

國家公園解說規劃之視覺設計管理模式 —以美國與英國國家公園為例

林家華

筑波大學人間綜合科學研究科藝術專攻；通訊作者 E-mail: chiahualin.mail@gmail.com

[摘要] 本研究旨在探討不同國家之國家公園在解說規劃上，視覺設計系統的殊異性，並針對不同的視覺設計管理模式進行歸納。研究對象以國家公園管理系統中最具代表性的美國及地方田園管理經驗已行之有年的英國為主。筆者彙整解說理論、國家公園的解說規劃等相關文獻，進行分析及討論，並透過實際的田野調查及解說設計師訪談，進一步探究在兩國國家公園解說規劃的過程中，視覺設計所強調的設計理念、實流程及管理模式。由研究調查得知：美國國家公園署(National Park Service)對於各國家公園解說規劃的視覺設計系統，採用中央統御方式來統合各個國家公園的視覺形象，使各國家公園具有牢固的識別連繫性，屬於一貫性的核心管理模式。英國國家公園協會(UK Association of National Park Authorities)除了積極發展國家公園品牌之外，對於各國家公園解說規劃的視覺設計系統，採用地域個別管理方式，使各國家公園發展獨立識別系統，並與地方政府、協會及非營利組織有密切的解說設計合作關係，是屬於複合性的共治管理模式。

關鍵字：視覺設計、解說設計、設計管理、國家公園

Visual Design Management Model for Interpretative Planning of National Parks -Case Study of United States and United Kingdom

Chia-Hua Lin

University of Tsukuba, Graduation School of Comprehensive Human Sciences, Art & Design,
Corresponding author E-mail: chiahualin.mail@gmail.com

ABSTRACT United States was the first to install a national park and interpretation system, while United Kingdom is highly developed in rural management. As such, based on these two countries, the purpose of this study is to investigate and categorize characteristics of different visual design management models for interpretive planning. Literature review and field investigation were conducted on interpretive design conception, design process and management system data collection. Results show that United States has a consistent core management model. The US National Park Service has developed a strong identity design system to create a unique US national park brand. On the other hand, United Kingdom shows a compound community management model that emphasizes bidirectional development of UK national park

identity and local characteristics. The UK Association of National Park Authorities and local communal organizations of each national park cooperate to create the compound national park brands.

Keywords: visual design, interpretive design, design management, national park

前言

在全球環境生態保育的思潮下，國際社會對於生態旅遊(ecotourism)及遺產旅遊(heritage tourism)的推廣，急速受到重視，尤其在2003年國際生態旅遊年宣布後，此風潮促使人們與自然接觸的機會大幅提升，而臺灣也在2008年提出「永續經營的觀光之島」理念後，國家公園儼然成為遊憩發展的規劃重點。然而，隨著社會結構激烈的變化，人們的需求也越來越多樣化且複雜化，對於各種了解自然及接觸自然的方式也備受要求(Littlejohn 1995)。擁有獨特生態系及珍貴文化景觀的國家公園也面臨到遊憩衝擊及解說規劃更新的各種挑戰(赤土 攻 2003)。

解說(interpretation)是展現國家公園的價值意義及促進人與自然互動所不可欠缺的重要關鍵(Tilden 1967, Eagles, Bowman, and Tao 2001)。在規劃解說媒體的設計過程中，視覺設計之於各類解說設施的關連性相當密切。Screven(1992)及 Young and Witter(1994)便強調視覺設計對於解說的有效性，具有決定性的影響，不僅能創造國家公園的獨特識別及推廣國家公園的認知形象，對自然知識的傳達及景觀環境的調和也扮演著重要的角色。Donald(1991)也指出，就解說媒體的實行效果而言，在遊客與解說媒體的接觸過程中，會先受到解說媒體視覺表現的吸引，促使其進一步與傳達的訊息產生對話及各種互動關係。Caputo, Lewis and Brochu (2008)也認為適當的視覺設計，可以讓解說媒體發揮促使遊客停駐(stop and stay)的功能。遊客停駐的時間越久，對於自然資源所投注的情感與知識連結就越深刻。

回顧國內外對於解說規劃及解說媒體設

計方面之研究繁多，多數研究聚焦在遊客行為及解說媒體的效果評量(Falk 1982, Peat 1984)，或集中於少數單一媒體(例如展示、解說手冊或指標牌)的訊息傳達(Carlson 1995, Serrell 1996, Shiner and Shafer 1975, Moscardo 1999, 葉原鎰、林昂儀 2006)、與環境協調度的關聯(卓子璟 1996)及遊客認知的差異性(Ham 1983, Hammitt 1984)等研究。然而，對於解說媒體的整體視覺設計規劃及管理方面，國際化的橫向比較研究則較少著墨。

此外，目前就各國國家公園的解說規劃而言，對視覺設計管理的關注程度有所不同。視覺設計管理方式的差異性及對於媒體實際呈現結果的影響及關聯皆有值得探討之價值，此為本研究的動機所在。有鑑於此，本研究希冀透過文獻考察，彙整英美兩國之國家公園解說規劃的視覺設計發展歷程，並透過實際田野調查及訪談，針對兩者之國家公園解說規劃的視覺設計理念及實施流程等進行分析及驗證探討，並比較歸納視覺設計管理模式的差異。

國家公園解說之發展與目的

隨著19世紀後半都市化的快速發展，促使大眾人們的環保意識逐漸抬頭，也興起了中產階級的旅遊熱潮，以此契機，開啟了解說的序頁(Fitzgerald 1954, National Park Service 2004)。

解說透過 John Muir(1838-1914)及 Enos A. Mills(1870-1922)等許多自然嚮導(natural guide)及自然保護主義者(preservationist)樹立了自然解說的基本輪廓後，在1957年，受聘任職於美國國家公園署(National Park Service)

