

國立臺灣大學生物環境資源暨農學院

生物產業傳播暨發展研究所

碩士論文



Department of Bio-Industry Communication and Development

College of Bioresources and Agriculture

National Taiwan University

Master Thesis

從公、私部門出版物對生態旅遊意涵與目的地呈現之比

較研究

A Comparative Content Analysis of Ecotourism

Representation in National Park and Outdoor Magazines

方幼人

You-Ren Fang

指導教授：指導教授：闕河嘉 博士

Advisor: Ho-Chia Chueh, Ph.D.

中華民國 104 年 1 月

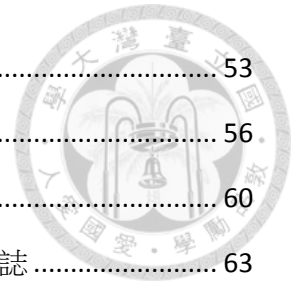
January, 2015

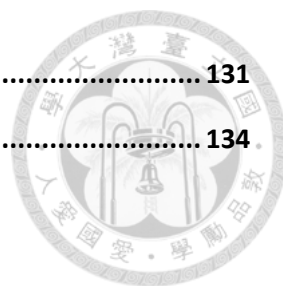


## 目錄

口委審定書.....	i
中文摘要 .....	ii
英文摘要 (Abstract) .....	iii
<b>第一章 緒論.....</b>	<b>1</b>
<b>第二章 文獻回顧.....</b>	<b>3</b>
一、生態旅遊的發跡與生態旅遊的發跡與意涵 .....	3
二、臺灣的生態旅遊.....	8
三、生態旅遊的二元對立：經濟與保育層面的抗衡 .....	11
四、被忽略的構面：地方文化在生態旅遊的角色 .....	11
五、媒體再現對生態旅遊的建構.....	15
<b>第三章 研究方法與設計.....</b>	<b>20</b>
一、研究文本的選擇.....	20
(一) 以平面媒體為研究對象：能夠長期保存並重複閱讀的媒介 .....	21
(二) 文本來源的挑選：《國家公園季刊》與《野趣生活家》 .....	22
二、內容分析法 (Content Analysis) .....	27
三、類目建構與分析單位.....	28
(一) 文本的「主題」類目 .....	31
(二) 文本的「論點」類目 .....	35
(三) 由「主題」及「論點」交織出的「描述」類目 .....	38
四、信效度檢測.....	39
<b>第四章 《國家公園季刊》對生態旅遊地的呈現 .....</b>	<b>41</b>
一、《國家公園季刊》中的主題.....	41
(一) 《國家公園季刊》中主題的出現次數.....	41
(二) 《國家公園季刊》中主題的主導性.....	44
(三) 《國家公園季刊》中不同主題觀點的分析.....	48
二、《國家公園季刊》中的論點.....	50

三、《國家公園季刊》中的描述.....	53
四、《國家公園季刊》中的公部門作為.....	56
五、《國家公園季刊》中的地方文化.....	60
六、《國家公園季刊》：一本接近「生態旅遊」意涵的知識教育雜誌.....	63
<b>第五章 《野趣生活家》對生態旅遊地的呈現.....</b>	<b>65</b>
一、《野趣生活家》中的主題.....	65
(一)《野趣生活家》中主題的出現次數.....	65
(二)《野趣生活家》中主題的主導性.....	67
(三)《野趣生活家》中不同主題觀點的分析.....	71
二、《野趣生活家》中的論點.....	72
三、《野趣生活家》中的描述.....	75
四、《野趣生活家》中的公部門作為.....	78
五、《野趣生活家》中的地方文化.....	81
六、《野趣生活家》：一本接近「生態旅遊」意涵的知識教育雜誌.....	83
<b>第六章 《國家公園季刊》與《野趣生活家》對生態旅遊地呈現之比較與討論.....</b>	<b>85</b>
一、主題層次的比較.....	85
二、論點層次的比較.....	88
三、描述層次的比較.....	90
四、公部門作為的比較.....	90
<b>第七章 結論與建議.....</b>	<b>93</b>
一、兩本出本品的呈現皆未貼近生態旅遊意涵.....	93
二、欠缺真正地方住民的聲音.....	94
三、不同的出版目的導致不同的目的地呈現.....	95
四、研究建議.....	97
<b>參考文獻.....</b>	<b>99</b>
<b>附錄-A 文本目錄.....</b>	<b>106</b>
<b>附錄-B 文本各期主導性數據.....</b>	<b>116</b>
<b>附錄-C 主題類目的 ANOVA 分析.....</b>	<b>123</b>





附錄-D 論點類目的 ANOVA 分析.....	131
--------------------------	-----

附錄-E 描述類目的 ANOVA 分析.....	134
--------------------------	-----

## 圖目錄

圖 2-1 永續的生態旅遊價值與原則圖.....	6
--------------------------	---

圖 2-2 永續發展的四個層面目標.....	8
------------------------	---

圖 3-1 本研究流程與步驟.....	20
---------------------	----

## 表目錄

表 3-1 文章內容的類別意義.....	24
----------------------	----

表 3-2 各雜誌在 2006 年的文章內容 (%) .....	26
----------------------------------	----

表 3-3 主題類目及定義.....	33
--------------------	----

表 3-4 論點類目及定義.....	36
--------------------	----

表 3-5 描述類目.....	38
-----------------	----

表 4-1 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中的主題出現次數 (%) .....	42
--	----

表 4-2 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中的主題主導性 (%) .....	45
---	----

表 4-3 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本在不同觀點的主題主導性 (%) .....	49
---	----

表 4-4 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中的論點出現次數 (%) .....	50
--	----

表 4-5 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中的論點主導性 (%) .....	51
---	----

表 4-6 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中的的描述主導性 (%) .....	53
--	----

表 4-7 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中的公部門作為之主導性 (%) .....	57
---	----

表 4-8 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中地方文化的出現次數與主導性 .....	61
--	----

表 5-1 《野趣生活家》(2006-2013) 分析文本中的主題出現次數 (%) .....	65
---	----

表 5-2 《野趣生活家》(2006-2013) 分析文本中的主題主導性 (%) .....	67
--	----

表 5-3 《野趣生活家》(2006-2013) 分析文本在不同觀點的主題主導性 (%) .....	71
--	----

表 5-4 《野趣生活家》(2006-2013) 分析文本中的論點出現次數 (%) .....	72
---	----

表 5-5 《野趣生活家》(2006-2013) 分析文本中的論點主導性 (%) .....	72
--	----

表 5-6 《野趣生活家》(2006-2013) 分析文本中的的描述主導性 (%) .....	76
---	----

表 5-7 《野趣生活家》(2006-2013) 分析文本中的公部門作為之主導性 (%) .....	79
--	----

表 5-8	《野趣生活家》(2006-2013) 分析文本中地方文化的出現次數與主導性	81
表 6-1	所有分析文本中的主題出現次數 (%)	86
表 6-2	所有分析文本中的主題主導性 (%)	86
表 6-3	所有分析文本在不同觀點的主題主導性 (%)	87
表 6-4	所有分析文本中的論點出現次數 (%)	88
表 6-5	所有分析文本中的論點主導性 (%)	89
表 6-6	所有分析文本中的描述主導性 (%)	91
表 6-7	所有分析文本中的公部門作為之主導性 (%)	92
表 A-1	從《國家公園季刊》所挑選出來的文本	106
表 A-2	從《野趣生活家》所挑選出來的文本	109
表 B-1	從《國家公園季刊》挑選出來的文本之主導性數據	116
表 B-2	從《野趣生活家》挑選出來的文本之主導性數據	119
表 C-1	在《國家公園季刊》的文本中，主題主導性的描述性統計資料	123
表 C-2	在《國家公園季刊》的文本中，主題主導性的變異數同質性測試	123
表 C-3	在《國家公園季刊》的文本中，主題主導性的平均值等式穩健測試	124
表 C-4	在《國家公園季刊》的文本中，主題主導性的事後測試 (Dunnett T3 多重比較)	124
表 C-5	在《野趣生活家》的文本中，主題主導性的描述性統計資料	126
表 C-6	在《野趣生活家》的文本中，主題主導性的變異數同質性測試	127
表 C-7	在《野趣生活家》的文本中，主題主導性的平均值等式穩健測試	127
表 C-8	在《野趣生活家》的文本中，主題主導性的事後測試 (Dunnett T3 多重比較)	128
表 D-1	在《國家公園季刊》的文本中，論點主導性的描述性統計資料	131
表 D-2	在《國家公園季刊》的文本中，論點主導性的變異數同質性測試	131
表 D-3	在《國家公園季刊》的文本中，論點主導性的變異數分析	132
表 D-4	在《野趣生活家》的文本中，論點主導性的描述性統計資料	132
表 D-5	在《野趣生活家》的文本中，論點主導性的變異數同質性測試	133
表 D-6	在《野趣生活家》的文本中，論點主導性的變異數分析	133

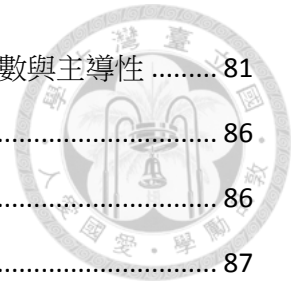


表 E-1	在《國家公園季刊》的文本中，描述主導性的描述性統計資料.....	134
表 E-2	在《國家公園季刊》的文本中，描述主導性的變異數同質性測試.....	135
表 E-3	在《國家公園季刊》的文本中，描述主導性的平均值等式穩健測試.....	135
表 E-4	在《國家公園季刊》的文本中，描述主導性的事後測試（Dunnett T3 多重比較）.....	141
表 E-5	在《野趣生活家》的文本中，描述主導性的描述性統計資料.....	142
表 E-6	在《野趣生活家》的文本中，描述主導性的變異數同質性測試.....	142
表 E-7	在《野趣生活家》的文本中，描述主導性的平均值等式穩健測試.....	142
表 E-8	在《野趣生活家》的文本中，描述主導性的事後測試（Dunnett T3 多重比較）.....	142





國立臺灣大學碩士學位論文  
口試委員會審定書

從公、私部門出版物

對生態旅遊意涵與目的地呈現之比較研究  
A Comparative Content Analysis of Ecotourism Representation in  
National Park and Outdoor Magazines

本論文係方幼人 (R01630006) 在國立臺灣大學生物產業傳播暨發展學系研究所完成之碩士學位論文，於民國 104 年 1 月 19 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明

口試委員：

關河嘉

(簽名) (指導教授)

林吟

黃耀雯

系主任、所長

岳修平

(簽名)

## 中文摘要

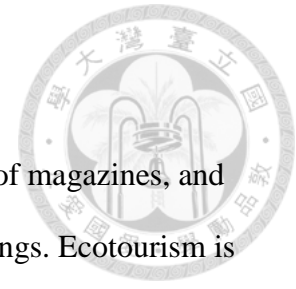


本研究聚焦在平面雜誌對生態旅遊的再現上，與生態旅遊實質上的意涵有什麼樣的落差。生態旅遊是一種以永續發展為目標的旅遊型態，強調在經濟利益與保育計畫中取得平衡，多施行於自然環境或相對未受破壞的生態敏感區，諸如保護區、國家公園、森林遊樂區、傳統聚落等。本研究將在文獻回顧時首先釐清生態旅遊的實質意涵以及臺灣政府在生態旅遊推動上的闕漏，其次援引媒體對目的地意象的建構，來說明媒體再現如何在閱聽人心中建立地方意象。本研究將網羅《國家公園季刊》以及《野趣生活家》中與生態旅遊相關的文章，使用內容分析法逐一編碼、分析，檢視文本所呈現的生態旅遊是否有特定的取向，與生態旅遊的意涵有什麼不同，以回應研究旨趣。臺灣生態旅遊的相關研究，集中在地方辦理生態旅遊是否吻合生態白皮書所訂定之意涵，卻較少分析大眾認識生態旅遊的媒體管道，是如何建構生態旅遊意象；本研究恰能補足媒體再現研究在生態旅遊文獻中的缺乏，並有助於臺灣生態旅遊的知識傳播。

**關鍵字：**生態旅遊、內容分析、國家公園季刊、野趣生活家、目的地意象



## Abstract



The present research is focus on the ecotourism representation of magazines, and what's the differences between representation and ecotourism meanings. Ecotourism is a kind of sustainable tourism, which goal is to meet sustainable development, and emphasize that economic interests and environmental conservation should be balanced. The implementation of ecotourism usually take place in relatively unspoiled, sensitively natural areas, such as protected areas, national parks, and aboriginal tribes. This paper will first clarify the meaning of ecotourism and discuss the shorts in Taiwan. Second, illustrating the way media establish destination image in audience mind. This paper gathered articles which are relate to ecotourism in *National Park* and *Outdoor* magazines, and using content analysis to examine the ecotourism representation in both of magazines. The ecotourism research in Taiwan is focus on how to hold an appropriate ecotourism in local area, but not analyze the representation on media. This research will contribute the representing od ecotourism in mass media, and understanding of eco-tourism knowledge in the public education arena.

**Keywords:** ecotourism, content analysis, *National Park*, *Outdoor*, destination image

## 第一章 緒論



在 1992 年的里約宣言之後，「永續發展」在世界成為重要的未來走向，而能兼顧經濟利益、環境保育以及居民福祉的生態旅遊（eco-tourism），則被視為能達成資源永續發展遠景的永續旅遊形式，國際間開始呼籲以生態旅遊取代會對自然造成破壞的大眾旅遊，嘗試在經濟發展與環境保育之間尋求平衡點。臺灣亦追隨此潮流，與聯合國同年度將 2002 年訂為「生態旅遊年」，試圖遏止大眾旅遊對國家生態環境的衝擊。生態旅遊自此被納入我國政策議程之中，政府單位更在 2005 年至 2008 年以「生態旅遊輔導團」的方式，協助地方轉型為低衝擊的生態旅遊地。

自 2005 年起，政府陸續辦理四年度的生態旅遊輔導團，共計 33 個旅遊地受到輔導。其中，有 25 個屬於國家保護區之內，餘下地區也皆在生態敏感之處，95 年度的輔導團成果報告更提出國家公園是當時最適宜發展生態旅遊的地方，應優先推動之，足見臺灣自推動生態旅遊以來，發展的重點一直放在「生態較為敏感」的區域。

適合發展生態旅遊之處不僅生態敏感，多數也存在於原住民部落之中，因此在進入生態旅遊地之前不僅旅遊業者、居民需要熟悉生態旅遊的意義，旅客也需有相應的事前教育。此外，尊重地方文化與居民亦是生態旅遊中興起的聲音，只是在實際面與研究上都不若「經濟發展—環境保育」那般受到注目。已有研究指出，事前的知識教育能有效降低旅客到地方造成的環境衝擊，讓旅遊地不因旅遊活動的介入而變調。事前的知識教育雖可透過講座、解說達成，然對大眾而言，最自然的方式是透過媒體對旅遊地的意象建構，從而影響到旅客認知與行為。更進一步說，媒體不止對旅客選擇何地進行旅遊、將進行何種旅遊形式有影響力，甚或會強加、形塑個人的目的地意象（Ashworth & Goodall, 1988; Chon, 1990; Orams, 1996; Mercille, 2005; Campo & Brea & Muniz, 2011）。換句話說，媒體論述在大眾對旅遊地的想像是一重要的來源，此等狀況即使沒有刻意透過正規的事前教育，也



能對大眾型塑生態旅遊地的想像。

然而，所有媒體報導的論述，都有可能是被精心安排的。Chouliaraki 和 Fairclough (1999) 指出所有媒體機構的論述都是基於特定的價值觀與原則而被建構的；不同性質媒體、不同立場，自有不同的論述。另一方面，作為接收者的閱聽人經常順著文本進行優勢解度，使得機構對文本再現的安排與理由鮮少被發現 (Hall, 1980; Mercille, 2005; Stamou and Paraskevopoulos, 2006)。既然媒體的再現及機構價值觀會影響旅客對生態旅遊的認知，從而決定旅客在生態旅遊地的行為，本研究認為實有必要檢視媒體對生態旅遊地的目的地呈現，特別是去檢視「經濟—環境主義」(或作「經濟—保育」)之中是否能取得平衡、居民與地方文化的地位為何，以反省媒體對生態旅遊的論述有何不足。

為此，本研究挑選了《國家公園季刊》以及《野趣生活家》兩本出版物作為取樣來源，從它們的筆下窺探臺灣生態旅遊地的樣貌。《國家公園季刊》是臺灣推動生態旅遊的單位「營建署國家公園組」之官方出版品，在介紹國家公園之自然資源與保育計畫之餘，亦報導公部門如何在臺灣的保護區內推動旅遊。不過，考量到《國家公園季刊》是由官方編纂，不會受到廣告主及旅遊業者的影響，所呈現的會是公部門對生態旅遊地的理想樣貌，與一般營利雜誌的論述或有許多差異，故又從商業雜誌中選取《野趣生活家》(2006-2013)作為私部門的案例代表。《野趣生活家》之所以雀屏中選，是因為它相較於其他旅遊雜誌，囊括較多生態旅遊地的報導，同時也是旅遊雜誌中第一本、也是當時唯一一本以臺灣戶外旅遊為主的雜誌<sup>1</sup>，因而成為本研究第二個文本來源。本研究在挑選出兩本雜誌中介紹生態旅遊地的文章後，將針對兩者進行比較，藉此看出不同機構如何型塑出不同的生態旅遊意象，以批判公私部門對生態旅遊各有什麼論述上的不足。

## 第二章 文獻回顧

<sup>1</sup> 2012年之後《戶外探索》(Outside)雜誌創刊，《野趣生活家》才非唯一一本以臺灣戶外旅遊為專題報導的雜誌。



## 一、生態旅遊的發跡與意涵

在當代社會，旅遊的需求日益增加，除了傳統大規模的大眾旅遊之外，又發展出了到戶外或大自然之中進行遊憩的「自然取向的旅遊」(nature-based tourism)，像是「野生動物旅遊」、「休閒農業」、「農業體驗」(楊秋霖，2007)。但是，由於過去人們習慣以自然環境的犧牲做為經濟發展的代價，將自然環境作為遊憩地可能會造成生態上的破壞，因此也惹來了學者對自然取向旅遊的非議 (Orams, 1995, 1997; Caldwell, 1994)。旅遊對環境的破壞使得人們進行反思，提出旅遊不應只是純然的享樂，而應該要更具責任性。這並不意味著我們應該極端地將自然資源保存起來並禁止大眾前往，而是尋求一個能夠兼顧資源保存、經濟發展以及寓教於樂的旅遊形式，使得當代的自然資源能夠留存到下一個世代。「生態旅遊」在這樣的波瀾之下應運而生，由於它比「自然取向的旅遊」更加強調責任性，並以經濟利益支持生態保育，同時與鄉村、文化的連結又比其他旅遊形式來得強，所以在眾多替代大眾觀光的旅遊形式當中嶄露頭角，被視為能夠兼顧經濟利益、保育計畫以及文化傳統的辦法 (Wood, 2002; Stamou & Paraskevopoulos, 2006)。

在 Hetzer (1965) 提出「生態性的旅遊」(ecological tourism) 的概念、Ceballos-Lascurain (1983) 開始正式使用「生態旅遊」之後，生態旅遊就有各種定義上的討論 (Fennell, 2001)。在早期，生態旅遊只是一種以自然環境為基礎的旅遊，在相對未受人為干擾或污染的自然區域，人們可以進行特別目的的研究、享受風景、欣賞野生動植物及地方文化，同時在旅遊過程中對地方負起生態責任，將對環境的負面衝擊降到最低 (Ceballos-Lascurain, 1988; Ziffer, 1989; Muloin, 1992; Zell, 1992; Figgis, 1993)。而後，許多研究開始認為，將環境衝擊降至最低的作法是消極的，生態旅遊應該轉向更積極的行動 (Orams, 1995)，例如利用生態旅遊的營利來投入地方的保育計畫，使地方的保育能夠自食其力。至此，國際間對生態旅遊的討論不再僅限於到生態未受干擾的地方旅遊，而逐漸轉向如何促進目的地



旅遊與環境保護的正向回饋，以求永久地發展下去。


隨著 1992 年聯合國環境及發展會議（The United Nations Conference on Environment and Development，簡稱 UNCED<sup>2</sup>）的召開、里約環境與發展宣言（簡稱里約宣言）通過，國際對未來的發展正式走向「永續發展」（sustainable development，或作「可持續性的發展」）的時代。在會議中，一百餘個國家共同提出了二十一世紀章程（Agenda 21），並於第十九條議程中特別點出觀光產業的經營方式必須朝向永續發展前進；更具體地說，政府及旅遊業者需設法降低遊憩活動的衝擊、保護具有觀光利益的自然與文化資源、鼓勵地方居民參與其中，並以此作為經營目標。接著，聯合國將 2002 年訂為國際生態旅遊年，並由世界觀光組織（World Tourism Organization, WTO）及聯合國環境規劃署共同推動以生態旅遊為發展策略；自此，生態旅遊已成為全球響應的一種觀光發展模式，生態旅遊的意涵也變得更加豐富（交通部觀光局，2002）。

生態旅遊與永續發展有著密切的關連，甚至可以說是在永續觀念的背景之下提出的（宋瑞、薛怡珍，2004）。在經歷過里約宣言促使永續發展的意識抬頭之後，相關論述認為生態旅遊已然成為一種符合永續發展理念與原則的旅遊形式，「永續發展」是它的長期目標，這也讓生態旅遊變得更加具責任性（Valentine, 1993）。

然而，在「永續發展」的概念加入生態旅遊、並成為生態旅遊的長遠目標之後，不同的文獻提出生態旅遊應該要包含更多的功能，才能夠契合「永續發展」的精神。這些功能包括環境教育功能、必須尊重地方文化、強調居民參與等論述，如此百家爭鳴的情況，也讓生態旅遊變得更加複雜、甚至將生態旅遊的意涵模糊化，反而讓人無法明確地定義究竟何謂「生態旅遊」（Epler Wood et al., 1991; Buckley, 1994; Ceballos-Lascurain, 1996; Ross & Wall, 1999）。

---

<sup>2</sup> 該會議亦被稱做地球高峰會（Earth Summit）、里約熱內盧高峰會，是聯合國重要會議之一。1992 年召開會議的地點為巴西里約熱內盧。



於是有一些學者認為，我們不應拘泥於生態旅遊字面上的定義，而應該將生態旅遊的意涵當作光譜一樣看待，能夠涵蓋嚴謹的（hard）及寬鬆的（soft）說法，且必須是因地制宜的。據此，本研究認為，我們需要關注的是生態旅遊包含了哪些核心價值，至於細節則應交由地方討論出獨特的旅遊規範（Miller & Kae, 1993; Boyd & Butler, 1996; Wallace & Pierce, 1996; Fennell, 1999）。

為了掌握生態旅遊的核心價值，開始有學者蒐集生態旅遊發跡以來各種論述加以分析，試圖釐清生態旅遊最重要的價值意涵為何。其中，Fennell（2001）以較為嚴謹的方式，透過相關文獻的收集以及內容分析法的編碼，總共檢視 85 個生態旅遊的定義之後，他發現「環境保護」、「倫理道德」、「永續經營」、「環境教育」、「居民福利」是最常被用在生態旅遊定義的五個概念，堪稱為生態旅遊最重要的意涵。更清楚地說，生態旅遊不僅是替旅遊地帶來商機的商品，也不僅止於消極的降低對旅遊地的環境衝擊，生態旅遊發展還有助於地方居民的生計、促進產業的活絡，甚至發展保育計畫。而進到目的地的旅客在休閒之外，更能透過豐富的生態進行教室之外的環境教育，同時學習與自然共處的倫理道德。在這樣的循環之下，讓旅遊業得以維繫、旅遊地也不再因旅遊而受到破壞，如此生生不息，自能達成永續經營的終極目標。

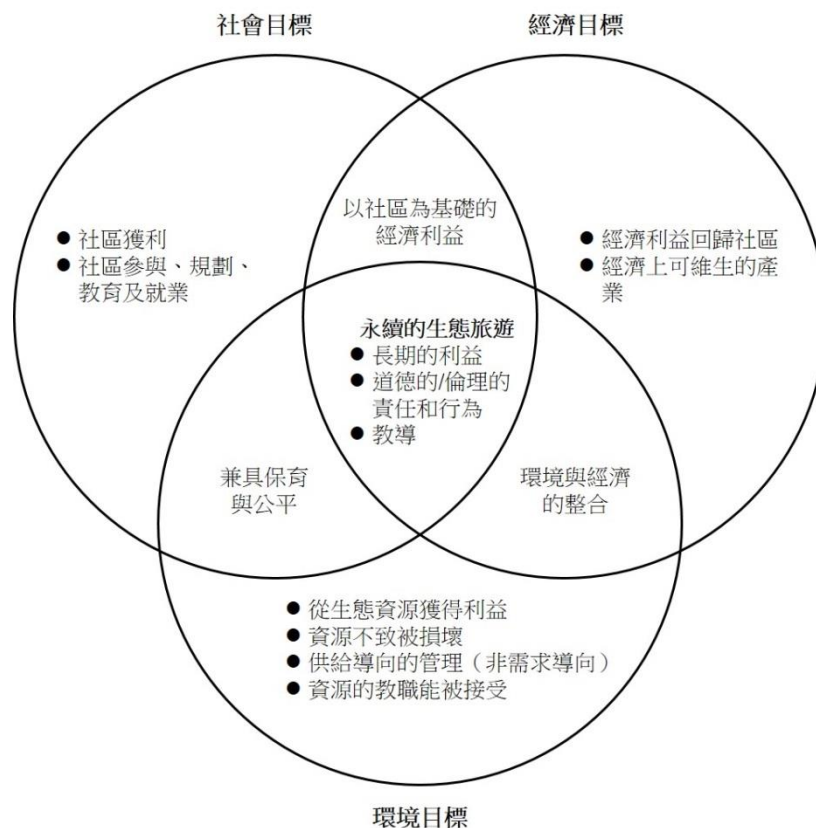
另一方面，Wight（1993）也進一步提出，為了達到永續發展的目標，生態旅遊必須服膺於環境、經濟與社會三個構面的永續：（一）生態旅遊的發展不應超過環境可自力更新的負載量；（二）自然資源應在世代之間有公平合理的分配；（三）在維持自然資源的品質及其所能服務的前提之下，極大化經濟利益（Turner, 1993; Wight, 1993）（圖 2-1）；這三個構面及其目標，都是永續發展最為重視的，缺一不可。對生態旅遊意涵相當具影響力的生態旅遊學會（The International Ecotourism Society），也在 1993 年以一個簡潔的定義，將這三個構面囊括於生態旅遊的定義之中，並將環境保育以及當地人的利益納入了生態旅遊的範圍：「一種造訪自然地

區的負責任旅遊，它可促進環境保育，並維護當地居民的福祉」。據此，即便「生態旅遊」一詞由於國情、地區以及風土之不同，有著眾多定義上的討論，但大抵不會超過環境、經濟與社會三個構面的範圍。在那之後，相關文獻也認定 Wight 所建構的三個構面是永續的生態旅遊之基礎，尤其較為貼近臺灣對生態旅遊的思維，常被引用或認同（黃躍雯，2009；李瑞儀，2010）。

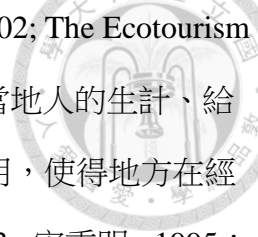
圖 2-1 永續的生態旅遊價值與原則圖

資料來源：Wight, P.A. (2003). Sustainable Ecotourism: balancing economic, environmental and social goal within an ethical framework. *The Journal of Tourism Studies*, 4(2): 54-66.

若以永續的生態旅遊三構面來檢視相關文獻對生態旅遊意涵的討論，會發現



這三個構面幾乎包含了現存生態旅遊的論述。在環境構面，遊客進到生態相對敏感之處進行旅遊，主要動機是觀察、欣賞大自然，同時認識自然地區內的傳統文化與歷史，且應避免對環境的衝擊希望能保存當地的生態環境、文化傳統並尊重



之 (Ziffer, 1989; Valentines, 1993; Wight, 1993; UNEP & WTO, 2002; The Ecotourism Society, 2007)。在經濟構面，旅客在地方的消費支出能夠支持當地人的生計、給予當地最大經濟利益的支持，並將部分金錢挪用於環境保護之用，使得地方在經濟、生態與文化之上都能永續經營 (Hetzler, 1965; Valentines, 1993; 宋秉明, 1995; Ceballos-Lascurain, 1993; 行政院永續發展委員會國土資源分組, 2004)。在社會構面，社區因為生態旅遊的進入而得以發展，不僅有了賴以為生的工作，也能讓地方有安定的生活環境；同時，促進旅客對不同文化和人權的尊重，並連結對當地居民的社會責任 (Ceballos-Lascurain, 1993; Honey, 1999; 交通部觀光局, 2002)。

綜合上述，「生態旅遊」是一種旅遊的形式，主要建基在一地的自然、歷史，以及地方文化上 (含原住民的或該社區的文化)。生態旅遊者以欣賞、參與和培養敏感度來跟旅遊地區產生互動。在這裡，旅遊者扮演一個非消費者的角色，將自己融合在當地的自然環境之間，並透過勞動或付費 (花錢) 的方式，對當地保育和住民做出貢獻。所以，生態旅遊包含對當地自然環境及文化的欣賞和倡導重視保育議題。另外，辦理生態旅遊也包含國家及區域環境管理的意義，有責任促進地方居民的生活 (王鑫, 2002)。

不過，Wight 的社會構面事實上是把「文化」層面一併包含在社會目標之中，且並不是很重視，反倒比較偏向「社會正義」的意思；雖然在社會目標之中加入了社區參與、規劃、教育及就業，然對地方文化、特有歷史的著墨相形之下淡了不少。另一方面，Equity 與 Vitality (2006) 則認為「社會公平」與「文化活力」事實上應再拆成兩個構面會較為恰當，據此生態旅遊應該著重在環境責任

(environmental responsibility)、經濟健全 (economic health)、社會公平 (social equity)、文化活力 (Cultural Vitality) 四個構面 (圖 2-2)。據此，生態旅遊所強調的尊重並保留地方文化，才能被突顯出來。



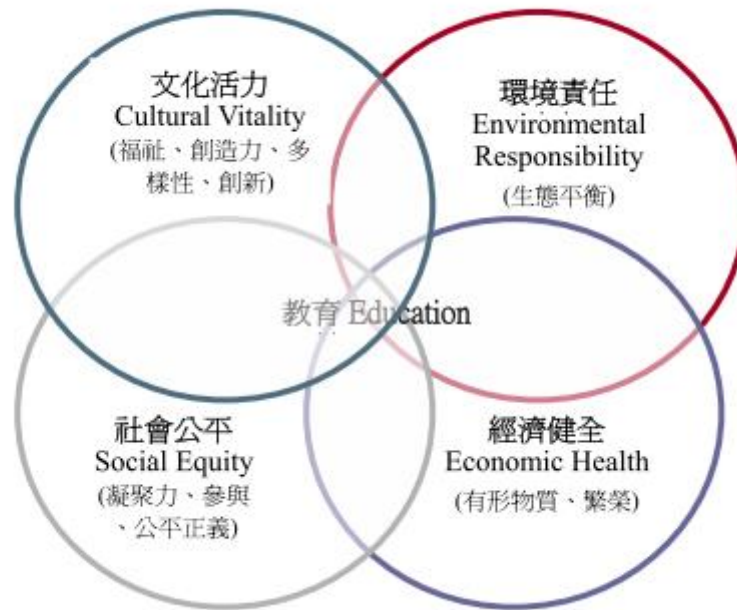


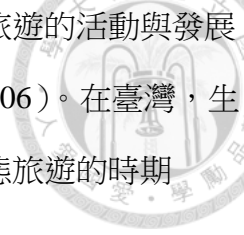
圖 2-2 永續發展的四個層面目標

資料來源：Equity & Vitality, 2006。

## 二、 臺灣的生態旅遊

生態旅遊的意涵雖有其必須服膺的四個永續構面，以及幾個國際上認定的核心價值，然而生態旅遊也應該是「因地制宜」的。這是基於每個國家、地方都有其獨特的風土民情及自然環境，這些要素都有可能讓生態旅遊跟其他國家有所不同（Wallace & Pierce, 1996；黃躍雯，2011）。因此，在抓住生態旅遊的核心價值之後，我們還必須瞭解臺灣的生態旅遊有什麼特質。

臺灣與世界各國一樣，在 1980 年代中後期開始發展生態旅遊。當時，已有一些民間社區自力結合生態保育及觀光旅遊的想法，推出接近於當今學界對生態旅遊論述的旅遊形式，例如如嘉義縣的達娜伊谷、宜蘭縣的無尾港、新竹縣的司馬庫斯、南投的桃米社區等地（黃躍雯，2011）；後來在公部門及學界經由文章發表以及研討會的方式，逐漸形成目前臺灣的生態旅遊意涵。



臺灣的生態旅遊除了深受前述永續發展思維的影響，生態旅遊的活動與發展有很大的層面是受到政府決策影響（Parker，2001；黃躍雯，2006）。在臺灣，生態旅遊的論述主要有兩個發展脈絡，一是交通部觀光局推動生態旅遊的時期（2000-2003年），另一則是內政部國家公園組（2004年至今）。

在2000年之後，由於當時政府重視觀光旅遊業，臺灣開始將生態旅遊納入國家重要政策議程當中（黃躍雯，2011），由交通部觀光局為主力推動，當時對生態旅遊的定調為：

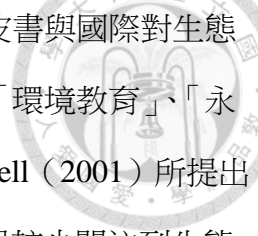
生態旅遊不是一種單純到原始的自然生態環境進行休閒與觀光的活動，而是以環境教育為工具，同時連結對當地居民的社會責任，並配合適當的機制，以期在不改變當地原始生態與社會結構的範圍內，從事休閒遊憩與深度體驗的活動（觀光局版生態旅遊白皮書，2002）。

黃躍雯（2011）認為這樣的論述重視的是「永續經營」（長期經營下去）而非強調生態、經濟、社會的「永續發展」，論述中也並未提及需要尊重地方文化，加之觀光局期望短期內讓生態旅遊地觀光客倍增，使得生態旅遊日漸「大眾觀光化」，招致各界批評。黃躍雯的研究中透過許多推動生態旅遊的相關人士以及業者、居民之口，道出當時的生態旅遊實際上是以經濟發展為導向，走向已和世界上對生態旅遊的想像不同，反而像是在自然界中進行觀光的「自然取向的旅遊」，許多原本富涵自然資源的地方，也因此受到破壞。

為了防止生態旅遊走向更極端的商業化，加上觀光局認為生態旅遊推動工作屬性與觀光局有所牴觸，2004年後生態旅遊的工作由觀光局交由具保育、生態形象的國家公園組繼續執行（黃躍雯，2011），並由行政院永續會召開會議重新制定新一版的生態旅遊白皮書。永續會版本的生白皮書將生態旅遊定義為：

一種在自然地區所進行的旅遊形式，強調生態保育的觀念，並以永續發展為最終目標（永續會版生態旅遊白皮書，2004）。

這樣的定義比之觀光局（2005）或生態旅遊學會（1993）所述都來的簡括。一項



委託中華民國戶外遊憩學會（2008）研究之計畫將生態旅遊白皮書與國際對生態旅遊的論述作比較，認為永續會版的生態旅遊白皮書特別重視「環境教育」、「永續發展」、「環境保護」、「利益回饋」及「當地參與」，這與 Fennell（2001）所提出之觀點有很大一部分的重疊。黃躍雯（2011）認為，除了觀光局較少關注到生態旅遊的社會文化向度之外，實際上兩個版本的生態旅遊白皮書實際上並沒有明顯區別，但兩階段的生態旅遊發展卻有很大的不同。因此，他提出重點不在生態旅遊的定義，而是政策走向以及各利害關係組織對生態旅遊的行動。

