識教學, 藉由特色行銷品牌學校聲望, 進而締造孩童的依戀歲月, 然後逐步產出價值分享的機制(如圖1)。

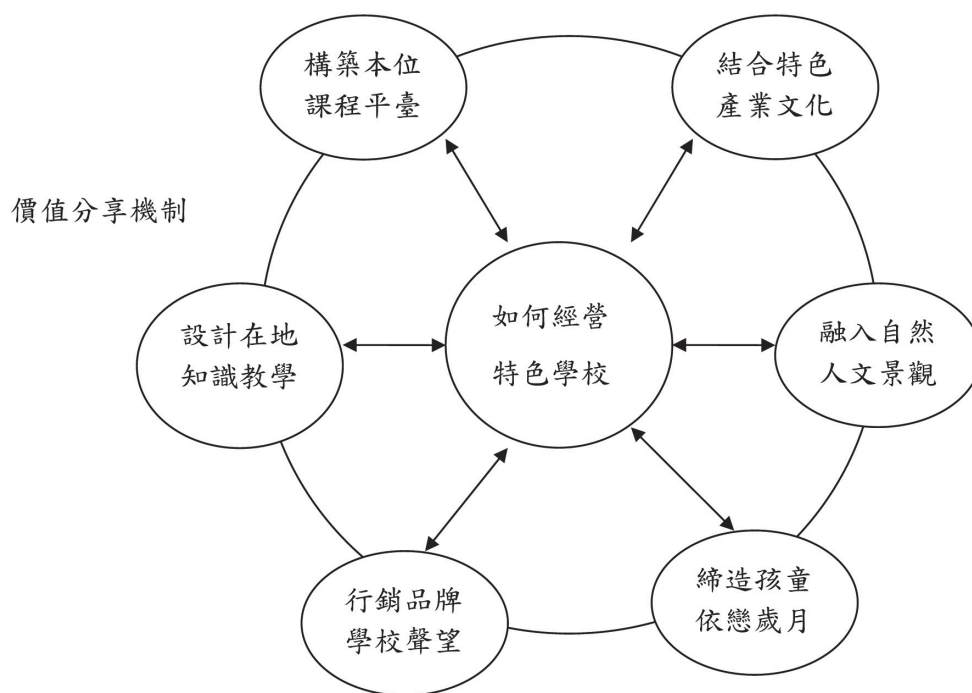


圖1 特色學校結構

二、如何推動遊學校育

(一) 遊學的概念導向—遊學教育並非一種旅遊或遊樂的型態，而是一種生活導向、能力導向、創意導向、文化導向的學習活動。畢竟書本之知識結構，缺乏真實性、情境性、涉入性、參與性、活動性，因此可能限制孩子的學習興趣和動機。

(二) 遊學的教育屬性—遊學是「讓知識走出書本，讓能力走進生活」，遊學教育可視為：低結構、低系統、低測量、低強制、低壓力的學習過程，讓孩子有機會自主的學習，開發學習者的潛能，增強內在動機和提升信心表現，亦將有助於教科書的結構性知識的學習。

(三) 遊學的實施構面— 很多人誤以漁光國小接待外校學生就是遊學教育的標準模式；其實遊學教育的對象、地點、方式、元素等構面可分為：

- 1.對象：本校學生、外校學生、國際學生。
- 2.地點：校園角落、社區周邊、特定場域。
- 3.方式：觀察體認、操作體驗、探索體會。
- 4.元素：認知深化、情意互動、技能學習。

推動特色遊學教育，端賴各校的條件和規模而定。漁光遊學大量吸引外校

學生，乃是初期透過外校遊學生進行課程的實驗操作，喚醒本校學生之學習意識和動機，並增強本校教師之設計和教學經驗，後期則是一種成熟優質課程的分享。當然，偏遠迷你小學人數極少，有其操作的立場和基礎。

遊學是一種走讀、觀察、操作、體驗的動態學習過程。它必須搭配課程架構和學習目標來進行。就是透過「知識結構的課程」、「真實情境的教學」、「有趣學習的動機」的手段，兼顧「社會互動能力」、「自然觀察能力」和「問題解決能力」三個面向，達成「系統性抽象思考」和「豐富性經驗世界」主軸目標，回歸「兒童中心之能力本位」之核心價值（詳見圖2）。