的社會觀察家 Freeman Tilden，確了解說的基礎定義及哲學內涵，解說即成為社會普遍認同的概念：「解說是一種教育性的活動，旨在利用原本的事物，藉著親身的體驗及說明性的媒體教材，去揭示事物背後的意義與關聯性，並非僅傳達事物表面的事實知識」。解說因此成為人們認識及瞭解國家公園的重要溝通橋樑。而後，解說活動被廣泛的運用在各種場域，例如美術館、博物館及動物園等機構。

國家公園保育協會(National Park and Conservation Association 1998)指出，在 1916 年美國國家公園署成立後，解說即被認為是國家公園系統中最關鍵的部分。解說從單純的自然導覽，發展成為各項具有計畫性的解說策略與設計規劃。而就解說的綜合性目的而言，如 Regnier, Gross and Zimmerman(1994) 所提及：1. 對國家公園管理機關來說，解說是為了宣傳其識別形象，並鼓勵大眾參與公園的保育活動；2. 對遊客來說，解說應提供舒適的遊憩場所，以促進遊客對於自然與文化環境的理解和關心，並刺激及啟發遊客的興趣，給予生活的新刺激；3. 對國家公園本體來說，解說需促使場所正確且適當的利用，並促進人們重視國家公園的重要性。整合上述，本研究歸納出解說的關係圖，如圖 1 所示。圖 1 中，解說以「宣傳」、「啟發」及「保育」三者為主要目的，並連繫著國家公園管理機關、遊客及國家公園本體三個面向。

國家公園管理機關透過解說，能促進大眾對國家公園形象的認知並傳達對於自然及文化環境保育的使命；遊客透過解說能夠促進對國家公園管理機關的信賴感，啟發遊客對自然的訊息及國家公園意義的理解，並使其自發性的參與資源保護等活動；國家公園本體透過解說能夠維護自然資源，並促使遊客對於場所有適當的保護回饋。本研究將以此三個目的作為探討視覺設計理念的基礎分析項目。

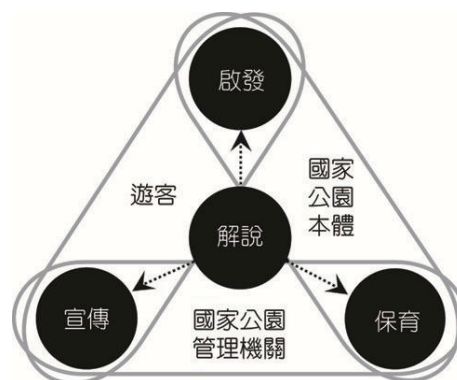


圖 1. 解說的關係圖(本研究整理)

國家公園之解說規劃與視覺設計

Ward and Wilkinson (2003) 將解說的類型分為導覽解說(personal interpretation) 及媒體解說(non-personal interpretation)。美國國家公園署指出，在國家公園中，有 62%的遊客使用解說媒體，而僅有 22%的遊客接觸解說員導覽(引自 Caputo, Lewis and Brochu 2008)。解說媒體在時間及空間上對遊客的影響甚大，而與各類解說媒體關係密切的視覺設計規劃便愈顯重要。被認為最早利用繪畫來傳遞人文及土地保育理念的是藝術家 George Catlin (1796-1872)。在 1830 年代，隨著商業與交通的高度發展，美國西部的生活方式漸漸被開發(引自 National Park Service 2004)。George Catlin 筆下所記錄的美國印地安原住民的傳統文化與生活方式的繪畫及文章，是對瞭解西部烏托邦(utopia)的最佳解說。

隨著黃石公園(Yellow Stone National Park)的成立，國家公園的概念在國際間受到重視，各種解說規劃及設計也逐漸多元成熟。解說規劃中的視覺設計由於各國國家公園的管理制度不同，使解說媒體的視覺呈現有所差異。本研究將從歷史、設計理念、實際表現及管理系統等構面，綜合性的分析不同國家公園解說規劃之視覺設計管理模式。

研究架構

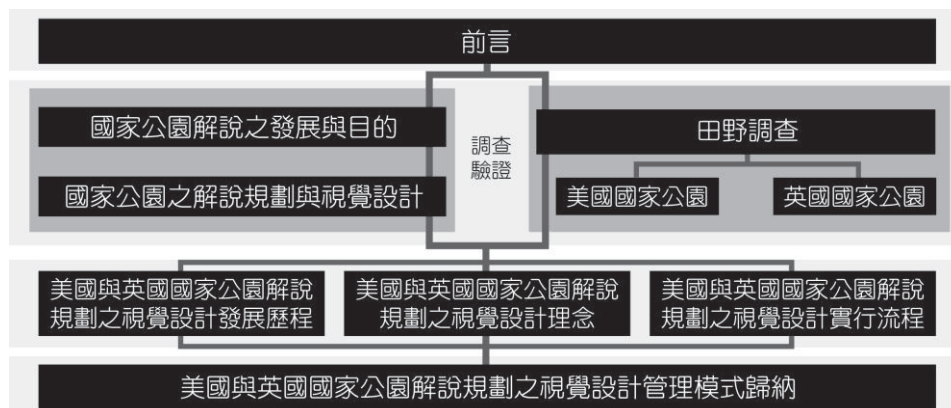


圖 2. 研究架構

本研究以國家公園之解說理論為基礎，並佐以實態調查及國家公園解說設計師訪談的結果作為印證。再以平行對照的方式整合分析在兩國國家公園的解說規劃中，視覺設計的歷史發展面、理念規範面及實行規劃面，進而歸納出國家公園解說規劃的視覺設計管理模式。本研究之研究架構，如圖 2 所示。

