

從社會資本的角度看推動生態旅遊的重要關鍵

文 徐銘謙 ■ 國立清華大學清華學院跨科際論壇執行總監
台灣千里步道協會副執行長

大眾旅遊強調市場上的供需原則、資源競爭排擠、自利理性、最大獲利，此乃源自於古典經濟學的「經濟資本」觀，過去絕對的經濟資本積累導致作為旅遊核心資源的環境生態與景觀遭到破壞，因而新興的「生態旅遊」觀念試圖扭轉經濟與環境乃至在地文化的對立，對於政府政策、旅遊業者乃至遊客自律提供了新的行為準則，本文嘗試從「社會資本」的角度出發，進一步豐富生態旅遊所創造的價值增值與永續利益的面向。

一、什麼是社會資本？

一般社區在發展觀光旅遊時，第一個想到的就是「資本」，必須先有經費投入做食宿準備；也要向政府部門申請經費建設公共設施，這些都需要錢，也就是所謂的「經濟資本」；很多偏鄉發展觀光之初，則因為人口外移而欠缺「人力資本」，或者陷入經費投入就能帶來

獲益的迷思，反而本末倒置喪失在地特色甚至破壞環境、生態、文化等根本的觀光資源。

在社造風潮下，社區主動組織起來，這是初級的社會資本的條件，也就是自發成立組織，運用與集結群體的關係，進而形成具有共同目標的網絡，及建立共同的制度規範，這些社會組織成為發展旅遊的基本單元。許多社會資本的學者進一步指出擁有社會資本的抽象原則與重要性，Putnam指出社會資本即是有助於提升社會合作及促成共同目標的社會關係特質；T. Schuller也認為「信任」(Trust)與「網絡」(Networks)是社會資本的兩大核心概念；Fukuyama更定義社會資本為「社會或其下特定群體中，成員間的信任普及程度」(鄭錫鏞，2000)。

此種從特定關係網絡中的群體信任進而普及陌生人間的社會信任，奠基於資源分享、合作互助的價值，促成社會的「信任循環」(Stolle

& Rochon, 1998; Yamagishi & Yamagishi, 1994), 是民主政治運作的重要基礎, 也能在交易中降低不確定性的額外成本, 社會資本因而不是從屬於流動的個人, 而是集體形塑與制度運作的公共財, 高度的社會資本將促進社會的凝聚力, 進而促進經濟及永續發展。

二、維護社區內部的資源分享與互助合作

如果沒有社會資本, 旅遊交易會是什麼樣的情景? 不久前, 筆者到中國大陸九寨溝國家級保護區旅遊, 景區為了有序管理龐大的觀光人潮, 設計了遊園環保專車, 車輛班次頻繁簡直首尾相續, 遊客們只要照順序排隊, 人人都可以不用等待太久即可上車, 然而遊客卻爭先恐後推擠上車搶位, 使得排隊的遊客也不再遵守秩序, 以致管理單位必須加派人力控制秩序, 由於不信任使得所有行動者的交易成本都大幅增加。

而許多想要發展觀光的社區, 常常把爭取與累積經濟資本為第一要務, 許多公部門也提供了社區經費申請的管道, 惟過度強調硬體建設以及爭取資源投入, 反而忽略了軟體的資源更為重要(自然景觀、資源特色、在地文化、解說能力、服務品質), 甚且為了爭取經濟資源而形成社區內部競相成立分立的組織, 使得資源分散、相互掣肘; 或者相鄰社區(例如古道周邊端點)以利益極化的大眾旅遊為目標, 彼此最終則易因爭奪有限的資源、陷入削價競爭、降低服務素質, 造成所有利害關係人皆輸的結果。

反觀生態旅遊發展成功的社區, 例如桃米

社區、頂笨仔社區、台24線生態旅遊廊道等, 必然不是以短期獲利回收為目標, 而是先花時間在內部共識目標凝聚、資源調查與保護、文化特色發掘、建立共享、自治的機制等自我培力與準備。

三、建立公私部門間的制度性協力關係

過去大眾旅遊的公私部門關係, 通常是建立在社區爭取政府投入經濟資本方能進行公共建設、完善公共建設方能發展觀光的邏輯迷思, 過多不必要的公共建設建立在缺乏對在地資源特色的了解上, 在沒有整體規劃的情況下, 往往先破壞了觀光旅遊最重要的軟體資源。民間組織與公部門的關係網絡, 主要就只能建立在資源爭取與資源分配的不對等; 而公部門在資源保育與管理的角色, 有時也常會因為與周邊社區發展觀光的想法不同而形成緊張關係。

