



休閒教育新機

一 創意學校與社區觀光之初探

黃茉莉／桃園縣福豐國中教師

國立臺灣師範大學公民教育與活動領導研究所博士生

一、緒論

少子化教育經費縮減之衝擊下，「小校裁併」為近年偏遠地區中小學之沉重壓迫，2001年至2007年期間，全台國民中小學計有97所學校進行整併工作（教育部國民教育司，2008）。「小校裁併」政策之影響層面卻不僅止於學生就學、教師或行政人員超額、閒置空間等問題，吳清山、林天祐（1997）解釋我國國民教育法及其施行細則下的「學區制度」，其實乃以學童方便就學為主要考量。學區等同於社區之情況下，學校不但是社區生活圈之六大基本設施之一，也扮演串聯人際性團體網絡之重要角色（林振春，2008），因此，如同楊惠芳（2006）在〈廢校等於廢村，轉型才是雙贏〉報導所言，一所小校的裁併可能牽動整個社區的存廢興亡，除加重原本偏遠聚落、社區人口外移的問題，對於地方之蕭條式微無益亦是雪上加霜（宋秉明，2002）。雖然湯志民（2009）主張透過校園閒置空間或整併學校之利用與活化，再創空間的新意義與新記憶，部分裁併學校之空間漸次轉型為生態自然中心、童軍營地、青年旅館等場所，然而被動式的空間利用往往缺乏活化與經營，使得生態自然中心及童軍營地只能徒留大門深鎖的寂寥與時光記憶的衰亡。是故，偏遠地區學校經營與社區發展之議題值得關注。

在消長與存廢宛若「M型社會」苦笑曲線的另一端，地方教育現場出現了另一種聲音和景象。鑑於此般教育時勢潮流，學者

專家（黃麗美、郭雄軍，2007；張明輝，2006；郭雄軍，2006）紛紛倡導學校創新經營之重要性，主張結合學校本位課程，透過學校創新管理與地方行銷，繼而建立學校特色。教育部近年大力推動的「全國學校經營獎」之優質學校，主題為「台灣百大特色小學」之週刊報導掀起媒體追逐風潮，專刊議題論述搭配電子媒體之強力放送，不僅突顯學校經營之多元蓬勃，亦促成「特色小學」為遊走全台319鄉鎮時的另類盛地，也活化原有教育生態，帶動社區的凝聚與認同，創意特色學校一舉從沒沒無名、瀕臨裁併的小卒成為「優質轉型火車頭」（黃淑莉，2009）。

細究偏遠地區或面臨裁併危機之小校，雖位居交通不便、資源不利之窘境，然而，Hill（1993）以美國休閒遊憩發展觀點出發，主張相對擁有豐富自然資源、歷史文化資產抑或部落生活特色的偏遠地區，此情境和新鮮感，對於厭倦都市生活之假日家庭旅遊以及生態探索遊客都具有吸引力，換言之，偏遠學校之劣勢，經過創意經營之轉化與催化後，將能鏈結學校與社區之共榮發展。因此，本文以休閒旅遊之觀點與趨勢為起始，引介社區觀光規劃模式，期能提供創意學校發展社區觀光之思維，開創休閒教育之新機。



二、另類旅遊風潮與社區觀光規劃

（一）另類旅遊之興起

行政院自2002年至2007年積極推動「觀光客倍增計畫」，除逐年建置自行車道、登山步道等觀光遊憩設施，規劃一系列套裝式旅遊行程，並建置諸如觀光巴士、旅遊資訊服務等旅遊服務網（行政院經濟建設委員會，2008），可見政府對於觀光旅遊產業之重視，然而，當觀光產業之發展以量的增加為標竿時，對於地方社區之衝擊往往在於：利益歸於商家、組織，而交通不便、環境污染等困擾卻歸於居民，形成當地居民、學童身處觀光區反而產生負面、勢利的休閒態度和價值觀（余安邦、林民程、張經昆，2002）。觀光人潮的湧進，不僅一次性地將景點、居民、文化無情地消費，迅速耗損旅遊資源之餘，亦將觀光旅遊之意義淺薄地打壓為「坐車、如廁、走路、購物、名產」，忽略觀光旅遊深度探索自我與他者所觸發的冒險挑戰、情緒抒發、歷史情懷、文化衝擊、自省內視等種種可能性與教育機會（黎雅麗譯，1998）。