研究之調查對象以美國及英國為主。其原因在於國家公園制度及解說皆起源於美國，而公園管理的成熟度也為國際所熟知。另外，英國的國家公園包含了各種不同的田園及地方管理制度，在解說規劃的權責劃分上，呈現多元及複雜的特色。因此，本研究以此兩國作為研究對象，藉以闡明在不同國家公園管理制度下，如何影響解說規劃的視覺設計管理模式。

美國與英國國家公園解說規劃之視覺設計發展歷程

本研究透過文獻及實地採訪的分析，主要歸納了從 1800 年代至 2008 年，美國及英國國家公園解說規劃之發展歷程(圖 3)。

一、美國

1. 國家公園識別形象之形成期

1872 年世界第一個國家公園的成立，使得廣大完整的土地所有權及自然保育工作正式的被美國政府所規劃管理。而 1916 年美國國家公園署的設立，更積極帶動了美國國家公園系統的發展及各種公園設施的規劃工作，同時也擴大了對各種屬性的自然與文化遺產的管理權。由於直線統一的管理方式，在此時期，美國國家公園署也首次公布國家公園的指標設計規範及國家公園管理員制服設計準則(引自 National Park Service 2003)。1930 年代，為了紓解經濟大恐慌及失業潮的社會困境，聯邦政府便成立民間資源保護隊((Civilian Conservation Corps (CCC)) 及工程管理署(Works Progress Administration)來提供就業機會。此緊急救濟法案更促使國家公園的設施建設及旅遊的推廣宣傳更加快速的發展(Salmond 1985)。此時期所設立的遊客中心、道路及橋墩等各項設施的設計充滿著典型美式的「荒野風格(Rustic style)」，利用當地的材料及色彩，使各項設施對自然的視覺衝擊減到最小(圖 4a)。另外，在工程管理署的執行項目中，有一項公共藝術計畫 (Public Works of Art Project)，旨在利用藝術提振社會大眾的信心及推廣旅遊活動。而國家公園的旅遊宣傳便是重點項目之一。



圖 3. 美國與英國國家公園解說規劃之視覺設計發展歷程(本研究整理)



圖 4. a 充滿「荒野風格」的遊客中心；b 國家公園旅遊推廣系列海報(美國國會圖書館)

圖 4b 為當時宣傳國公園旅遊的系列海報。海報是以美國各國家公園的珍貴自然景觀為主題，利用手繪式的版畫風格、一致性的構圖表現及鮮明的色調運用，促使大眾認識國家公園及引起造訪興致。

二次大戰結束後，穩定發展的美國國家公園署為提高國家公園系統的認知度，便著手進行識別標誌的設計工作(圖 5)。透過許多嘗試及設計競選，在 1952 年，由 Herbert Maier 所設計的 Arrowhead 作為代表國家公園系統的識別指標(引自 National Park Service 2004)。Arrowhead 統合了美國國家公園中代表性的動植物、遊憩精神及歷史考古的重要價值，也由此形成了美國國家公園的獨特識別象徵。

而後，由於戰後大量的遊客及汽車旅遊潮(automobile travel boom)，使國家公園的老舊設施不敷使用，美國國家公園署即在 1956 年提出為期 10 年的「Mission 66」計畫，以全面更新及改善由民間資源保護隊所建造的各項公共設施，而遊客中心的概念也在此時開始萌芽。流線型的現代化建築風格及設施類型，內設有各類解說媒體，規範化了遊客中心的服務形態(圖 6a)。

2. 國家公園識別品牌系統之建立期

隨著解說發展的成熟化，解說員的專業訓練及解說設計成為 1970 年代美國國家公園署所重視的議題。為促進大眾對國家公園有更全面性的理解，並發展更有效率及更有創意的解說溝通方式，美國國家公園署便集合各種專業的設計師，在 1970 年創立解說設計中心(Interpretative Design Center-Harpers Ferry Design Center，簡稱 HFC)，負責美國國家公園各類解說媒體的管理、規劃及設計工

作(圖 6b)。而在 1990 至 2003 年間，解說設計中心發行了 *Communicating National Park Service Mission* 以及各類重要的解說媒體設計規範及方針(Director's order 52#A-D)，希冀用一致的視覺設計來統合國家公園中，各類解說媒體的形象表現及傳達美國國家公園獨特的識別性，建立美國「國家公園」無可取代的品牌。如圖 7 為解說設計中心所制定的設計規範。而為了能將各種解說設計的技術及經驗分享給各國家公園的解說設計師，解說設計中心在 2004 年開始發行了 *HFC on Media* 的季刊，將新的媒體技術及資訊定期發表，使美國國家公園解說設計的品質能愈加提升。解說設計中心不僅將解說設計的程序及技術標準化，也將美國國家公園的識別系統品牌化。

二、英國

1. 個別化國家公園識別形象之建立期

中世紀以來的宮廷遊園傳統及皇室的狩獵活動，使英國未經人工開發的地區較少獲得保存，且加上莊園(manor)系統及公有土地(common-land)的圍欄制度(enclosure)使英國土地被大量分割，形成土地私有制的管理方式。由此，在英國國家公園內存在著不同的土地所有權者及管理單位，故英國國家公園協會無法如美國國家公園署的管理系統一般，完整的擁有國家公園土地所有權及管理規劃權。中世紀以來的宮廷遊園傳統及皇室的狩獵活動，使英國未經人工開發的地區較少獲得保存，且加上莊園(manor)系統及公有土地 1800 年代中期，由於國際貿易的影響及商業都市的快速發展，反而使大眾興起自然保護意識，開始推廣公眾對自然保育的理解

