



教育觀光：偏遠國小假日遊學之意義與價值

陳貞吟*

南華大學旅遊事業管理學系助理教授

孟佳瑾

南華大學旅遊事業管理研究所研究生

曾庭筠

南華大學旅遊事業管理研究所研究生

摘要

教育與學習成爲現代人們從事旅遊的主要動機，近年教育觀光的發展潛力在觀光市場區隔中更是不容被忽視。由於少子化造成不少偏遠國小已面臨存廢難題，有些偏遠國小逆勢而爲，善用當地自然資源優勢，結合社區特色，不但沒有被裁併危機，且巧妙結合教育與旅遊，吸引不少遊學人潮，創造生機。本研究因此以嘉義奮起湖中和國小爲案例，透過問卷、深度訪談、參與觀察與方法目的鏈等多元交叉方式，同時從需求與供應面探討偏遠學校發展教育觀光的意義與價值，並且分析偏遠國小在旅遊產品設計、行銷與管理三方面如何善用其獨特的環境資源進行教育觀光。

研究發現，大部分參與遊學的學童對於當地的自然資源都感到驚訝、新奇，且美麗等獨特體驗，這顯示偏遠國小是激發學童好奇心、培養美學與想像力的體驗遊學場域。校方在政府政策相關補助下必須結合當地社區力量，才得以凝聚成功教育觀光的關鍵因子，且吸引遊客的精緻遊程內容與另類教育的體驗度假更是促成偏遠國小創造教育觀光新價值的重要因素。

關鍵字: 教育觀光、偏遠國小、假日遊學

*通訊作者：陳貞吟

Email：chenyin@mail.nhu.edu.tw



Educational Tourism: The Value of Study Tour Program in Remote Elementary Schools

CHEN-YIN CHEN

Assistant Professor, NAN HUA University, Institute of Tourism

CHIA-CHIN MEMG

NAN HUA University student of Institute of Tourism Management

TING-YUN TSENG

NAN HUA University student of Institute of Tourism Management

Abstract

Education and learning have recently become the primary motivations for tourist activities. The development potential of educational tourism thus should not be underestimated. While many remote elementary schools might be forced to close down for the declining birth rate, some however chose to treat the jeopardy as an opportunity to incorporate education and tourism so as to attract crowds of study tours and revitalize the school. This study used Changhe Elementary School in Fenqihu, Chiayi County as the subject, and conducted questionnaires, interview, observation and means-end chains analysis to perform multielement crossing. Besides investigating the value of educational tourism for remote schools from the aspects of supply and demand, the study also analyzed how the school incorporated its environmental resource into product design, marketing and managements.

The study found that most of the students who participated in the study tour marveled at local natural resource and the unique experience. This showed that remote elementary schools serve as a field in which the study tour experience inspires children's curiosity, aesthetic taste, and imagination. With the assistance of governmental policy, school should integrate the resource from local community so as to develop successful educational tourism. The fine quality of tourism and specific educational experience are also important for remote elementary schools to create the significant values of educational tourism.

Key words: educational tourism, remote elementary schools, holiday study tour



壹、研究動機與研究目的

一、研究背景與動機

近十年來，台灣週休二日制度的實施，提升國人重視休閒旅遊活動。工作及休閒旅遊的概念改變，年輕家庭成員不僅重視休假活動，也強調旅遊必須結合孩子的學習經驗，擴展孩子視野，並能類化學習內容。因此，目前許多家長的旅遊安排與行程規劃，經常以學習活動為主題，且希望讓小孩能完全參與，親身體驗。不論是課堂中已經學習的舊經驗，或是腦海中完全空白或不完整的概念，家長們都期望能在規劃的旅遊行程中融入。平常寒暑假，家長們也都願意付適當的費用，讓兒童參加夏令營，充分體驗不同的多元的學習課程，累積生活智能的基模。因此，教育與觀光的結合已成為現今觀光市場裡，最具發展潛力以及持續成長的市場區隔之一。

教育觀光是一種以教育或學習為動機的旅遊活動，因此旅遊目的地必須能夠符合教育與學習的需求，同時不同的旅遊目的地也能夠因應不同的地區特色發展出不同的學習與服務內容。在教育觀光中，學校所設計的實地學習遊程最常被探討 (Ritchie, Carr & Cooper, 2003)。實地學習遊程不僅能夠提供小孩或成人各種豐富的學習，同時促使理論與實務的結合，有效擴展學習經驗(Lai, 1999)。尤其，Hurd (1997)認為這種實地學習遊程特別能夠引發兒童對於特定學科的興趣，而其經驗更可讓兒童再回到教室式的學習時提升學習效果。Robertson (2001)更指出實地學習遊程能夠挑戰兒童的認知，建立其自信心以及改變他們對於自我、他人與環境的態度。因此，實地學習遊程可視為一種體驗學習(experiential learning) (Tal, 2001; Nespor, 2000)，對於兒童而言，其價值在於擴展自我認知與視野，進而改變其對環境與社會的態度，並增進學習能力。

近年，偏遠國小由於地處偏遠、交通不便、資訊缺乏、人口大量外流、少子化等諸多影響，普遍面臨裁併與廢校的威脅。因此，教育部與地方政府均積極推動小型學校特色發展及空餘教室、閒置空間的多元運用，並在九十六年度及九十七年度間計畫性推動至少五十至一百所學校發展特色，且加速五十所學校的空間做有效運用。在政府相關補助政策下，許多偏遠國小結合當地社區已經逐漸發展出多項特色遊學課程，以假日學校形態成為教育觀光的雛形場域。「假日學校」除了讓當地歷史文化融合在小學教育，更因為這項遊學計畫而創造出地方價值、活絡社區人文與經濟命脈，而社區力量也因此得以重新整合(陳雅玲，2005)。而這也說明推動教育觀光不僅可能讓偏遠國小免於裁撤的危機，也帶給偏遠國小不同的教育思惟與新價值。

由於教育觀光是一種以教育或學習為動機的旅遊活動，因此旅遊目的地必須能夠符合教育與學習的需求，同時不同的旅遊目的地也應能結合地區特色發展出不同的學習與服務內容。Cooper & Latham (1988)因而認為推動教育觀光的學校必須能夠瞭解學生的需求，以利於管理以及行銷。有鑑於此，本研究從需求面，亦即旅客(參與學生)觀點，以參與者需求為導向，瞭解他們對於偏遠學校所提供之教育觀光設計內容與行程之體驗，並進一步了解其遊程所提供之意義與價值。最後，將從研究結果提出建議，以作為偏遠學校在規劃教育觀光旅遊行程時之參考。



貳、文獻回顧與探討

一、教育觀光

(一)定義與範疇

教育與學習旅遊涵蓋範圍廣泛且複雜(Smith & Jenner, 1997)。教育是一種透過課堂的正式學習，講究學習策略且重視學習成效 (Smith, 1982)，而學習則是一種自然的學習，經常是不經意或偶然的學習，重視學習過程 (Kulich, 1987)。從此教育與學習的意涵來看，Ritchie, Carr & Cooper (2003)認為教育觀光可視為一種產品 (學習結果)，是一種程序 (學習過程)，也是一種功能 (達成學習的方法或步驟)：將教育觀光視為一種產品主要強調學習體驗的成效；當教育觀光被視為一種程序或功能時，它的焦點則在於運用什麼方法達到目的 (Kalinowski & Weiler, 1992)。當學習是一種主要的目標時，旅遊的體驗著重在於運用旅遊的機會增進或修正既有的知識，如到海洋博物館研究海洋生物；而當學習是一種方法時，旅遊的重點則在於應用或延伸過去所學，如了解一個城市後到那城市旅遊。