綜覽世界觀光旅遊趨勢，世界觀光組織（World Tourism Organization, 簡稱UNWTO）於1980年即已思考觀光旅遊活動的人文面向，重視生活品質與品味偏好的提昇，進而提出「另類旅遊」（alternative tourism），一反過去大眾旅遊（mass tourism）的傳統習性，強調遊客的旅遊動機、旅遊活動內涵的深化以及關心旅遊地點之生態、人文倫理等，因此產生諸如生態旅遊、永續觀光、考古旅遊等之倡議（Wang, 2000、黃發典譯，1993）。

Poon認為另類旅遊乃以新世代遊客為主要對象，這類遊客不再追隨群眾步伐，而希望獲得旅遊經驗中的自我控制感，不斷

迎接且探索新事物，體驗與旅遊地點「享受而非摧毀」的互動之道（Wang, 2000）。Urry亦於《觀光客的凝視》點出「旅遊形式」之選擇其實逐漸成為區辨個人「品味差異」（distinction）的指標，隨著旅遊的民主化、閒暇時間增多，年輕遊客尤其喜歡追求豐富多樣的休閒旅遊活動，套裝旅遊行程不再是唯一或首要選擇，今日的觀光旅遊業已與學習密不可分（葉浩譯，2007）。

綜合上述，發展社區觀光正符應世界觀光組織所倡導之另類旅遊、生態旅遊趨勢，其共同精神為重視社區參與及居民之意識覺醒與增能賦權，且細緻關懷遊客之旅遊需求；再者，透過地方特色之彰顯，打破一成不變的旅遊活動規劃和行程，營造異文化、異地之嶄新體驗；亦可融入學習成分，經由居民與遊客之互動交流，深刻旅遊價值之獲得，使遊客肯認其旅遊選擇所反饋之獨特品味。

（二）社區觀光之推動與規劃

彙集歐美社區觀光（Community-based Tourism）相關研究，略可分為兩大面向，第一面向是從觀光旅遊觀點出發，自遊憩規劃與管理角度思考社區資源之運用與發展，重視遊客經驗與社區觀光活動之連結（Miyakuni & Stoep, 2006; Philip, Donald & Irving, 1993）；另一面向則以社區居民之增能賦權為導向，重視社區觀光發展過程中之團體動力、催化角色以及社區認同之啟蒙（Okazaki, 2008）。

1. 社區觀光規劃

如同另類旅遊對於遊客旅遊動機滿足之重視，Miyakuni和Stoep（2006）認為發展社區觀光應以遊客經驗品質為首要考量，兩位學者所提出之社區觀光規劃架構（Community-Based Tourism Planning Framework）即分別就身體活動（physical linkages）、訊息（information



linkages)、視覺(visual linkages)、交通(transportation linkages)、解釋(interpretive linkages)、行銷或經濟(promotional/ economic linkages)等層面進行統整，以加強遊客旅遊經驗與社區觀光之連結，尤其重視藉社區故事之解釋連結遊客經驗，此不但有助於拉近遊客與社區之距離，深化旅遊經驗，並能催化社區集體記憶的累積和故事建構。

針對交通部分，Miyakuni與Stoep(2006)建議應建構妥適之交通接駁系統，此接駁系統與前述所提及之視覺、訊息系統需相配合，使觀光旅遊地區能營造一整體感、加深遊客之知覺經驗，另外亦可配合地方特色變換不同交通工具，以增加遊客之旅遊經驗，透過縝密地路線規劃與不同交通工具之導引，舒緩擁擠人潮，避開觀光旅遊對於社區居民生活的干擾，充分將社區各景點與服務資源引介予到訪遊客。

2. 社區居民參與

Philip曾以策略性市場規劃(Strategic market planning)做為規劃社區發展時之建議，其主要藉居民之增能賦權來改善社區，引導居民真切理解「我們是誰」、「我們可以怎樣」，進而方能評估目標服務對象以及地區之定位發展，如此才能提供包括服務、遊憩或文化設施等等適切的「產品」，不過，他強調「當地居民」永遠是最重要的產品，當居民經良好照顧及教育後，自然能提昇更好的服務品質和地區氛圍(Philip, 1993)。此論述便說明一般觀光旅遊活動與本文意指之「社區觀光」其間的最大差異。

依社區居民對於社區事務之參與程度以及與政府組織或商業利益者之互動情形，則有Arestein所建構之居民參與階梯(ladder of citizen participation)，其中包含三大階層與八種狀態，自居民被控制利用或被動說服的「非參與者」階段(Non-participant)，