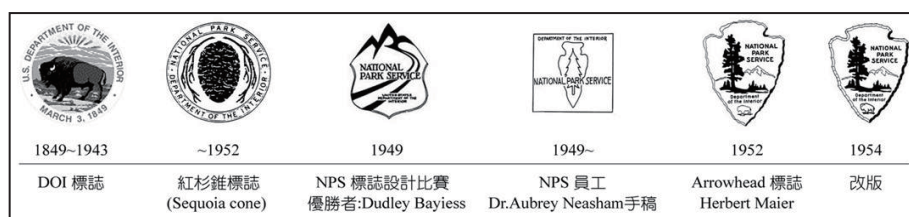


圖 5. 美國國家公園識別標誌設計發展歷程(美國國家公園署)

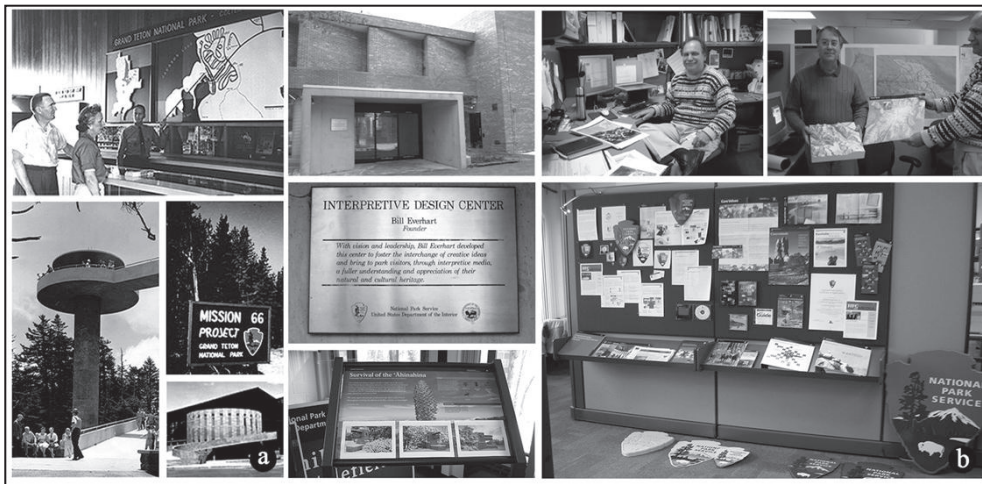


圖 6. a 「Mission 66」計畫(美國國家公園署)；b 美國解說設計中心與解說設計師(作者攝)

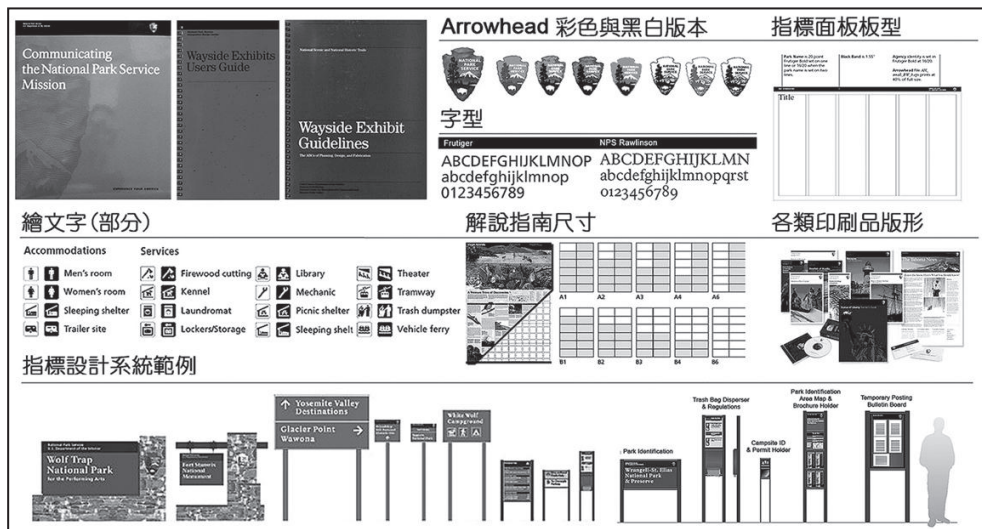


圖 7. 美國國家公園解說設計中心之解說媒體設計規範方針及部分內容(美國國家公園解說設計中心)

及休憩活動。許多自然保育組織紛紛成立，積極推動將「遊樂庭園」變成「保護景觀」的理念(Repton 1803)。其中最重要的非政府保育組織是 1895 年所成立的國家信託(National Trust)。國家信託是除了英國政府之外，獲得最多國家自然及文化遺產永久珍藏權的組織，至今仍持續在英國各地積極的進行保育經營的工作(圖 8)。

自然保育熱潮蔓延到 90 年代，大眾對戶外遊憩活動的重視也帶起了成立英國國家公

園的契機。第一批國家公園在 1951 年被國家公園常務委員會(Standing Committee of National Park)指定後，各國家公園便以個別化的管理系統獨立運作。由圖 9a 的英國各國家公園的識別標誌，可窺見各國家公園在視覺設計系統及解說設計規劃經營的獨立性。

2. 各國家公園識別品牌系統之建立期

由於英國的土地管理複雜，國家公園的中央管理組織也因此由地區分為不同管理部

門。1996 年成立了英國國家公園協會及威爾斯國家公園局協會 (Welsh Association of National Park Authorities) 統合國家公園的總體事務，但國家公園的實質管理規劃權仍歸屬於各國家公園管理處。