由於教育觀光主要在於創造機會讓觀光客接受教育或學習，加拿大觀光局(2001)建議，教育或學習形式的觀光範圍包含從”旅遊過程中的一般學習”到”有目的的學習與旅遊”形式上可能是正式性的旅遊 (由某個機構或團體組成)，但也可能是由個人發起的非正式旅遊。

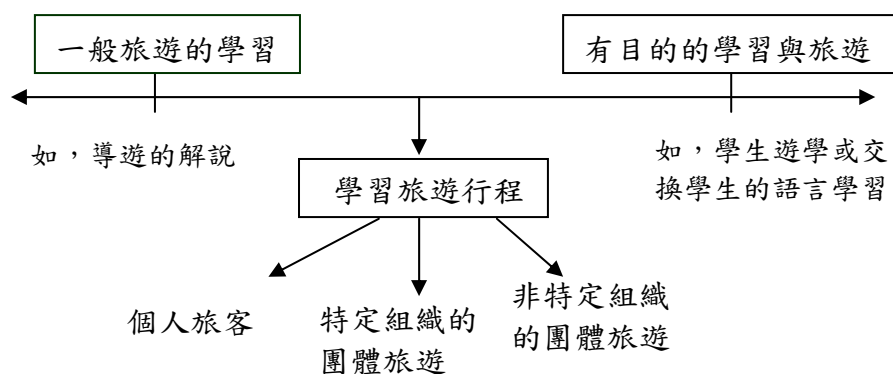


圖 2-1：教育觀光之範疇

資料來源：Ritchie, Carr & Cooper (2003), *Managing Educational Tourism*, Tonaw&a, NY: Channel View Publications, p.12.

同時，依旅客的旅遊動機不同，教育觀光的形式涵蓋以觀光為主的成人學習旅遊到以教育為優先的學校觀光。教育觀光也因此常存在兩種區隔：一種是觀光優先，亦即觀光是主要的動機而學習其次；相反地，另一種則是教育優先，即學習是主要動機而觀光其次。雖然觀光或教育可能是主要或次要動機，這兩種目的的旅遊者都視為旅客，且對於觀光都具有相當的影響力，而這點也曾獲多位學者認同，如 Bywater,1993; Cooper,1999; Ritchie & Priddle,2000; Seekings,1998。

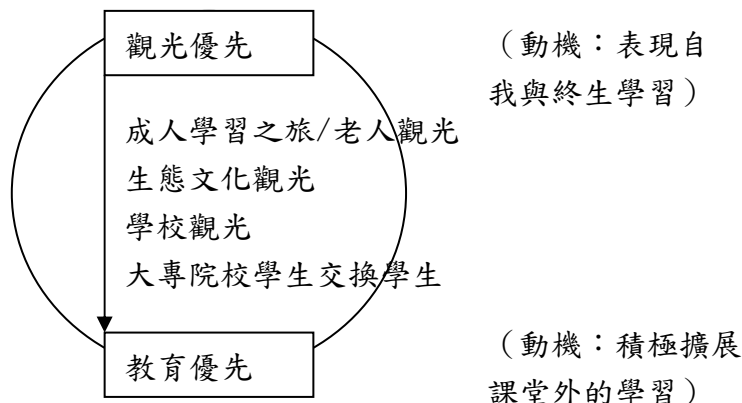


圖 2-2：教育觀光的形式

資料來源：自行整理

綜合上述觀點，從教育觀光的涵蓋範圍與形式來看，不論教育與學習是否為教育觀光客的主要旅遊動機與目的，但都是旅客離家旅遊的重要誘因。教育觀光也因此可定義為，一種以教育與學習為首要動機或次要動機的旅遊活動。

二、學校的教育觀光

一般的教育常被狹隘定義為一種基於特定學習目標以及學習程序所進行的有意識性、有計畫性、有延續性以及系統化的流程(Kalinowski & Weiler, 1992: 17)，但卻忽略許多非正式性或非計畫性的機會，而這機會可能是透過觀光的學習。透過觀光的學習是一種最自然且偶發性的終身學習過程 (Kalinowski & Weiler, 1992)，且 Burkart & Medlik (1981)認為教育與學習能夠滿足旅客對不同生活方式的好奇心，進而讓旅客學習不同的世界觀與價值觀。因此，教育觀光主要運用對於特定地方以及事件豐富與擴展旅客對世界與歷史文化的視野。

同時，教育觀光鼓勵旅客學習且利用具設計性且有技巧的課程引導、資訊提供或體驗活動豐富旅客的旅遊經驗。教育觀光的遊程因此能夠帶領不同背景的人與當地居民深度互動，也促使當地人對於文化推展的貢獻與保存熱忱。教育觀光也因此能夠透過不同的文化地域了解當地的特性，提供旅客一種不同時空的認知與想像，也能夠藉由地方的故事促進知識、認知、感官與想像的互動(Burkart & Medlik, 1981)。尤其，學校所設計的教育觀光遊程更能夠提供不同與一般的教育旅遊產品，且有其較廣泛及持續追求知識與意義的動力，也較能連結旅遊、認知與想像。

從觀光產業的觀點來看，學校旅遊市場也猶如灰姑娘，市場雖然常被業者冷落但卻始終展現一種獨特的競爭優勢。Baker (2001)指出在英國，學校所設計的教育觀光遊程逐漸受到歡迎，而 Cooper & Latham (1989)估計這種類型的觀光市場大約佔整體英國觀光市場的百分之五，且最受歡迎的是兩天一夜的旅程。另外，這種型態的觀光也從 1984 年開始在日本逐漸興起，最受歡迎的是國際遊學型態。許多國家鼓勵此種觀光型態，因為學生能夠透過這種旅遊接受跨領域的學習，如結合地理學、環境學以及生物學的遊學旅程(Lai, 1999)。

學校旅遊市場具備的優勢包含：1)較可能在非旺季時舉辦，而避免淡旺季的過度差異；2)能夠透過學生口耳相傳的方式免費宣傳與行銷；3)常具有新聞報導價

值，而有利於宣傳；4)能夠以非財務性的利益宣傳，例如對環境的關心或對社會與文化的議題；5)學生是未來的成人市場，亦即市場較具有延續性；6)學生較具忠誠度，只要有不錯的遊程經驗將會促使他們固定回遊；7)基本上有服務社會的使命，因此在費用上會較經濟或有折扣，而促使學童能夠多一些消費在當地物產的購買，間接促使當地產業的繁盛(Ritchie, Carr & Cooper, 2003)。而，這些優勢相對也意味，如果地方政府想推展當地觀光，應能夠藉用學校先進行教育觀光，進而帶動當地產業與其他觀光的興盛。

學校的教育觀光在研究中通常被界定在為五歲至十八歲兒童或青少年設立的旅遊行程 (Ritchie, Carr & Cooper, 2003)。一般的學校旅遊行程包含當地與國際旅遊，以及交換學生。廣義地說，學校遊程能夠區分為兩種：1)教室內且較正式的學習；2)教室外的實地學習(field trip)。這兩種遊程的目的都試圖突破學校課程的限制，且不直接與某一課程或學科連結，而其中實地學習遊程的教育價值較常在教育觀光的文獻中被探討。

