

南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCES

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

空間的凝結—旅遊的視覺語境

Snapping Space - On the Visualized Context of Traveling



研究生：吳佳玲

GRADUATE STUDENT: WU CHIA-LING

指導教授：林倩綺 博士

ADVISOR: LIN CHIEN-CHI Ph.D.

中 華 民 國 九 十 八 年 六 月

南 華 大 學

旅遊事業管理研究所

碩士學位論文

空間的凝結—旅遊的視覺語境

研究生：吳佳玲

經考試合格特此證明

口試委員：

黃宗茂

賴育正

林倩綺

指導教授：

林倩綺

系主任(所長)：

丁誌敏

口試日期：中華民國

98年7月1日

謝 誌

年過四十才重拾書本當學生，在學術瀚海裡尋覓探索，多少個更深人靜的夜晚，一盞孤燈相伴苦思到天明。彷彿是一場超級馬拉松賽跑，過程中時而雀躍欣喜，時而窒礙難行，考驗著智力、體力與毅力，堅持了三年終於完賽。

感謝指導教授倩綺老師的一路相伴，無數個星期假日一同閱讀、討論及辯證，老師尊重且開放的教學方式，讓學生都能依循著自己的興趣，完成關心議題的探討，除了研究領域的知識以外，老師豐富的生活閱歷所給予的不同價值觀，讓我能重新思索生活的意義；貞吟老師、玉妙老師細心又清晰的指引，讓我常有啟發且獲益良多；賴守正老師、黃宗成老師在論文的最後呈現上給予專業寶貴的意見。老師們的指導不僅滿足了知識上的學習，更開展了我生命的視野。

感謝可愛的論文寫作夥伴們：嘉順、冠吟、嘉麗、志正，一年多來咱們甘苦與共，堆疊的文獻、滿桌的零食和彼此不成熟的作品是我們美好又苦澀的共同回憶，每一次Group Meeting結束時的那一句「加油！」是我面對挫折的強心劑。

感謝好友本利、淑慧在英文文獻的閱讀上給予指導及幫助；幸娟的仔細校對與鼓勵，讓我信心大增；快打高手蕙如讓訪談逐字稿「原音重現」；國勳、聖寬、玉雪、菊慧不時的關心點滴溫暖、感謝在心頭。

最後我要感謝我親愛的家人們，感謝爸爸的加油打氣，姊姊、妹妹們在假日經常帶著我家的孩子到處去玩；感謝獨立乖巧的宥霖、柏吟讓媽媽安心去唸書，沒有後顧之憂；最最感謝的是幾百個日子來先生燦卿的包容、支持、鼓勵與協助，一年多來一肩擔起家中的大小事

務，從無怨言，陪我度過這漫長的求學歷程。

終於，我要卸下兩年來如影相隨的電腦包包，暫時停止紙上旅行；然後，整理行囊、背上背包、拿起相機，我真的要去旅行了，YA！

佳玲 謹誌 2009年6月

南華大學旅遊事業管理研究所 97 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：空間的凝結－旅遊的視覺語境

研究生：吳佳玲

指導教授：林倩綺博士

論文摘要內容：

觀光旅遊和攝影行為的互為存有，造就了「視覺」的旅遊經驗。相機的發明，讓攝影成為旅程中最普遍的活動；後現代的旅遊經驗，讓影像的攫取成為最經濟的消費模式：透過照片紀錄的旅遊歷程，使影像成為曾經「到過」與「存有」的證明。旅者在移動過程中，藉由影像的記錄，凝結了不同社會的文化組構。影像紀錄的真實，隨著攝影器材的更新，讓紀錄的顯像，透過拼貼與處理，再現更似真實的旅遊組態。

本研究藉由影像觀點，以照片引談法進行敘事言說的深度訪談，透過羅蘭巴特、蘇珊宋妲、約翰伯格的觀看視角，將旅者從影像的視域，連結至過往經驗的投射，在 Urry 的凝視向度中，省思旅遊過程的主體投射與客體互動的經驗現象。

關鍵字：旅遊，凝視，攝影，影像

Title of Thesis : Snapping Space - On the visualized Context of Traveling

Name of Institute : Department of Tourism Management, Nan Hua University

Graduate Date : June 2009

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student: WU CHIA-LING **Advisor:** LIN CHIEN-CHI Ph.D.

Abstract

The interdependence of sight-seeing and photography helps create the *visual* experience of tourism. The invention of camera makes photo-taking the most popular activity for holiday makers, and recording images constitutes one of the most economic ways of consumption in this postmodern age. The journey is documented through the lens of camera, and the pictures taken during the trips are hard evidences of the experiencing of the journey. Through the photographed images, the traveler/tourist collects snapshots of different societies, and the innovation of new instruments helps generate representations that are closer to realities.

In view of Roland Barthes, Susan Sontag and John Berger, this thesis uses “photo-guide-method” to analyze interviewees’ discourse-narration, and seeks to connect travelers’ experiences with his/her projected past. Deploying John Urry’s perspectives on gazing, this thesis tries to reveal the phenomenon experienced in the course of traveling through subjective projection and objective interaction.

Keywords: Travel, Gaze, Photography

目 錄

謝誌	i
中文摘要	iii
英文摘要	iv
目錄	v
第一章	緒論.....	
1.1	研究動機.....	1
1.2	研究背景.....	3
1.3	研究目的.....	6
1.4	研究流程.....	7
第二章	文獻探討.....	9
2.1	關於旅遊.....	9
2.1.1	旅遊發展歷史.....	10
2.1.2	旅遊需求動機.....	12
2.1.3	旅遊作為一種生活的反差.....	14
2.1.4	旅遊的價值.....	17
2.2	關於視覺影像.....	18
2.2.1	攝影的視角.....	19
2.2.2	圖像敘事.....	25
2.3	觀光的凝視化.....	29
2.3.1	觀光凝視的建構.....	30
2.3.2	觀光凝視相關論述.....	31
2.3.3	視覺化旅遊.....	33
第三章	研究設計.....	37
3.1	研究方法的選擇.....	37
3.1.1	照片引談法.....	38
3.1.2	深度訪談法.....	39
3.2	研究流程設計.....	40

3.3	抽樣方法與研究對象	42
3.4	研究工具	43
3.5	資料整理與分析	44
第四章	研究結果與討論	45
4.1	爲什麼旅行	45
4.1.1	渴望放鬆、渴望自由的感覺	45
4.1.2	渴望開闊視野、渴望美的饗宴	48
4.1.3	探索生命的意義	51
4.2	鏡頭下	54
4.2.1	著名地標景物的朝聖	55
4.2.2	異文化驚艷	60
4.2.3	遇見另一個自我	64
4.2.4	充滿美感的旅程	67
4.2.5	旅途人物特寫	70
4.2.6	鏡頭下的反思	74
4.3	論攝影	81
4.3.1	隨心所欲的拍攝	81
4.3.2	影像的背後	85
4.3.3	影像氾濫的時代	97
4.4	心的凝視	100
4.4.1	記憶的連結	101
4.4.2	自我表述及認同	103
第五章	結論	111
參考文獻		117
附錄一	受訪者基本資料	125

第一章 緒論

1.1 研究動機

旅遊，總有著無窮的魔力。拎起背包，背起相機，踏入機場的那一刻，心情隨之飛揚，自由的氛圍穿透身、心、靈。初次的出國旅遊是參加日本大阪—東京團體套裝行程，走馬看花式的觀看體會，旅程中的食、衣、住、行全不用費心。之後，隻身在日本新潟市生活了一個暑假，真實的體驗在地的生活，異國的生活習俗及文化祭典處處充滿驚奇與醒思；巴里島及京都的文化巡禮，親自進行旅程的設計和執行，在慢慢走、細細看的氛圍下，充分體驗了自助旅行探索的樂趣。旅程中享受著悠閒、驚奇及感動，時而發現不同的自己，是記憶中的我、是想像中的我、是期待中的我…，在旅遊的情境下遇見躲在內心深處—那個不同於日常生活的自我，種種的新奇體驗與自我對話更是讓我對旅行完全著迷了。

張大雙眼，敞開胸懷感受著旅途中的精采與感動，難忘的時刻一定要紀錄下來，才不會隨著時間慢慢褪色。相機成了多數人旅途中不能缺席的良伴，旅遊者將旅途中的剎那化為永恆，透過圖像敘述著一個又一個的歡樂、驚奇與感動。我們用眼睛觀看，也透過相機凝視，我們擷取瞬間的影像，透過圖像的敘事可以讓旅遊景象再現，重塑旅遊歷程，以及旅遊歷程中的自我投射或自我省思。語言的詮釋時而會失真，透過圖像直觀，一切不言而喻。一張照片，每個人都有不同角度、不同感動，透過觀景窗，可以探索人性的最深處。

隨著數位時代的來臨，不需要底片的數位相機可以毫無負擔的恣意紀錄旅遊的點點滴滴，眼之所見貪婪的用相機執行「具體擁有」，部落格中的旅行照片和心情日記分享著旅程中的種種。隨著「卡嚓」

聲，旅程中的景物、事件霎時被固定下來了，青春、笑顏、驚愕、感動…都成了永恆；影像加上語言敘事更完整的表述了旅程中所見、所感、所思。通過旅遊時的影像擷取、旅遊後的照片觀看，人們可以更確定自己的社會身分及角色扮演，而照片成為一種最佳的旅行紀念品。

許多朋友在旅遊歸來後總是立即在部落格裡放上了旅遊照片，然後再慢慢述說旅遊心得，每當我們問：「好不好玩？」，他總是回答：「來看我的照片呀！」然後秀著一張張的旅遊照片，天南地北的說個沒停。表姊西藏旅遊歸來，眼眶鐘閃爍著淚光，語無倫次的述說著來自生命深層的感動，但當她開啟一系列的相片與大家分享時，一幕幕的旅遊歷程立即重現在眼前，朝聖的歷程、心靈的蛻變，那是一個多麼動人的故事，藉由影像與述說，旅遊歷程的點點滴滴完整的再現了。

旅遊點綴了單調的生活，注入了生命的活力。追尋旅遊時心中那股流動的能量，歷程中的趣味及感動，旅遊回歸的反思及改變一直是筆者關心的議題。在設定研究主題的初期，到處尋訪喜愛旅遊的親朋好友，請他們談談近期的旅遊經驗，期待覓得些許靈感，具體的察覺到「拍照」在旅遊歷程中的重要地位，照片是旅遊者紀錄和表達旅遊的最佳載具。過去人們用筆寫日記，記下眼中所見心中所思，而攝影進入數位時代之後，更多人都使用相機來編寫旅遊日記，相機成了一种不可或缺的旅遊歷程紀錄工具。許多人的旅遊記憶是與影像是鑲嵌在一起的，這樣的發現燃起了筆者的研究興趣，究竟哪些景物是旅遊者的視覺焦點？旅遊者在旅遊歷程中都關注些什麼？鏡頭的背後有哪些隱藏的意涵？這些問題的提出開始了筆者對「鏡頭下的旅遊視角」的探究。

1.2 研究背景

旅遊照片不僅僅是旅遊目的地景物的客觀表達，更透露出旅遊者主觀世界的觀看方式，就旅遊中的文化意涵而言，旅遊者的攝影動機及行為複雜且多變，有關旅遊攝影的研究所關注的面相有幾個：

1. 西方權力主導籍制下的社會文化意識形態

遊客或接待者經歷族群中心的衝突，文化經開發後成了旅客消費，原住民藝術成為混種形式的蓄意轉化，滿足了西方社會藝術市場的價值、動機、認知，被視為觀看操縱與在地生活的重塑，而這一切僅為了旅客攝影的休閒目的。

Chalton (1979) 討論旅遊類型和攝影行為的樣態及照片的內容之間的關係，具體的指出接待社會在旅遊攝影時被攝影的圖像適當性，旅遊者應該好好想想許多人以照片呈現旅遊地的影像是否恰當。

David Uzzell (1984) 解碼套裝行程旅遊公司透過假日小冊子表現其中的神話和意涵。度假公司提供了讀者一系列廣泛的文化工具與幻想，建構和創造旅遊目的地意象的神話及文化認同。一個積極的度假者，可以在旅程中創造和維護的意識形態及神話。

Andrew McGregor (2000) 藉由訪談來了解旅遊指南和遊客之間的動態關係。以已開發國家的口語訊息和領域概念主導遊客的看法，研究者在印度尼西亞的塔娜托拉雅進行訪談，發現遊客指南用來「教導」遊客對這個地方的觀看方式，導致目的地商品化的經驗和凝視。

Caton & Santos (2008) 以後殖民理論觀點討論在遊客如何複製、強化從媒體來的想像和描述，闡述其在詮釋循環當中的一個現象。以五個二元對立點¹來辨證西方權力以及主導性所籍制下的社會文化意識形態。

¹ 五個二元對立點分別是：傳統與現代，主體與客體，主人與隨從，中心觀點與邊陲，狡猾懶散與道德勤勞。

2. 圖像與民族觀光

現代觀光中，以照片傳達了民族觀光的訊息，照片在民族表象特徵的扮演，成為一種表現的趨向。

Laxson (1991) 針對新墨西哥州pueblo民族的文化和儀式，訪談美國中上階層遊客在美洲原住民博物館的參觀意見，分析遊客的行為對土著美國人看待“東道主”方式的藉口，並揭示了他們在某種程度上對美洲原住民文化的刻板印象和世界觀。如果將旅遊歷程視為一種學習，美國旅客對異文化的既定概念及中心主義心態覆蓋了旅行應有尊重與學習，在「民族」旅遊上，既有的成見²在整體的旅遊過程中產生無形的影響。

Mellinger (1994) 以來自南方通過測試的非裔美國人的攝影明信片，分析顯示特定的戰略肖像明信片，被攝影文化機構登記為黑色「另類」。這些圖像為那些描述和觀察者身分的人建構主體，定位為種族主義政權表述的黑色主題。

Albers & James (1998) 彙整來自世界各地出版的明信片，包括了 40000 多個不同的範例³，探討照片、明信片攝影、種族、和旅行之間的關係。民族觀光藉由照片媒介來表現觀光中的族群事物，旅遊照片的傳達讓族群所傳達的訊息受到關注。在民族特殊的特徵與現代觀光中影像溝通可以更廣泛的以意識形態討論，從普遍化觀看照片的趨勢中產生交互作用。

3. 圖像與目的地意象

目的地意象是藉由圖像進行旅遊研究中最常見的議題，對遊客而言，意象是旅遊者對旅遊地的認識，在旅遊體驗及經營管理層面都十

² 通常因學習、知識及教育而形成固化的看法。

³ Albers & James 以 postcard 作為研究的媒材傳達訊息，多半在談印地安人。

分關心旅遊目的地在旅客心中的意象呈現。

Prebensen (2007) 結合言語聯想、圖形聯想和美術圖畫拼貼技術來認識那些潛在的遊客所擁有的某些地點中相似或相異的影像。以識別對於遠地的旅遊者影像的感覺。並建議以潛在影像特徵為基礎建立一個具有競爭力的品牌形象，營造成功的旅遊目的地。

Stedman, Beckley, Wallace & Ambard (2004) 採用 VEP (訪客攝影法) 來了解旅遊地的景觀中可提高娛樂經驗品質的元素，探索當地景觀所含的意義，瞭解生態及社會文化之間的複雜關係。

Garrod (2007) 採用 VEP⁴ (志願攝影法) 徵求在海濱的自願遊客及居民兩組人提供他們個人覺得在當地所拍攝最重要的照片，去探知該地的目的地意象。

Hunter (2008) 蒐集海外 21 個旅遊目的地的摺頁做為研究，將照片分類來顯示目的地意象。證明旅遊照片不但可以呈現出旅遊目的地的自然及文化資源，甚至也描述了旅遊者與接待社會之間較適當的互動關係，照片能適當且有價值的描述及轉換的特性，對於旅遊目的地的行銷是一個強大且豐富的媒介。

4. 攝影與旅遊拍攝者

不論是休閒或旅遊攝影的動機、體驗或心靈狀態都是以「人」為中心，有關旅遊攝影行為的探討研究有：

Markwell (1997) 藉由旅遊攝影的照片內容及旅遊日誌內容分析，探索旅遊過程中，旅遊者和團體成員間的社會交流以及和當地的

⁴ VEP: Volunteer- employed photography 最早在 70 年代由 Cherem 和 Traweek 率先使用，後來被用來調查戶外遊憩區的管理問題，這個技術稱為「自願者攝影法」，也被稱為 Visitor employed photography「訪客攝影法」，若研究主題是當地居民時又稱為「居民攝影法」(引用自 Brian Garrod,2007) 主要是給參與者一部相機，請參與者在走訪研究地點時拍攝該研究相關照片，收回相片後再請參與者描述拍攝這些相片的原因。

社會互動性。當旅遊者參與當地文化生活更深入之後，觀看的方式也隨之改變。

Loeffler (2004) 訪問參與戶外活動體驗活動的大學生，由他們所提供的照片去探究心靈上與戶外經驗的連結、其他的事物經由戶外經驗的連結以及經由戶外經驗的自我發現和心靈深層的透視。

從上述研究發現，國外學者已逐漸注意到視覺在旅遊研究的重要性，他們透過影像去關心目的地意向、為權利不對等的接待社會發聲、強調媒體引導著旅遊者觀看的方式，影像運用在旅遊研究上顯然是一種良好的媒介。

Wahab (1975) 指出旅遊應三個要素：「人—旅遊行為的作者，空間—所涉及的物理因素，以及時間—遊客在旅行和暫時居留過程中所體現在時間上的消費因素。」的本質性思考。我們經常檢視如何在旅遊者暫時停留旅遊地時，促進各項消費活動，帶來更多的經濟效益；討論因為旅遊發展而對旅遊目的地的文化、景觀或自然環境產生的正負面衝擊；探究旅遊地狀況及呈現的意象如何，旅遊觀光產業的現狀及未來的發展性。但是我們很少去探討旅遊的最根本元素—人，也就是旅遊者本身的性格背景因素在旅遊歷程中所產生的影響，旅遊者在旅程中的內在思維及轉變，以及旅遊出發地的在地背景條件在旅遊需求、體驗上的影響。

1.3 研究目的

旅遊過程中大家都記得些什麼事情？哪些回憶存留下來？旅遊影像的研究試圖以旅遊者為核心，透過影像的紀錄和旅遊經驗的述說去了解旅遊者關注的焦點，探究影像中的心靈的投射。在務實的方