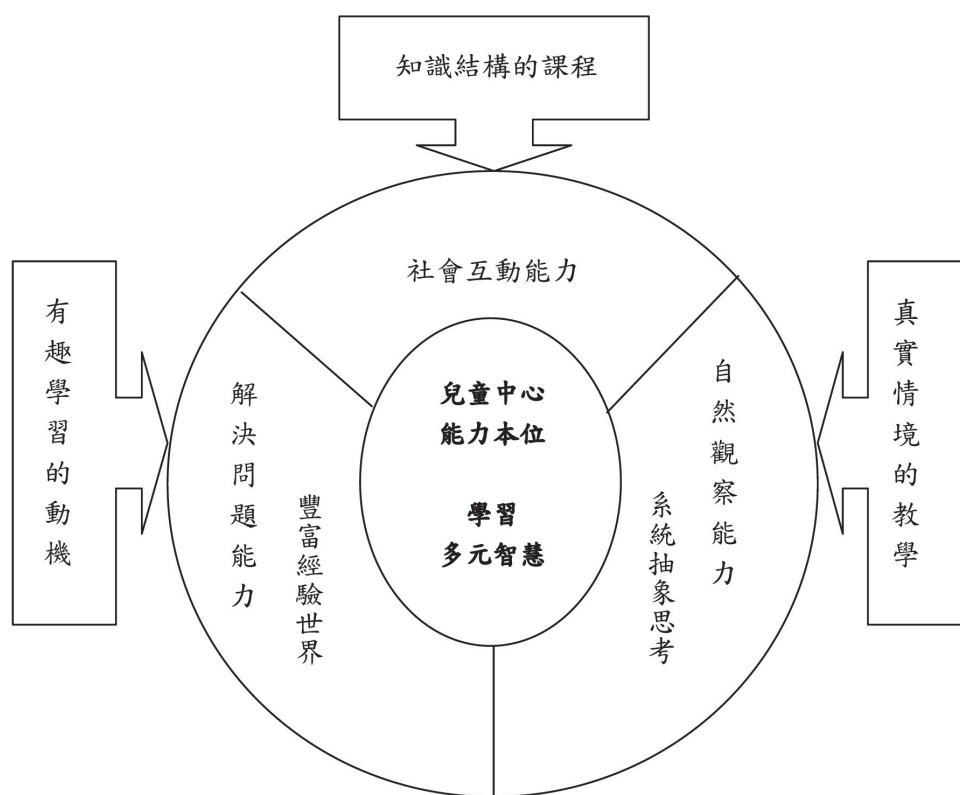


圖2 遊學教育之目標

三、特色遊學圈策略

(一) 雲端跨境300遊學圈

教育部100年特色學校評選中，新北市雲海國小和嘉義縣社團國小以「雲端藍海，鼓舞社團」方案脫穎而出，這是首例跨縣市聯盟的模式。

雲海原名爲：「格頭國小」，有一年蔣故總統經國先生來到這裡，發現學校山林美景雲霧裊繞，所以改名「雲海國小」。而五十幾年前，嘉義大林鎮三角里的眷村叫做「社團新村」，當時蔣宋美齡夫人來視察，認爲該設立一所小學，就叫做「社團國小」。兩所與蔣家稍有關聯的小學，目前學生人數總共100人，就在民國100年進行跨境的特色策略聯盟。

走在「雲端」的整合時代，運用「藍海」的聯盟策略；凝聚學校理念的「社群」，打造特色學校「團隊」；共同發現蛙與鼓的亮點，還有彩染創作的特色；陪著孩子奔向彩虹世界，就從雲海和社團出發！跨越大半臺灣島300公里，爲臺灣教育建構第一所跨境跨界之「雲端跨境300」遊學圈。

（二）有陶有聲有溪遊學圈

「桃陶溪」是一個很特別的名字。「桃」是指桃園縣境發展特色的學校，曾榮獲全國特優的山頂國小和中原國小。「陶」是指世界知名的鶯歌故宮臺華窯陶瓷。「溪」則是指頗富人文和自然特色的大溪，那裡有兩所特色聯盟獲獎學校的田心國小和百吉國小，還有全臺唯一的東和音樂體驗館，共同組成桃陶溪聯盟遊學圈。