實地學習遊程不僅能夠提供小孩或成人各種豐富的學習，同時促使理論與實務的結合，有效擴展學習經驗(Lai, 1999)。實地學習遊程已由來以久，Hurd (1997)指出這種旅遊型態早在西元 1500 年代已經開始，同時他認為這種實地學習遊程經常能夠引發兒童對於特定學科的興趣，而其學習體驗更可讓兒童再回到教室式的學習時感受更良好的學習效果。例如，Pasquier(1994)認為國際性的學習旅遊能夠在一種自然且非教室限制的情境下激發兒童學習外國語言的動機。Lai (1999)也認為實地學習遊程不僅教導兒童特定技巧或延伸課堂學習，且可能培育他們對環境與社會的態度，有助其個人特質的發展。Robertson (2001)更進一步綜合實地學習遊程的各種優點，指出實地學習遊程能夠挑戰兒童的認知，建立其自信心以及改變他們對於自我、他人與環境的態度。

因此，學校的實地學習遊程可視為是一種體驗學習(experiential learning) (Tal,2001; Nespov, 2000)，其價值在於擴展學生的自我認知與視野，進而改變其態度，並增進學習經驗。

三、偏遠國小與教育觀光

一般偏遠國小的環境特質(陳幸仁、王雅玄, 2007; 李貞儀, 2010; 蘇龍輝, 2007)主要有四點：1) 對外交通不便、資訊普遍短缺；2)人口大量外流、老化現象較快；3) 校園規模較小、學生人數較少；4)知識水平較低、城鄉差距較大。民國 96 年起迄今，教育部為了改善及平衡台灣城鄉教育的落差，而規劃教育優先區 (Education Priority Zones; “Zones d’ Education Prioritaire”)計畫(國立教育資料館, 2007)。除了協助弱勢學童外，政府擬訂相關計畫增加額外資源以補助貧困且偏遠的學區，讓學童能夠得到充裕的教育學習機會並改善因社會經濟條件所帶來的不平等缺失(Bénaboua, Kramarz & Corinne, 2008)。同時，各縣市政府為了爭取經費，界定偏遠國小的規範顯得寬鬆，所以各縣市偏遠國小的比例偏高，平地學校甚至規模較小的學校就定義為偏遠國小，有些縣市更把部分學校定義為特殊偏遠國小，而這些不滿百人的小學校每年花掉政府五十多億元，在少子化的趨勢下，逐漸已淪為廢墟或面臨廢校命運。

然而，偏遠地區學校有異於一般學校的自然環境和地理位置，也造就了偏遠學校的先天優勢。地處偏遠的學校之所以偏遠主要因為位居山巔或海邊，因此交通不便、民風保守是先天的劣勢，但反而保有未經破壞的自然資源，或得天獨厚的地理條件，也造就先天的優勢。而且，偏遠國小具



備森林小學的基本條件和要素，教育當局為改革教育，積極鼓勵民間設置森林或實驗小學。森林小學規劃的原則，就是學生數不多，又有寬廣的空間，強調自然環境的學習。偏遠學校具有如此的優勢和條件，如結合學校課程辦理遊學，則是森林小學所主張，從自然、生活中學習的標竿不謀而合。

另外，偏遠學校雖位處偏遠，仍是社區活動的重要場所，且是文化活動傳習或辦理的場所。當年社區努力爭取設立學校，為了教育社區子弟之外，更期望學校扮演多元的文化功能。偏遠地區的住民早已將文化、產業、自然資源融入生活中，生活、社區與學校無法分割。各社區因地理環境的不同，生活的方式也有差異，因差異而產生的相關特色，更造就偏遠學校的獨特性。這些也因此成為學習遊程規劃的重點，展現學校創新經營另類的內容，也成為吸引旅客到訪的誘因。

由於偏遠國小具有推動教育觀光的先天優勢，因此學校與地方政府逐漸發展出「偏遠特色學校方案」，思索以遊學方式創造附加價值。偏遠學校的學習遊程主要由學校本身統籌，利用週休假日或寒暑假期間，設定主題，規劃學習遊程，而遊程的內容大致有生態資源、特色產業、探索體驗、深度踏察等系列活動。因為是假日辦理，參加的對象有學生、親子團體、學校老師，公司團體、學校社團等，以親身體驗及延伸學習為基礎，進行實地遊學的課程。假日學校也因此成為偏遠國小融合教育與觀光的代名詞。

目前，已有許多偏遠國小以獨有的特色設計許多不同的遊學課程，以學校戶外教學或假日遊學的模式，甚至以城鄉交流方式來進行活動進行。例如，位於花蓮縣偏遠地區的西寶國小以結合當地自然生態校園而發展為森林小學的理念為依歸，在校園環境規劃及擴大資源共享中讓社會大眾經由學校舉辦並結合當地太魯閣國家公園的自然資源規劃出五天四夜生態教育營，讓參與者以自然為素材親身體驗生態環境，在壓花教學與親自踏過崩壁隧道以及解說人員從旁講解與協助下，旅遊過程裡融入教育學習的意涵，同時更提升遊客在體驗遊學營中逐步拉近城鄉落差間的藩籬促成旅遊知覺價值，最大的用意是在創造偏遠學校在地教育觀光的貢獻(郭志榮, 2008)。

參、研究方法與步驟

一、研究個案－嘉義縣竹崎鄉中和國民小學

中和國小位在竹崎鄉中和村奮起湖，海拔 1400 公尺，目前學生人數 55 人，是一所典型的山區迷你小學。從民國 23 年設奮起湖分教場，至今已有 70 餘年的歷史。設校初期，雖因陋就簡，但因地處阿里山森林鐵路中點站，又是鄰近山區村落的交通樞紐，扮演中繼角色，不僅發展成山產市集、伐木重鎮，更因遊客、住民紛紛湧入，也營造出豐富的人文色彩，鐵路便當極盛一時，火車站前的商業文化也多采多姿，所以學生人數在鼎盛時期曾達 600 餘人，共有十二個班級。後來因停止伐木及阿里山公路通車，未經奮起湖，鐵道沒落，奮起湖的黃金時代亦隨之結束。因此，社區迅速沒落，商業活動幾乎終止，人口大量外移，學生人數也跟著下滑。民國 92 年由中興國小校長兼任校長，幾乎已是廢校邊緣了。

但近年來教育結合學習的旅遊觀光概念興起，中和國小有先天的地利優勢，三面環山，自然環境優美，且有豐富的山林資源和生態；如因學生自然流失而廢校，地利的優勢跟著消失，殊為可惜；相反地，如能善用既有的資源，規劃可供選擇的學習旅遊課程，將是最佳選擇。同時，中和國小創校時間可說悠久，又是



社區文化傳習的場所，所以和社區互動很好，社區民眾對學校也有相當濃厚的感情，面對裁撤的事實，大家重新思考，讓學校重新定位。在社區重新發展的共識下，共同努力設計遊學課程，突顯獨特的森林資源及自然生態，也讓人文的生活色彩再度活躍，讓學校和社區並肩而戰，期待能改頭換面起死回生。

