

走進「紐約帶給世界的禮物」那座拱門，尼加拉大瀑布的降水開始震撼起來，雖說百聞不如一見，看多了畫面再到現場，即使是水花飛濺，激起連天的白霧的氣勢，似乎也激不起「到此一遊」的快感。倒是美加邊界彩虹橋那頭遊樂區內摩天飛輪轉出的歡樂氣氛令人眩惑，加拿大境內觀瀑高塔電梯升降，在翻滾的水氣中格外迷人；躺在瀑布旁的草地上，夏日涼夜如水沁人，從日落除暈等到星光乍現，好不容易挨到對岸高塔一束銀色鐳射光閃入天際，在入潮歡呼聲中，尼加拉瀑布隨著光束色調的變換，迸出五花八門的彩色水帶，由科技實力展現的噱頭，更使瀑布原本豐厚的自然力更具神秘感。

尼加拉瓜大瀑布的鐳射秀是慶祝尼加拉大瀑布開放一百周年的系列活動之一，尼加拉瀑布在一八八五年以前仍屬私人產業，只允許少數人觀賞，後來經地方人士努力爭取才成為「公共遺產」開放；其實這也沒有什麼值得大書特書的，但是本地的書報雜誌、電視節目、民間活動都當作大慶典，搞得有聲有色。

鐳射秀的表演多少可以看出尼加拉大瀑布的經營概念，尼加拉瀑布可供觀光的地點大概在十處左右，除了近觀瀑布外，還包括號北美最古老的觀光活動——乘遊艇在瀑布下方晃盪，最近又開發一項徒步跨越瀑布下方的旅遊活動，變來變去總是強調那種如雷貫耳

的臨場感。

不過，尼加拉瀑布能吸引全美，甚至全世界的遊客到此一遊，除了依賴塑造美國的自然奇觀標誌外，外國遊樂區的經營配合也很成功，遠近聞名的水族館、印地安文物館；另外，尼加拉河流域島嶼也有兩處相當龐大的遊樂區，加拿大境內瀑布邊的遊樂區名堂更多；以尼加拉瀑布為中心，四周輻射連成遊樂地帶，這些遊樂區定期在美、加電視台大作廣告，增強視覺效果。

也難怪邊境高速公路每逢假日就塞車。

台灣地區中心遊樂區的腹地有限，很難開發成多元化經營，再加上可耕面積有限，土地撥用上更有困難，南北幾處風景名勝區鄰近所謂「樂園」遊樂場，很難長期吸引遊客，再加上維修不易，荒廢的不在少數；近年來出國觀光人口大幅增加，見識過國外遊樂區的大場面，台灣本島遊樂區要想吸引遊客就更為不易。近年來許多民間經營的原野觀光樂園，強調戶外冒

險，刺激活動，訓練體能，設施簡便，卻能因地制宜，吸引不少青少年活動人口，算是幾個比較成功的案例，如果有心人士能多費心思，台灣地區一些土地利用價值不高的海濱、丘陵或山坡地，應可有計畫的開發，讓青少年有多些鍛鍊體能的戶外活動場所。

腹地較為廣大，頗具開發潛力的恆春半島遊樂區，應在不妨礙墾丁國家公園保育的基本原則，加速規畫開放海上遊憩活動，才能吸收未來急速增加的遊憩需求。

戶外遊憩活動壓力可以說是台灣地區的重大挑戰，面對這麼龐大的遊憩人口，我們的電視上居然很少看到遊樂區的宣傳活動廣告，可見這方面的投資多麼不成比例，今後戶外遊憩活動應該成為政府鼓勵重點投資的項目，如果政府能夠不怕「圖利他人」多所導引，就能使更多人在戶外活動中受益，也能減少一些惱人的社會問題。

休閒文化的比較與展望

(二)從尼加拉瀑布的鐳射秀談起

翁台生 專題 報導

尼加拉大瀑布吸引遊客的經理概念值得學習 (翁台生攝)