至「偽參與」(Degree of tokenism)階段，於此階段時，社區居民開始被告知相關訊息、成為諮詢對象，進而當其個人意見表達雖不被接受但仍能獲得安撫勸解；發展社區觀光最理想是能達到「居民權」(Degree of citizen power)的真正獲得，亦即社區居民與利益關係人成為夥伴關係，社區居民能成為整體運作的主導勢力(Okazaki, 2008)。

推動社區觀光需對於社區居民之意向以及社區居民參與情形有所覺察，此都將影響計畫或目標之達成。Okazaki(2008)主張「觀光發展」為社區居民和利益關係人的共同目標，當雙方合作關係出現後，一旦社區居民參與程度提高，便將催化權力之平均分配，因而能形成良好的循環，使合作關係更形穩固；社會資本在過程中漸次發展，並透過社區內、社區間及利益關係人之協力，促進目標的永續性，並彈性連結社區居民參與、權力分配和合作關係；然而，當合作關係面臨瓶頸或停滯期時，Okazaki認為可透過非營利組織之催化或協調，推動夥伴關係之形成。林振春教授(2008)觀察社區運作情形提出「社區系統動力論」，主張社會是大系統、社區是次系統、團體是微系統、社區居民是最小的系統，系統間層層相包含，因此任一分子發生變化都將引發系統微妙的互動。開展社區觀光時，便可評估系統中最容易引發變動之因子，尋求有意願亦有能力者來推動，進而牽動整個系統之運作與合作。

三、創意學校的推動與催化

(一)「社區有教室」延伸學習範疇

自政府積極推動學校社區化政策之後，學校對於社區所提供之休閒活動日漸多樣，但大多仍以休閒活動場地提供為主，少部分社區則結合社區大學或學有專精人士共同辦理藝文、視聽活動休閒活動(李晶，2000)



，然而，對於偏遠地區而言，除經濟弱勢外，對於社區居民之教育和休閒提供亦較易被忽略，導致社區居民因無學習的機會而缺乏參與的能力。

余安邦（2008：101）認為於強調終身學習之今日，「學校與家庭及社區（部落）的關係，已經從以往各自封閉的獨立空間，轉化為合作互助的夥伴關係」，因此，他輔導台北縣多所學校進行「社區有教室」的課程與教學，打破學校圍牆之藩籬，以學生深入社區互動及社區居民分享在地知識、文化之方式，延續並創造社區在地之獨特品味和歷史文化；此外，社區內各種潛在資源皆可成為學習的材料；社區內人文、藝術、社會、自然生態等空間，或在地工作者的工作室，便可成學習的教室；透過教師與社區人士的合作，及有系統的課程設計與實施，將社區資源轉換為有利於學生感知的結構性情境，使學生藉由具體而直接的經驗，主動建構自己的知識與價值；並經營引導學生向社區學習，培養社區人才，傳揚社區文化，達成「社區總體營造」之最終目標（余安邦、林民程、張經昆，2002）。學子走出教室與居民共同編寫社區故事、訴說集體記憶，乃為Miyakuni和Stoep（2006）認為最能深化遊客旅遊經驗之連結，「社區有教室」方案之延伸便可做為創意學校發展之初始。

（二）「創意遊學」觸發社區觀光之動力引擎

為免於學校撤裁，2003年時任台北縣漁光國小校長的郭雄軍率先推動學校轉型經營，以坪林地區天然資源融合多元課程設計，開辦假日遊學課程，初始針對國小三年級至六年級之個別學生，而後擴展為團體式的活動，平日有「師生團」之校外教學，假日則有「親子團」活動，另有「參訪團」模式以應相關教育團體、海外學校、企業團體、學校家長之需；旅遊行程則依地區之特色和人

力配置而有不同之規劃，通常有一日和兩天一夜、寒暑假三日遊等類型（郭雄軍，2006），學校行政人員、教師邀集社區人士共同參與體驗式活動與課程研發工作，設計不同主題課程，諸如茶鄉特色產業系列、水源自然生態系列、探索體驗活動、社區深度踏察系列等，並出版一系列以國小學童為對象的自導學習式活動手冊，供家長可陪同孩子按圖索驥地進行旅遊與學習、探索與知識分享。遊學活動的收益扣除實際支出後全歸學校公庫，而後並演進發展成「漂流教室」、「遊學牧場」等主題，另還透過「遊學」之教育旅行方式進行校際交流，結合教育與社區學習活動、地方行銷等方式，鼓勵都市學校學生以校外教學模式至特色學校參訪，此創意學校經營行動，僅四年便創下四萬人遊學、二十萬人參訪之教育旅行風潮，（黃麗美、郭雄軍，2007；郭雄軍，2006；蔡芬卿，2006）。