二、研究對象

本研究以台北興德國小與嘉義中和國小共同舉辦之城鄉交流遊學活動為主，因此研究對象為參與此次活動之師生，包含 34 位北市興德國小五、六年級學生。興德國小位於台北市文山區，屬都市型規模較小學校；嘉義縣中和國小屬於本研究範疇中的偏遠國小，學生數 55 人，且兩校已多次進行城鄉交流教育觀光參觀活動，在遊學課程的規畫基礎上，已有良好的建構。

由於研究對象為學童而並非成人，因此研究者扮演的角色、研究方式與技巧都將對結果具有決定性的影響。基於此，本研究秉持三角交叉驗證之精神（胡幼慧，1992），採用多元交叉方式（參與觀察、深度訪談與簡單問卷確認），從各種不同面向了解學童想法。同時，本研究最後綜合觀察、訪談與問卷之資料，結構出方法目的鏈(means-end chain)，利用不同層級的連結探索學童心中對遊學課程之無形感受，因此兼具質量並重之特性更能深入瞭解教育觀光之核心價值所在，而本研究採用的方法分別說明如下：

1.參與觀察

研究者仔細觀察學生參與活動的情形並且全程親自參與該項活動，深入觀察整個活動運作過程，在當下迅速拍攝與紀錄觀察心得。

2.深度訪談

最後一天的行程中到生態步道巡禮活動約三小時，分四小隊行動，訪談員利用空堂時間對參與活動學生進行訪談，引導學生回想三天活動中，感覺最值得的三個活動，又說出為何值得。訪談員共六位，包含四位大學生、一位研究生與一位博士，訪談工作安排於最後一天的生態步道巡禮活動中，而訪談員隨隊活動並利用空檔時間伺機進行訪談，取得資料。

訪談題目設計依據活動行程經多次討論確定，訪談員於進行訪談的前一晚共同討論如何對學童進行訪談，多方演練，期使收集之資料具有高效度，且每位訪談員都攜帶錄音筆，訪談過程全部錄音，事後做成逐字稿再進行資料分析。

3.問卷施測

本研究對象為國小學童，因研究者考慮問卷信效度，故除訪談外另以簡單測驗加以交叉比對，因此在活動結束前利用完整的三十分鐘對學生施行問卷填寫，六位訪談員同時在旁協助施測，引導學生如何表達三天活動感想，將其完整感受呈現在問卷內容中。

問卷內容包含三個部分：第一部分是有關回答者的基本資料，如性別、年齡、過去旅遊經驗、次數與型態、參加此活動的動機與目的、誰幫忙報名、是否推薦此活動給其他朋友等；第二部份是要求回答者列出他們在這次旅遊所體驗的三件深刻事物或感受，並且請他們圈選出其重要性的順序；第三部份要求回答者給予更多有關他們體驗的詳細資訊，這部份的問卷在於使回答者能夠結構出方法目的鏈中最重要的體驗價值階梯，並請受測者列出是什麼原因導致他有這些感受。

三、資料分析方法－方法目的鏈

觀察紀錄、問卷和深度訪談之資料以內容分析法進行資料的編碼分析，首先



經一位博士、一位博士生及兩位小學教師瀏覽資料並取得共識，而後依循方法目的理論之精神，將受訪者的回答編碼，並經涵意矩陣估算(Implication Matrix)，最後取得方法目的鏈之價值階梯圖(Reynolds & Gutman, 1988)。

方法目的理論(means-end theory)首先由 Gutman (1982)提出。Gutman (1982)的方法目的理論主要依循兩個假設：1)價值是主導行為的重要角色；2)當人們選擇產品時，將依循自身的價值將產品分群或分類，以簡化決策的過程。在這些假設下，價值被定義是消費者渴望的終極存在狀態，而當某人在描述其個人價值時其實是在描述一種他所想要的生活以及內在目標。因此，方法目的理論著重在探討個人價值對個人行為所產生的影響，用於解釋消費者通過某些產品屬性與結果(方法)，以獲取某種價值意涵(目的)。

方法目的理論著重在不同的產品呈現出來的不同抽象意義(Goldenberg, Klenosky, O' Leary & Templin, 2000)，含有三種不同層級：屬性(attributes)、結果(consequence)及價值(values)。屬性指產品、事物或活動的特性或特徵，是可以感受的，且具備有形(tangible)或無形(intangible)的特色(Pitts, Wong & Whalen, 1991)。屬性包括具體與象徵屬性，例如包裝、色彩、品質、品牌、聲譽甚至服務人員的態度。因此屬性可以說是消費者對產品所感受的任何事。結果是指某種屬性所引發的結果(consequence)，較為抽象，包含想要的結果，想獲取的利益，而且也包含不想要的結果或成本/風險。價值則是指更加抽象的行為或使用結果。價值在方法目的理論中被定義是消費者渴望的終極存在狀態，因此個人價值描述是一種內在且與個人相關的目標狀態。

更明確地說，「產品屬性」產生某種「結果」，藉此讓消費者邁向期最終期待的「最終價值」，而將消費者由產品的「屬性」連結到個人的「最終價值」可以整合成「方法目的鏈」(means-end chain)的階梯，其中包含一種或多種的屬性、結果或價值。因此，「方法目的鏈」主要在於指引研究者探究消費者對某種屬性所認定的核心價值 (Gutman, 1982)，這種連結關係可以清楚瞭解消費者為何(why)以及如何(how)認定此屬性是重要的。

肆、結果分析與討論

一、受訪者資料

受訪對象為台北市興德國小 34 位五、六年級學生，男 16 人，女 18 人，男女平均分配，其中曾參加過其他假日學校遊學活動的學生有 16 人，而曾參加與未曾參加過類似活動的學生數量相當。同時，學生之參與動機，大部分是想與同學同遊，其次是想學到新知識，而少數是因為活動有趣、父母鼓勵及喜歡上山玩等。

問卷調查也問到行程安排中最喜歡的活動為何，結果顯示動手做竹笛最受學生喜歡。此項活動經研究者現場觀察，活動中當學生做好竹笛當場吹出聲音時是最有成就感，所以此活動在問卷調查顯示是最受學童熱愛。其他如星光大地（賞螢活動）、歡迎晚會及生態步道巡禮亦同樣受到學童青睞。

二、方法目的鏈

(一) 屬性、結果、價值回答次數分析

參與本次活動大部分是國小五、六年級學生，因此在設計問卷之初就已考量學生能回答的基準點和舊經驗，並結合教育遊程設計引導學生說出親自參與的體驗，讓學童能夠具體回答，所以彙整的統計數據資料皆能夠由正確的線索解讀。



受訪者從屬性提問切入並且依據自我參與體驗說出心中感受，並統計回答的次數而有效彙整資料。每位受訪者所回答的資料經過編碼後，彙整出屬性(A)、結果(C)與價值(V)各要素的代碼與回答次數(如表1)所示。

1.「屬性」的部分共有14項，其中「晚會」、「寄宿家庭」、「螢火蟲」、「做竹笛」、「小火車」與「吃飯、食物」等是較受旅客重視的要素。

2.「結果」部分也彙整出共13項，而受訪者認為能夠「體認到跟台北不一樣的感覺」、「接觸到很難得接觸或見到的東西」、「親眼看見與接近許多動植物」、「感受到節目與活動的豐富性與有趣性」、「體驗當地產業的製作過程」與「能夠與同學互動、玩樂」等較為重要。