不同政府單位對生態旅遊的行動的確有所不同，例如國家公園組是先選拔有潛力成為生態旅遊地的地方進行輔導，避免業者與居民在不瞭解生態旅遊的情況下對大眾有錯誤的推廣。不過，本研究認為永續會版本的生態旅遊書還是對臺灣生態旅遊的論述有很大的影響，不僅是因為新版的白皮書更強調了生態保育、地方文化及居民參與的重要性，也因為民國 94 年到 97 年四個年度的生態旅遊輔導團就是依據新版白皮書進行輔導，使得後來許多評估臺灣生態旅遊的研究也是沿用新版白皮書的脈絡進行分析。因此，本研究認為，現在臺灣對生態旅遊的認定以及想像，仍舊是以新版生態旅遊白皮書所提出的意涵為主，生態旅遊的核心價值則如同上述，是以「環境教育」、「永續發展」、「環境保護」、「利益回饋」及「當地參與」為重要的發展方向。

### 三、 生態旅遊的二元對立：經濟與保育層面的抗衡

雖然 Fennell（2001）提出了「環境保護」、「倫理道德」、「永續經營」、「環境教育」、「居民福利」是最常被用在生態旅遊定義的五個概念，但綜觀諸多生態旅遊的文獻，會發現這五個概念並不是被同等地被強調。其中，尤以「經濟」與「保

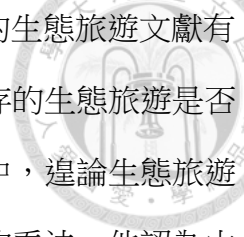
育」兩個層面的平衡狀態最常被提起；其次，是考量到生態旅遊的地方參與；最後，才是細部去探討生態旅遊在其他面向的表現。



這樣的情況，與生態旅遊所強調的「在經濟發展的同時亦能兼顧生態保育」有關。此等將環境保護計畫納入旅遊消費的思維模式，事實上是源自於「生態現代化」(ecological modernization) 理論 (Stamou & Paraskevopoulos, 2006)。所謂的生態現代化是指一個國家將環境因素納入發展政策當中，且國家也必須因應環境危機的挑戰，做出應有的處理 (曾華璧，2008)。二十世紀下半葉，環境危機的出現以及環境意識的提升，促使各國政府將生態現代化納入國家發展之中 (曾華璧，2008)，人們不希望因為經濟發展犧牲自然環境，但更要緊的是如何在保存自然環境的同時不讓經濟發展受到阻礙。1960 至 1970 年代，生態現代化的主要論述認為處理環境問題將使社會付出成本、影響經濟成長；然而到了 1980 年末、1990 初期，生態現代化的論述則轉變為在經濟發展之中兼顧環境，非但不會累及經濟成果，反而會是一種助益 (Gouldson & Murphy, 2002)。同一時期發表的里約宣言也助長了這樣的論述，使得 (sustainable society) 成為這個時期社會發展的最終目標，並延續至今 (曾華璧，2008)。

綜合上述，生態現代化最主要的工作，就是將環境主義以及經濟發展相結合，使之成為相互依存的存在；換句話說，在社會發展的同時，應該以平等的方式同時考量環保與經濟利益。在這樣的觀點之下，生態旅遊被期望能夠同時包容環境保護與經濟發展，然而這也埋下了往後經濟與保育論述長期以來的二元性討論，使得諸多文獻在檢討地方生態旅遊是否有符合其精神時，最常透過經濟與保育之間是否達成平衡的狀態來檢視之。

舉例而言，Wallace 與 Pierce (1996) 以巴西為案例的研究，就曾提出生態旅遊必須先帶來足夠的經濟效益，居民才會繼續支持生態的保育，其他如研究計畫、環境教育等都是「經濟—保育」達成平衡後才有能力去考慮。另一個案例是許



秉翔（2011）針對臺灣濕地生態旅遊的研究，他先是發現現存的生態旅遊文獻有集中探討經濟層面的情況，例如以遊憩價值經濟估計去探討現存的生態旅遊是否合宜，甚至還沒有餘力將環境保護納入生態旅遊發展的考量之中，遑論生態旅遊其他的意涵，更是難以實踐。許秉翔也在該研究中提出進一步的看法，他認為由於臺灣的生態旅遊地經常是在保護區境內，當初在劃設保護區時就曾面臨過開發導向（經濟層面）與保育導向（環保主義層面）之間如何抗衡，無怪乎在推行生態旅遊之後，各文獻紛紛先檢視經濟與環保之間是否得以並存，行有餘力之際才是去達成生態旅遊的其他精神。

是故，要檢視地方的生態旅遊形式、或是生態旅遊的論述是否符合其精神，經濟與保育之間的協商狀態已然成為最優先考量的層面，偏向任何一方都不能說是健全的生態旅遊。若該地的旅遊是著重於經濟層面的，這個旅遊的型態可能比較偏向在自然環境中取樂的「自然取向的旅遊」，或者更不在乎環境維護的「大眾旅遊」。而若旅遊是偏向保育層面的，這樣的旅遊型態恐怕無法長期維繫下去，因為旅遊業者和居民無法從中獲取足夠的利潤，反倒比較適合發展保育研究計畫了。因此，唯有經濟與保育兩層面的力量是勢均力敵的，該旅遊形式才能說是比較接近生態旅遊的。

#### 四、 被忽略的構面：地方文化在生態旅遊的角色

雖然前面提到檢視一個旅遊型態是否屬於生態旅遊，最優先考量的是旅遊行程中經濟與保育層面的對等，然而我們不應該忘記以永續發展為終極目標的生態旅遊，是必須達到「生態」、「經濟」、「社會」與「文化」四個構面的永續。由此不難看出，生態旅遊的「社會」與「文化」永續構面是比較疏於討論的一部份。加之長期以來，「社會」與「文化」構面由於性質相近，經常被混淆在一起，後來

的研究也多將兩個構面合併做討論；因此，本研究雖然認同「社會」與「文化」構面有所不同，但在此還是一併討論。

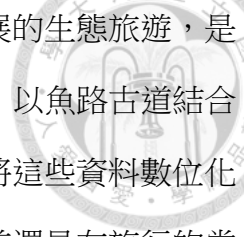


所謂的「社會永續」構面，若從觀光旅遊對地方的衝擊來看，其實就是在降低旅客進到地方之後對地方文化以及居民生活的衝擊。事實上，Mathieson 與 Wall (1982) 所提出的觀光旅遊的衝擊層面，恰好與生態旅遊三個永續構面不謀而合，分別是實質環境衝擊、經濟衝擊以及社會文化衝擊三個層面，而這三種層面各有正面及負面的影響。舉例而言，經濟的衝擊有就業機會提升、居民所得提高；實質環境的衝擊有公共建設的增加、生態環境的保護或破壞；社會文化的衝擊則可能是社區組織改變、居民社區意識強化、生活受到干擾、遊客與居民間的行為衝突等。前面的文獻已先討論了經濟與環境保育層面的不平衡可能導致生態旅遊的失敗，卻忽略了社會層面的不平衡也是無法落實生態旅遊精神的原因之一。

成功的生態旅遊不僅是經濟與保育層面的平衡，該旅遊地通常還具有較原始的人文環境，擁有特殊或重要的歷史文化。生態旅遊不僅僅是為當地居民創造工作機會、提供財政支援和經濟援助，也不單是將部分經濟利益用在環境保護、研究和教育之上，生態旅遊還要能以知識引導的方式，使遊客尊重地方的文化與生活習慣，並賦權於居民得以參與生態旅遊的各項決策，才能談得上具有社會層面的永續（吳欣頤、林晏州、黃文卿，2005）。為了要顧及社會層面的永續，較為具體的作法是以社區為主體發展生態旅遊，包含人與環境、人與人的對話，如此一來生態旅遊與地方的結合會比較受到重視（吳忠宏，2005；劉建麟，2009）。

從臺灣的情況來看，由於生態旅遊地多是在相對敏感的地區，例如傳統聚落、原住民部落，不僅是在生態上具敏感性，在地方文化上也有其獨特性事實上，在永續會版的《生態旅遊白皮書》中亦有明確敘述，認為生態旅遊此等深度旅遊會無可避免地接觸到地方文化，因此在生態旅遊的發展上不可不慎。

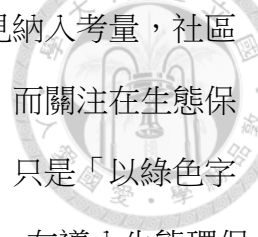
雖然目前已有部分案研究是在討論如何在生態旅遊中增加社區參與的程度，



但在研究者進入研究場域之後，往往發現許多以社區為主體發展的生態旅遊，是缺乏對人文歷史的關懷的。舉例來說，蔡書玄、張長義（2006）以魚路古道結合八煙社區為案例，發現當地雖有豐富的人文歷史資源，但並未將這些資料數位化為網頁內容，實體步道也只有路標與公里數，旅客不管是在事前還是在旅行的當下，幾乎是與當地文化沒有連結的。吳怡彥與王小璘（2008）曾透過太魯閣國家公園以及陽明山國家公園之間的比較，來探討鄉野地區及都市地區生態旅遊的進入會對地方造成的社會衝突，因為越是遠離都市的地區，越是有可能存在著與主流文化不同的特殊文化，必須予以尊重；另一方面，都市地區所保留下來的歷史文化亦能結合到生態旅遊中讓旅客做深度探索。劉建麟（2009）在七股的研究則是少數生態、經濟、社會層面並重的案例，指出社區與私人企業共同將傳統漁村文化帶入生態旅遊的情況。透過居民的共同努力，七股的生態旅遊不只增加了觀光的可看性，也保存了地方一直以來的生活型態，並讓旅客能對地方有所尊重，在遊歷的同時也降低了社會層面的衝擊。這些研究不約而同地點出地方文化在各地的生態旅遊發展中一直未被視作第一線的考量要素，甚至常常處於被忽略的角色；然而地狹人稠的臺灣並不像國外有大片人煙罕至的自然保護區，將人文層面從臺灣的生態旅遊抽離是很困難、也欠缺考量的。

從過去研究的檢視我們可以發現，生態旅遊的發展往往是將重點擺在如何在觀光中同時保存生態，而地方文化在生態旅遊若非隱而不顯，就是從中缺席。近年來臺灣愈加重視旅遊所帶來的衝擊，深切反省毫無節制的旅遊活動可能會帶來的生態景觀消失、文化傳統變質或瓦解（內政部營建署，2009）；「生態旅遊」的旗幟在這樣的情況下受到重視、卻也曾被濫用，我們應該要重新檢視地方文化在臺灣生態旅遊中佔據了什麼樣的角色。

除了當地居民必須要對生態旅遊的知識具備足夠的認知，旅客在進到目的地之前也應有相應的訊息來源或事前教育。不過，由政府所主導的生態旅遊輔導團



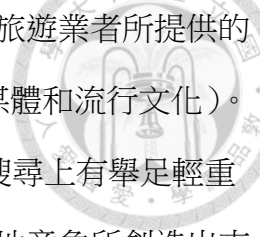
之成果報告曾指出，一些私人經營的旅遊地並未將附近居民意見納入考量，社區也不曾參與、甚至不認識生態旅遊，談永續經營實在言之過早。而關注在生態保育與經濟發展的文獻則發現，有些生態旅遊的推出的旅遊行程，只是「以綠色字眼包裝的自然旅遊」，不僅在團體大小、旅遊行為沒有加以限制，在導入生態環保的概念與活動有所缺乏，經濟利益也不見得是回饋於地方（林純徵，2006；黃躍雯，2006；劉建麟，2009）。除此之外，針對旅客認知行為進行研究的文獻指出，旅客經常是透過報章雜誌、電視節目、網路及老師獲取生態旅遊的資訊，但這些資訊來源的再現卻不必然服膺生態旅遊的精神，以致旅客對生態旅遊仍是一知半解（吳忠宏、范莉雯、蘇珮玲，2003；洪于婷、陳冠位、謝琦強、張曜麟，2010）。由此可見，臺灣生態旅遊的現況仍有許多弊端，而媒體再現上的混淆，則是旅客不瞭解生態旅遊的重要原因。

據此，本研究不僅是要瞭解臺灣生態旅遊地所舉行的旅遊形式，在經濟、保育、以及地方文化層面的抗衡狀態；更明確地說，本研究是要透過「媒體」再現生態旅遊地的情況，來探討上述生態旅遊所面臨的問題。

## 五、 媒體再現對生態旅遊的建構


在媒體與觀光旅遊的相關研究，目的地意象（*destination image*）的再現是其中的重點之一，主要在討論旅客的旅遊地選擇及旅遊行為是如何受到媒體影響。目的地意象是個人對旅遊地的信念、想法以及印象的總和（*Ross, 1993; Milman & Pizam, 1995; Baloglu & Brinberg, 1997*），它能在旅客心中創造出一種期待，並影響到地方稍後如何被感知以及被體驗（*Ashworth and Oodall, 1988; Chon, 1990; Bigné et al., 2001*）。個人除了能透過親友這類「有機的」（*organic*）管道來建構目的地意象，媒體再現對目的地意象也有不可輕忽的影響。*Gartner*（1993）提出媒





體再現的建構意象可分為「誘導性媒介」(induced agents, 例如旅遊業者所提供的手冊和海報)和「自主性媒介」(autonomous agents, 例如大眾媒體和流行文化)。這兩類媒介因具有即時性的效果, 因此對旅客在旅遊前的資訊搜尋上有舉足輕重的角色。Urry (2002) 對媒體再現也有類似的看法, 他認為目的地意象所創造出來的期待感並非是獨立的存在, 而是需要人們鑽研廣告以及媒體生產出來的其他一整套符號 (signs) 才有可能獲得。也就是說, 目的地意象及旅遊期待是經由媒體所建構出來的, 而這些意象與期待的維持, 也是透過由各式各樣的媒體, 例如電影、電視、文學作品、雜誌、錄音和影像等。之後的旅遊行銷研究結果發現, 媒體創造的目的地意象不只會影響到旅客期待, 旅遊手冊、廣告、電影、雜誌或部落格的傳播, 都可能改變旅客如何選擇度假地點、伴手禮以及旅遊行為 (Andereck & Caldwell 1994; Capella & Greco 1987; Snepenger, Meged, Snelling & Worrall 1990; Snepenger & Snepenger 1993)。由此可知, 媒體是承載目的地意象的媒介, 而目的地意象總是透過不同形式的媒體再現去影響旅客的感知與行為。

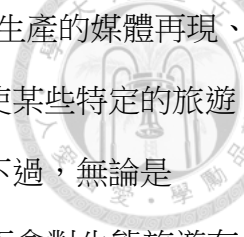
細探目的地意象之所以會受到媒體影響, 在於旅客經常對媒體再現採取優勢解讀 (preferred reading), 也就是順著媒體所給予的框架進行訊息的接收與解碼, 致使每一次再現訊息的重複都強化了特定的目的地意象。舉例來說, Campo、Brea 與 Muniz (2011) 的研究指出, 觀看電影《情慾巴塞隆納》之後, 潛在旅客對地方的目的地意象和看電影前有所不同, 這樣的轉變是來自對電影的高度認同。Mercille (2005) 對前往拉薩旅遊的旅客所進行的研究發現, 人們在遊歷之前對拉薩的想像是有著漂亮的高山、寒冷的氣候、乾燥的環境、熱情的居民以及純樸的社會, 但在他們親臨現場後, 卻驚訝於拉薩比預期的更為現代化。根據 Mercille 所做的調查, 旅客的先印象是來自電影、旅遊指南、雜誌以及其他資料; 有趣的是, 由《孤獨星球》與《國家地理》兩本雜誌建立對拉薩意象的人就高達 38%、電影則占 43%, 足見大眾媒體所再現的旅遊意象, 對外地旅遊是多麼重要的資訊來源。



相較於一般旅遊，生態旅遊身負永續經營的理念，旅客卻不見得了解其中意涵；因此媒體是如何再現生態旅遊、建構了什麼樣的生態旅遊意象，便成為其中的關鍵之一。有鑑於此，相關研究隨之展開，例如，Lai 與 Shafer（2005）使用內容分析以檢驗生態旅館的網站，發現生態旅館的經營者雖提供了多樣化的生態旅遊商品，卻只有部分是與生態旅遊精神相符的。另一項同樣以加拿大市場為案例的研究也指出，網路上行銷「虛假的」生態旅遊已經是一種常態。Stamo 與 Paraskevopoulos（2006）則是少數以雜誌進行內容分析的研究之一，他們以希臘旅遊雜誌《Geotropio》中保護區旅遊的報導作為文本，分析保護區是被雜誌建構為適宜大眾旅遊休閒的地方，或是一個在經濟發展中依然進行保育與環境教育的生態旅遊地？他們將文本以「經濟」和「環保」的主題、論點分段編碼，再進行交叉比較以構成描述的分析（分為純經濟描述、純環保描述、隱性的環保描述、隱性的經濟描述），以瞭解不同的主題是由什麼樣的論點被再現（例如：「純經濟描述」是指經濟的主題以經濟論點描述）。研究結果發現，雖然有部分地方被再現為適合進行生態旅遊，但有更多地方是由經濟的觀點建構；換句話說，《Geotropio》所提供的旅遊行程還是偏向在敏感的保護區之內進行大眾旅遊。

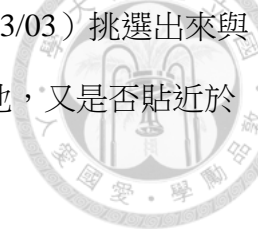
上述研究不只提出媒體再現的生態旅遊意象經常與生態旅遊的意涵不符，也反映出媒體在使用「生態旅遊」一詞時，只是將它當作一種「綠色的」行銷策略。換句話說，媒體提起生態旅遊並非為了倡導自然資源的永續經營，而是為了賣出更多的套裝行程，在這樣的動機之下所呈現出的生態旅遊，是著重在娛樂層面而非「保育」或是「教育」。

此外，以往的研究雖然試圖解答媒體對生態旅遊有何種再現的情況，但所研究的媒體文本都是以私部門為主，這些商業性質的媒體畢竟會受到旅遊行程的銷售量或是廣告主的影響，但若是推動生態旅遊的公部門所發行的媒體文本會有怎樣的再現？公、私部門所呈現的生態旅遊又會有什麼差異？Hollinshead（1999）指



出，影響旅客目的地意象的不只是私部門的媒體，觀光客本身所生產的媒體再現、乃至公部門的傳播，都可能會在旅遊過程聯合起來影響旅客，促使某些特定的旅遊實踐、於特定的旅遊空間中，成為主導性的力量並形成規範。不過，無論是 Hollinshead 或是上述的研究，都未解答不同媒體性質的再現是否會對生態旅遊有不同的再現、其中的差異又是什麼。

根據以上的文獻回顧，本研究認為，臺灣的研究雖在生態旅遊評估、旅客及居民對生態旅遊認知上有深入研究，並針對弊端給予建言，卻很少檢討我們提供大眾什麼樣的生態旅遊提案。更明確地說，本研究所提的「生態旅遊提案」指的是大眾進到「生態旅遊地」可以怎麼旅遊。所謂的「生態旅遊地」，不只包含那些受生態旅遊輔導團所輔導的景點之外，還應包含自然生態保護區。由於生態旅遊是進到相對未受干擾的自然區域旅行 (Ceballos-Lasscurian, 1988)，保護區及其鄰近地區也被視為能夠進行生態旅遊的典型據點。在生態旅遊地舉行的旅遊固然不一定符合上述所討論的「生態旅遊意涵」，但媒體究竟將適合進行生態旅遊的地方建構為何種旅遊目的地？生態旅遊的目的地又有什麼旅遊意象？是本研究欲關注的焦點。這是因為大眾所能接觸到的生態旅遊地旅遊論述，是影響旅客未來在生態旅遊地進行何種旅遊形式（例：大眾旅遊、自然取向旅遊、生態旅遊）的重要源頭。特別是歷經觀光局首次推行生態旅遊時，將生態旅遊地打造為「能夠進行大眾旅遊的自然地區」，使得許多敏感的自然區域受到破壞；在政府第二次推行生態旅遊後，媒體對可進行生態旅遊的據點描述為何？大眾能接觸的管道如何對生態旅遊地進行再現？這些問題是具重要性的卻很少被文獻所檢視。因此，本研究認為有必要對生態旅遊地的相關論述進行研究，並選擇推動生態旅遊的國家公園組所出版之刊物《國家公園季刊》以及商業雜誌《野趣生活家》為主要研究對象。《國家公園季刊》是公部門對生態旅遊的代表刊物，而《野趣生活家》則是商業雜誌中較常報導生態旅遊的刊物；本研究希望透過兩本雜誌所構成的文本，來回答下列研究問題：

- 
1. 檢視從《國家公園季刊》以及《野趣生活家》(2006/03-2013/03)挑選出來與生態旅遊相關的文章中，它們是如何呈現臺灣的生態旅遊地，又是否貼近於生態旅遊之意涵。
  2. 從不同媒體屬性的角度，來比較分屬於公部門的《國家公園季刊》與私部門的《野趣生活家》，在呈現生態旅遊地時有什麼差異，又各自有什麼不足。
  3. 特別從「地方文化」的角度，來探討《國家公園季刊》與《野趣生活家》對地方文化的重視程度，其地位與生態旅遊的經濟、生態構面相比，是同等的重視、或有所偏重？

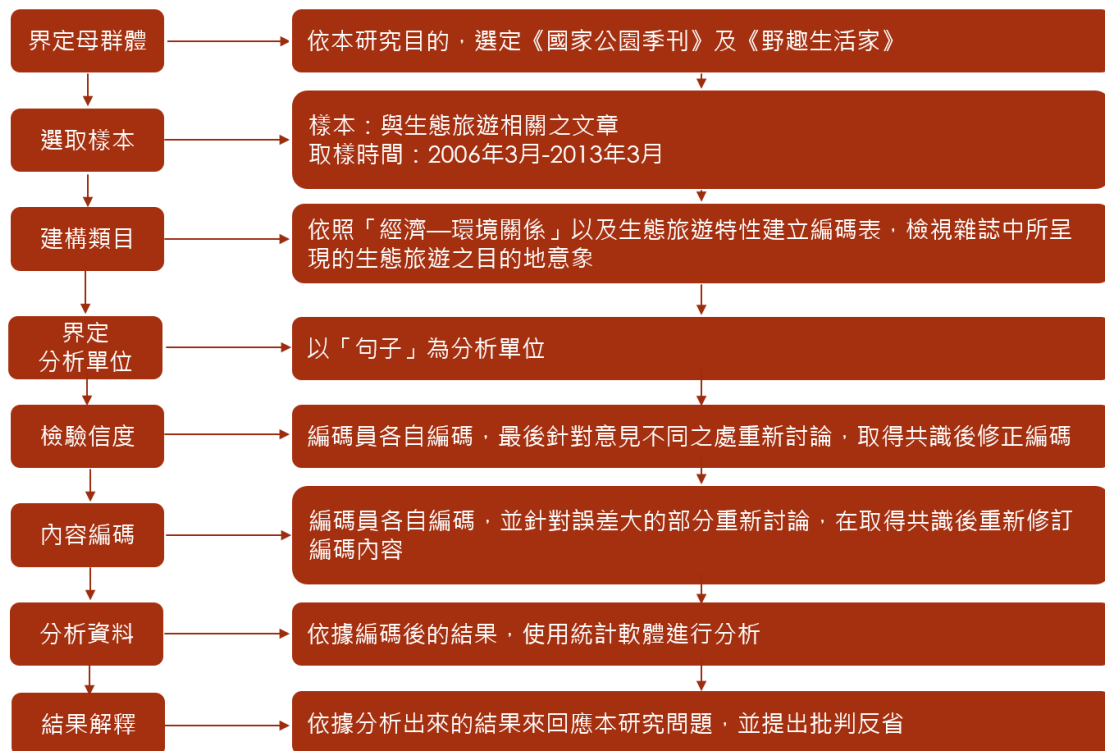
### 第三章 研究方法與設計



本研究目的在於了解媒體對生態旅遊地之旅遊形式再現，與實質上生態旅遊應有的內涵有何不同之處、媒體所重報導的面向又是那些。為了回應此研究主旨，本研究將蒐集與生態旅遊相關之媒體文本進行研究，並選擇經常用來解讀媒體文本的內容分析法作為研究方法，並依照內容分析法應有的流程進行每一個研究步驟（圖 3-1）。

在研究設計與方法這一章節，本研究將先闡述文本來源的篩選機制、文本的挑選規則，其次說明為何本研究選定內容分析法、對本研究題目有何幫助，最後說明實際上在進行研究分析時的步驟與做法。

圖 3-1，本研究流程與步驟



（資料來源：本研究繪製）

#### 一、 研究文本的選擇

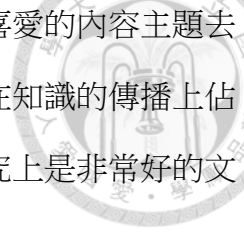


## (一) 以平面媒體為研究對象：能夠長期保存並重複閱讀的媒介

雖然媒體文本涵蓋了平面媒體（例：報紙、雜誌、書籍）、電子媒體（例：廣播、電視、電影）和數位媒體（例：論壇、社群網站）等各式各樣的型態並選擇雜誌作為單一的文本來源。這是由於不同的媒體來源具有不同的特性，「雜誌」這樣的媒體型態具有保存特性、亦能針對議題進行深度報導，這樣的特質將有助於本研究對生態旅遊地論述的檢視。

近代社會由於電子媒體及數位媒體興起，傳播訊息的來源增加變得更加多元化，造就閱聽人對獲取訊息來源的習慣紛紛改變。加上電子媒體在聲光效果上的刺激更受到閱聽人的喜愛、數位媒體則擁有訊息即時的優勢，平面媒體已非閱聽人首選的媒體來源。不過，本研究認為，平面媒體最大的優勢在於能夠將資訊長期保存，特別是針對專門議題做深入撰寫的雜誌、書籍，對知識的傳播依然占有舉足輕重的地位；反觀電子及數位媒體，由於數量龐大、資訊流動快，每則訊息必須以簡短的內容讓閱聽人快速吸收，也讓取得的資訊零星而不完整。因此，在針對特定主題的媒體訊息之下，本研究認為平面媒體是較電子媒體、數位媒體更能夠使閱聽人吸收到完整資訊，且能反覆閱讀、長期保存、傳播時效長的特性。

平面媒體中主要的出版形式有三種：報紙、雜誌和書籍，內容雖然都以圖文為主，但各有不同的優缺點。「報紙」具有高度的資料留存性，不過訊息傳播的資料量雖多，刊載的即時性卻不高，待隔日的報紙一出，舊的新聞已是明日黃花。「書籍」則是平面媒體中恆久性最高的一種形式，能針對特定主題能深入講述，但資訊並不即時，訊息的傳遞要比及他媒介都來得慢。雜誌則是一種介於「報紙」與「書籍」之間的「淺型深度閱讀」型態，技能兼備報導快速、又能針對主題做深度報導，因而成為讀者取得資訊情報的重要來源（鄭錦祥，2001）。鄭貞銘（1998）認為，雜誌是具有深度的媒體，從專業的採訪、題材的多樣性、版面的設計、甚至紙張的品質、印刷的精良，雜誌均有一套嚴肅的製作過程，其成品自對人類社



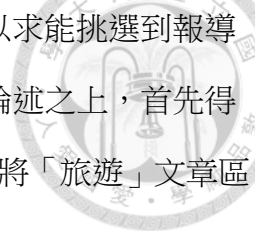
會有更多的貢獻與價值。更重要的是，由於消費者會根據自己喜愛的內容主題去選擇雜誌做為休閒讀物，或是閱讀自己需要的工具雜誌，因此在知識的傳播上佔有一席之地。因為這些特長，本研究認為雜誌在生態旅遊的研究上是非常好的文本來源。

另外，雖然雜誌對單一議題擁有圖像、色彩、文字等不同的表現形式，但本研究僅關注在雜誌的「文字」論述之上。雖然圖像與色彩也能作為傳播訊息的媒介，亦有不少研究是專門針對圖像進行剖析（例：海報）；然而在雜誌中，文字才是最完整表達機構價值觀的方式，圖像僅是從旁輔助的角色。因此，作為一個較為基礎的研究，本研究僅針對文字的部分進行分析。

## （二）文本來源的挑選：《國家公園季刊》與《野趣生活家》

本研究將在公、私部門的出版品之中各找一本雜誌做為文本來源。《國家公園季刊》最後成為代表公部門雜誌的出版品，原因之一在於它是介紹國家公園自然保育、學術研究、環境教育、生態旅遊等各面向的刊物，並由營建署、國家公園保育人士以及臺灣的學者共同合作，是臺灣少數指明介紹生態旅遊的出版品；另外一個重要原因是，它的出版單位正是臺灣推行生態旅遊的政府單位——內政部營建署國家公園組。本研究認為，《國家公園季刊》中不只紀錄了公部門如何辦理生態旅遊、專家學者對生態旅遊的態度，字裡行間更透漏了公部門對生態旅遊的期待。作為生態旅遊官方推手的角色，本研究認為該出版品對臺灣的生態旅遊是有很深的影響力。該出版物創刊於 2006 年 3 月，於 2007 年 1 月由雙月刊改為季刊。

由於私部門中尚未有雜誌如同《國家公園季刊》一樣點明是介紹「生態旅遊」的，故本研究參考 Stamou 與 Paraskevopoulos（2006）對旅遊文章的分類方式建立



一套系統，再根據這一套系統去篩選出私部門出版物的代表，以求能挑選到報導最多生態旅遊地的雜誌。由於本研究聚焦在臺灣生態旅遊地的論述之上，首先得把各刊物的文章（2006-2013）區分為「旅遊」及「非旅遊」，再將「旅遊」文章區分為「臺灣旅遊」以及「異國旅遊」。

以此區分之後，本研究發覺「臺灣旅遊」的文章內容仍然五花八門，於是又將「臺灣旅遊」細分為「偏向自然與歷史」及「偏向美食與休閒」兩個類別。這樣的分法，是由於生態旅遊是一種「進到生態較為敏感的地區」的旅遊，旅客不僅是從自然中得到身心的放鬆，亦能深入瞭解當地的歷史；「偏向美食與休閒」類別的建立，則是因臺灣的休閒旅遊雜誌多以報導美食為大宗，且這類的旅遊行程較強調的是放鬆心情與品嚐美食，地點也多在都市或較熱鬧的郊區，且通常未與地方及居民有較多的互動，比較像是換個環境從事隨處可見的娛樂活動。當然，在分類文章的同時，各刊物中不免有雜揉兩種類別特性的文章，而本研究的判斷方式，是以類別內容占總文章字數的五成以上為依歸。根據本研究的研究目的，有可能會成為文本的文章將會從「臺灣旅遊—偏向自然與歷史」中去選擇；是故，本研究能透過挑選「偏向自然與歷史」成分較多的刊物，來決定哪本出版品是較適宜作為文本來源的。

至於「非旅遊文章」，則是指通篇文章並未交代旅遊行程，亦無邀請讀者到旅遊地遊覽，而是單純地報導一項議題。更明確的說，「知識」的文章是介紹與旅遊無關的學問；「人物」則是人物的專訪、或是旅遊達人在旅遊中的心情抒發，有時甚至較偏向主人翁的人生哲學；「資訊」則是提供讀者戶外活動的簡短訊息；「其他」則是非隸屬於上述類別、內容較為混雜的文章（表 3-1）。





表 3-1 文章內容的類別意義

文章內容的類別		類別意義
臺灣旅遊	偏向 美食與休閒	旅遊地點在臺灣境內，一部分是在都市、室內進行娛樂活動，而非徜徉於大自然之中，例如：品嚐餐廳美食、參觀博物館；另一部分雖在戶外進行遊憩，但旅遊內容較像是走馬看花，並未與當地歷史、自然環境有深入的互動，可以說僅僅是換個環境從事娛樂活動，例如：到海邊吃冰、賞花品茗。
	偏向 自然與歷史	旅遊地點在戶外、甚至是生態較為敏感的地方，旅客能在此深入體驗當地的歷史、自然環境，從中了解與當地相關的知識。
異國旅遊		文章所介紹的旅遊地點在臺灣境外。
知識		文章重點在介紹一項專業知識，不一定與旅遊相關，例如：動植物的種類與特性、登山的注意事項、養生中藥材藥性、野外烹飪。
人物		人物在旅遊上的心得專訪、旅遊紀錄等。
資訊		嚴格來說並非一篇文章，而是提供讀者與旅遊相關的簡短訊息。
其他		非隸屬於以上類別的文章，文章目的並非提供與旅遊相關的內容，例如：編輯手記、心情札記、星座運勢。

藉由文章內容的類別系統篩選之下，《野趣生活家》最終成為本研究私部門出版物的樣本來源。箇中原因，在於《野趣生活家》不僅明顯地以介紹臺灣旅遊為

主(64.47%)，報導內容也較為偏向自然與歷史(37.83%)，因而雀屏中選(表 3-2)。該雜誌與 2003 年 9 月創刊，形式為月刊，但 2010 年及 2013 年的 2、3 月整合在同一本出刊。



事實上，本研究在進行研究之前曾考慮過其他六本性質與生態旅遊相近的雜誌，分別是《az 時尚旅遊》(原名：az 旅遊生活)、《TO'GO 泛遊情報》、《戶外探索》(英文書名：《Outside》)、《台灣山岳雜誌》、《行遍天下》以及《孤獨星球》(國際中文版)；然而這六本雜誌都各有缺點。《孤獨星球》是以國際旅遊為主，僅有零星文章介紹臺灣旅遊，並不符合研究主旨；《戶外探索》則是創刊時間過於短暫(2012 年 1 月創刊)，若要研究該雜誌對臺灣生態旅遊的論述，會面臨資料過少的問題；《台灣山岳雜誌》由於目標客群定位在登山客而非一般大眾，使得旅遊地點較侷限於山區，文章內容也以「登山」為主，並不見得與生態旅遊相關；因此這三本雜誌最初就從樣本來源的名單中剔除。

其餘三本雜誌，則是透過文章內容的類別系統加以篩選，並選取 2006 年一整年度所刊載的文章，來判定他們是否適合作為文本來源。選擇 2006 年的文章內容是為了能與《國家公園季刊》進行比較；再者，營建署接手生態旅遊業務、辦理生態旅遊輔導團也經過兩年，新的生態旅遊走向已有一段時間的發酵。在逐本調查各雜誌 2006 年的文章後，本研究發現《az 時尚旅遊》主要是提供國人到國外的必遊景點，異國旅遊(58.82%)比重遠超過臺灣旅遊(13.5%)；《TO'GO 泛遊情報》主要提供大量而簡短的旅遊相關資訊(32.75%)，在缺乏長篇文章的情況下，難以分析雜誌對目的地的論述；《行遍天下》則是以介紹臺灣的休閒娛樂與美食品嚐為主要內容(29.75%)，較少文章談論到生態與地方歷史(14.75%)。相較之下，《野趣生活家》無異是這幾本商業雜誌中最符合本研究需求的一本出版品，不僅有關臺灣旅遊的報導文章多達 64.47%，「偏向自然與歷史」此類別的比重更高達



37.83%，亦是該雜誌最主要在介紹的內容。根據上述，本研究認為《野趣生活家》是最適合成為私部門代表的出版品。

表 3-2 各雜誌在 2006 年的文章內容(%)

內容類別 雜誌名稱	臺灣旅遊		異國 旅遊	知識	人物	資訊	其他	總計
	偏向 美食與休閒	偏向 自然與歷史						
az 時尚旅遊	13.50%		58.82%	0.69%	0.00%	13.84%	13.15%	100.00%
	9.00%	4.50%						
TO'GO 泛遊情報	25.36%		20.80%	3.42%	3.42%	32.75%	14.25%	100.00%
	15.10%	10.26%						
行遍天下	31.50%		26.00%	0.27%	0.00%	8.85%	20.38%	100.00%
	29.75%	14.75%						
野趣生活家	64.47%		7.57%	1.97%	2.63%	4.28%	19.08%	100.00%
	26.64%	37.83%						