由地方學校自主發動的力量獲得驚嘆與重視後，隨即獲得政府的支持與肯定，為學校發展、經驗傳承爭取經費的奧援外，並逐漸串聯成組織聯盟，迷你小學的校長、教育界人士、休閒農場業者以異業結盟的方式組織成「台灣創意遊學聯盟」（〈有特色遊學〉，2006），而後又再成立「台灣創意遊學協會」，台北縣政府亦成立「台北縣創意遊學策略聯盟」，建置遊學網站公告相關訊息與旅遊行程，甚至影響教育部的政策，於2007年開辦教育部「全國創意遊學經營獎」，2009年實施「98年度推動國民中小學活化校園空間與發展特色學校實施計畫」，以「活化空間、學校品牌、永續環境、優質課程、夥伴關係、分享遊學」為原則，實施策略為「廢校閒置校舍在利用、小型學校的遊學發展、一般學校剩餘空間活化」，依計畫創新性、持續性、具體性、特色性、效益性評比，每年補助經費30至80萬，配合辦理成果



展覽與發表會外，並於實施計畫中書明「獲得經典特色之學校，應能結合在地特色產業聯盟，推動執行在地文化之分享創意遊學」（教育部，無日期）。

儘管以學校發展為主題所辦理之遊學活動，獲得官方支持與協力推動，且有相關碩士論文研究肯定其教育價值與學習效益（孟佳瑾，2006），卻也引發教育商品化之爭議，以及學校本末倒置只重行銷卻犧牲學童基本學習權益之議論（胡慕情，2009、潘欣榮，2009），此外，創意學校亦有人力不足與公庫經費運用之難處，尤其往往受制於學校校長之調任，創意學校所規劃發展之遊學經驗、活動成果等種種施為便銷聲匿跡，社區困境依舊重現。然而，由官方的普遍支持到學校經營模式的創新，已可見創意學校經營對於偏遠地區發展所注入的活水，遊學活動亦為社區觀光開創豐富的可能性和發展性。

（三）「創意學校」催化社區發展

《漢寶德談文化》曾提及，對於偏遠地區而言，學校其實就是最好的文化中心（漢寶德，2006）。學校所能提供之資源不僅只場地、圖書、電腦等硬體設備，尚有學校課程、師資、學生等珍貴的軟體資源。因此，倘使能配合學校本位課程之發展，並以學校為社區觀光之發展據點及動力媒介，參酌學校社區化策略（林振春，2002），學校成為知識及資料傳播的來源，提供活動地點、邀集師資或有心人士，開設推動社區觀光相關課程，並動員社區群眾與學生參與社區故事之承傳、社區文化相關之手工藝品製作等，以觀光旅遊活動規劃為主題，促成社區互助運動與社區行動。

是故，以創意學校推動社區觀光，而後學校可轉型成為催化社區發展之角色，透過

與社區人才之結合，不僅可將解說、活動引導等工作轉由社區發展協會或社區人士負責，亦積極定期開設社區解說志工培訓課程，鼓勵社區居民參與社區觀光活動之推廣與執行，此亦逐步建構以創意學校為推動社區觀光之發展模式，透過互動分享、再教育之過程帶動社區居民之積極參與，並共同創造社區的發展和新的可能性。

四、結論

Ruskin以休閒教育之觀點認為，休閒教育最重要的關懷課題便是人們生活品質的提昇，休閒活動的選擇不僅關係個人生活型態，也與身心健康緊密相繫，因此，其主張自家庭、學校、社區等多面向途徑的方式來推動休閒教育，包括休閒活動的選擇與討論、社區休閒規劃群體論述的引發以及實質行動等皆為推動休閒教育之重要策略（Ruskin & Sivan, 2000），以創意學校推動社區觀光發展，不但遊憩規劃、旅遊活動之公共討論在無形中可達成社區居民對於休閒活動的參與，所設計的旅遊活動亦可為學校學生之休閒教育教材，培養其正確之休閒態度和價值觀，孩子也可以成為社區觀光之種子志工，提供其服務學習之機會。然而，為能維持創意活水並利於社區觀光之永續發展，社區觀光發展中期之階段性轉型應將創意學校發動者之角色轉為催化社區居民參與、資源引介為主，而此其實便展現學校社區化理念之實踐，創意學校不僅成為社區觀光發展之催化者，更成為連結社區居民、學童終身教育之橋樑。整體而言，偏遠地區透過創意學校發展社區觀光，非僅只經濟、學校發展、自然保育、文化分享等面向之考量，亦將達成休閒教育、終身教育之價值。