3.「價值」部分則共有10項，受訪者較渴求「好玩、有趣」、「獨特、不一樣、特別、第一次」、「熱情、天真、可愛、活潑」、「好吃、美味」、「漂亮(美感)」、「親切(對人友善)」等價值。

表1：屬性、結果 與價值的代碼與回答次數

屬性 (A)	回答次數	結果 (C)	回答次數	價值 (V)	回答次數
A4 晚會	22	C3 體認到跟台北不一樣的感覺—跟台北不一樣、很少吃過那樣的早餐(吃稀飯)、房間很特別、給我們吃泡麵、沒參加過這種活動、台北沒有、沒看過山豬肉、烤乳豬、沒走過鐵軌、台北很多高樓大廈擋住風景、沒吃過那麼甜的愛玉、看到從沒看過的東西、很少吃	27	V4 好玩、有趣	24
A2 寄宿家庭	18	C2 接觸到很難得接觸或見到的東西—不容易看見螢火蟲、從沒有看過螢火蟲、很難得的機會、很少參加、晚上看到星星、沒有走過鐵軌、很少有機會做火車、沒有逛過老街	18	V1 獨特感	15
A1 螢火蟲	16	C1 親眼看見與接近許多動植物—看見很多螢火蟲、可以看到很多風景、植物、很多動植物、可以抓來玩、	17	V5 真誠親切	11
A5 小火車	15	C9 感受到節目與活動的豐富性與有趣性—節目很多很豐富、節目好笑、魔術表演很好笑	14	V9 享受美味	6
A11 食物	13	C13 能夠與同學互動、玩樂	12	V3 美感	5
A3 DIY 活動(做竹笛、製茶)	12	C8 體驗當地產業的製作過程—從來沒做過竹笛、不常看到竹子、知道茶如何製作	9	V2 高興(興奮)	4
A6 環境	6	C7 體驗自己動手做的樂趣與辛苦—動手做很辛苦、自己動手做、自己洗愛玉、可以吹自己親手做的東西	8	V8 新奇感	3
A10 老街	4	C4 體認到當地人的熱情、可愛與好客—這邊的人比較熱情、可愛、好客、送東西給我們、早上起來送早餐	5	V6 舒服	2
A7 闖關活動	2	C11 學習知識—學習很多語文類的東西、學習如何分辨公螢與母螢、由解說中學習知識	5	V10 安靜	2
A14 坐遊覽車	2	C6 認識新朋友—認識很多新朋友、能夠跟當地同學互動、一起玩、一起跳舞唱歌、玩遊戲、聊天、跟同學一起玩	5		
A13 採訪工作	1	C10 感受當地清新的環境—不會擁擠、呼吸新鮮空氣	5		



站				
A12 參觀市政府	1	C5 體認到當地同學與自己的差異性—中和國小同學體力很好、有活力	4	
		C12 感受到當地文物的創意—東西很有創意、擺飾得很好看、食物的色香味俱全	3	

(二) 價值階梯圖分析

從參與學童的訪談資料中，每位學童平均可結構出三個價值階梯，因此總共可結構出 102 個(=3*34)價值階梯。每位學童所提及之階梯依其編碼發展成一個涵意矩陣，估算連結次數，再取矩陣中直接連結次數超過截取值(cutoff value)之數據繪製價值階層圖。截取值則依 Gengler & Reynolds (1995)的建議，以樣本的 5%為準則，因此本研究的截取值為 2 (=34*0.05)，亦即相同的階梯被不同受訪者提及達 2 次以上才確定其連結關係。依據這些屬性、結果與價值的連結關係，最後可以繪製成圖 1。圖中各連結旁的次數，代表此連結關係被提及的次數，次數越高代表其受到受訪者的重視程度越高。為了深入了解其間不同的差異，分別說明如下：

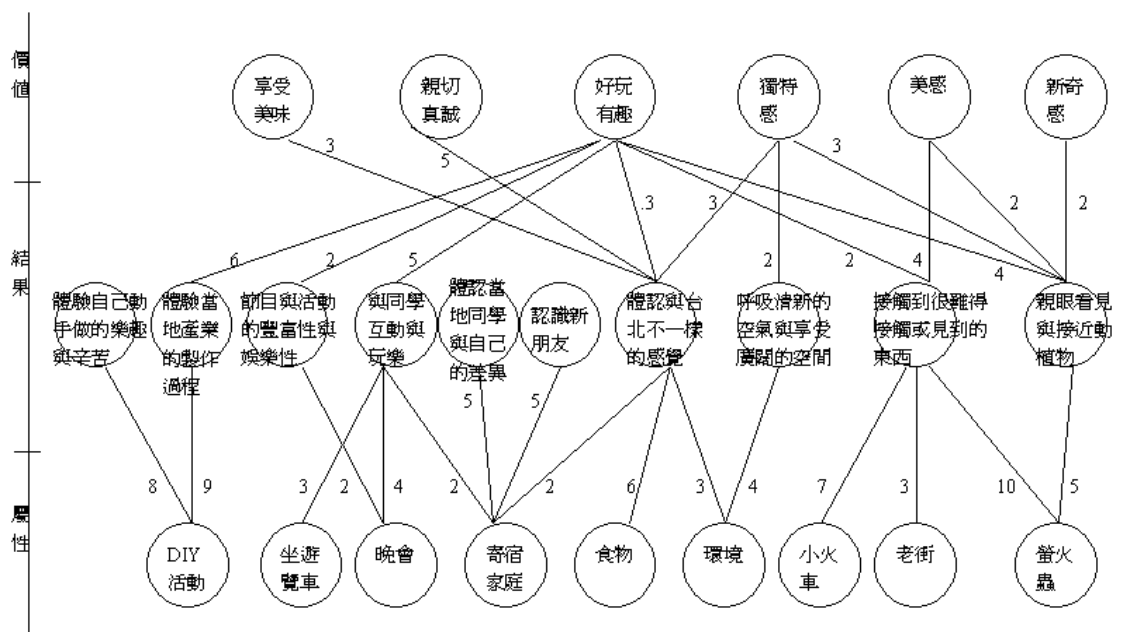


圖 1：所有受訪者的價值階梯圖
 資料來源:本研究整理

1. 「螢火蟲」(A1)－「新奇感」(V8)、「美感」(V3)、「獨特感」(V1)、「好玩有趣」(V4)

螢火蟲帶給都市的學童許多不同的感受與價值，其中包含新奇感、美感、獨特感、好玩有趣的價值。尤其，螢火蟲連結到「親眼看見與接近許多動植物」(C1)、「接觸到很難得接觸或見到的東西」(C2) 就有 15 次之多。這說明對都市的學童而言，螢火蟲在經驗中只是從課本上獲得的單一概念，要親眼見到暗夜的山野中滿山飛舞的螢火蟲幾乎是不可能的事，因此突然在山中見到許多螢火蟲飛舞，是驚訝、新奇，伴隨著不能想像的美，更形成不可替代的體驗。這些價值顯示孩子



們從螢火蟲的接觸，學習到想像的概念、生活的舊經驗和新體驗融合成一種新奇與獨特的感受。而這也驗證 Lai(1999)所說的，實地學習遊程不僅能夠提供學童各種豐富的學習，延伸教室課堂所學的知識，同時促使理論與實務的結合。

