

行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

後遊客觀光和邊際區域的發展－以新竹縣司馬庫斯原住民部落為例(一)

計畫編號：NSC 92-2415-H-134-001-SSS

執行期限：92年8月1日至93年7月31日

主持人：倪進誠 國立新竹師範學院 社會科教育學系

計畫參與人員：張櫻馨、蔡名雅、林純碧、賴冠仔 國立新竹師範社教系

一、中文摘要

本研究放下過去慣用的研究想法，企圖以後遊客的觀點，來拓深現今觀光發展與邊際區域的研究深度，意即擬以一更寬廣與更實際的視野，來重新思考台灣觀光發展的脈動，及對於邊際地區的影響牽連。研究地區－司馬庫斯是一泰雅族的原住民部落，具有極高度的空間阻隔，1995年底道路才得以開通，方有機會對外連結與發展觀光。雖然此地擁有神木，以及「黑色部落」、「上帝的部落·泰雅的故鄉」等令人著迷的別稱，但遊客仍必須花費至少超過四個小時以上，克服山區彎曲顛簸的道路考驗，方能到達此尚未消費前不易觸知的旅遊地，而其旅遊與空間的意義應如何被思考，成為本研究極有興趣的所在。於是本研究試圖從後遊客現象的幾個重點切入，包括 A.媒體效應如何形塑司馬庫斯，B.遊客是否攫取較引人注意的符號，C.遊客是否明瞭觀光是無真實的文化體驗，D.觀光發展如何產生多樣化的觀光需求及仰賴消費者主義導向，E.遊客是否視前往司馬庫斯觀光為一生活目的。

關鍵詞：後遊客、邊際地區、觀光發展、司馬庫斯

Abstract

Keywords: Post-tourist, Marginal Region, Tourism Development, Smangus

The study point would be adopted the new conception of 'post-tourist', it would drop the traditional ideas for studying tourism development. For the conception of 'post-tourist', it is a wide and actual view to think about tourism development in Taiwan. The study area, Samngus, is a small aboriginal village of Tayal. It is located in the mountains. The connecting road was built until 1995. Smangus became famous for the sacred trees, and its secrets. But it spends more than 4 hours for tourists to arrive here. The point I am interested is why tourists will to pay the time and money to visit here. For the question, I plan to adopt the conception of 'post-tourist' to approach it, including the ideas of the representation of mass media, no reality in trip, spectacular signs in resorts, and relying on consumerism.

【研究動機與目的】

壹、研究動機

1996 年的夏天，筆者受邀進入這個全台灣道路最晚開通的原住民部落——司馬庫斯，已邁入了第九個年頭，看著他們一路從部落的建設、水蜜桃的栽種、到社區的營造，至現在的共同經營(T'nunan)，今日的司馬庫斯已呈現另外一番的風貌，所有的進展除了寫在司馬庫斯的土地上，也烙印在台灣近年觀光市場的看板中。有幸能參與和見證此原住民地區到今日觀光發展的歷程，且鑑於如此獨特的邊際地區在過去之研究中，乃多採歷史文獻與史料蒐集的方式，來撰寫觀光萌發對一個地區的影響，實讓人有不及參與的遺憾。如今，和司馬庫斯部落的因緣際會，得以瞭解此研究案例觀光的萌發契機和初期的觀光脈動，自覺得此案例不僅具有研究時間的完整性，也兼具地域空間的殊異性，機不可失；但多年來卻礙於研究人力與物力之故，繁多初步蘊釀的摘記與心得，都難以化為實際行動與付諸拓深研究，不免自責，於是企圖藉此次研究機會，著手司馬庫斯觀光發展之第一個變動十年的分析，此處暫且稱之為「司馬庫斯十年觀光」。

在司馬庫斯近十年觀光中，筆者初步看見了遊客的到訪動機與獨特需求，以及邊際地區的地方發展與社群互動，這些微妙變化試圖先化為以下的發問：

- ◆看見被媒體形塑為「黑色部落」、「上帝的部落·泰雅的故鄉」等“社會再現 (social representation)”的詞彙？
- ◆看見觀光客聞「黑色部落」之名而蜂擁而至？
- ◆看見遊客必須花費至少超過四個小時以上（新竹市區至司馬庫斯），才能克服邊際區域的空間阻礙，到達旅遊地，其空間的意義的為何？其旅遊的意義為何？
- ◆看見到訪遊客多為登山健行客與年輕族群，此研究區是否提供特定群體的消費想像？
- ◆看見“遊客的凝視 (tourist gaze)”並非在原住民部落，而是在雄偉的神木？
- ◆看見遊客享受一個極為貼近地方“真實 (reality)”、卻彷彿似是而非的觀光感受？

貳、研究目的

源於上述的空間觀察發問，初步以為邊際地區的空間阻隔，應是造成遊客的旅遊阻礙才是，實因當觀光之所以具服務業本質，在跨越空間阻礙未購買前，是不易觸知的 (less tangible) — 即是看不到 (真實看到)、嚐不到、感覺不到、聽不到或聞不到的 (Walsh, 1986)。在進行旅遊服務的購買前，仍需耗費四個小

時以上車程的司馬庫斯，為何能仍有特定的人口趨之若鶩，因此發現“傳播媒體”提供潛在遊客對於旅遊地“凝視(gaze)”的機會，這恰符合了Feifer(1985)所認為的後遊客(post-tourist)現象之一，意即——後遊客發現觀光可以愈來愈不需要離開家，或是利用媒體科技(如電視、錄影帶、CD-ROM、網際網路及虛擬實境等)就可以去凝視旅遊目的地。如此的發現，帶領研究試圖以“後遊客”觀光的角度切入，來看待與思考邊際地區如何可以透過後遊客現象與後觀光的發展，達到吸引遊客仍不辭勞苦造訪的目的。

本研究擬以「司馬庫斯十年觀光(1995-2004)」作為完整論述的基礎，總結來說，主要有下列五項，包括：

- 一、媒體效應如何形塑司馬庫斯？
- 二、遊客是否攫取較引人注意的符號？
- 三、遊客是否明瞭觀光是無真實的文化體驗？
- 四、觀光發展如何產生多樣化的觀光需求及仰賴消費者主義導向？
- 五、遊客是否視前往司馬庫斯觀光為一生活目的？

【文獻回顧與評析】

壹、後遊客與後觀光的討論

後遊客(post-tourist)或是後觀光(post-tourism)對於國內的學術刊物來說，可說是個新穎的名詞，其從字義上可知，它是一種相對於現代觀光的想法，所要呈現的“後”擬強調的是和過去觀光發展之間的不同。Feifer(1985)曾提出了後遊客的三大特徵(Feifer, 1985)，如下：

- 1.後遊客發現觀光可以愈來愈不需要離開家，利用媒體科技可以去“凝視”旅遊目的地，如電視、錄影帶、CD-ROM、網際網路及虛擬實境等。
- 2.後遊客觀光是不同觀光興趣的折衷混成體，可同時享受如參觀神聖的、教育性的、廣博的、美麗的、令人興奮的等不同目的觀光。而且後現代遊客擁有更多的觀光選擇，例如從事一次愉悅的航行，可以選擇大型郵輪或是一艘仍稱舒適的小船，只為了遠離家鄉與塵囂，如此自然也造就了生態觀光(eco-tourism)的成長，以及其他不同形式觀光的出現(如同性戀的觀光等)。
- 3.後遊客被視為在玩一系列的遊戲，他們利用(with)旅遊遊玩，也在(at)遊程中遊玩，認知到的是在旅遊中是沒有“真實”的觀光體驗。

而Rojek(1993)也提出了後觀光的三項基本特質(Rojek, 1993)，其和上述的Feifer的想法雖有相異，但仍有類似之處，如下：

- 1.後遊客接受觀光的商品化，其被販賣時皆仰賴消費者主義導向(消費者導向)的操

作形式。（此可視為上述 Feifer 之第 2、3 點的結合）

2. 觀光本身被視為一個終點，不是一個要邁向更高目標（loftier goal）的手段；
3. 後遊客是攫取“符號”，特別在觀光上是較引人注意的符號。（和上述 Feifer 之第 1 點利用“凝視”觀念相似，著重的不同點是該處強調的是“視覺”感官，而此突顯的是“符號”。）

本文參酌上述兩位國外學者的觀點，整理與蘊釀出下列幾個思考有關後遊客重點與相關研究潮流，如下：

1. 媒體效應：此強調目前遊客與觀光地溝通互動的媒體，已十分便捷，使遊客愈來愈不需要出門，亦可獲知相關觀光訊息與飽覽觀光地的特色美景。此和國外研究趨勢著重觀光科技可以促動觀光想像改變有所關連。觀光科技改善將人和貨物“很快”且“大量”地運送到“更大範圍”的遠地，使得創造出一個在空間上長途運輸配套的假日觀光市場，這是在十年前或更早以前不可能會出現的（Thrift, 1994）。這個透過空間上的快速溝通體系，運用於觀光中先進的電腦訂位系統上，使得旅遊和訂位(保留)的服務被組織的更完整，並且使所有觀光上、中、下游產業能有效且精準的串聯起來，發揮最即時的功效，而達到不少節約成本的益處。也造成現今觀光地不僅只提供人當地（in situ）的體驗，還可以透過科技將世界壓縮於虛擬影像中，因此觀光對於一個地方直接的影響已包括：(1)地方本質的改變，及(2)將地方的地理學想像（geographical imagination）與經驗置放於全球尺度中（Cloke, 2000）。
2. 攫取符號：凝視觀光地較引人注意的符號，是大眾媒體或是觀光仲介所施加之社會生產的結果，此具有標籤型式的符號，扮演今日觀光旅遊過程中的最重要角色。此和國外研究趨勢著重遊客凝視有所關連。凝視（gaze）一詞，最早由 Urry 所提出，他認為現今遊客常利用主導性最強的感官－視覺，來接觸這個世界，利用視覺可以獲得一個“遠距離”、“最安全”的旅遊感受，不需受到其他近距離感受的不安刺激，故遊客所注意到的與凝視到的就多為“視覺標的物”了，這些視覺標的物常經高度社會化的重構，故其和當地的“真實性（authenticity）”間已產生莫大的差距（Urry, 1990）。很明顯地，遊客由於國籍、社會階層、性別、教育程度等的相異，會產生相當不同“看（seeing）”和“評價（evaluating）”觀光地的方式，這些“看”的方式，可能隨時間而改變，結果造成特定的地方變得較受或不受遊客歡迎，引發遊客凝視的改變。對現今西方遊客（特別是中產階級的遊客）來說，他們傾向去尋求一份真實感，在此同時，更察覺到實際上的“真實”中，是如何有更多的“不真實”（Thrift, 1994）。
3. 無真實體驗：由於後遊客被視為在玩一系列的遊戲，且遊戲的場景已受到許多人為的操控與形塑，對於非真實性或所謂觀光的「前台」效應的出現，已可以理解。此和國外研究趨勢著重觀光地的真實性與創造投入間的混沌有