然而，個別化的經營方式造成國家公園整體的認知度無法提升的狀況，由英國國家公園協會在 2004 年的研究調查中被檢討，並開始積極發展國家公園品牌創造計畫：「National Parks Britain's breathing spaces」(圖 9b)。此計畫旨在整合英國各國家公園的特色，創造一個跨區域的品牌來統整英國國家公園的整體識別形象，以提高大眾對於英國國家公園的認知度。此品牌在 2008 年公布，而品牌規劃至今仍在持續發展中。在未來將會發展成為兼具英國國家公園代表性及各地方特質的雙重品牌。

美國與英國國家公園解說規劃之視覺設計理念

由於美國及英國在歷史文化背景上及土地管理制度上的差異，直接影響國家公園解說規劃的視覺設計表現。本研究以解說的三個目的：宣傳、啟發及保育為主要分析項目，透過文獻及實地訪談調查的應證，針對美國及英國國家公園解說規劃的視覺設計理念及設計要點進行不同特色的歸納(表 1)。

一、美國

首先，在宣傳方面，由於美國國家公園的土地所有權及管理權大部分屬於聯邦政府，因此需要較強大的統御力來整合及管理組織。其宣傳的設計基本設計理念為創造國家公園的「獨特品牌」(Arrowhead)以達到「統一識別形象」的主要視覺設計訴求。如圖 7 的美國國家公園標誌及解說設計規範方針可窺見美國國家公園視覺表現上的高度識別性及規範性。由此，美國國家公園視覺設計的規劃要點旨在透過獨特的品牌識別，讓大眾認知國家公園的形象及瞭解國家公園局的使命及任務，並強調組織的認同感及夥伴關係。

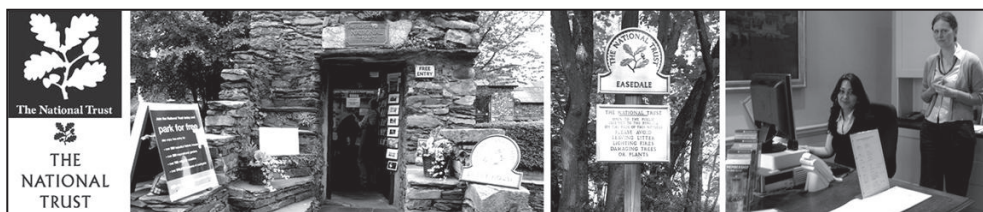


圖 8. 英國國家信託(National Trust)標誌、保育區指標及倫敦辦事處員工(作者攝)



圖 9. a 英國各國家公園之識別標誌；b 英國國家公園的品牌設計(英格蘭國家公園協會)

就啟發項目而言，其基本概念為使遊客獲得自然的知識，並藉由國家公園的遊憩及參訪經驗，改變對於環境事物的看法，進一步影響遊客的行為。而視覺設計的主要訴求方面，美國強調「積極開發多樣化的溝通方式」。例如解說設計中心關注視弱遊客族群的需求所設計的解說指南(圖 10a)及運用新科技技術所研發的 PDA 解說設備(圖 10b) 及數位互動博物館(圖 10c)，以提供有效確實的資訊，提升個人化的學習機會及創造遊客與公園的特殊經驗連結，並使遊客能產生對國

家公園的認同感，成為維護國家公園的參與者。

在保育方面，對於各類解說設施的設計概念，主要延續 1960 年代典型美式的荒野風格。其設計訴求是與自然融合，例如圖 10d 為優勝美地國家公園的遊客中心，其設計是利用當地素材及環境色彩來仿造融合自然景觀的設施設計，其目的是希望能強化遊客對國家公園環境的安全信賴感，並平衡保護自然遺產及商業性開發的管理方式，以永續維持美國國家公園的珍貴價值。

表 1. 美國與英國國家公園解說規劃之視覺設計理念(本研究整理)

解說的目的	美國國家公園			英國國家公園		
	宣傳	啟發	保育	宣傳	啟發	保育
視覺設計基本概念	獨特品牌	獲得知識 影響看法 改變行為	荒野風格	複合品牌	獲得知識 影響看法 改變行為	維護文化遺產
視覺設計主要訴求	統一識別形象	積極開發 多樣溝通方式	自然融合	因地制宜 統整公園識別形象	身心靈的 更新與恢復	維持事物本質 (As nature is)
視覺設計規劃要點	促進大眾對國家公園的認識	提供個人化的學習機會	強化遊客對國家公園的安全信賴	促進大眾對國家公園的認識及遊憩經驗	拓展與自然接觸的機會	規劃無界限的開放式空間
	使大眾瞭解國家公園局的使命及任務	提供遊客有用確實的資訊以創造更好的旅遊經驗	平衡自然保育及商業性開發	強化地區性的旅遊經濟	營造使遊客精力充沛的空間氣氛	維護珍貴自然文化景觀提升遊憩品質
	建立與參與者的夥伴關係	製造遊客與公園的個人經驗連結 將遊客視為國家公園參與者	維護美國國家公園價值	突顯國家公園的特殊品質	創造有趣及神秘的故事脈絡	精緻的田園空間及在地產品開發



圖 10. a 視弱者用解說指南(黑白綠色系/A4 單面三折頁/內頁字體 17½級)；b. PDA 解說設備；c 數位互動博物館(圖 abc-美國國家公園解說設計中心)；d 優勝美地國家公園遊客中心(作者攝)