（三）香格里拉遊學圈

2010年在香格里拉休閒農場主人號召之下，宜蘭縣大福國小、大里國小、寒溪國小、憲明國小等四校齊聚一堂，首次共同完成《香格里拉》遊學專書的篇章。這四所學校的校長，有三位出身大里國小，秉持這樣的淵源、熱情、默契和經驗，再度聯手出擊，以四校策略聯盟計畫方案，勇奪教育部100年特色學校特優。他們即將開啓一段特色學校的故事，故事有了開端，就會不斷傳唱……。

（四）山海連線100遊學圈

教育部100年特色學校評選中，在新竹縣新豐靠海閩南村落的精華國中和福龍國小，以九年一貫課程聯盟的計畫方案脫穎而出，勇奪特優各80萬元補助。關西和竹東客家莊的南和國小和竹東陸豐國小，則是99年特優獎的得主。而遠在後山尖石鄉司馬庫斯的泰雅原民部落的新光國小，也是榮獲教育部特色補助的學校。從山巔到海濱綿延100餘公里，結合閩南、客家、原民的族群，建構跨境學習的「山海連線100」遊學圈。

（五）霄裡溪聯盟遊學圈

教育部推動國中小學特色學校乃鼓勵各校依學校環境和社區特性，建構在地特色課程平臺，並且以在地遊學—校園遊學、社區遊學、校際遊學進行。所謂遊學就是一種現場觀察、社區踏查、操作體驗的學習方式。

新竹縣照門中已經連續三年獲得競爭型的特優和優等。2011年更結合鄰近三校—照門國小、照東國小、清水國小，共同組成策略聯盟榮獲教育部特色學

校補助。他們將霄裡溪的環境資源和人文典故，透過在地知識的學習設計，進行特色課程的發展和行銷，共同打造「霄裡溪」聯盟遊學圈。

（六）國家風景區特色遊學圈

2009年日南投縣月潭國家風景區協助整合日月潭五校聯盟遊學圈。2010年苗栗縣獅頭山國家風景區搭配苗栗縣南庄三校，打造《南通湖》遊學圈。這項策略聯盟解構校園的圍牆，讓學校本位課程的發展平臺，逐步向周邊環境延伸跨越。2011年八卦山國家風景區鄰近五所學校，共組策略聯盟榮獲教育部特色學校補助。他們應用國家風景區的既有設施和資源，進行特色課程的發展和行銷，共同組成《北卦山南跑水》聯盟遊學圈。

（七）經典特色遊學圈

教育部在2009年選拔全國十大經典特色學校。其中雲林縣華南和成功國小都名列其中，樟湖國小則是入圍學校。華南國小、成功國小和樟湖國小，始終堅持特色發展的理念，再次結合古坑鄉山峰國小共同組成「雲遊山林」聯盟遊學圈，並榮獲教育部2011特優方案補助。他們將山林的環境資源和人文典故，透過在地知識的學習設計，進行特色課程的發展和行銷，共同撰寫聯盟遊學圈專書，讓經典特色再出發。

陸、結語

一、有批判才有省思

推動特色遊學的出發點，在於強調教育的「真情、善念、美感」。雖曾聽聞若干批判的聲浪，但我們深知任何教育政策或作為，必須經得起質疑、挑戰、辯證和修正，才能更臻成熟圓滿；就像大樹一樣，熬過狂風暴雨的洗禮，或沐浴春風化雨的滋潤，才能長成玉樹臨風，綠樹蔭濃讓更多人乘涼。

筆者認為，我們必須懂得批判者在想什麼，在說什麼？更要設法讓他們知道我們在做什麼。從漁光開始開辦特色遊學，龍山國小接待各界參訪，直到擔任教育部的特色學校委員，已經面臨千百人次的提問請教或質疑批評，這些珍貴的問題和意見，在在是寶貴的智慧禮物，可以提供諸多發展特色學校和推動遊學教育的思考。

歷經五年來的推動和發展，對於特色學校和在地遊學，已經累積諸多操作面、實務面、經驗面的真實現象。接下來，我們必須進行概念化、學術化、抽象化的歸納處理，企圖逐步建構出特色學校和在地遊學之本土論述（詳見圖3）。