所關連。觀光地和遊客關係的研究已經有數百年的歷史了，而現在不同的是，開始明顯有引力去利用一個地方的過去、強調它的特殊面貌、或僅僅以一個地方嘗試要創造一個壯麗景致而使值得去造訪的方式呈現，這是直接增加“觀光（慣常被了解的觀光）”和“其他社會實踐的整個主體（特別是指購物、看電視、運動、休閒和教育）”混亂的結果；這衝擊最受人矚目的便是為吸引遊客觀光的“主題園”盛行。著名的狄斯奈樂園是最好的明証，這些觀光地幾乎都被發展者、零售商、意象創造者和規劃者來聯合開發，他們已慣常能跨越經濟和文化的分界線而從其中獲取利潤，形成一個壯觀的觀光地（Thrift, 1994）。於是文化的後殖民開始流竄，這是一種變相的殖民型式，促使本土文化的斷裂，也壓抑了觀光地的原生特色，有些觀光地便以“依賴”取代了“創新”，產生了眾多觀光地真實性與創造投入間的混沌。

4. 消費者主義導向：當觀光已成為不同旅遊興趣的折衷混成體，各種不同層次的消費者需求，便得應運而生，於是不同型態、特色的觀光地都可能作為供應遊客觀光的場所。此和國外研究趨勢著重觀光產業組織全球化的想像有所關連。在世界資本主義的襲捲下，全球各地一方面被促進觀光消費，另一方面也不斷要提供觀光生產，這些為觀光活動服務的產業組織，於是快速地增加，而且在馬斯洛的需求理論中，觀光的需求為行有餘力的需求，於是發展先進的已開發國家成為了推動全觀光產業的大本營。這些觀光產業組織，為了能得到異地觀光的資源，於是出現了大型的、大資本的、跨國的企業和公司，這些企業公司透過全球都市的串聯，掌握了世界大部分的觀光市場。他們不僅藉由平行的水平（horizontal）整合，而且還進行垂直（vertical）整合，也就是說他們透過配套（package）的方式企圖佔據所有的觀光市場，於是這些公司逐步地參與和加入遊客市場的每一環境---從零售（銷路）、經運輸（工具）、到住宿的旅館，都形成緊密的網絡串聯，幾乎成了利益寡佔的情況（Thrift, 1994）；因此，觀光市場的全球化，乃是一個造成全球利益受到少數人控制的事實。

5. 觀光即終點：此說法彷彿呼應了今日觀光發展的現實之一，就是許多遊客對於假日時間的安排，不見得是作為身心休閒回復之用，而可能安排和“工作同等位階”的發展性觀光旅遊活動，這個活動的重要性不下工作，遊客也將其視為生活組成的一部份，不再一定是將觀光休閒活動定位於一個更高的目標—作為工作閒暇之餘的補償或維持，而其本身就已極富意義，成為豐富個人生活的“獨立”要素，為一目的。

總體而言，後遊客和後觀光或許仍是個大家陌生的字詞，但其內涵和上述觀光地理學的新興主題幾乎連成一氣；也就是說，如果今日從事“觀光科技促動觀光想像改變”、“遊客凝視”、“觀光地的真實性與創造投入間的混沌”、“觀光產業組織全球化的想像”等研究，應就可以稱為所謂「後遊客」或「後觀光」研究了。這也就如同有些學者（如

Feifer, 1985; Rojek, 1993; Ritzer & Liska, 1997 等) 所言, 實際上我們早已進入後遊客的時代。

貳、邊際區域及邊際觀光討論

一、邊際區域的形成

邊際區域是由“邊際性”和“區域”組合而成的。於此分別對邊際性及區域做一分析(引自 Leimgruber, 1993)。

(一) 邊際性的內涵

- 1.Reynaud (1981) : 他認為“邊際的”是孤立的及缺乏吸引力的。前者是說明它被孤立於其他世界之外, 過著自己的型態; 後者是說它缺乏吸引力及內在的成長潛力。
- 2.Bohle (1992) : 它是位在生存環境、工業文化的邊緣。
- 3.Mertins (1992) : 它是被排除在政治、經濟、社會的決策階層之外, 是低度開發的。
- 4.Leimgruber (1993) : 若以工業(服務)社會的觀點來看, 邊際性是有明顯負面內涵的。

(二) 區域的內涵

區域可以從“型式(formal)”和“功能(functional)”兩方面來看, 作者認為區域有三個重要的觀念, 且這三個觀念都和空間和時間有很大的關聯, 分別如下:

- 1.凝聚力(cohesion)
- 2.社會(community)
- 3.決策的一致性(unity of decision)

二、中心邊陲模型和邊際性的探討

“中心”和“邊陲”是兩個相對的名詞, 即在說明空間上的差異。邊陲是依賴中心而存的, 但它本身也有一些力量可以使自己逐漸演變成中心, 也就是說, 在長時間來論, 邊陲可能變成中心, 中心也可能衰敗變成邊陲, 這其實是法則, 並非例外, 而且許多工業城市、海港等地區都曾走過這樣成長和衰敗的階段。

若已從中心步入邊陲也並不是就永遠無法逆轉, 因為區域或都市的“重生(再生)”, 是會讓一個已經步入邊陲的地區或都市重新復活起來的。因此, 中心和邊陲不是絕對的觀念, 而是相關的依存, 它如何變化實部分來自居民的自決, 非全來自客觀外在因子的控制。

各學者的論點與批評, 如下(引自 Leimgruber, 1993) :

- 1.Christaller (1933) : 他是最早善用中心和邊陲兩詞的學者, 由他的中地理論即可得知, 只是他對邊陲的觀念較不強調, 而以“中心”的觀念為主。
- 2.Friedmann (1973) : 他認為“中心”是一成長極和具改造性能力的地方, 相反地, 邊陲是較不具改造性的。
- 3.Gottmann (1980) : 他認為中心邊陲觀念早已出現, 只是古今名詞不同。“中心性”是靠居民利用類似中地理論的想法來評估, 也就是說可以利用資源評估、歷史的顯著性、居民的態度等, 做為決定中心性和邊陲性的指

標。他還主張將中心邊陲視為“系統”來研究，這樣會更有助於我們的了解。

- 4.Reynaud：(1981)他認為中心邊陲觀念只是在空間上的不同罷了，因此，將社會空間的差異狀況分級是重要的。
- 5.Schuler & Nef (1983)：他們認為中心和邊陲不能相互畫分地十分清楚，但是它們卻有不同中心性的空間單元。中心和邊陲在空間上是有一個連續發展的梯度變化，他用“權力金字塔 (Pyramid of Power)”來說明。其中愈接近金字塔上端的中心性空間單元愈少，這恰好可以呼應 Christaller 的中地理論階層，即高層次的服務中心是少於低層次的服務中心的。他亦指出高度中心化的國家，在中心邊陲關係是兩極化，但不中心化的國家，發展是多極化的；前者是明顯在金字塔的兩端，而後者是在各層級上都有。
- 6.Ratti (1983)：他不僅質疑中心邊陲觀念的可用性，還認為 Reynaud 的社會分級是有問題的。
- 7.Krugman (1991)：他定義“邊陲”較為清楚，它是決定於中心的，為一線型概念 (a line of thought)，因為他認為邊陲是在經濟發展的“陰影區 (shade)”。其理由為邊陲地區缺乏發展、缺乏資源，為一封閉性的結構。

總結來說，我們可以將邊際區域定義成具有下列特質的區域：

- 1.孤立性：它是被孤立於其他世界之外，過著自己的型態。
- 2.負面性：它是低度發展的、缺乏吸引力的、缺乏改造潛力、面對寒冷、無希望未來等的地區；以社會的觀點來看，邊際性是有明顯負面內涵的。
- 3.極端性：它是位在生存環境、工業文化的邊緣，而且它相較邊陲地帶有更明顯的極端性質。
- 4.摒除性：它是被排除在政治、經濟、社會的決策階層之外，且也被孤立有許多系統之外，必須以自己為中心個體，無法依賴現有的中心體系。

三、邊際觀光的定位

本研究也試圖回顧了有關邊際觀光 (marginal tourism) 的文獻，並將其和目前流行的生態旅遊在內容比較，可以發現仍略有差別。

<p>1. 在定義上：</p> <p>當一個地區觀光發展的平均收入，恰能負擔成本，或僅有微薄利潤時，即稱觀光處在邊際的情況。此和該地是一個觀光難以操作的空間、或和其觀光運作成本較高有關，因而也常發生在一個發展較緩慢 (less developed) 的地方 (Young, 1993)。</p>	<p>到相對未受干擾或未受污染的自然區域旅行，有特定的研究主題，且欣賞或體驗其中的野生動、植物景象，並關心其區域內所發現的文化面向 (含過去和現在)。</p> <p>(Ceballos-Lascurain, 1987)</p>
<p>2. 在主體上：</p>	