雜誌中占文章內容最多的分類以藍底表示、次多的以綠底表示。

為求分析的時間基準相同，本研究選取兩本出版品 2006 年 3 月到 2013 年 3 月所發行的內容作為文本的母體，選擇當中與「生態旅遊」相關的文章作為本研究的分析文本。在兩本出版品當中，也有出現過與生態旅遊相關、但並非邀請大家到當地旅遊的文章，例如專家學者的訪問，本研究將這類文章排除在文本之外，因為文章的主體已非「旅遊」本身了。在這些條件之下，本研究最後從 31 期《國家公園季刊》選取 66 篇文章、與 85 期《野趣生活家》選擇 93 篇文章，總文本數為 159 篇文章。




## 二、 內容分析法 (Content Analysis)

為了瞭解出版品如何去描述生態旅遊，以及生態旅遊中的經濟、保育及文化面向是否被平均地再現出來，本研究選擇內容分析法作為研究方法。

內容分析法是一種能夠識別並分析社會製品 (social artifacts，稱為文化製品，cultural artifacts) 的構成內容的研究方法，包括社會製品中的文字、意涵、圖片、象徵、想法、主題或其他任何文本用以傳播的訊息 (Neumann, 2003, p.219)。能夠進行內容分析的社會製品從書籍、雜誌、報紙，到歌曲、畫作、演講、信件、法條...都是社會科學家的研究文本 (Babie, 1995, p. 306-7)，而且在傳播學和新聞學的研究中尤其常見。

相較於其他質性研究方法必須小心研究者的主觀意識導致研究上的謬誤，內容分析法希望藉由客觀、系統、定量的描述，來剖析一個文本之傳播內容。所謂的客觀是指研究過程的每一個步驟，都有明確的規則和秩序；而系統性是內容或類目的採用和捨棄，必須符合始終一致的法則；定量性則是分析內容可按規則對擬訂之類目和分析單位加以計量，用數字比較符號文字出現的次數，以達到準確的要求 (Barelson, 1952, p. 18)。這樣刻意將計量單位和測量方式標準化、使用數字比較訊息出現次數的意義，是希望藉由分析文本中的文字、意義、圖片、象徵符號、構想、主題或任何文本要用以溝通的訊息，將文本中的特質彰顯出來或做比較之用 (Manning & Cullum-Swan, 1994)。這樣標準化文本並測量之的方式，能夠提供研究者分析文本的基礎，同時讓研究者在大量既存的次級資料加以提綱挈領、濃縮要點，經常能得問卷或訪談等實徵研究所不容易得到的結論，是內容分析法的一大優點 (游美惠, 2000)；因此，在經常需要檢是大量報導及文本的新聞學、傳播學領域中，內容分析法是一項分析上的利器，而本研究也希望透過內容分析法來快到文本對地方旅遊意象的描寫重點。

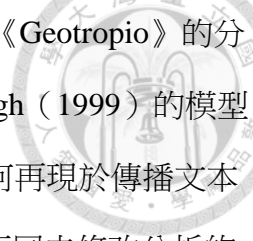


在旅遊文獻之中，已有許多研究是以內容分析來瞭解媒體提供了什麼旅遊資訊、地方旅遊意象的再現情況（Choi et al., 2007; Echtner & Prasad, 2003; Hudson & Miller, 2005; Kemp & Dwyer, 2003; Wan, 2002），而在生態旅遊的文獻之中亦有幾個研究是使用內容分析來檢視文本（Lai & Shafe, 2005; Stamou & Paraskevopoulos, 2006）。這些研究的文本有旅遊網站、政府觀光網站、旅遊手冊、和旅遊雜誌，目的都是希望揭露特定文本如何呈現地方的旅遊意象，而內容分析法則是一個能夠達到此目的的分析工具。因此，本研究也將使用內容分析法，希望藉由分析文本對地方意象的敘述，來客觀地呈現兩類文本的再現情況，並瞭解媒體在生態旅遊上強調了什麼主題（theme）。

### 三、 類目建構與分析單位

本研究參考 Stamou 與 Paraskevopoulos（2006）針對生態旅遊之媒體再現研究的分析方式，並根據臺灣脈絡以及研究文本的特性，以三種層次來檢視文本，分別是主題（subject）、論點（discourse）和描述（depiction）。

Stamou 與 Paraskevopoulos（2004, 2006）曾經以批判性論述分析（Critical Discourse Analysis, CDA）為研究架構、以內容分析為研究方法進行兩個生態旅遊的研究，分別是檢視 Dadia 森林的訪客手冊以及希臘雜誌《Geotropio》中的生態旅遊意象。在 Dadia 森林的研究中，Stamou 與 Paraskevopoulos 關注在「旅遊意象」（tourism image）與「環境保護意象」（Environmentalism image）兩者之間的協商狀態，如果兩者處於調和得當，則這樣的論述是偏向生態旅遊的；反之，若任一意象凌駕在另一方之上，則需要細細探討目前的生態旅遊模式是否過於強調經濟層面的「旅遊」、或是一味保守地進行「環境保護」，而喪失了生態旅遊的真諦。而在《Geotropio》雜誌的研究上，Stamou 與 Paraskevopoulos 延續上一篇研究的想法，藉著分析雜誌中「經濟—保育」層面是否趨於平衡，來探討這本對希臘龐大




潛在影響的雜誌<sup>3</sup>是怎麼撰寫生態旅遊。從 Dadia 森林的研究到《Geotropio》的分析，Stamou 與 Paraskevopoulos 都引用了 Chouliaraki 和 Fairclough (1999) 的模型建構出主題、論點兩個分析系統，來探討機構 (institution) 如何再現於傳播文本之中，但在類目建構上則不是完全沿用，而是根據文本類型的不同去修改分析的類目，讓編碼的狀況更具效度。因此，本研究站在 Stamou 與 Paraskevopoulos 所建立的基礎之下，沿用他們所發展出來的分析系統與類目，再針對臺灣的現況以及本研究的文本特性去做微調，以求能有效地解構文本中所蘊含的生態旅遊意象。

本研究以 Chouliaraki 和 Fairclough (1999) 的模型首先建立主題 (subject) 與論點 (discourse) 兩個層次系統。該系統關注的是機構 (institution) 是如何將資訊再現於傳播之中。根據此模型，機構所出版的文章之中所提供的各種資訊 (information)，將以主題的層次進行內容上的分類；而在闡述資訊的口氣與角度，則牽涉到了事情再現形式 (representation)，將以論點層次進行處理。這個模型不僅是單純地處理文本出現的訊息，而進一步地探討事件是怎麼被呈現；這是因為每個機構都有特定的價值觀與信念，在通過文字的形式構成「論點」展現之後，將進而形成一套特有的「論述的秩序」(orders of discourse)。主題與論點兩者是彼此相關的系統，論點總是再現出主題，而主題經常被特定的論點角度呈現之。當主題在不同論點之下再現於傳播文本之中，將賦有不同的意義。為了更清楚地釐清文字在不同主題、論點所組合的狀況，本研究透過論點 (再現) 與主題 (資訊) 的結合，形成「描述」(depiction) 的層次，來探討機構是如何處理出版的文字。換句話說，在特定的主題與特定的論點之下，將構成一種描述的類目 (例如：環境學習的主題若以經濟的論點被闡述出來，在描述的系統中，將被歸類於「隱性的經濟描述」之下)。描述的系統將有助於本研究精確地去剖析文本在傳播之中的意圖。

---

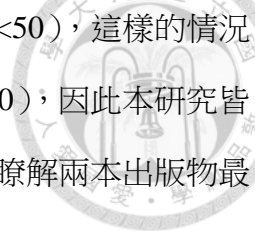
<sup>3</sup> 《Geotropio》「寄宿」於 Elephtherotipia 之上，而 Elephtherotipia 為希臘最受歡迎的報紙之一——依據發行量，它是希臘第二大的報紙。Elephtherotipia 通常被視為與政治無關的、開明的報紙。因為政治立場偏頗實際存在於希臘報章雜誌(Tilic, 2000)，Elephtherotipia 受到希臘社會黨的偏愛。



所有的文本將依循特定的「編碼規則」(coding rules)，將資料編碼在相關的主題和論點類目之下 (Holsti, 1969)。在主題類目，資料將經由「刪除」(deletion) 細節、資訊「概化」(generalisation) 及「建構」(construction) 的「鉅觀規則」(macro-rules) 之下進行編碼 (Van Dijk, 1988)。舉例而言，旅館、設施觀光業所關心的硬體設備資訊，將被編碼在特定的主題類目「基礎設施與服務」。動植物介紹、生態保育等資訊，則歸類在「自然資源」的類目之下。另一方面，論點則透過主題「多重的」(multiple) 或「替代詞彙化」(alternative lexicalization) 的方式編碼於類目之下 (Fairclough, 1992)。比方說，當自然資源的主題被闡述為「珍稀的資源」，則將其編碼於「環保主義」的論點之下；但若該主題被標示為「美麗的景致」，則編碼於「經濟」論點之下。更詳細的類目內容與定義，在本研究的 3.3.1 及 3.3.2 將詳細說明之。

在各個分析層次之下，本研究將計算類目出現的頻次（出現次數）以主導性（出現的篇幅，本研究以文字的長度計算），並使用 SPSS 以 ANOVA（單因子變異數分析）分析哪些類目具有顯著性（ $p < 0.05$ ）。在 ANOVA 分析中，依變項為百分比（出現次數的百分比、主導性的百分比），自變項則是類目；在三個層次皆是如此。例如，在主題層次中，本研究將以主導性的百分比作為依變項、主題類目作為自變項，來檢視哪些主題類目是具有顯著性的。

而在 ANOVA 分析之前，本研究將先確定 ANOVA 的三個先決條件：(1) 母體為常態分配 (Normality)、(2) 樣本為獨立的簡單隨機抽樣 (Independence)、(3) 各組別的變異數為同質 (Homogeneity of variance)，否則進行 ANOVA 分析是不具意義的。因此，本研究先使用 Levene 法來檢定變異數同質性，再依檢定結果選擇適當的 ANOVA 分析程序。若變異數為同質（ $p$  值未達顯著水準），在各組樣本數相同的條件之下，將選擇 Tuckey 事後檢定。若變異數不同質，則先以 Welch 統計量，來檢定平均數 (Robust Tests of Equality of Means)，當結果顯著時再著手進行




事後檢定 (Post hoc)。由於本研究的各組樣本數皆小於五十 ( $N < 50$ )，這樣的情況下使用 Dunnett's T3 將比 Games-Howell 更加準確 (邱皓政，2010)，因此本研究皆採用 Dunnett's T3 法。經過一連串的分析步驟，可以幫助本研究瞭解兩本出版物最著墨於生態旅遊的何種面向，以便進行更進一步的討論。

### (一) 文本的「主題」類目

使用「主題」類目進行編碼最重要的目的，是希望能初步瞭解文本所提供的生態旅遊資訊有哪些、何種資源被頻繁地提出來。根據生態旅遊的特性，本研究先劃分出屬於大自然的「自然資源」(natural resource)，以及人為提供的「基礎設施與服務」(infrastructure and services)，希望藉由這兩大類別來檢視文本在生態旅遊的關文章提供了什麼資訊，並由經濟與環境主義兩個對立的概念去組成。

「自然資源」指的是任何與自然環境或生態相關的文字，像是提供水鳥停駐的溼地、各式各樣地方的動植物介紹、保護區內的山林美景。又因為文本字裡行間對自然資源有不同闡述方式，使得自然資源在生態旅遊中有不同的「功用」，本研究將其再細分為「自然資源做為休閒娛樂之用」(natural resource as recreation)、「自然資源作為經濟活動之用」(natural resource as economic activities)、「自然資源作為保育之用」(natural resource as protection)、「自然資源作為環境學習之用」(natural resource as environmental learning) 等四個類目 (表 3-3)。建立這樣的分類規則，是根據「經濟—環境保護」兩股力量如何在文本中呈現，以及自然環境是怎麼被旅客以及居民「利用」，而將自然資源進一步概念化成為四個主題類目。這四個類目也同時回應了生態旅遊的精神：不僅只是旅遊，更是在旅遊過程中促進了環境教育與解說、利益回饋以及環境保護。





四個與自然資源相關的主題類目中，「休閒娛樂」以及「環境學習」，是以旅客的視角進來看到目的地的自然資源，而這些自然資源稍後也將被旅客欣賞、體驗。偏向欣賞自然景致、徜徉於大自然之中的文句，將被編碼於「休閒娛樂」之下，而若該活動是具有教育意涵的，則將編碼於「環境學習」之下。另一方面，「經濟活動」及「保育」類目，則是以當地人的觀點出發。當地居民對待自然資源的態度，除了期待資源能夠創造出經濟價值與就業機會，亦會設法去保護自然資源，好讓旅遊活動能持續發展。保育計畫的執行、社區居民成立護溪團隊即是一例，屬於「保育」類目之下。若地方因為豐富的生態帶動旅遊業的興盛，則歸類於「經濟活動」類目之下。

「基礎設施與服務」是觀光旅遊業所關心的重點，任何能夠促進旅客娛樂的硬體設備及服務，都將編碼於該類目之下。舉凡農場提供的套裝行程、主題餐廳與特色民宿，甚至為了方便旅客而建設的停車場，都屬於該類目之列。

在基本的編碼表建立完成之後，本研究先進行幾次嘗試性的編碼，並在過程中發現了雖頻繁出現、與旅遊活動相關，但不屬於上述五個主題類目的文句，因而又再設立了「文化遺產」(cultural heritage) 以及「知識」(knowledge) 這兩個主題類目。「文化遺產」主要收入地方有形的歷史遺跡，例如：日治時期遺留下來的古道、傳統建築…等。「知識」是與生物無關，但會引起觀光客興趣、增進地方旅遊樂趣的資訊，像是地方的歷史與文化、當地故事與習俗、地質和地理學。

由於這些主題是根據生態旅遊的性質以及「經濟—環境主義關係」所建立的，所有主題又可以根據類目的意義區分為偏向經濟的主題、和偏向環境的主題。「休閒娛樂」、「經濟活動」與「基礎設施—服務」是偏向經濟的主題，而「環境學習」、「保育」則是偏向環境的主題。這樣的分法有助於在「描述」層次的分析(見 3.3.3)。

特別的是，本研究在編碼過程中發現，《國家公園季刊》多次在文句中提到公部門的建樹，似乎在藉由這本官方出版品替政府塑造正面的形象。為了進一步分

析《國家公園季刊》的意圖，本研究在編碼的同時，將強調「公部門作為」的文句予以標註，例如：「1985年玉山國家公園成立，在南安設立遊客中心，大力整修山風至瓦拉米間的吊橋與步道，讓塵封的道路再度重現世人眼前。」將被編入基礎設施與服務之下，同時標註「與公部門作為相關」。最後，本研究再一次進行嘗試性的編碼，確定這七大主題是彼此互斥的。

表 3-3 主題類目及定義

主題類目	編碼定義與內容	備註
休閒娛樂 (R) Natural resource as <b>Recreation</b>	自然資源是提供旅客娛樂、享樂的。賞鳥、夜間體驗、賞蝶步道，歸在此類目之下。  實例：日月潭的螢火蟲多為黑翅螢，據說在當地的林間深處，由於人煙較稀少，因此螢火蟲不但不會躲避遊客，反倒會主動停在遊客身上，相當可愛。	以旅客觀點出發，是偏向經濟的主題。
經濟活動 (E) Natural resources as <b>Economic Activity</b>	自然資源對地方居民有促進生計的效果。  實例：而後社區自發成立了「望鄉部落發展協會」，試圖凝聚族人的力量共同經營社區，讓望鄉部落的年輕人可以回鄉發展生態旅遊以及高山嚮導。	以當地人的觀點出發，是偏向經濟的主題。
環境學習 (A) Natural resource as <b>Environmental Learning</b>	自然資源是用來讓旅客、居民認識與學習的，具有教育的功能，諸如林相介紹、動植物解說、自然倫理…等。  實例：尖山堇菜為台灣特有種，多分佈在中北部中、高海拔山區，如合歡山、南湖大山。	以旅客觀點出發，是偏向環境保護的主題。
保育 (C) Natural resource as <b>Protection</b>	自然資源是被保護與珍惜的。護溪、保護區、研究計畫、生態維護等，歸於此類目之下。  實例：以在地居民負責執行，並將取得的監測數據進行簡單整理，再提供	以當地人的觀點出發，是偏向環境保護的主題。

	給各物種專家進行資料分析，分析結果則可提供墾管處及生態復育之重要決策。	
基礎設施與服務 (I) Infrastructure and Service	<p>用來促進旅客娛樂的人造設備與服務，是「因應觀光」才有的產物。諸如遊客中心、博物館及展覽的設立，民宿旅館、宣傳手冊、音樂節、志工解說服務…等，都是此類目範圍。</p> <p>實例：每逢螢火蟲季，東勢林場也會舉行夜間觀賞螢火蟲的解說活動，主要分為團體預約解說及散客定時定點解說兩種，遊客可依需求決定賞螢方式。</p>	是偏向經濟的主題。
文化遺產 (H) Cultural Heritage	<p>觀光客有興趣體歷史文物，特別是傳統建築、古道、遺址。</p> <p>實例：由上磺溪開始，便可見綻放的芒花在東北季風的吹拂下，隨風飄逸；沿著石階而上，隨路可看到當年礦工煮飯的紅磚灶遺跡；經過許顏橋，可順道參訪擁有歷史紀念性的「憨丙厝地」與土地公廟。</p>	
知識 (K) Knowledge	<p>非生物或飛環境資訊，包含無形的歷史與神話、地理和地質學（無生命的）、當地人與習俗。</p> <p>實例：壽山是覆蓋珊瑚礁石灰岩的孤立泥岩山丘，是海底上升為陸地的證據，也是台灣唯一古老更新世(大約最近 180 萬年以來的地質時間)的珊瑚礁岩隆起海崖直接濱海的地區。</p>	



## (二) 文本的「論點」類目

在瞭解生態旅遊文章中經常曝光的主題（資訊）之後，本研究下一步將檢視主題類目是以何種論點方式再現出來。

在進行內容分析法時，若缺乏對文本語境的考慮，很容易在分析過程中偏離了文本原意，造成結果上的錯誤。相同的字詞放在不同的語境之下，會有截然不同的意義；同樣地，若內容分析只是單純地計算資訊出現的次數與主導性，而不考量資訊背後的論述，將使內容分析失去公允，有如斷章取義地解讀文本。根據上述原因，本研究針對已被主題類目編碼的文字，再一次地進行論點類目的編碼，並將長久以來生態旅遊研究所關注的「經濟—環境關係」，將論點分為「經濟」（economy）與「環保主義」（environmentalism）兩大類目。

在經濟論點中，主題多以兩種方式被再現出來。其一，主題是提供給當地人利益的商品，凡是具有商業性質、能夠帶來地方經濟回饋的論述，皆在此編碼之下。第二種方式，則是將主題再現為「能夠愉悅觀光客的」，其論述經常會提及觀光客能依此資訊在旅遊地盡情「享受」，諸如因自然景點而感到「心曠神怡」，或者雖不在家，依然能一樣「自在」、「舒適」（表 3-4）。

另一方面，環境主義的論點則是以「人類對環境的尊重關係」為前提，例如在文章之中提醒讀者，該旅遊地是敏感的、應受保育的、面臨環境風險的，或者強調該物種的珍稀性及不可取代性，若前往旅遊則需予以尊重。

表 3-4 論點類目及定義

論點類目	編碼定義與內容	備註
<p>經濟 economy</p>	<p>主題被再現為提供給當地人利益的商品，或能夠使觀光客感到愉悅的存在。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>實例一：水圳做好，水來了，生態活絡了起來也才有接續的多元產業發展。</li> <li>實例二：如果還有空閒，附近的流星岩、明月窟、寶石岩等景點，還可讓你享受森林浴，體驗大自然的神奇。</li> </ol>	<p>當一個句子有70%以上的字數是偏向經濟論點的，則編碼於此類目。</p>
<p>環境主義 environmentalism</p>	<p>主題的再現過程強調自然倫理，著重人類與自然環境之間的尊重關係。經常出現的論述有生態敏感、物種珍稀性、保育價值、環境風險。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>實例一：砌石水圳溝體雖然以純手工打造非常耗時耗力，但卻十分堅固耐用，除了實際的擋土功能更提供生物的棲地，兼具實用與生態的功能。</li> <li>實例二：在幾個曾經發現一葉蘭蹤跡的地方，如太平山、霞喀羅山，現也只剩阿里山有較大規模的族群，而且嘉義林區管理處於民國 81 年，還在此處規劃一處面積達 57.8 公頃的「台灣一葉蘭自然保留區」，進行一葉蘭的保育與管理。</li> </ol>	<p>當一個句子有70%以上的字數是偏向環境主義論點的，則編碼於此類目。</p>
<p>經濟與環境主義 各半 (特殊情況)</p>	<p>主題不能以全然的「經濟論點」或全然的「環境觀點」論之，句子本身可能並無特別的立場，而較偏向中性的敘述。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>實例一：從太魯閣峽谷的大理石岩層中，發現了屬於古生代的紡錘蟲、溝鞭藻化石，就證明太魯閣地區在遠古時代是地處熱帶的淺海環境。 <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 主題編碼為「環境學習」。</li> <li>➤ 由於僅介紹太魯閣的生成原因，屬於較中性的句子，無特殊論點存在，故將 28 個字編入經濟論點、28 個字編入環境論</li> </ul> </li> </ol>	<p>當句子較偏向中性或經濟、環境主義論點各佔50%時，則同時編碼於經濟與環境主義論點之下、主導性(字數)各半。</p>



	<p>點。</p> <p>2. 實例二：石磬步道成為林美村拓展知名度的開端，除了解說服務可增加當地居民的就業機會外，從各地湧入的眾多人群所可能帶來的無限商機，也極受林美社區的重視。但游棠海強調，為求永續經營，林美石磬從今年3月1日起，開始嚴格執行承載量的掌控，以協會義工在入口處發放號碼牌的方式，控管進入人數僅限350人。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ 主題編碼為「基礎設施—服務」。</li><li>➤ 對外開放是為了讓當地人有經濟上的利益，但也因保育因素而管制旅客，在經濟與環境論點上字數不相上下，故69字編入經濟論點，69字編入環境論點。</li></ul>	
--	---	--

本研究在編碼的同時，發現有一部份的主題不能以全然的「經濟論點」或全然的「環境觀點」論之，句子本身可能並無特別的立場，而較偏向中性的敘述。例如，本研究因為文本特性之故，所挑選之文章內經常會針對動植物的生物習性或特徵作介紹。由於這些介紹本身幾乎是不帶論點色彩的，在所有編碼員討論之下，本研究最後決定遇到此種狀況時，則將該句同時編碼於經濟與環境論點之下，但主導性則除以二(如表6之實例);若在文句中，經濟與環境論點各占字數的50%，亦是相同作法。而當情況是一個句子中有70%的字數屬於特定論點，則編碼於該論點之下。

在論點的編碼之中，本研究排除掉「文化遺產」以及「知識」這兩個主題類目，不予以編碼。這是因為「文化遺產」與「知識」缺乏「經濟—環境關係」，若刻意編碼，反會影響到最後的研究結果，造成解釋上的錯誤，故予以排除。

### (三) 由「主題」及「論點」交織出的「描述」類目



經過主題（資訊）與論點（再現形式）層次的檢視之後，第三個層次將前兩者合併在一起分析，此舉能釐清不同主題經常由什麼樣的論點再現出來，以瞭解文本對臺灣生態旅遊所建構的意象。

「描述」層次主要分成四大種類，分別是由經濟主題與經濟論點組成的「純經濟描述」、經濟主題與環境論點組成的「隱性的環境描述」、環境主題與經濟論點組成的「隱性的經濟描述」、以及由環境主題與環境論點組成的「純環境描述」。而描述層次的類目共有十種，一種主題與一種論點交織即成為一種類目（表 3-5）。

表 3-5 描述類目

主題類目 \ 論點類目	經濟論點	環境論點
以自然資源作為觀光娛樂	休閒娛樂與經濟論點 (純經濟描述)	休閒娛樂與環境論點 (隱性的環保描述)
以自然資源作為經濟活動	經濟活動與經濟論點 (純經濟描述)	經濟活動與環境論點 (隱性的環保描述)
基礎設施—服務	基礎設施—服務與經濟論點 (純經濟描述)	基礎設施—服務與環境論點 (隱性的環保描述)
以自然資源作為環境學習	環境學習與經濟論點 (隱性的經濟描述)	環境學習與環境論點 (純環境描述)
以自然資源作為保育	保育與經濟論點 (隱性的經濟描述)	保育與環境論點 (純環境描述)



#### 四、 信效度檢測

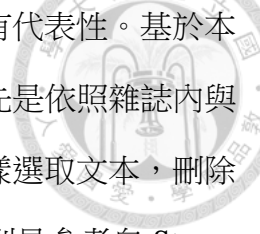
為了確保在進行文本編碼時是具有信效度的，本研究由 7 位編碼員共同編碼、進行討論。除了研究者之外，編碼員中有三位是來自臺灣大學大學部四年級的學生、一位碩士畢業生、一位博士在學學生，並邀請本研究的指導教授一同檢視編碼狀況。研究者在兩類文本中皆全程參與編碼，其他六位編碼員則是三位參與《國家公園季刊》、另外三位參與《野趣生活家》文本的編碼工作。

在研究初期，本研究先選取 2006-2007 年《國家公園季刊》的文本進行嘗試性的編碼。這個階段之中，所有編碼員將瀏覽同樣的文章並編碼；編碼完成之後，彼此之間針對有出入的部分進行討論、修正，最後在編碼表中詳細釐清或寫上實例，以期在正式編碼時，即使文本在不同編碼員、不同時間之下被編碼，也依然有一致性。在確所有編碼員都認可、理解編碼規則之後，本研究首先編碼從《國家公園季刊》挑選出來的文本，同時著手訓練負責《野趣生活家》文本的編碼員。

在針對《野趣生活家》文本的編碼時，本研究也是先請負責的編碼員先各自帶回 2006-2007 年之間的文章進行第一次編碼，在完成之後，召集編碼員互相檢視彼此的編碼狀況，並共同討論編碼時所遇到的問題，才開始正式的編碼。兩類文本的編碼過程中，每篇文章至少有兩位編碼員確認過編碼的正確性，且研究者參與了所有的編碼過程。編碼結束後，編碼員找出彼此之間意見不同之處，並在會議上提出討論、修正。這樣的方法雖然繁複，但一樣能確認編碼的一致率。而在編碼的穩定度上，兩類文本的編碼工作都在一個月之內完成，並未超過三個月的建議時限（Neuman，2003）。

至於效度的部分，內容分析法的研究較少提到如何處理研究效度，但原則上若是符合取樣的正確性、以相關研究確定編碼類目能回答研究問題、再加上專家的意見評論，雖不像其他量化研究可以進行因素分析，卻也能擁有一定的效度。





取樣的正確性，是指研該究選取的樣本是否對研究主題具有代表性。基於本研究的重點是公私部門對生態旅遊目的地意象的比較，本研究先是依照雜誌內與臺灣生態旅遊相關文章佔的比例來決定文本來源，再以立意抽樣選取文本，刪除掉與生態旅遊無關的樣本(詳細過程請見 3.1.2)。至於編碼類目則是參考自 Stamou 與 Paraskevopoulos (2006) 的研究，並根據臺灣的生態旅遊狀況以及文本特性做適當的調整，之後與指導教授討論編碼表是否能如實測量到旅遊地所涵蓋的生態旅遊意象。

## 第四章 《國家公園季刊》對生態旅遊地的呈現



### 一、《國家公園季刊》中的主題

#### (一)《國家公園季刊》中主題的出現次數

在主題的層次，本研究透過主題的出現次數以及主題的主導性，來檢視《國家公園季刊》經常在描寫生態旅遊地的時候，提及了哪些資訊。主題的出現次數關乎哪些主題比較容易被提起、哪些資訊比較普及於《國家公園季刊》之中；當一個主題在一篇文章之中出現過一次（或以上），則計算一次，最後以百分比的方式與入選文章的總篇數作比較。至於主題的主導性，由於是檢視《國家公園季刊》花多少篇幅去撰寫該主題，則是以字數多寡作為計算根據，再以百分比方式與總編碼字數作比較；由此，本研究可以瞭解《國家公園季刊》比較費心於描寫哪個主題之上。兩相比較之下，主導性的數據是比較能夠深入理解文本的。因此，在這一小節，本研究會著重在主題的主導性數據之上，並援引《國家公園季刊》的句子作為範例，以求更深度地剖析《國家公園季刊》在主題資訊上所提供的內容。

根據分析結果，在 72 篇被選入的文章中，「以自然資源作為休閒娛樂」最常出現於《國家公園季刊》當中（87.5%），「以自然資源作為保育」（63.89%）、「知識」（61.11%）、「以自然資源作為環境學習」（52.78%）、「基礎設施—服務」（51.39%）亦不遑多讓，也在一半以上的文章出現過。整體而言，僅有「文化遺產」（29.17%）以及「經濟活動」（25%）是較少出現的（表 4-1）。

表 4-1 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中的主題出現次數 (%)

主題	出現次數	百分比
以自然資源作為休閒娛樂	63	87.50%
以自然資源作為經濟活動	18	25.00%
以自然資源作為環境學習	38	52.78%
以自然資源作為保育	46	63.89%
基礎設施—服務	38	52.78%
文化遺產	21	29.17%
知識	44	61.11%
總計	72	100.00%

註：出現次數的數值表示實際的篇數。

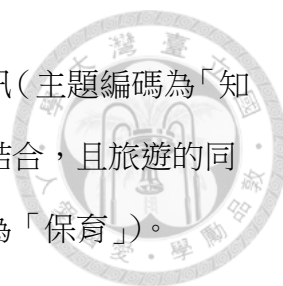
本研究認為，「以自然資源作為休閒娛樂」之所以是《國家公園季刊》分析文本中最常被提起的主題，是為了引起讀者的「興趣」，希望藉由報導自然的好玩之處，引發讀者繼續閱讀雜誌的意願。即便《國家公園季刊》是一本教育性質較高的雜誌，然而在既是介紹生態旅遊地、又是與旅遊相關的文章，自然會經常提起地方能夠提供旅客娛樂、放鬆之處；況且，從讀者較容易接受的角度切入撰寫，本研究認為更容易引起讀者願意在旅遊之中對地方負起責任。

雖然「休閒娛樂」的出現次數最多，但《國家公園季刊》並非一味強調娛樂的刊物。在分析文本中，「休閒娛樂」經常與「保育」和「環境學習」的主題同時出現；一般而言，一篇文章的開頭通常是先介紹當地美景或地方特色，隨即切入地方面臨的保育問題、或敘述當地有何特有物種，值得進行生態觀察。例如：

「環境保育意識抬頭，生態旅遊的觀念正在扎根，位於太魯閣國家公園的同禮部落坐落在壯闊山麓上，彷彿一處與世隔絕的世外桃源，可說是台灣少數僅存可深度體驗原民生活的旅遊地之一。

……近年來，太魯閣國家公園管理處積極推動及提倡國家公園境內的生態旅遊，同禮部落也列名其中，希冀將當地生態、自然人文景觀與部落生活做結合，以達到環境保育及環境教育的雙重目的。不過生態旅遊的推廣，須結合公部門、部落居民及遊客的努力與配合，才能達到共贏成效。」

(國家公園季刊，2007年9月：26-35)



這一篇文章開頭用了兩小段文字介紹身同禮部落的基本資訊(主題編碼為「知識」),在第三段開始討論同禮部落是可以將自然資源與旅遊做結合,且旅遊的同時可以達到生態旅遊的環境保育以及環境教育功能(主題編碼為「保育」)。

還有部分文章,是先以地方美景的描述作為引言吸引讀者,再切入與「保育」或「環境學習」相關的文字:

「合歡山不只是台灣的賞雪聖地,更是夏天賞花的好去處。夏日的合歡山,遠望是一片玉山箭竹與台灣冷杉所構成的淺綠與深綠,但走進一看,繽紛的色彩超乎想像。各種顏色的花盛開著,它們有的藏在玉山箭竹原中,有的立足於崖壁的岩縫中,或是從風化破碎的岩屑地上冒出來,彷彿用盡全身的力氣綻放花朵,整個山區因而處處充滿盎然生氣。

合歡山位於太魯閣國家公園西側,是中央山脈北段高山,涵蓋主峰、東峰、北合歡山、西合歡山、石門山等三千公尺以上的山峰。在亞熱帶台灣,三千公尺高山已是寒帶氣候,除了冬天降雪之外,森林植被也與中、低海拔很不一樣。樹型筆直塔狀的台灣冷杉群聚成森林,同時形成明顯的森林界線,森林界線以上到峰頂,則是玉山箭竹、玉山圓柏、玉山杜鵑等灌叢,當然也有種類繁多的高山草本植物,而這些高山植物陸續開花,就搖身一變成為合歡山夏日的主角。

……一般而言高山植物的花色都非常鮮豔,主要原因可能是高山地區紫外線較強,為了避免紫外線的傷害,高山植物會擁有較多的花青素來吸收過多的紫外線。同時由於合歡山一年有3至4個月嚴寒的冬季,不利於這些低矮的高山植物生長,它們必須在短短的8至9個月內完成生長、開花、結果等傳宗接代的任務,而鮮豔的花色也有利於吸引昆蟲來幫它傳花授粉。」

(國家公園季刊,2009年6月:94-99)

文章第一段先告訴讀者合歡山美麗的景致(主題編碼為「休閒娛樂」),再介紹合歡山的林相會隨著高度的不同而有所變化,旅客可以在此觀察到臺灣特有的高山植物(主題編碼為「環境學習」)。在這兩個段落之後,接著就是介紹合歡山各種植物的花期、型態特徵,讀者便在不知不覺之中吸收了相關知識(主題編碼為「環境學習」)。這樣的手法,是先以輕鬆的筆法引人入勝,將一般讀者看了會

覺得比較生硬的文字藏在文章之中；這在《國家公園季刊》中，是十分常見的撰寫方式。



事實上，從《國家公園季刊》的刊物特性來看，其實不難聯想「保育」與「環境學習」會在一半以上的分析文本中出現，即便這兩個主題通常與促進旅遊娛樂是較無相關的。比較有趣的是，能夠顯示地方自然資源經濟價值的「經濟活動」比較少出現在分析文本之中；但究竟《國家公園季刊》是否重視生態旅遊地所能創造的經濟活動，還要看主題主導性才能斷言。

這是由於主題的出現次數只能說明哪些主題比較容易被寫入文章之中，並不能代表他們被看重的程度、以及影響讀者的程度，一個主題可能經常被提起但卻佔很少的篇幅，因此還是需要以主題所占的「字數」，來分析各主題的「主導性」。

## (二)《國家公園季刊》中主題的主導性

為了確定各個主題類目彼此之間是否有顯著差距，本研究使用 ANOVA 分析。在進行分析之前，先將各文本主導性的資料依出版品期數合併，例如在《國家公園季刊》第二期（2006 年 5 月號）中有五篇文章被選入文本，這五篇文章的數據將被合併為一筆；這樣的作法可以方便研究者看出逐期、逐年數據的消長。在兩類文本變異數不同質 ( $p < .05$ ) 且樣本數小於 50 的情況之下，本研究先對數據進行近似於 t 考驗的 W 考驗 (Welch test)，確定 W 考驗是達顯著水準的 ( $p < .05$ )，接著才進行 Dunnett's T3 法進行事後測試 (詳見附錄 C)；這樣的方式是為了在進行事後比較之前先對樣本予以校正，以處理變異數不同質對平均數造成的影響 (邱皓政，2010)。

結果發現，在《國家公園季刊》的分析文章中，並沒有特定的主題類目具有統計上的顯著性 ( $p < .05$ )；換言之，沒有特定主題是顯著高於或低於其他主題類目 (詳見附錄 C)，這也可以看成《國家公園季刊》是比較均衡地去提供旅遊地各主