面，瞭解旅遊者的需求，可供未來的旅遊規劃及行程參考。

基於前述的背景與動機，本研究主要在探討：

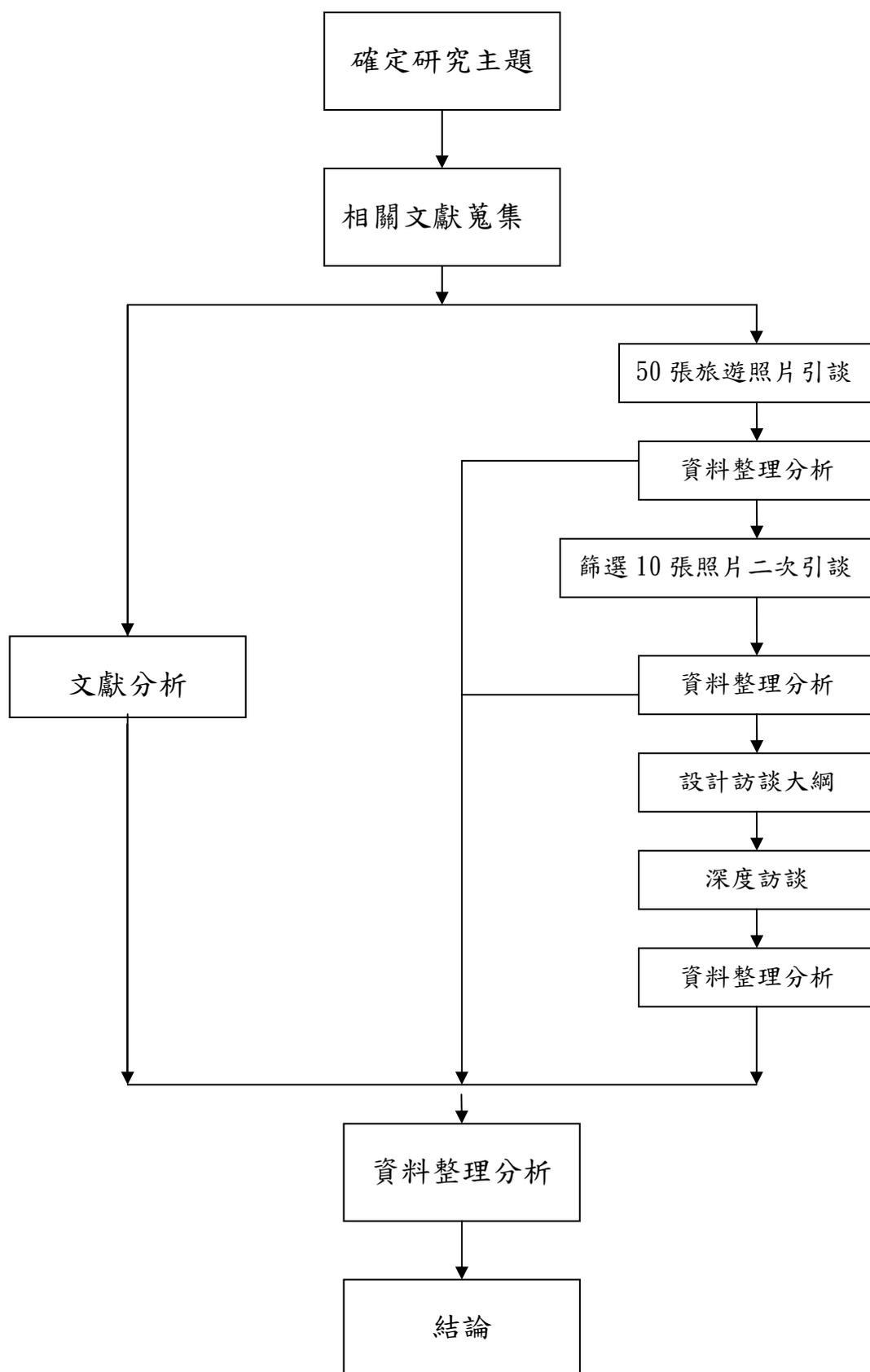
- 一、 從照片紀錄探討旅者從事旅遊的心靈本質。
- 二、 從旅遊照片的分享探討視覺體驗及凝視焦點。
- 三、 藉旅遊之攝影行為探討窺視本質及擬像真實。
- 四、 從照片引談審視旅者的自我投射與經驗連結。

1.4 研究流程

在確定研究主題後便立即展開相關文獻的蒐集與閱讀，進行文獻分析的同時也陸續進行訪談。每一位受訪者都至少經過三階段訪談：

(1) 自選 50 張旅遊照片引談 (2) 受訪者再次篩選 10 張照片進行二次引談 (3) 延伸前二階段進行深度訪談。將所蒐集的資料反覆閱讀、交叉印證、分析歸納，最後將文獻及訪談資料綜合整理分析，提出結論。

研究流程圖



第二章 文獻探討

2.1 關於旅遊

旅遊涉及到社會的政治、經濟、文化、歷史、地理、法律等各個社會領域。Glucksmann (引自 Cohen, 1984) 將旅遊活動定義為「在旅居地短時間旅居的人與當地人之間各種關係的總和，並認為研究旅遊現象是研究一個旅遊活動的基礎、發生的原因、運行的手段及其對社會的影響等問題。」

人類從一個地方移轉到另一個地方，在物理學上的意義謂之移動，旅遊則是一種主動的移動、以人為主體的自由意志休閒行為。Smith (1998) 認為，旅遊者就是一名休閒者，他自願到一個離開自己家的地方去旅遊，目的是為經歷一種變化⁵，將自我置放於一個不熟悉的環境中，期待特別的經歷可以帶來更充實的自我，更飽滿的心靈。王敬武 (1999) 也曾給旅遊者下了一個定義：「離開住地以尋求改變精神狀態、獲取最大的身體和心理滿足，達到精神愉快過程的人」。Wahab (1975) 從本質上探討旅遊的三個要素⁶。Botton (廖月娟譯，2002) 也曾提及旅行是以旅人為主體，探討對某地情有獨鍾的因素、旅程結束時的失落、旅行歷程中思考的啟發、旅行讓旅遊者重新對生命、透過旅人的經驗可以了解到旅行的奧秘、旅人的關注、旅人的心靈投射。

屈錫華及陳睿 (2007) 指出：20 世紀 90 年代以來，西方旅遊社會學研究將視角指向旅遊社會現象的各個角落⁷，多半以發展旅遊地經濟或保護旅遊地原生文化，研究主題多針對旅遊目的地，而忽略了

⁵ 張曉萍等譯(2007), Smith, V. L.主編, 東道主與遊客：旅遊人類學研究, 昆明：雲南大學出版社, p.1。

⁶ Wahab 提出旅遊的三個要素：人—旅遊行為者，空間—所涉及的物理因素，以及時間—遊客在旅行和暫時居留過程中所體現在時間上的消費因素。

⁷ 概括起來大體包括：犯罪與恐怖主義、戰爭與政治動亂、旅遊社會影響、性與性別、態度、真實性等六大面向。(屈錫華、陳睿，2007)

旅遊的主角—「人」。旅遊者是旅遊活動的主體，也是一切旅遊活動的核心，過去許多旅遊研究多側重於旅遊地的探討及經營管理面的需求，針對旅遊者本身的探討並不多見；然而探究旅遊者在旅遊歷程中的種種需求、感受、體驗及思考是旅遊研究的根源，具有正本溯源的重要性。

2.1.1 旅遊發展歷史

旅行在西方的歷史與社會發展中佔有極重要的位置，於西方知識體系、消費社會乃至於殖民關係扮演著多重角色。(李政亮，2007)

Graburn與Jafari (1991) 曾指出，人類一直在旅行。在早期文明中，也留下許多旅遊體驗的文字記載。阿拉伯人⁸及歐洲人馬可波羅 (公元 1200 年) 都曾經留下許多旅行的故事，日本江戶時代的旅者，如詩人松尾芭蕉 (Bassho) 的回憶錄至今仍是日本觀光客的旅遊指南。

旅遊的雛型，最早應起源於羅馬帝國時代。當時到外地遊歷是專為培育菁英人才而產生的，以娛樂的方式增廣文化見識，是一種具目的性的旅遊型態。到了十三、十四世紀開始了朝聖旅遊⁹。

「壯遊」時代(the grand tour)持續了相當長的一段時間¹⁰。這段期間旅行經驗也漸漸進入「視覺化」(visualisation)，人們開始認為旅行是大開眼界的好機會，Adler (1989) 認為在 1600 至 1800 年間，旅行研究的方法已從一種碰撞交會的學術性研究轉移到旅遊者眼之所見的觀察，將注意力轉移到旅遊者的眼、耳、舌的過程中，視

⁸ 阿拉伯人 (公元 800 年) 在「擴張與探索年代」，留下許多旅遊記載。

⁹ 當時盛行著從威尼斯出發到基督教聖地的旅遊團，其旅遊的動機是對聖地的崇拜，藉由親眼目睹聖地、感受聖跡，滿足心靈對神聖的沐濡。大航海時代揭開了西方對異域尋奇及搜羅異物的探險之旅。

¹⁰ 壯遊是專為貴族仕紳子弟而量身設計的學習活動，英國的貴族階層將子弟送往歐洲大陸旅行，將年輕人與家庭分離，藉著旅遊體驗生活、開拓視野增長見聞，兼具觀光、冒險與教育功能，以促進自我成長為主要的旅遊目的，具有通過儀式的明確意義。

覺意象的旅遊經驗跟文化社會的物態是有一些關聯的，越來越多旅遊手冊出版宣傳著各種「看」的方式，「凝視」的旅行模式差不多在這個時期已發展成形。

十八世紀更發展出「浪漫式」的風光旅遊，以個人化的方式來體驗美感與崇高激情，旅遊基礎設施開始發展，美好的風光、舒適的行程便成為主要的訴求。鐵路開通之後，移動的主體，不再只是貴族；移動的工具，也不再是馬車。鐵路帶來旅客快速的移動，大眾旅行於焉產生。飛機的發明更讓時間和空間產生了不可思議的突破，自此快速的往返國與國、洲與洲之間，遨遊世界已不再是夢想。十九世紀之後學者及較高階層的人們為了實際體驗另一種文化，旅行到雅典、巴黎或開羅，旅遊具有社會地位的指標意義，現代旅遊活動自此展開序幕（引自葉浩譯，2007）。

第二次世界大戰之後，各國政治形勢穩定，社會生產力恢復，科技、經濟蓬勃發展，人民生活水準提高，旅遊意識抬頭，形成了社會化大眾旅遊的熱潮（馬勇、周霄，2003）。在二十一世紀的現代社會中，旅遊活動普遍且多元：有安全輕鬆的團體套裝行程，自我挑戰、探索的自助旅行，甚至是兼顧體驗與生活的打工旅行（Big OE）¹¹。度假、旅遊儼然是一般民眾生活中的必要活動，大大小小的旅遊成了人們不可或缺的精神生活調劑品。

科技使世界變得更小，我們可以在二十四小時內飛到世界的每一個角落；人與人之間、文化與文化之間更容易發生接觸，更容易流通。現今觀光事業已成世界最大的產業，大眾旅遊的興起為人們帶來一種嶄新休閒生活方式，同時也帶來相當複雜的文化效應。旅遊的發展儼

¹¹ BIG OE (Overseas Experience)(海外大體驗)重要的精神就是獨立探索。許多國家（包括台灣）互惠協定，三十歲以下的年輕人可以互訪兩年，其中十二個月可以工作。多數人先工作六個月，就買便宜機票，飛到歐洲大陸，搭便車或合租車，全歐漫遊。（天下雜誌 2007 年教育特刊）

然是一部人類的文化交流史，不管是任何時期的旅遊總是蘊含著個人的朝聖、探險、消費、體驗、學習及自我省思成長。從人文的發展角度觀看，旅遊讓各種文化在愉悅的情況下產生接觸進而相互碰撞，迸發出各式各樣燦爛的火花。

2.1.2 旅遊需求動機

Thomas & Brophy (1999) 認為：動機是一種假設性的構念(construct)，用來說明目標導向行為的啟動、方向和持續 (李素卿譯，2003)。Gagné, Yekovich, & Yekovich認為：動機指引行為的方向(direction)與強度(intensity) (岳修平譯，1998)。Sternberg & Williams認為：動機是一種內在的狀態，可以引發、導引、並保持行為，是一種內化的精神能量或心智力量，能夠幫助個體達成目標 (周甘逢、劉冠麟合譯，2002)。張春興 (1997) 將動機定義為：引起個體活動，維持已引起活動，並促使該活動朝向朝向某一目標進行的內在歷程。Lanquar認為需求、期望及動機都是相互扣連在一起的，需求是來自本性或社會生活，而動機是執行行動的理由，期望則是對想像物件的在意傾向 (黃發典譯，1993)。旅遊行為是依社會環境和特定影響情況而建立在某些生活上的需要，以達到滿足精神上的需求。對馬斯洛 (Abraham Maslow) 而言，各種需求的重要程度不一，有滿足人類本能追求活命及身體安全之基本生理及安全需求，也有滿足心靈的社會與文化上的需求，人們在滿足了基本需求之後才有餘力去追求精神上的豐足 (莊耀嘉，1990)。旅遊活動可以滿足精神人文的需求方式，可以滿足人們社交、尊重和自我完善的需求，其中也包含了求知與美感經驗的滿足，朝向自我實現的方向，是一種高層次的滿足¹²。

¹² Maslow 最早在 1943 年提出需求的五個層次論，包括：生理、安全、愛、尊重及自我實現；後來在 1954 年又加上了知的需求及美的需求。(劉修祥譯，2003，p21)

Pearce (1988) 又以社會學、社會心理學以及 Maslow 的人類需要階層論為根基，發展出旅行生涯階梯 (travel career ladder)。將旅行生涯分為五個階層，按照較低層次的動機依序向上為：放鬆／物質的需求 (relaxation/bodily needs)、刺激 (stimulation)、人際關係 (relationship)、自尊和自我發展 (self-esteem and development)、完成實現 (fulfillment)。他假設旅行者因旅行動機不同，處在不一樣的旅行生涯階層，但是並不需在滿足了低層次的需求後才會出現高層次的需求，這些不同層次的動機有時是並存的，大多會有一個主要的需求，其他的就成了次要的需求。此外，旅人也會因為年紀與經驗的增長，傾向往更高的旅行生涯階層發展¹³ (附圖)。旅遊動機是一種複雜的象徵性行為，我們很難指望旅遊行為只涉及單純的一種動機，旅遊者通常透過旅遊來滿足多重的需求。

旅遊動機是直接支配旅遊行為的心理因素。需求引發動機，動機決定了旅遊選擇，從行為表面下潛藏的動機去了解為何要去旅遊、旅者需求些什麼、旅遊可以滿足些什麼、更能明確的去解析旅遊歷程中的種種關注、旅遊的行為及體驗。

人類滿足了生理及安全需求後便會尋求文化精神上的滿足，而高峰體驗 (Peak Experience)¹⁴ 即是自我實現，旅遊需求之於生活是一種精神上的放鬆及豐足，旅遊歷程中的挑戰、突破、求知、審美無非是一種暫時性的、容易達成的自我實現。因此，旅遊需求總是在每個人的胸中蠢蠢欲動。

¹³ Pearce和Caltabiano (1983) 利用將近400篇旅遊情節故事，採用Maslow的需求層次分析，發現觀光客的實際體驗對於旅遊動機有著間接性的影響，經驗愈豐富的旅遊者其高階需求愈多。

¹⁴ Maslow 認為「在日常生活中我們每一個人或多或少都會有體驗過短暫的自我實現—高峰經驗。當個人經歷高峰經驗時，他頓時顯現出自我實現的許多特質」(莊耀嘉，1990：13)。

2.1.3 旅遊作為一種生活的反差

Jung 認為，旅行所顯示的乃是某種不滿，促使人們去尋求某種新境界（黃發典，1993）。於日常生活中，旅遊是否真的來自於生命中的不滿足及欲彌補？或者代表著旅著心中烏托邦的具體實踐？

Bakhtin 認為，狂歡節是以完全不同的角度看待世界和人際關係，與日常生活共同構成了中世紀人們生活的雙重世界（曹國新，2007）。他強調人們擁有「笑」的至高無上權利，狂歡化是將意識從官方的世界觀控制下解放出來，用新的角度去看世界，他揭示了豐富的物質開端、形成和交替、新事物的勝利；在笑的過程中，所有的絕對性、差異性、片面性和嚴肅性都隨之消失，權威與宰制成了被嘲笑的對象（吳宗昇、郭淑玲，2002）。旅遊具有相同的結構，旅遊時遠離常態的規律生活，盡情笑鬧、放縱享樂，脫離日常生活軌道；去絕對性、去階級化，只要感覺快樂就好。因此，旅遊可視為中世紀狂歡節在現代社會的替代物。

Graburn(1977)認為「旅遊是一種神聖旅程」。MacCannell(1976)也說旅遊就像是在進行一種儀式，在這種儀式中，人們從日常生活中擺脫出來，到一個與平時生活不一樣的地方去經歷某種變化，以便回來後能更好的工作（張曉萍，2005）。這表示在經歷一段旅程之後，旅行者能補充能量，甚至轉換心境，產生新價值，能將日常生活中的事物處理得更好。旅遊社會學者大多將旅遊置於日常生活之外來觀察討論，把旅遊視為正常生活的異於常態（deviance），也就是規律生活的對立面，是現代社會生活的隱喻，旅遊是自願性的、非功利性的行為。

「偏離常軌」¹⁵（departure）是旅遊令人著迷之處，尤其是人們

¹⁵ 「偏離常軌」（departure）：一種有限度的擺脫日常習以為常的慣例行事作風，好讓我們的感官投入一連串與生活上的「平凡無奇」形成強烈對比的刺激。

平日所見、所體驗的尋常事物與非比尋常的事物之間存在著明顯的對比。旅遊不同於日常生活的特性正好可以滿足人們內心的反叛及彌補，探索旅遊者在生理、心理及行為上各種形式的偏離常軌行為有助於對旅遊的認識（葉浩譯，2007）。

Durkheim所提出的反常態(Anomie)、神聖¹⁶(Sacred)以及集中表現¹⁷(Collective Representation), 被用來解釋複雜的旅遊社會現象，是研究旅遊動機、旅遊行為的一種重要理論依據和理論來源，形成了旅遊社會學研究當中的「新迪爾凱姆學說」（呂鶴、劉松，2007）。其中的「反常態」是指旅遊客源地的高度緊張和壓抑而產生逃避心理，旅遊作為短暫性的休閒活動，使人擺脫日復一日的生活模式，暫時逃離而投入一種全新的異文化環境中，藉以擺脫束縛、顯露本我。

旅行是暫時離開現狀的活動、離開既有的生活情境。透過旅行在時間與空間上獲得的暫時轉換，旅行得以使人從熟悉進入陌生，進入一個脫離常軌的「中介」(liminality)¹⁸。Turner, V和Turner, E (1978) 提出「中介迷離症狀」的概念，身處旅行的「中介」狀態裡，旅行者呈現出希望能夠暫時忘卻常軌生活中的煩惱，暫時地抒解壓力、放鬆心情，責任義務都可以暫時擺一旁，盡情放縱歡樂（引自葉浩譯，2007）。可以單純地因為喜歡而喜歡、因為討厭而討厭，減緩因規律的工作生活以及人際互動網絡等所帶來的疲憊。

日常生活的不夠完美促成了旅遊生活，而旅遊回歸之後又讓日常

¹⁶ 社會學者將人的生活分為「神聖」和「世俗」兩部份，旅遊相對於日常生活則具有「神聖」的地位，旅程中的活動、景點扮演著神聖的角色。（呂鶴、劉松，2007）

¹⁷ 有「景觀系統」和「遊人聚集」兩方面的含意，景區、景點在「神聖化」過程中型成衣系列的景觀符號系統，供遊客聚集。（呂鶴、劉松，2007）

¹⁸ 這個概念由法荷(Franco-Dutch)民俗學者凡詹涅普(Arnold Van Gennep, 1960)和人類學家透納(Victor Turner, 1969)發展，並且特別是在後殖民研究與種族和族裔研究裡得到採用。中介指轉變的狀態或階段，例如童年和比較偏社會與政治的認同之間的轉變（引自 Brooker, 2003: 227-228）