二、回歸學校原貌的學習意義

School在古老的拉丁文是休閒場所，現在卻變成考試的競技戰場，如何嘗試跳脫出Schooling界線，真情的找出學校功能的最大可能，為孩子編織未來

夢想；如何讓孩子對學校的意象充滿嚮往和依戀，那就是學校所追求的丰采和魅力。

因應遊學之時勢氛圍，創造更多教育的可能，轉化既定的教學與旅遊模式，鼓勵走讀臺灣進行有意義的探索學習，期盼建構出學生的文化學習與表達能力，開拓其眼界與胸襟，培養對多元社會的理解與關懷。

將學校的概念擴大、把學習的場所拉到戶外，利用地方的特色環境或場域發展出不同的學習課程，讓知識不再侷限於書本上，而是利用真實的生活經驗，讓小朋友能透過親身的嘗試與探索，而有不同的體悟與感受。

美國自然教育家Joseph Cornell所倡導之流水學習法以自然體驗為其核心價值，其中包含四項程序：1.喚醒熱忱（awaken enthusiasm）激發學生的興致與靈敏度，也就是教學法中的引起動機，主要以遊戲或肢體活動的方式進行。2.集中注意力（focus attention）：以靜態的活動達到專心一致與心靈平靜的狀態，集中聽覺、視覺、觸覺、嗅覺等的注意力，來鍛鍊觀察力。3.直接體驗（direct experience）：讓學生直接投入參與、探索的學習機會，使其瞭解生態文化的理念，進而產生使命感，發展個人對生態文化珍愛之承諾。4.分享啓示（share inspiration）：願意與他人分享自己的感受，透過互動交流，加強參與者自我探索的信心，開啓本身的意識力。

建構KPSP遊學模式（蔡淑玲，2008），以知識體系（Knowledge），透過走讀流程（Process），回歸學生主體（Students），產出行為能量（Power）。綜觀臺灣百大特色學校之特色遊學，大多結合優勢豐富的自然與人文資源，包括海洋運動、自行車道、多樣化生態、溪流景觀、古道飛瀑山林、古蹟遺址、地方傳說、在地特色產業等，允為取之不盡的學習場域資源。所謂「在地遊學」就是學校利用社區場域，進行一種可創造教育價值、可產出學習意義、可表達臺灣生活文化、可操作體驗的學習方式」。休閒產業界亦運用這種概念，融入生活文化、產業、學習、體驗、地域特色之主題課程。以真實情境、草根課程，進行體驗式之場域教學。例如：「海洋、農村、溪流、茶園、陶瓷、牧場、森林、工場、湖泊、果園、漁村、古蹟、港都、客家族群、原民部落」等。

推動創意遊學的論點就是「教室在天地之間，課程在生活當中」，實務上應該先尋找場域素材，累積足夠的資料（data），再進行課程的規劃設計，形成系統化資訊（information），並透過步驟性、趣味性、互動性的引導教學程序，逐步建構孩子的知識（knowledge），期待將知識轉換成行為表現和生活能力（ability），最後形成一種特質的生活智慧（wisdom）（蔡淑玲，2008）。