題類目的資訊。即便如此，透過主導性的百分比，依然可以看出「休閒娛樂」(25.16%)和「環境學習」(23.08%)是比較突出的主題類目(表 4-2)。

表 4-2 《國家公園季刊》(2006-2013)分析文本中的主題主導性(%)

主題	主導性	百分比
以自然資源作為休閒娛樂	37,633.67	25.16%
以自然資源作為經濟活動	8,223.00	5.50%
以自然資源作為環境學習	34,535.00	23.08%
以自然資源作為保育	21,958.33	14.68%
基礎設施—服務	10,847.50	7.25%
文化遺產	11,026.83	7.37%
知識	25,376.67	16.96%
總計	149,601.00	100.00%

註：主導性的數值表示實際的字數。

《國家公園季刊》中的「休閒娛樂」主題，主要在告訴讀者不同的生態旅遊地值得賞玩的自然資源，諸如遠眺、觀霧、賞鳥、賞螢、賞景步道，例：

「蔡厝古道擁有豐富的植物相，不同時節可以觀賞到豆梨、郁李、唐杜鵑、繡球繡線菊、潺槁樹、田代氏石斑木等當地特色植物。隨著時序，花朵或沿著太武山的稜線、或從石縫之中競相爭豔，讓以奇石為主的蔡厝古道變得柔和而絢麗，也會是最難忘的風景路線。」

(國家公園季刊，2011年6月：20-37)

有時，《國家公園季刊》也會報導當地所舉辦的活動。有些活動雖然娛樂成分較高，例如：單車、登山，但也不乏娛樂與教育兼併的行程：

「有別於多數的夜間觀察是以昆蟲生態或觀星為主，太管處另外安排了『夜間獨處』的體驗活動，在已進行過安全勘察的情況下，找個鮮少有人經過的步道，每隔2米放置一個孩子，讓孩子在暗夜中與自己靜處一段時間，有些孩子在細聽周遭的蟲鳴聲，有些則整理自己的思緒，也有神經大條點的不小心睡著了……無論如何，孩子們都在這段時間，好好享受了許久沒與自己獨處的珍貴時刻。」

(國家公園季刊，2011年9月：94-106)

被編碼在「休閒娛樂」的活動中，與「環境教育」活動最大的不同，在於活動是透過自然的景致讓人心情放鬆、或領略人生；「環境教育」中的活動重點，則放在教導旅客生態知識，或學習如何與大自然共處：



「『我學到黑面琵鷺成鳥和亞成鳥的差別，在哪裡築巢，在哪裡生活，什麼時候會來度冬，什麼時候會回去。牠的臉是黑的，牠的嘴巴吃東西的時候，會在那邊攪來攪去，嘴巴扁扁平平的，很像琵琶，所以叫作『黑面撈杯』。』（扁扁平平的東西，臺語叫作「杯」）億載國小同學吳宜蓁在「HAPPY 探索趣」課程結束後，一邊開心地說，還一邊用手勢模仿黑面琵鷺是怎麼覓食的。」

（國家公園季刊，2013 年 3 月：48-53）

除了報導活動，「環境教育」的主題也經常透露當地物種的生態知識，一方面是讓讀者心嚮往之，一方面是透過雜誌做知識教育：

「根據我們過去的研究發現，這些水蛇的活動空間小且棲地專一，又位居溼地食物鏈中最高層級的掠食者，加上對生存環境的變化敏感，因此可做為評判溼地生態環境優劣與否的重要指標性生物，它們所出現的水田，或許也可做為稻米有機栽植區域，環境狀況良好與否的最佳見證。」

（國家公園季刊，2012 年 3 月：34-37）

除了透過「環境教育」的主題來引起讀者對自然倫理的崇敬，《國家公園季刊》也常透過「保育」的主題來闡述地方的保育計畫，或者政府、居民、學者、非營利組織對地方珍稀的自然環境投入努力：

「為此，內政部營建署在 2005 年起，以國家公園為生態旅遊示範區，輔導國家公園區內的社區結合當地力量經營生態旅遊，在公部門、學者與同禮部落認同生態旅遊的居民共同努力下，成立『同禮部落自然生態自治協進會』，以與自然協調、對環境友善為宗旨，將生態旅遊的觀念向部落居民及遊客宣導，同時也制定『部落居民生活公約』與『生態旅遊遊客守則』。」

（國家公園季刊，2007 年 9 月：26-35）

另一方面，《國家公園季刊》也常透過「保育」的主題，來呼籲讀者一同加入



保育的行列，以求自然環境能夠生生不息：

「為了不讓這屬於台灣特有種之一的珍貴鳥種消失，請一起化身為烏頭翁的保鏢，在園區賞鳥的同時，一邊監視是否有人帶進行白頭翁野放，若有發現疑似烏頭翁與白頭翁所產下的雜頭翁影蹤，也請能與管理處的保育專家聯絡，共同為烏頭翁而努力。」

（國家公園季刊，2010年9月：96-106）

「基礎設施—服務」的主題雖次數出現得多，但並不是《國家公園季刊》所強調的重點。在提及該主題時，多半是敘述地方有什麼能夠促進娛樂的服務與設施，像是修築建築與步道讓美景重現世人、於地方舉辦活動、地方管理單位致力於旅遊行程的安排，藉以吸引人潮來到生態旅遊地，例如：

「金門國家公園雖然以保存戰地史蹟為使命，但亦希望國人及外地觀光客能深切體會翟山坑道的壯闊美景，於近幾年，與藝術家們合作，進行翟山坑道裝置藝術等活動，將粗獷的坑道賦予人文的藝術氣息。」

（國家公園季刊，2009年3月：92-97）

即是在現有的歷史遺跡上，再以人為的服務錦上添花，使旅客的體驗更佳。

其他例子還有：

「1985年玉山國家公園成立，在南安設立遊客中心，大力整修山風至瓦拉米間的吊橋與步道，讓塵封的道路再度重現世人眼前。」

則是藉由硬體設備的提升，讓地方的景致更容易為人所見。至於透過活動以吸引人潮的例子，則有：

「…太魯閣國家公園管理處為了落實保存及推廣太魯閣族群文化並積極推動地方文化產業發展，從2005年起，每年邀請周邊部落共同辦理『太魯閣部落音樂會系列活動』，除了安排50分鐘的『部落音樂會』，有系統的介紹太魯閣族歌謠、傳統舞蹈和傳統樂器演奏外，再邀請部落工坊及社區發展協會以『創意文化市集』方式展售創作的手工藝品及傳統美食…」

（國家公園季刊，2008年6月：96-101）

相較之下，「經濟活動」無論是在出現次數或主導性（5.5%）上的數值都是最



少的，且在提及「經濟活動」的 18 篇文章之中，有 10 篇是跟部落或社區相關；這顯示了《國家公園季刊》中的「經濟活動」，是緊緊地與地方生計連結在一起。在這個主題，會提到當地人如何藉由自然資源發展地方觀光，讓居民可以透過解說服務或地方特產維持生計、並留在當地，例如：

「由於時代變化，族人無法繼續以打獵和耕作為生，因此年輕人大多至平地工作，有感於文化漸漸消失，9 年前經由『臺灣原住民族社區發展協會』產生共生共榮的社區制度。前主委尤哈尼，多年前就建議：望鄉群山環繞，除純樸的農業景觀、廣大的臺大實驗林、921 地震後形成的峽谷地形讓這個地區每天抬頭就能眺望『東谷沙飛』，這些都是寶貴的資源。而後社區自發成立了『望鄉部落發展協會』，試圖凝聚族人的力量共同經營社區，讓望鄉部落的年輕人可以回鄉發展生態旅遊以及高山嚮導。」

（國家公園季刊，2012 年 6 月：58-65）

### （三）《國家公園季刊》中不同主題觀點的分析

由於本研究在建立主題的編碼系統時，是透過「經濟—環境主義」以及「當地人—旅客」兩種概念進行構思，因此在主題的分析上，還可以利用不同的觀點，來對主題做更多的剖析。

根據統計結果，《國家公園季刊》中偏向經濟的主題（37.9%）與偏向環境的主題（37.76%），在主導性上面是相當的；這顯示《國家公園季刊》是比較均衡地在提供經濟構面的與環境構面的資訊，並無偏頗。然而，若透過「當地人—旅客」的視角，則會發現《國家公園季刊》多以旅客角度（48.24%）書寫，是當地人角度的兩倍以上（20.17%），有不小的差距（表 4-3）。

表 4-3 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本在不同觀點的主題主導性 (%)

觀點	主導性百分比	涵蓋主題
偏向經濟的主題	37.90%	休閒娛樂、經濟活動、基礎設施—服務
偏向環境的主題	37.76%	環境學習、保育
當地人角度的主題	20.17%	經濟活動、保育
旅客角度的主題	48.24%	休閒娛樂、環境學習

這是由於《國家公園季刊》畢竟還是一本供大眾閱讀的雜誌，若不站在旅客的角度來撰寫，很難讓讀者感同身受、對生態旅遊地有所期待。而這方面最典型的代表主題即是「休閒娛樂」，該主題透過文字對讀者形容地方不容錯過的景致，盡可能地投讀者所好：

「下次來到墾丁國家公園，如果還只是躲在飯店房間吹冷氣，在海邊衝浪、戲水，或是在墾丁大街上閒晃，那可就落伍了。社頂自然公園，就在繁華的墾丁大街不遠處，靜謐的星空、奇妙的生物、都等著您來賞玩。」

(國家公園季刊，2008年3月：94-99)

另一方面，也是因為隸屬於當地人觀點的「經濟活動」主題主導性較低，連帶著拉低了當地人角度的主題主導性。從這裡可以看出，《國家公園季刊》並不是很重視當地人的聲音，特別是關乎當地人生計的資訊。這樣的狀況之下，讀者比較常透過旅客視角來理解生態旅遊地；然而生態旅遊是一個強調責任性的旅遊，不僅是遊客玩得愉快，也應該在旅遊的過程中，理解到維護自然資源的不易，作為一個旅客應可以用什麼方式回饋地方。當地人視角的薄弱，可能會讓讀者在進到生態旅遊地時，忽略了對地方的責任。



## 二、 《國家公園季刊》中的論點

在檢視過《國家公園季刊》提供給讀者的資訊內容之後，本研究欲進一步瞭解這些資訊是在什麼樣的語境之下提出的，因此在這一節將透過「論點」的方式檢視之。這是由於偏向經濟的主題不一定會以經濟的論點呈現；反之，偏向環境的主題亦是。即便《國家公園季刊》在主題上是經濟與環境層面上兼顧，也需得看論點的層次上是否也能有所兼顧。

在《國家公園季刊》分析文本中，兩種論點都在 85% 以上的文章中出現（表 4-4），經濟論點的出現次數更達到九成（90.28%）。其中，有兩篇文章<sup>4</sup>既無出現經濟論點、亦無環境論點；背後的緣故，在於兩篇文章僅出現「文化遺產」與「知識」主題，然而這兩個主題是不列入論點編碼之中的。兩篇文章的報導地點都在金門，且著重在金門的人文歷史，未提及自然環境。

表 4-4 《國家公園季刊》（2006-2013）分析文本中的論點出現次數（%）

論點	出現次數	百分比
經濟	65	90.28%
環境	62	86.11%
總計	72	100.00%

註：出現次數的數值表示實際的篇數。

至於《國家公園季刊》中的論點主導性，根據統計結果則是環保論點占了上風（56.5%），約是經濟論點的 1.3 倍（43.5%）不過兩種論點並沒有明顯的差距（表 4-5），在統計上也沒有達到顯著性（詳見附錄 D）。

<sup>4</sup> 《國家公園季刊》，2012 年 6 月：頁 46-47。【特別企劃】夏豔·夏宴-夏迎城隍·品美食·賞文化：金門迎城隍。

《國家公園季刊》，2012 年 6 月：頁 48-51。【特別企劃】夏豔·夏宴-夏迎城隍·品美食·賞文化：跨海融合的滋味—2012 世界閩南文化節。

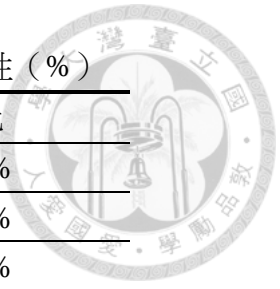


表 4-5 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中的論點主導性 (%)

論點	主導性	百分比
經濟	49,243.58	43.50%
環境	63,953.92	56.50%
總計	113,197.50	100.00%

註：主導性的數值表示實際的字數。

在《國家公園季刊》的分析文本中，經濟論點所再現的主題能提供給旅客愉悅感，在敘述地方資訊的同時，也隱隱透露邀請讀者實地走訪一遭的意思。例如：

「太魯閣國家公園的山區溪流間，常可見到鉛色水鶉、小剪尾和紫嘯鶉等遡巡於其中；竹村步道上則可欣賞到小彎嘴畫眉、山紅頭、繡眼畫眉、紅山椒等低海拔鳥類；綠水步道、布洛灣與砂卡礑步道更是來到太魯閣國家公園賞鳥時，不可錯過的好去處。」【主題類目：休閒娛樂】

(國家公園季刊，2010 年 9 月：96-106)

其他以經濟論點再現主題的形式，則是將自然資源或公共設施視作當地人的經濟資產，能夠在觀光產業之中為地方獲取經濟利益，例如：

「位在宜蘭礁溪鄉的林美社區，在歷經數年的社區營造下，被視為是烏托邦美好世界的實踐地。此次雖未入選為『保護區生態旅遊輔導團』計畫中，但其近年來因結合林美石磬步道的整治與開放，成功串聯起社區居民、生態與產業的發展，已打響『林美環保生態村』的美譽。」【主題類目：保育】

「……目前社區除了設有旅遊諮詢服務站外，還將地方特產金棗，融入旅遊路線的規劃，讓遊客可體驗採集 DIY 的樂趣，同時還由協會的風味美食班成員，研發製作金棗酥、金棗冰與蜜餞等副產品提供販售。」【主題類目：基礎設施—服務】

(國家公園季刊，2007 年 9 月：52-57)

環境論點的再現則比較多元，但重點仍然不跳脫「以環境為本」的思維。一樣是在介紹地方風景，若以經濟論點撰之，再現的重點在於這個風景是值得花費時間與金錢去遊歷的；但若是以環境的論點撰之，風景的價值不單純僅在觀光之上，更多時候是要表明這裡的一草一木是具生態上的價值，例如：

「砂卡礑溪是立霧溪入海前最後匯入的支流，有峻秀的峽谷地形，而且水質清澈，提供水生動物良好棲息環境。」【主題類目：休閒娛樂】

（國家公園季刊，2009 年 6 月：92-93）

或者是帶出觀光地的自然環境之珍稀性、面臨何種生態上的困境：

「其中最引人關注的是梅花鹿野放活動。因高山開發、棲地破壞，一度瀕臨絕跡的台灣梅花鹿，是台灣特有的獨特鹿種，已故的甘愷善教授就曾提出復育台灣梅花鹿的重要性。」【主題類目：保育】

（國家公園季刊，2009 年 3 月：98-102）

而與自然資源無關的服務，在環境論點之下，不僅是為地方帶來觀光人潮，更多時候是為了維護環境的理由而設立；相關的公共建設，也以降低對環境衝極為優先，盡可能地符合環境倫理：

「2009 年 1 月，邁入第 25 個年頭的墾丁國家公園，規劃各樣的保育成果展、梅花鹿野放活動、四大生態人文主題導覽以及生態保育專題講座，來為墾丁國家公園慶生，期待民眾透過活動，了解珍貴的自然環境資源，是需要大家呵護珍惜。」【主題類目：基礎設施—服務】

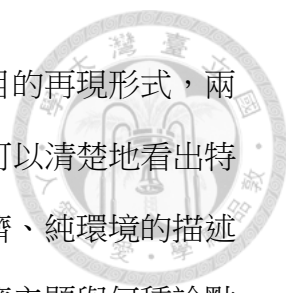
（國家公園季刊，2009 年 3 月：98-102）

為了發展生態旅遊，林美社區將資源回收基金的一部分，用來替進入石磐步道的所有遊客投保 200 萬元的公共意外險。社區更自願認養石磐步道，隨時進行棲地環境的維護，永保生物多樣性。【主題類目：基礎設施—服務】

（國家公園季刊，2007 年 9 月：52-57）

整體而言，《國家公園季刊》的經濟論點中，無論是與「自然資源」或「基礎設施—服務」的主題，都被再現為能夠讓旅客愉悅的一種經濟資產，也是當地人能夠獲得收益的資源。而在環境論點上，則是強調大自然倫理，旅客需要對自然環境予以尊重，對珍稀物種加以保育；這些事情不只是當地人的事情，旅遊到此的觀光客也必須重視，因為維護自然是所有人的責任。

### 三、 《國家公園季刊》中的描述



最後一個層次，本研究是結合了主題類目的資訊與論點類目的再現形式，兩相交織之下來看目的地描述是如何被文本呈現。在這個層次，可以清楚地看出特定主題被特定論點再現的主導性多寡。同時，也可以透過純經濟、純環境的描述或另外兩個隱性的描述，來看出《國家公園季刊》比較常將經濟主題與何種論點結合、環境主題與何種論點結合。

根據統計結果，《國家公園季刊》中描述主導性較高的類目為「以自然資源作為休閒娛樂與經濟論點」(24.2%)、「以自然資源作為環境學習與環保論點」(23.66%)和「以自然資源作為保育與環保論點」(18.27%)。光這三個描述類目的主導性加總起來就占了一半以上(66.13%)；其餘的描述類目，在主導性上皆低於一成(表4-6)。可以說《國家公園季刊》在文字上的重點都放在了這三個類目之中。

表 4-6 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中的描述主導性(%)

主題	經濟論點	主導性	環境論點	主導性
以自然資源作為休閒娛樂	以自然資源作為休閒娛樂與經濟論點	27,391.42 (24.20)	以自然資源作為休閒娛樂與環保論點	10,242.25 (9.05)
以自然資源作為經濟活動	以自然資源作為經濟活動與經濟論點	5,736.00 (5.07)	以自然資源作為經濟活動與環保論點	2,487.00 (2.20)
基礎設施—服務	基礎設施—服務與經濟論點	7,074.50 (6.25)	基礎設施—服務與環保論點	37,73.00 (3.33)
<b>小計</b>	<b>純經濟描述</b>	<b>(35.51)</b>	<b>隱性的環境描述</b>	<b>(14.58)</b>
以自然資源作為環境學習	以自然資源作為環境學習與經濟論點	7,753.67 (6.85)	自然資源作為環境學習與環保論點	26,781.33 (23.66)
以自然資源作為保育	以自然資源作為保育與經濟論點	1,288.00 (1.14)	以自然資源作為保育與環保論點	20,670.33 (18.26)
<b>小計</b>	<b>隱性的經濟描述</b>	<b>(7.99)</b>	<b>純環境描述</b>	<b>(41.92)</b>

註：括弧外的數值表示實際的字數，括弧內的數值表示佔文本之%。

在《國家公園季刊》中，自然資源的休閒娛樂價值是偏向觀光的經濟層面。這代表的是自然資源是能賦予旅客賞心悅目的體驗，而缺乏了這些自然資源本身在生態上的價值。例如：



「時序進入深秋，整個草山山區便是秋芒專屬的舞台，從大屯、七星山到魚路古道，皆可見一路翻滾的芒花宛如導遊似的帶領你遊訪山林。交織著歷史故事與人文風情的魚路古道，更為健行賞芒不可錯過之地。」【主題類目：休閒娛樂，論點類目：經濟】

（國家公園季刊，2009年12月：102-106）

在這段文字中，展現的是芒草在觀賞上的價值，並未提及這些美麗的芒草背後，也具有特殊的生態地位。這部分的描述，《國家公園季刊》多半是透過「以自然資源作為環境學習與環保論點」來進行論述。例如，在同一篇文章中，《國家公園季刊》經常是使用「以自然資源作為環境學習與環保論點」，讓讀者瞭解地方物種的珍稀：

「草的生命適應力強，種子能隨風易地而生，在破壞地、荒地、惡地和高山等再惡劣的環境，都能見其憑藉叢生的習性從容以對環境的變異。有專家學者甚至賦予芒草一種好管閒事、浪跡天涯的俠客形象，因為芒草能在土壤中蓄積有機物，並能整治受重金屬污染的土地，加上水土保持的修補功能，這種種特質讓它在生態環境的角色中，扮演著不可或缺的重要地位。」【主題類目：環境學習，論點類目：環境】

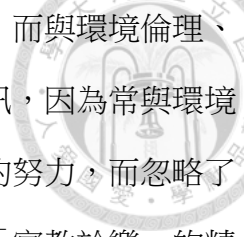
（國家公園季刊，2009年12月：102-106）

「以自然資源作為保育與環保論點」則比較常談論環境風險，不僅是提起居民對地方保育的努力，旅客進到生態旅遊地也應該尊重自然，遵守環境論理，例如：

「因為地方熱心人士的力量，壽山躲過建設開發的命運、擺脫採礦的蹂躪，他們鑽進每個洞穴、撫摸每吋岩壁，用心觀察山裡的動植物，更重要的是，志工們自動自發的對登山客進行環境教育，推廣不餵獼猴、不任意搭建休息站等觀念，每周舉辦上山活動；由柴山會規劃的五月『柴山祭』已成為高雄地區響亮的名號。」【主題類目：保育，論點類目：環境】

（國家公園季刊，2010年6月：94-106）

事實上，從純經濟描述以及純環境描述的主導性，就可以看出《國家公園季刊》撰寫文章的特性，是相同屬性的主題搭配相同屬性的論點，以致於純然的描述共占了總主導性的七成以上，接近八成（77.43%）。這樣的寫法，會讓讀者下意



識地認為旅遊地有關「休閒娛樂的」資訊都是屬於觀光層面的，而與環境倫理、環境風險無關。另一方面，有關「環境學習」或「保育」的資訊，因為常與環境論點結合，則像是單純地提及旅遊地的教育層面、地方對保育的努力，而忽略了環境學習或保育本身也可以富有娛樂性質，如此一來就缺乏了「寓教於樂」的精神。

此外，「經濟活動」與兩種論點結合的主導性數據都偏低，「以自然資源作為經濟活動與經濟論點」尚有 5.04%，「以自然資源作為經濟活動與環境論點」則僅有 2.2%。由此，可以看出《國家公園季刊》所強調的「回饋地方」，並非是金錢上的回饋，更多時候是透過旅客的旅遊習慣、甚至安排活動讓旅客以身體勞動的方式親身回饋：

「除了上述環境教育課程，還有「小小解說員培訓」，由小朋友們引導遊客認識黑面琵鷺，認識台江，不僅讓孩子們更了解台江國家公園的珍貴，也增進他們的表達能力和自信心。」【主題類目：環境學習，論點類目：經濟與環境各半】

（國家公園季刊，2013 年 3 月：48-53）

這樣的作法並無不妥，親身的經歷甚至能讓旅客記憶深刻。然而，生態旅遊地不僅需要旅客透過行為的改變來回饋地方，也需要金錢上的回饋以維持地方旅遊的存在，尤其是與居民生計相關的；否則，有一天地方的生態旅遊將失去平衡，而偏離了永續發展的道路。例如：

「走過 4 年，達邦部落在維護山林生態外，不論是在民宿、解說、手工藝品製作、農產行銷上，品質服務都已提升，也增加了居民許多實質收益，而結合鄒族傳統文化的深度生態旅遊也將是未來發展的重點。」【主題類目：經濟活動，論點類目：經濟】

（國家公園季刊，2007 年 9 月：36-43）

整體來看，《國家公園季刊》比較缺乏不同屬性的主題與論點之間的結合，這也使得生態旅遊地的旅遊行程變得比較單調，若非較偏向輕鬆的觀光行程（純經



濟描述)，就是較嚴肅的保育與學習體驗（純環境描述）。然而，生態旅遊實際上沒有刻意要將經濟與環境構面清楚分野之意，反倒是旅客能很自然地在旅遊行程中協助地方發展、維護環境，才是比較健全的方式。



#### 四、 《國家公園季刊》中的公部門作為

本研究在檢視研究文本的同時，發現出版品中有時會出現以公部門單位作為主詞，闡述公部門如何致力於生態旅遊的發展或保育計畫的進行，這在《國家公園季刊》中頻率尤其突出。基於這個特殊的情況，本研究在這一節欲分析《國家公園季刊》的研究文本中，是如何提及公部門的作為，又占了多大的主導性。

根據統計結果，在《國家公園季刊》的分析文本中，總共有 15.56%的內容是與公部門作為相關的。其中，尤其以「以自然資源作為保育」提到與公部門作為相關之內容最多（4.73%），其次為「基礎設施—服務」（3.97%），「以自然資源作為休閒娛樂」（1.99%）、「以自然資源作為環境學習」（1.88%）、「以自然資源作為經濟活動」（1.87%）則不分軒輊（表 4-7）。「文化遺產」與「知識」則是占非常少的主導性（0.74%與 0.73%）。

表 4-7 《國家公園季刊》(2006-2013) 分析文本中的公部門作為之主導性 (%)

主題	公部門作為 主導性	主題 主導性	占主題主導 性之百分比 <sup>b</sup>	占總主導性 之百分比 <sup>c</sup>
以自然資源作為休閒娛樂	2,980.00	37,633.67	7.92%	1.99%
以自然資源作為經濟活動	2,802.00	8,223.00	34.08%	1.87%
以自然資源作為環境學習	2,807.00	34,535.00	8.13%	1.88%
以自然資源作為保育	7,083.50	21,958.33	32.26%	4.73%
基礎設施—服務	5,940.00	10,847.50	54.76%	3.97%
文化遺產	1,111.00	11,026.83	10.08%	0.74%
知識	556.00	25,376.67	2.19%	0.37%
總計	23,279.50	149,601.00 <sup>a</sup>	-	15.56%

註 a：149,601.00 為「總主導性」之數值（字數），即所有主題主導性之加總。

註 b：占主題主導性之百分比=公部門作為主導性/主題主導性。

註 c：占總主導性之百分比=公部門作為主導性/總主導性。

不過，如果從公部門作為主導性占個別主題主導性之百分比來看，反倒是「基礎設施—服務」的主題主導性中，有一半以上都提及了公部門作為（ $5,940/10,847.5=54.76\%$ ），是最容易提到公部門的主題。其他花比較多篇幅提及公部門作為的，還有「經濟活動」（34.08%）與「保育」（32.26%）。

在檢視過《國家公園季刊》中提及公部門作為的主題，本研究發現，有提及公部門作為的主題內容，事實上和非公部門作為的內容是很接近的，差別在於主詞代換成公部門單位，常出現的單位有林務局、營建署國家公園組、地方國家公園管理處、地方風景管理處或地方政府，偶爾會提及一同努力的協助單位，像是大學、非營利組織或地方協會、地方原住民：

「目前，曾委託嘉義大學協助達部落推動生態旅遊的阿里山國家風景區管理處與嘉義縣政府，正著手加強部落內公共設施，並規劃興建一處『鄒族自然暨文化中心』，用以傳承鄒族文化，保存更多自然生態。」【主題類目：基礎設施—服務，論點類目：環境】

（國家公園季刊，2007年9月：36-43）



另一個比較有趣的現象是，提及公部門作為的內容絕大部分是在闡述公部門的建樹，有些段落將地方能順利發展旅遊業歸功於公部門之努力，有時甚至是地方居民的生態旅遊啟蒙者，例如：

「金管處成立以來，致力於傳統建築的修復與活化利用，目前已整修完成的閩南傳統建築、洋樓群及學堂、私塾等共 40 餘棟，有的做為展示館，提供聚落文化歷史源流展示，有的做為民宿經營管理，一方面提供遊客深度體驗金門閩南文化與僑鄉文化，一方面帶動聚落居民珍惜文化資產，同時活化在地經濟產業，營造金管處與其他國家公園不同的資源特色，讓遊客走在歷史的時光廊道，發現金門島嶼的土地與居民的獨特、良善和熱情。」【主題類目：基礎設施—服務，論點類目：經濟】

（國家公園季刊，2008 年 3 月：100-106）

這樣的情況在「經濟活動」的主題中尤其明顯，幾乎所有提及「經濟活動」公部門作為的文章，都在討論政府單位如何協助地方發展生態旅遊，讓居民一步一步地認識、參與一直到地方自行經營。除此之外，這些地點通常都在原住民部落，一邊發展社區總體營造，一邊致力於生態旅遊的推動：

「為了幫助社頂部落轉型為保育與經濟共生共榮的發展型態，93 年墾管處選擇社頂做為生態旅遊地，希望藉由生態旅遊發展的推動，提供遊客深度體驗之旅，並讓保育自然所獲利益回饋給社頂部落，將國家公園區的社區發展導向資源保育為基礎的永續發展方式。

……然而生態旅遊需要社區參與、培力社區組織承接，以實現社區自主經營的理想，因此 95 年開始墾管處委託屏科大團隊以社區營造的做法，開始進駐陪伴社頂部落。」【主題類目：經濟活動，論點類目：經濟】

（國家公園季刊，2012 年 9 月：60-67）

而與「保育」相關的公部門作為，則多論及公部門如何喚醒大眾的保育意識、宣導正確的保育觀念，或將具有保育價值的自然環境納入保護區之中，並作資源調查、環境監測工作、清除外來種、復育本土保育類生物...等工作：

「金門國家公園管理處自 2003 年起，即以鷓鴣為主題，每年持續推動與鷓鴣相關的生態旅遊活動，並進行環境教育解說、生態紀錄片拍攝以及生態習性的研究調查，使金門的在地民眾皆能與鷓鴣建立良好而自然的

共處關係。而為保育鷓鴣棲地，金管處定期清除民眾為捕捉魚蝦而設下的漁網，期盼民眾能共同重視自然生態，遵守國家公園法的規定，勿在水中架設網具，一起建構安全的候鳥棲地。」【主題類目：保育，論點類目：環境】

（國家公園季刊，2011年12月：16-25）

整體來說，本研究認為從「占主題主導性之百分比」會比「占總主導性之百分比」的統計數據，更能明顯地看出《國家公園季刊》在那些主題上會提及公部門建樹。《國家公園季刊》畢竟是一本官方出版品，從公部門的角度來說明生態旅遊地建設了哪些新的公共設施、正在進行什麼保育計畫，都是無可厚非的。然而，本研究發現提及公部門作為的文字，通常是政府部門帶領地方社區朝永續發展前進；換言之，政府部門處在主動地位，地方社區與居民則處在被動地位、或合作角色。本研究原以為僅在與公部門作為相關的文字才有此情況，但在檢視過所有《國家公園季刊》的分析文本後，發現《國家公園季刊》很少提到居民本身對地方的貢獻，但凡推動生態旅遊或社區總體營造的，皆與政府單位有關。

本研究認為，透過出版物來彰顯政府單位的努力並無不可，且《國家公園季刊》有關公部門作為的報導，在用字遣詞上也較偏向事實的闡述；然而《國家公園季刊》顯然較少報導地方居民本身的努力，似乎生態旅遊的進行還是傾向於「由上而下」的運行。在生態旅遊中，政府單位應是「促進者」或「協助者」的角色，地方未來的規劃必須是由居民共同討論決定，是一種「由下而上」、扎根式的發展形式；不過，從《國家公園季刊》的論述中，政府單位反而有喧賓奪主的情況。



## 五、 《國家公園季刊》中的地方文化

在生態旅遊中，除了「經濟」與「環境」構面，第三個構面是「社會文化」。本研究在這一節欲透過「文化遺產」與「知識」主題來討論《國家公園季刊》中對地方文化的討論。

以出現次數而言，「知識」在《國家公園季刊》的分析文本中算是普遍的主題（61.11%）；相較而言，「文化遺產」則是偏少的（29.17%）（表 4-8）。以原住民部落或地方社區為主介紹的分析文本中，通常「知識」的主題都會出現，主要是在介紹任何與地方相關的事情，像是傳統文化、住民生活習慣、歷史傳說，有時也穿插著地方的地理與氣象狀況：

「日治時期，日本文化人類學者將其列為泰雅族的亞族，2004 年 1 月 14 日才正名為太魯閣族。」

（國家公園季刊，2007 年 9 月：26-35）

「壯麗飛鷹翔月台灣南部的天空，屏東縣的滿洲鄉由於地理位置及地形關係，一直以來都是群鷹遷移的聚集地。」

（國家公園季刊，2008 年 9 月：96-101）

反觀「文化遺產」由於是在談論實體的地方古蹟，所以比較常會出現在與金門國家公園、或與古道相關的文章之中：

「金門國家公園是國內第六座成立的國家公園，所屬區域範圍面積雖然不大，但資源卻深具特色，擁有一千六百多年的歷史文化和保留大量的戰役史蹟與古戰場遺跡，其中閩南傳統建築和僑鄉洋樓群，精彩且多樣化，常常成為遊客留連與駐足的地方。」

（國家公園季刊，2008 年 3 月：100-106）

「古道之上隨處可見陶器碎片和板岩石片，反映了史前人類生活的遺跡。」

（國家公園季刊，2011 年 6 月：20-37）

表 4-8 《國家公園季刊》（2006-2013）分析文本中地方文化的出現次數與主導性

主題	出現次數	出現次數 百分比	主導性	主導性 百分比
文化遺產	21	29.17%	11,026.83	7.37%
知識	44	61.11%	25,376.67	16.96%

註：出現次數的數值表示實際的篇數，主導性的數值表示實際的字數。

而以主導性論之，「知識」的主題在《國家公園季刊》分析文本中並不突出，但也不是特別的少（16.96%），篇幅較多的內容有地方歷史、部落現況和地理地質狀況。地方歷史包括原住民歷史、村莊過往生活史，有時會論及某個步道、建築或植物的命名由來：

「據說百年前的舊部落裡長滿了名為卡里布（Kalibu）的植物，也就是現在我們熟知的楊梅樹；部落中年長的人說布農族原為長壽之民族，族內百歲者比比皆是，他們認為這是族人長期食用卡里布之故，為了傳承布農部落的精神與文化便將部落命名為「卡里布彎（Kalibuan）」。現有「望鄉」（Bukiu）一名，則據說是當時日治時代日警為懷念日本故鄉而取名。」

（國家公園季刊，2012年6月：58-65）

部落的現況則涵蓋當地目前的飲食文化、農耕文化、傳統文化在現代社會的發展，有時也會討論到目前部落居民的工作與教育：

「蒜苗炒三層肉、米血加筍片，是簡樸生活的展現，那種海島生活從貧瘠中找到安身立命的飲食態度、勤儉家的精神，簡單溫飽、樂觀向上，在飲食中也可看見金門人的富足。」

（國家公園季刊，2012年6月：48-51）

「望鄉部落發展協會有感於族人日漸以閩南話和國語交談，尤其是年幼下一代鮮少使用布農語，甚或不了解母語，因此協會亦推動「大家說母語」活動，期望布農語不被下一代忘記。說母語的想法獲得族人贊同與支持，在成年人推動下，部落族人皆以母語交談，教會的牧師講道時亦以布農語進行。」

（國家公園季刊，2012年6月：58-65）



至於地理地質狀況，有時僅是附帶說明當地座落何處、腹地大小，有時則花轆多篇幅詳述當地特有的地質風貌，雖然也是與當地相關的事情，但跟居民或地方文化的關係較淡：

「東沙環礁國家公園的範圍，涵蓋了東沙環礁外圍 12 海里，是我國唯一完整的環礁之島。環礁需要珊瑚經過千萬年的生長與累積，才有可能成形，其珍貴稀有的程度可見一斑。東沙為航海津要，地處南中國海的北端。不論是大航海時代的西班牙、葡萄牙進入東南亞；還是從澳門、福建出海前往呂宋的船隻，在航行的時候，都經常會經過東沙環礁海域，看到美麗的白色『石塘』（環礁之古稱）。」

（國家公園季刊，2011 年 6 月：20-37）

「壽山地質就像是三明治，從下到上可分為『古亭坑層』、『高雄石灰岩』、『崎腳層』、『壽山石灰岩』、『現代沖積層』5 種地層。壽山主要由古亭坑層和高雄石灰岩所構成。其中古亭坑層青灰色泥岩中含有孔蟲及石灰藻的化石，可推論最老的岩層約在 180 萬至 300 萬年前形成。」