二、英國

相較於美國的單一視覺設計系統，雖然英國在土地的管理及擁有權上較為分散複雜，但為提升英國國家公園的能見度，其視覺設計的基本概念為創造「複合品牌」，一方面以跨區域的識別品牌(National Parks Britain's breathing spaces)來統整國家公園的整體形象，一方面尊重當地個別性的發展，以「因地制宜」(one size may not fit all)的理念滿足創造區域特色的主要設計訴求。由圖 9 中的英國各國家公園的識別標誌及英國國家公園品牌的品牌設計，可窺見地方特色個別化與國家公園形象統整化的雙向視覺設計發展。其視覺設計的規劃要點為促進大眾對國家公園系統的認識及創造國家公園的遊憩經驗，並強化地區性的旅遊經濟，突顯出國家公園與其他遊憩區的差異性與品質水準。

在啟發方面，其視覺設計的基本概念同為使國家公園的來訪者經由自然知識的理解及遊憩經驗，來改變其對事物的看法與行為。雖然基於同樣的概念，英國的設計訴求卻與美國不同，主要強調回歸及體驗自然，透過國家公園遊憩經驗來達到「身心靈的更新與恢復」。因此其設計的規劃重點即強調拓展遊客與自然的接觸機會，營造使遊客精力充沛的空間氣氛，並創造有趣及神秘的故事脈絡。如圖 11a，為山頂區國家公園管理處所推廣的名為 Audio Trail 的解說系統。

山頂區國家公園管理處為保持自然景觀的完整性及減少公園中各種解說設施的設置，故提供網路下載景點解說的服務，讓遊

客在體驗自然之餘也能利用 MP3 的導覽瞭解自然的故事。另外，圖 11b 及圖 11c 為寵物遊公園活動及山頂區國家公園的旅遊網站。其視覺表現都以強調國家公園開闊自由的自然遊憩體驗為主要形象訴求。

在保育方面，由於英國有著悠久的文化歷史景觀，其設計基本概念主張「維護文化遺產」，並以「維持事物本質」(as nature is)為設計主要訴求。如圖 11d 為山頂區國家公園管理處活用歷史遺跡為遊客中心的實例。設計規劃要點除了規劃開放式的自然空間及維護歷史文化遺產，以提升國家公園的遊憩品質，也積極開發精緻的田園空間與在地產品，以促進地方經濟的發展。

美國與英國國家公園之解說設計流程

一、美國

由美國國家公園的解說設計中心所制定的設計規範是通用於全美國家公園解說設計的基本指南。隸屬於各國家公園的解說設計師在進行解說規劃時，可選擇委託解說設計中心代為設計，或自行參考設計規範來進行規劃。若選擇委託方式，解說設計中心會以專案方式與委託之國家公園解說設計師及解說員等進行規劃會談及多次的實地考察，並依照「解說媒體設計流程」(圖 12a)，確定預算成本、設計策略及簽訂契約。而後透過各專業的設計師共同合作，完成委託設計。



圖 11. a 為減少公園人工設施所開發的 Audio Trails 解說；b 寵物遊公園；c 強調體驗自然的山頂區國家公園旅遊網站(圖 abc-山頂區國家公園管理處)；d 活用歷史遺跡的遊客中心(作者攝)

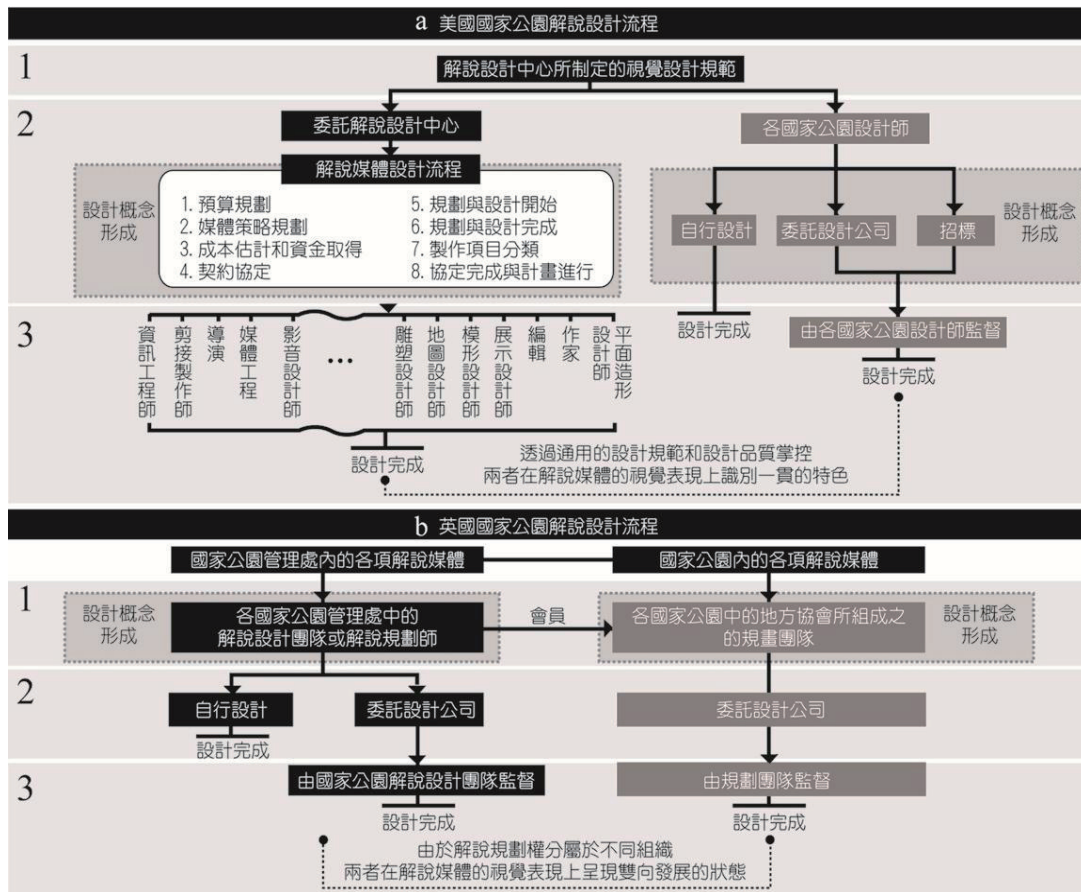


圖 12. a 美國國家公園解說設計流程；b 英國國家公園解說設計流程(本研究整理)