常包括“地”和“人”	常強調以“地”為主
3·在自然度上 不一定自然度要很高	自然度高
4·在遊客約束上 較無拘束的	較有責任性的

邊際觀光所要呈現的情況，除了在經濟發展上的邊際性外，也可能指射“空間”的邊際性，實因當空間因素成為觀光操作的阻礙與風險時，觀光維持的例常性支出便會提高其所佔之比例，而造成收支失衡的現象。於是，如何突顯邊際地區的獨特性，將其轉化為可利用的觀光資源，藉此強化遊客的觀光體驗，使其願意付出更多的花費來購買一地的紀念商品，促成觀光商品售價得以提高，以增加地方的觀光收入，便是使邊際觀光得以脫困的常見方式之一。

無論如何，邊際觀光與其他觀光發展(如生態旅遊等)相較時仍有其相似觀點，如下：

- 1.邊際觀光可視為觀光發展歷程的一種，如此便可用已有的觀光理論或模式進行研究，亦或修正後進行研究。
- 2.邊際觀光和其他觀光一樣，是包含“人”及“地”雙重主體。
- 3.邊際觀光的推進在於對當地“最適化”而非利潤“最大化”。因此，當“最大利潤”與“最小負面”影響不能兩全時，仍應以最小負面影響為抉擇。
- 4.邊際觀光之遠景規劃必須極為謹慎，因為“遊憩機會序列(ROS)”具有不可逆性。

【研究架構與方法】

本文探討後遊客現象與後觀光特質，是以“遊客(社會個體)”為優先的研究側重，連接串聯地方社會(司馬庫斯)，再獲得以遊客為出發的研究概貌。

壹、研究架構

在觀光旅遊的研究主題中，本年度研究為著重“客源地”的偏向，強調遊客在觀光旅遊行為中的“需求面”，並論述遊客在廣大市場中的“識覺決策”；此時遊客在觀光旅遊的形塑上，扮演一個稍具“主動性”的角色。相對來說，“旅遊地”的供應角色，便成為研究架構中較“被動性”的組成。(圖1)

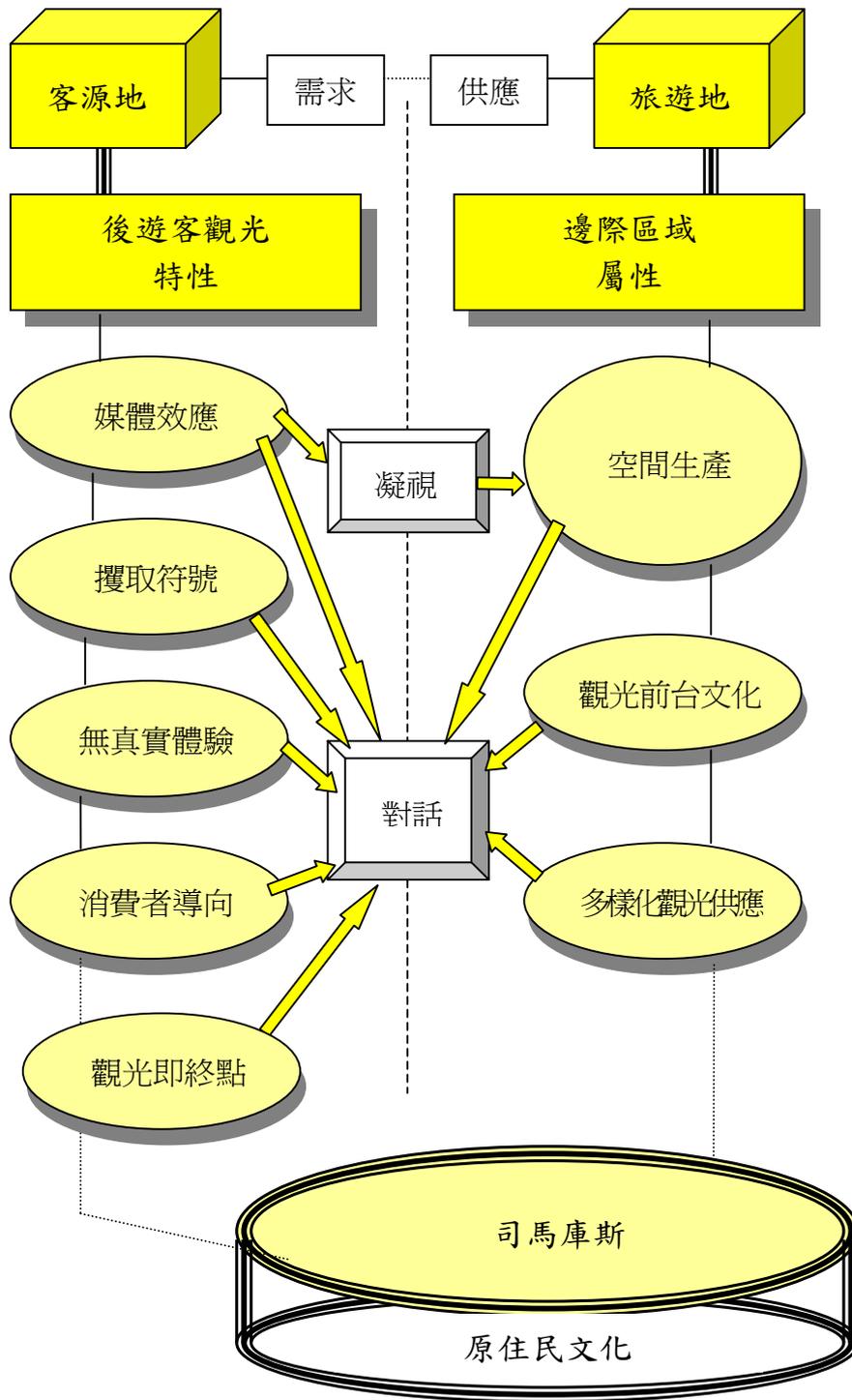


圖 1 研究思考架構圖

貳、研究方法

本研究之研究方法依研究之不同時期有所不同。最早對文獻回顧之方法較為重視，在實際進行野外工作時，初期就較著重於現地調查、媒體分析法，之後再進行深入訪談和問卷訪查法，在所需資訊大致齊全後，才進行最後的討論。以下就針對上述之方法做一詳細說明：

- 一、文獻回顧法：主要是從事國內外地理學近期發展概況、旅遊行為研究相關文獻、司馬庫斯地方性的環境與觀光發展歷程等資訊之蒐集、閱讀與分析，並探討後遊客與後觀光現象，其所具備的內涵與精義為何，以及各方學者的討論。
- 二、現地調查法：主要是藉現地調查進行，確認研究區域實質環境資源與設施的了解，來探討其形塑觀光空間的基礎。並藉由參與遊程的方式，來深入地了解遊客對當地空間的側重與想像。
- 三、媒體分析法：以中國時報、聯合報等重要報章及相關電視媒體（如民視等）為統計對象，選取歷年與司馬庫斯有關的報導，作為媒體再現司馬庫斯的證據，並藉此剖析司馬庫斯的空間生產與形塑。
- 四、深入訪談法：此方法是訪談和司馬庫斯觀光發展有關遊覽車司機、領隊、導遊等人員，藉由互動訪談來獲取司馬庫斯觀光發展的資訊，並進行外在作用力影響來源之分析。
- 五、問卷訪查法：透過“媒體再現”所呈現的空間意義，去探知遊客對於旅遊環境的認知、察覺與識覺等。主要是對當地造訪遊客進行抽樣，透過實証問卷的設計，使受訪者能將其識覺或決策的情況與機制，清晰地予以呈現。（其細節見下參、問卷的設計與施測）

參、問卷的設計與施測

分成下列五個部分，予以說明。

- 一、前測說明：初步設計之問卷於 93 年 7 月 30 日在司馬庫斯部落進行前測調查，共計 15 份。前測調查後修正項目包括：減少開放問項的題數、跳答題數比例降低、文字修改為口語敘述、字體放大等。

二、抽樣地點的擇取：主要是位在司馬庫斯最受歡迎的觀光據點—「大老爺神木」，此據點乃是司馬庫斯遊客最常造訪之處，距離部落約有二個小時的步行時程，選取此處的考量有---(1)為避免受訪者重覆叨擾—由於部落活動範圍不大，遊客往來自在，若在部落內部施測，將造成無法辨識何者已進行過問卷施測，增加調查與遊客間的無謂困擾；(2)為確認遊客對部落已有大體的認識—在遊客普同的遊程安排中，多為先參觀部落，再前往神木造訪，因此若於部落內部施測，極有可能形成受訪者未及瞭解部落，或是對神木尚無體驗，而導致對問卷問項的應答困難；(3)為創造舒適安逸的問卷作答情境—抵達神木的遊客，多經長途跋涉，身體倦疲，此時研究人員提供溫熱咖啡，再勞煩受訪者於休憩時協助填寫問卷，在輕鬆愉快的情境中進行，使得問卷施測的受拒率大大降低。此外，為顧及部份因年紀過於長幼、或是以往曾到過神木等遊客的想法，本研究亦選取部落的「觀景台」作為輔助抽樣的地點，針對未前往神木的遊客進行施測。

三、施測日期：由於本地於非假日時幾乎無遊客造訪，因此問卷施測的日期，主要是安排在週休息日的兩天。包括 93 年七月 31 日(六)、八月 1 日(日)、7 日(六)、8 日(日)、14 日(六)、15 日(日) 等六天。