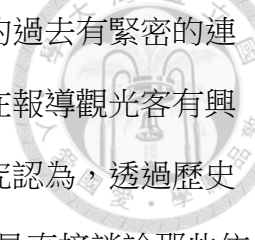
（國家公園季刊，2010 年 6 月：94-106）

主題「文化遺產」的篇幅則不多，有部分因素是由於《國家公園季刊》在介紹生態旅遊地時，還是以地方的自然資源為主，且在未受干擾的自然環境中，人為的遺跡本就不多；另一個因素，則是「文化遺產」和「知識」主題在某些部分是雷同的，差別在於「知識」是提及無形的歷史，而「文化遺產」則是根基於有形的「遺跡」，再帶出地方歷史。例如：

「坑道的兩個出口原可直接通往海邊，但現今的坑道口皆是封閉的，留下部分的光線透入。八二三砲戰時灘頭運補的工作，往往成共軍砲擊的首要目標，因此翟山坑道的開鑿主要為彌補運補工作的砲擊風險，補給小艇在坑道內裝載軍用物資和民生用品可減輕不少損失，在兩岸軍事對峙的年代，作為對離島運補及登陸作戰時所用。」

（國家公園季刊，2009 年 3 月：92-97）

整體來說，在《國家公園季刊》的分析文本中，真正與生態旅遊的「社會文化」構面相關的內容並不多，而且通常是透過歷史的角度來談論地方文化，以現



況來討論地方特有文化的情況依然是比較少的。歷史雖與地方的過去有緊密的連結，但不能盡然反映地方居民現存的生活情況，反而比較像是在報導觀光客有興趣的史料文物。觀光客固然能多認識地方的過往歷史，但本研究認為，透過歷史是不能達到生態旅遊中所謂的「尊重地方文化」；更好的作法，是直接談論那些依然存在住民生活之中的習俗、習慣。

## 六、 《國家公園季刊》：一本接近「生態旅遊」意涵的知識教育雜誌

在最後一小節，本研究將綜合上述的主題、論點、描述層次，以及公部門作為、地方文化的內容，來討論《國家公園季刊》是如何呈現臺灣的生態旅遊地、它對生態旅遊地的目的地呈現又是否貼近生態旅遊的意涵。

綜觀《國家公園季刊》的分析文本，無論是主題、論點或描述的分析層次之統計結果，都顯示經濟層面與環境層面的主導性不分軒輊，或相差不遠；由此觀之，《國家公園季刊》在生態旅遊的經濟與環境構面，似乎處於平衡的狀態。

然而，在純然的與隱性的描述結果可以發現，《國家公園季刊》傾向於將相同屬性的主題與論點作結合，使得隱性描述的主導性大為減少。這樣的作法讓地方的生態旅遊變得較為平面，若非以觀光、欣賞風景為主，則是耗費大多數時間在自然環境的學習。前者仍有大眾旅遊的影子，旅客來到生態旅遊地與地方的自然人文連結性依舊不大，與負責任的旅遊有一段距離；後者則像是在學校之外進行自然課程，若尺寸拿捏不當，則容易流於說教，而不像是出門旅遊了。這樣下來，《國家公園季刊》缺乏的是將遊樂行程與教育學習做很好的融合，這是其一。

其二，《國家公園季刊》還是比較偏愛於透過「旅客的角度」來介紹生態旅遊地；在與地方文化相關的主題，也缺乏對現存居民的生活習慣之描寫，改用旅客會有興趣的過往歷史取代之。這樣的行文方式，固然能夠增加文章對讀者的吸引力；但在缺乏當地人聲音的狀況之下，讀者很容易忽略掉生態旅遊中必須尊重地



方文化、不干擾當地人生活的精神。在這種缺乏地方文化現況的報導、又以旅客為中心出發的撰寫模式，讓生態旅遊的社會文化構面無法清楚地彰顯出來，使讀者對這個構面的意涵認識不足。



其三，《國家公園季刊》在闡述推動地方建設、社區總體營造或發展生態旅遊的內容，都是以政府單位為主在說明，當地居民與團體則淪為配合的角色而已。無論實際上地方居民是否自發性地推動革新，缺乏篇幅去描寫地方的投入，而多用公部門作為來取代的狀況，使得《國家公園季刊》中的生態旅遊推動變成是「由上而下」的形式，與生態旅遊應有的草根性著實不同。

不過，本研究還是認為《國家公園季刊》能夠做到經濟環境層面的主導性旗鼓相當，是值得受到肯定的。最特別的一點，是《國家公園季刊》與一般旅遊雜誌不同，將許多艱澀的保育及環境學習的資訊寫入刊物之中，且對自然倫理相當崇敬，讓讀者能夠透過文章豐富既有知識，可以說是非正式教育的一種形式。因此，本研究認為，雖然不能說《國家公園季刊》對生態旅遊地的描寫，是完完全全貼近於生態旅遊的意涵，但也可以說十分接近生態旅遊的知識教育雜誌。只要在一些細節上做調整，《國家公園季刊》對生態旅遊的知識傳播上會有更高的價值。

## 第五章 《野趣生活家》對生態旅遊地的呈現



### 一、《野趣生活家》中的主題

#### (一)《野趣生活家》中主題的出現次數

本研究總共從《野趣生活家》中挑選了 128 篇與生態旅遊相關的文章作為分析文本。在 128 篇分析文本中，「以自然資源作為休閒娛樂」、「基礎設施—服務」和「知識」曾在一半以上的文本中出現過，尤其以「休閒娛樂」的主題頻率最高（91.41%），幾乎每篇文章都有出現。出現次數特別少的主題，則是「以自然資源作為保育」（32.03%）和「文化遺產」（28.13%），兩者出現的次數都沒有超過 50 次，出現次數的百分比也在 30% 上下（表 5-1）。

表 5-1 《野趣生活家》（2006-2013）分析文本中的主題出現次數（%）

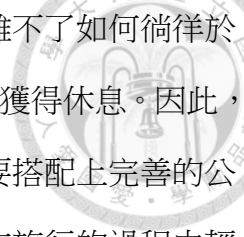
主題	出現次數	百分比
以自然資源作為休閒娛樂	117	91.41%
以自然資源作為經濟活動	58	45.31%
以自然資源作為環境學習	51	39.84%
以自然資源作為保育	41	32.03%
基礎設施—服務	88	68.75%
文化遺產	36	28.13%
知識	73	57.03%
總計	128	100.00%

註：出現次數的數值表示實際的篇數。

《野趣生活家》的文章開頭，常常是以「休閒娛樂」的主題作為引言，先透過形容地方美麗的景致或輕鬆舒適的旅遊過程，來抓住讀者的目光，例如：

「一進入鹿野，稻田、茶園、鳳梨園等各式農田映入眼簾，放眼所及是滿山遍野的綠，讓人想要不放鬆心情都很難。」【主題類目：休閒娛樂】

（野趣生活家，2007 年 5 月：52-55）



在行文的過程中，則沒有特定哪些主題會同時出現，但內容脫離不了如何徜徉於自然之中、如何在生態旅遊地吃喝玩樂，並透過旅遊放鬆心情，獲得休息。因此，賞心悅目的地景在《野趣生活家》之中是一大重點。此外，還要搭配上完善的公共設施、餐廳、旅館與交通建設，讓旅客能夠輕易地抵達，且在旅行的過程中輕鬆自在，不會有便利性不足的問題，最好還有搭設能促進旅客娛樂的設施；這也是為何「基礎設施—服務」的出現次數僅次於「休閒娛樂」之故（68.75%）。例如：

「現在到蕙蓀林場更便捷了！國道六號通車後，可以直接走二高接國道六號，下國姓交流道，比之前足足省了半小時以上的車程。」【主題類目：基礎設施—服務】

（野趣生活家，2010年6月：68-71）

在這兩個主題之外，文章之中偶爾會穿插著其他主題，全憑該景點的旅遊特色來決定哪些主題會出現在文章內。

整體來說，《野趣生活家》畢竟是一本販售「旅遊想像」的雜誌，它在每篇旅遊文章都盡可能地以輕鬆的基調來撰寫，並將景致的迷人之處做詳盡的描寫，讓風景躍然紙上，讓讀者彷彿透過閱讀就能置身其中。不過，這樣的作法結果是上「休閒娛樂」主題的出現次數一枝獨秀，且排擠到了「經濟活動」、「環境學習」、「保育」和「文化遺產」的出現次數。

此外，《野趣生活家》收錄的文章其實範圍很廣，從單純的於市郊享用美食、野外踏青，到進入部落體驗原住民風情、深入保護區觀察臺灣特有種、攀越高山的文章都有，只要是位在都市之外、抵達方式不至於太困難的，都是它的介紹景點。作為一本旅遊性質的雜誌，這樣的作法能提供形形色色的旅遊行程，讓給欲前往生態旅遊地的讀者從中挑選出適合自己的目的地。

## （二）《野趣生活家》中主題的主導性



在主導性顯著性的檢測上，《野趣生活家》的狀況與《國家公園季刊》相同，都是變異數不同質的情況，因此也是先藉由 Welch 考驗檢定是否達到顯著水準，隨後以 Dunnett' s T3 法進行事後測試。

最後的統計結果發現，在《野趣生活家》的分析文本中，「休閒娛樂」的主導性就占了 39.05%，並對其他主題都達到統計上的顯著性 ( $p<.05$ )；換句話說，「休閒娛樂」的主導性數值是顯著地高於其他主題的主導性數值（詳見附錄 C）。另一個比較值得關注的主題是「基礎設施—服務」，其主導性百分比達到 18.77%，而在統計上除了「環境學習」與「知識」之外，對其他主題主導性皆具有統計上的顯著性 ( $p<.05$ )（表 5-2）。

表 5-2 《野趣生活家》（2006-2013）分析文本中的主題主導性（%）

主題	主導性	百分比
以自然資源作為休閒娛樂	61,802	39.05%
以自然資源作為經濟活動	12,525	7.91%
以自然資源作為環境學習	18,228	11.52%
以自然資源作為保育	7,040	4.45%
基礎設施—服務	29,706	18.77%
文化遺產	7,929	5.01%
知識	21,022	13.28%
總計	158,252	100.00%

註：主導性的數值表示實際的字數。

《野趣生活家》中的「休閒娛樂」主題，主要是報導對觀光客而言不容錯過的景點與度假勝地，地方所提供的 DIY 或體驗活動也是報導的重點。例如：

「除了景色之外，出雲山農場讓人流連忘返的魅力就是各式 DIY 了，你可以利用竹片製作小風車，也可以發揮創意利用木材拼成各種可愛動物，無論是大人或小孩都可以在此擁有無限的歡樂時光。」【主題類目：休閒娛樂】

（野趣生活家，2007 年 1 月：26-33）

此外，本研究發現，《野趣生活家》的分析文本在提及「休閒娛樂」時，除了會先描寫上述景點與活動之外，通常會在句中加上撰文者本身的心情，或旅客來到此地會有的情緒反應，讓讀者體會到來這裡旅遊心情上是有多麼暢快。例如：

「專屬的自行車道，寬大而筆直，在稻田圍繞的山谷裡踏騎是再愜意不過的事，你可以隨著天候變化細細觀察一旁高山獨特的容顏，也可以盡情縱橫於鄉村田園風光，偶爾抬頭望著幾朵自頭上飄過白雲，彷彿人間沒了煩惱。」【主題類目：休閒娛樂】

（野趣生活家，2007年2月：46-51）

在「基礎設施—服務」的主題上，則囊括與自然無關的觀光活動、導覽與旅遊資訊的提供、以及硬體設備的狀況；其中尤以與觀光業相關的硬體設備，最受到《野趣生活家》分析文本的重視，以求能夠「為旅人打造舒適悠閒的環境」，例如：

「沒想到在海拔兩千公尺的高山上，農場還很貼心的準備無線網路、有線電視節目，讓你晚上不無聊。更特別的事，這裡還有暖氣，讓你可以暖和的睡上一覺……」【主題類目：基礎設施—服務】

（野趣生活家，2009年3月：40-43）

有時也會提及觀光業者為餐廳、旅館、農場精心的布置，好讓消費者有絕佳體驗，即使沒有自然景致作陪，走到任何地方都有賞心悅目的巧思：

「…以紫檀木為建材的室內空間，沈穩的色系卻有著北歐風，設計師老闆的用心由此可見。此外，在這裡走動，幾步之距就有一座以漂流木裝飾的洗手台，低調又實用，也是老闆的貼心舉動。」【主題類目：基礎設施—服務】

（野趣生活家，2009年4月：24-28）

「環境學習」則是進到恰好有教育性質的生態旅遊地時，會被提出的主題。由於比較像是「附帶提及」的，「環境學習」在主導性的數值上並不突出（11.52%）。例如：

「當然除了賞螢外，佔地廣闊、生物多樣性豐富的準園，也有其他設施，

如可以認識蝴蝶生態教育的飛蝶館、探索水生動植物的溼地探索區、認識生態、民俗或原生植物的植物解說步道，更有一個三千坪超大草坪，可以從事任何草原體能活動……」【主題類目：環境學習】



（野趣生活家，2009年4月：48-51）

在這一篇文章所介紹的旅遊地「準園」，除了有美景以及良好生態可以賞螢之外，剛好也有建設一些生態博物館，能讓旅客來此欣賞美景時，順路進行環境教育。

另一個會提到「環境教育」主題的方式，則是介紹動植物的時候：

「分辨螢火蟲的公母關鍵就在發光器，整體而言，雄蟲的光源一定有兩排，雌蟲則發一排或點狀光，但橙螢雌蟲例外，因為其發光器發達，原本四個單獨的點狀光連接在一起，就成了兩排光。」【主題類目：環境學習】

（野趣生活家，2009年4月：48-51）

同樣的狀況也發生在「經濟活動」與「保育」的主題上，《野趣生活家》的每一篇分析文本主要還是以「休閒娛樂」的主題為要點在報導，「經濟活動」與「保育」要看是否能突顯出生態旅遊地的好玩之處才會被提起，或者在一篇文章中僅有短短的敘述。

「經濟活動」的主題主要是談起與地方觀光業相關的事物，有當地民宿、餐廳、旅館、農場，例如：

「園主平日經營餐廳、照顧這片花園，同時也做為社區文史的工作站，除了為遊客提供深度的文史解說，也可預約導覽，利用半天甚至一整天的時間，對純樸小鎮多一番新的體認。」【主題類目：經濟活動】

（野趣生活家，2010年4月：86-89）

有些則是與地方關連性更強的產業，像是農業、漁業，或者地方特有的手工製造業，但為數較少：

「雖然寶山的紅糖產業已經沒落，但風中飄散糖香的記憶令人懷念，位在寶山糖廠的新城社區，近年來積極規劃糖業園區的設立，企圖將寶山的紅糖文化保存下來。」【主題類目：經濟活動】



(野趣生活家，2010年4月：86-89)

「蘋果王旁邊是梨王及桃王。梨王是以一顆約三十年的梨樹嫁接四十多種梨而成，最大的可以長到三斤重，而最小的烏梨甚至還不到一兩。場裡栽種的水果品質很好，每年中秋盛產，吸引不少買家訂購。」【主題類目：經濟活動】

(野趣生活家，2010年5月：38-41)

「保育」則會提及一些瀕臨絕種的生物；不過，在提及這些生物時不僅僅是把他們當成需要受保護的存在，也是旅客「難能可貴」可以見到的奇景：

「當然，更別忽略了於冰河時期來到觀霧的山椒魚，是繼國寶魚櫻花鉤吻鮭後重要的保育物種，正以牠短小的身軀，為當地的生態旅遊，做出最好的詮釋。」【主題類目：保育】

(野趣生活家，2012年5月：62-66)

有些時候，則闡述地方透過友善環境的方式，為地方發展觀光業：

「水田早年主要生產稻米，在機械化耕作的時代推演中褪去光還而逐漸荒廢，卻意外保留了原始風貌，屬年前，吸引臺灣生態工法發展基金會的注意與進駐，特地將百年水圳以生態工法依原貌修復，重現水圳風光，找不到大興土木的痕跡，反而更為細膩。」【主題類目：保育】

(野趣生活家，2013年2、3月：66-70)

整體來看，《野趣生活家》的分析文本中，主題在出現次數和主導性的表現相當雷同，都是以「休閒娛樂」拔得頭籌、「基礎設施—設施」次之，其他主題類目占很少的次數與主導性。「環境學習」和「保育」是與教育學習較為相關的主題，「經濟活動」則關乎地方業者與居民的生計，這對以提供讀者豐富有趣的旅遊行程為目的的《野趣生活家》來說，從一開始就不是報導的重點，自然在統計數據之上也有相應的結果。對「休閒娛樂」與「基礎設施—設施」的強調，也是本研究一直試圖說說明的狀況：《野趣生活家》試圖打造出美麗、便利、舒適的生態旅遊地，能讓讀者在自然界徜徉的同時，能夠享受賓至如歸的感受。



### (三)《野趣生活家》中不同主題觀點的分析

由於「休閒娛樂」與「基礎設施—設施」的高主導性，《野趣生活家》分析文本在不同觀點的主題主導性，沒有意外地是偏向經濟的主題主導性高出甚多，是偏向環境的主題的 4 倍以上（65.73%），相差懸殊。「當地人—旅客」的視角也是相同情況：旅客角度的主題主導性高出當地人角的主題主導性四倍以上（50.57%）（表 5-3）。

表 5-3 《野趣生活家》（2006-2013）分析文本在不同觀點的主題主導性（%）

觀點	主導性百分比	涵蓋主題
偏向經濟的主題	65.73%	休閒娛樂、經濟活動、基礎設施—服務
偏向環境的主題	15.97%	環境學習、保育
當地人角度的主題	12.36%	經濟活動、保育
旅客角度的主題	50.57%	休閒娛樂、環境學習

歸根究底，最大的原因還是在於「休閒娛樂」的主題與其他主題主導性相差太大，使得只要包含「休閒娛樂」主題的觀點一定會超過另一個觀點；又因為其他主題主導性都低於 20%，有些甚至只有個位數，自然無法與包含「休閒娛樂」主題的觀點抗衡。

《野趣生活家》畢竟是一本需要販售的商業旅遊雜誌，最重要的是廣告主是否願意買單、消費者是否願意購入，因此自然會報導潛在旅客（也就是讀者）喜歡的內容，使得與生態旅遊相關的分析文章也較偏向經濟層面、以旅客角度出發來呈現每個景點。不過，不同觀點的相差之大然仍是本研究在研究之初始料未及的。這也可以看出來，雖然《野趣生活家》的分析文本將報導景點都選在生態旅遊地，也有不少文章直接點名讀者可以進到地方從是生態旅遊；然而從主題層次來看，《野趣生活家》所提供的旅遊形式，還是太過偏袒經濟與觀光業。





## 二、 《野趣生活家》中的論點

在《野趣生活家》的分析文本中，兩種論點的出現次數都在七成以上，經濟論點更是在所有分析文本中都出現（100%），沒有一篇遺漏（表 5-4）。仔細觀察沒有出現環境論點的主題，大多是娛樂性質較高的文章，或者是聚焦在山間景色與攀登技巧的登山文章，例如：「騎遍彰化 5 大自行車道」（2006 年 10 月）、「採草莓・泡湯・嚐薑料理 大湖的季節 限定美味」（2006 年 12 月）、「難纏的挑戰級路線 百岳九嶂之雄 屏風山」（2006 年 9 月），都是沒有出現環境論點的文章。

表 5-4 《野趣生活家》（2006-2013）分析文本中的論點出現次數（%）

論點	出現次數	百分比
經濟	128	100.00%
環境	90	70.31%
總計	128	100%

註：出現次數的數值表示實際的篇數。

而在主導性的部分，經濟論點的統計數據（82.74%）比環境論點（17.26%）高出將近五倍，在 ANOVA 分析上也達到了統計上的顯著性（詳見附錄 D）；也就是說，經濟論點之主導性是顯著地高於環境論點，且相差甚鉅。

表 5-5 《野趣生活家》（2006-2013）分析文本中的論點主導性（%）

論點	主導性	百分比
經濟	106,980.5	82.74%
環境	22,320.5	17.26%
總計	129,301.0	100.00%

註：主導性的數值表示實際的字數。

《野趣生活家》分析文本中的經濟論點，主要是將主題的資訊以「值得前來



觀光」的形式再現出來，無論是地方的原生自然環境，或者事後人為設計的設施，都是為了觀光產業而存在。例如：

「這個曾經是日本人認為的最佳居住環境，不只有和煦燦爛的陽光，還有清澈山泉，冬末初春油菜花開的正金黃，迎風搖曳夾道歡迎各地的訪客，建議可以搭配關山，做個兩天一夜的深度之旅，體驗不同的鄉村田園風情。」【主題類目：休閒娛樂，論點類目：經濟】

（野趣生活家，2007年2月：46-50）

這一段文字敘述的是關山鹿野一帶，原本是作為適宜人居的鄉村環境，油菜花的種植則是地方居民替來年農耕先種下綠肥做打算，但在經過《野趣生活家》的描寫，變成了觀光旅行中不可或缺的部分。另一個例子也是在鹿野：

「永安社區同時也是鹿野地區的模範社區，無圍牆的庭園設計、規劃整齊的道路，讓社區像是個大公園，走在公園相當心曠神怡，還有許多富特色的建築物及民宿，有會放禮炮迎接遊客的二十一世紀民宿，歐式童話風格的鄉村山莊及會呼吸的芬蘭木屋。」【主題類目：基礎設施—服務，論點類目：經濟】

（野趣生活家，2007年5月：52-55）

原先整齊的道路規劃，是讓居民居住在此能提升生活品質；然而在《野趣生活家》的筆下，社區的巷弄也變成了觀光上值得欣賞的一環，社區不再只是居住的空間，庭院也不再只屬於屋主，而是人人都能進入欣賞的大公園。

當然，有更多的活動與設備在創立之初，就是為了促進觀光客娛樂的理由而設立的。例如：

「而員工們除了服務旅客，到了晚間就是表演團體的主角，廚師則搖身一變成了最佳歌手，還有服務生精湛的舞藝，讓看表演的住客驚喜不已。」【主題類目：基礎設施—服務，論點類目：經濟】

（野趣生活家，2010年10月：80-83）

這種將主題視作能夠增進旅客興致的再現形式，在《野趣生活家》的分析文本中層出不窮，整個語境無不透露出歡欣的氣氛，以感染讀者。



相對地，環境論點在再現主題資訊的時候，則是將主題再現為能與自然界共存共榮的存在。若主題本身是自然資源，再現時則會強調資源的得來不易、彌足珍貴，以及地方如何進行棲地的保育：

「百餘年前，人煙稀少，沒有工業污染，新成立的池塘因為水鳥不斷遷徙，每隔幾年就帶來可觀的水生植物面貌，進而形成豐富的水域生態。但是現今的池塘有太多干擾及污染，不但生物棲息困難，要保持水質乾淨都顯得困難重重。若是時空回到池塘主人闢建池塘的最初，主人們不知道他們已經為許多生物製造棲所，尤其是希有的水生植物，更是在這裡找到一片天地。」【主題類目：保育，論點類目：環境】

（野趣生活家，2006年6月：90-92）

「國內目前設立了三個保護區，分別為夢幻湖、磺嘴山及鹿角坑，著力於棲地物種的保護與復育。」【主題類目：保育，論點類目：環境】

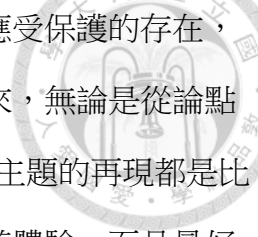
（野趣生活家，2010年23月：20-24）

有些時候，則是將主題視作對環境保護有所益處，能夠維護特有的自然狀態。例如：

「……除了投入自然保育工作而捐贈 NBX 保育基金給利嘉林道發展協會外，也要讓車友感受林道 OFF-ROAD 的刺激感，並到當地的大八六九藥用植物園享用有機飲食、融入近來相當流行的『工作渡假』概念，讓車友化身半日志工，共同為蕨類步道催生。」【主題類目：基礎設施—服務，論點類目：環境】

（野趣生活家，2007年1月：34-38）

整體來說，《野趣生活家》是以經濟論點為主要書寫的語境，來再現「自然資源」以及「基礎設施—服務」的主題，其中輕鬆愉快的口吻讓整個旅程看來是愉快的、容易的，試圖打造即便離開都市、走入自然，旅客也能沒有負擔地進到地方遊玩。此外，在《野趣生活家》的分析文本中，無論是未受干擾的自然界、抑或是稍有人居的郊區，都能化身為觀光勝地，且放眼望去皆是能夠旅遊的地方。從這裡可以看出來，《野趣生活家》在經濟論點上的描寫是非常重於觀光面向的，即使是與地方生計相關的主題放在經濟論點之下，也會成為為了觀光而打造的服



務。另一方面，環境的論點則將特定旅遊地、特定物種再現為應受保護的存在，但並不刻意去強調旅客走入自然時應遵守的自然倫理。如此看來，無論是從論點的主導性、抑或是各個論點的豐富程度觀之，《野趣生活家》對主題的再現都是比較單純，或者說是比較平面的，都是強調在讓旅客有絕佳的旅遊體驗，而且最好是輕鬆簡便的。

### 三、 《野趣生活家》中的描述

根據統計結果，在描述的層次中，「以自然資源作為休閒娛樂與經濟論點」在《野趣生活家》分析文本占最多的篇幅，主導性接近總描述主導性的一半(44.76%)。而透過 ANOVA 的統計分析，也發現「以自然資源作為休閒娛樂與經濟論點」對其他描述類目都達到顯著水準 ( $p < .05$ )；換言之，「以自然資源作為休閒娛樂與經濟論點」的確是顯著地高於其他描述類目。另外一個較為重要的描述類目為「基礎設施—服務與經濟論點」(21.13%)，而其他描述類目皆未突破一成，甚至不到1%，相差懸殊。兩個大宗的類目加總起來總共占了 65.89% 的主導性，可以說《野趣生活家》分析文本絕大多數的內容都在這兩個類目之中，其他類目只是點綴性的存在(表 5-6)。

表 5-6 《野趣生活家》(2006-2013) 分析文本中的描述主導性 (%)

主題	經濟論點	主導性	環境論點	主導性
以自然資源 作為休閒娛樂	以自然資源作為休 閒娛樂與經濟論點	57,877.5 (44.76)	以自然資源作為休 閒娛樂與環保論點	3,924.5 (3.04)
以自然資源 作為經濟活動	以自然資源作為經 濟活動與經濟論點	11,727.0 (9.07)	以自然資源作為經 濟活動與環保論點	798.0 (0.62)
基礎設施—服務	基礎設施—服務 與經濟論點	27,326.5 (21.13)	基礎設施—服務 與環保論點	2,379.5 (1.84)
<b>小計</b>	<b>純經濟描述</b>	<b>(74.96)</b>	<b>隱性的環境描述</b>	<b>(5.50)</b>
以自然資源 作為環境學習	以自然資源作為環 境學習與經濟論點	8,895.5 (6.88)	自然資源作為環境 學習與環保論點	9,332.5 (7.22)
以自然資源 作為保育	以自然資源作為保 育與經濟論點	1,154.0 (0.89)	以自然資源作為保 育與環保論點	5,886.0 (4.55)
<b>小計</b>	<b>隱性的經濟描述</b>	<b>(7.77)</b>	<b>純環境描述</b>	<b>(11.77)</b>

註：括弧外的數值表示實際的字數，括弧內的數值表示佔文本之%。

更細膩來看，在《野趣生活家》分析文本中的「休閒娛樂」、「基礎設施—服務」主題，經常是與經濟論點結合在一起；至於與環境論點結合的情況，通常是由於被編碼的文句在語境上既不偏向經濟、也不偏向環境，處在較為中性的狀態，為了不影響編碼之後的統計結果，因此將主導性各分給經濟與環境論點一半。例如：

「行進中途，立有一座長約 50 公尺的『繩子橋』，是一種融合於環境、兼顧生態工法與視覺造型的索橋；雙手抓住兩邊繩子往前行，雖然有些搖晃，但別有一番在山裡擺盪的趣味。」【主題類目：休閒娛樂，論點類目：各半】

(野趣生活家，2012 年 2 月：30-32)

「後灣沒有著名的觀光景點，不過附近是大名鼎鼎的『海生館』，站在村里海岸邊打造的堤防步道上，隔海清楚望見海生館特別的外觀建築。」【主題類目：基礎設施—服務，論點類目：各半】

(野趣生活家，2012 年 8 月：22-27)

也因為這樣的特性，在《野趣生活家》的分析文本中，「以自然資源作為休閒娛樂與經濟論點」所提及的內容，與單一主題「休閒娛樂」出現時的情況並無分



別；這在「基礎設施—服務與經濟論點」的類目上，也有一樣的結果。事實上，在「基礎設施—服務」與經濟論點結合的情況，比「休閒娛樂」的主題更為明顯，幾乎沒有單純與環境論點結合的情況。

除此之外，主題「經濟活動」也有常與經濟論點結合的傾向(9.07%與0.62%)，主題「保育」則常與環境論點作結合(0.89%與4.55%)。在「以自然資源作為經濟活動與經濟論點」的類目，主要是介紹能夠讓居民帶來收益的地方特產，例如：

「更讓人不得不佩服的經濟奇蹟，當屬金門貧瘠赤土和乾旱所種植的高粱，引用當地甘甜水質，釀造出香、醇、甘、冽兼具，揚名世界的酒品。談到金門的特產，除了高粱酒、菜刀，貢糖、一條根、麵線、牛肉乾人人朗朗上口，更是遊客到金門大大採買的好伴手。然而製造貢糖的花生、一條根和麵線，同樣是金門貧瘠赤土和乾旱困境下的產物，牛肉乾更是10多年前爆發口蹄疫不利牛肉出口，歷經轉型得到的甜蜜成果。」【主題類目：經濟活動，論點類目：經濟】

(野趣生活家，2012年8月：82-85)

至於「以自然資源作為保育與環保論點」，則與單一主題「保育」的情況並無二致，都是在介紹地方如何致力於如何延續自然應有的生態：

「而在步道的終點處還有一處生態池，這是居民特意將湍急的溪水匯入後，形成一個水流較緩的小池子，藉此孕育各種動植物，保育之用心由此可知。」【主題類目：保育，論點類目：環境】

(野趣生活家，2006年8月，68-69)

另一方面，「環境學習」的主題放在經濟或環境論點的狀況則是比較平均的，主導性數值相去不遠(6.88%與7.22%)。這是由於《野趣生活家》的分析文本在提及主題「環境學習」時，通常都是用中性的口吻敘述事情。最頻繁的用法，是在說明某些生物的特性的時候：

「高山杜鵑不同於平地如陽明山的杜鵑，為了適應山上強風、乾燥環境，也為了阻擋擾人紫外線與極大溫差，高山杜鵑體內的花青素更為豐富，花朵長得更碩大，紅的、白的，顏色也更鮮豔，配上優美體態，毫無疑問成了春天的代名詞。」【主題類目：環境學習，論點類目：各半】

(野趣生活家，2006年3月：70-73)

從整個描述層次來看，《野趣生活家》的分析文本對純經濟描述極度的重視，七成以上的文本內容皆被編碼在相關類目之下（74.96%）。另外，《野趣生活家》其實也經常將偏向環境的主題與環境論點作結合（11.77%），只是礙於偏向環境的主題在主導性上太低，因此統計結果的數值並不明顯。

整體來說，《野趣生活家》不僅缺乏不同屬性的主題與論點之間的結合，亦缺乏對「觀光」之外的描寫，像是如何對地方負起旅遊的責任、旅客能透過旅遊獲得什麼學習。這樣的結果，也使得它所呈現的旅遊型態，與生態旅遊是有所區隔，比較像是在自然環境中進行觀光旅遊，而非以永續發展為目標的生態旅遊。

#### 四、《野趣生活家》中的公部門作為

《野趣生活家》與帶官方色彩的《國家公園季刊》不同，是由民營公司出版的刊物。儘管如此，《野趣生活家》在描寫生態旅遊地的時候，有時候還是會敘述政府曾為生態旅遊地做過什麼努力，或者地方因為政府單位的緣故而讓旅遊業發展更加完善。也因為《野趣生活家》隸屬於私部門，對公部門作為的敘述是比較有公信力的。在這一小節，我們可以透過《野趣生活家》分析文本中的公部門作為之主導性，來看政府單位對生態旅遊地的建樹，有哪些是地方以及旅客能實際感受到的。

根據統計結果，總共只有4.4%的內容是與公部門作為相關的。其中，以「基礎設施—服務」的提到最多與公部門作為相關的內容（2.18%），其他主題所提起的篇幅則占非常少的主導性，「以自然資源作為環境學習」與「文化遺產」甚至都沒有提到隻字片語（表5-7）。

表 5-7 《野趣生活家》（2006-2013）分析文本中的公部門作為之主導性（%）

主題	公部門作為 主導性	主題 主導性	占主題主導 性之百分比 <sup>b</sup>	占總主導性 之百分比 <sup>c</sup>
以自然資源作為休閒娛樂	460	61,802	0.74%	0.29%
以自然資源作為經濟活動	296	12,525	2.36%	0.19%
以自然資源作為環境學習	0	18,228	0.00%	0.00%
以自然資源作為保育	1,485	7,040	21.09%	0.94%
基礎設施—服務	3,449	29,706	11.61%	2.18%
文化遺產	0	7,929	0.00%	0.00%
知識	169	21,022	0.80%	0.80%
總計	5,859	158,252 <sup>a</sup>	-	4.40%

註 a：158,252 為「總主導性」之數值（字數），即所有主題主導性之加總。

註 b：占主題主導性之百分比=公部門作為主導性/主題主導性。

註 c：占總主導性之百分比=公部門作為主導性/總主導性。

而從公部門作為主導性占個別主題主導性之百分比來看，反倒是「保育」主題花最多篇幅在敘述公部門作為（21.09%）。「基礎設施—服務」雖然在占總主導性之百分比，在此則是次之（11.61%）。其他主題依舊在占個別主題主導性的百分比上非常低。「保育」與「基礎設施—服務」兩個主題所描寫的內容，與非公部門作為的內容並沒有什麼區別，只是與政府單位稍有關連而已，所提及的句子篇幅也都不長。例如：

「在幾個地方曾經發現一葉蘭蹤跡的地方，如太平山、霞喀羅山，現也只剩阿里山有較大規模的族群，而且嘉義林區管理處於民國 81 年，還在此處規劃一處面積達 57.8 公頃的『臺灣一葉蘭自然保留區』，進行一葉蘭的保育與管理。」【主題類目：保育，論點類目：環境】

（野趣生活家，2006 年 3 月：70-77）

「佔地一百多公頃的永安舊鹽田，在高雄縣政府整體規劃後，已經成為台南以南最大的鹽灘溼地。」【主題類目：保育，論點類目：環境】

（野趣生活家，2007 年 6 月：66-70）

另外，在檢視提到公部門作為的相關內容後，本研究發現比較常於《野趣生活家》出現的政府單位有林務局、林區管理處、國家風景管理處、國家公園管理



處和地方政府，其中尤以地方政府的出現頻次最高。比較有趣的是，本研究發現在提及公部門作為的時候，《野趣生活家》也不見得會將政府單位作為主詞來撰寫，更多時候僅是在句子中提到某項建樹是與政府單位有所關連，並不會刻意強調政府單位花費多少努力在這項建樹之上。例如：

「油菜花屬十字花科，主要生產國為印度與加拿大，玉里鄉今年配合花蓮縣政府舉辦『花海饗宴——七〇〇公頃世界最大花海』活動，在東豐一帶種植油菜花、波斯菊，今年已邁入第七年，也將以『玉溪米』聞名的玉里，多了一個『花鄉』美名。」【主題類目：基礎設施—服務，論點類目：經濟】

（野趣生活家，2008年2月：58-59）

「適合親子同行的綠水河流步道，位於太魯閣國家公園綠水管理站附近，原屬於合歡越嶺古道其中一段，後來整建為太魯閣國家公園內第一條的自導式解說步道。」【主題類目：基礎設施—服務，論點類目：經濟】