2. 「晚會」(A4)、「坐遊覽車」(A14) 與「DIY活動(做竹笛)」(A3)－「好玩有趣」(V4)

晚會對學童來說，有如遊戲時間，好玩有趣是普遍性共有的價值。尤其，晚會節目的豐富性與多元性更使學童充滿著期待與歡樂感。同時，在晚會中與同學互動與玩樂，以及同儕間的相互激盪學習，更使學童感到高度的歡愉感。

坐遊覽車出發，也是旅遊的必要過程。孩子上車之後就放下心情，拋開繁瑣的規定「和同學互動玩樂」(C13)，且有許多學生提到在車上能盡情唱歌，與同學聊天等都讓學生感到好玩有趣。雖然有帶隊老師在場，但只要沒有重大違規，唱歌說笑話吃零食遊戲都被允許，這也是讓孩子發抒或培養情緒的過程。

竹笛是奮起湖特產，竹筍除了好吃外還有許多功用，學校就地取材利用DIY活動教導學生製作竹笛。從觀察中發現，製笛過程難易適中，但要吹出聲音也並非容易，所以當學生做好又能吹出好聽的聲音時，臉上表情充滿驕傲與自信，紛紛準備帶回家去炫耀。尤其，孩子「透過自己親手做的樂趣和辛苦」(C7)、「體驗當地產業的製作過程」(C8)，在短暫時間就能完成作品，並且可以使用，而這種學習過程正是體驗學習中強調的做中學精神。

3. 「寄宿家庭」(A2)、「食物」(A11)與「環境」(A6)－「好玩有趣」(V4)、「獨特感」(V1)、「真誠」(V5)、「親切」(V7)

寄宿家庭能讓學童從「體認當地學童與自己的差異」(C5)、「與同學互動玩樂」(C13)、「認識新朋友」(C6)及「體認與台北不一樣的感覺」(C3)，因此延伸好玩有趣、獨特感、真誠、親切的價值。從觀察中也發現，幾乎大部分的學生都從未到陌生人家庭過夜的經驗，對學童而言寄宿家庭是一種從未有過的特殊經驗。同時，學校方面安排的家庭都是社區中熱心的家庭，因此家長都對學童提供良好照顧與協助，而能使學童很快融入當地生活，與當地學童同樂，感受到真誠、親切與愉悅感。尤其，在陌生人家庭過夜得以讓學童善用在所學的基本禮儀及生活教育，也讓學生在好玩有趣之外也有了難得的生活實踐。

當地「食物」也讓學童從享受美食中感受到「獨特感」(V1)、「享受美味」(V9)、「好玩有趣」(V4)、「真誠」(V5)「親切」(V7)的價值，同時也從美食中「體認和台北不一樣的感覺」(C3)。美食是帶動地方觀光的重要內涵，尤其以當地食材製成且具特色的美食(如當地的草仔粿)更能讓學童留下深刻的印象。同時，校方提供烤豬及就地取材的當地食物且大都採現場製作，整個製作過程都讓學童親眼看見，更讓學童充分感受當地食物的人文與地理特性，也因此讓學童享受美味之餘，也能從其中體認樂趣與獨特感。

另外，當地「環境」(A6)與「寄宿家庭」(A2)、「食物」同樣都讓學童「體認與台北不一樣的感覺」，特別是山中環境更讓學童「呼吸到新鮮空氣及享受廣闊的空間」(C10)感受獨特與新奇感。住慣台北的小孩，到山上眼前所見應大有不同，山巒景色、山煙裊裊，居民少環境寬敞、舒適氣溫，心應較沈靜，感覺應很特別。同時，山中空間變化多，森林、火車、步道，一片樹林又高又大；沒車子坐，處處都要走路，眾多不同的空間，提供孩子不同的刺激和好奇，是另一種好玩又有趣的經驗。因此，親臨不同的環境親身感受也是旅遊真正目的，不論環境



的好壞都會和舊有的經驗相互比較，產生不一樣的感覺或記憶。尤其，旅遊的重要目的之一在於看看別人想想自己，改進或珍惜自己的擁有，而教育的功能自然也在其中。

4. 「小火車」(A5) 與「老街」(A10) — 「美感的」(V3)、「好玩有趣」(V4) 的價值

小火車讓學童們「接觸到很難得接觸或見到的東西」(C2) 延伸到好玩有趣與美感的價值。而學童對於美感的陳述大都從坐上小火車開始，他們認為火車沿路的窗外景色很美，有各種不同的變化，從低海拔到高山，從城市到鄉村，又以極慢的速度看見沿線風景，加上解說，不僅充分了解也體會小火車的美，且認為那是在其他地方無法體驗的。尤其，獨立山奇特的鐵軌登山設計，繞了三圈才能登上頂峰穿入另座高山，如蝸牛般的路線，配合解說更讓孩子感到特殊與驚奇。同時，小火車的速度慢，搖搖晃晃從熱鬧的市區到寧靜的森林，一路爬山穿過山洞穿過森林，坐在車中學童也感受到一份大自然的美感。

另外，老街也是奮起湖的主要景點，除了景點的獨特與景色優美之外，對學童而言，不僅是休閒娛樂的好玩有趣，也是一種歷史的見證與學習，對老街與地方發展的感受與認識更是深刻，也因此喚起學童一份舊時代的美感。

伍. 結論與建議

本研究主要從需求面，亦即旅客(參與學生)觀點，瞭解他們對於偏遠學校所提供之遊學旅程之體驗，並進一步了解其遊程所提供之意義與價值。研究發現，偏遠地區的中和國小所發展的假日遊學規畫課程，著實讓參與學童感到新奇而有趣，獨特的學習環境與親自體驗的感受，正是提升學童求知慾望，及驅使自我主動探究未知的原動力。再者，透過在地社區居民同心協助，當地的歷史文化得以重現原始面貌，不僅讓學童真實體會當地的美麗風俗民情，更能親身感受山中生活的自然與真誠。體驗與台北不一樣的感覺之獨特價值，與親眼看見與接近動植物之美感，都在在證明真實體驗的學習對於學童無論在生活上或知識上都有顯著效益，也彰顯偏遠國小進行教育觀光之意義與價值所在。基於這些結果，本研究提出下列建議供實務操作與後續研究之參考：

一. 對遊學課程設計之建議

綜合研究結果發現，大部分參與遊學的學童，對於當地的環境(空氣與空間氛圍)與自然資源(如「螢火蟲」)感到驚訝、新奇、美麗等獨特體驗，這顯示偏遠國小是激發學童好奇心、培養想像力的體驗遊學場域。新奇感說明了都市的學童會直接表達出當下的驚奇與感受，此價值也反應出城鄉差距確實存在。而且，學童透過「住宿家庭」「當地食物」等從未體驗的生活型態經由外在地理空間的真實感受，因外在總總刺激卻也驅使學童發自內心探索好奇的求知慾望。如同張春興與林清山(1981)所說的，好奇心是促成學習的基本動力。因此，學童在偏遠國小的遊學體驗如同一項實驗(謝智謨，2006)，善用體驗學習理論中的”讓山自己說話”「Mountains Speak for Themselves」的模式，不透過旁人指引而留待參與學童自行處理經驗 (Priest & Gass, 1997)，將可能是偏遠國小遊學課程的最佳學習模式。