四、抽樣方式：針對抵達神木之遊客（或是在部落等待未到神木之遊客），在其休憩無其他活動、時間多充裕、不匆忙的情況下，採「一個家戶以 1 人為限，朋友或旅遊團體以 1/4~1/5」之立意抽樣原則，扣除填答不完整及合作回答者等瑕疵，共計完成有效可用問卷 267 份，成功率高達 95.4%。

五、抽樣結果討論：由於採立意抽樣的方式，為說明抽樣結果的合宜性，針對「遊客外顯屬性（外在即可辨識）」，如性別、年齡、同行親友人數等，和真實的遊客情況作一比較。本研究抽樣遊客性別為一男佔 56.9%、女佔 43.1%，年齡為—15~20 歲佔 4.1%、21~30 歲佔 19.1%、31~40 歲佔 22.8%、41~50 歲佔 33.0%、51~60 歲佔 16.1%、61 歲以上佔 4.9%，同行親友人數為—5 個以下佔 16.5%、6~10 個佔 13.1%、11~20 個佔 27.3%、21 個以上佔 43.1%。而根據部落遊客住宿資料與筆者長年觀察，可發現在遊客性別方面，一般成人遊客男女比例相當，稍有男多於女的趨勢；在年齡方面，由於本地是愛好登山健行者的天堂，故為達成個人興趣或是閒暇時間稍多的中高年齡層遊客，為數不少；在同行親友人數方面，造訪此地遊客以搭乘中型巴士進入者為最大宗，也佔遊客人數較高比例，故常見 10 人以上的遊客團體。此事實情況和本研究之抽樣遊客的外顯屬性相較，可謂相當謀合。

【研究結果與討論】

壹、研究區概述

司馬庫斯(Smangus)屬於泰雅族泰雅亞族下的馬里闊丸群，在台灣行政區域是屬於新竹縣尖石鄉玉峰村第十四鄰。部落位於雪山山脈的北支稜，東泰野寒山南麓，海拔約 1,550 公尺。北邊以雪白山與北橫上的嘎拉賀部落為界；東邊沿著司馬庫斯古道，越過西丘斯山南支稜，可接上棲蘭山的一百號林道；西邊以泰崗溪與秀巒村的新光、鎮西堡部落為界；南邊順著番社跡山之稜線可通往宜蘭的南山四季地區。司馬庫斯名字的由來相傳是早期泰雅族的祖先自霧社越過大霸尖山，有一位名字叫作“Mangus”的祖先走到目前部落附近所在位置時，走得又累又喘，選擇在此建立部落。後代的子孫為了紀念他，於是將祖先的名字前面加上“這(si)”，Smangus 便成為部落的名字。(林俊強，1998)

司馬庫斯在 1991 年發現神木，1995 年底道路開通，1999 年元月教堂獻堂及部落居民至台北圓夢之旅，將近十年的發展過程一直都是媒體所關注的報導題材。近十年來遊客不斷湧入，週休二日假期的遊客人潮往往可達 200~400 人左右，而司馬庫斯卻是平時不及一百人的小型部落。由於擁有全國道路修通最晚，外界干擾最少，以及近年來巨大神木發現等事實，司馬庫斯正積極地建立起自己的特色，塑造出新的觀光意象，目前自稱為「上帝的部落·泰雅的故鄉—司馬庫斯」。以下就針對司馬庫斯為何能有今日的觀光榮景，進行概述（部分採自倪進誠，1996）：

一、司馬庫斯是屬於原住民（泰雅族）的傳承

1. 建築：司馬庫斯人的祖先早期在遷徙及開墾到這個地方時，便先種桂竹以資利用，由於竹子在利用上甚為簡便，故早期的住屋建築便是用竹子建造而成的，這也是原住民善於就地取材、自給自足的一個範例；後來因竹子易腐，就改為以木板建築；之後由於木板就地的部分易腐爛，以及屋頂以竹子或木板建築容易漏水，故在建築的結構上逐漸使用到水泥（做為房屋基底使用）、鐵皮（做為屋頂及屋身使用）等建材。雖說建材使用的逐漸演進，但特殊的是到目前為止，司馬庫斯仍保存許多傳統竹子及木板立面的屋舍，不同於其他大部分的原住民部落，已遭大量水泥建築的侵入。
2. 聚落：司馬庫斯的聚落擁有下列特色—
 - (1) 具有層次美感的屋舍分布：從高處看部落可以更體會到整個部落的美感，在它不是所有房舍一字排開，也不是都擠在同一高度面上，房舍沒有不定的朝向，也不是一致的外觀，它是和諧人性地分布在這塊佔地不算大的山腰上，參差上下，均勻有致，再加上保有原始的建築材質，使得益突顯出世外桃源的情境。
 - (2) 要道路動線位聚落的中心軸上：由於道路穿過整個聚落的中心，將聚落隱約地分成兩半，也因此造成一個公平的空間配置，各家戶的易達性（即各家戶到主要道路的距離）相近，生活出入和物品運輸都享有相似的便利。
 - (3) 屋舍之間多不緊連在一起：司馬庫斯人在乎擁有私人的空間，除了相近血親偶有家戶相連的情況，其餘多各自築屋使擁有單一不受干擾的生活，

即使是兄弟姊妹間也多已如此。

(4)各家戶擁有一個獨立完整的生活空間：由於主要道路動線位聚落的中心軸上，且屋舍之間多不緊連在一起，使各家戶除了擁有門前工作休憩的開放空間外，屋舍的後面多已經沒有其他房子，使得多數家戶都各自成為一個生活單元，形成獨立的單元世界。

- 3.農作：傳統的農作，如：小米、地瓜、芋頭、豆子等，仍得保留，而且有繼續種植的情況。
- 4.飲食：傳統的食物，如：小米糕、地瓜、芋頭、豆子等，以及經由簡易狩獵可得的動物，如魚類、飛鼠等，皆為具有特色的食物。
- 5.手工藝：目前仍保存有的手工藝品有竹篾、編織、木雕等。

二、少受破壞的社會系統

- 1.最後通車的獨特魅力：由於產業道路至 1995 年底才開通，因此在媒體的報導上受到高度的重視，也具有獨特的神祕魅力，一般人皆急於一窺這個世外桃源的面貌，也好奇於為何這塊土地擁有這麼不同的命運。因此，司馬庫斯是具備優於其他部落的條件，也是使部落得以發展的另一項契機。
- 2.自給自足的系統：由於司馬庫斯晚近才通車，因此，長久以來因不便所產生自給自足的系統，是其他交通方便的原住民部落已經消失的。例如和“食”有關的部分，司馬庫斯人必須擁有大的冰箱來儲存好不容易下山買得的食物，也由於交通上的不便，有些食物必須自己種植，以減少對外界的依賴，增加本身的自主性；在“行”的方面，道路尚未開通之前，人力是貨物運輸上的主力，因此，全村互助合作完成貨物的搬運，現今雖已通車，然而與外界交通仍是不便，因此，平時購物、接送人員等都得依靠這個部落的每個分子，這正是部落組織團結密不可分、自給自足的體現，也就是說在食衣住行各方面皆得自己來。

三、團結愛鄉的司馬庫斯人

- 1.產權：司馬庫斯的土地今皆仍為司馬庫斯人所有，不管是因為要保留祖先土地的傳統觀念，還是害怕財團介入炒作，但土地產權尚未外流是司馬庫斯日後發展時最堅實的保障。
- 2.親和力：司馬庫斯人的親和力高，為人仍好客和善，少酗酒情事，可使遊客更容易接近這個部落。
- 3.年青人留在當地：以目前司馬庫斯人口的年齡比例來看，明顯地年青人的比例是較許多人口流失快速的原住民部落來得高的。年青人是進步活力的象徵，可不斷學習，作事有效率，是生產力最高的一群。

貳、媒體對於司馬庫斯的空間形構

～我們不是住在一個地球村上，而是住在一個全球性生產、地區性分配、顧客取向的小屋裡（Castells, 1996）。～

一、媒體的報導與解讀

過往媒體對於司馬庫斯的報導，十分多元與龐雜，這些字詞隨著時代變遷，滲透著當代的發展事實與社會期待。包括如下：

1.黑色部落：這可算是司馬庫斯最早的代稱了。人們常說司馬庫斯是“黑色部落”，其實主要是出自「黑色的部落」一書，然而該書所指的黑色部落地區主要不是司馬庫斯，而是秀巒地區；實因當初古蒙仁（1978）在寫「黑色的部落」時，他站在尖石的鞍部往後山看，發現後山是一片電力尚未接通的地帶，在夜晚中呈現一片漆黑，故將此後山稱為“黑色部落”，然而在書中明顯地只提到秀巒村的部落，而未提及玉峰村的司馬庫斯。然而相較來說，司馬庫斯雖非當時古蒙仁欲強調之“黑色部落”的重點部落，但在尖石後山日益發展的過程中，司馬庫斯卻是電力最晚照明、全國道路最晚修通的原住民部落，因此，後人最終反而將此具有原始神祕想像的稱呼，給了今日的司馬庫斯。

這個稱呼於1990年代開始大量被新聞媒體採用，最常使用的就屬中國時報了。中國時報曾以「驚嘆黑色部落的原始」、「爭取經費興建司馬庫斯黑色部落道路 許榮宗關切 昨上山驗收」、「黑色部落曙光已現」、「黑色部落教堂落成 千人同賀」、「黑色部落迎向光明 司馬庫斯原鄉的驕傲」、「黑色部落擺脫赤貧的故事」等標題，大幅報導司馬庫斯的種種。其他如自由時報、民生報、聯合報，也曾對司馬庫斯的生活、觀光、教育等主題，進行相關描述。甚至連阿扁總統電子報也曾以「新竹縣尖石鄉—黑色部落 原味重現」來讚頌司馬庫斯。