（野趣生活家，2006年9月：34-36）

本研究認為，《野趣生活家》的分析文本會不常出現公部門作為、出現時也很少以公家機關作為主詞，最重要的原因在於《野趣生活家》不認為公家機關是發展地方旅遊的重點，居民與當地觀光業者的努力、提供的服務，才是比較值得報導的，不僅在內容上也可以比較多元，也較能貼近讀者想吸收的資訊，例如：

「馬武督探索森林裡除了接觸自然，還能參觀生態菇園，瞭解菇類生長得環境；園區內有烤肉區，爬山後為家人規劃個BBQ大會，讓全家人坐在林中享受香噴噴的烤肉，絕對是頂級的假日行程，而安排二日遊的民眾，這裡有提供露營區，讓你在此野營過夜，沈浸在自然的懷抱中。」【主題類目：基礎設施—服務，論點類目：經濟】

（野趣生活家，2009年4月：46-47）

此外，《野趣生活家》分析文本中所提及的生態旅遊地，與地方政府的連結大於與中央政府單位的連結，內容大多是業者配合政府推出的活動、共襄盛舉，目的是要讓關觀光活動的曝光度更高、規模更盛大。而若是提及中央政府單位的，較多時候是闡述地方如何透過公家的力量，來維持當地的生態自然樣貌。

整體來說，本研究認為《野趣生活家》對公部門作為著墨不多，歸根究底的原因在於它報導較多地方業者與居民的努力，從生態旅遊的角度來看是值得肯定的。生態旅遊的發展最理想的狀態，是以社區為單位進行發展，並希望社區上下共同討論、決議、建構未來的發展藍圖。《野趣生活家》雖然不常提及社區共同對地方旅遊業的努力，但並未抹滅各別業者對旅遊發展的貢獻，在這方面是有助於讀者理解生態旅遊的推動並非完全是政府的事務，也是地方經濟繁榮的一個管道。

## 五、 《野趣生活家》中的地方文化

《野趣生活家》由於是一本報導戶外旅遊的雜誌，是將描寫的重點放在讀者會有興趣的自然景致之上，關於地方人文歷史的著墨自然比較少。以出現次數而言，「知識」的主題在一半以上的分析文本中出現（57.03%），算是一個普遍性的主題，但在實際篇幅上並不特別多。另一方面，「文化遺產」在出現次數與主導性上數值都是偏低的（表 5-8）。

表 5-8 《野趣生活家》（2006-2013）分析文本中地方文化的出現次數與主導性

主題	出現次數	出現次數 百分比	主導性	主導性 百分比
文化遺產	36	28.13%	7,929	5.01%
知識	73	57.03%	21,022	13.28%

註：出現次數的數值表示實際的篇數，主導性的數值表示實際的字數。

兩種主題在分析文本的出現都沒有特別的規則，並未因為文章報導的所在地於部落或社區就勢必會出現「知識」或「文化遺產」的主題。「知識」的主題在《野趣生活家》分析文本中會出現的內容有地方歷史與地理地質狀況，主要都是報導讀者或旅客會有興趣的內容，在大多數分析文本中都是穿插在文章內，比較少在單一文章有大篇幅內容的情況，例如：



「雙連埤，原住民稱為姊妹湖，曾是泰雅族人的重要獵場，因兩湖連在一起而得名。」【主題類目：知識】

（野趣生活家，2009年2月：62-65）

「文化遺產」的主題與知識主題的情況相近，都是穿插在文章之中，單篇文章通常不會有大篇幅內容是與「文化遺產」相關的，其內容主要提及旅客所踏足之處有何值得瞭解的歷史遺跡。例如：

「為記錄調查錐麓古道，我們只好再度往前，前行不久右側有一紀念碑，碑石鐫刻『故花蓮港廳巡察班長持管代五郎』，乃紀念一九一六年發生的一件重大識首事件，最初用木柱標示，到了一九三五年才改為用現有的水泥墓碑，而斷崖駐在所在前一年一九三四年已廢止。」【主題類目：文化遺產】

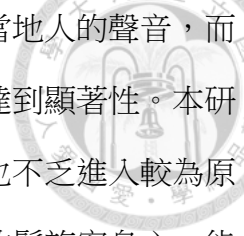
（野趣生活家，2009年7月：76-80）

不過，由於僅報導旅客會有興趣的歷史遺跡，有時候雖然報導的旅遊景點是在古道、或富有人文歷史的地方，卻不一定會特別提及相關的文化遺產。報導與否，取決於地方的各項旅遊資源哪一項比較能夠吸引讀者，例如，即使景點在古道，若當地的自然資源更為豐富、更吸引人，那麼《野趣生活家》會傾向報導更多的自然資源，而將「文化遺產」當作點綴性的存在。

整體來說，《野趣生活家》的分析文本中，與地方文化相關的內容不僅主導性少，也明顯不同於生態旅遊中所強調的「尊重地方文化」。「知識」與「文化遺產」也較常從過往歷史的角度提起，和當地現存的狀況仍有一段差距。因此，本研究認為，《野趣生活家》所提供之與地方文化相關的內容，並不足以讓讀者真正瞭解生態旅遊中文化層面的精神，也無法展現永續發展內「社會文化」構面的要旨。

## 六、 《野趣生活家》：一本偏向經濟層面的商業雜誌

綜觀《野趣生活家》的分析文本，無論是在主題、論點或描述層次的分析結



果，在主導性上都顯示經濟層面大於環境層面、觀光層面重於當地人的聲音，而且這個差距是相當之大，不僅在是比例上的懸殊，在統計上亦達到顯著性。本研究認為，雖然《野趣生活家》標榜所報導的旅遊地皆在戶外，也不乏進入較為原始的自然地方進行旅遊，但它總是將整個旅遊行程描寫為能夠放鬆旅客身心、能夠享受賓至如歸的服務，而欠缺對地方的責任心，旅客能在旅遊過程中學習到的環境內容在敘述上也有所缺乏，使得《野趣生活家》成為一本聚焦在觀光層面的雜誌，而與生態旅遊的關連性較為薄弱。

若以生態旅遊的意涵來檢視《野趣生活家》，本研究認為它有幾個要點的不足，使得報導內容與生態旅遊有所距離：

第一，過度重於觀光而缺乏學習。放鬆身心固然是現代人出門旅遊最大的目的，然而生態旅遊即是在檢討過去人類只注重旅遊的享樂而缺乏責任心，因此倡導的一種旅遊形式。在《野趣生活家》的分析文本中，雖然並沒有看到猶如大眾觀光旅遊般恣意擷取自然資源的情況，但也缺乏對自然資源的尊重與愛護。而若提到相關內容，則是花少數篇幅說明政府或當地人為此做了什麼努力，至於「旅客」可以進到什麼責任，幾乎沒有相應的內容。這樣來看，《野趣生活家》頂多是讓潛在旅客進入生態旅遊地時，在行為上有所收斂，卻不能讓他們瞭解何謂負責任的旅遊。

第二，過度強調旅客的享受，而缺乏當地人的聲音。不管是從「當地人—旅客」的主題觀點來看，或者是藉由「知識」與「文化遺產」來看地方文化的內容，《野趣生活家》的分析文本都有明顯的欠缺。事實上，《野趣生活家》的文句中一直有「以客為尊」的意味存在，即使是進到生態旅遊地而非傳統的大眾旅遊之處，地方業者與居民也應該將旅客視作整個旅遊行程的重心，所有的行程安排以及服務都是為了旅客而設計。這對旅客來說，自然是十分貼心的舉動，但以生態旅遊的角度而言，旅客卻很難透過一趟旅遊與地方有所互動，更遑論去瞭解並尊重地

方的文化了。

綜合來說，本研究認為《野趣生活家》是一本偏向經濟層面與觀光層面的旅遊雜誌，其中所報導的旅遊形式仍與生態旅遊是有所不同的。不過，《野趣生活家》也並非沒有值得肯定的地方。例如，《野趣生活家》對公部門作為著墨不多，而是將這些努力放在地方業者身上來呈現給讀者，讓讀者能從中感受到地方對旅遊發展的努力。雖然這些努力是偏向觀光層面的，較少提及富教育意涵的知識、保育的內容，但從這一點還是可以看出，地方為了發展旅遊業盡了心力。



## 第六章 《國家公園季刊》與《野趣生活家》對生態旅遊地呈

### 現之比較與討論



#### 一、 主題層次的比較

在主題的層次，兩類文本中最常出現的主題都是「以自然資源作為休閒娛樂」（表 6-1）。「休閒娛樂」之所以會是文章最容易提起的部分，是為了引起讀者的「興趣，希望藉由報導自然的好玩之處，引發讀者繼續閱讀雜誌的意願，是非常普遍的主題。

然而，這兩類文本還是具有不同的特性。從《國家公園季刊》挑選出來的文本中，只有「經濟活動」（25%）以及「文化遺產」（29.17%）是較少出現的，其餘的主題類目都在一半以上的文章被提起過。從《國家公園季刊》的刊物特性來看，其實不難聯想「保育」（63.89%）以及「環境學習」（52.78%）會出現在多數的文章之中，即便這兩個主題通常與促進旅遊娛樂是較無相關的。整體而言，《國家公園季刊》的文本對生態旅遊相關的主題，是比較均勻地在各個文章之中出現；這也可以解釋為當文章要談到在自然之中進行旅遊時，《國家公園季刊》是較為均勻地去提出與生態旅遊相關的資訊。

相對而言，從《野趣生活家》挑選出來的文本則比較常以「基礎設施—服務」為報導主題；也就是說，大多數文章在戶外旅遊的題材中都會提供旅遊地旅館、餐廳、娛樂設備的資訊，讓讀者認為旅遊地是便利的、能夠舒適地進行旅遊的。同時，「經濟活動」也比較常出現在分析文本之中，這可能跟《野趣生活家》所報導的旅遊地是相關的，因為這些旅遊地通常是「郊外」，而非「保護區」或「保護區鄰近區域」，像是具有景致的餐廳、適合親子遊玩的農場都是《野趣生活家》喜歡報導的旅遊地；相對地，由於《國家公園季刊》的文本都是報導國家公園境內



的景點，是更接近原始自然的地方，本身就較少有進行經濟活動的場所，故「經濟活動」在比較少的文章中出現。

表 6-1 所有分析文本中的主題出現次數（%）

主題	國家公園季刊		野趣生活家	
	出現次數	百分比	出現次數	百分比
以自然資源作為休閒娛樂	63	87.50%	117	91.41%
以自然資源作為經濟活動	18	25.00%	58	45.31%
以自然資源作為環境學習	38	52.78%	51	39.84%
以自然資源作為保育	46	63.89%	41	32.03%
基礎設施—服務	38	52.78%	88	68.75%
文化遺產	21	29.17%	36	28.13%
知識	44	61.11%	73	57.03%
總計	72	100.00%	128	100.00%

註：出現次數的數值表示實際的篇數。

不過，主題的出現次數只能說明哪些主題比較容易被寫入文章之中，並不能代表他們被看重的程度、以及影響讀者的程度，一個主題可能經常被提起但卻佔很少的篇幅，因此還是需要以主題所佔的「字數」，來分析各主題的「主導性」（表 6-2）。

表 6-2 所有分析文本中的主題主導性（%）

主題	國家公園季刊		野趣生活家	
	主導性	百分比	主導性	百分比
以自然資源作為休閒娛樂	37,633.67	25.16%	61,802	39.05%
以自然資源作為經濟活動	8,223.00	5.50%	12,525	7.91%
以自然資源作為環境學習	34,535.00	23.08%	18,228	11.52%
以自然資源作為保育	21,958.33	14.68%	7,040	4.45%
基礎設施—服務	10,847.50	7.25%	29,706	18.77%
文化遺產	11,026.83	7.37%	7,929	5.01%
知識	25,376.67	16.96%	21,022	13.28%

總計	149,601.00	100.00%	158,252	100.00%
----	------------	---------	---------	---------

註：主導性的數值表示實際的字數。



結果顯示，雖然《國家公園季刊》的休閒娛樂(25.16%)及環境學習(23.08%)在主導性上較其他主題突出，然統計分析的結果是各主題之間並沒有顯著的差異，也就是沒有任一主題類目是特別高或特別低於其他主題的；換句話說，《國家公園季刊》是均衡地提供旅遊地各主題類目的資訊。若仔細比較偏向經濟的主題(37.9%)以及偏向環境的主題(37.76%)，也會發現兩者的主導性相差甚微(表6-3)。如此看來，《國家公園季刊》在旅遊資訊的提供上，是非常接近生態旅遊的內涵。然而，若以「當地人—觀光客」的層面來看，《國家公園季刊》還是比較常以觀光客的角度來(20.17%)介紹地方的旅遊資訊，提供觀光客會喜愛的景點、內容。

另一方面，《野趣生活家》則展現出商業雜誌的特色，不僅休閒娛樂(39.05%)顯著地高於其他主題類目( $p < 0.05$ )，整個資訊的提供也偏向經濟性的主題(65.73%)，且經常從觀光客的角度書寫(50.57%)。兩相比較之下會發現，雖然出版品的性質截然不同，但在「當地人—觀光客」的觀點上狀況是極為類似的：當地人的聲音並不若觀光客那般突出。

表 6-3 所有分析文本在不同觀點的主題主導性(%)

觀點	國家公園季刊 主導性百分比	野趣生活家 主導性百分比
偏向經濟的主題	37.90%	65.73%
偏向環境的主題	37.76%	15.97%
當地人角度的主題	20.17%	12.36%
旅客角度的主題	48.24%	50.57%





## 二、 論點層次的比較

在論點的層次中，經濟論點在文本中的出現次數都達到九成以上（表 6-4），甚至每一篇從《野趣生活家》挑選出來的文本都一定會包含經濟論點（100%）。而在環境論點的出現次數，雙方也都達到七成以上的出現次數，且《國家公園季刊》的次數略勝於《野趣生活家》的（86.11%）。不過，《野趣生活家》不曾出現過通篇文章僅有環境論點的情況，卻有 28 篇文本是僅有經濟論點（26.69%）。

表 6-4 所有分析文本中的論點出現次數（%）

論點	國家公園季刊		野趣生活家	
	出現次數	百分比	出現次數	百分比
經濟	65	90.28%	128	100.00%
環境	62	86.11%	90	70.31%
總計	72	100.00%	128	100%

註：出現次數的數值表示實際的篇數。

而若從主導性觀之，會發現《國家公園季刊》兩種論點的比例相當接近，經過 Dunnett's T3 事後測試校正變異數同質性問題之後，經濟與環境論點之間亦無顯著差異的存在（ $p>0.05$ ），也就是論點是平均地出現在《國家公園季刊》的文本之中（表 6-5）；這樣的結果與《國家公園季刊》於主題論點的表現是雷同的，無論是主題或論點，《國家公園季刊》在介紹旅遊地的時候似乎沒有特別偏好，並未聚焦於特定的論述之上。

有趣的是，《野趣生活家》在論點主導性的結果亦與主題類目的發現有相似的狀況，也就是較強調於經濟性的層面。從《野趣生活家》挑選出來的文本在書寫角度上，經濟論點（82.74%）顯著地大過環境論點（17.26%）（ $p<0.05$ ）；此壓倒



性的結果說明《野趣生活家》在論及旅遊地時，是將地方是做一個「觀光勝地」、「值得遊玩的自然景點」，沖淡了自然環境是需要保護或予以尊重的所在。

表 6-5 所有分析文本中的論點主導性（%）

論點	國家公園季刊		野趣生活家	
	主導性	百分比	主導性	百分比
經濟	49,243.58	43.50%	106,980.5	82.74%
環境	63,953.92	56.50%	22,320.5	17.26%
總計	113,197.50	100.00%	129,301.0	100.00%

註：主導性的數值表示實際的字數。

而無論是《國家公園季刊》或是《野趣生活家》的經濟論點，主題都被再現為能使旅客感到愉悅的商品，是美麗動人的或經典的景點所在、不去可惜，時常透露出「力邀」旅客前往當地一遊的語氣。此外，主題也被再現為增加當地人收益的商品，無論是與「自然資源」的主題抑或是「基礎設施—服務」的主題皆是。

有趣的是，在環境論點上，兩類文本的再現內容卻有些許的不同。《國家公園季刊》的文本強調的是大自然倫理，經常「提醒」旅客需與自然環境、保育物種之間保持和諧關係；物種的棲息地是要降低干擾的、予以尊重的，而保育研究則是必須且重要的。另一方面，《野趣生活家》以環境論點再現主題時，比較常在介紹保育物種時出現，也就是告訴旅客該景點可觀察到具有珍稀性的生物，並不常強調人與環境之間的關係。事實上，在為數不多的環境論點之中，大多是以「經濟與環境主義各半」的特殊情況呈現；換句話說，文句本身是比較偏中性的、「經濟—環境主義」的色彩是偏淡的，這與《國家公園季刊》的文本經常同一句子僅出現單純的經濟論點是截然不同的狀況。

### 三、 描述層次的比較

最後一個層次，本研究是結合了主題類目的資訊與論點類目的再現形式，兩相交織之下來看目的地描述是如何被文本呈現。

透過描述主導性的數值來看，《國家公園季刊》的文本中，「純經濟描述」（35.51%）與「純環境描述」（41.92%）兩者相當，比例上沒有太大差距；另一方面，兩個隱性的描述主導性亦相去不遠，但明顯地少於純經濟與純環境描述。更仔細地看，普遍同時出現的組合有「以自然資源作為休閒娛樂與經濟論述」（24.2%）、「以自然資源作為環境學習與環境論述」（23.66%）和「以自然資源作為保育與環境論點」（18.26%）。也就是說，在《國家公園季刊》的文本中，自然資源的休閒娛樂價值是偏向觀光層面的，能賦予旅客賞心悅目、愉悅的經驗，而非作為「愛好自然」的存在。相對的，「環境學習」和「保育」與經濟論點結合的比例甚低（6.85%與1.14%），展現出這兩者在目的地是不具有經濟價值的存在，而比較像是單純的尊重自然、與自然學習的活動。

在《野趣生活家》的文本，則特別地強調「純經濟描述」（74.96%），特別是「以自然資源作為休閒娛樂與經濟論點」（44.76%）顯著地高於其他所有描述類目（ $p < 0.05$ ），而「基礎設施—服務與經濟論點」除了低於「以自然資源作為休閒娛樂與經濟論點」（21.13%）之外，亦是顯著地高於其他類目（ $p < 0.05$ ），可以說這兩個描述類目幾乎囊括了大部分的文本主導性（65.89%）。由此看出，《野趣生活家》強烈地關注於旅遊活動之上，對於那些與環境珍稀性相關的不僅很少論及，也不將其視為旅遊時可以進行的活動，使得「隱性的環境描述」以及「隱性的經濟描述」在主導性上都未突破一成。

表 6-6 所有分析文本中的描述主導性 (%)

主題	經濟論點	國家公園季刊之主導性	野趣生活家之主導性	環境論點	國家公園季刊之主導性	野趣生活家之主導性
以自然資源作為休閒娛樂	以自然資源作為休閒娛樂與經濟論點	27,391.42 (24.20)	57,877.5 (44.76)	以自然資源作為休閒娛樂與環保論點	10,242.25 (9.05)	3,924.5 (3.04)
以自然資源作為經濟活動	以自然資源作為經濟活動與經濟論點	5,736.00 (5.07)	11,727.0 (9.07)	以自然資源作為經濟活動與環保論點	2,487.00 (2.20)	798.0 (0.62)
基礎設施—服務	基礎設施—服務與經濟論點	7,074.50 (6.25)	27,326.5 (21.13)	基礎設施—服務與環保論點	37,73.00 (3.33)	2,379.5 (1.84)
<b>小計</b>	<b>純經濟描述</b>	<b>(35.51)</b>	<b>(74.96)</b>	<b>隱性的環境描述</b>	<b>(14.58)</b>	<b>(5.50)</b>
以自然資源作為環境學習	以自然資源作為環境學習與經濟論點	7,753.67 (6.85)	8,895.5 (6.88)	自然資源作為環境學習與環保論點	26,781.33 (23.66)	9,332.5 (7.22)
以自然資源作為保育	以自然資源作為保育與經濟論點	1,288.00 (1.14)	1,154.0 (0.89)	以自然資源作為保育與環保論點	20,670.33 (18.26)	5,886.0 (4.55)
<b>小計</b>	<b>隱性的經濟描述</b>	<b>(7.99)</b>	<b>(7.77)</b>	<b>純環境描述</b>	<b>(41.92)</b>	<b>(11.77)</b>

註：括弧外的數值表示實際的字數，括弧內的數值表示佔文本之%。

#### 四、 公部門作為的比較

兩類文本另一個不同之處在含有「公部門作為」的主導性（表 6-7）。在《國家公園季刊》的文本中，含有「公部門作為」的主導性與全體描述主導性相比，仍然有 15.56%的內容是提及公部門建樹的；然而，這在《野趣生活家》卻只剩下 4.4%的主導性是與公部門作為相關的，有些描述類目甚至不曾提及（0%）。從《國家公園季刊》的行文中可發現，與「公部門作為」相關的主要有兩種論述形式。其一是與「以自然資源作為保育與環境論點」相關的，內容多敘述政府單位（例：

當地的國家公園管理處)如何與大學、研究室或當地人共同合作,以維護地方物種的數量,像是護溪、巡邏、保育計畫就經常出現,且有時會詳述其間的過程與困難。其二,則是和「基礎設施—服務與經濟論點」相關的,則是論及政府提攻了何種便利設施讓地方旅客增加,讓觀光客能更容易地到達當地,地方也能有更多機會服務觀光活動,舉凡遊客中心、生態中心的成立或步道的修築,都是典型會以公部門為主詞出現的內容。相較之下,《野趣生活家》則是單純地論及旅遊地附近有政府所設置的保育區、擁有政府保育的物種,「多虧」了政府的作為,旅客才能到此從事觀光、欣賞到難能可貴的生態;不過,整個論述大體是輕輕地帶過,較少詳述公部門是如何努力以達成現在的成果。

表 6-7 所有分析文本中的公部門作為之主導性(%)

主題	公部門作為主導性		占總主導性之百分比	
	國家公園季刊	野趣生活家	國家公園季刊	野趣生活家
以自然資源作為休閒娛樂	2,980.00	460	1.99%	0.29%
以自然資源作為經濟活動	2,802.00	296	1.87%	0.19%
以自然資源作為環境學習	2,807.00	0	1.88%	0.00%
以自然資源作為保育	7,083.50	1,485	4.73%	0.94%
基礎設施—服務	5,940.00	3,449	3.97%	2.18%
文化遺產	1,111.00	0	0.74%	0.00%
知識	556.00	169	0.37%	0.80%
總計	23,279.50	5,859	15.56%	4.40%

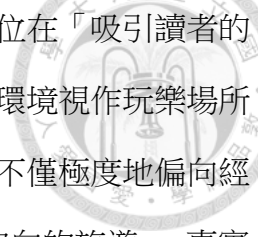
## 第七章 結論與建議



### 一、 兩本出版品的呈現皆未貼近生態旅遊意涵

本研究的目的是探討現存於市場且與生態旅遊相關的出版品，其所建構出的目的地呈現，是否與臺灣所討論、構築出的「生態旅遊意涵」相似、這些出版品所述說的旅行是不是比較偏向「自然取向的旅遊」。為此，本研究挑選了極具代表性的《國家公園季刊》，並考量到該出版品是政府編纂，或與一般雜誌有不同的見解，故特地於眾多戶外旅遊雜誌中選拔最與生態旅遊相關的《野趣生活家》作為商業雜誌的代表，相互比較。

在本研究透過文本的資訊內容（主題層次）與再現資訊的手法（論點層次），並綜觀出版品整體的描述方式（描述層次），可發現兩個出版品有著南轅北轍的特性。在與生態旅遊相關的資訊上，《國家公園季刊》不僅在各個方面皆均衡地提到，連再現的論點也是兩相平衡的，可謂是一本接近生態旅遊意涵的出版品：有教育性質、有觀光活動、亦有對地方的利益回饋，其所報導的旅遊行程是接近可持續性的作法，也是生態旅遊最根本期望到達的目的。不過，本研究認為雖然《國家公園季刊》所描繪的旅遊是接近生態旅遊的，卻是並非平衡狀態，原因在於《國家公園季刊》的文字在描述的層次上都傾向「純經濟」或「純環境」描述。換句話說，觀光旅遊歸一碼，保育與學習歸另一碼，兩者雖然經常被提及，卻並非揉合在一起，讓四大類的描述類目都有平均的主導性。這樣的論述方式，使得旅客抵達當地不是從事純然的旅遊行程，就是進行嚴肅的、對大自然的學習，而非生態旅遊中所企盼的「寓教於樂」。在這樣的角度之下，「經濟—環境主義」的二元對立狀況依然是存在的，並未因為主題與論點是均衡的情況之下而消弭。本研究認為《國家公園季刊》的敘述整體而言是接近生態旅遊的，既不偏向經濟、亦不偏袒保育，但並沒有真正地達到生態旅遊之精髓。



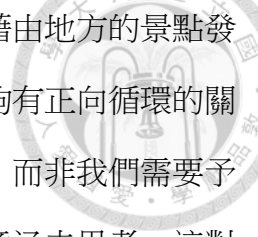
另一個代表私部門的出版品《野趣生活家》，則很明顯地定位在「吸引讀者的目光、促使讀者願意到地方進行觀光行程」，是比較偏向將自然環境視作玩樂場所的一本雜誌。在這樣的論述之下，《野趣生活家》所描繪的旅程不僅極度地偏向經濟層面，與生態旅遊更有相當大的差距，最多只能稱做「自然取向的旅遊」。事實上，在部分文本中所報導的旅遊地僅僅是在較為清幽的市郊，並非生態旅遊中所謂「生態較為敏感之地」，所從事的活動也都是吃美食、喝咖啡、賞玩風景，只有在介紹特殊物種時與環境教育、保育是相關，極少去論述人與自然之間的關係，也甚少闡述旅客進到自然界所必須遵守的大自然倫理。《野趣生活家》針對「自然環境」一事所提供給讀者的概念，是消費的、觀光的、娛樂的，商家與設施的產生則是支持旅客從事這些活動。若非因為《野趣生活家》仍報導不少相對未受干擾的自然環境，在抽離「自然環境」這一場域之後，其實《野趣生活家》的撰寫也無異於「大眾觀光旅遊」了。

## 二、 欠缺真正地方住民的聲音

雖然《國家公園季刊》被視為較接近生態旅遊意涵的、而《野趣生活家》被視作偏向經濟的自然取向旅遊雜誌，但兩者共有的特色，是欠缺地方文化的聲音。

《國家公園季刊》若是報導存於原住民部落的景點，還會花不少篇幅論及當地特有之習俗，這種色彩在《野趣生活家》中相較之下是較為淡薄的。此外，「原住民」或「居民」很少出現在《野趣生活家》之中，而當提及這群人時，當地人似乎等同於「當地做生意的人」。

詳論兩本出版品在談論地方文化的狀況，比較常是提出觀光客會有興趣的歷史建築，以及當初興建的故事，但該建築對現在居住於當地的人有什麼關連？又有什麼意義？是讀者無法從字裡行間看到的。取而代之的，是這個場域變成了當



地人從事觀光交易的商場、旅客消費自然以獲取娛樂的勝地。藉由地方的景點發展觀光已取得利益回饋並非壞事，這一點同時也是生態旅遊能夠有正向循環的關鍵之一，然而當地方文化是以「消費」的層面呈現在讀者面前，而非我們需要予以「尊重」或試圖「理解」的存在，我們必須回到生態旅遊的意涵去思考，這對地方的而言是不是扼殺了文化的在地方成為傳統、與居民共同生活的特性，而變成「為了觀光而存在的文化」，如同 Urry (2002) 所說的，地方文化逐漸被「觀光客的凝視」逐漸汰換，留下的文化意義已面目全非。本研究大膽地說，這兩本出版品並不重視地方文化，也並未將地方文化視之為生態旅遊的一部份。

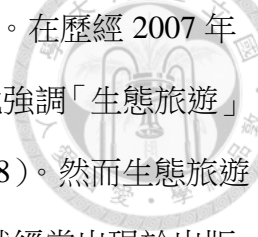
誠然，地方文化、在地聲音在過去的生態旅遊研究中並非重點，過去的研究一直聚焦在「經濟—環境主義」之間的二元對立、經濟與環境之間是否能和諧地共存；然而我們不能忘記生態旅遊涵蓋了「環境」、「經濟」與「社會文化」三個層面。當生態旅遊在臺灣已經發跡了三十餘年、政府的正式推動也步入十年以上，本研究認為臺灣的生態旅遊不應僅停留在「經濟—環境主義」的處理之上，也必須考量「社會文化」的層面，不僅僅是在實際推動的層面需要執行，與生態旅遊相關的論述也必須包含這一點（例如透過出版品或相關活動），否則將會造成旅客認知與推動面不同調的情況，使得旅客在體驗「生態旅遊」上有所困難。

### 三、 不同的出版目的導致不同的目的地呈現

本研究透過了三種層次去瞭解公、私部門出版品對「生態旅遊」意涵的認知差異，研究發現也指出兩個出版品是截然不同的存在。本研究除了透過內容分析的統計來瞭解這一點之外，亦透過質性的觀點來觀察兩類文本實際上的內容，並配合出版品的出版宗旨來瞭解為何報導相似的目的地，卻有不同的目的地呈現。

從《國家公園季刊》的創刊日期來看，與國家公園組實際接手生態旅遊之推動相距將近兩年，但本研究認為《國家公園季刊》的創辦目的之一是盡可能地報





導「生態旅遊」，這從《國家公園季刊》創刊號的內容即可察覺。在歷經 2007 年改版為中英雙語季刊、2008 年春季再次改版後，漸漸不再直白地強調「生態旅遊」這件事，轉為適合大眾閱讀的知識性期刊（臺灣國家公園，2008）。然而生態旅遊本身就存在於國家公園的一環，在改版之後生態旅遊的概念仍然經常出現於出版品之中，只是轉成較為隱諱的形式。因為上述原因，從《國家公園季刊》挑選出來的文本一直都帶有生態旅遊的特性，但並不是完全切中生態旅遊的意涵。不過值得肯定的是，《國家公園季刊》的呈現讓旅遊目的地不僅可以是「從事觀光的」，也可以是「從事教育活動」或「深度旅遊的」，這在其他報導臺灣境內旅遊的雜誌之中是相當特殊的一點。當然，身為政府出版品的身份，也讓《國家公園季刊》不必因為銷售量的緣故妥協於廣告商或市場口味，讓該出版品的旅遊文章，一路走來不至於偏離生態旅遊的特質。

由此看來，《野趣生活家》則是真切地展現商業雜誌的特色：盡可能地在戶外旅遊地之中挑選時下讀者喜愛的景點，搭配輕鬆、簡單、便利的旅遊行程，讓讀者認為進行這樣的旅遊是「可行的」，並願意掏錢購買該出版品。比之《國家公園季刊》每篇文章的篇幅，《野趣生活家》走精簡、短小的風格，每篇文章都不長，每個景點都搭配一、兩個亮點，並附上鮮明的照片；這樣的作法能讓讀者容易快速地擷取文章精髓，不必在冗長的文字之中尋尋覓覓目的地的精彩之處。

《野趣生活家》成立的宗旨非常單純，即是要提供讀者各式戶外景點、各種戶外旅遊的行程。而為了要吸引讀者的注意力，最簡單的方法就是祭出目的地的休閒娛樂功能，讓讀者認為進到旅遊地能夠輕易地汲取「快樂」與「放鬆」；是故，「以自然資源作為休閒娛樂」以及「經濟論述」在《野趣生活家》的表現都是相當突出的。據此，《野趣生活家》本身以報導生態旅遊為目標，而是販售合讀者胃口的「戶外觀光旅遊」。《野趣生活家》從未打算報導特定的旅遊形式，只要旅遊的場所是在自然環境、能夠符合讀者「親近自然」的渴望，能讓雜誌的發行量達

到一定程度，《野趣生活家》都樂於報導。本研究認為，因著出版目的以及發售量壓力的不同，造就兩本出版品對「在戶外進行旅遊」有不同的詮釋，其一是偏向生態旅遊的，另一則是偏向自然取向旅遊。



#### 四、 研究建議

本研究雖然在生態旅遊的文獻上多添一筆、略盡棉薄之力，但依然有部分研究過程是有進步的空間。在完成研究之後，本研究認為有些地方是值得未來相關研究更加留意，以精進研究論文的品質。

首先，本研究雖然精心挑選適當的取樣來源，但在研究過程進行到一半時，卻發現《野趣生活家》已於 2013 年 4 月份停刊，促使本研究必須要在一定的期限內加緊完成，否則研究成果無法代表時下生態旅遊出版品的情況，更不必談研究貢獻。然而在搜尋其他性質相似的出版品之後，本研究依然認為《野趣生活家》是比其他出版品更具代表性的，因此依然以《野趣生活家》作為取樣來源來完成本篇研究。針對這部分，是在研究者無法控制的範圍之內，除了在最初選樣時也要考量雜誌的未來性之外，研究時程也必須加緊腳步。

其次，本研究在編碼時雖然盡力去達成信效度，本研究也認為在這樣的流程操作之下研究是有效力的，然而目前內容分析的主流作法，依然推崇 Holsti(1969) 的「評分員信度法」<sup>5</sup>，並需要抽取樣本的 10%~25% 進行信度分析，確定信度達到建議值的 85% (Wimmer & Dominick, 2013)。除此之外，內容分析的文獻在處理效度上也有不同的作法，且各作法是否能確實地達到效度水準一直都有研究在討

---

<sup>5</sup> 評分員信度法的公式如下：

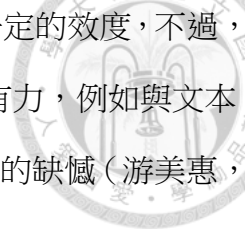
相互同意度 =  $2M / (N1 + N2)$

M = 評分員間有一致性的登錄決策

N1 + N2 = 登錄決策的總數

N1 = 第一為編碼員應有的同意數目

N2 = 第二為編碼員應有的同意數目



論。本研究是選擇延續前過去文獻的架構與編碼來使研究具有一定的效度，不過，內容分析也可以透過搭配其他的研究方法使得研究效度更強而有力，例如與文本分析、論述分析或符號學研究相互搭配，來補強內容分析法本身的缺憾（游美惠，2000）。

最後，本研究僅是用初步 ANOVA 作為分析工具，對統計工具與分析方法更加熟悉的研究者或能在未來的研究上運用更多的數量分析，以讓研究結果更加精確、精彩。



## 參考文獻

- 95 年度保護區生態旅遊輔導團總輔導報告及建議 (1996)。臺北市：內政部營建署。
- 97 年度生態旅遊地遴選與服務團委託辦理計畫成果報告書 (1998)。臺北市：內政部營建署。
- 王洪鈞 (1989)。大眾傳播與現代社會。臺北：中正書局。
- 王鑫 (2002)。發展永續旅遊的途徑之一：生態旅遊，*應用倫理研究通訊*，24：28-44。
- 交通部觀光局 (2002)。生態旅遊白皮書。臺北：交通部觀光局。
- 行政院永續發展委員會國土資源分組 (2004)。生態旅遊白皮書。臺北：內政部營建署。
- 吳忠宏、范莉雯、蘇珮玲 (2003)。大學生參與生態旅遊行為意象之相關研究，*環境與管理研究*，4(1)，1-28。
- 吳欣頤、林晏州、黃文卿 (2005)。太魯閣國家公園原住民社區居民對發展生態旅遊之認知與需求。*戶外遊憩研究*，18(4)，47-67。
- 宋秉明 (1995)。生態觀光之規劃架構-以綠島為例。*觀光研究學報*，1(3)，45-52。
- 李茂正 (1984)。大眾傳播新論。臺北：三民書局。
- 李瑞儀 (2010)。社區自主發展生態旅遊的經驗模式：宜蘭港邊社區之個案研究 (碩士論文)。取自臺灣博碩士論文系統。
- 林純徵 (2006)。試探林務局生態旅遊政策及實作—以東眼山森林遊樂區為例。碩士論文。臺北：國立臺灣大學森林環境暨資源學研究所。
- 邱桂堅 (2006)。媒體的特性。2014 年 9 月 18 日，取自：  
[http://lms.ctl.cyut.edu.tw/course\\_open.php?courseID=18891&f=open\\_doc&cid=944835](http://lms.ctl.cyut.edu.tw/course_open.php?courseID=18891&f=open_doc&cid=944835)
- 邱皓政 (2010)。量化研究與統計分析：SPSS/PASW 資料分析範例解析 (第五版)。臺北：五南。
- 保護區生態旅遊輔導團 94 年度成果發表會 (1995)。臺北市：內政部營建署。
- 洪于婷、陳冠位、謝琦強、張曜麟 (2010)。大學生對溫泉區生態旅遊認知之研究，*嘉南學報*，36，554-564。

許秉翔(2011)。臺灣濕地生態旅遊的研究進展。 *Journal Of Rural Tourism Research* ,  
**5(1)** , 75-90。

曾華璧(2008)。臺灣的環境治理(1950-2000):基於生態現代化與生態國家理論  
的分析。 *台灣史研究* , **15(4)** , 121-148。 .