生活產生變化。Urry 提出，旅遊是重要的社會、文化活動，通過對旅遊現象和非旅遊現象的對比研究，來揭示正常社會中本來就不容易被察覺的問題和矛盾，意圖從旅遊研究著手改造日常生活的基本態度（葉浩譯，2007），旅遊讓旅者離開日常生活，跳開社群，用一種不同於平常的方式生活、思考、感受，也藉由他文化的刺激啟發，進而看見原本日常生活中的迷思與困頓，返回之後可以著手改善固有的模式，創造更適切的生活。龔鵬程（2001）反覆論證旅遊反叛日常生活、超越日常生活、建構日常生活、完善日常生活的功能，其中展現了旅遊本質主義的建構論，旅遊社會學的學術觀點。

王寧（1999）認為旅遊活動是對「正常社會」的超脫行為。屈錫華和陳睿（2007）對於「離軌」現象與「正常」現象的交互作用的研究，讓我們更了解正常社會。他們提出旅遊體驗主要包括逃避、受教育、娛樂和審美四種體驗類型。這四種體驗的類型經常同時出現在旅程中，藉由旅遊暫時的逃避了「正常社會」的責任與框架，進入陌生的旅遊情境學習新知、享受美感和樂趣。旅遊活動可由兩個方向進行討論：一個是旅遊者在旅遊過程中的旅遊體驗與日常生活¹⁹經驗的交互作用，旅遊時離軌的自我與日常生活中的自我交互影響，內在心靈及外在行為進行精神上的調適。另一方面是藉著短暫的旅遊離軌體驗，人際之間的互動亦不同於日常狀態，旅遊者與朋友、同事、家人，甚至是陌生人，會形成各種方式的互動，自我與他人間的相處方式及狀況也發生了改變，能由不同的角度體驗事物，與他人的相處也更為和諧，一趟旅遊經歷，讓旅者們的自我概念及價值觀產生質變，並轉變旅者與社會人群的互動的模式，旅遊確實有促進社會文化交流的功能。

¹⁹日常存在的力行實踐，可以用來表達對共同或通俗文化之儀式和意義的強調。

日復一日慣常性的生活讓人感到枯燥乏味，失去活力，變通一下成了生活上的基本需求，而旅遊是最有趣的變通，最美好的暫時性逃離。離開日常生活的場所，暫時與週遭的人、事、物隔離，沒有形象的羈絆，社會角色的負擔，釋放壓抑的「我」、他人眼中的「我」。形象通常是習慣性的、刻板化的，許多事情不敢體驗都是無法克服他人的眼光，有時候我們也想要當一個不一樣的人。中世紀的狂歡節——人們集體在特定的節日戴上「表面」的面具，卸下心靈「真實」的面具，沒有倫理、道德、身分…的限制大大的狂歡一頓。脫下文明的枷鎖，解開道德的禁錮，於是不同於平常的自我生成，新的能量灌注。旅遊不同於平常的經驗帶來新奇、刺激，從不同的思考體驗角度去看待世界、看待生命，探究生命的價值。

2.1.4 旅遊的價值

Erikson 認為心理社會發展認同歷程中會遇到「Psychosocial moratorium」²⁰，必需花費時間及精力透過閱讀、旅行，提供時間去反思、去發展新的方向、價值及目的（廣梅芳譯，2001）。他提出人類的心理發展分為八個階段，發展過程可能順利完成，也可能受到阻礙，每一個危機都是一種新的技巧和態度的學習，當心理發展遇到瓶頸時，可以透過閱讀和旅行來打開視野，提供不同的思考方向，找到意義及價值，促使人格發展成熟。Pearce旅行提供一個自由的空間，允許人們暫時逃離現實生活中的壓抑，並達到建立自我的目標（劉祥修譯，1990）。藉由這個文化認可的逃離路線，暫時脫離現代社會中由工作、人際交往、社會責任等所匯集而成的壓力，放鬆自我、抒解壓力，並且還能增廣見聞，進而達到建立自我的目標。Baudrillard 從

²⁰ Psychosocial moratorium 心理暫停，也就是在發展階段間遇到阻礙，導致發展暫停。

消費文化視角提出，旅遊是一種集體行為、一種約束、一種道德、一種制度的判斷，將旅遊放回正常生活之中，也得到另一個角度的旅遊詮釋。

Zikman (1999) 認為旅行充滿了冒險和樂趣，讓我們獲得驚人的觀察力、視野和深度，讓我們能向外觀察往內反省，旅行啟發著我們的心靈 (汪芸譯，2001)。旅行幫助人們閱讀世界、打開眼界。旅遊是人類發展尋求認同的重要方式，在旅行的過程中，旅者暫時離開原來的日常生活，社會角色及責任暫時鬆綁，得到一個與自我相處的時間及空間，打開感官去經歷體驗種種的趣味與新奇。蔡文杰 (2001) 認為旅行的意義在於探險與探索—透過異地的風景、物景、人景來對照自身的存在，是求知的探索旅，更是自我探索。旅行是一個不斷移動的過程，歷程中所見、所聞、所感與原來的自我相互碰撞，透過不斷的反思而產生新的價值和目標，甚或是人生的新方向。一次又一次的旅程，一回又一回的體驗與反思，在潛移默化中，讓旅者的視野更為寬廣。在交通方便、科技發達、精神苦悶的現代、許多人將旅行作為一種生活方式，是生涯規劃中必須實現的夢想，是自我追尋、自我探索的生命歷程。

2.2 視覺影像

1840 年以後，觀光旅遊和攝影逐漸融為一體，而且任一方的發展都脫離不了另一方，「觀光凝視」進入並塑造了這個流動社會。Gombrich 指出我們處於一個視覺世代：舉凡報紙、雜誌、招牌、廣告、明信片、畫冊、各類說明…，他既可以是實體物質也可以是想像產物。無所不在的圖像，成了生活中不可或缺的一部分。面對這樣的一個圖像時代，旅遊的本質產生了質變。從圖像的擬真與消費導向，

旅遊的視域成為後現代消費的廣布現象。

2.2.1 攝影的視角

一、羅蘭巴特

Barthes (1988) 提出影像的「三重意義」²¹，研究符號結構所隱藏的社會價值，開啟了攝影的符號學研究。他認為攝影是一個訊息傳達的過程。具有溝通意涵，照片中所顯現的影像是「符碼化」

(codified)的過程，而攝影拍攝的細節是既有社群所習慣的文化架構和語言溝通形式。照片在被拍攝之前，角度、燈光、版面等選擇都是「文化」化(culturalized)的過程。

Barthes以攝影意象的「知面」(studium)和「刺點」(punctum)²²來闡述個人觀看照片時意義如何產生，在時間上照片上的影像並非被拍攝事物的現實存在，只是「此曾在」(interfuit)的顯現，照片確定被拍攝的對象曾經在場，作為一種曾經存在的證據。不過證實了「此曾在」的同時也暗示著事實已經逝去。在《明室—攝影札記》中羅蘭巴特從一張母親與舅舅合影的照片出發，在沈思中哀傷於時空的逝去，攝影帶來死亡的悲愴感，指涉著攝影和死亡的關係，影像凝結的瞬間便代表著逝去的時刻場景已不存在了，消逝的過往就等同死亡(許綺玲，2008)。

符號的定義不是絕對的，處在不同文化情境的人對同一符號可能有相異的理解(陳滢巧，2006)。幾乎每個旅遊者都背著相機，蒐集異地的影像，影像中呈現出旅遊者本身的文化背景，紀錄著他們觀看的方式，也表露了他們內在的思維及價值；照片紀錄了旅遊當下的景

²¹ Barthes所謂的「三重意義」：第一層是意義具有溝通性(communicative)，是直接的資訊提供；第二層意義是象徵性(symbolic)，可能是導演或攝影師的影像營造和性格、內心的表達。影像的前兩層意義必須在文化的架構中理解，亦即明顯意(sense obvious)。而第三層意義(The third meaning)不能以文化、智識去理解，它永遠游離在現存(presence)與不存在(absence)之間；它完全離開傳播系統以及指涉系統，又稱為鈍意(sense obtuse)。

²² 「知面」是道德政治、文化架構下所產生的感情，是學習而來的，是知識面的向度；「刺點」常常是「細節」，也就是局部的物體，引領觀者想像自己和照片中事物的關係。

物、心境，當相機的快門被按下時，拍攝者抓住了現在，同時「現在」也已成爲過去，當時的景象旅遊固定在相片裡，日後觀看照片召喚而來的記憶則永恆的存在，任人回味。

二、蘇珊·宋塔

Sontag曾對「攝影」議題提出許多精采論述，她認為由於輕便、廉價的相機問世，這世界上無數的影像不斷的被複製著，人們沉浸在影像之中。Sontag討論的問題涉及攝影對知識、權利、歷史、消費、倫理等多方闡述（頤錚，2005）。她指出攝影教導我們一種新的視覺符碼（visual code），它改變並擴大了什麼值得看、什麼有權看的概念。「收集照片是收集世界」攝影讓更多人瘋狂的投入複製世界的活動中。攝影也作為一種社會儀式，舉凡家族照、畢業照、結婚照、孩子的成長照片…，鎂光燈伴隨著各種活動、儀式出現。

Sontag指出攝影就像「性的窺淫癖²³」（sexual voyeurism）一樣，巧妙地鼓勵正在進行的事情繼續下去。拍照，意味著對事物保持不變的面目發生興趣，並把一切能使被攝物件產生吸引力的事物表現出來。相機是人的知覺用來存留視覺狀態時最理想的武器，「至少要拍到一張好照片」是每個攝影者的趣味，這種有趣甚至包括一個人的痛苦和不幸。攝影者以自我的需求選取各種角度恣意拍攝，這種攝影者的霸權常施加在經濟較弱勢的地區。

人們進行旅遊活動時，很少不帶著相機的。遊客與視覺影像之間本來是一種很有意義的相互作用的關係，在現代旅遊文化的引導下卻轉變為通過照相機進行的一種偷窺行爲，遊客完全淪為「影像癮君子」（images junkies），對於他人的生活總是拉長了鏡頭，不需要被同

²³ 精神分析法的創始人佛洛德(Sigmund Freud)的理論中有一個所謂“視淫”(scopophilia)的概念，指人們通過窺視色情場景而獲得愉悅感。

意，偷偷的按下快門，滿足了窺視的樂趣。攝影也作為一種表現權利的工具，攝影者駕馭著被拍攝對象，並且將影像據為己有，照片成了權利的象徵，人們通過照片上的影像而佔有世界。「攝影基本上是一種非介入的行為。介入的沒辦法紀錄，正在紀錄的人沒有辦法介入」（黃翰荻譯，1997），雖然使用相機也是一種參與的形式，但在事件發生的當下攝影者永遠都只能是一個觀察者，對於事件正在發生的時間點上，只能在參與改變事件及捕捉瞬間畫面之間選擇其一²⁴。

Sontag認為每張照片都只是一個世界的片斷，攝影無法建構或者辨認事件，文字賦予照片被理解的機會，文字詮釋著影像中的意義。文字跟隨照片的方法，將使觀者在影像觀看的同時處理意義的問題。但仍須注意，文字有時會因過度誇大或疏漏而扭曲了圖片的意義照片的意義會因為視覺截取時的前後脈絡關係而改變。

「攝影能夠幫助人們想像的擁有一個並不真實的過去，它也幫助人們佔有他們無法倚靠的空間」。喜歡旅行的人大多隨身攜帶相機，因為照片能為整個旅程提供無可爭辯的證據，更帶來樂趣（黃翰荻譯，1997）。相機使一個人正在經歷的事成為事實，有了照片，人們不會因為時間消逝而淡忘事件；異地的觀看新奇趣味讓人渴望擁有，這些特別的經歷，需要有一種立即紀錄且具為己有的載具。於是，旅遊加上攝影成為最具特色的現代活動，舉凡旅遊歷程的吃喝玩樂、食衣住行都一一入鏡，將旅遊經歷轉化為一種具體的記憶，只要一翻開相簿，旅遊時的種種體驗立即再現於腦海中，一張張的照片述說著旅遊著的觀看、體驗、思考和感動。

²⁴ 凱文卡特贏得九四年普立茲新聞特寫攝影獎的作品是一個蘇丹女童，即將餓斃跪倒在地，而兀鷹正在女孩後方不遠處，虎視眈眈，等候獵食女孩的畫面。這張震撼世人的照片，引來諸多批判與質疑。

三、約翰·伯格

Berger關注攝影影像的本質，就影像本身討論照片的意義。對於伯格而言，所有的影像（image）都是人一種再造複製的景象，是一種表象（appearance）。不論它曾經存在幾秒或幾世紀，它都已從原本存在的時空中抽離出來，每個影像都呈現了一種觀看的方式（吳莉君譯，2005）。他認為攝影擁有一種斬斷時間並凝結時空的力量，當照片在述說一個事件時，傳達該事件在某個時間點上的一小部分時，就已帶來無窮的意義。

（1）擷取表象

Berger論述所有照片都提供兩種訊息 即：保存事物外貌（appearance）和時間斷裂所造成的震撼感（a shock of discontinuity）（王怡婷，2007）。關於被拍攝的事件，照片確切地表現了事物存在的證據，影像具有保存事物外貌的功能；相片是客觀的、真實的、不會說謊的…等種種實證觀點也成了人們的普遍想法，具有真實存在當下（present）的意涵。相機按下快門的剎那，阻絕時間的進行，將事件置入相片之中，乃是「引用」²⁵（quote）事物的外貌成為照片的內容，攝影讓事物的存在變得無須爭論。事物外貌瞬間的引用，使事件產生一種斷裂感（discontinuity），造成相片的拍攝與被觀看的當下間存在著意義的模糊性（張世倫譯，2007）；然而意義必須在各種連續和關連中出現，瞬間片刻（instantaneous）及斷裂的資訊或事實不能產生意義。藉由觀看者個人經歷過的生活經驗，與被拍攝的事件連結，重新賦予該相片意義的連貫性

²⁵ 約翰·伯格認為繪畫經由較多人為因素中介，比較接近於對事物外貌的「翻譯」，這個介於對「引用」與「翻譯」，攝影與繪畫間的認知差異，是許多當代藝術家重覆把玩、不斷探究的一個面相。（張世倫譯，2007）

(continuity)

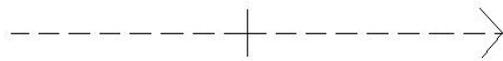
(2) 時間與意義

事物外貌「被引用長度」影響著照片意義的詮釋。一張照片給予觀者的外貌線索越多，觀者藉由事件外觀連貫相似 (coherence)²⁶ 彌補照片因時間的截斷而缺乏的先後情境訊息，越是具有豐富意涵的照片即表示它引述了「一大段」的事物外貌，延伸了意義所能擴展的程度。Berger用圖表解釋了時間與意義的相互關係：

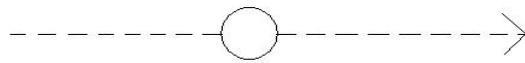
1. 箭頭表示正在時間裡發展、持續存在的事件，其意義得以被認知感受。以動態的方式陳述，可以說事件正在邁向或穿越意義。



2. 影像的瞬間擷取：照片捕捉動態中事件的外貌，影像被固定下來，意義變得曖昧模糊。

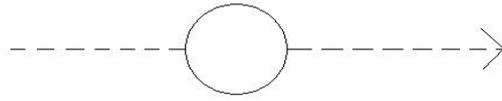


3. 事件的交錯狀態：從正面、圓圈的方式來表達，拍攝的當下蘊含有許多訊息。

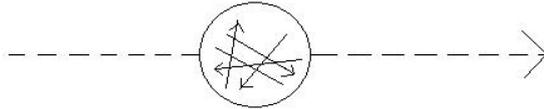


4. 圓圈的直徑大小表示照片蘊含的資訊量多寡，亦隨著觀看者自身與被拍攝主題的關係深淺而有所不同。

²⁶ 視覺連貫與相似是半個語言：實驗的基礎動機建立於對「事物外貌」的正視，約翰·伯格認為攝影捕捉的是事物的外貌，其具有彼此連貫 (cohere) 的特性，這種特性與語言邏輯十分類似。



5. 同一瞬間，事件間相互關連與指涉的能量，使得圓圈超越了原來拍攝瞬間的資訊量且不斷擴大。事件的意義被延伸，超越影像自身。



圖表 2-1：時間與意義示意圖

(引自張世倫譯，2007，《另一種影像敘事》，120-121頁)

照片只是時間進行中被截斷的一個點，在這個時間點上的事件以圖像形式被固定下來，試圖透過把握瞬間的「現在」通往永恆。對某些人來說，這個「點」也許陌生且不具意義，但對當事人而言它卻可以擴展為一個「圓」，這個圓的直徑取決於被拍攝瞬間事件訊息數量，也會因觀看者與被拍攝事件的個人關係而產生變化，訊息數量越多，越能賦予照片多重意義。

Berger認為「照片本身不能說謊，同樣的，也不能訴說事實。或者更確切地說，照片自身能夠訴說並捍衛的真實，是一個被侷限（limited）的真實。」因此強調攝影與其他媒介的合作帶來意義的可能。Berger歸納出攝影的兩種不同用途：攝影是意識型態的表現，照片是實證主義的具體證據；另外，照片是俗民式的私己珍藏，是主體內心情感的具體化展現（郭力昕，2007）。

「觀看先於語言」（吳莉君譯，2005）但是觀看若未被語言解釋，則觀看和語言間永遠存在一條鴻溝。對拍攝者來說，影像是一整套的事件再現，旅遊者透過凝結的旅遊影像能召喚出拍攝當下及先後豐富

的情境訊息，攝影鏡頭再現了旅遊歷程的種種視覺經驗及內心情感，由旅遊者自己述說照片中的旅遊故事，透過語言的詮釋，完整重現旅遊時的種種體驗。

Barthes 從結構主義出發認為從照片中符碼的製造與拆解去解讀照片的意義，而「刺點」更突顯了觀看者主觀的介入，強調「我」的情感和特質賦予照片多重的意義；Susan Sontag 對於一般攝影行為提出多項批判，他認為照片是世界的斷面，提出文字圖說來解決的意義脈絡的問題；John Berger 認為攝影是瞬間截取了事物的表象，影像意義的延伸端視攝影事件當下被引用資訊的多少。三位大師的攝影論述均著墨於照片的意義及詮釋的重要性，拍攝者及觀看者在不同的文化背景下賦予照片不同的意義，語言或文字的述說能在照片意義的傳達上給予更多協助。旅遊照片紀錄著旅遊歷程中的種種經歷體驗，透過語言的述說能更具體的詮釋旅遊體驗，旅者詳盡的述說彷彿再一次神遊其中，旅遊所感、所思一一再現。