生態旅遊有別於大眾旅遊的關鍵, 正是重視社會資本先於經濟資本, 社區藉由內部自治、資源分享的組織凝聚與目標探討, 了解社區所擁有的、有別於其他旅遊型態所特有的利基; 在與公部門建立關係網絡時, 並非以要經費為優先, 而是尋求與公部門在資源管理意見的溝通與相互尊重, 以整體觀光資源永續為共同目標, 進而使得公部門投入的經費能夠導入在先期的軟體準備, 以維護環境資本、培育人力資本、厚植社會資本為先。而公部門亦非僅止給資源的官僚角度, 而是與周邊社區尋求在資源管理與保育的目標上的共識, 與周邊社區形成平等的策略聯盟與夥伴協力關係, 達到資源互補與分享的整體綜效。

以墾丁社頂公園生態旅遊為例，經由屏東科技大學專業團隊輔導，社頂社區內部凝聚，公部門補助經費協助社區共同參與生態資源保育與監測、限制遊客乘載量等資源管理，社區分享、分散高知名度的墾丁的部分遊客量，以在地資源保育與文化特色促進社區旅遊健全發展、提供不同遊客的體驗需求、推廣環境教育，使社頂成為墾丁半島生態遊程的重要環節。

四、維繫社區與遊客間的信任循環

當前台灣正從大眾旅遊、跑景點的觀光旅遊模式，逐漸轉移到分眾、小型、友善環境與尊重在地的生態旅遊模式，社區也在這樣的模式中突顯其重要性，而旅遊獲利的方式也從過去的削價競爭、購物殺價、耗竭資源的惡性循環，轉而強調創意增值、服務升級以永續環境、社區共榮提高效益，深化國民旅遊的內需市場。

在生態旅遊的模式中，社區的永續獲利須依靠觀光資源的永續，而觀光資源永續的責任不僅只是政府、社區需要擔負，也是遊客共同的責任，遊客選擇以節能減碳的方式移動，調整心態來感受體驗在地的生態、生產、生活等文化；社區對遊客要創造誠信、建立口碑品牌、遵循環境容許量、維持旅遊品質，方能創造細水長流的再訪率。

在強調社會資本的生態旅遊模式中，遊客與社區是平等、互信的、面對面的朋友關係，近年來台灣引入國外行之有年的工作假期，結合社區特色成為新型態的深度五感體驗生態旅

遊，社區以傳統智慧、結合專業帶領，引入社會資本參與社區的軟硬體營造，過去許多仰賴經濟資本投入的設施如步道系統，現在成為遊客體驗自然、文化與勞動的特色遊程，遊客不再只是環境的消費者，更進一步與社區共同守護環境資源。

生態旅遊強調回饋在地社區，遊客不僅只是被服務的對象，更可貢獻專長與時間協助人口外移的偏鄉，作兒童教育、老人陪伴、文化學習、農漁事體驗、空屋再利用等，藉由工作假期、公益旅行的過程，將遊客與在地社區的關係緊密連結起來，進而促進全體社會互助、合作的普及性信任，最終還能鞏固民主政治的文化基礎。

五、結語

透過累積社區內部、社區與社區、社區與公部門、社區與遊客之間的社會資本，有助於扭轉過去側重經濟資本投入導致的「公有財悲劇」，也就是每個個體追求短期內的自身利益極大化，反而造成環境生態資源破壞、在地文化特色消失、惡性競爭社區失和等後果，在此模式中社會資本從屬於個人自利，靠關係找關係以爭取利益極大化；反之，強調資源共享、互助合作、建立誠信、反求諸己等正向價值規範的生態旅遊，將使社會資本成為屬於群體、內嵌於社會網路中的資源(Lin Nan, 2001)，無論是生態旅遊的主體、客體或是載體在採取行動時皆能夠獲取和使用這些資源，節省因為競爭與不信任所造成的交易成本，促成各行動者的利益與整體的共利，創造兼顧經濟、環境與社會永續的生態旅遊模式。🌱