參考文獻

- 有特色遊學，把小校變大了！（2006年8月28日）。中時電子報。2009年3月8日，取自<http://www.slps.cyc.edu.tw/modules/news/print.php?storyid=42>。
- 李晶（2000）。學校所提供的休閒活動在社區中扮演的角色。國民體育季刊，29，83-87。
- 行政院經濟建設委員會（2008）。2008國家發展重點計畫：觀光客倍增計畫。台北市：作者。
- 吳清山、林天祐（1997）。學區制。教育資料與研究，14，97。
- 宋秉明（2002）。社區觀光發展的形成：從修正型社區博物館的概念切入。觀光研究學報，8（1），71-83。
- 余安邦、林民程、張經昆等著（2002）。社區有教室：學校課程與社區總體營造的遭逢與對話。台北：遠流。
- 余安邦（2008）。社區有教室的在地轉化－打造有文化品味的課程與教學。北縣教育，65，101-103。
- 孟佳瑾（2006）。從消費行為觀點探討偏遠國小進行教育觀光之意義與價值－以嘉義縣中和國小為例。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 林振春（2002）。從社區教育理論談學校社區化策略。教育資料集刊，27，45-61。
- 林振春（2008）。社區學習。台北：師大書苑。
- 胡慕情（2009年5月10日）。特色小學不能忘本。台灣立報。2009年6月14日，取自http://publish.lihpao.com/news/in_p1.php?art_id=30474
- 郭雄軍（2006）。經營特色學校。教育研究月刊，145，32-40。
- 郭雄軍、許祝齡、林大成、林恆立、賴素慧、柯學璵（2004）。假日學校：漁光遊學之轉型經營方式。台灣教育，622，18-24。
- 教育部國民教育司（2008年8月26日）。研擬國民中小學整併處理原則，確保學生就學權益。2009年4月12日 取自 <http://www.edu.tw/EJE/>
- 教育部（無日期）。98年度推動國民中小學活化校園空間與發展特色學校實施計畫。2009年5月12日取自http://163.20.79.146/editor_model/u_editor_v1.asp?id={4444CF0D-D87F-421B-980F-F357BB1B1BC0}
- 張明輝（2006）。創新管理與學校經營。教育研究月刊，145，41-49。
- 湯志民（2009）。校園閒置空間原因、概況與再利用。教師天地，158，14-29。
- 葉浩譯（2007）。Urry, J.著。觀光客的凝視。台北市：書林。
- 黃發典譯（1993）。Lanquar, R.著。觀光旅遊社會學。台北：遠流。
- 黃淑莉（2009年5月19日）。三優質小校，代理校長續留。自由時報。2009年5月20日，取自<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/090519/78/1jqa9.html>。
- 黃麗美、郭雄軍（2007）。創意遊學與文化行銷之研究：以台北縣漁光國小為例。研考雙月刊，31（2），98-111。
- 蔡芬卿（2006）。休閒教育活動之企劃：以漁光遊學為例。大專體育，82，67-73。
- 楊惠芳（2006年11月10日）。廢校等於廢村，轉型才是雙贏。國語日報。2009年5月2日，取自http://www.mdnkids.com/info/news/content.asp?Serial_NO=47538



漢寶德（2006）。*漢寶德談文化*。台北：典藏。

潘欣榮（2009年5月21日）。小校存續靠觀光特色？教育商品化，漁光變餘光。*破報*。2009年6月14日，取自<http://pots.tw/node/2455>。

黎雅麗譯（1998），科特勒著。*旅行，重新打造自己*。台北：天下。

Hill, B. J. (1993). The future of rural tourism. *Parks & Recreation*, 28 (9), 98-102.

Miyakuni, K. & Vander Stoep, G. A. (2006). Linking Linkage Concepts from Diverse Fields to Build a Community-Based Tourism Planning Framework: the case of Shuri, Japan. *Tourism Geographies*, 8 (3), 286-309.

Okazaki, E. (2008). A Community-Based Tourism Model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (5), 511-519.

Philip, K., Donald, H. & Irving, R. (1993). There's no place like our place! The marketing of cities, regions, and nations. *The Futurist*, 27 (6), 14-21.

Ruskin, H. & Sivan, A. (2000). *Leisure Education, community development and populations with special needs*. Wallingford, UK: CABI.

Wang, N. (2000). *Tourism and modernity: a sociological analysis*. Kidlington, UK: Elsevier Science.