另外，國家公園之解說設計師可活用設計範例自行規劃外，也可委託設計公司或利用標招方式來規劃解說媒體。為確保視覺設計品質一致，除了必須參考解說設計中心的设计準則外，各國家公園的解說設計師會進行監督工作直至設計完成。由於透過通用的設計規範和設計品質掌控，美國各國家公園無論透過何種設計流程，解說規劃的視覺表現都展現明顯的關聯性及識別一貫的特色(圖 13a)。

二、英國

區域個別管理制度的英國國家公園，對於解說媒體的規劃，各國家公園管理處與地方協會合作的狀況多有所見。土地所有權由國家公園管理處所有之區域(例如遊客中

心)，其解說媒體規劃由管理處負責，其他區域則是國家公園管理處與地方協會共同規劃。由於英國國家公園的设计獨立化及無標準化管理，視覺設計系統也因地區有所差異(圖 12b, c)。部分國家公園管理處內設有專門的解說設計團隊，專門負責解說媒體設計，部分則由解說規劃師擔任。另外也可委託設計公司進行設計，而設計團隊會監控設計品質至設計完成。此外，國家公園管理處會與地方政府或當地協會成立地區性的解說規劃團隊，共同規劃國家公園內的解說媒體。解說規劃團隊會委託設計公司落實設計理念，並監控至設計完成。例如英國山頂區國家公園的解說規劃方式為國家公園管理處與 11 個地方協會組成「Peak District & Derbyshire」的地區性解說設計團隊，共同決定國家公園

內的解說規劃與形象識別系統，如圖 13d 即為共同設計的成果。然而，比較圖 13c 及 d，可瞭解國家公園管理處的解說設計團隊所規劃之解說媒體的視覺表現與當地協會共同規劃之解說媒體的視覺表現呈現雙向發展的狀態。

美國與英國國家公園解說規劃之視覺設計管理模式歸納

綜合以上的文獻考察及實地採訪調查的分析結果，本研究歸納美國與英國國家公園解說規劃之視覺設計管理模式的特質如圖 14 所示。

一、美國：一貫性的核心管理模式

由 1872 年至 2010 年，美國國家公園署管轄的範圍，包括 392 個國家公園、多數的文化遺產、海岸線及歷史戰區等(引自

National Park Service 2010)。因此強大的統御能力，使美國的解說設計管理方式像是由中心向四周散發的同心圓。以解說設計中心為核心的設計規劃機構，除了支援各國家公園的解說規劃，也重視研究及開發多元的解說手法，使美國國家公園在解說設計的發展上，顯得穩定且積極。解說設計中心以強力的管理方式去維繫與各國家公園在識別形象及解說設計上的關係。

各國家公園的解說設計師也利用解說設計中心所制定的設計準則，來確保國家公園的形象品質能達到一致。但並非完全須遵循解說設計中心的设计標準，而是不同的設計創意可與設計規範互相活用，使解說媒體的視覺表現能在統一中展現當地特色(圖 14a)。此管理方式為中央管理權大於地方管理權，形成統一的國家公園識別品牌，本研究歸納美國國家公園解說規劃之視覺設計特色為一貫性的核心管理模式。



圖 13. a 視覺一致的美國各國家公園之解說媒體；b 英國湖區國家公園之解說媒體；c 英國山頂區國家公園管理處設計之解說媒體；d. Peak District & Derbyshire 所設計之解說媒體 (作者攝)