而且，「晚會」、「DIY 做竹笛」、「老街」、「小火車」等活動深受學童們的喜愛且參與度極高，再次驗證透過遊學課程，凝聚了地方文化、共同參與的價值，更



讓學童獲得有別於一般生活的獨特感、好玩有趣、美感等新體驗。美感雖然僅是生活經驗片刻體會但卻會帶給人們在回憶中永恆唯一的價值，因此，在課程安排上觀察參與者需求並從客觀角度探索美的意象，亦為偏遠國小遊學旅程的價值所在。因此，學校除了應結合地方資源與產業外，善用創意、文化與美學提升主題活動或課程的吸引力，區隔和各地不同的遊學內容，也是偏遠國小推動教育觀光的成功要素之一。

此外，「住宿家庭」與「當地食物」也讓參與學童感到真誠與親切。由於學習的動機包含價值感受、預期效果、情感體驗、執行的意念四種不同成分(Liu, 2009)，而在情感的接受與表達及執行的認知與意念方面，對於學童學習興趣而言是最直接的影響層面。因此，學童透過與當地學童與家庭的接觸，不僅使學童彼此間培養了如家人般的感情，形成參與學童對當地的意象與回憶，也促使參與學童能夠重新界定和探索他人與自我的價值。如同 Caine and Caine (1991)所指出，反思內省才是開啓戶外體驗學習蘊藏意義的最佳途徑(謝智謀、王怡婷譯，2003)，因此，在遊學後，由學校提供紀念品、團體照片或遊學結業證書等回憶媒介，將可能透過回憶促使學童不斷內省與學習的機會。

二.對未來研究的建議

雖然教育觀光是一個持續成長且具潛力的觀光市場區隔，但卻少有學者探討。早期的 Kalinowski & Weiler (1992)以及近期的 Wood (2001)是少數研究教育觀光較有力的學者。然而，Kalinowski & Weiler (1992)及 Wood (2001)的研究主要探討教育觀光中的成人學習之旅、成人延續教育或文化教育觀光，而其他學者則著重於語言學習旅程探討 (Ritchie, Carr & Cooper, 2003)。同時，Ritchie, Carr & Cooper (2003)也指出在教育觀光文獻中，大部分的研究都著重於教師與教育專家的觀點，但旅客的觀點卻多被忽略。亦即，旅客對於教育觀光所感受的價值，或為何他們願意消費在此種旅遊上等這些議題極少受到重視。因此，未來研究應以系統性觀點，同時從供應面與需求面探究教育觀光的成功要素，以提昇偏遠學校或觀光業者執行教育觀光之效益。

此外，學校是一個有機結構，易受內外因素而消長（如經濟發展、社區成長、辦學口碑等）(陳麗珠，1995)，因此後續研究應可探討偏遠國小進行教育觀光時可能遭遇的障礙或困難，並針對問題癥結提出建議，以使其永續經營。同時，如前所述，偏遠國小都各有其歷史背景與自然環境，教育觀光的經營上應能各有其獨特之處，而本研究僅就中和國小單一個案進行探討，因此後續研究可再就多重個案交叉分析，以獲得更明確的實施方針供學校參考。

參考文獻

一、中文部分

1. 梁曙娟譯，賽斯·高汀著，2003，紫牛－讓產品自己說故事，台北：商智文化出版社。
2. 郭雄軍，2006，經營特色學校：臺灣第一所體制內遊學模式學校，台北：漁光國小出版。
3. 謝智謀，王怡婷譯，2003，體驗教育－帶領內省指導手冊，台北：幼獅出版社。
4. 方吉正，1999，「學校規模在教育品質的效應探討」，教育資料與研究，第 27 期：51~57。



5. 牟中原，1995，「中小學小班小校制議題初探」，教改通訊，第13期：17~21。
6. 李貞儀，2010，「組織結構與利害關係人策略行動的辨證關係以一所偏遠小學發展學校特色為例」，國立臺南大學教育經營與管理研究集刊，第6期：51~85。
7. 侯錦雄、林宗賢，2001，「台東地區旅遊渡假區目標市場選擇之探討」，觀光研究學報，第七卷第1期：23~34。
8. 陳麗珠，1995，「小班小校」的迷思－談學校最適當經營規模，教育資料文摘，第三十六卷第4期：57~67。
9. 陳幸仁、王雅玄，2007，「偏遠小校發展社區關係與組織文化之優勢：以一所國中為例」，台東大學教育學報，第十八卷第2期：1~30。
10. 張馨方，2009，「少子化趨勢對國民小學的衝擊與因應策略－以一所國小為例」，學校行政，第63期：47~66。
11. 劉政宏，2009，「對學習行為最有影響力的動機成分？雙核心動機模式之初探」，觀光心理學報，第四十一卷第2期：361~383。
12. 賴永和，2009，「多元文化“差異政治”與“肯認政治”在偏遠地區弱勢族群教育之實踐」，學校行政雙月刊，第59期。
13. 謝智謀，2006，「另類學習方式－體驗學習」，教師天地，第127期：7~15。
14. 薛秀宜、曾雯，2002，「高雄縣市實施開放教育學生學習經驗?數學能力之分析」，台東師院學報，第13期(下)：155~182。
15. 蘇雅惠，2003，「Types of Learning Experience of Adult Learners」，台北大學農業推廣學報，第20期：131~154。
16. 王士誠，2008，華德福教育神話教學蘊義之研究，國立政治大學。
17. 朱家慧(Chia-hui Ju)，2006，涉入、體驗、依戀之影響關係研究－以鶯歌地區為例，南華大學旅遊事業管理研究所。
18. 陳岳峰，2006，偏遠地區 921 重建學校與社區關係之研究-以台中縣新社鄉福興社區、福民國小為例，南華大學環境與藝術研究所。
19. 郭秋勳，2005，教育行政理論哲學思想的演進與發展,國立暨南大學教育政策與行政學系「第6次地方教育行政論壇」會議論文集，17~27頁。
20. 蘇龍輝，2007，台南縣小型國民小學合併意見之調查研究，國立台南大學教育經營與管理研究所碩士論文。
21. 地方制度法，2010。
22. 國立教育資料館，2007，「各國教育優先區政策概況」，教育部各駐外文化組。
23. 國立教育資料館彙整，2007。
24. 國民教育法，2010。
25. 古喬，2003，「啟動思維，創新教育價值」，師友月刊，5月號。
26. 郁林君，2005，「八位小學生引發十萬遊學潮」，今週刊，9月19日。
27. 陳雅玲，2005，「他把該關門的學校變遊學名校」，商業周刊，3月21日。
28. 郭雄軍，2003，「學校人力運用與創意領導」，國語日報，11月24日。
29. 郭雄軍，2004，「教育紫牛與創意牧場」，國語日報，3月8日。
30. 蔡玉真，2004，「郭雄軍讓漁光成五星級學習旅館」，今週刊，2月23日。
31. 林佳蓉，2002，「漁光情、教育夢、看創意遊學如何救山區學校」，台灣立報，<http://iwebs.url.com.tw/main/html/lipo1/467.shtml> 郭志榮、陳志昌、倪宏坤，2008，「偏遠國小新春天」，公共電視，<http://e-info.org.tw/node/31280>
32. 郭雄軍、許祝齡、林大成、林恆立、賴素慧、柯學瓊，2003，「假日學校－漁光遊學之轉型經營方式」，中華創意發展協會，<http://www.ccda.org.tw/>