2.懸崖邊的小野菊：此為李文吉（1988）於「人間」雜誌中所撰寫的“懸崖上的小野菊--司馬庫斯部落”而得名。這篇文章是深刻地敘寫道路未通前的司馬庫斯，在坡陡、發展有限的山地空間中，關於生活、文化等方面的情景。

3.泰雅族最後的伊甸園：中國時報記者馬騰嶽於1991年9月道路尚未開通前，翻山越嶺進入部落，並以司馬庫斯是「泰雅族最後的伊甸園」說法，連續三天進行相關報導。

4.千年紅檜神木的故鄉、：這是1995年司馬庫斯道路接通部落，因神木發現之故，得以大力推展觀光所得的稱呼。聯合報就曾以「千年紅檜神木的故鄉--司馬庫斯」來報導司馬庫斯；有許多私部門旅行業者與司機也已「亞洲最大神木所在地」，作為地方行銷與招攬客源的訴求。

5.上帝的部落：這是1999年司馬庫斯新教堂落成時，關渡基督書院與媒體所給的稱呼。自由時報當時以「上帝的部落 要到臺北圓夢」的標題，形塑司馬庫斯；民視異言堂節目也已此稱呼製作了一個小時的專題報導；至今目前司馬庫斯社區發展協會的網站也已「上帝的部落·泰雅的故鄉」來自稱。

6.共產主義的化外之地：這個字詞是司馬庫斯於2003年部落實施共同經營時所接受到的稱呼。聯合報是以「土地共有基金共享 這裡實施共產主義」來描述司馬庫斯，而中國時報也以「司馬庫斯深山“共產”十年有成-每人月領萬元 部落內部設八部一會自治」，進行大幅報導。

7.現代烏托邦：關於2003年部落實施共同經營，民視異言堂也曾於當年的4月，以「現代烏托邦」進行了二十分鐘的專題報導。

從上述的稱呼可以看出，司馬庫斯這種具有神祕、殊異、邊緣想像的地區，自然易成為媒體關注的焦點。當媒體權力穿透地方環境，便開始重塑司馬庫斯的實質空間；透過媒體強勢的主導(霸)權力，得以窺探許多地方生活文化的歷程，展現不為人知的一面。更因媒體跨越旅遊行銷的特權，促使私部門在規模經濟下，提供遊客看見後台常民生活的前台重現，可擴大旅遊產業的範疇；亦可在散客的非規模經濟下，利用媒體操作的空間再現，來達成在家理解司馬庫斯旅遊空間的目的。

二、歷年司馬庫斯報章報導的剖析

分析自 1991 年以來各大報紙對於司馬庫斯的報導，依主題頻率排序如下：

1. 休閒報導—33 事件；
2. 社區營造觀光開發—9 事件；
3. 深度副刊—7 事件；
4. 建路修路—8 事件；
5. 援助救助—6 事件；
6. 人物報導—5 事件；
7. 醫療資源—4 事件；
8. 電話網路—4 事件；
9. 行政遷村—3 事件；
10. 教育設校—3 事件；
11. 濫墾砍樹—2 事件；
12. 教會獻堂圓夢之旅—1 事件；
13. 公告地價—1 事件。

本研究發現，報紙對於司馬庫斯是以「休閒報導」的角度為主要切入點；換言之，形塑司馬庫斯的空間性格，報紙常以提供遊客不同觀光想像的方式來鋪陳。更進一步剖析，發現這些關於觀光休閒的報導不少是位於該報全國版的版面位階，而關於部落的生活動態則僅在新竹或桃竹苗的地方版呈現，因此對眾多讀者或遊客而言，媒體建構的司馬庫斯是個表象的“觀光天堂”；然而僅對桃竹苗地區的讀者來說，方是個原住民的“真實部落”。

三、遊客的媒體空間凝視

為探討媒體對遊客認知的影響，本研究將上述媒體所形塑的各種稱呼，如黑色部落、懸崖邊的小野菊等空間再現 (representation) 的字詞，進行遊客的問卷施測訪問。結果發現「千年紅檜神木的故鄉」居冠，「上帝的部落」次之，而「泰雅族最後的伊甸園」與「黑色部落」居第三、第四 (表 1)，如此和上述媒體勾勒司馬庫斯是以“觀光”為出發的論點，是不謀而合的，也直接說明了媒體主導建構空間屬性的高度權力性。

表 1 造訪司馬庫斯前主要印象表 (複選題)

排序		頻率	選取比例 (N=267)
1	千年紅檜神木的故鄉	155	58.1%
2	上帝的部落	55	20.6%
3	泰雅族最後的伊甸園	44	16.5%
4	黑色部落	40	15.0%
5	僅為親友告知	20	7.5%
6	共產主義在台灣	19	7.1%
7	現代烏托邦	13	4.9%
7	沒有什麼特別的印象	13	4.9%
9	懸崖邊的小野菊	6	2.2%

註：原題發問為「您來司馬庫斯前，對這裏「主要」印象為，是個？

另外，為瞭解遊客運用電子媒體的後觀光屬性，本研究針對「電視報導」或「電腦網站」對於遊客造訪的決策影響，進行程度的調查。結果發現會受到影響的遊客比例明顯較高，佔受訪遊客的 2/3 左右（表 2）；而其影響程度也多偏「影響很大」、「還算明顯」等正向的看法（表 3）。如此，說明了多數造訪者多已具備後遊客的特質了。

表 2 造訪司馬庫斯前訊息源自電子媒體概況表（單選題）

排序		頻率	比例 (N=267)
1	有	180	67.4%
2	沒有	87	32.6%

註：原題發問為「您在家是否曾經看過有關司馬庫斯的「電視報導」或相關的「電腦網站」？

表 3 電子媒體訊息對造訪司馬庫斯之影響程度表（單選題）

排序		頻率	比例 (N=180)
1	影響很大	60	33.3%
1	還算明顯	60	33.3%
3	僅小部分	49	27.2%
4	非常微小	11	6.1%

註：原題發問為「這些「電視報導」或「電腦網站」對於您這次決定來玩的影響程度如何？

參、遊客的空間凝視與符號攫取

～現今遊客常利用主導性最強的感官－視覺，來接觸這個世界，利用視覺可以獲得一個“遠距離”、“最安全”的旅遊感受，不需受到其他近距離感受的不安刺激（Urry, 1990）。～

一、媒體促成凝視的轉變

凝視 (gaze) 一詞，最早由 Urry 所提出。由於遊客由於國籍、社會階層、性別、教育程度等的相異，會產生相當不同“看 (seeing)”和“評價 (evaluating)”觀光地的方式，這些“看”的方式，可能隨時間而改變，結果造成特定的地方變得較受或不受遊客歡迎，引發遊客凝視的改變 (Thrift, 1994)。道路未開通前，司馬庫斯原就已是往鴛鴦湖的登山入口，從上述媒體的報導與解讀可以得知，當時對此空間的凝視是聚焦在不便的交通、傳統的泰雅文化方面，是個困苦、不吸引人且亟需外界關心的原住民部落。

然而隨著神木的發現與道路的開通，司馬庫斯這個地名彷彿脫胎換骨。地名的美感和遊客的旅遊想像，使司馬庫斯地名開始引人遐想，許多人因此慕名而來，甚至還發生了與對岸的新光 (與鎮西堡) 部落，為爭奪誰是“真正的司馬庫斯”稱號，而上了媒體的版面。實因當遊客的凝視從關懷司馬庫斯的克難生活，轉變為全國排名第三大且最易接近的神木身上，遊客對司馬庫斯空間的凝視已專注在所有可以提供觀光意象與功能的事物中，造成司馬庫斯彷彿出現“標籤化”的效應；也就是說，司馬庫斯已是“新興熱門景點”的代名詞，對遊客產生致命的吸引力。

觀光的发展除了讓人看見“觀光”的司馬庫斯，也讓部分遊客凝視出現新的變動，轉而關注一個偏遠原住民部落的未來遠景。部分造訪過司馬庫斯的人，開始投入協助部落的工作，透過物資接濟、知識培力等方式，使司馬庫斯族人自覺社區營造的重要，經過數年的努力，展現出台灣未有之共同經營 (即泰雅語之 Tnunan) 的成果，於是許多人也將對此空間的凝視轉到“社區”的司馬庫斯上。

二、遊客的空間符號攫取

為了瞭解現今遊客在不同的凝視中，攫取空間的何種符號，於是本研究以什麼東西「真的」讓你留下深刻印象、以及曾在何處照相留念等兩個問題，進行遊客的問卷訪查。結果發現遊客對於「大老爺神木」與「原始的大自然」這兩個符號擁有最深刻的印象，說明了大多數遊客對於司馬庫斯的凝視點仍多為“觀光”方面；至於「共同經營」，則排名第三，如此也証明了遊客凝視的可能轉變 (表 4)。另外，遊客最常拍照留念的標的物，亦是以「神木」居首；其次為「司馬庫斯牌坊」、「瞭望台」等具有司馬庫斯標誌與原住民風貌的印記，可以解讀出遊客仍企圖藉拍照的方式“征服”司馬庫斯這個觀光地，並儲存其最鮮明的符號 (表 5)。

表 4 造訪司馬庫斯間深刻印象留駐表 (複選題)

排序	頻率	選取比例 (N=267)
1 大老爺神木	172	64.4%
2 原始的大自然	144	53.9%
3 共同經營	100	37.5%
4 原住民的人情味	80	30.0%

5	部落的建築樣式（山莊、教堂等）	71	26.6%
6	部落木雕、花草	35	13.1%
7	農產品（水蜜桃、高麗菜等）	32	12.0%
8	居民信仰	27	10.1%
9	飲食的菜色	14	5.2%
10	其他	2	0.7%