2.2.2 圖像敘事

視覺文化日益興盛，圖像逐漸成為文化溝通、訊息傳播、娛樂消費最重要的對象，圖像的直觀性及娛樂性更能吸引人們的閱讀（焦雨虹，2007）。在日常生活中無處不在的圖像訊息讓人們越來越依賴它，圖像的閱讀理解成了共通性的文化，文字和語言的詮釋再現景物或事件的生命力，也能避免觀看者賦予意義的謬誤。

一、照片

照片像一句引言、警句或成語，容易朗朗上口。

我們每人的腦海中，都有千百個攝影的影像，容易隨時冒上心頭。

——Sontag

圖像 (Image) 通常是理解為心靈中、一幅畫、照片或電影裡所描述物體或事件的心靈或視覺再現。在美學哲學辯論裡，影像因此成為有關再現討論的一部分，而與感知、知識和意識等問題，有密切的關係 (王志弘、李根芳譯，2003)。

圖像種類眾多，有表現藝術家情感及思想的藝術創作，也有以影像複製、視覺再現為主的攝影作品。Sontag 指出：在所有組成和加深現代感的事物中，照片也許是最神秘的。照片事實上是捕捉來的經驗，而相機則是我們有意識的用來捕捉瞬間的最佳利器 (引自劉惠媛譯，1998)。攝影運用複製現實影像作為創作的特性，提供了兩個思考向度：一是藉由取得外在客觀影像呈現自我內心的世界，一是影像雖然反應真實生活世界卻只是現實的切片 (林坤正，2003)。照片呈現出真實的外在環境，但只是某一時間點上的視覺事實；也呈現著攝影者對周遭情境的感受與意識表達的方式。攝影對一般大眾而言，可作為一種瞭解事物的工具，人們還可以根據一系列的照片去還原或重構人生故事。

Berger 指出「今天，攝影術不只是提供我們新的選擇，它的使用和『閱讀』變成了司空見慣的事。」 (劉惠媛譯，1998) 文字已不再是被閱讀的主角，影像也敘說著某些東西，招牌、廣告、電視、電玩、圖卡、照片…，無所不在的傳播媒介早已發展成圖像為主、文字為輔。在日常生活中圖像的使用和解讀變得無比重要。

布列松曾說：「攝影是感官和精神瞬間運作，將世界以視覺語言轉譯出來，同時以視覺所見形象的精準組合表現事實…」 (引自龍迪勇，2007) 照片記錄著被複製的那一刻，保存著「永遠的現在」，在時間長河中，某一瞬間的影像透過照片得以留存下來。照片把某一時空中的情景凝固在圖像中，所以我們說它以空間的形式保存了時間，

在圖像中，時間已經空間化了（龍迪勇，2007）。

照片具有替代現實的功能，常用來證明曾經歷的事件，他也可以是一種抽象觀念的表達，更具有真實再造的功能，生活在現代的人們，時時閱讀著圖像，用個人獨特的過往經驗解讀理解圖像的意義。拍照是旅遊歷程中最普遍且不可或缺的活動，按下快門的霎時其中隱含的感知、意識及心靈體驗，透露著旅遊需求及滿足，也提供旅遊發展規劃更多的可能性。

二、敘事

敘事（Narrative）乃是重述的傳說或故事，不論是虛構或非虛構的題材。敘述將線性的事件序列組織為有結構的敘事，並賦予原因和動機（王志弘、李根芳譯，2003）。敘述帶來的觀點、風格和聲調的真實或背後的隱喻都是重構事件重要的訊息。

敘事分析的重點在於發覺深藏於表面結構下的深層意涵，如此才能在各種表達媒體的結構中掌握意義的存在（Stam & Burgoyne，張梨美譯，1997）。Tan（1996）認為敘事就是將一些事件以一有結構、有秩序的過程來表達，以期能夠讓聽者／觀眾產生共鳴的手法。他更認為這個敘事的過程會帶給觀眾一連串的資訊與情感，這些資訊正立於人類系統之下，亦即在文化脈絡與社會體系之中，敘事讓資訊的傳遞也變為人類情感的交流。Atkinson（1996）也認為這些被高度結構化的事件，透過敘事的形式表達出來，必定都透露著一些訊息與意義；這些敘事手法與內容讓社會成員可以提取其記憶來想像這故事，也可以用來解釋或向他人述說該事件。當這些事件被重複地述說，不僅是成為人們共同的記憶，更會在文化間傳承下去。

敘事的目的是在於告知或是傳達，它可以是虛構的，也可以是以事實做為參考的「實情」（McCabe, 1991）。個人所經驗到的每一樣事物，都會從活動的兩大層面—時間（time）和序列（sequence），來加以理解、賦予意義，並做詮釋（朱儀羚譯，2004）。為了瞭解某特定時間所發生的事件，事件序列就顯得很重要。因此要有效的描述自我與行為，則事先就必須理解時間與事件彼此之間的錯綜糾結的關係。敘事是在時間中相繼展開的，它必須占據一定的時間長度，遵循一定時間進程。圖像敘事首先必須使空間時間化—而這正是圖像敘事的本質（龍迪勇，2007）。

三、圖像敘事

現實一直被人們透過圖像所提出的報告加以詮釋

照片建立我們對現世的認知

照片建構—和修正—我們對過去的理解

——Sontag

照片是以照相機為中介，將現實圖像瞬間複製、再現，在特定的時間按下快門，複製了永恆不變的空間。一張童年的照片，立即可以讓舊日的時光重現，一段淡忘的記憶歷歷在目；一幅出遊的留影紀念，昔日的人、事、景物及旅遊體驗又鮮活的呈現眼前…。照片保留的是「永遠的現在」，它可以追溯過去，展望未來。

照片保存了時間的一個瞬間，阻止被後來的瞬間抹去。攝影敘事在於找尋發生過的事來引起人們記憶的迴響，攝影與記憶緊密關連，因為它們都是保存過往時空的工具。記憶存在生活當中，是連續性、語境化的，而照片脫離了生活，是以斷裂且去語境化的方式存在（龍迪勇，2007），敘事正好可以為圖像與記憶作連結，重現視覺語意境的真實經歷。

圖像代表空間，是時間和空間斷裂的切片且不具語言情境的，它以空間的形式保存了時間，在圖像中，時間已經空間化了；而圖像敘事是將語言重新納入時間的歷程之中，恢復重現當時一連串的語言情境，並且將影像所造成的斷裂銜接起來，在敘事的進行中又將圖像裡的空間時間化了。

現代旅遊是一種由個體主觀感受出發的多樣貌活動，旅遊者藉由感官體驗旅遊歷程的種種，儘管景物驚艷、氛圍美好、感受深刻，但記憶的本質卻是抽象的。照相機的出現改變了人類「觀看」與「被觀看」的方式，讓觀看的行為被固化且物化，視覺體驗被紀錄下來、具體呈現。對於旅者而言，旅遊照片所呈現的不只是時間的截斷面，它不是一個凝結的點，照片像是一把開啟寶盒的鑰匙，召喚出無限的記憶。每一個旅者的旅遊經驗都是獨特且不可取代的，即便是觀看相同的場景，每一個個體產生的感受也不盡相同。因此，旅遊圖像應由旅者自己呈現，旅遊故事該由旅者自己述說。旅遊照片敘事作為一種旅遊景況再現的實踐。由拍攝者提出自己的旅遊照片加以詮釋，讓影像背後的意涵更具體詳實的呈現出來，照片表相召喚來一整段連續性的時間進程中的記憶，其中蘊含著更多的趣味、情感與思考，藉由圖像敘事旅遊攝影下的旅遊體驗及種種反思與投射得以重現。

2.3 觀光的凝視化

攝影作為一種紀錄旅遊歷程最普遍的行為，透過攝影整個旅程中的見聞及體驗變成一種凝視的過程，攝影與今日全球性的觀光發展有著密不可分的關係。觀光客拿著相機到處捕捉著風景名勝、異地文化，在觀光的歷程中觀光客「觀看著」同時也「被觀看」，在「看」

與「被看」產生了文化的交流與想像，間促進了文化的流動。

2.3.1 觀光凝視建構

Urry 認為觀光凝視是一個社會建構過程的結果，「觀光凝視」概念是由許多專家系統化、組織化的建構發展而成，透過電影、文學、電視、雜誌等各種非觀光實踐 (non-tourist practices) 的建構，成為觀光凝視對象 (object)，以特定的符號被建構，引發觀光客的爭相追尋。

人們喜歡旅遊，是因為旅遊帶來一種不同於日常生活所能感受的愉快經驗。Urry 認為觀光凝視所以形成，仰賴於觀光體驗與日常社會經驗模式在意識間的反差產生對比，帶來放鬆、新奇、美感…等愉快感受。觀光旅遊的對立面是規律的工作，旅程是一種空間移動，停留目的是為了要到達並待在不同於工作或居住環境的地方，且短期內會回「家」，通常凝視的目的地會與工作對比鮮明；凝視的選擇來自幻想式的期盼，旅遊時人們選擇與眾不同的景點，將視覺上的景物客體化²⁷ (objectified)，觀光旅遊是符號蒐集的過程；現代社會中新式公共服務不斷發展，以因應蓬勃發展的大眾旅遊，旅遊業專家們企圖不斷複製、翻新觀光凝視對象。

「觀光凝視」仰賴的是「尋常」與「非比尋常」間的二元劃分。旅遊時人們帶著朝聖心態前往，渴望能看到獨一無二的物體²⁸；旅遊時能從原來熟悉的事物上，看見不熟悉的一面，這樣的發現讓旅者感到熟悉又新奇；特殊的時空背景下，觀光客期待看見社會生活的諸多尋常面向；熟悉的活動或工作，在特殊視覺環境裡會有的不同做法，

²⁷ 例如以照片、明信片、影片或模型等方式將他們捕捉起來。

²⁸ 例如：在巴黎駐足觀賞艾菲爾鐵塔；若在德國看見露天啤酒屋便會產生特定的地點能看見特定符號的滿足。

讓平常感到索然無味的活動也變得非比尋常；就連一些原本不值得一看事物，也因為其特別的標示而感新奇，「非比尋常」便是旅者凝視的焦點（引自葉浩譯，2007）。

旅遊是為了感受與日常社會不同的生活方式，人們帶著期盼、注視著特殊的景物，藉著攝影去蒐集一連串異於平常生活的特定文化、場所的影像，在觀光凝視的建構下逐漸成為特殊的符號（sign）。以便日後可以不斷複製及回憶，釐清觀光凝視具備的特性，有助於我們對旅遊歷程各種體驗作分析。

2.3.2 論觀光凝視

西方學者對於先後對觀光/旅遊現象的探討提出了重要的觀點焦點多半集中於「真實性」（authenticity）的探討，Cohen（1989）更是認為「真實性」是當代觀光現象研究的中心概念，真實性可以被投射到「他者」身上或社會的其他狀態裡，旅遊因此被賦予了具有追求真實性的可能性（引自莊麗薇，2006）。

Boorstin（1964）年提出的「假事件」（pseudo-event）概念，使遊客與當地環境隔離，無法體驗當地的真實，發展愈完備的觀光地愈不真實，大眾觀光（mass tourism）客是很難體驗到真正的真實（引自Cohen, 1988）。特納（Turner, L）與艾許（Ash）提出旅行社成了「代理父母」限制了旅客的凝視的範圍及型態，異文化總是以膚淺的方式呈現在觀光客面前，旅遊地的特色文化被複製並簡化，以最速成的方式提供遊客觀賞體驗。Cohen（1988）則主張觀光客可區分為「體驗型」、「試驗型」、「存在型」，並非所有的觀光客都能滿足於旅行團的安排，去觀看那些經過設計的、膚淺的文化的展演，他們希望盡可能去接觸、體驗到異文化真實面貌。

MacCannell看來所有的觀光客都是現代朝聖者，旅遊都是追求「本真」(authenticity)的具體展現，對他人「真實生活」感興趣，觀光客幾乎成為觀光地區人民「真實生活」(real life)的「朝聖者」，充滿追求觀光真實性的熱誠。因此旅遊地居民與觀光業者共同發展出「舞台化的本真」²⁹ (staged authenticity) 提供凝視；而任何景物皆可「神聖化」，只要有人費力指出那些景物為何值得注意，任何景物都可能成為凝視的焦點，文化都可說是被搬上舞台「演」出來的，不見本真性。。

Turner, V與Turner, E (1978) 提出「中介迷離症狀」(liminoid) 的概念道明旅遊者在進入旅遊情境時會將平時責任義務擺一邊，甚至逆向操作，盡情放縱。Shields (1990) 延續「中介迷離」的概念，提出遊客追求的是日常生活的反面，發現嚴謹的中產階級成員會因旅遊時不為人知的身分而得以放鬆。發展至後觀光主義者，他們認為「本真」根本是不存在的，他們對一般旅遊經驗的失真感到高興，中產階層想做「一天的農夫」，中下階層想當「一天的國王」，人們在度假中所想的剛好是生活的反面，而在五花八門的觀光遊戲中玩出樂趣來 (引自葉浩譯，2007)。在後現代主義³⁰ (postmodernism) 思惟的衝擊下，旅遊度假強調生活的多樣性和豐富性，重視個人主觀的旅遊經驗，各式各樣的旅遊方式於焉出爐，旅遊市場也因應不同族群的個別需要設計各式各樣的旅遊活動，不同的旅遊動機便會獲得不同的旅遊體驗。

遊者帶著朝聖的心情去觀察、紀錄、體驗異文化，想要看見特定

²⁹ 專門為觀光客規劃、環繞出一個特定的空間，這是一個特意展示在觀光客眼前的觀光客的空間或著名的觀光景點等。

³⁰ Urry 認為後現代主義 (postmodernism) 意味著各種界線的瓦解，不只是高尚文化和低俗文化之間，也包括不同形式文化 (像是觀光旅遊、藝術、教育、攝影、電視、音樂、體育、購物、建築) 之間的界線也一併瓦解。

符號、獨一無二的物體；想要求知、審美、擴展視野，但是經過安排的旅程所見盡是刻意營造的典型觀光景緻，反而讓遊客與當地的民情離得更遠。Urry強調觀光是一趟尋找特定影像的過程，旅遊者所拍攝的照片、蒐集的明信片作為旅者的擁有物時，觀光便涉入了一套詮釋循環（莊麗薇，2006）。而長久以來，廣告與媒體聯手編織的各種供人凝視的影像深植人心，媒體建構的旅遊意象教導遊客如何去凝視，因此，遊客即便是在「假事件」中也無比的陶醉，享受著「典型的」旅遊體驗，凝視著「經典的」異國風采，蒐集著「別具意義」的旅遊影像。

2.3.3 視覺化旅遊

視覺是當代文化建構的核心，生活世界的種種，越來越是透過視覺模式傳達給我們，我們主要也是透過視覺機制來與社會和他人互動³¹（王志弘，2005）。十九世紀後期攝影便廣受大眾喜愛，各種新式視覺感受在觀光旅遊活動的塑造過程中扮演著重要的角色。「看」與「被看」這兩件事情—尤其是透過攝影鏡頭去觀看，受到各家學者青睞，引起廣泛的討論。

Albers and James (1988)³²探討照片、明信片攝影、種族、和旅行之間的關係，民族觀光藉由照片來表現觀光中的族群事物，旅遊照片的傳達讓民族照片和他所傳達的訊息受到關注。他們認為攝影是一種權利與知識的關係，攝影者馴服凝視對象，攝影者將被拍攝的對象挪為己用，這種情形在異國文化的表現上最為明顯，攝影者專挑「古老的」、「上相的」去表現該族群，容易誤導族群形象的塑造。Chalten

³¹ 資料來源：視覺文化研討課程大綱。<http://cc.shu.edu.tw/~e62/class/M6241801.doc>

³² Albers & James 以 postcard 作為研究的媒材傳達訊息，多半在談印地安人，彙整了長達三十多年的蒐集，採「內容分析法」和「符號分析法」去探討來自世界各地出版的明信片，包括了 40000 多個不同的範例。

(1979)也認為文化經開發後成了旅客消費，遊客或接待者會經歷族群中心的衝突，接待社會具體的指出在旅遊攝影時被攝影的圖像適當性，在民族特殊的特徵與現代觀光中普遍化觀看照片的趨勢，影像溝通應該可以更廣泛的以意識形態去討論，應該好好想想許多人以照片呈現旅遊地的影像是否恰當。

Urry 認為：「攝影似乎是轉錄真相的工具」。照片中呈現的影像似乎是眼之所見的真实世界的片段，拍下照片可以證明某個事件看景物的存在，照片述說著真相，是具體的證據，一般認為照片是不會說謊的。旅遊者常常選擇在「值得紀念」的事件中或「值得留念」的景點上，拍下一張「深具意義」的照片，待旅程結束後拿出來證明、展示那一段特別的旅遊經歷。

Sontag (1979) 曾說：「攝影有著一種美學傾向，以至於作為傳達疾苦的媒介，到最後卻把疾苦去除了。」、「使人們拿起相機拍照的原因便是發覺一些美的東西」(黃翰迪譯，1997) 幾乎每一張照片都是攝影者的精心之作，拍攝前必須選好目標進行構圖，並且嘗試拍出完美無暇的影像，所以常常刻意美化所要拍攝的對象，實地的景況與影像呈現常常不相同，觀光旅遊業者再大量呈現這些美好的景象，吸引旅遊者的目光，因此照片常常會影響旅遊地意象的形塑。但是，攝影這種可以冒充真相縮影且不被看穿假造特質或特定意識形態內涵的特性，正也是它最引人入勝的地方。

Barthes 曾提到攝影起源於重要人士的照片，後來卻變成所有被拍攝的事物都很重要 (引自黃翰迪譯，1997)。每一個攝影者，每一種被拍攝的對象都同等重要，尤其在數位像機問世後，觀光客幾乎無所不拍，影像五花八門，由此可見，攝影也是後現代化過程的一部分。

攝影能表現旅遊，觀光客常常要拍張照片才上路，拍照是讓觀光

客停下腳步的理由，旅遊業更是費力的指出值得拍照的「取景點」，攝影將個人記憶商品化並據為己有（West, 2000）。Santug（1997）也說攝影是「將經驗限制為一種適於拍照的搜尋」及「將經驗轉化成一影樣或一紀念品」的方式。旅行成為照片蒐集的策略，大多數遊客將相機置於他們和他們所遭遇或值得注意的事件之間。遊客們來不及打開所有的感官用心的、完整的去感受體驗，便趕緊舉起相機拍下照片，然後繼續尋覓下一個值得回味的景點。

Carpenter（1972）表示，旅遊者實地旅遊時有搜尋以前看過影像的特點「他拍下了跟海報上一模一樣的艾菲爾鐵塔。不僅如此，他還請人給自己拍一張站在艾菲爾鐵塔前的照片。」（轉引自 Chalton, 1979）大半的觀光旅遊涉及循環性的詮釋，觀光客追蹤、捕捉他們出發前便看過的影像，證明他們確實去過那些地方。

視覺化的旅遊隱藏著拍攝者與被拍攝對象間權利的不對等，攝影者私自將被攝影對象挪為己用；但攝影似乎是一種證實經驗的方法，但是在紀錄的過程中攝影者又常常刻意美化了鏡頭中的畫面，經典而美好的影像又吸引著下一批觀光客去追逐、停留、拍照，而形成循環性的旅遊詮釋。