游美惠(2000)。內容分析、文本分析與論述分析在社會研究的運用。 *調查研究* ,  
**8** , 5-42。

黃躍雯(2006)。雪霸國家公園雪見地區的生態旅遊發展策略。 *中國地理學會會刊* ,  
**37** , 27-43。

黃躍雯(2009)。臺灣推動生態旅遊概念的再建構與省思。 *國家公園季刊* , **9** 月 ,  
96-99。

黃躍雯(2011)。台灣生態旅遊的發展與推動:從國家角色暨行動予以檢視。 *國家  
公園學報* , **21(1)** , 1-22。

楊秋霖(2007)。 *台灣的生態旅遊*。臺北:遠足文化。

劉建麟(2009)。生態保育結合生態旅遊發展之研究—以七股為例。 *農業推廣學報* ,  
**26** , 57-71。

蔡書玄、張長義(2006)。社區參與生態旅遊—以陽明山國家公園魚路古道結合八  
煙社區為例。 *臺大實驗林研究報告* , **20(4)** , 243-259。

鄭貞銘(1998)。從大眾傳播談雜誌發展。 *中華民國雜誌年鑑 1950-1998* , 頁 39-42。

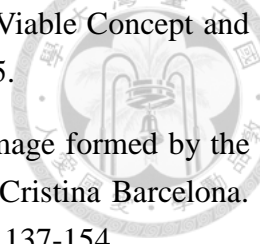
鄭錦祥(2001)。從書店角度出發 淺談台灣雜誌市場發展與行銷趨勢。 *中華民國  
九十年出版年鑑* , 頁 68-73。

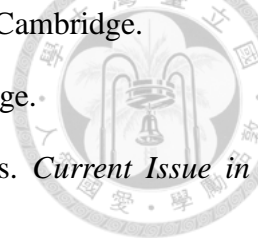
Anderecka, K. L., & Caldwell, L. L. (1994). The Influence of Tourists' Characteristics  
on Ratings of Information Sources for an Attraction. *Journal of Travel & Tourism  
Marketing*, 2(2-3), 171-190.

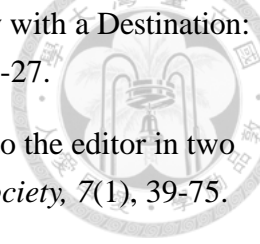
Blamey, R.K. (2001). Principle of ecotourism, In Weaver, D.B. (ed.). *The encyclopedia  
of ecotourism*, Wallingford: CABI, 5-22.

Boyd, S.M. and Butler, R. (1996), Managing ecotourism: An opportunity spectrum  
approach. *Tourism Management*, 17(8), 537-566.

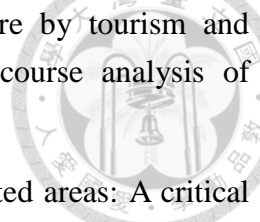
Buckley, R. (1994). A framework for ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 21(3),  
661-669.

- 
- Caldwell, L. K. (1994). Guest Editorial: Sustainable Development: Viable Concept and Attainable Goal?. *Environmental Conservation*, 21(03), 193-195.
- Campo, L. R., Brea, F. and Muñiz, R. (2011). Tourist destination image formed by the cinema: Barcelona positioning through the feature film Vicky Cristina Barcelona. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(1), 137-154.
- Capella, L. M., & Greco, A. J. (1987). Information sources of elderly for vacation decisions. *Annals of Tourism Research*, 14(1), 148-151.
- Ceballos-Lascurain, H. (1993). Ecotourism as a worldwide phenomenon. In: K. Lindberg, & D. Hawkins (Eds.), *Ecotourism: A guide for planners and managers* (pp. 12-14). North Bennington: The Ecotourism Society
- Ceballos-Lascurain, H. (1996). *Tourism, ecotourism, and protected areas: The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. Cambridge: IUCN.
- Ceballos-Lascurain, H. (1998). *Ecoturismo: naturaleza y desarrollo sostenible* (p. 7). Colônia Del Valle: Diana.
- Ceballos-Lascuráin, Héctor. (1993). *The IUCN Ecotourism Consultancy Programme*. México, DF.
- Ceballos-Lascurian, H. (1988). Tourism, ecotourism and protected areas. *Parks*, 12, 31-35.
- Choi, S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). Destination image representation on the web: content analysis of Macau travel-related websites. *Tourism Management*, 28(1), 118–129.
- Chon, K. S. (1990). The role of destination image in tourism: A review and discussion. *Tourism review*, 45(2), 2-9.
- Chouliaraki, L., & Fairclough, N. (1999). *Discourse in late modernity* (Vol. 2). Edinburgh: Edinburgh university press.
- Culler, J. (1981). Semiotics of tourism. *American Journal of Semiotics*, 1, 127-40.
- Echtner, C. M., & Prasad, P. (2003). The context of third world tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 660–682.
- Epler Wood, M., Gatz, F., & Lindberg, K. (1991). The Ecotourism Society: an action agenda. *Ecotourism and resource conservation*, 75-79.

- 
- Fairclough N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press: Cambridge.
- Fennell, D.A. (1999). *Ecotourism: An introduction*. London, Routledge.
- Fennell, D.A. (2001). A content analysis of ecotourism definitions. *Current Issue in Tourism*, 4(5), 403-421.
- Figgs, P. J. (1992). *Eco-Tourism Special Interest Or Major Direction?* Australian Conservation Foundation, July 1992.
- Goodall, B., & Ashworth, G. (Eds.). (2012). *Marketing in the tourism industry: The promotion of destination regions* (Vol. 1). Routledge.
- Hajer M. (1995). *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernization and the Policy Process*. Oxford University Press: New York.
- Hall, S. (1980). *Culture, media, language: working papers in cultural studies*, 1972-79. Routledge.
- Hetzer, W. (1965). Environment, tourism, culture. *Links*, 1(3).
- Hollinshead, K. (1999). Surveillance of the worlds of tourism: Foucault and the eye-of-power. *Tourism Management*, 20, 7-23.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Honey, M. (1999). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* Washington, D.C.: Island Press.
- Hudson, S., & Miller, G. A. (2005). The responsible marketing of tourism: the case of Canadian Mountain Holidays. *Tourism Management*, 26(2), 133-142.
- Manning, P. K. & B. Cullum-Swan (1994). Narrative, Content, and Semiotic Analysis. Pp. 464-477 In N.K. Denzin and Y. S. Lincoln (eds) *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman.
- Mercille, J. (2005). Media effects on image: the case of Tibet. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1039-1055.
- Miller, M.L. and Kaae, B.C. (1993). Coastal and marine ecotourism: A formula for sustainable development? *Trends*, 30(2), 35-41.

- 
- Milman A., Pizam A. (1995). The Role of Awareness and Familiarity with a Destination: The Central Florida Case. *Journal of Travel Research*, 33(3), 21-27.
- Mol, A. and A. Love (1996). A discourse of disillusionment: Letters to the editor in two Zinabwewan magazines 10 years after independence. *Discourse & Society*, 7(1), 39-75.
- Muloin, S. (1992). Wilderness access for persons with a disability: a discussion in Ecotourism Incorporating the Global Classroom. International Conference Papers, 20-25.
- Neumann, W. (2003). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches. Boston: Allyn and Bacon.
- Ogams MB. (1996). Using interpretation to manage nature-based tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 4(2), 81-94.
- Orams MB. (1995). Towards a more desirable form of ecotourism. *Tourism Management*, 16(1), 3-8.
- Orams, M. B. (1997). The effectiveness of environmental education: can we turn tourists into 'Greenies'?. *Progress in tourism and hospitality research*, 3, 295-306.
- Parker, S., & Weaver, D. B. (2001). The place of ecotourism in public policy and planning. *The encyclopedia of ecotourism*, 509-520.
- Ross, G. F. (1993). Ideal and Actual Images of Backpacker Visitors to Northern Australia. *Journal of Travel Research*, 32 (3), 54-57.
- Ross, S. and Wall, G. (1999). Ecotourism: Towards congruence between theory and practice, *Tourism Management*, 20(2), 123-132.
- Snepenger, D. & Snepenger (1993). Market structure analysis of media selection practices by travel services. In M. Uysal and D. Fesenmaier (Eds.) *Communication and Channel Systems in Tourism Marketing* (pp. 21-36). New York: The Haworth Press.
- Snepenger, D., & Snepenger, M. (1993). Information search by pleasure travelers. *Encyclopedia of hospitality and tourism*, 830-835.
- Snepenger, D., Meged, K., Snelling, M. & Worrall, K. (1990). Information search strategies by destination-naïve tourists. *Journal of Travel Research*, 29: 13-16.
- Snepenger, D., Meged, K., Snelling, M., & Worrall, K. (1990). Information Search Strategies B y Destination-Naive Tourists. *Journal of travel research*, 29(1), 13-16.



- 
- Stamou, A. G. and Paraskevopoulos, S. (2004). Images of nature by tourism and environmentalist discourses in visitors books: a critical discourse analysis of ecotourism. *Discourse & Society*, 15(1), 105-129.
- Stamou, A. G., & Paraskevopoulos, S. (2006). Representing protected areas: A critical discourse analysis of tourism destination building in a Greek travel magazine. *International Journal of Tourism Research*, 8(6), 431-449.
- The International Ecotourism Society (TIES). (2007). *Fact sheet: Global ecotourism*, Vermont, The International Ecotourism Society.
- Turner, R.K. (1993). *Sustainable environmental economics and management: Principles and practices*. London: Velhaven Press.
- United Nations Environment Programme and World Tourism Organization (2002). *The Quebec declaration on ecotourism*. UNEP and WTO.
- Valentine, P. S. (1993). Ecotourism and Nature Conservation: A Definition with Some Recent Developments in Micronesia. *Tourism Management*, 14(2), 107-115.
- Van Dijk TA. (1988). *News as Discourse*. Lawrence Erlbaum Associates: Hillsdale, NJ.
- Wallace, G. and Pierce, S.M. (1996). An evaluation of ecotourism in Amazonian Brazil. *Annals of Tourism Research*, 3: 843-873.
- Wan, C. S. (2002). The web sites of international tourist hotels and tour wholesalers in Taiwan. *Tourism Management*, 23(2), 155-160.
- Wight, P.A. (1993). Sustainable ecotourism: Balancing economic, environmental and social goals within an ethical framework. *The Journal of Tourism Studies*, 4(2), 54-66.
- Wimmer, R., & Dominick, J. (2013). *Mass media research*. Cengage Learning.
- Wood, M. E., Gatz, F., Linberg, K. (1991). *The Ecotourism Society: An Action Agenda*. Paper presented at 1991 2nd International symposium, Ecotourism and resource conservation; 75-79.
- Wood, M.E. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices and Policies for Sustainability*. U N Environmental Programme. Young, Washington DC.
- Zell, L. (1992). Ecotourism of the future - the vicarious experience' in Ecotourism Incorporating the Global Classroom. International Conference Papers, 30-35.

Ziffer, K. (1989). *Ecotourism: The Uneasy Alliance*. Conservation International and Ernst and Experience Evaluation.



## 附錄-A 文本目錄



表 A-1，從《國家公園季刊》所挑選出來的文本

NO.	年份	月份	文章名稱
1	2006	3	太魯閣國家公園生態旅遊
2	2006	5	立足東北亞第一高峰：玉山之美
3	2006	5	立足東北亞第一高峰：安全與救護
4	2006	5	閩式、南洋風味建築在金門
5	2006	5	生態武陵
6	2006	7	上草山聽蟬聲去
7	2006	7	護送螃蟹過馬路
8	2006	7	布洛灣，一處迴音繚繞的地方
9	2006	7	迷霧中的森林
10	2006	7	用「腳」認識國家公園：金包里大道
11	2006	7	用「腳」認識國家公園：八通關越道西段
12	2006	7	用「腳」認識國家公園：能高越嶺奇萊南峰步道
13	2006	7	用「腳」認識國家公園：金門國家公園步道
14	2006	7	用「腳」認識國家公園：海角幽境 龍坑海岸自然步道
15	2006	9	司馬庫斯守望家園
16	2006	9	琅嶠鷹季揭幕
17	2006	11	砂卡礑步道日與夜的自然觀察
18	2006	11	緣起鴛鴦—我看鏡頭裡的鴛鴦世界
19	2007	1	金門鳥類世界

NO.	年份	月份	文章名稱
20	2007	1	到金門看鸕鷀
21	2007	3	【特別企劃】百變海陸美麗新世界-東沙環礁國家公園
22	2007	9	生態旅遊部落篇：太魯閣同禮部落
23	2007	9	生態旅遊部落篇：阿里山達邦部落
24	2007	9	生態旅遊部落篇：墾丁社頂部落
25	2007	9	生態旅遊步道篇：林美石磬步道
26	2007	9	生態旅遊農場篇：石門阿里磅農場
27	2007	12	世界瑰寶 太魯閣峽谷
28	2008	3	望雪見山- 走訪雪見遊憩區
29	2008	3	引頸企盼終得月
30	2008	6	【公園行腳】樂音裊繞 迴盪山間
31	2008	6	【公園行腳】到墾丁 曬星星
32	2008	9	【公園行腳】與空中王者的相會
33	2008	12	【公園行腳】13.6 公里的綠色嚮導
34	2009	3	【封面故事】邂逅 夢想之境
35	2009	3	【專欄】黑面琵鷺不在時
36	2009	3	【公園行腳】烽火灼身的時光廊道
37	2009	3	【公園行腳】墾丁 25。肯定精彩
38	2009	6	【專欄】太魯閣砂卡礑步道夏夜賞蛙行
39	2009	6	【公園行腳】夏日合歡賞花趣
40	2009	9	【封面故事】謙卑學習 與山同行
41	2009	9	【公園行腳】攀向九頂峰
42	2009	12	【公園行腳】鋒芒畢露的秋天盛宴

NO.	年份	月份	文章名稱
43	2010	3	【公園行腳】尋幽炭古行
44	2010	6	【特別報導】造訪 南海明珠 - 前進東沙環礁國家公園特別報導
45	2010	6	【公園行腳】生態祕境 自然恩典
46	2010	9	【公園行腳】飛進 國家公園鳥世界
47	2010	12	【公園行腳】最大的自然教室
48	2011	3	【封面故事】霧林春暖 大地生息
49	2011	3	【公園行腳】國家公園騎步走
50	2011	6	【封面故事】夏遊 國家公園古道
51	2011	6	【公園行腳】與水偕行
52	2011	9	【封面故事】瑰寶重生
53	2011	9	【公園行腳】青春無限 國家公園 Youth Camp
54	2011	12	【封面故事】和諧你我他
55	2011	12	【萬象心視界】歡慶建國百年 用單車親近臺灣國家公園之美
56	2012	3	【特別企劃】嬉春季-多采多姿的春天花園-國家公園春季賞花導覽
57	2012	3	【特別企劃】嬉春季-春雷驚蟄 蟲蟲甦醒：國家公園 賞蟲趣
58	2012	3	【特別企劃】嬉春季-春溫暖，蛇先知：草山說蛇
59	2012	3	【特別企劃】嬉春季-冬候鳥的北返潮
60	2012	3	【文化原鄉】尋幽探古追八煙
61	2012	6	【特別企劃】夏豔·夏宴-夏迎城隍·品美食·賞文化：金門迎城隍

NO.	年份	月份	文章名稱
62	2012	6	【特別企劃】夏豔·夏宴-夏迎城隍·品美食·賞文化：跨海融合的滋味－2012 世界閩南文化節
63	2012	6	【文化原鄉】眺望家鄉的所在－望鄉部落
64	2012	9	【文化原鄉】社頂生態旅遊，創造多贏的夥伴關係
65	2012	12	【文化原鄉】鹿的太陽
66	2012	12	【美景當前】冬季限定 孟冬登高重拾美景
67	2012	12	【美景當前】青青台江 流連在綠色隧道
68	2013	3	【野外教室】上課好好玩 台江濕地學校
69	2013	3	【生態小旅行】享受在喧囂中的謐靜頂山- 石梯嶺步道
70	2013	6	【野外教室】墾丁潮向海洋 躲貓貓 - 海洋教室樂無窮
71	2013	6	【生態小旅行】台江巡禮
72	2013	6	【生態小旅行】到白楊步道 看山看水

表 A-2，從《野趣生活家》所挑選出來的文本

NO.	年份	月份	期數	名稱
1	2006	3	31	玉山·合歡山 嫣紅高山杜鵑
2	2006	3	31	坐小火車遊花海 阿里山 嬌嫩吉野櫻·一葉蘭
3	2006	3	31	梅峰農場 美麗饗宴 桃花朵朵開
4	2006	3	31	What's Hot? 台灣高山最漂亮的野花
5	2006	3	31	探尋五溝水的水域生物
6	2006	4	32	東北亞第一高峰 挑戰玉山 3952
7	2006	4	32	春遊福壽山 李花+桃花+梨花
8	2006	5	33	火金姑的記憶 螢火蟲生態世界

NO.	年份	月份	期數	名稱
9	2006	5	33	火金姑生態導覽
10	2006	5	33	螢蟲飛舞 絢爛寧夏 8 大賞螢最佳私房景點
11	2006	6	34	邂逅稀有水生植物 桃竹埤塘的生態世界
12	2006	8	36	大雪山社區 最自然的生態原味
13	2006	8	36	福山植物園 100%的綠色純淨
14	2006	8	36	明池 經驗北橫之珠
15	2006	8	36	棲蘭 探訪千年神木群
16	2006	8	36	深山裡的蘭花呼喚 野蘭風采探尋之旅
17	2006	9	37	繞山脊、跨深谷 RV 兜風行 走綠水河流步道看九曲洞
18	2006	9	37	一個在夏秋之間搖擺的地方 樂遊三芝 藝術·海浪·德國美食天堂
19	2006	9	37	金針花列車第三站 忘憂金針山 滿花遍野的絢爛
20	2006	9	37	貢寮·找尋青鱗魚 梯田中的嬌客身影
21	2006	9	37	難纏的挑戰級路線 百岳九嶂之雄 屏風山
22	2006	10	38	8 種古早味悠遊彰化
23	2006	10	38	騎遍彰化 5 大自行車道
24	2006	10	38	穿梭森林步道 漫步在雲仙發現綠色寶藏
25	2006	10	38	赴一場水果饗宴 清境山上採果樂
26	2006	10	38	精緻休閒農業一日遊 NEW 新屋賞綠意風情遊
27	2006	10	38	山與水的完美結合 天使的眼淚 嘉明湖 Powerful
28	2006	11	39	西部牛仔的原野生活 四重溪野外馬術渡假村
29	2006	11	39	一個築在海邊的窩 海巢民宿
30	2006	11	39	最自然的捕魚法 生態大觀園 馬太鞍溼地

NO.	年份	月份	期數	名稱
31	2006	12	40	沉靜在咖啡香氣裡 悠遊東山 175 咖啡公路
32	2006	12	40	迷人的生態步道 浪漫唯美的日月潭假期
33	2006	12	40	採草莓・泡湯・嚐薑料理 大湖的季節 限定美味
34	2006	12	40	賞魚、遊花田、看奇景 山中的花園南庄
35	2006	12	40	宜蘭寧靜山中村落 玉蘭，茶・飄香
36	2006	12	40	雲霧飄渺的原始森林 尋找北橫公路的夢中仙境
37	2006	12	40	關於螃蟹的故事 螃蟹博士 劉烘昌
38	2006	12	40	明媚動人的身影 水生植物外來客
39	2007	1	41	大雪山 200 林道雲的故鄉
40	2007	1	41	發現蕨類寶藏 綠色天堂 利嘉林道
41	2007	1	41	原始體驗 雲仙原野樂園
42	2007	2	42	府城 運鹽碼頭·四草湖·安平樹屋 尋野趣生態之旅
43	2007	2	42	關山鹿野 縱谷裡的一株幽蘭 穿梭花東的慢活旅遊
44	2007	2	42	福山植物園 煙雨濛濛下的悠哉
45	2007	3	43	譜一首我們的農村歌曲 精彩彰化遊
46	2007	3	43	大自然饗宴 山海相匯 台中 6 大生態旅遊景點
47	2007	4	44	尋找鎮西堡百年神木群
48	2007	4	44	鬼斧神工又一章 登錐麓大斷崖而小天下
49	2007	5	45	市區裡的世外桃源 日新島 發現水漾仙境
50	2007	5	45	綠色飛翔小鎮 鹿野 花東縱谷的恬靜天堂
51	2007	5	45	夏日踏青首選 烏來桶后 淨化身心之旅
52	2007	6	46	立川漁場 摸蜆仔兼洗褲
53	2007	6	46	二水鐵道 田野追風行



NO.	年份	月份	期數	名稱
54	2007	6	46	泥火山·濕地·森林 自然生態篇 天然的博物館
55	2007	6	46	鄭明修 催生海洋保護區
56	2008	2	54	玉里閃耀金黃花海
57	2008	2	54	深入臺灣最蠻荒地帶 丹大橫斷
58	2008	4	56	悠哉陽明山·北投
59	2008	6	58	拉拉山水蜜桃物語
60	2008	6	58	竹林·白蘭 鳥嘴山新體驗
61	2009	2	66	[特別企劃]涼山 魯木 農場自然生態 五峰鄉雪霸行
62	2009	2	66	[特別企劃]雙連埤 福山植物園 宜蘭燈會 好事連雙
63	2009	3	67	[特別企劃]無尾港·港邊社區 單車遊十大經典漁村
64	2009	3	67	[特別企劃]海山漁港 香山濕地生態豐
65	2009	4	68	[特別企劃]山中桃花源 花岩山林
66	2009	4	68	[特別企劃]拜訪青蛙老闆 綠屋民宿
67	2009	4	68	[特別企劃]大自然學校 馬武督探索森林
68	2009	4	68	陸地上的銀河 準園 在都市遇見螢火蟲
69	2009	7	71	太魯閣峽谷步道群系列記實(一) 合歡越嶺古道之錐麓古道
70	2009	8	72	[專題報導]森林牌冷氣 奧萬大 遇見全台最高吊橋
71	2009	8	72	[專題報導]瀑布牌冷氣 天溪園 塵封十年的清涼秘境
72	2009	9	73	[特別企劃]花蓮私房小徑 山脈下的生活藝術
73	2009	9	73	孤島物語 金門 震撼之島尋風情
74	2009	9	73	準園生態玩別意 OUTDOOR 野趣旅遊 親子同樂
75	2009	12	76	陽明山溫泉一日遊 草山泡湯行
76	2009	12	76	[花蓮馬太鞍]阿美族的綠色樂活哲學

NO.	年份	月份	期數	名稱
77	2010	1	77	綠色秘境森呼吸 台灣小瑞士 福壽山楓林之美
78	2010	2、3	78	[特別企劃]綠色元氣之旅 陽明山國家公園
79	2010	2、3	78	[特別企劃]沉浸永恆的山林之美 雪霸國家公園
80	2010	2、3	78	[特別企劃]巧奪天工深度之旅 太魯閣國家公園
81	2010	2、3	78	[特別企劃]聖山守護 奇峰之美 玉山國家公園
82	2010	2、3	78	[特別企劃]沙洲與溼地 多元生態樂園 台江國家公園
83	2010	2、3	78	[特別企劃]海角樂園 風情萬千 墾丁國家公園
84	2010	2、3	78	[特別企劃]戰爭、歷史、記憶 金門國家公園
85	2010	4	79	[特別企劃 鐵道篇]新城 與峽谷奇景精彩相遇
86	2010	4	79	後山勝境 慕谷慕魚夯溯溪
87	2010	5	80	征服三八八六公尺 雪山 站上聖稜線的感動
88	2010	6	80	[特別企劃] 避暑計畫 2 雪霸休閒農場 俯拾皆美景 雲海裡的家
89	2010	6	80	[特別企劃] 避暑計畫 5 福壽山 花與樹對話 悠享山居歲月
90	2010	6	81	部落風情+自然風景 拜訪 199 縣道上的桃花源
91	2010	6	81	台灣咖啡原鄉 惠蓀林場 與森林綠野共舞
92	2010	7	82	金門很野趣 迎接夏天的精靈 栗喉蜂虎
93	2010	7	82	東亞最高峰 一生至少挑戰一次 勇闖玉山 送給自己最特別禮物
94	2010	8	83	[特別企劃] 綠水假期 1 日月潭 絕美山水 訪她千遍也不厭倦
95	2010	8	83	一探神話之島的傳奇 海上看媽祖 無人島漫遊
96	2010	9	84	平易近人避暑勝地 蘇澳七星嶺
97	2010	10	85	新埔走逛 甜香柿餅 艷陽下的豐收顏色

NO.	年份	月份	期數	名稱
98	2010	10	85	國家公園舊地遊 與太魯閣來場大自然約會吧！
99	2010	10	85	豐富在地旅遊生活 特產結合創意 埔里新鮮玩
100	2010	11	86	[特別企劃]溫泉美地 1 國家公園 陽明山綠活 都會裡坐擁好湯泉
101	2010	11	86	[特別企劃]溫泉美地 2 田園鄉村 礁溪悠遊 風韻獨具溫泉地
102	2010	11	86	低碳旅遊健康又環保 單車凸全島 綠島正夯
103	2010	12	87	[特別企劃]山城度假 4 清新綠野地 棲蘭 回韻的森林采風
104	2010	12	87	紅葉片片映山巒 全台追楓 一年就等這一季
105	2010	12	87	迎接空中美麗嬌客 金門冬日很熱鬧 「鳥」事一籬筐
106	2011	1	88	關渡紅樹林 美景生態愜意行
107	2011	3	90	探尋太魯閣綠水道 處處見驚奇
108	2011	8	95	花蓮太魯閣 媲美世界遺產的秘境
109	2011	11	98	阿朗壹古道 可能會消失的美地
110	2011	12	99	黑琵夕照瀉湖漁情 在七股 冬遊正當時
111	2012	1	100	優遊特富野、達邦二大社 戰神的子民 阿里山鄒族探秘
112	2012	2	101	武陵 美麗的代名詞 魅力無法擋
113	2012	2	101	觀霧 雲端裡的美境 山色入簾青
114	2012	2	101	太魯閣 後山秘境 壯麗山水相隨
115	2012	2	101	龍坑 海蝕礁岩奇觀 生態大賞
116	2012	5	104	雲嵐飄渺間的悸動 絕美觀霧 只緣身在此山中
117	2012	5	104	放慢腳步細細欣賞 卡蹣南北竿 就愛馬祖的獨特韻味
118	2012	5	104	林間鳥聲啼不住，步履已過千重山 大雪山賞鳥 朝聖美地全都錄

NO.	年份	月份	期數	名稱
119	2012	6	105	夏日尋蝶活力頌 大屯山群芳譜 看大自然舞姬 展風情
120	2012	6	105	不只驚奇還有驚歎 離島中的小島 東莒東引的純靜美
121	2012	6	105	舞頌山林溪澗間 花蓮動靜皆美 ing 每回總有新悸動
122	2012	8	107	就愛蔚藍 奔赴海角天涯極樂地
123	2012	8	107	初探社頂部落 生態的異想世界
124	2012	8	107	納涼避暑良方 走入陽明山步道
125	2012	8	107	戀夏 38°C 大聲告訴你：金門沙灘解放了！
126	2012	11	110	合歡群峰 與清麗百岳輕鬆說 hello
127	2013	2、3	113	慢賞淡水河左右岸 遇雲霧水色
128	2013	2、3	113	忘憂的山居假期 武陵春之頌 花與樹與風的對話



## 附錄-B 文本各期主導性數據

表 B-1，從《國家公園季刊》挑選出來的文本之主導性數據

出版 年月	休閒娛樂 與經濟論述	休閒娛樂 與環境論述	經濟活動 與經濟論述	經濟活動 與環境論述	環境學習 與經濟論述	環境學習 與環境論述	保育與經 濟論述	保育與環 境論述	基礎設 施—服務 與 經濟論述	基礎設 施—服務 與 環境論述	文化遺產	知識
200603	103	0	211	175	138	0	0	0	0	162	228	234
200605	2797	805	175	0	0	52	36	1725	1481	445	368	188
200607	6961.833	1731	0	0	1443	103.3333	518	1421.833	885.5	319.5	1710.333	2365.667
200609	417	94.5	251.5	67	296	1432	41.5	587.5	195.5	70.5	0	1090
200611	496	1021	0	0	927	2958	55	55	0	0	0	2072
200701	891.5	220.5	0	0	1426	5438.5	60.5	817	0	0	106	279
200703	190.5	85.5	0	0	0	0	16.5	336.5	190.5	0	425	558
200709	960	871	2525	904	50	378	206	1755.5	517	499	184	1689
200712	674	0	0	0	165.5	165.5	0	0	0	0	0	1345

出版 年月	休閒娛樂 與經濟論述	休閒娛樂 與環境論述	經濟活動 與經濟論述	經濟活動 與環境論述	環境學習 與經濟論述	環境學習 與環境論述	保育與經 濟論述	保育與環 境論述	基礎設 施—服務 與 經濟論述	基礎設 施—服務 與 環境論述	文化遺產	知識
200803	59	0	0	0	254	240	0	0	544	0	1043	311
200806	302	326	0	0	0	0	0	0	1027	0	0	1215
200809	339.5	244.5	0	0	0	1306	52	159	0	0	0	148
200812	357.5	244.5	0	0	0	494	0	90	264.5	184.5	501	212
200903	272	0	0	212	0	0	0	2087.5	375	616	1164	174
200906	436	595	0	0	141	1994	0	78	0	0	0	0
200909	444	184	0	0	55.5	497.5	0	1025	204.5	53.5	0	0
200912	174	0	0	0	108	388	0	0	0	0	194	0
201003	446	0	0	0	0	133	0	0	0	0	608	828
201006	328.5	82.5	0	0	30	1260	115.5	1834.5	65	65	0	1911
201009	512	485	0	0	0	1153	0	276	0	53	0	0
201012	106	0	0	0	0	304	0	1113	0	55	0	0

201103	1438.5	263.5	0	0	0	1450	0	697	396	505	531	1588
出版 年月	休閒娛樂 與經濟論述	休閒娛樂 與環境論述	經濟活動 與經濟論述	經濟活動 與環境論述	環境學習 與經濟論述	環境學習 與環境論述	保育與經 濟論述	保育與環 境論述	基礎設 施—服務 與 經濟論述	基礎設 施—服務 與 環境論述	文化遺產	知識
201106	1295.5	710.5	0	0	0	0	0	492	120	72	2655	1295
201109	1905.75	695.75	196	201	225	517	136	1291	225	304	254.5	263
201112	305	419	297	359	0	0	18	2365	0	53	0	0
201203	2096.333	896.5	173.5	177.5	1153.167	4237	33	1354	54	0	498	1501
201206	99	0	269.5	62.5	0	0	0	0	417	107	0	2878
201209	0	0	1358.5	274.5	0	0	0	307	0	0	0	449
201212	842	0	0	0	16.5	383.5	0	274	0	0	94	2018
201303	923	0	0	0	918.5	623.5	0	0	13	13	0	0
201306	1219	267	250.5	54.5	406.5	1273.5	0	529	100	196	463	765
總計	27391.42	10242.25	5707.5	2487	7753.667	26781.33	1288	20670.33	7074.5	3773	11026.83	25376.67

註：主導性的數值表示實際的字數。







表 B-2，從《野趣生活家》挑選出來的文本之主導性數據

出版年月	休閒娛樂與經濟論述	休閒娛樂與環境論述	經濟活動與經濟論述	經濟活動與環境論述	環境學習與經濟論述	環境學習與環境論述	保育與經濟論述	保育與環境論述	基礎設施—服務與經濟論述	基礎設施—服務與環境論述	文化遺產	知識
200603	2793	0	0	0	2025.5	1981.5	89.5	339.5	139	0	0	311
200604	987.5	97.5	307	0	0	0	0	0	128	0	0	223
200605	1726.5	100.5	0	0	1144.5	1235.5	0	95	728.5	20.5	0	0
200606	169	0	0	0	166.5	166.5	63	546	0	0	0	325
200608	2370	0	94	0	436.5	436.5	133	292	675.5	55.5	0	124
200609	1225	70	131	0	614	614	57.5	100.5	1083.5	44.5	162	622
200610	2387.5	186.5	426.5	20.5	452	242	131	173	1920	0	413	0
200611	921.5	74.5	164	0	0	0	0	0	1163	0	0	729
200612	3370.5	148.5	1198	0	1023	1225	106	297	2891	0	0	1402
200701	1691	28	318	0	0	0	0	123	214	195	0	121
200702	837.5	94.5	187.5	71.5	160	0	0	125	577.5	50.5	515	78

出版年月	休閒娛樂與經濟論述	休閒娛樂與環境論述	經濟活動與經濟論述	經濟活動與環境論述	環境學習與經濟論述	環境學習與環境論述	保育與經濟論述	保育與環境論述	基礎設施—服務與經濟論述	基礎設施—服務與環境論述	文化遺產	知識
200703	1855	0	151	0	25	164.5	0	91	147	0	0	0
200704	598	0	84	0	0	0	0	0	388	0	209	166
200705	1638	0	349	0	0	0	0	0	544	0	44	0
200706	583.5	45.5	418	23	70	70	66	306	152	0	0	569
200802	305	0	130	0	0	0	0	0	106	0	0	101
200804	311	54	272	0	0	0	0	0	391	0	225	36
200806	629.5	128.5	744	0	0	0	0	0	0	0	0	691
200902	617	0	218	0	0	264	0	87	807	0	0	103
200903	80	0	758	139	160	124	0	0	0	0	0	71
200904	683	0	221	290	592	300	0	350	950	34	82	647
200907	0	0	0	0	0	0	0	0	377	47	321	497
200908	106	106	0	0	113.5	113.5	0	0	135.5	258.5	0	707

200909	194	0	134	0	305	94	0	0	623.5	166.5	928	808
200912	449	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1091
出版 年月	休閒娛樂 與 經濟論述	休閒娛樂 與 環境論述	經濟活動 與 經濟論述	經濟活動 與 環境論述	環境學習 與 經濟論述	環境學習 與 環境論述	保育 與 經濟論述	保育 與 環境論述	基礎設 施—服務 與 經濟論述	基礎設 施—服務 與 環境論述	文化遺產	知識
201001	567	0	33	0	0	0	0	0	0	0	61	136
201002、03	1849.5	213.5	322	0	295.5	566.5	275.5	1035.5	289.5	180.5	876	2989
201004	988	0	454	0	0	0	0	71	871	125	82	504
201005	1583	0	0	0	0	0	0	0	182	0	0	0
201006	1469	0	811	0	25.5	25.5	0	0	211	0	131	626
201007	1097	155	0	0	0	0	0	0	231.5	147.5	0	0
201008	1717	48	187	0	145	145	0	369	1018	0	0	136
201009	445	0	90	0	0	0	0	0	195	75	0	328
201010	666	77	669	24	0	0	65.5	65.5	1060.5	158.5	542	403
201011	2493	36	470	0	112.5	49.5	62	106	1797	0	598	498