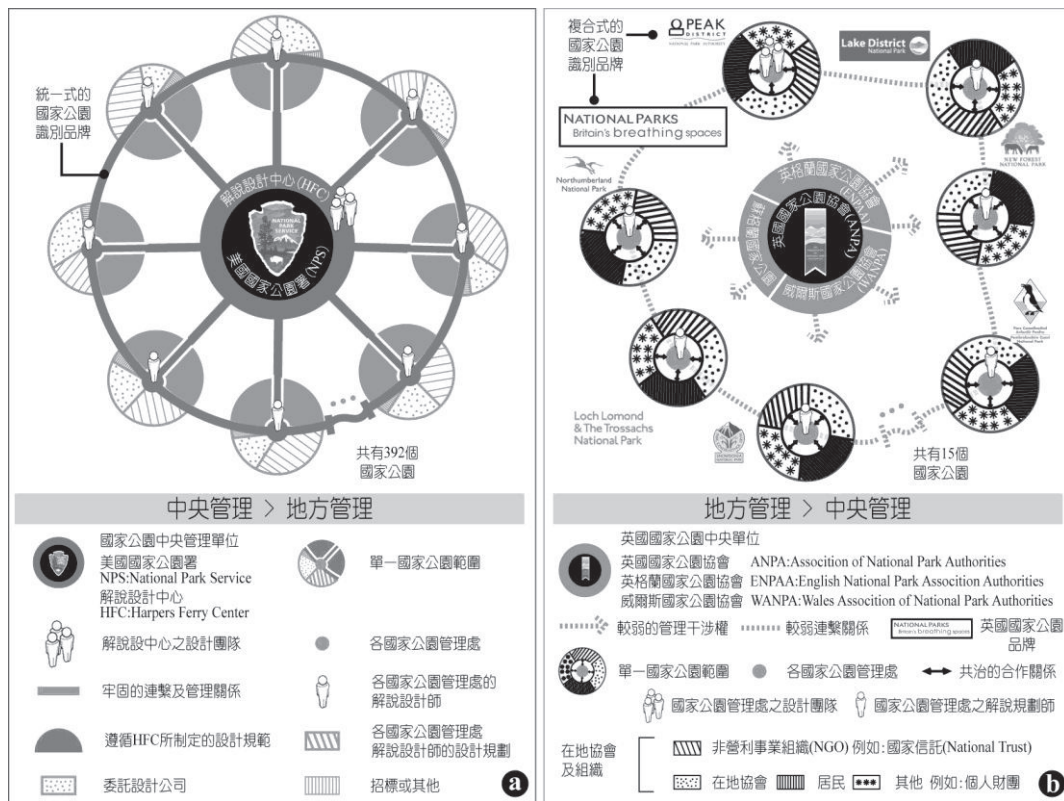


圖 14. 美國與英國國家公園解說規劃之視覺設計管理模式(本研究整理)

二、英國：複合性的共治管理模式

土地管理權的複雜性，形成了英國國家公園設計體制上的個別化管理及與地方協會共治的情況(圖 14b)。基本上，英國國家公園的中央單位並不具有對各國家公園設計管理的干涉權，而各國家公園之間也無牢固的連繫關係。此管理方式為地方管理權大於中央管理權。然而，因從 2004 年至今所推行的英國國家公園品牌創造計畫，使英國國家公園協會在規劃國家公園整體的識別形象上，發揮一定程度的統整力，形成複合式的國家公園識別品牌。本研究歸納英國國家公園解說規劃之視覺設計特色為複合性的共治管理模式。

引用文獻

卓子瑾。2005。國家公園設施與景觀相融合

之研究。國立臺北科技大學建築與都市設計研究所碩士論文。

葉源鎰、林昂儀。2006。國家公園解說步道中解說牌示效果之研究—以太魯閣國家公園砂卡礑步道為例。造園學刊 12(2):49-72。

赤土 攻。2003。これからの自然公園施設の再整備。CLA Journal N.149, p36

Beck L and T Cable. 1998. *Interpretation for the 21st Century*. Sagamore Publishing, Moscardo.

Caputo P, S Lewis and L Broch. 2008. *Interpretation by Design*. National Association for Interpretation.

Carlson S. 1995. From hands-on to minds-on: Model for learning in educationally oriented recreation facilities. *Legacy* March/April:6-12.

Doell E and B Fitzgerald.1954. *History of Recreation: A brief History of Parks and Recreation in the United States*. Chicago: The Athletic Institute.

Donald J.1991. The measurement of learning in the museum. *Canadian Journal of Education*

- 16(3):317-282.
- Eagles P, M Bowman and T Tao. 2001. *Guidelines for Tourism in Parks and Protected Areas of East Asia*. Cambridge, UK: International Union for Conservation of Nature and Natural Resources.
- Falk J. 1982. The use of time as a measure of visitor behavior and exhibit effectiveness. *Roundtable Reports* 7(4):10-13.
- Graig W. 1990. *International Handbook of National Parks and Nature Reserves*. Library of Congress Cataloging-in Publication Data.
- Ham S. 1983. Cognitive psychology and interpretation: Synthesis and application. *Journal of Interpretation* 8(1): 11-27.
- Ham S. 1992. *Environmental interpretation: a practical guide for people with big ideas and small budgets*. North American Press.
- Hammit W. 1984. Cognitive processes involved in environmental interpretation. *Journal of Environmental Education* 15(4): 11-15.
- Harpers Ferry Center. 1999. *Communicating the National Park Service Mission*. Department of the Interior, National Park Service.
- House L. 2004. *Project Pathway: creating a brand for sustainable tourism for the National Parks of England, Scotland and Wales*. Association of National Park Authorities.
- Littlejohn M. 1995. *Report 68: Nez Perce National Historical Park*. Moscow, ID: University of Idaho Cooperative Park Studies Unit.
- National Parks and Conservation Association. 1988. *Interpretation: Key to the Park Experience*.
- National Park Service. 2004. *The National Parks: Shaping the System*. Harpers Ferry Center.
- Pearl B. 1984. Impact of exhibit type on knowledge gain, attitudes, and behavior. *Curator* 27(3): 220-237.
- Regnier K, M Gross and R Zimmerman .1994. *The Interpretation's Guidebook- Techniques for Programs and Presentation*. University of Wisconsin Stevens Point.
- Repton H. 1803. *Observations the theory and practice of Landscape Gardening*. London: T. Bensley for J. Taylor.
- Salmond A. 1985. *The Civilian Conservation corps and the National Park Service 1933-1934: An Administrative History*. National Park Service.
- Screven C. 1992. Motivating visitors to read labels. *ILVS Review: A Journal of Visitor Behavior* 2(2):183-211.
- Serrell B. 1996. *Exhibit Labels: An Interpretive Approach*. Walnut Creek, CA: Alta Mira Press.
- Shiner J and E Shafer. 1975. How long do people look at and listen to forest-oriented exhibits. U. S. Department of Agriculture. *Forest Service Research Paper* NE-325, PA: North-Eastern Forest Experiment Station.
- Tilden F. 1967. *Interpreting Our Heritage*. The University of North Carolina Press.
- Tilden F. 1969. Mindsight: The Aim of Interpretation. *National Parks* v43:260: pp 9-12.
- Ward J and E Wilkinson. 2003. *Basic Interpretation Handbook*. California State Parks.
- Young C and J Witter. 1994. Developing effective brochures for increasing knowledge of environmental problems: The case of the gypsy moth. *Journal of Environmental Education*, 25(3):27-35.