攝影能表現旅遊，一張張的照片構成了旅程，相機的捕捉對象與技術也成了旅遊的本質，它可以決定什麼值得「觀光」，以及什麼影像與記憶才應該帶回去（West, 2000; Osborne, 2000）。照片也能構成回憶，還可以塑造一個地方的印象（Spence and Holland, 1991; Taylor, 1994），照片能主觀表達個人意念又似乎可以客觀的呈現事物的真實，這種吊詭的特性正是攝影最迷人的地方（引自葉浩譯，2007）。攝影者對任何值得拍攝的事件與人物都有興趣，他們用貪得無饜的眼睛捕捉各種影像。隨著科技的進展，數位影像幾乎取代了傳

統照片，由於數位攝影具有「零成本」拍攝、快速、複製等特點，圖像將成為數位時代最大的消費品（蔡錦政、徐景毅，2006）。人們的拍攝的觀念也從「值得再拍」到「能拍就拍」，圖像的數位化大大增加了圖像訊息的總量，讓攝影真正的大眾化、通俗化了。無處不在的圖像教導著我們用不同的方式來觀看這個世界，影響著這個世界的觀看方式，攝影與一般觀光旅遊的文化與經濟有著密不可分的關係。

第三章 研究設計

本研究主要是以照片作為媒介，從視域探討旅遊本質的焦點，探究攝影對於旅遊者經驗連結的重要性，以及影像背後的意涵。為了捕捉研究對象較為深層的感知作法及想法，在研究流程中，筆者主要以一對一的照片引談法（photo elicitation interview）³³，進行第一階段的資料蒐集與彙整，再進行第二階段照片篩選，針對第二階段選出的重要照片進行引談，藉由受訪者對自身篩選照片的敘事，使筆者對受訪者的旅行經驗得以深度瞭解，最後綜合整理一、二階段的引談資料，進行第三階段之半結構深度訪談。本章說明研究方法及過程，共分為五節：第一節是說明研究方法選擇的考量、第二節說明研究流程之設計、第三節說明受訪者選取之方法、第四節說明研究媒介、第五節資料整理與分析

3.1 研究方法的選擇

2003年6月，英國謝菲爾德哈倫大學(Sheffield Hallam University)舉辦了主題為「旅遊與攝影：靜態的視覺影像與動態的生活」的國際學術會議，其中有50%左右的會議交流論文都與該議題有關（引自劉丹萍、保繼剛，2006）。20世紀後期以照片為主體進行相關旅遊研究的風氣日盛，以攝影作為旅遊研究的主體廣被採用重視，照片將動態的活動轉變成了靜態的影像保存下來了，照片除了讓想像更為具像之外更能引發旅者的想像空間，蘊含著拍攝者的體驗、感受及特殊意義。相對於文字書寫或述說會有偏誤及遺漏，影像的表達較為具體直接，以照片作為媒介進行深度訪談更能實質的交相印

³³ Loeffler 當時聲稱照片引談技術用在旅遊經驗探索上，是一種創新的研究方法。

證。

3.1.1 照片引談法

Loeffler (2004) 所採用的相片引談法，提供一種模型，此法是藉由參與者說明他們所拍攝的影像圖片作為研究者的合作研究，探索了大學生從事戶外探險經驗的意義。這些由參與者於從事戶外活動體驗時所拍攝的照片，用來架構相片引談法的模式。Loeffler徵求符合曾經參與戶外探險活動，並且在旅遊過程中必定同步進行旅遊攝影者，拿出所拍的代表性照片，進行照片引談，再加以研究分析，被訪談者的參加的旅遊活動和經驗都不一樣，時間長度也不相同，旅遊後再拿出照片進行訪談。參與者和研究者共同檢視、討論這些照片，照片也就是參與者的戶外旅遊經驗。討論的內容包括旅遊記憶和旅遊意義，旅遊經驗的描述，照片的價值，和他們的經驗，分享經驗和分析照片是有趣的經驗，訪問過程錄音且錄影。錄影擷取談論的內容和數位照片影像，作為分析聲音的內容和訪談的對話。

一張照片留住了一個過往片刻，如同人們心中所記憶的影像。照片引談法是以照片作為訪談媒介，藉由影像的呈現勾起旅遊記憶，有助於旅遊經驗再現，受訪者的語言內容更趨詳細具體，而影像和語言可彌補相互之不足。攝影紀錄下的逼真證據，往往比親眼目擊者的描述還要清楚明晰，利用影像重現當時的旅遊凝視，呈現受訪者關注的旅遊凝視焦點，從點狀的凝視出發，引發連續的旅遊回憶，敘說出內心無形的旅遊體驗，進而勾勒整個旅遊體驗的脈絡。

本研究在第一階段以照片引談法為主，受訪者提出自己的旅遊照片述說旅遊時的種種，研究者適時回應並相互討論，所蒐集之資料豐

富但未結構化。第二階段的再選照片便很清楚的看到旅者的個人偏好及內在意象，多數是旅遊歷程中的思索及感動，透過照片引談，一幅幅美好的畫面，構成了一個個耐人尋味的故事。

3.1.2 深度訪談法

Warren (1998) 認為深度訪談是用來蒐集以個人為中心的詳細訊息，想要了解什麼對個人有意義。Marshall and Rossman (1995) 認為深度訪談是有目的的會談，可以瞭解受訪者對某種事物或問題的認知和建構。深入訪談是用來收集以受訪者為中心，詳盡、豐富的觀點和看法，是一種「以人為本」的研究取向，企圖從受訪者的角度來詮釋個人的行為或態度。(范麗娟，2004)。

Kaufman (1994) 認為深度訪最好採開放式問題大綱進行，盡量減少引導與暗示，讓受訪者如日常生活對話，以自然的方式思考和表達(引自范麗娟，2004)。訪談法的優點在於訪問者可依照研究大綱跟隨受訪者的知識或瞭解程度，再進一步深入問題，並在一定的主題內由受訪者自由發表意見，因此訪談的彈性相當大，但由於受訪人數的限制及受訪者主觀的看法等，結果無法概括到全體。針對目的、對象或問題設計的差異，訪談方式也有所不同。訪談法劃分為結構式、無結構式以及半結構式訪談(范麗娟，2004)。結構式訪談 (structured interview)，是依照統一格式的訪問表，在有限的題項作答，過程中對題目不做解釋也不任意改變訪問順序，因此又叫標準化訪談、導向式訪談、控制式訪談，有著便於統計與分析比較的優點，但受限於制式的問項表，因此訪問較呆板也較缺乏彈性。無結構訪談(unstructured interview)，沒有一定的問項，就某些問題大方向交談，受訪者在不感到有壓力的情境下接受訪談，可自由的提問或針對回答模糊的部份

進行試探，但由於問題涉及層面廣，因此難以掌握與控制。半結構訪談（semistructured interview）則是依據研究主體，事先擬定訪談大綱與主要問題，在雙方都有統一主題中進行，可避免受限於標準化的問項，也可根據訪談中的情境及受訪者的反應，隨時靈活決定問答方式。

本研究在第一、二階段先以照片為主題進行無結構引談，藉此對受訪者的深度瞭解並蒐集初步資料，第三階段採用半結構式訪談，就初步資料之發現再進行深度訪談。旅遊活動包含的要素中，以人為主體，以「人」為主要研究對象，並深入研究旅遊體驗是本質論之要務。在探究旅遊歷程中旅遊者的種種體驗、想法與觀點，從旅遊者的角度來詮釋個人的行為與態度，涉及受訪者的主觀感受與認知，以旅遊者的觀點詮釋敘說，能獲得較豐富與相對真實的資料。使用半結構的訪談可以隨著受訪的問題做延伸，對於相關複雜且抽象的問題做討論，以提供研究者更多的資訊及想法。

筆者針對研究主題與目的，運用照片引談技術加上深度訪談作為蒐集研究資料的方式，透過資料的分類與歸納，將資料觀念化並理出觀念關係的演繹。

3.2 研究流程之設計

本研究資料蒐集的過程共分為照片說旅遊故事、再次篩選重要順序、深度訪談等三個階段。

一、第一次照片選取

照片的敘說也就是旅遊者旅遊經驗的呈現。以影像詮釋作為一種蒐集資料的方式，國外旅遊具有一種空間完全隔離、心靈暫時歇息的

特性，因此邀請受訪者自行整理出國外旅遊照片約 50 張（受訪者主觀認為最值得紀錄下來的鏡頭），透過照片的篩選讓受訪者重新回味旅程，整理旅遊意象，受訪者看著照片陳述自己的旅遊故事，包含旅遊過程中的動機、體驗、感動……等。在照片作為媒介導引下，雙方共同關注、討論受訪者所呈現的影像及背後種種體驗，影像的魅力讓受訪者與訪談者建立了良好且信任的關係，也建立了訪談的互動模式。

二、再次篩選重要順序

經過第一階段的資料蒐集及整理，歸納出發展主要面相，再邀約下一次來篩選出最重要的 10 張照片，並輔以深度訪談，以確立旅遊關注焦點。邀請第一階段參與訪談的受訪者再將先前的 50 張照片進行篩檢，自行挑選出其中 10 張最代表性的旅遊照片，並敘述他們為何重要。

參與者和研究者共同檢視並討論這些照片，此階段著重在旅者的照片的價值、旅遊意義及旅者的自我表述。

三、深度訪談

研究者整理前兩個階段所蒐集之影像及文字資料，加以分析歸納，為了更明確且深入的瞭解旅遊者個別的觀看經驗及旅遊對個人的內在意涵，因此針對個人訊息中呈現的關注焦點做進一步的追加訪談。對於因開放性陳述而偏移或缺漏的資料以藉機補充訪談，以求資訊的完整。

依照第一、二階段分析之不足處擬好第二次訪談大綱，針對個別關注的議題分部份進行半結構式訪談，由於訪談的方式是以照片作為

文本，受訪者主動進行描述，因此每位受訪者延伸出來的訪談問題不盡相同，目的在取得更為完整且深入的資訊。

本研究從 2008 年 8 月 10 日進行第一次訪談，之後陸續於 9、10、11 月完成第一、二階段照片選取、照片引談。12 月進行訪談資料分析，更為聚焦之後再進行第三階段深度訪談，第三階段面對面深度訪談於 2009 年 1、2 月初步完成。真正著手整理資料時，少數發現訊息不夠清晰或有遺漏則再進行多次電話訪談。研究者一邊蒐集資料一邊分析，在分析中慢慢出現脈絡。將受訪者的話精準的紀錄下來再做分析，盡可能在轉譯分析過程中儘量不要去曲解別人的意思。訪談完便馬上紀錄和過濾分析概念。蒐集資料和分析同步並行。

3.3 抽樣方法與研究對象

在研究訪談的部份，採以立意抽樣及滾雪球抽樣方式，挑選共 12 名曾經有多次海外旅遊經驗且旅遊時必定進行旅遊攝影者，作為深度訪談的受訪對象。由於中、壯年仍在工作崗位，經濟能力自主同時具有健康及體力，生活經驗及文化素養也有一定程度的累積，觀察感受較為敏銳，因此將受訪對象的年齡界定於 35~55 歲之間。在受訪者的挑選上，因顧及男女雙方可能因社會角色及社會期待不同而有差異，也期望兩性的感受能同時都被重視，所以刻意的平衡男女兩性的比例，其中男性、女性各為 6 名，每一位受訪者皆旅遊經驗豐富，且兼具有「跟團旅遊」及「自助旅行」兩種旅遊經驗。

由於受訪者需要事先整理大量的旅遊照片，因此先由研究者週遭的旅遊同好開始邀請，再以滾雪球的方式進行邀約訪談，訪談由兩位熟識的親友開始擴展，經由原先的受訪者再推薦，受訪對象多元，有

國小教師、高中教師、大學教授、公務人員、藝術工作者、旅遊業、科技業、金融業、百貨服飾業…等。每一位訪談者從邀約到第一次訪談都須兩個星期到一個月的準備時間。深度訪談必須和受訪者建立良好的互動關係，取得受訪者信賴。在第一次進行互動良好之後，第二階段和追加訪談便暢行無礙了。

3.4 研究工具

一、研究者

質化研究的特點是以研究者本身為研究工具，以觀察、訪問及文件分析為其主要技巧(歐用生,1989)。因此研究者本身的觀察詮釋立場與角色便顯得十分重要。本研究透過照片引談及深度訪談探究旅遊攝影凝視及旅遊的深層意涵，研究進行的過程中，研究者本身的經驗理念、訪談技巧、觀察力及敏感度…等，影響著研究的進行和研究成果。

二、照片

2004年休閒遊憩學會在期期刊封面內頁正式鼓勵影像相關研討，有一些研究似乎沒有辦法把一些歷史、空間或色彩完全表達。用文字敘說的研究方式似乎還缺了些什麼，影像呈現有些時候能夠把一些文字沒有辦法敘說那麼立體的東西直接呈現。

受訪者所提供的旅遊照片是本研究重要的資料來源，研究者特別關注於照片呈現的內在意涵，這些旅遊照片也作為研究分析檢核的重要依據。

3.5 資料整理與分析

在進行訪談第一階段訪談之前二週，筆者便先請受訪者整理準備旅遊照片，並告知論文探究主題、訪談目的、以及訪談可能詢問之問題。平均每次訪談用了 90~120 分鐘的時間，研究的過程是和諧愉悅的，顧及到倫理議題所以都匿名或用假名，訪談過程以錄音方式紀錄旅遊者詮釋照片的語言內容。在訪談結束後，先逐字的將錄音紀錄轉譯成文字稿，再將訪談逐字稿一一寄送予受訪者以確認文字敘述與受訪者的認知無偏誤，最後對訪談內容進行資料的分類、分析、比較和概念化，亦同步蒐集訪者所提供之數位照片影像，作為論述分析之用，並歸納整理出受訪者旅遊凝視及體驗之脈絡。

Zikmund (1994) 認為開放性問題的資料整理與分析之重點在於多數個人的意見及反應，予以歸納整理到一般性統稱的類別中。因此訪談所得的資料，根據研究目的，先彙整歸納後，再訂定相關研究主題，針對內容和各類別做解釋，最後呈現研究結果。

第四章 結果分析與討論

本章以照片引談法探討旅者在旅遊過程中影像紀錄的視角及焦點，以深度訪談法分析、研究並加以說明，並著重在旅遊者透過旅遊影像敘事而呈現出來的旅者的在旅遊過程中的經驗世界。

本章分析內容在第一小節探討旅者出國旅遊的動機；第二小節探討旅者藉由攝影展現的旅遊空間與旅者的凝視焦點；第三小節探究人們窺視的本質及影像真實性；第四小節則是以旅者最後所篩選出“10張最重要的旅遊照片”之訪談內容作為分析素材，從旅者的表述探究旅者的經驗聯結及內在投射。

4.1 為什麼旅行

當生活不斷的重複，生命一再的感到虛無，人們就會開始想到——旅行。

—蔡文杰—

劉純 (2001)認為動機是支配旅遊行為的基本趨力，能引起人的活動並指向特定目的，瞭解旅遊動機可以明白旅遊行為背後的原因。旅遊者因各種不同的需求因素而開始旅行，進而愛上了旅行，就此展開了一次又一次的海外旅遊。論者從旅遊訪談中，歸納出：(1) 旅遊攝影的體現：渴望放鬆、自由的感覺。(2) 渴望視野的開闊、美的內化。(3) 自我對話：探索生命的本質。不同階層的旅者，出自不同的動機踏上旅程，藉由像機的紀錄凝結了旅者路程中感動的空間。

4.1.1 渴望放鬆、自由的感覺

李湖清 (1987) 對國人出國觀光的消費行為進行研究，發現出國旅遊最主要的動機是為了「度假散心」其次是「增廣見聞」，因此，

鬆弛身心或是消除壓力一直都是旅遊者參與旅遊活動的重要原因。在日常生活中，當大小事情接踵而至，使個人幾乎被淹沒之時，「出走」就成了唯一的渴望（褚士瑩，2005）。背起行囊，暫時拋開現實的煩擾，旅行打開了生活的另一扇窗，轉換空間、轉換角色、轉換心境，呼吸著自由的空氣。多數受訪者表示，每隔一段時間就得去旅行的原因是為了身心放鬆，享受自由的感覺。

旅遊就是為了要心情放鬆呀！在國內就是很正常，就上班、下班、回家；去國外的話我覺得心境上不一樣，你就是會完全忘掉了國內的事情，但國內旅遊通常人家還會 CALL 你呀，還是會記得生活裡面的一些需要注意的事，國外旅遊是真的好像離開一個地方到另一個地方，心情放得很輕鬆。(chin)

早期會有出去學一些什麼東西的期待，後來覺得出去若能有新奇的見聞，滿足好奇與慾望當然是 ok 的，但是出去若能是純粹的旅行也很不錯，就是沒有壓力隨緣走走，不一定每一次旅行都要期望滿載而歸。(John)

每過一段時間我就會覺得我需要出去玩一玩，需要完全脫離一下工作環境，犒賞自己，看看不一樣的世界，這樣才能減輕壓力，找到重新出發的力量。(LoLo)

「旅遊就是為了要心情放鬆呀」、「沒有壓力隨緣走走」、「完全脫離一下工作環境」是受訪者共同的旅遊動機。國外旅行的吸引力，來自於它能帶給旅行者一種空間轉換的感覺，單純帶著輕鬆愉快的心情隨處看看走走，身體放鬆腦袋放空，將自己置身於一個不同於日常生活的空間，只要張開眼睛，打開心靈，讓自由自在的空氣隨著呼吸灌滿全身，沒有特別預設任何可能，透過旅遊轉換空間、改變心情，關掉手機，暫時卸下了習慣扮演的角色和擔負的責任，帶著輕鬆的心情看世界，這就是旅遊。人們藉由旅行來暫時脫離現狀，短暫地逃開原本的生活環境，替自己爭取一個可以暫時放鬆與喘息的機會，試圖為生活的陳腐、日復一日的工作，劃下一個短暫的休止符（莊麗薇，

2006)。

在異地的旅遊活動中，許多日常生活的約束可以得到暫時性的緩和及鬆弛，生活和工作上的角色扮演與形象拘束可以暫時拋開，盡情表現自我，因此旅遊是愉悅且有益身心健康的。

每年一定要去旅遊，為了慰勞自己、調整心情、為工作找尋新的活力，是一種紓解壓力最好的方法。反正出去旅遊，不管自助或跟團都一樣，我們都會隱藏自己的身分，就不用拘泥在原來的角色，反正人家也不認識你，可以完全的放鬆自己，有時候做做小壞事還可以佯裝是日本人。(A-mei)

出了海關的心情全換了，旅遊時偶爾做點小壞事也覺得很爽快，當一個大家都不認識的人真好，那可以讓本我稍稍野一回，只要每隔一段時間「離開一下」，就可以讓生理與心理又充滿生命原始的活力。(Zou)