201012	2021.5	141.5	370	0	243	243	0	99	1380.5	82.5	118	188
201101	649	0	0	0	29.5	287.5	0	215	110.5	42.5	132	0
201103	805	108	0	0	64.5	174.5	0	0	224	0	0	521
出版 年月	休閒娛樂 與 經濟論述	休閒娛樂 與 環境論述	經濟活動 與 經濟論述	經濟活動 與 環境論述	環境學習 與 經濟論述	環境學習 與 環境論述	保育 與 經濟論述	保育 與 環境論述	基礎設 施—服務 與 經濟論述	基礎設 施—服務 與 環境論述	文化遺產	知識
201108	1029	0	0	0	0	0	0	0	498	70	0	219
20111	927	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	139
201112	699	0	92	0	55	100	0	106	446.5	37.5	0	0
201201	234	0	571	202	0	0	0	0	323.5	34.5	157	2103
201202	3912	291	0	0	152	179	0	0	776	32	247	534
201205	799.5	505.5	0	0	0	0	0	41	137	0	90	0
201206	2120.5	411.5	267	0	321	321	0	237	1178.5	238.5	1035	609
201208	2640.5	519.5	956	28	134	102	105	422	1176	89	616	1248
201211	1756	176	90	0	0	0	0	0	144	0	128	0

201202、03	882	108	40	0	0	109	0	194	935.5	194.5	217	419
總計	57877.5	3924.5	11727	798	8865	9333.5	1154	5886	27326.5	2379.5	7929	21022

註：主導性的數值表示實際的字數。

## 附錄-C 主題類目的 ANOVA 分析



### 一、 檢驗《國家公園季刊》文本的主題中，各類目之間是否顯著不同

表 C-1，在《國家公園季刊》的文本中，主題主導性的描述性統計資料

主題類目	N	平均數	標準偏差	標準錯誤	平均值的 95% 信賴區間	
					下限	上限
休閒娛樂	31	1213.989	1648.542	296.086	609.299	1818.679
經濟活動	31	264.338	670.795	120.478	18.288	510.388
環境學習	31	1114.032	1601.120	287.569	526.736	1701.328
保育	31	708.333	771.586	138.580	425.313	991.353
基礎設施— 服務	31	349.919	470.887	84.573	177.196	522.642
文化遺產	31	355.704	588.333	105.667	139.901	571.506
知識	31	818.602	838.965	150.682	510.867	1126.337
總計	217	689.274	1087.012	73.791	543.831	834.717

註：主導性的數值表示實際的字數。

表 C-2，在《國家公園季刊》的文本中，主題主導性的變異數同質性測試

Levene 統計資料	df1	df2	顯著性
4.948	6	210	<b>.000</b>



表 C-3，在《國家公園季刊》的文本中，主題主導性的平均值等式穩健測試

	統計資料 <sup>a</sup>	df1	df2	顯著性
Welch	4.137	6	92.073	<b>.001</b>
Brown-Forsythe(B)	4.188	6	114.106	<b>.001</b>

表 C-4，在《國家公園季刊》的文本中，主題主導性的事後測試（Dunnett T3 多重比較）

(I) 主題類目	(J) 主題類目	平均差異 (I-J)	標準錯誤	顯著性	95% 信賴區間	
					下限	上限
休閒娛樂	經濟活動	949.650	319.660	0.095	-80.121	1979.422
	環境學習	99.956	412.751	1.000	-1202.583	1402.497
	保育	505.655	326.913	0.919	-543.162	1554.474
	基礎設施— 服務	864.069	307.928	0.146	-136.258	1864.398
	文化遺產	858.284	314.377	0.170	-158.003	1874.573
	知識	395.387	332.223	0.993	-667.729	1458.503
經濟活動	休閒娛樂	-949.650	319.660	0.095	-1979.422	80.121
	環境學習	-849.693	311.787	0.169	-1853.272	153.885
	保育	-443.994	183.629	0.310	-1023.915	135.925
	基礎設施— 服務	-85.580	147.199	1.000	-552.257	381.096
	文化遺產	-91.366	160.252	1.000	-597.411	414.680
	知識	-554.263	192.926	0.109	-1164.257	55.731
環境學習	休閒娛樂	-99.957	412.752	1.000	-1402.497	1202.583

	經濟活動	849.694	311.787	0.169	-153.886	1853.273
	保育	405.699	319.219	0.986	-617.524	1428.922
	基礎設施— 服務	764.113	299.748	0.253	-209.089	1737.315
	文化遺產	758.328	306.369	0.290	-231.340	1747.996
	知識	295.430	324.656	1.000	-742.530	1333.391
保育	休閒娛樂	-505.656	326.913	0.919	-1554.474	543.163
	經濟活動	443.995	183.629	0.310	-135.926	1023.915
	環境學習	-405.699	319.219	0.986	-1428.922	617.524
	基礎設施— 服務	358.414	162.350	0.462	-158.239	875.067
	文化遺產	352.629	174.271	0.608	-198.863	904.122
	知識	-110.269	204.719	1.000	-756.471	535.933
基礎設 施—服務	休閒娛樂	-864.070	307.929	0.146	-1864.398	136.258
	經濟活動	85.581	147.200	1.000	-381.097	552.258
	環境學習	-764.113	299.748	0.253	-1737.315	209.089
	保育	-358.414	162.350	0.462	-875.067	158.239
	文化遺產	-5.785	135.346	1.000	-433.714	422.144
	知識	-468.683	172.795	0.168	-1019.956	82.590
文化遺產	休閒娛樂	-858.285	314.377	0.170	-1874.573	158.003
	經濟活動	91.366	160.252	1.000	-414.680	597.411
	環境學習	-758.328	306.369	0.290	-1747.996	231.340
	保育	-352.629	174.271	0.608	-904.122	198.863



	基礎設施— 服務	5.785	135.346	1.000	-422.144	433.714
	知識	-462.898	184.041	0.256	-1046.388	120.592
知識	休閒娛樂	-395.387	332.224	0.993	-1458.504	667.730
	經濟活動	554.263	192.926	0.109	-55.731	1164.257
	環境學習	-295.430	324.656	1.000	-1333.391	742.530
	保育	110.269	204.719	1.000	-535.933	756.471
	基礎設施— 服務	468.683	172.795	0.168	-82.590	1019.956
	文化遺產	462.898	184.041	0.256	-120.592	1046.388

註：因變數為主導性，主導性數值表示實際的字數。

## 二、 檢驗《野趣生活家》文本的主題中，各類目之間是否顯著不同

表 C-5，在《野趣生活家》的文本中，主題主導性的描述性統計資料

主題類目	N	平均數	標準偏 差	標準錯 誤	平均值的 95% 信 賴區間		最小值
					下限	上限	
休閒娛樂	48	1287.54 2	963.4237	139.0582	1007.793	1567.291	.0
經濟活動	48	260.938	302.7833	43.7030	173.018	348.857	.0
環境學習	48	379.135	741.4459	107.0185	163.842	594.429	.0
保育	48	146.667	237.2314	34.2414	77.782	215.551	.0

基礎設施— 服務	48	618.875	600.4709	86.6705	444.516	793.234	.0
文化遺產	48	165.188	265.1803	38.2755	88.187	242.188	.0
知識	48	437.958	567.7631	81.9495	273.097	602.820	.0
總計	33 6	470.900	684.5541	37.3455	397.439	544.362	.0

註：主導性的數值表示實際的字數。

表 C-6，在《野趣生活家》的文本中，主題主導性的變異數同質性測試

Levene 統計資料	df1	df2	顯著性
13.870	6	329	<b>.000</b>

表 C-7，在《野趣生活家》的文本中，主題主導性的平均值等式穩健測試

	統計資料 <sup>a</sup>	df1	df2	顯著性
Welch	15.405	6	143.327	.000
Brown-Forsythe(B)	22.149	6	188.117	.000
a. F 值已漸進發佈。				

表 C-8，在《野趣生活家》的文本中，主題主導性的事後測試（Dunnett T3 多重比較）

(I) 主題類目	(J) 主題類目	平均差異 (I-J)	標準錯誤	顯著性	95% 信賴區間	
					下限	上限
休閒娛樂	經濟活動	1026.6042*	145.7640	<b>.000</b>	565.368	1487.841
	環境學習	908.4063*	175.4712	<b>.000</b>	361.784	1455.029
	保育	1140.8750*	143.2120	<b>.000</b>	686.410	1595.340
	基礎設施—服務	668.6667*	163.8566	<b>.002</b>	156.534	1180.800
	文化遺產	1122.3542*	144.2297	<b>.000</b>	665.204	1579.504
	知識	849.5833*	161.4092	<b>.000</b>	344.570	1354.597
經濟活動	休閒娛樂	-1026.6042*	145.7640	<b>.000</b>	-1487.841	-565.368
	環境學習	-118.1979	115.5981	.999	-482.452	246.056
	保育	114.2708	55.5196	.577	-58.645	287.187
	基礎設施—服務	-357.9375*	97.0656	<b>.009</b>	-662.565	-53.310
	文化遺產	95.7500	58.0944	.880	-84.999	276.499
	知識	-177.0208	92.8745	.703	-468.172	114.130

環境學習	休閒娛樂	-908.4063*	175.4712	<b>.000</b>	-1455.02 9	-361.784
	經濟活動	118.1979	115.5981	.999	-246.056	482.452
	保育	232.4688	112.3629	.571	-122.989	587.926
	基礎設 施—服務	-239.7396	137.7125	.825	-668.490	189.011
	文化遺產	213.9479	113.6572	.721	-145.001	572.897
	知識	-58.8229	134.7913	1.000	-478.747	361.101
保育	休閒娛樂	-1140.8750*	143.2120	<b>.000</b>	-1595.34 0	-686.410
	經濟活動	-114.2708	55.5196	.577	-287.187	58.645
	環境學習	-232.4688	112.3629	.571	-587.926	122.989
	基礎設 施—服務	-472.2083*	93.1893	<b>.000</b>	-766.025	-178.392
	文化遺產	-18.5208	51.3565	1.000	-178.285	141.244
	知識	-291.2917*	88.8155	<b>.034</b>	-571.037	-11.547
基礎設 施—服務	休閒娛樂	-668.6667*	163.8566	<b>.002</b>	-1180.80 0	-156.534
	經濟活動	357.9375*	97.0656	<b>.009</b>	53.310	662.565
	環境學習	239.7396	137.7125	.825	-189.011	668.490
	保育	472.2083*	93.1893	<b>.000</b>	178.392	766.025
	文化遺產	453.6875*	94.7459	<b>.000</b>	155.571	751.804
	知識	180.9167	119.2791	.938	-190.060	551.894

文化遺產	休閒娛樂	-1122.3542*	144.2297	<b>.000</b>	-1579.50 4	-665.204
	經濟活動	-95.7500	58.0944	.880	-276.499	84.999
	環境學習	-213.9479	113.6572	.721	-572.897	145.001
	保育	18.5208	51.3565	1.000	-141.244	178.285
	基礎設施—服務	-453.6875*	94.7459	<b>.000</b>	-751.804	-155.571
	知識	-272.7708	90.4474	.072	-557.056	11.514
知識	休閒娛樂	-849.5833*	161.4092	<b>.000</b>	-1354.59 7	-344.570
	經濟活動	177.0208	92.8745	.703	-114.130	468.172
	環境學習	58.8229	134.7913	1.000	-361.101	478.747
	保育	291.2917*	88.8155	<b>.034</b>	11.547	571.037
	基礎設施—服務	-180.9167	119.2791	.938	-551.894	190.060
	文化遺產	272.7708	90.4474	.072	-11.514	557.056

註：因變數為主導性，主導性數值表示實際的字數。

## 附錄-D 論點類目的 ANOVA 分析



### 一、 檢驗《國家公園季刊》文本的論點中，各類目之間是否顯著不同

表 D-1，在《國家公園季刊》的文本中，論點主導性的描述性統計資料

論點類目	N	平均數	標準偏差	標準錯誤	平均值的 95% 信賴區間	
					下限	上限
經濟論點	31	1587.583	1894.494	340.261	892.677	2282.489
環境論點	31	2063.030	1760.431	316.183	1417.298	2708.761
總計	62	1825.306	1829.407	232.335	1360.724	2289.889

註：主導性的數值表示實際的字數。

表 D-2，在《國家公園季刊》的文本中，論點主導性的變異數同質性測試

Levene 統計資料	df1	df2	顯著性
.447	1	60	<b>.506</b>

表 D-3，在《國家公園季刊》的文本中，論點主導性的變異數分析

	平方和	df	平均值平方	F	顯著性	
群組之間	3503761.404	1	3503761.404	1.048	<b>.310</b>	
在群組內	200646785.932	60	3344113.099			
總計	204150547.336	61				

二、 檢驗《野趣生活家》文本的論點中，各類目之間是否顯著不同

表 D-4，在《野趣生活家》的文本中，論點主導性的描述性統計資料

論點類目	N	平均數	標準偏差	標準錯誤	平均值的 95% 信賴區間	
					下限	上限
經濟論點	48	2228.125	1676.9093	242.041	1741.201	2715.049
環境論點	48	465.031	530.4344	76.5616	311.009	619.053
總計	96	1346.578	1521.748	155.3128	1038.243	1654.913

註：主導性的數值表示實際的字數。



表 D-5，在《野趣生活家》的文本中，論點主導性的變異數同質性測試

Levene 統計資料	df1	df2	顯著性
28.478	1	94	<b>.000</b>

表 D-6，在《野趣生活家》的文本中，論點主導性的變異數分析

	平方和	df	平均值平方	F	顯著性
群組之間	74603989.711	1	74603989.71 1	48.235	<b>.000</b>
在群組內	145389114.453	94	1546692.707		
總計	219993104.164	95			



## 附錄-E 描述類目的 ANOVA 分析



### 一、 檢驗《國家公園季刊》文本的描述中，各類目之間是否顯著不同

表 E-1，在《國家公園季刊》的文本中，描述主導性的描述性統計資料

描述類目	N	平均數	標準偏差	標準錯誤	平均值的 95% 信賴區間	
					下限	上限
休閒娛樂（經濟論點）	31	883.594	1304.583	234.310	405.069	1362.119
經濟活動（經濟論點）	31	184.113	503.350	90.404	-0.517	368.743
環境學習（經濟論點）	31	250.118	434.430	78.026	90.768	409.469
保育（經濟論點）	31	41.548	100.528	18.055	4.675	78.422
基礎設施—服務（經濟論點）	31	228.210	352.179	63.253	99.029	357.390
休閒娛樂（環境論點）	31	330.395	411.945	73.988	179.293	481.498
經濟活動（環境論點）	31	80.226	180.810	32.474	13.904	146.547
環境學習（環境論點）	31	863.914	1282.090	230.270	393.640	1334.188
保育（環境論點）	31	666.785	726.260	130.440	400.391	933.179
基礎設施—服務（環境論點）	31	121.710	178.232	32.011	56.334	187.086
總計	310	365.061	739.578	42.005	282.409	447.714





表 E-2，在《國家公園季刊》的文本中，描述主導性的變異數同質性測試

Levene 統計資料	df1	df2	顯著性
10.044	9	300	<b>.000</b>

表 E-3，在《國家公園季刊》的文本中，描述主導性的平均值等式穩健測試

	統計資料 <sup>a</sup>	df1	df2	顯著性
Welch	7.523	9	118.731	<b>.000</b>
Brown-Forsythe(B)	6.764	9	109.260	<b>.000</b>

a. F 值已漸進發佈。

表 E-4，在《國家公園季刊》的文本中，描述主導性的事後測試（Dunnett T3 多重比較）

(I) 描述類目	(J) 描述類目	平均差異 (I-J)	標準錯誤	顯著 性	95% 信賴區間	
					下限	上限
休閒娛樂 (經濟論 點)	經濟活動 (經濟論點)	699.4811613	251.1456456	.274	-177.205615	1576.167938
	環境學習 (經濟論點)	633.4757742	246.9600212	.420	-232.143317	1499.094866
	保育 (經濟論點)	842.0456774*	235.0046709	<b>.047</b>	5.919057	1678.172298
	基礎設施—服 務 (經濟論點)	655.3843871	242.6977165	.331	-199.335547	1510.104321
	休閒娛樂 (環境論點)	553.1989032	245.7139640	.665	-309.193480	1415.591286
	經濟活動 (環境論點)	803.3682581	236.5497615	.073	-36.371664	1643.108180
	環境學習 (環境論點)	19.6800871	328.5201948	1.000	-1099.128684	1138.488859

	保育 (環境論點)	216.8091290	268.1712454	1.000	-707.976910	1141.595168
	基礎設施—服務 (環境論點)	761.8843871	236.4866323	.112	-77.706650	1601.475424
經濟活動 (經濟論 點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-699.4811613	251.1456456	.274	-1576.167938	177.205615
	環境學習 (經濟論點)	-66.0053871	119.4193672	1.000	-473.088117	341.077343
	保育 (經濟論點)	142.5645161	92.1896335	.989	-183.635747	468.764780
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-44.0967742	110.3354647	1.000	-421.850755	333.657206
	休閒娛樂 (環境論點)	-146.2822581	116.8207400	1.000	-544.826269	252.261753
	經濟活動 (環境論點)	103.8870968	96.0599962	1.000	-232.128907	439.903100
	環境學習 (環境論點)	-679.8010742	247.3807825	.296	-1542.892910	183.290761
	保育 (環境論點)	-482.6720323	158.7058601	.141	-1026.173005	60.828940
	基礎設施—服務 (環境論點)	62.4032258	95.9044341	1.000	-273.202262	398.008713
環境學習 (經濟論 點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-633.4757742	246.9600212	.420	-1499.094866	232.143317
	經濟活動 (經濟論點)	66.0053871	119.4193672	1.000	-341.077343	473.088117
	保育 (經濟論點)	208.5699032	80.0877350	.396	-74.237257	491.377063
	基礎設施—服務 (經濟論點)	21.9086129	100.4441713	1.000	-320.822459	364.639685
	休閒娛樂 (環境論點)	-80.2768710	107.5276804	1.000	-446.514986	285.961244

	經濟活動 (環境論點)	169.8924839	84.5141387	.841	-124.435758	464.220726
	環境學習 (環境論點)	-613.7956871	243.1303525	.450	-1465.606654	238.015280
	保育 (環境論點)	-416.6666452	151.9956144	.290	-939.552283	106.218992
	基礎設施—服務 (環境論點)	128.4086129	84.3372826	.992	-165.437177	422.254402
保育 (經濟論 點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-842.0456774*	235.0046709	<b>.047</b>	-1678.172298	-5.919057
	經濟活動 (經濟論點)	-142.5645161	92.1896335	.989	-468.764780	183.635747
	環境學習 (經濟論點)	-208.5699032	80.0877350	.396	-491.377063	74.237257
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-186.6612903	65.7797446	.252	-418.058601	44.736020
	休閒娛樂 (環境論點)	-288.8467742*	76.1586851	<b>.025</b>	-557.549605	-20.143943
	經濟活動 (環境論點)	-38.6774194	37.1561960	1.000	-166.815844	89.461006
	環境學習 (環境論點)	-822.3655903*	230.9768637	.050	-1644.131700	-.599480
	保育 (環境論點)	-625.2365484*	131.6837502	<b>.002</b>	-1092.711114	-157.761983
基礎設 施—服務 (經濟論 點)	基礎設施—服 務 (環境論點)	-80.1612903	36.7521496	.723	-206.844056	46.521475
	休閒娛樂 (經濟論點)	-655.3843871	242.6977165	.331	-1510.104321	199.335547
	經濟活動 (經濟論點)	44.0967742	110.3354647	1.000	-333.657206	421.850755
	環境學習 (經濟論點)	-21.9086129	100.4441713	1.000	-364.639685	320.822459
	保育 (經濟論點)	186.6612903	65.7797446	.252	-44.736020	418.058601

	休閒娛樂 (環境論點)	-102.1854839	97.3402875	1.000	-434.045984	229.675016
	經濟活動 (環境論點)	147.9838710	71.1025256	.796	-97.898747	393.866489
	環境學習 (環境論點)	-635.7043000	238.7997023	.355	-1476.407485	204.998885
	保育 (環境論點)	-438.5752581	144.9675698	.156	-940.881387	63.730871
	基礎設施—服務 (環境論點)	106.5000000	70.8922192	.994	-138.777172	351.777172
休閒娛樂 (環境論 點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-553.1989032	245.7139640	.665	-1415.591286	309.193480
	經濟活動 (經濟論點)	146.2822581	116.8207400	1.000	-252.261753	544.826269
	環境學習 (經濟論點)	80.2768710	107.5276804	1.000	-285.961244	446.514986
	保育 (經濟論點)	288.8467742*	76.1586851	<b>.025</b>	20.143943	557.549605
	基礎設施—服務 (經濟論點)	102.1854839	97.3402875	1.000	-229.675016	434.045984
	經濟活動 (環境論點)	250.1693548	80.8006168	.134	-30.742636	531.081346
	環境學習 (環境論點)	-533.5188161	241.8645661	.701	-1382.041067	315.003435
	保育 (環境論點)	-336.3897742	149.9625514	.673	-853.203732	180.424184
	基礎設施—服務 (環境論點)	208.6854839	80.6156143	.399	-71.715227	489.086195
經濟活動 (環境論 點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-803.3682581	236.5497615	.073	-1643.108180	36.371664
	經濟活動 (經濟論點)	-103.8870968	96.0599962	1.000	-439.903100	232.128907
	環境學習 (經濟論點)	-169.8924839	84.5141387	.841	-464.220726	124.435758

	保育 (經濟論點)	38.6774194	37.1561960	1.000	-89.461006	166.815844
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-147.9838710	71.1025256	.796	-393.866489	97.898747
	休閒娛樂 (環境論點)	-250.1693548	80.8006168	.134	-531.081346	30.742636
	環境學習 (環境論點)	-783.6881710	232.5487173	.078	-1609.132351	41.756009
	保育 (環境論點)	-586.5591290*	134.4217408	<b>.005</b>	-1060.663957	-112.454301
	基礎設施—服務 (環境論點)	-41.4838710	45.5995049	1.000	-196.776924	113.809182
環境學習 (環境論 點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-19.6800871	328.5201948	1.000	-1138.488859	1099.128684
	經濟活動 (經濟論點)	679.8010742	247.3807825	.296	-183.290761	1542.892910
	環境學習 (經濟論點)	613.7956871	243.1303525	.450	-238.015280	1465.606654
	保育 (經濟論點)	822.3655903*	230.9768637	.050	.599480	1644.131700
	基礎設施—服務 (經濟論點)	635.7043000	238.7997023	.355	-204.998885	1476.407485
	休閒娛樂 (環境論點)	533.5188161	241.8645661	.701	-315.003435	1382.041067
	經濟活動 (環境論點)	783.6881710	232.5487173	.078	-41.756009	1609.132351
	保育 (環境論點)	197.1290419	264.6486975	1.000	-714.967302	1109.225386
	基礎設施—服務 (環境論點)	742.2043000	232.4845017	.119	-83.088301	1567.496901
保育	休閒娛樂 (經濟論點)	-216.8091290	268.1712454	1.000	-1141.595168	707.976910

(環境論點)	經濟活動 (經濟論點)	482.6720323	158.7058601	.141	-60.828940	1026.173005
	環境學習 (經濟論點)	416.6666452	151.9956144	.290	-106.218992	939.552283
	保育 (經濟論點)	625.2365484*	131.6837502	<b>.002</b>	157.761983	1092.711114
	基礎設施—服務 (經濟論點)	438.5752581	144.9675698	.156	-63.730871	940.881387
	休閒娛樂 (環境論點)	336.3897742	149.9625514	.673	-180.424184	853.203732
	經濟活動 (環境論點)	586.5591290*	134.4217408	<b>.005</b>	112.454301	1060.663957
	環境學習 (環境論點)	-197.1290419	264.6486975	1.000	-1109.225386	714.967302
	基礎設施—服務 (環境論點)	545.0752581*	134.3106176	<b>.012</b>	71.245934	1018.904582
基礎設施—服務 (環境論點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-761.8843871	236.4866323	.112	-1601.475424	77.706650
	經濟活動 (經濟論點)	-62.4032258	95.9044341	1.000	-398.008713	273.202262
	環境學習 (經濟論點)	-128.4086129	84.3372826	.992	-422.254402	165.437177
	保育 (經濟論點)	80.1612903	36.7521496	.723	-46.521475	206.844056
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-106.5000000	70.8922192	.994	-351.777172	138.777172
	休閒娛樂 (環境論點)	-208.6854839	80.6156143	.399	-489.086195	71.715227
	經濟活動 (環境論點)	41.4838710	45.5995049	1.000	-113.809182	196.776924
	環境學習 (環境論點)	-742.2043000	232.4845017	.119	r-1567.496901	83.088301
	保育 (環境論點)	-545.0752581*	134.3106176	<b>.012</b>	-1018.904582	-71.245934



註：因變數為主導性，主導性數值表示實際的字數。



## 二、 檢驗《野趣生活家》文本的描述中，各類目之間是否顯著不同

表 E-5，在《野趣生活家》的文本中，描述主導性的描述性統計資料

描述類目	N	平均數	標準偏 差	標準錯 誤	平均值的 95% 信 賴區間	
					下限	上限
休閒娛樂（經濟論點）	48	1205.781	903.6406	130.4293	943.391	1468.171
經濟活動（經濟論點）	48	244.313	285.8966	41.2656	161.297	327.328
環境學習（經濟論點）	48	184.688	370.9480	53.5417	76.975	292.400
保育（經濟論點）	48	24.042	53.2043	7.6794	8.593	39.491
基礎設施—服務（經濟 論點）	48	569.302	590.4358	85.2221	397.857	740.747
休閒娛樂（環境論點）	48	81.760	125.5928	18.1278	45.292	118.229
經濟活動（環境論點）	48	16.625	54.2609	7.8319	.869	32.381
環境學習（環境論點）	48	194.448	377.7223	54.5195	84.769	304.127
保育（環境論點）	48	122.625	192.7789	27.8252	66.648	178.602
基礎設施—服務（環境 論點）	48	49.573	72.4175	10.4526	28.545	70.601
總計	48 0	269.316	526.6047	24.0361	222.086	316.545



表 E-6，在《野趣生活家》的文本中，描述主導性的變異數同質性測試

Levene 統計資料	df1	df2	顯著性
36.715	9	470	.000

表 E-7，在《野趣生活家》的文本中，描述主導性的平均值等式穩健測試

	統計資料 <sup>a</sup>	df1	df2	顯著性
Welch	20.145	9	187.341	.000
Brown-Forsythe(B)	40.536	9	142.343	.000

a. F 值已漸進發佈。

(資料來源：本研究整理)

表 E-8，在《國家公園季刊》的文本中，描述主導性的事後測試 (Dunnett T3 多重比較)

(I) 描述類目	(J) 描述類目	平均差異 (I-J)	標準錯誤	顯著 性	95% 信賴區間	
					下限	上限
休閒娛樂 (經濟論點)	經濟活動 (經濟論點)	961.4688*	136.8015	.000	494.203	1428.734
	環境學習 (經濟論點)	1021.0938*	140.9912	.000	541.777	1500.410
	保育 (經濟論點)	1181.7396*	130.6552	.000	731.374	1632.105
	基礎設施—服務 (經濟論點)	636.4792*	155.8031	.005	112.076	1160.882
	休閒娛樂 (環境論點)	1124.0208*	131.6830	.000	670.902	1577.139
	經濟活動 (環境論點)	1189.1563*	130.6642	.000	738.766	1639.546
	環境學習 (環境論點)	1011.3333*	141.3654	.000	530.922	1491.744

	保育 (環境論點)	1083.1563 <sup>*</sup>	133.3643	<b>.000</b>	625.468	1540.844
	基礎設施—服務 (環境論點)	1156.2083 <sup>*</sup>	130.8475	<b>.000</b>	705.330	1607.087
經濟活動 (經濟論點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-961.4688 <sup>*</sup>	136.8015	<b>.000</b>	-1428.734	-494.203
	環境學習 (經濟論點)	59.6250	67.5986	1.000	-167.263	286.513
	保育 (經濟論點)	220.2708 <sup>*</sup>	41.9741	<b>.000</b>	76.067	364.474
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-324.9896 <sup>*</sup>	94.6871	<b>.044</b>	-645.758	-4.221
	休閒娛樂 (環境論點)	162.5521 <sup>*</sup>	45.0718	<b>.026</b>	9.541	315.563
	經濟活動 (環境論點)	227.6875 <sup>*</sup>	42.0023	<b>.000</b>	83.407	371.968
	環境學習 (環境論點)	49.8646	68.3756	1.000	-179.690	279.419
	保育 (環境論點)	121.6875	49.7704	.497	-45.729	289.104
	基礎設施—服務 (環境論點)	194.7396 <sup>*</sup>	42.5689	<b>.001</b>	48.902	340.577
經濟活動 (經濟論點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-1021.0938 <sup>*</sup>	140.9912	<b>.000</b>	-1500.410	-541.777
	環境學習 (經濟論點)	-59.6250	67.5986	1.000	-286.513	167.263
	保育 (經濟論點)	160.6458	54.0896	.173	-25.451	346.742
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-384.6146 <sup>*</sup>	100.6455	<b>.012</b>	-723.634	-45.595
	休閒娛樂 (環境論點)	102.9271	56.5273	.941	-89.937	295.791
	經濟活動 (環境論點)	168.0625	54.1115	.123	-18.093	354.218
	環境學習 (環境論點)	-9.7604	76.4140	1.000	-265.755	246.234

	保育 (環境論點)	62.0625	60.3404	1.000	-142.029	266.154
	基礎設施—服務 (環境論點)	135.1146	54.5525	.479	-52.237	322.466
環境學習 (經濟論點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-1181.7396*	130.6552	<b>.000</b>	-1632.105	-731.374
	經濟活動 (經濟論點)	-220.2708*	41.9741	<b>.000</b>	-364.474	-76.067
	保育 (經濟論點)	-160.6458	54.0896	.173	-346.742	25.451
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-545.2604*	85.5674	<b>.000</b>	-840.055	-250.466
	休閒娛樂 (環境論點)	-57.7188	19.6873	.179	-124.605	9.167
	經濟活動 (環境論點)	7.4167	10.9687	1.000	-29.330	44.163
	環境學習 (環境論點)	-170.4063	55.0577	.127	-359.848	19.036
	保育 (環境論點)	-98.5833	28.8655	.051	-197.371	.204
	基礎設施—服務 (環境論點)	-25.5312	12.9703	.880	-69.096	18.033
保育 (經濟論點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-636.4792*	155.8031	<b>.005</b>	-1160.882	-112.076
	經濟活動 (經濟論點)	324.9896*	94.6871	<b>.044</b>	4.221	645.758
	環境學習 (經濟論點)	384.6146*	100.6455	<b>.012</b>	45.595	723.634
	基礎設施—服務 (經濟論點)	545.2604*	85.5674	<b>.000</b>	250.466	840.055
	休閒娛樂 (環境論點)	487.5417*	87.1287	<b>.000</b>	188.520	786.563
	經濟活動 (環境論點)	552.6771*	85.5812	<b>.000</b>	257.845	847.509
	環境學習 (環境論點)	374.8542*	101.1691	<b>.017</b>	34.196	715.512

	保育 (環境論點)	446.6771 <sup>*</sup>	89.6496	.000	140.619	752.735
	基礎設施—服務 (環境論點)	519.7292 <sup>*</sup>	85.8607	.000	224.149	815.310
基礎設施—服務 (經濟論點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-1124.0208 <sup>*</sup>	131.6830	.000	-1577.139	-670.902
	經濟活動 (經濟論點)	-162.5521 <sup>*</sup>	45.0718	.026	-315.563	-9.541
	環境學習 (經濟論點)	-102.9271	56.5273	.941	-295.791	89.937
	保育 (經濟論點)	57.7188	19.6873	.179	-9.167	124.605
	休閒娛樂 (環境論點)	-487.5417 <sup>*</sup>	87.1287	.000	-786.563	-188.520
	經濟活動 (環境論點)	65.1354	19.7473	.066	-1.927	132.198
	環境學習 (環境論點)	-112.6875	57.4543	.877	-308.774	83.399
	保育 (環境論點)	-40.8646	33.2093	1.000	-152.647	70.918
	基礎設施—服務 (環境論點)	32.1875	20.9254	.994	-38.427	102.802
休閒娛樂 (環境論點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-1189.1563 <sup>*</sup>	130.6642	.000	-1639.546	-738.766
	經濟活動 (經濟論點)	-227.6875 <sup>*</sup>	42.0023	.000	-371.968	-83.407
	環境學習 (經濟論點)	-168.0625	54.1115	.123	-354.218	18.093
	保育 (經濟論點)	-7.4167	10.9687	1.000	-44.163	29.330
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-552.6771 <sup>*</sup>	85.5812	.000	-847.509	-257.845
	經濟活動 (環境論點)	-65.1354	19.7473	.066	-132.198	1.927
	環境學習 (環境論點)	-177.8229	55.0792	.090	-367.323	11.677

	保育 (環境論點)	-106.0000*	28.9064	<b>.024</b>	-204.902	-7.098
	基礎設施—服務 (環境論點)	-32.9479	13.0612	.430	-76.804	10.908
經濟活動 (環境論點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-1011.3333*	141.3654	<b>.000</b>	-1491.744	-530.922
	經濟活動 (經濟論點)	-49.8646	68.3756	1.000	-279.419	179.690
	環境學習 (經濟論點)	9.7604	76.4140	1.000	-246.234	265.755
	保育 (經濟論點)	170.4063	55.0577	.127	-19.036	359.848
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-374.8542*	101.1691	<b>.017</b>	-715.512	-34.196
	休閒娛樂 (環境論點)	112.6875	57.4543	.877	-83.399	308.774
	環境學習 (環境論點)	177.8229	55.0792	.090	-11.677	367.323
	保育 (環境論點)	71.8229	61.2096	1.000	-135.293	278.938
	基礎設施—服務 (環境論點)	144.8750	55.5125	.376	-45.799	335.549
環境學習(環境 論點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-1083.1563*	133.3643	<b>.000</b>	-1540.844	-625.468
	經濟活動 (經濟論點)	-121.6875	49.7704	.497	-289.104	45.729
	環境學習 (經濟論點)	-62.0625	60.3404	1.000	-266.154	142.029
	保育 (經濟論點)	98.5833	28.8655	.051	-.204	197.371
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-446.6771*	89.6496	<b>.000</b>	-752.735	-140.619
	休閒娛樂 (環境論點)	40.8646	33.2093	1.000	-70.918	152.647
	經濟活動 (環境論點)	106.0000*	28.9064	<b>.024</b>	7.098	204.902

	保育 (環境論點)	-71.8229	61.2096	1.000	-278.938	135.293
	基礎設施—服務 (環境論點)	73.0521	29.7237	.491	-28.173	174.277
保育 (環境論點)	休閒娛樂 (經濟論點)	-1156.2083*	130.8475	<b>.000</b>	-1607.087	-705.330
	經濟活動 (經濟論點)	-194.7396*	42.5689	<b>.001</b>	-340.577	-48.902
	環境學習 (經濟論點)	-135.1146	54.5525	.479	-322.466	52.237
	保育 (經濟論點)	25.5312	12.9703	.880	-18.033	69.096
	基礎設施—服務 (經濟論點)	-519.7292*	85.8607	<b>.000</b>	-815.310	-224.149
	休閒娛樂 (環境論點)	-32.1875	20.9254	.994	-102.802	38.427
	經濟活動 (環境論點)	32.9479	13.0612	.430	-10.908	76.804
	環境學習 (環境論點)	-144.8750	55.5125	.376	-335.549	45.799
	基礎設施—服務 (環境論點)	-73.0521	29.7237	.491	-174.277	28.173

註：因變數為主導性，主導性數值表示實際的字數。