註：原題發問為「來到司馬庫斯，什麼東西「真的」讓您留下深刻印象？」

表 5 造訪司馬庫斯間照相留念處所表（複選題）

排序		頻率	選取比例 (N=267)
1	神木	203	76.0%
2	司馬庫斯牌坊	125	46.8%
3	瞭望台	94	35.2%
4	觀景台	81	30.3%
5	部落導覽牌	64	24.0%
6	家戶木雕門牌	56	21.0%
7	遊客中心	52	19.5%
8	教堂	50	18.7%
9	瀑布	48	18.0%
10	部落花草前	37	13.9%
11	山莊房間	29	10.9%
12	涼亭	25	9.4%
13	補給站	23	8.6%
14	與本地居民	21	7.9%
15	穀倉	18	6.7%
16	都沒有	14	5.2%
17	其他	10	3.7%

註：原題發問為「請回想一下，這次來司馬庫斯，您曾在何處照相留念過？」

肆、遊客文化體驗認知的真實性探索

～遊客對一個觀光地的凝視，常接收到的是消費文化所生產的符號（signs）和象徵（symbols），這些標的物常經高度社會化的重構，故其和當地的“真實性（authenticity）”間已產生莫大的差距（Cloke, 2000）。～

一、難以處理的文化真實性

關於真實性（authenticity）的論述，過去於「異族觀光(ethnic tourism)」的研究中，時有所聞。MacCannell，認為人在旅遊中是為了尋求類似前現代

(pre-modern)般的神聖情懷，每個遊客都像是某種型態的朝聖者，付出自我的期許去接觸世俗世界中為數眾多的吸引事物；反倒是觀光產業阻礙了這神聖的追求，其創造了屬於遊客空間，使遊客被迫在此時空下活動。(Hitchcock, 2000)。這和 Goffman 所謂的觀光前台 (frontstage) 和後台 (backstage) 效應相似，遊客被允許穿越前台地區，而不見得能瞭解後台，當前台與後台兩者愈明確時，則吸引遊客的事物也愈不真實。

對於司馬庫斯的文化觀光來說，當然也出現“前台”與“後台”文化。遊客的山莊是窗明几淨、族人的住屋是簡單樸實，遊客吃的是屬於平地人的食物、族人吃的是習慣的原住民食物，這些分野勢所難免，只是並非所有的司馬庫斯文化發展，都是“前台”便是現代，而“後台”便是傳統，實因在平地文化早已入侵部落的今日，有許多文化可能是因觀光而得以復振；換言之，真正的文化真實性如何界定已不是件容易的事。

二、遊客的文化真實性識覺

針對遊客感受的真實性體驗，以這兩天來這裏所過的生活與他們平日所過的日子是否有所不同的問項來發問。結果發現有 38.2% 的遊客認為兩者「差距頗大」(表 6)，其中尤以「住的空間」和「與人的互動」最為明顯(表 7)，而認為「應沒有太大的差別」與「不確定」的遊客，則平分秋色。

表 6 造訪司馬庫斯間生活體驗與居民真實生活之差距程度表 (單選題)

排序		頻率	比例 (N=267)
1	差別頗大	102	38.2%
2	應沒有太大的差別	83	31.1%
3	不確定	82	30.7%

註：原題發問為—您認為這幾天是否體驗了他們平日所過的日子？

表 7 造訪司馬庫斯間生活體驗與居民真實生活之差別項目表 (複選題)

排序		頻率	選取比例 (N=102)
1	住的空間	55	53.9%
2	與人的互動	48	47.1%
3	吃的食物	28	27.5%
4	用的家電	27	26.5%
4	玩的東西	27	26.5%
6	其他	4	3.9%

註：原題發問為—如果有差別，您認為是在哪些方面不同？

伍、觀光需求供應與消費者主義導向的發展

～英國有許多遊客已經愈來愈受到鄉村、文化和襲產地所吸引，反而較不到海

邊渡假區，也因此造就了英國製產觀光產業的快速成長，這個例子只是西方國家遊客普遍轉型的情況之一罷了（Thrift, 1994）。～

一、後現代與多元化的需求供應

隨著遊客凝視的轉變，因應不同遊客需求的觀光型態順勢而生，也因為位處後現代多元的社會中，消費者成為了觀光發展的風向球之一，於是對不同空間也漸找到其應處的位置。空間的意義是隨時代而轉換的，當走進台灣後現代的社會，邊陲也可幻化為一種無形的空間權力，是一種被關注的力量，一種不能再被冷漠的力道；也是一種被需求的力量，一種被遊客需求的力道，呈顯著空間發展過程微妙的自然環境侷限與社會人文抵抗的結果，發生在社會發展的最末端，一個眾人置於後位的空間凝視。

因此，司馬庫斯的觀光供應的出現，彷彿滿足了許多登山健行客與年輕族群的需要。雖然這些遊客仍是為了爭睹所謂的神木，但本研究視其為過渡於後現代的台灣社會中對現代主義的留戀—主流、中心、名列前矛式的讚揚，因此，從整個台灣的觀光發展態勢而言，的確有走向消費者導向的趨向。

二、遊客的符號消費

針對遊客的符號消費，本研究以最希望在司馬庫斯享受（或買）到什麼東西和希望部落目前還可以多增加或是多賣哪些東西等兩個題項來發問。結果發現「只是來這裏看看，什麼都不需要」居首，此証明了遊客的符號消費過程中，並不一定是需要花費金錢；其餘則以「水蜜桃、高麗菜等農產品」居之（表8）。至於欲促請部落增加的有形販賣品中，則以「原住民風味餐」最為期待，次之為「營火晚會活動」、「介紹部落的書籍」、「靜態文物展覽」等（表9）。

表8 造訪司馬庫斯前原擬享受或購買之物品表（複選題）

排序		頻率	選取比例 (N=267)
1	只是來這裏看看，什麼都不需要	120	44.9%
2	水蜜桃、高麗菜等農產品	73	27.3%
3	與神木有關的周邊紀念品	38	14.2%
4	原住民的木雕編織	37	13.9%
5	原住民的飲食	33	12.4%
6	小米酒水果酒等酒類	29	10.9%
7	原住民的歌舞	28	10.5%
8	其他	5	1.9%

註：原題發問為—來此前，您原本希望在司馬庫斯享受（或買）到什麼東西？

表9 冀望司馬庫斯增加販售物品種類表（複選題）

排序	頻率	選取比例 (N=267)
----	----	--------------

1	原住民風味餐	111	41.6%
2	營火晚會活動	88	33.0%
3	介紹部落的書籍	77	28.8%
4	靜態文物展覽	76	28.5%
5	木雕	67	25.1%
6	燒烤(山豬)肉類	49	18.4%
6	咖啡、花茶	49	18.4%
6	編織品	49	18.4%
9	卡拉 OK	19	7.1%
10	其他	16	6.0%

註：原題發問為「您希望部落目前還可以多增加或是多賣哪些東西？」

陸、遊客之觀光目的與邊際區域空間的交互對話

～什麼是新型態的觀光？無論如何，它是被物質旨趣（material interests）所建立與推動的，對於後現代主義者來說，是不會遺漏和這些物質旨趣有關之符號的，因為人消費符號，結果也被迫處在此新架構中（Ritzer & Liska, 1997）。

～

一、遊客對觀光的定位

對於遊客是否將“觀光本身被視為一個終點，而不是一個要邁向更高目標的手段”，以問卷作一證明。結果發現，到訪遊客多是「享受自己喜愛的休閒樂趣」為主，且超過一半，這說明了遊客已經跳脫過去觀光作為工作的補償，成為一生活的目的（表 10）。另外，本研究亦可從到訪遊客多具有「爬山健行」與「研究大自然」等相關興趣，得到證明（表 11）。

表 10 造訪司馬庫斯「最主要」原因表（單選題）

排序		頻率	比例 (N=267)
1	享受自己喜愛的休閒樂趣	157	58.8%
2	抒解工作壓力	42	15.7%
3	陪伴親友來玩	31	11.6%
4	喜歡這個地方，舊地重遊	22	8.2%
5	其他	15	5.6%

註：原題發問為「您這次到司馬庫斯來玩，「最主要」是因為？」

表 11 抽樣遊客動靜態興趣表（複選題）

排序		頻率	選取比例 (N=267)
1	爬山健行（動態）	219	82.0%
2	研究大自然（動態）	104	39.0%

3	看書聽音樂（靜態）	103	38.6%
4	游泳（動態）	92	34.5%
5	看電視（靜態）	76	28.5%
6	打球（動態）	68	25.5%
7	逛街（靜態）	45	16.9%
8	唱 KTV（靜態）	37	13.9%
9	其他	4	1.5%

二、後遊客觀光、後現代概念與邊際區域的發展

在後現代性下看待觀光，要的是地方的歷史真實性（truth），只要地方是真實的歷史就可成為一方之霸，不需要過去所謂必為主流文化才推崇，如此一個邊際區域就可產生發展觀光的權力力量（power），在後現代社會的社會論述中，創造出新的觀光道路（Hollinshead, 1997）。這也說明司馬庫斯身為一個邊際地區，卻能躋入台灣觀光市場的最佳證明。

【計畫成果自評】

從以下三方面進行自評，已幾達成所有預設目標：

壹、完成預期成果

- 一、完成後遊客與後觀光現象之內涵與精義鋪陳、解讀與評析。
- 二、完成分析司馬庫斯於社會演變中的後觀光氛圍。
- 三、完成傳播媒體對研究區域社會再現的空間生產探究。
- 四、完成造訪遊客各項特質之調查，及遊客於的識覺與凝視。
- 五、完成後遊客現象的空間實踐面貌。
- 六、完成 後遊客觀光現象 與 邊際區域空間 的初步交互對話。