旅遊是生活中的需要、生命中的必要，可以暫時離開工作、同事、生活種種，不用再當別人眼中的乖乖牌，有時候獨行，有時候三五好友結伴，大家也很有默契，在旅程中完全解放，反正到了異國大家都不認識你，穿著清涼、喝著啤酒、抽著假煙裝酷，好像得到了自由和解放，很過癮的。(Jolin)

旅遊可以暫時性的與日常生活切割，以一種安全的方式將負面能量釋放。隱藏自己的身分，不用當別人眼中的乖乖牌、偶爾做點小壞事沒啥妨害，旅遊時做一個不同於平常的自己，感覺也很棒。在每個人的內心深處似乎都有一條蠢蠢欲動的蟲，渴望著自由、解放，讓內心深處那個被過度規範的自己出來放個假，呼吸伸展一下，期待在旅途中與另外一個自我相遇。

自在無拘的生活也是人人所追求的，人們選擇以旅行的方式，暫時遠離壓力來源，渴望從旅途中卸下壓力、扔掉包袱，尋找一種從容不迫的感覺，在輕鬆愉悅的情境下，同時也增長了見聞，體悟了不一樣的世界，鬆弛了緊繃的神經，感受著旅遊空間美好的氛圍。

4.1.2 渴望視野的開闊、美的內化

Smith (1998) 認為，旅者自願離開自己家園去旅遊，是為經歷一種變化。許多人的旅遊目的是為了感受新事物，不同的地方、不同的生活方式帶來的新奇感，或令人開拓眼界，或令人學習新知，進而產生美的感受。旅遊前的刻意安排設計，抑或旅途中的偶遇，都令人有所收穫、大開眼界。1600~1800 年的「壯遊」時代，貴族階層子弟前往歐洲大陸的學習活動，藉著旅遊體驗生活、開拓視野、增長見聞，以談學論道、促進自我成長為主要的旅遊目的（葉浩譯，2007）。筆者發現，受訪者在旅遊中會因為接受新事物的刺激而產生的新想法，更能從不同的角度觀看世界。

在自己的國家旅遊，你所看到的文化都差不多，看到的都是自己人、自己的事物。那你到國外去很新鮮，你會看到各種風俗，不同國家的文化，還有他們生活的習性，包括他們的景色風光都跟我們這邊都有不一樣的地方，可以開開眼界、增加見聞，所以樣樣都很新奇，我都很想去看看。(chin)

這個世界很大，我走過了二十幾個國家，早年因為工作壓力的關係所以沒能仔細觀察好好感受，這幾年我就努力的去旅行，對於不同種族宗教的，具有文化特色的地方我都好想去看看，旅行對我而言也不只是玩而已，從別人的文化裡可以看到很多有趣的，值得的思考的東西。(Lingo)

我到過許多國家，幾乎每一年的暑假我都在其他國家旅行，都超過十五年了，中國大陸去得最多次，旅遊就像參加文化博覽會，怎麼看也看不完，怎麼學都學不透，我喜歡用我自己的方式去享受旅行，最經濟克難也 OK，旅遊時的食、衣、住、行差不多就可以了，因為我追求的不是那些。(May)

Cohen(1972)認為，現代人對自身環境的依附感較弱，比較願意改變環境，特別是暫時性地改變環境，也更有能力去適應新環境。現代人對不同的事物、風景、習俗和文化也更感興趣（轉引自李淑宏，1999）。多位受訪者表示希望在旅遊的歷程中可以看到和自己日常社

會中不一樣的事物，像進步的城市、差異的文化、特殊的習俗…等，不同於日常社會的事物可以增廣見聞，提供多元體驗，甚至模仿學習。

日本很不錯，像進化版的台灣，有許多值得借鏡得地方，曾在日本遊學過一年，覺得日本整個大環境都和台灣很像但是卻更經緻、更先進。台灣的流行很多都是跟著日本的，在那裡可以看到熟悉又驚嘆的東西。那裡連超市和百貨公司的擺設都和台灣很像，反正全部都很像啦，到處都很漂亮！（Snowsea）



我是一個典型的舊地重遊者，我去過之後若發現這個地方值得我研究我就會追根究底把它研究到清楚，像巴里島是一個文化非常豐富的地方，我去過六次了，仍願意再去，那裡的宗教、繪畫、音樂、舞蹈都充滿了生命力，人們都很和善，在那裡我看到了不一樣的生活，感受到美好的氣氛，每一次去感受都會有不同，仍然新奇有趣。（Jassica）



去旅行時我喜歡拍一些台灣沒看過的東西，除了知名的景點以外，我會想辦法去體驗當地的生活，他們的公共設施啦、房子啦、攤販啦、食物啦、招牌櫥窗我都很有興趣，反正出國旅行就是為了要看不一樣的東西，自己的想法才會更多元，拍回來的景物還可以參考學習呢！（Light）



人們有好奇的衝動，渴望旅行，渴望 探尋新奇、未知的世界，移動到另一個地方真實的去體驗陌生的文化，顯然是吸引人們一次又一次出門旅行的主要因素，所有令人記憶深刻的旅遊目的地都有某些特點，特別是與原本生活地迥異的地方：或更新奇、或更獨特、或有未知。處在網路發達資訊爆炸的現代社會，旅遊者可以透過事先的搜尋為自己量身打造專屬的旅程，再透過親身的體驗去接近瞭解當地的文化，讓旅程充滿知性與新奇。

有人為見識新奇的事物而出遊，也有人為感受美好的事物而旅行。曾昭旭（2005）認為美感經驗的產生一方面要從過度熟悉的環境

離開，到一個陌生的環境才會因新鮮感的刺激讓麻痺的美感心靈甦醒；另一方面要再接觸新經驗時心情要從陌生漸而熟悉，才能穿透快感而讓美感浮現，美感發生於新鮮與熟悉之間。旅行最符合這樣的美感情境，離開熟悉的日常生活，過渡到旅遊的「中介迷離」(liminoid) 狀況，打開所有的感官，更能看到、聽到、聞到…美好的氛圍，為了追求「美」而旅行，也是旅者共同的目標。

如果旅行不是為了享受美感，我真不知道為什麼要去旅行，我的旅程總是充滿了美感，不管是視覺的或是心靈的都讓我覺得很飽滿，我的相機總是不離手，可以把我看到的、感受到的都保留下，讓我一再的回味，這對我的生活及創作影響很大，當然在我的心裡存留著更多的美感，是別人從相片看不到的。(Jassica)



旅遊的時候常常可以遇到美好的景物，到歐洲旅行，連路邊的招牌都美，雖然我不知道它在廣告什麼，但是我覺得他們很會把美的東西跟生活做結合。他們的招牌不會讓你覺得就是商業，不會造成市景的凌亂，很像公共藝術品一樣，跟自己很貼近，覺得很親切，這就是我想看的東西。(LoLo)



我喜歡美麗寧靜的風景，喜歡生活在深山中的境界，桃花源的世界，是我人生的嚮往。最能吸引我去的是美麗的風景，或是藝術類的吸引，大山大水或雄偉的建築我都很喜歡，沉浸在優美的大自然中或欣賞有歷史典故、文化特色的地方，是我最喜歡旅程。(Hong)



MacCannel 指出：「旅遊的基本出發點、整個過程和最終效應都是以獲得精神享受為目的，旅遊不是一種經濟活動，而是一種精神活動，一種綜合性的審美活動。」(引自馬勇、周霄，2003) 在旅遊過程中，不斷的去感受一些美的畫面和享受美的情懷，異地的風景名勝、經典建築、街景招牌、美好氛圍…，有時是驚豔，有時是印證過去的憧憬，這些都是因為美感而引發的感動。身處異地體驗著異文化，放

開專業、撇開刻板概念，放空的心就像海綿一般，好奇的探索、吸收著奇妙的見聞，感官也獲得前所未有的情感提昇，就是一種美感的追尋，這種審美是一種心靈的感受，只要心中有感動，外在的形象就是美麗的化身，因此旅遊不僅帶來見識的豐足，更滿足了美的心靈宴饗。

4.1.3 探索生命的意義

旅行最讓人感到美妙的，並不在於去什麼名勝古蹟，也不在於訂定很緊湊的計畫、來一趟觀光景點的巡禮，反而在於能有一段「漂泊的時間」(大前研一，江裕真譯，2007)。在漂泊的時間裡放任自己依著直覺隨心所欲的到處走走，或是無所事事的發呆老半天，把繁雜的日常事物、人際網絡都拋諸腦後，在留白的時空裡靜靜漫步細細思索體會，不管是過去、現在或未來。轉變不同的觀察角度，接觸相異的價值觀，再跳脫框架看自己，觀照著內心，探索著生命的意義、享受著週遭的美好及感動，是旅者在旅程中的體悟。

我覺得我平日都被生活中的例行事務綁住了，旅遊是為了鬆綁，身心都放輕鬆，看看外面的世界，用不同的角度看待事物。旅程的暫時隔離可以思考自己人生，為許多困惑尋求解答。因為旅遊時有許多留白的時間，可以安靜下來真實的和自己相處，喝喝咖啡，想想過去，在美國旅遊的那段日子是行程最鬆思考最多的，觸發許多對生命深層的反省與感動。(May)

我的旅行多半是自助旅行，我喜歡自助旅行，我適合自助旅行。就算是跟團我也會盡量的把他玩成自助旅行的樣子，因為我覺得旅行是很個人的事。個人旅行可以跟自己內心有很多的對話，旅行的時候能帶來心靈的寧靜、沈澱，與自己真心相處。我也喜歡跟某些特定的人分享旅遊過程中想的事情、拍的照片和心裡的所得，自己去旅行會讓我變得更獨立更堅強。最近我徒步旅行的機率也越來越高了，徒步旅行時你會習慣一種很固定的步伐，一步一步的走，自信心也可以培養出來，背著背包以固定的步伐走一個既陌生又熟悉的地方，心靈是很澄澈的。(Jassica)

旅遊是一種主動的移動、以人為主體的、自由意志的休閒行為

(Smith, 1998)。旅程的放鬆及留白讓旅者更有空間與自己對話，日常生活中每個人都各自有其角色框架，或許是爸爸、媽媽、先生、太太、老師或兒子…，某些角色必須扮演著強壯、保護與負責；某些角色必須是體貼、優雅、有耐心，與家人或社交場域的扣聯又是緊密而無法切割的。但是被期待的自己常常無法呈現真正的自我，於是偶爾出國旅遊，給自己放個小假，過渡到另一個空間³⁴，以自己的需求為主體，釋放內在禁錮的自我，「我」的真實感於焉浮現，生命的價值得以顯現。

我似乎一直都是為別人在活而不是為自己在活，人生不是那麼有意思。每天都努力扮演一個好爸爸、好老公的角色，不習慣表現自己也會累。最希望自己一人出去走一走，而不要只是天天都在家裡為家人做一些瑣事，蠻勞累的。偶爾出去玩一玩，為自己而玩，看看美麗的景色，拍下自己喜歡的畫面，就會重新感受到生命的美好，回家後心中的抱怨也會比較少，又會覺得人生還是很很有價值的，旅遊可以讓我接近人生的嚮往。(Hong)

在婚姻裡有時候也挺悶的，會困坐愁城。從浪漫的憧憬到現實的無奈，就是生活和責任吧！但是至少偶爾我可以自由，只要到國外去看看外面的世界，重溫一下青春的情懷，這對我很重要，離開一下我才能從其他角度看待生活，看到自己更多的價值，心情也能豁然開朗。(Zou)

生活煩悶時需要出國透透氣，心靈創傷時更需要提起行囊去旅行。詹宏志認為創傷都有一定的時空背景，旅行正是脫離這個背景的行動³⁵ (黃芳田, 2004)。或許不是每個人都以旅遊面對創傷的療癒，但旅遊確實可經由空間轉換得以調節內在的機制。離開召喚哀傷的景物，陌生的景物轉移情感而激勵出新的領悟或感受，面對過往的舊傷

³⁴ Genep 在《過渡儀式》(The Rites of Passage, 1960)一書中系統地比較了在各個不同社會中，一個人從社會階層過渡到另一個階層時所經歷的儀式，發現其三重順序：隔離 (Separation)、過渡 (Margin) 和回歸團體 (Reaggregation)。在過渡期間，參與儀式的主體 (過渡者) 將會面臨一種和以前或未來生活完全不一樣的狀態。

³⁵ 節錄自黃芳田 (2004) 所著《辭職去旅行》的「序」。

痕不再那麼痛苦不堪，傷痛逐漸平復，透過短暫的旅行，足以激發復原的力量。分手的悲傷在旅遊中經歷陌生的國度和文化的轉移褪卻了傷痛，轉化成淡淡的遺憾，靜靜躺在心的角落，旅遊成了療癒心靈的妙藥。失戀的LoLo帶著悲傷的心情去旅行，旅程中的景物都與她的心情相映照，隨著旅程的展開，看到了她的心情漸漸的變化，悲傷的感受也淡了，趣味的見聞、受苦的人們，帶來心靈的思考與沉澱，雖然未能完全走出失戀的陰影，但已慢慢放下…：

飛機再次展翅高飛，我望向窗外，曼谷的街道，曼谷的塵囂，曼谷的蜿蜒河流，被我們遠遠的拋下，迎向湛藍的天際，沒入雲端，雲很綿、很輕，與我現在的心情成了強烈的對比，有一種哀傷讓人悲從中來，卻不易落淚，是壓抑還是淚水已經枯竭？他還在不在？我還在不在？亂流來了，令人不安，風知道我的心，特來回應，讓我知道它了解我的心情。(LoLo)

在遙遠的他鄉，有新鮮的事物吸引我，比較不會去想起他，心情也開了不少，世上還有這麼多受苦的人，也有那麼多趣味的東西。單身的感覺也不錯，我可以關心著自己，多愛自己一些。
(LoLo)

旅店招待大家喝小米酒配BBQ，小憩一下，緊接著吃晚餐，大家仍繼續喝酒暢談，這時突然停電了，正值大家喝得耳酣臉紅，貼心旅店為大家準備火爐，團聚烤火取暖，於是大家開始群聚唱歌、跳舞，很快樂，雖然我心中仍惦念著他，但是我得讓自己快樂。(LoLo)

Zikam曾經說過：「旅行是一種治療，一種純粹的、最直接的治療形式，沒有任何形式的事物能取代它」(汪芸譯，2001)。旅行的空間轉換讓旅者暫時離開悲傷的情境，異國的事物分散了旅者的負面情緒。在移動的空間下，流逝的時間裡，攪動心靈的因素慢慢沉澱，受傷的心靈也逐漸的修復。

我們去旅行，可以放鬆、可以暫離；我們去旅行，為了看見美的事物，穿越空間和歷史，追求自我與美；我們去旅行，得以讓自己沉

澱、思考，探索自我、體悟生命。每個人都是獨一無二的個體，存在價值須自己探尋，固定的生活模式對旅人而言是難以長期承受的，所以人們有了逃避，逃避壓力、逃避感情、逃避傷心往事、逃避社會…，旅行讓人暫時拋開世俗的一切，以自由的方式探索生命。移轉的空間，讓旅者有更多的機會觀察、思考，轉換原有的想法，探尋生命的意義，感受生命的律動。旅行能讓我們閱讀世界、打開眼界，在不斷移動的歷程中，所見、所聞、所感與原來的自我相互碰撞，透過不斷的反思而產生新的價值、目標及人生的方向。

4.2 鏡頭下

旅行，是一個充滿驚奇和樂趣的場合，
讓人既能往外觀察，獲得不凡的視野和深度，
同時也能讓人向內反省，驚見自己的堅強與脆弱。

—Steve Zikman—

對旅客而言，旅遊只是一種媒介，體驗才是令他們回味無窮的最終目的，且旅遊體驗是具有娛樂作用，除了令人愉悅之外，也幫助人們驗證自我存在，找尋另一種生命的價值（Cohen，1979）。每個人會因本身價值觀的不同與社會背景的不同，產生不同的旅遊體驗同時也認為旅遊是一種遠離煩悶、拘束日常生活的機會（Dann，1977）。而旅遊體驗則意味著個人參與旅遊活動所產生一連串的記憶，這記憶是可被察覺、被意識到的，是一種個人與社會動態互動時所產生的主觀性結果，強調的是個人的參與，且旅遊體驗會因每一個人的生活型態與思考模式不同，對於旅遊體驗的評價也會有所不同。旅行的可貴，是因為能在不同的空間體驗差異感受，創造專屬於自己的難忘回憶，從互動裡獲得心靈滿足。

攝影與旅遊的發展關係密切。Graburn (1983) 說過：「遊客通過照片證明自己真正到此一遊」，旅遊具有神聖的意義。雖然不同類型遊客攝影動機不同，但是照片如同另一種形式的紀念品，照片能表現出旅者的行前期待，在旅遊回歸後更能進行旅程型塑。Sontag認為：「攝影能夠幫助人們想像的擁有一個並不真實的過去，它也幫助人們佔有他們無法倚靠的空間」。喜歡旅行的人大多隨身攜帶相機，因為照片能為整個旅程提供無可爭辯的證據，更帶來樂趣（黃翰荻譯，1997）。相機使一個人正在經歷的事成為事實，有了照片，人們不會因為時間消逝而淡忘事件；異地的觀看新奇趣味讓人渴望擁有，這些特別的經歷，需要有一種立即紀錄且據為己有的載具。於是，旅遊加上攝影成為最具特色的現代活動，舉凡旅遊歷程的吃喝玩樂、食衣住行都一一入鏡，將旅遊經歷轉化為一種具體的記憶，只要一翻開相簿，旅遊時的種種體驗立即再現於腦海中，一張張的照片述說著旅遊者的觀看、體驗、思考和感動。

4.2.1 地標朝聖 我拍故我在

似乎每一個旅遊地，每一段旅程都會有名聞遐邇的、獨一無二的特殊文化或地標景物，那是行前最容易期待和想像的部分，當然也是最具代表性、最不能錯過的鏡頭。Graburn (1977) 提出旅遊是「神聖的旅程」，同時也是「世俗的禮儀」，觀光旅遊成為現代社會中的一種儀式過程，也就是說旅遊中的各種行為模式是一種具有「儀式」性質的活動。我們經常會聽某某人說：沒去過羅浮宮就等於沒去過巴黎，沒登上長城就不算去過中國…等，這是人們在旅遊時，把「不得不去」或是「非去不可」的地方、景點，理解為帶有「膜拜」、甚至「朝聖」的意味（彭兆榮，2004）。這樣的現象使旅遊成為一種朝聖

有了前題，通常在事先的旅遊規劃中一定會將各地在傳統、文化或科技上具有代表性的目的地列入必要行程親臨朝聖，然後產生到此一遊不虛此行的滿足感。

啊！金閣寺在這裡，真的和圖片一模一樣。你想黃昏的夕陽照在這棟建築上，難怪美得讓人發瘋。你若一直盯著它看，除了美感之外還有一種壓迫感，一種咄咄逼人的氣焰。雖然你是第一次看到他，但是你又覺得很熟悉、很崇敬，那種心情也是很感動的。(Zou)



這是泰姬瑪哈陵，到一個景點一定要拍最經典的，這是一種朝聖心情。我很佩服它的設計，我覺得它的對稱非常美，看它真實呈現在眼前，到了那裡只有兩個字”讚嘆”。(LoLo)