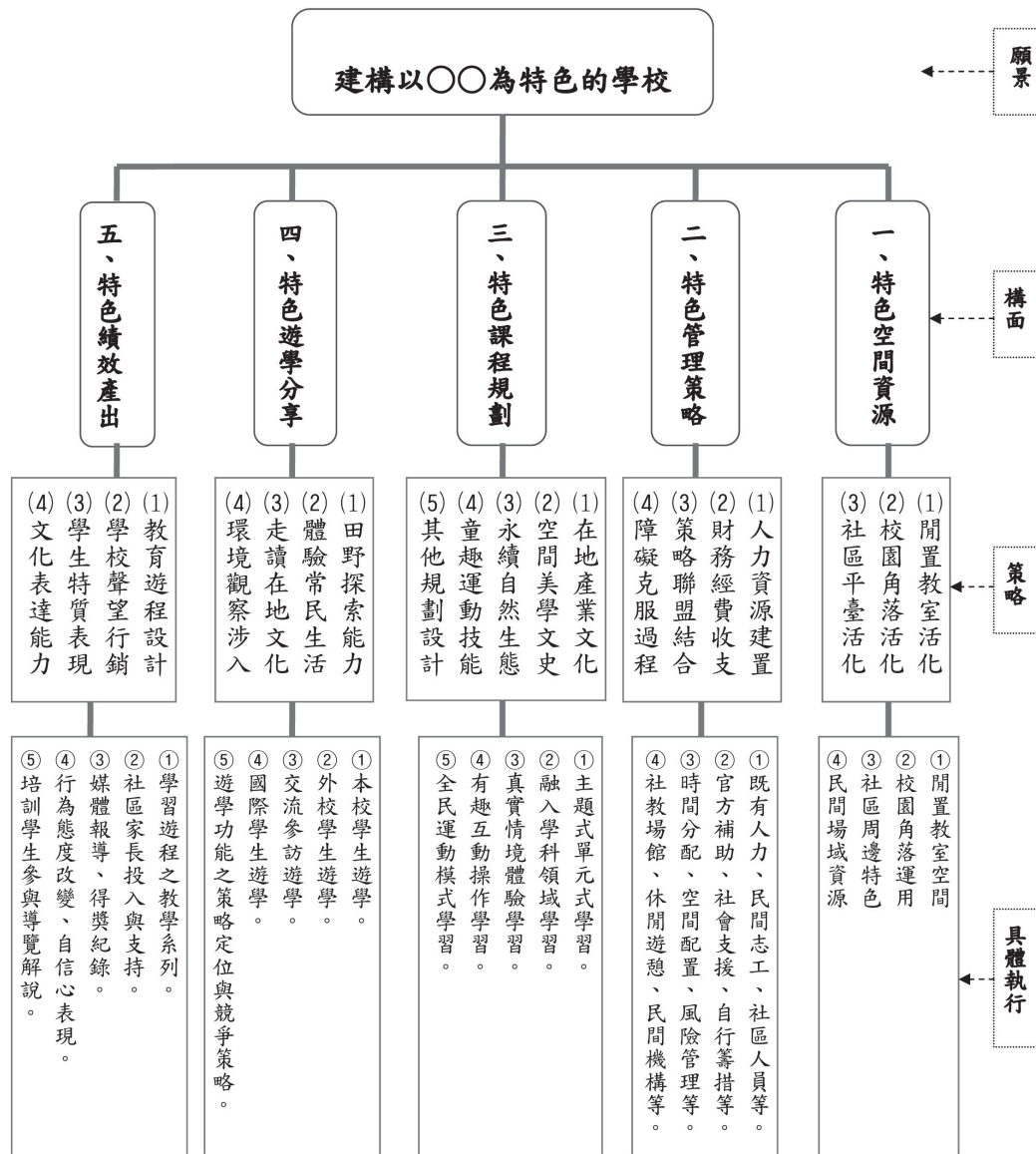


圖3 經營特色學校與在地遊學教育之架構

參考文獻

- 高俊雄、郭雄軍、蔡淑玲（2009）。臺灣創造性模擬學校初探—以飛牛牧場和頭城農場為例。國家教育研究院專輯。
- 崔月婷（2007）。家家都有機器人。環球科學，2。

- 郭雄軍（2006）。經營特色學校。臺北：漁光國小。
- 郭雄軍（2007）。藍海學校經與特色遊學。臺灣教育月刊。
- 郭雄軍、蔡淑玲（2009）。臺灣策略聯盟學校初探—以日月潭遊學圈為例。國家教育研究院專輯。
- 陳威亞（2004）。大學生遊學產品意象、知覺價值與滿意度之研究。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 菲力浦·科特勒（2009）。營銷管理（Marketing Management 13E）。中國上海市：格致出版社。
- 黃武雄（2007）。學校在窗外。臺北：左岸文化。
- 葉兆祺（2007）。策略行銷研究國小在地遊學活動之實證分析。國立暨南國際大學期刊。
- 蔡淑玲（2009）。全國十大經典特色學校之研究。國家教育研究院專輯。
- 蔡淑玲（2009）。教育部98年活化校園之十大經典特色小學獲獎專輯。
- 蔡淑玲、郭雄軍（2008）。在地遊學—臺灣生活與文化全體驗。臺北：聯經。
- 蔡淑玲、郭雄軍（2009）。日月掠影—日月潭遊學課本。日月潭國家風管處。
- Crompton, J.(1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, (6), 408-424.
- Gibson, H. (1998). Leisure Lifelong Learning-The educational tourist. *Journal of Physical Education, Recreation and Dance*, 69(4), 32-34.