貳、達到預期貢獻

- 一、解讀台灣遊客現今真實的旅遊決策行為，並為後遊客現象所呈顯的時代意義給予定位。
- 二、反饋予傳播媒體對於邊際地區觀光發展資訊的深度思考，可做為日後進行類似報導或採訪時的重要參考。
- 三、提供台灣民眾（即潛在的遊客）一個全新的觀光旅遊觀念，一個後遊客觀光的新穎思維。
- 四、藉由邊際地區觀光發展的特定分析，回饋政府及主管機關日後擬訂原住民地區規劃設計與經營管理時，全新的寬廣視野，以求能真正對症下藥，走出邊際地區已存的發展困境。

參、工作人員已獲預期之訓練

參與之工作人員，包括專任助理及研究生同學，一來可藉此增加邊際區域與原住民文化研究的經驗；更重要的是，透過多方法的野外調查訓練，可為未來獨立研究紮下深厚的基礎。另外，本系甫成立碩士班，藉此計畫機會可提供碩士班研究生難得的學習機會，並得以造就學術與研究氛圍，為師範院校轉型的投注一份心力。

【參考文獻】

※一般文獻

王鑫、曹正偉

1996 觀光區的我毀滅理論與永續發展，85年度永續發展研討會論文集，頁9-20。

王志弘

1995 《空間的社會分析》，未發表文章，作者自印。

王秋原、趙建雄、何致中

1997 <區域地理研究的探討>，《國立台灣大學理學院地理學系地理學報》，22：83-102。

官大偉

2001 《原住民保留地共有制施行基礎—公共資源自主治理模式的研究：以新竹縣尖石鄉個案為例》，國立政治大學民族學系碩士論文。

紀駿傑

1998 從觀光原住民到原住民自主的觀光。原住民文化與觀光休閒研討會論文集，頁31-36

倪進誠

2000 <島嶼旅遊空間移動之決策機制分析—澎湖群島遊客個案探討>，《戶外遊憩研究》，13(4)，pp27-49。

2001 <澎湖觀光空間形塑之外在作用力分析>，《社會科教育學報》，No.4，pp73~112。

2005 <觀光地理學近年研究趨勢探析—兼論後遊客現象之萌現>，審查中文章。

陳秀萍

2001 《觀光空間的商品化—以日月潭地區為例》，國立臺灣大學地理環境資源學研究所碩士論文。

溫世傑

1998 <達娜伊谷生態保育與山美社區營造>，《山海文化》雙月刊，No18:59-63。

葉智魁

1995 <社會學理論與觀光研究>，《戶外遊憩研究》，8(1)：1--14。

楊宏志

1989 《旅遊選擇與阻礙》，台北：淑馨出版社。

歐聖榮、蕭芸殷

1998 <生態旅遊遊客特質之研究>，《戶外遊憩研究》，11(3)：35--58。

劉可強、王應棠

1998 觀光產業對原住民文化的衝擊及對策芻議社區自主的觀點。原住民文化與觀光休閒研討會論文集，頁37-52

謝世忠

1992 觀光活動、文化傳統的塑模、與族群意識：烏來泰雅族Daiyan認同的研究，
考
古人類學刊48：113-129

- 1994 山胞觀光：當代山地文化所展現的人類學詮釋，台北：自立
謝世忠、蘇裕玲
- 1998 傳統、出演與外資：日月潭德化社邵族豐年節慶的社會文化複象，*考古人類學刊*53：
145-172
- 鐘笙嘉
2002 <從尊重自然與當地原住民談生態旅遊>，環境資訊中心，
<http://e-info.org.tw/news/taiwan/special/2002/tasp2002-08.htm>。
- 蘇一志
1997 《恆春地區觀光遊憩空間之演化—社會作用者與空間生產的關係》，台灣大學地理學
研究所博士論文，作者自印。
- Aitchison, MacLeod and Shaw
2000 *Leisure and Tourism Landscapes : Social and Cultural Geographies* / Cara Aitchison,
Nicola E. MacLeod and Stephen J. Shaw, London : Routledge.
- Bammel, G. and Burrus-Bammel, L. L.
民84 《休閒與人類行爲》(Leisure and Human Behavior) , 1992; 涂淑芳譯，台北：桂冠圖
書公司。
- Burns, P.
1999 *An Introduction to Tourism and Anthropology* / Peter M. Burns, London : Routledge.
- Bunn, S.
2000 Stealing Souls for Souvenirs: Or Why Tourists Want 'the Real Thing', In *Souvenir : the
Material Culture of Tourism* / edited by Hitchcock M., Teague, K., pp166-193,
Aldershot : Ashgate.
- Castells, M.
1996 *The Rise of the Network Society*, 夏鑄九等譯，1998，台北：唐山出版社。
- Ceballos-Lascurain, H.
1987 The Future of Ecotourism, *Maxico Journal* (January): 13-14.
- Cloke, P.
2000 Geography of Tourism, In *The Dictionary of Human Geography*, 4rd ed. R. J. Johnston,
D. Gregory, G. Pratt and M. Watts, pp.840-843, Oxford : Basil Blackwell.
- Feifer, M.
1985 *Going Places*, London : Macmillan.
- Nash, D.
1996 *Anthropology of Tourism* / Dennison Nash, Oxford : Pergamon.
- Ghimire, K.
2001 *The Native Tourist : Mass Tourism within Developing Countries* / edited by Krishna
Ghimire, London: Earthscan Publications.
- Gregory, D.
1989 Area Differentiation and Post-Modern Human Geography, In *Horizons in Human
Geography*, ed. D. Gregory & R. Walford, pp. 67-96, London: Macmillan.
2000 Critical Theory, In *The Dictionary of Human Geography*, 4rd ed. R. J. Johnston, D. Gregory,
G. Pratt and M. Watts, pp.840-843, Oxford : Basil Blackwell.
- Hall and Lew
1998 *Sustainable Tourism : A Geographical Perspective* / edited by C. Michael Hall and Alan
A. Lew, Harlow, Essex, Eng. : Longman.

- Hall & Page
 1999 *The Geography of Tourism and Recreation : Environment, Place, and Space* / C.M. Hall & S.J. Page, London : New York : Routledge.
- Hatton, M.
 1999 *Community-based Tourism in the Asia-Pacific* / by Michael J. Hatton, Toronto, Ont. : School of Media Studies at Humber College.
- Hitchcock, M
 2000 Introduction, In *Souvenirs : the Material Culture of Tourism* / edited by Hitchcock M., Teague, K., pp1-17, Aldershot : Ashgate.
- Honey, M
 1999 *Ecotourism and Sustainable Development -- Who Owns Paradise?*, Washington D.C. : Island Press.
- Kellerman, A.
 1993 *Telecommunications and Geography*, London : Belhaven Press.
- Hollinshead
 1997 Heritage Tourism under Post-modernity: Truth and the Past, In *The Tourist Experience-- A New Introduction*, ed. C. Ryan, pp.170-193. London : Cassell.
- Johnston, R. J.
 1997 *Geography and Geographers*, 5th ed. New York: Routledge.
- Kamsma, T. & Bras, K
 2000 Gili Trawangan – from desert island to ‘marginal’ paradise, In *Tourism and Sustainable Community Development* / edited by Greg Richards and Derek Hall, pp.170-184, London ; New York : Routledge.
- Leimgruber, W.
 1993 Marginality and Marginal Regions: Problems of Definition, *Marginality and Development Issues in Marginal Regions*, I.G.U. pp.1-18.
- Murphy, P. E.
 1985 *Tourism -- A Community Approach*, New York : Methuen.
- Pearce, P. L.
 1990 《觀光客行爲的社會心理分析》（The Social Psychology of Tourist Behaviour）；劉修祥譯，台北：桂冠圖書公司。
- Pearce and Butler
 1999 *Contemporary Issues in Tourism Development* / edited by Douglas G. Pearce and Richard W. Butler, London ; New York : Routledge.
- Pearce, P. L. & Moscardo, G..
 1999 Tourism Community Analysis – Asking the Right Questions, In *Contemporary Issues in Tourism Development/* edited by Douglas G. Pearce and Richard W. Butler, pp.31-51, London : New York : Routledge.
- Pearce, D. G.
 1993 Domestic tourist travel patterns in New Zealand, *GeoJournal*, 29(3) : 225-232.
- Richards ,G. and Hall ,D.
 2000 *Tourism and Sustainable Community Development/* edited by Greg Richards and Derek Hall, pp.297-306, London, New York : Routledge.
- Ritzer, G. & Liska, A.

- 1997 McDisneyization and Post-tourism – Complementary Perspectives on Contemporary Tourism, In *Touring Cultures : Transformations of Travel and Theory* / edited by Rojek, C. & Urry, J. , pp96-102, London ; New York : Routledge.
- Rojek, C.
1993 *Ways of Escape: Modern Transformation in Leisure and Travel*, London : Macmillan.
- Ryan, C.
1997 The Chase of a Dream, the End of a Play, In *The Tourist Experience--A New Introduction*, ed. C. Ryan, pp.1-24. London : Cassell.
- Shaw and William
2002 *Critical Issues in Tourism – A Geographical Perspective* / G. Shaw and A. M. Williams, Oxford : Blackwell.
- Theobald and Dunsmore
2000 *Internet Resources for Leisure and Tourism* / William Theobald and H.E. Dunsmore, Oxford : Butterworth-Henemann.
- Thrift, N. J.
1994 Geography of Tourism, In *The Dictionary of Human Geography*, 3rd ed. R. J. Johnston, D. Gregory and D. M. Smith, pp.634-636, Oxford : Basil Blackwell.
- Um and Crompton
1990 Attitude Determinants in Tourism Destination Choice, *Annals of Tourism Research*, Vol.17:432-448.
- Urry, J.
1990 *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London : Sage.
1999 Sensing Leisure Spaces, In *Leisure/tourism Geographies : Practices and Geographical Knowledge* / edited by Crouch, D., pp34-45, London ; New York : Routledge
- Walmsley, D. J. & Lewis, G. J.
1993 *People and Environment : Behavioural Approach in Human Geography*, Essex : Longman.
- Walsh, R.G.
1986 *Recreation Economic Decision: Comparison of Costs and Benefits* , Venture.
- Young, B.
1993 Marginal Tourism: Issues, Alternatives and Evolutionary Perspectives, *Marginality and Development Issues in Marginal Regions*, I.G.U. pp.73-92.