天安門是北京最主要的景點一定要拍，天安門前有一條很大的大馬路，很像台灣總統府前的配置。這一塊就是天安門廣場，我們讀過中國歷史的人一定都會很期待走進去看看裡面的樣子。北京國家大劇院。他的造型獨特又宏偉。這樣的一個畫面，我想是每一個觀光客都會去拍的吧。就像是雪梨歌劇院，有一種地標的感覺。(John)



金閣寺的絕美、泰姬瑪哈陵宏偉優雅、別具歷史意義的天安門，旅者觀看著傳說中神聖不可褻玩的景點，崇敬之心油然而生，也將旅遊觀看帶入最高潮。這些人帶著一種前往某個聖地朝聖的心態，只不過聖地往往只是某個城市，或者某個獨特或重大事件發生的場所

(Roche, 2000; 引自葉浩譯, 2007)。Carpenter (1972) 則表示，旅遊者在實地旅遊時有搜尋以前看過影像的特點「他拍下了跟海報上一模一樣的艾菲爾鐵塔。不僅如此，他還請人給自己拍一張站在艾菲爾鐵塔前的照片。」(轉引自Richard M. Chalton, 1979) 這些一定要去的景點當然一定得留下影像顯示個人曾經親自到達此地，確實擁

有此見聞，這是一種象徵性的紀念品。

就像兒時朗朗上口的「一、二、三到台灣，台灣有個阿里山」，開放陸客觀光後，各旅行社就把阿里山和日月潭列入必要的行程，不管評價如何，他們某種程度代表著真實接觸過台灣。人們希望旅遊時能看到早先知道的景物，世界各地都有這樣的著名景點：巴黎鐵塔、羅浮宮、自由女神、金閣寺、天安門、吳哥窟、金字塔、泰姬瑪哈陵、雪梨歌劇院…，這些眾所週知重要的地標。這些景點都代表著當地文化，有著不可取代的地位，旅遊者帶著朝聖的心情去接受洗禮，也完成了最經典的旅遊凝視。

另外，著名的藝術作品當然也具有絕對的神聖性，尤其在長期關注繪畫藝術的 Jessica 和 LoLo 來說更是意義深遠。

慕夏之窗—全世界最有名的教堂彩繪玻璃，真的好美喔！即便他不是我最仰慕的大師，但是能親眼看到這神聖的作品還是很興奮、悸動的。慕夏之窗與聖維特大教堂相互彰顯提升，它是捷克的國寶。我在歐洲旅行發現世界上能萬古流芳的大多是藝術家，一個城市只要出一個著名的藝術家，永遠都會有人去那裡朝聖，藝術家可以是留名千古並提升城市的。(Jessica)



我曾經站在這個「聖殤」前面哭了很久。這是米開朗基羅的真跡，雕像是在敘述耶穌釘在十字架上死後被放下來，聖母抱著他，聖母看起來只有 18 歲。聖母看著耶穌死亡的軀體，她臉上是很安詳但又很哀傷的，你就會覺得她的哀傷好像就是你的哀傷，你可以完全感受到她失去耶穌時的那個心情。你看到耶穌身上的線條，你就會覺得原來他受的苦是那麼的多。他衣服上的線條是那麼豐富，你不會覺得它是單純的一個作品而已，我很感動這輩子真的有這個機會看到。(LoLo)



安藤忠雄的建築。他把旁邊這條公共的河川的地下都鋪上石頭，他覺得這樣才配得上他的建築，這本來是一條河川，經過設計改建，用有名的清水磚工法築成，它的建築外表完全不貼磁磚，他是這樣整體的建造，一種嚴謹但簡約的建築手法，現在台灣的很多建築都仿造這種蓋法。(Lingo)



除了那些眾所皆知的景點或藝術品之外，還有許多具有時間、空間或事件意義的景物，同樣有著「神聖」的色彩，同樣的也讓遊人趨之若鶩。MacCannell (1999) 認為任何事物都有潛力可以成為觀光凝視的對象，只要有人願意費力為別人指出某物值得注意，或為何值得一看。要讓某個天然景觀或人工物品成為觀光儀式中的神聖物，需要經過一個「神聖化」(sacralization)³⁶的過程才行。透過熟悉當地文化的導遊述說著文化歷史的意義，使得原本看起來平凡無奇、毫不起眼的地板縫隙也顯得神聖不可侵犯。

歷史的鴻溝：地板的一邊是故宮建城時就鋪設的，距今約 600 多年了，地板的另一邊是後來整修的，所以這一條縫隙是一條歷史的鴻溝，是不是很有意義。環繞故宮殿前的水缸：故宮大殿是大部分人熟悉的主要場景，但它在我的心中只是配角，環繞廣場周圍有許多大鐵缸，據說以前是用來裝水的，因為故宮整個都是木造建築，所以他們以前就是用這些水缸中的水來防火的，是古代的消防設施，這是我們平常從電視上看不到的。(John)



我腳下所踩的石板雖然在台灣也到處可見，但是它真的有 300 多年的歷史，想像著帝王、貴族、傳教士、平民、奴隸和現在的我都曾站在這裡，它在那裡被踩了那麼久，多少世代更迭它依然安靜的佇立，是真正的石板



³⁶ 「神聖化」(sacralization) 可藉由下列步驟完成：先將某個景物命名，幫某物裝框舉揚 (elevation)，置入神龕保存，然後將聖物置入機械複製，最後所有景物和景點以聞名稱呼來命名，而產生社會複製。

路。(Jessica)

我和小孩都事先準備好寶特瓶來接「音羽之瀧」，據說這三股泉水各有不同功能，我裝了三瓶「身體健康」的準備慢慢喝，旁邊的日本年輕人都喝「戀愛順利」的，反正大家都拼命喝。這地主神社裡最有名的就是這顆主管戀愛的石頭，摸一下就會愛情順利，我們一定要照一下，照這石頭很有趣。(A-mei)



平常且不起眼的景緻，因為被賦予了意義，而讓人產生景仰朝聖的心境，這具有歷史意義的小路走起來格外恭敬小心，彷彿踩著人類的歷史前進，看起來粗糙破舊的水缸也讓人觀看再三且能引發旅者對過去生活的想像，就連山泉水喝起來都特別甜，心中充滿希望和幸福。許多景點和歷史文物甚至高價流通的古董都是這樣被命名、敘述、褒舉、保存、進而推薦給觀看者而成為不同於一般的、有價值的、神聖的景物。

另外，道地的食物在媒體的推波助瀾之下，不僅呈現色、香、味俱全的誘人畫面，引發美好的味覺想像；更經常以敘事的方式介紹當地食物的傳統地位或歷史原由，故事性的描述引發豐富的文化想像，讓在地美食也具有「非吃不可」的神聖地位。

這就是相撲火鍋，餐廳牆上貼滿了名相撲選手的手印及簽名，據說雞肉丸子都是用力摔過的，湯熬了多久，就像「料理東西軍」演的一樣，吃起來很不錯，吃完感覺特別有力氣。(A-mei)



到京都一定要嚐嘗著名的湯豆腐，我們在嵐山的餐廳點了名聞遐邇的湯豆腐，一上菜大家都安靜了，清澈的湯裡躺著幾小塊白皙無暇的豆腐，切功真了得，方方正正優雅極了，我們恭敬的把豆腐送入口中，無言。幾秒過後阿娟終於忍不住的說：「跟中華豆腐一模一



樣，而且比較小塊，又貴了 25 倍。」雖然如此，還是覺得很有趣，至少我吃過道地的湯豆腐呢。(Grace)

泰國最有名的是又酸又辣的小吃，這個是出來的路邊攤，其實還滿便宜的。好好吃唷！可能因為我們喜歡吃那種酸辣的食物，你覺得路邊攤隨便東西都好好吃喔，餐館的路邊攤的都好好吃，到泰國一定要不停的吃小吃。(May)



我們興奮的品嚐著新疆的「糝粑」和「酥油茶」，才喝一口，大家的動作就緩慢下來了，實在說不出「好吃」兩個字，但是在熱情的藏人朋友前也不好意思放下不吃，只好硬著頭皮吃喝完，也算是嘗試過了傳說中的食物。(May)



尋覓那一家傳說中的餐廳，然後恭敬謹慎的品嚐著帶有傳奇色彩的在地美食，抱著一種入寶山絕對不可空「口」而歸的態度，猶如朝聖一般心情，這也是旅遊中最令人興奮的體驗之一。放眼望去，各種平面或電子旅遊出版品也必定闢有各地美食介紹或飲食指南專欄；旅遊市場甚至出現針對喜好品嚐世界各地特色料理的旅客規劃各式各樣的「異國美食之旅」，以「美食」為主題來滿足旅者的異國味覺體驗。

著名的景點、不朽的藝術品、傳說中的美食…，那些被眾人紀錄過、傳頌過的特色文化當然是不可不去、不吃不可的。拍下這些最著名的畫面，常常是旅者最重要的任務，且不論這些照片是不是能帶來最深的感動，至少它是最具代表性的，證明了旅者看到了「最值得」看的事物，完成了「最重要」的旅程。

4.2.2 異文化驚艷

旅遊是個人前往異地以尋求審美和愉悅為主要目的而度過的一種具有社會、休閒和消費屬性的短暫經歷，其本質就是尋求異地體驗

(周永廣、徐林強、徐吉吉，2008)。旅遊者意識到距離與時空產生的遐想，對於旅遊地的異文化有所期待，體驗不一樣的社會儀式、看到不一樣的自然景觀、嘗試不一樣的飲食文化、不同的穿著、不同的交通工具…。旅者打開心靈、睜大雙眼、觀看著新奇的景物，體驗著不同民族的文化，愈是原出發地社會不曾出現的景象愈是吸引著好奇的異鄉人，他鄉的異文化開拓了旅者的眼界，提供了多元觀看的機會。西藏色拉寺裡喇嘛的辯經、巴里島著名的猴舞還有當地政府精心設計的觀光行程都讓遊客驚艷不已。

一整日時間都在拜訪慕名已久的色拉寺，專門為觀看辯經而去的。年輕僧人逗趣、誇張的表情，玫瑰紅色的長袍隨肢體動作，在風中飄蕩，在一問一答、擊掌間，辯論佛教義理，體悟佛法，在在吸引遊客的目光，快門按個不停，我呢，也不免俗地搶拍畫面。(May)



每天晚上我們都去看傳統舞蹈，這是猴舞，他們很專注很投入這樣的一個舞蹈表演，藉由這種舞蹈來展現他們的文化藝術，也就是說他們也很敬業啦!不管年輕的、老的都跳得十分賣力，而且看起來他們都過著一種很樸實的生活，很能夠知足的啦。(chin)



箱根町政府為了發展觀光特意在鐵道沿線種了一萬株繡球花，到箱根登高要用到三種交通工具：首先，乘著登山火車徜徉林間，沿路盡是盛開的繡球花，沿途一團團的繡球花就垂掛在車窗邊，花團錦簇、目不暇給；到達山勢坡度陡峭處，旅客則乘空中纜車，眺望遠山美景；在山谷間有一個山中湖，遊客們乘著夢幻的海盜船造型遊艇游湖，全程約 25 分鐘，湖水深邃平靜，涼風習習，彷彿置身於夢想中的國度。(Jessica)



異文化的風情、充滿生命力的傳統舞蹈、湖光山色無比浪漫的自

然美景，這些都是旅程中重要且難忘的經驗，旅程中的見聞是很主觀，很個別差異的，照片留住了經歷活動時的感受。Cohen (1988) 認為不同的人需要不同的體驗，旅遊體驗對旅遊者而言深具意義，他主張部分的觀光客重視自身的體驗與探索，他們拒絕旅遊團的安排，希望盡可能接觸到異文化真實面貌（引自葉浩譯，2007）。因此自行安排或暫時脫隊的旅程會顯的特別真實可貴，尤其是那不期而遇的驚喜更是久久不能忘懷。

從機場到飯店一路看到慢慢的飄雪，心裡愈來愈澎湃，我怎麼會那麼 LUCKY，就讓我碰到了，毫無預期的置身在夢寐以求的雪景中，更是驚喜。每一張雪景我都把它留下來，這些是在旅遊過程中遇到最美的情境，滿足我長久以來的期待。我在雪地裡停留了好久不願離去，沒有打雪球，沒有雪中漫步，就是去感受那種美，那天我立刻打電話給兩、三個台灣的朋友，我竟然看到了下雪。(Zou)



這是整個遊玩過程中覺得最有趣的，因為沒看過祇園祭，幸運的遇上了，祭典很熱鬧。沿路的祈福燈籠好像寫著各家族的名字，類似我們這裡的中元普渡，祭拜各路神祇。街上好多人穿傳統服飾，人人手上一把扇子，我們也趕緊鑽進人群去看熱鬧。(A-mei)



那天走過一家飯店前，就突然衝出這群人，每個人都喝了酒，臉都紅通通的，他衝出來的時候第一個就衝向我，我嚇了一跳，又從我兩邊衝過去，我轉身看他們然後就跟著他們跑，原來是他們的冰雪祭，他們拖了一堆冰塊，拖到冰雪祭的地點，拿起水桶往身上潑，接著是一連串的祭冰儀式，我覺自己很 Lucky，能正好觀看到這個在地的祭典。(LoLo)



旅遊者前往旅遊地原本就會帶著對當地文化景觀的遐想和期待，但若能出其不意的體驗到預想外的經驗—全新的經驗，總會認為是幸運之神的降臨。Zou 在旅程中意外與雪景相遇，A-mei 在祇園祭看到了期待中的日本意象，LoLo 面對突然出現在眼前的冰雪祭感到驚艷不已，他們都「超值」的看到了自己心中期待著的景象，大大滿足了異文化的體驗。體驗這種不是經過事先安排的活動，彷彿融入了當地的生活文化，那種感覺有如中了頭獎一般，終究「驚喜」是最令人興奮的。

Sontag 曾說：「攝影基本上是一種非介入的行為。介入的沒辦法紀錄，正在紀錄的人沒有辦法介入」（黃翰荻譯，1997）雖然使用相機也是一種參與的形式，但是在旅遊活動的當下攝影者永遠都只能是一個觀察者。在旅遊活動進行的同時，背著相機的遊客站在一旁擷取瞬間的美好畫面，因為此時他正透過鏡頭專心的在觀看著，成了活動中的紀錄者而非參與者；而攝影者若是親身參與著旅遊活動，那活動當下的狀況卻是紀錄不下來的，任何人都不可能同時是參與者又是拍攝者，因此，親自幫自己拍攝一張真實的、傳神的旅遊體驗照片幾乎是不可能的事。LoLo 在騎大象之前拍了哀怨的大象，紀錄下驚險萬分的經歷；Snowsea 則是請不善拍照的女朋友勉強留下模糊的畫面來紀錄歡樂的夜晚，攝影者無法同時得到親身參與的樂趣和寫實滿意的畫面，旅遊卻只是一種觀看。

那天我們去騎大象，我覺得大象的眼神好哀怨，因為它眼睛眨得很慢，圓滾滾的，看著它就覺得好哀怨的樣子。這個象伙還比較好的，他拿的是竹子，我坐的那個，他拿的是鋼筋條，用來打大象的耳朵，打到皮綻肉開的。我們騎的那頭大象後來突然不受控制，一路狂叫，衝到水裡又衝到草原上，真



的好可怕！我在想那天大象為什麼發瘋是不是他一直打大象耳朵。當地的導遊跟我們說大象的耳朵是沒有神經的，不會痛。
(LoLo)

Cheese 火鍋—自己又上肉餡炸，這一餐最接近我們的口味。我還被叫上去跳舞，我覺得還好，我女朋友一直笑，她拼命拍，但是沒有開閃光，所以都是模糊的。在那裡認識的人不多，外國人也不見得跳得比較好，就是 enjoy yourself，我跳起來比較放鬆，不怕被別人看。(Snowsea)

這些旅遊活動照片無法紀錄下整個活動的歷程，甚至無法擷取到正在進行中的真實面貌，但是照片留下了相關資訊，騎大象的驚險和盡情跳舞的快樂，人類自私卑劣的行為和不同民族的文化差異，確實都透過並非真實當下的畫面被保留下來了。旅者看著照片述說著事件進行的當下，再一次經歷了當時的景況，甚至可以引發一連串內在的反省及感想。

4.2.3 旅途中遇見另一個自己

旅行的社會性意義都源自「越界」「時空轉換」「離開熟悉」、「進入陌生的中介區域」的這個動作，旅行的樣貌之一是：暫時離開現狀的活動。國外旅行的吸引力，來自於他能帶給旅行者一種空間轉換的感覺(莊麗薇,2006)。旅遊是人們主動且愉快規劃參與的活動，參與旅遊活動除了個人需求、喜好的選擇外，旅遊本身更有一層「背離常軌」的意義，旅遊打破日常生活的標準程序，離開平日工作和居住的地方，從中得到不同於日常生活的新鮮及刺激感，展現出旅遊無限的魅力。旅遊作為一種有限的離軌，只是暫時性的與日常生活切割，在旅遊時做一些平常不會也不敢做的事，就是要「不尋常」的經驗，作為一種安全的能量釋放方式。

大家一起打麻將，去玩可以放縱一點，牌桌上還有啤酒。去旅遊，連對小朋友都會放鬆一點，家教就沒那麼嚴，會偷偷給小孩喝啤酒，自己也會偷偷喝一點，因為我的肝生病過，這是在台灣不會做的事。(Light)



我在 kuta 海邊編了個黑人頭，很酷的，度假的那幾天我就這樣頂著滿頭的小辮子，學著外國人不穿內衣，單著寬鬆的衣服，走在街頭有一種很解放的感覺，好像是另一種文明，不受拘束的生活著。(Grace)

在國內我可能是一個謹慎、安靜的人，出了國就很放得開，就比方說，在國內我從來沒有去做過 SPA 按摩，去國外有這種安排，我好像也可以接受，要先洗完澡幾乎赤裸被按摩，這是我從來沒有過的經驗，嘗試之後也覺得滿好的。(chin)

六、七十年代出生的台灣人，還是受著孔孟思想為主軸的教育價值長大的，表面行為的遵循模式，在複雜的人際網絡裡，嚴謹的社會框架中，大家都盡全力去滿足職場上要求，扮演好家庭中的角色，日復一日，慢慢的忘記了童年的夢想，遠離了年少的輕狂，就是要盡責克己讓所處的環境「正常」運轉。旅遊時可以暫時遠離那些「應該」的規則及責任，拋開框架，做一些平常不會去做的事，健康及道德的束縛都暫時鬆綁了，來一點不一樣的感受，當一下不一樣的自己。

Bakhtin 的「狂歡節」強調人們擁有「笑」的至高無上權利，將意識從官方的世界觀控制下解放出來，用新的方式去看世界（吳宗昇、郭淑玲，2002）。新迪爾凱姆學說的「反常態」也談到旅遊客源地高度緊張和壓抑而產生逃避心理，旅遊使人擺脫日復一日的生活模式，暫時逃離而投入一種全新的異文化環境中，藉以擺脫束縛、顯露本我。旅遊不同於日常生活的特性正好可以滿足人們內心的反叛及彌補，探索旅遊者的生理、心理及行為。