33. 鄭鼎青，2005，「只有一個畢業生的漁光國小，吸引萬人次假日遊學」，政治大學創新與創造力研究中心，<http://www.ccis.nccu.edu.tw/>
34. 鄭鼎青，2005，「從廢校危機到聞名全台，漁光國小規劃特色假日遊學課程」，政治大學創新與創造力研究中心，<http://www.ccis.nccu.edu.tw>
35. 蘇瑋璇，全台偏遠國小校長的微笑拼圖 - Presentation Transcript，
javascript:loadDataForSlide(1)Baker,M.,“Second thoughts about school outings”,*BBCNews*,2001.http://news.bbc.co.uk/hi/english/education/features/mike_baker/newsid_1426000/1426203.stmSony集團，2009，與SONY探訪偏遠國小紀實，<http://1kg2tw.blogspot.com/2009/10/sony.html>

二、英文部分

1. Burkart, A.J.& Medlik,S.1981,*Touism:Past,Present and Future*,London: Heinemann.
2. Cooper, C. & Latham, J. 1989, *The Market for Educational Visits to Tourist Attractions in England and Wales*, Poole: Dorset Institute of Higher Education.
3. Cooper,C. & Latham, J.1989,*The Market for Educational Visits to Tourist Attractions in England and Wales*, Poole: Dorset Institute of Higher Education.
4. Canadian Tourism Commission,2001,*LearningTravel: Canadian Ed-Ventures'Learning Vacations in Canada: An Overview*, Ontario: Canadian Tourism Commission.
5. Kalinowski, K., & Weiler, B.1992, *Educational travel. In C. M. Hall & B. Weiler (eds) Special Interest Tourism*, London: Belhaven.
6. Ritchie,B.W.,Carr,N.,&Cooper,C. 2003, *Managing Educational Tourism*, Clevedon: Channel View Publications.
7. Ritchie,B.W.,Carr,N.,& Cooper,C.2003,*Managing Educational Tourism*, Clevedon: Channel View Publications.
8. Wood, C.2001,*Educational tourism. In N. Douglas, N. Douglas & R. Derrett (eds) Special Interest Tourism: Contexts and Cases*, Brisbane: John Wiley.
9. Bénaboua, R. & Kramarzb, F. & Prosc, C. 2009.The French zones d'éducation prioritaire: Much ado about nothing?. *Economics of Education Review* ,28(3):345-356.
10. Binson,B.2009. Curiosity-based Learning (CBL) Program, *US-China Education Review*,6(12):13-22.
11. Bywater,M.1993.Market segments: The youth and student travel market, *Travel and Tourism Analyst* ,5(3):201-209.
12. Carleton,Bell, J.1918. A new humanism needed, *Journal of Educational Psychology* , 9(3):165-166.
13. Cohen, E.1989. PRIMITIVE AND REMOTE'Hill Tribe Trekking in Thailand, *Annals of Tourism Research*,16(1):30-61.
14. Cooper,C.1999.The European school travel market, *Travel and Tourism Analyst*, 5:89-106.
15. Danaher, P. K. & Danaher,G. R.2000.Power/knowledge'and the educational experiences and expectations of Australian show people, *International Journal of*



- Educational Research*,33(3):309-318 .
16. Edward, B. P.1981.The grand tour travel as an educational device 1600–1800, *Annals of Tourism Research* ,8(2): 171-186.
 17. Fridgen, J. D.1984.Environmental psychology and tourism, *Annals of Tourism Research*,11(1): 19-39.
 18. Gutman, J.1982. A means-end chain model based on consumer categorization processes, *Journal of Marketing*,46(2):60-72.
 19. Giampietro, M.1994.Using hierarchy theory to explore the concept of sustainable development, *Futures*,26(6):616-625.
 20. Gordon, N.2004.Do federal grants boost school spending? Evidence from Title, *Journal of Public Economics*,88(9-10):1771-1792.
 21. Graburn, N. H. H.1983.The Anthropology of Tourism Article The anthropology of tourism, *Annals of Tourism Research*,10(1): 9-33.
 22. Hurd,D.1997. Novelty and its relation to field trips , *Education*,118(29-36).
 23. Keng, K. A. & Liu, S.1997.Personal values and complaint behaviour : The case of Singapore consumers, *Journal of Retailing and Consumer Services*,4(2):89-97.
 24. Leiper, N.1979.the Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism. Tourist, and the Tourist Industry, *Annals of Tourism Research*,(14):390–407.
 25. Lai,K.C.1999.Ferrdom to learn: A study of the experiences of secondary school teachers and students in a geography field trip, *International Research in Geographical and Environmental Education*,8(3):239-255.
 26. Maeyera, S. D. , Berghb, H., Rymenansa, R., Petegema, P. V. & Rijlaarsdamc, G.2010.Effectiveness criteria in school effectiveness studies: Further research on the choice for a multivariate model, *Educational Research Review*,5(1):81-96.
 27. Nydahl, G.1992.Expert systems in education: new opportunities, or threats, to the learning environment?,*Education and Computing*,8(1-2):107-111.
 28. Nespor,J.2000.School field trips and the curriculum of public spaces, *Journal of Curriculum Studies*,32(1):25-43.
 29. Pasquier, B.1994.ESL field trips: Bringing the world to the world, *The Clearing House*,67(4):192.
 30. Riddell, A.R.1999.The need for a multidisciplinary framework for analyzing educational reform in developing countries, *Int. J. of Educational Development* , (19):207-217.
 31. Reynolds, T. J. & Gutman, J.1988.Laddering theory, method, analysis, & interpretation, *Journal of Advertising Research*,28(1):11-31.
 32. Ritchie, J.R.& Michel Z.1978.Culture as Determinant of the Attractiveness of a Tourism Region, *Annals of Tourism Research*,(2):252-267.
 33. Redwood, A. L.1983. An economic-demographic approach to forecasting national and subnational birth rates,*Socio-Economic Planning Sciences*,17(5-6):355-363.
 34. Robertson,E.2001.Risk needs to be managed, not feared, *Geographical*, 73(3):78.
 35. Seekings, J.1998,The youth travel market, *Travel and Tourism Analyst*,5:1-20.
 - Smith, C. & Jenner, P.1997.Market segments:Educational tourism, *Travel and Tourism Analyst* ,3:60-75.
 36. Tal,R.2001.Incorporating field trips as science learning environment enrichment: An



- interpretative study, *Learning Environments Research* ,4: 25-49.
37. Wilbert van der Klaauw.2008.Breaking the link between poverty and low student achievement: An evaluation of Title, *Journal of Econometrics*,142(2):731-756.
38. Yiping.2000.Geographical consciousness and tourism experience, *Annals of Tourism Research* , 27(4):863-883.
39. ZHANG, K. H. & SONG, S.2003.Rural–urban migration and urbanization in China: Evidence from time-series and cross-section analyses, *China Economic Review* ,14(4):386-400.
40. Zhanga, X. , Songa, H. & Huangb, G.O.2009.Progress in Tourism Management Tourism supply chain management: A new research agenda,*Tourism Management*,30(3): 345-358.