※司馬庫斯文獻－文章類

- 古蒙仁
1978 《黑色的部落》，臺北市：時報。
- 余世傑
1985 <司馬庫斯古道懷古>，《中華山嶽》第14卷第五期，pp: 9-11。
- 李文吉
1988 <懸崖上的小野菊--司馬庫斯部落>，《人間》 31 : 67-82。
- 林俊強
1998 《開闢運輸道路影響原住民部落發展之研究－以新竹縣尖石鄉司馬庫斯為例》，國立臺灣大學地理學研究所碩士論文。
- 洪廣冀

- 2000 《森林經營之部落、社會與國家的互動—以新竹司馬庫斯部落為個案》，國立臺灣大學森林學研究所碩士論文
- 洪廣冀
- 2004 <碎形經濟：兩個泰雅民族誌的比較分析>，《文化研究學會2003年會「靠文化·By Culture」論文集》，文化研究學會。
- 洪廣冀、鄭欽龍
- 2001 <地方觀光的发展與困境—新竹司馬庫斯原住民部落的個案研究>，《中華林學季刊》，No.34(2):229-239。
- 洪廣冀、林俊強
- 2003 <社群主位與資源競合—泰雅爾司馬庫斯部落觀光經營制度的浮現與變遷>，《2003年環境教育學術研討會論文集》，花蓮東華大學。
- 洪廣冀、林俊強
- 2004 <觀光地景、部落與家—從新竹司馬庫斯部落的觀光發展探討文化與共享資源的管理>，《地理學報》，No. 37:51~96。
- 倪進誠等
- 1996 <司馬庫斯的現在與未來>，未發表文章。
- 黃躍雯
- 2002 <新竹縣尖石鄉司馬庫斯部落休憩空間的形構過程>，《地理學報》，No. 32:1~18。
- 黃朝漳
- 1983 <司馬庫斯古道探秘>，《野外雜誌》第173期，pp: 88-92。
- 劉克襄
- 1994 <司馬庫斯探勘>，《台灣山嶽雜誌》夏季號，pp: 44-51。
- 藍淑琪
- 2004 《原住民部落生態旅遊遊客識覺與行為之研究-以新竹縣尖石鄉司馬庫斯為例》，國立臺灣大學地理環境資源學研究所碩士論文。

※司馬庫斯文獻—剪報類（1991年起，暫採重要者）

- 中國時報 1991.4.3 (14 新竹縣市要聞版) 司馬庫斯部落遷村 一波三折 林務局不願無償撥地被迫放棄
- 中國時報 1991.9.25 泰雅族最後的伊甸園 桂竹林裡的希望與墮落
- 中國時報 1993.3.5 (15 桃竹苗綜合新聞版) 「司馬庫斯」部落 無意他遷
- 中國時報 1993.7.8 (14 新竹縣市要聞版) 進出內山交通不便令人生畏 縣府允分期闢建「司馬庫斯」走上希望之路
- 經濟日報 1993.7.18 (14 休閒生活版) 揭開司馬庫斯面紗 走一趟深山部落
- 中國時報 1993.8.6 (14 新竹縣市要聞版) 民政廳官員視察山胞生活 縣府建議速打通司馬庫斯部落對外交通
- 中國時報 1994.8.4 (18 深度報導版) 司馬庫斯 醫療真空地
- 中國時報 1994.8.24 (13 竹苗焦點版) 司馬庫斯 又面臨斷糧
- 中國時報 1994.12.13 (14 新竹縣市要聞版) 縣府積極開發司馬庫斯部落 將保留原始文化風貌 以發展觀光事業
- 中國時報 1994.12.16 (14 版) 司馬庫斯行不易 學子上課沒興趣
- 中國時報 1994.12.19 (15 鄉親鄉情/北台灣版) 驚嘆黑色部落的原始
- 中國時報 1995.8.10 (13 竹苗焦點版) 跋山涉險 竹縣長踏勘司馬庫斯

中國時報 1995.8.17 (14 新竹縣市要聞版) 就事論事-拯救黑色部落居民

中國時報 1995.8.17 (15 桃竹苗鄉親版) 拜訪司馬庫斯神木群 竹縣府看好觀光潛力 交通不便將逐步整修

中國時報 1996.2.8 (5 社會焦點版) 台灣十大神木排行榜 苗栗紅檜奪冠 新發現的司馬庫斯神木、新中橫神木也躋身十大之列

聯合報 1996.4.5 (35 版) 千年紅檜神木的故鄉--司馬庫斯

中國時報 1996.7.21 (14 新竹縣市要聞版) 爭取經費興建司馬庫斯黑色部落道路 許榮宗關切 昨上山「驗收」

中國時報 1996.7.26 (14 新竹縣市要聞版) 司馬庫斯人口回流 縣府希望規劃新社區發展觀光

中國時報 1996.7.27 (14 新竹縣市要聞版) 黑色部落曙光已現

民生報 1996.11.13 (19 藝文新聞版) 司馬庫斯部落開闢閱讀空間 台大地理網路募書效果好 部落圖書館不是夢

民生報 1996.11.25 (13 電視資訊版) 位處最深山 卻是挖土機大本營 念真情-司馬庫斯走一回

中國時報 1997.4.26 (13 新竹焦點版) 司馬庫斯部落 全民健保死角

中國時報 1998.2.22 (14 新竹縣市要聞版) 司馬庫斯裝設電話 有望 中華電信擬設無線傳輸網路 用地初步取得

中國時報 1999.1.26 (18 新竹縣市要聞版) 司馬庫斯教堂落成 耗時七年居民自立搭建

中國時報 1999.1.30 (20 北台灣天地版) 黑色部落教堂落成 千人同賀

中國時報 1999.2.2 (18 新竹縣市要聞版) 司馬庫斯古道 一葉蘭綻放

自由時報 1999.2.4 (5 專題報導版) 上帝的部落 要到臺北圓夢

自由時報 1999.2.23 神木大老爺 司馬庫斯「搖錢樹」

中國時報 1999.9.17 (19 竹苗綜合新聞版) 山老鼠猖狂 尖石人抓狂 司馬庫斯部落長老率隊 陳情

聯合報 2000.12.6 (40 旅遊休閒版) 前進檜木故鄉司馬庫斯

聯合報 2001.10.5 (竹苗綜合新聞版) 納莉沖毀大橋 司馬庫斯不通

中國時報 2002.10.15 (40 邊吃邊玩版) 遊司馬庫斯 預習馬告之美

聯合報 2002.10.24 (17 新竹焦點版) 司馬庫斯揚言 光復節起封山

中國時報 2002.10.24 (13 社會脈動版) 司馬庫斯部落聲名未封山

中國時報 2003.1.21 (21 版) 黑色部落迎向光明 司馬庫斯 原鄉的驕傲

中國時報 2003.1.22 (21 版) 黑色三部落擺脫赤貧的故事-集合經營民宿 從事精緻農業

中國時報 2003.1.23 (21 版) 黑色部落擺脫赤貧的故事之二-司馬庫斯子民 天生藝術家

中國時報 2003.1.24 (21 版) 黑色部落擺脫赤貧的故事之三-心存善良感恩 獲得更多眷顧

中國時報 2003.1.25 (21 版) 黑色部落擺脫赤貧故事之四-用心愛自然 原鄉有生機

阿扁總統電子報 2003.04.17 新竹縣尖石鄉—「黑色部落」原味重現

聯合報 2003.4.26 (B1 新竹焦點版) 原民會補助額 司馬庫斯奪冠

聯合報 2003.6.27 (B4 版) 五十年來第一次 司馬庫斯辦畢典 很泰雅風

聯合報 2003.8.19 (B2 版) 司馬庫斯爭取國小分校

聯合報 2003.8.31 (B6 桃竹苗焦點版) 黑色部落 新學期起設分班 司馬庫斯教堂當教室, 低年級小朋友不必再越山上小學

中央日報 2003.8.31 (北部綜合版) 尖石司馬庫斯分校實驗分班

中華日報 2003.8.31 (23 桃竹苗版) 司馬庫斯設新光分校 試辦一年

自由時報 2003.12.17 (14 竹苗綜合版) 終於通話了 司馬庫斯圓夢。

民生報 2004.2.18 (A10 3C 新聞網) 民國 69 年才有電 84 年才開路 92 年底接通電話 在尖石
鄉司馬庫斯也能飄網

聯合報 2004.2.18 (A6 版) 土地共有基金共享 這裡實施「共產主義」

中央通訊社 2004.4.12 司馬庫斯有台灣首座高山景觀廁所

聯合報 2004.5.31 (E8 版) 司馬庫斯神木群二日遊

經濟日報 2004.6.15 (14 版) 扶輪社友嘉惠原住民 贈送司馬庫斯部落醫療器材

中國時報 2004.6.16 (C2 新竹新聞版) 司馬庫斯深山“共產”十年有成-每人月領萬元 部落內
部設「八部一會」自治

中國時報 2004.8.31 (C4 新竹新聞版) 十年“樹”立信心 災民不願撤離-司馬庫斯全力種樹 這
次風災只路斷 部落無損

自由時報 2004.11.30 (第 14 頁新竹新聞) 尖石後山經營 自有一套-凱達格蘭學員部落巡禮
司馬庫斯和新光、鎮西堡發展 學員好奇

中國時報 2005.1.5.(C2 新竹新聞版) 觀光無路用 尖石後山人鬱卒-鄉所說道路搶修已發包
卻遲不動工 災民眼睜睜看著遊客掉頭而去 拼重建血汗
白流