我們一票女生出去旅遊，會做一些平常不敢做的事，例如穿很短的短褲在街上閒晃、亂丟垃圾、當街唱歌狂笑、還會裝帥抽假煙，這些都是平常不敢做的事，平常要顧及社會形象，行為要端正，旅遊就可以暫時解放了，在沒有人認識的地方偶爾做做另外一個人，覺得很爽快。(Grace)

到泰北我們參加一個三天的 high team，針對外國觀光客的健行 tour，嚮導帶你住在山中的高腳屋，有一個婆婆問我們要不要嘗試…那天晚上我們就躺著試了一次，因為我們不會抽菸，老實講我沒有感覺，可是那味道蠻香的，後來才想說為什麼有人會上癮，鴉片味道蠻香的…放鬆的…我覺得我們不是放鬆，我們是 too excited 我們是很…就很愉快。(May)



和老外一起去夜店，在台灣我從來沒有上過夜店。他就點那個很大的雞尾酒然後請我們四個女生喝飲料，我們就聊天，說笑話，去舞池動一動，但是就覺得很快樂，我們覺得他們真的很 nice，在台灣自己不可能這樣玩，也不會想，也沒有伴，度假的心情很閒適啊，反正也沒有人認識妳，What ever you do? What ever you play? 這就是旅行的樂趣。(Zou)

旅行時因為時間和空間的轉換，進入 Turner, V 和 Turner, E (1978) 所說的「中介迷離」的狀況中，旅者希望能夠暫時忘掉規律生活中的煩惱，暫時地抒解壓力、放鬆心情，盡情放縱歡樂，Gottlieb (1982) 甚至認為人們在度假時所真正追求的剛好是生活的反面。在這幾個擁有高學歷從事文教工作的女性受訪者興奮的陳述中，抽煙、上夜店、吸鴉片，這些在日常生活中離經叛道的行為，發生在脫去形象枷鎖、隔離人際網絡的旅遊歷程中，竟然是那麼的新鮮有趣，彷彿是特別的、珍貴的人生經歷。

Inglis 認為快樂是感覺和當時擁有的時空經驗中最佳的聯繫，在一時滿足的轉換當中，忘了自己是誰、身在何處，這是許多人在人生中尋覓、渴望獲得生命活力的方式 (鄭宇軍譯，2002)。旅程中旅

者大膽把自己釋放出來，脫離固定的步調，越過安全與熟悉的界線，大膽嘗試未曾探索過的境地，體驗未曾經歷過的風情。旅行揭開了我們個性中隱藏已久的簾幕，剝掉層層形象的外衣，自我探索與發現，旅行讓我們重新界定自己，自己與他者的關係。旅遊過程中的旅遊體驗與日常生活經驗的交互作用，旅遊時離軌的自我與日常生活中的自我交互影響，內在心靈及外在行為都因為旅遊而進行調整。旅行，讓旅者觀看到多面向的自己，跟好多個自我相遇。

4.2.4 充滿美感的旅程

「閒」是心情的放鬆，心閒才容易回歸自己；「散」是心理結構的拆除，物散才容易透見對方。美感總是發生在身心悠閒無事之中，而美感對象也總因他出現得不尋常（曾昭旭，2005）。旅行正是處於一種輕鬆閒散的狀況，放下了日常生活中的習性及慾望，對事物的看法也不再執著於主觀或客觀的分析判斷，我們的感官在閒散的旅程中霎時敏銳了起來，視覺、聽覺、嗅覺、氣候、食物……等，所有的感覺都變得不一樣：紐西蘭的山光水色、捷克的夜空、日本的櫻花，是大自然給予人類視覺最高的享受，旅者拿起相機。

紐西蘭的美好風光，去過紐西蘭的話哪裡也不再想去了，因為太漂亮了，整片都是綠，美麗的花，天空好藍，人間仙境一般、鴨子、美麗的房子。看起來真漂亮，房子很整齊，他們的房子都有在整理，不像台灣亂七八糟。（Hong）



經典的歐洲露天咖啡店的感覺，有梵谷畫作的味道，這就是梵谷的天空。看到這樣的顏色就知道他真的是按照原來的顏色畫的，這個時候已經晚上7、8點了，整個天空都是寶藍色，非常的美。我覺得那個天空讓我很難忘記。（Jessica）



這裡好像人間仙境一般，到了下午雲霧一直飄過來，整個湖面看起來非常朦朧。那空氣中的霧氣讓你置身在虛無飄渺間，心情相當的舒暢。還有水中的倒影，涼亭和山林都倒映在水中，像一幅畫。(chin)



當下看到那麼多櫻花其實我是被感動到的，所以我一直不停的拍，就是美到你會覺得說，喔，真是太美了！整個心滿滿的，盛開的、還沒有開的…，反正美的事物是不需要言語的。(Zou)



東歐很多地方看起來都像一幅畫，我有想過，相機和攝影機我會選擇相機，因為很美的鏡頭它就凝結在那裡，奇妙的就是那個凝結的瞬間。在整個旅程中我都在想一些事情，但那是屬於心靈層次的，很難在這裡把它講出來，我只能說，這一趟旅程，心靈的感受非常的美。(Jessica)

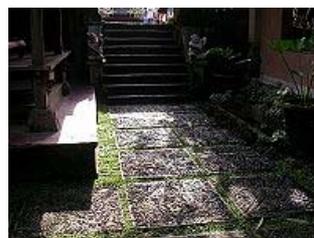


Benjamin 在《迎向靈光消逝的年代》一書中曾提及，即使是最完美的複製也總是少了一樣東西，那就是藝術作品的「此時此地」，獨一無二的現身於它的所在之地（許綺玲譯，1998）。美好的自然景象仿若藝術品，有幸置身在如仙境般的美景中，乍現的「靈光」讓人感動不已，那稍縱即逝的靈光只有相機能讓時空停駐、凝結，這正是 Barthes 口中的影像「沉思性」，任視覺停留、一再觀看。異國的风光是那樣迷人，連天空的顏色都那麼豐富且浪漫，身為一個藝術欣賞者，親眼見到那實際景物猶如看到原作的感動，瞬間與梵谷看到了畫家眼中的美景，感受到畫家心中的悸動。人在旅遊的狀態下心理狀態放鬆便更能看到體會到平日視而不見的美感。除了自然的美景之外，歷史故居可以讓人發思古之幽情，精緻優雅的咖啡廳也可以猶如置身於夢幻仙境一般，甚至是陌生人的一個微笑，處處充滿俯拾即是的美感。

這是李白故居，它是後面整面巨石通通刻上李白的書法作品。難怪李白可以有那麼高的文采，因為他的故居非常的大，站在這裡你就會有那種幽思情懷，在那樣的氣氛、在那樣的空間裡，裡面非常的幽靜，蟲鳴、鳥叫、蝴蝶飛，可以給你很多的靈感去寫作。(LoLo)



我們去一家咖啡店喝下午茶，一走進這家店，立刻感到非常幽靜，從外表看看不出這是做生意的地方。這地上的這些石雕，旁邊還襯著一些小草，走在上面好像進入到另外一種意境，像仙境一般。那一天下午的陽光、小徑，潔白的浮雕…，我覺得有一種魔幻的感覺，我好像進入到世外桃源。(chin)



廣場上正好有一個節慶活動，踩高翹的人對著我微笑，你看朋友的表情多好，踩高翹的人看著我微笑的樣子多帥。整個畫面像構圖過的，觀眾和表演者的相對應，踩高翹的人是看著照相的我，他的微笑多麼的美。(Jessica)



Alder (1989) 認為雖然視覺意象的旅遊經驗跟文化社會的物態有一定的關聯，但是景物觀賞在旅遊儀式中並非全然佔最重要的地位，其他感官在旅途中所知覺到不同類型的訊息也是十分重要的。透過照片的觀看，直觀的當然是視覺構築而成的景物，那具體而美好的景象讓旅者再三回味懷念不已。奇妙的是在旅程中拍不下來的樂音、膚觸、芳香…，卻也因為影像而保留下來，所以視覺重現的同時也召喚了旅者的聽覺、觸覺、嗅覺等無形的、美好的記憶。

博物館外掛著風鈴，微風伴著風鈴聲……，風鈴的聲音，常常會吸引我，在巴里島處處都聽得見。眼睛看著風景的時候，同時也會聽到各種美妙的聲音，像這個風鈴的聲音，就很特別！依照風的大小會產生不同的節奏，我覺得心情就是非常愉快，想到巴里島就想到風鈴的聲音。(chin)



那一次的旅行，我們一路都在唱歌，歌聲灌滿了整個旅程，好幸福喔！每一次看到照片，那個歌聲就進來了，啊！青春的歲月。(Grace)

我真的實現了這個夢想，櫻花盛開的時候我在哲學之道散步，風輕輕的吹，櫻花就飄落在我的頭髮上、肩膀上。我安靜的、慢慢的走了兩個小時，然後黃昏了，那個感覺非常的美，非常的幸福。(Jessica)



透過旅者的敘說，旅遊移動過程中一直如影相隨的風鈴聲、歌聲，微風吹拂過、花瓣輕觸過臉頰、髮梢，透過凝結的影像召喚出那一路上連續不斷的、綿綿密密的聽覺與觸覺，旅遊影像再現了旅遊歷程中流動的樂音、輕柔的膚觸、幸福的感覺……。

曾昭旭(2005)曾說：「美感的關鍵不在美那邊，而在我們人這邊。因我們的心靈被各種感官、思維、經驗、成見的習慣模式所遮蔽了，所以才有眼無珠，美明明在眼前卻渾然不覺，美感心靈澄澈明白便能照見天地之美。」旅行時只因為「心」鬆了綁，換個角度觀看世界便會看到不同的景象，即使在尋常景物中，仍會感受到非比尋常的美好。在旅程中不斷的去發掘一些美的畫面和懷古的情懷，印證著過去的憧憬，觸動美的情懷，美的瞬間在照片中、在腦海裡凝結，美的記憶飽滿了心靈。

4.2.5 旅途人物特寫

旅遊歷程中的觀看除了自然景觀、名勝古蹟、藝術名作、奇風異俗之外，「人」也是旅遊的重要部分，旅遊必定會與人群接觸，旅程中與他人的關係有動態的相處，也有靜態的觀看。Zikman 曾說：「旅遊就是人群」。從啟程的那一刻開始，飛機上、火車上、巴

士上；活動、吃飯、逛街，無一不與他人產生接觸，即便是個人成行的自助旅行也是一樣。旅遊的樂趣與旅程中接觸到的人有絕對的相關，好的同伴常常是旅遊是否愉悅的關鍵，通常有了志同道合的友伴同行，旅程中彼此情感交流、相互照顧，旅者在愉快的心情下滿載了愉快的記憶。

很難得一堆人晚上一起坐在海灘上邊聊天邊吃東西。那天月亮很大又很亮，月光照在小路上，我們一路走過來坐在這個長椅上，大家聊天說笑的氣氛真好。這張更熱鬧，幾乎全部的人吃完飯都跑到這裡來，玩牌啦、下棋啦，每個人都很盡興，很享受這一段時光，我看到的是他們自然天真的那種表情，大人小孩都一樣真的是很放鬆、很享受這種旅遊的生活。(chin)



我覺得旅行有時候是這樣的，就是天時、地利、人和。有時候風景沒有那麼吸引你，但是你跟到對的人，我們真的覺得我們這一趟行程的partner是讓我們最懷念的，最主要是這些老外，相處起來很有趣。有些老外是傲傲的、冷冷的，然後不想跟東方人或亞洲人打交道。

(May)



旅遊時人際之間的互動亦不同於日常狀態，旅遊者與朋友、同事、家人，甚至是陌生人，會形成各種方式的互動，自我與他人間的相處方式及狀況也發生了改變，某種程度鬆懈了人際的警戒與防衛，就在那個地方，那個時間，那份友誼使我們的生命更加豐富。在旅途上我們的情感動機似乎變得單純，為了交朋友而交朋友，對友誼有信心，能用心傾聽也能侃侃而談，享受那單純且短暫的一旅途中的友情。試問：如果彼此是在家鄉相遇，還會如此相談甚歡嗎？旅遊時帶著輕鬆的心情，似乎更容易感受到善意，這樣的感動會在整個旅途中延續。

賣馬油的老闆。通常我喜歡跟當地人合照。我們在那裡吃午餐，賣馬油的老闆很熱心的介紹各種產品，他一直都很 High，與他交談的經驗很有趣，我通常會與當地的人聊天互動，每一次的旅程都會遇到可愛的陌生人。(Zou)



我們從金巴蘭搭計程車到 Kuta，沿路跟那個計程車司機用青澀的英語交談，反正我們原來又不相識，從沿途景觀到宗教、文化都胡亂聊一通，臨下車時熱情的合影互道再見，再約好下一次的行程，那一個經驗很有趣，令人難忘。(Grace)



那天我們剛好隔壁有個老外，跟我們共用一個陽台，我們用破英文加上比手畫腳和那對 couple 從黃昏聊到半夜一兩點鐘，還跟他們約好隔天清晨要一起去看日出，退房時互留了連絡住址，雖然回國後沒再連絡，但也是特別的回憶。(chin)



旅途中我們打開心胸，接近人群，認識新的朋友。我們準備好要迎接短暫的友誼，而不是必然性的友誼（汪芸譯，2001）。因此我們超越了國籍和來處，超越了語言和文化障礙，真心誠意、天南地北的分享著生活經驗與認知價值。旅程中偶遇的有緣人，充滿新鮮及浪漫。因為顧慮不多，所以友誼短暫、單純且讓人回味，就像天空中偶遇的雲朵，在稍縱即逝的瞬間，誠懇坦白的交換意見；因為不再相見，無須常態性相處，剎那產生的美感更易凝結成永恆的記憶。我們在旅程中觀看著陌生人，思考他們的行為價值，有的時候也能得到感動或啟示，LoLo 和 May 就將旅途中偶遇的事件用照片紀錄下來：

在我們到之前有一個台灣客把錢包丟在幸福車站的一個攤販裡，老闆是一個老奶奶，她很努力的問每一個經過的台灣旅行團認不認識之前那一團，後來我們導遊就聯絡到了，那個包包裡放了很多的現金，現金都沒有少，這讓我覺得日本人一點都不貪，品德很高尚。(LoLo)



我在西安的時候涼鞋壞了，我就去補鞋，這個媽媽很年輕，先生在一旁無所事事。我本來只是想請她幫我黏，她說要縫起來比較牢固。這是一個賢慧的媽媽，每縫幾針就說感謝主、感謝主、把你們…，我在大陸還沒有遇過一個這麼虔誠的教徒，那時窗外正好在她身後灑下一片陽光，啊~很漂亮，我覺得滿感動的，還是有很多純樸的人。(May)

誠實的老奶奶有著高尚的情操，不厭其煩一團又一團的詢問，為了將皮包歸還異國的失主；虔誠的補鞋媽媽，一針一線細細的縫補鞋底，謙和任勞的扛起家計。旅者不期而遇的觀看，對偶遇的平凡小人物，偶發的小事件去體會不同的人生境遇，學會滿足與認同自我，並珍惜自己所擁有的一切。這些原本毫不相干的陌生人，他們純樸的生活模式，溫暖的對待方式，成了異鄉難忘的形象。

日本的每家飯店在旅客要離開的時候通常都會有服務生在外面 say 沙叻娜拉，我到每一家飯店都有拍，都從車上往下拍，兩三個人，他們都很專業，你要拍，他們會配合，再彎腰鞠躬 say good-bye 一次。飯店的服務生很專業的來 say goodbye 你看到他也會覺得很高興，覺得自己是受歡迎被服務的，有溫暖的感覺，拍下來留念。(Zou)



這個是洞爺湖的飯店，我覺得他們對待客人的方式就是非常的周到，他連你的心都照顧到了。我們出來時，他們經理舉著大國旗，我坐的位置看不到，只有拍到這裡。Say goodbye 時他們出來舉著我們的國旗。出來時一個一個



跟你鞠躬。上了車後他們站到外面來跟你說 bye bye，會讓你覺得帶著中華民國的身份出來也是一種榮耀。(LoLo)

日本是一個以營造優質的旅遊服務著稱的國家，旅遊業者用心的安排規劃一連串旅遊行程，服務人員細心執行，讓到日本旅遊的遊客們感受著尊榮獨享、賓至如歸，對旅遊留下友善親切的印象。二十一世紀服務業發展蓬勃，消費者意識抬頭，旅館或度假中心的服務品質在旅遊的整體感受上佔了相當重要的位置，旅客總期待著誠懇的服務態度，尊榮般的對待，對於旅遊歷程中「被服務」的體驗也常常是旅遊者關注的焦點。

旅行改變了我們的思考方式，連說話、吃飯、與人相處的方式都不一樣了，我們看到世界上有許多不同的人們有著與我們迥異的風俗、信念、價值及生活方式，我們學著去接受、欣賞、學習其他人或其他文化，旅途中的觀看及體驗呈現著人性的多元化。

4.2.6 鏡頭下的反思

隨著身體跨越了疆界，時空產生了轉移，使得旅行者的精神意識產生流動（紀心怡，1997）。旅途中的食衣住行、停佇轉移，旅者著眼在「他者」的觀察，連結起自我價值系統及日常社會的記憶，於是一連串的思考與反省不斷的衝擊著。

Zikman 說：「我們尋找自己熟悉的東西，把這些東西與那些東西畫上等號，我們加以區分做出對比，食物、場所、人、氣味、自然景觀。」(汪芸譯，2001)一般的旅遊的行程通常都是事先經過安排的，旅行者在行前會上網搜尋、閱讀、詢問或參考相關資料，對尚未真實經歷的旅程充滿遐想與期待，這類的旅者一但到達目的地之後便會不停的去比對、印証，雖然是異地，但是彷彿看到熟悉的景物。接受訪

談的多名旅者都曾將旅遊地的見聞與自己家鄉的景況類化比較，省思原生社會的現況，澄清價值，產生新的想法。

馬來西亞的牌樓，每一個牌樓造型都不一樣，台灣都像廟的樣子，沒有人家的漂亮；他們的天橋和涵洞也都會裝飾得美美的，不像我們都貼廣告布條或標語，他們很少有教育宣導的東西，比較重視視覺的美觀。

(Light)



西陣織會館的專業示範，每一部機器由一個專業師傅示範，貼上人名及工作步驟歷程，很尊重示範者，將他提升至藝術家（達人）示範的層級，實際操作示範者有一個特別的位置，這在我們台灣是沒有這種地位的，日本給民俗技藝者崇高定位，對民俗藝人的尊重，只有先自我看重才能受到他人尊重，而這是技藝的保存與流傳的關鍵。(A-mei)



在渡河遊輪中的巴士，我們一路都坐這一台巴士，在德國，大巴士時速絕對不能超過100，哪怕是超過1公里也要罰。而且沒有任何理由。所以他們的車速都有鎖定，絕對不會超過100，看到不一樣的民族性。(Snowsea)



暑假中的河北大學人去樓空，學校每一個門都貼封條，我的疑問是：這到底有沒有效，不是鎖著就好了嗎？貼封條可能有權威性的象徵意義，在共產國家的威權還是有某種程度令人屈服的，當然也是要看是誰來封的，哪個單位的權威感很重要，不知這是不是就不需要保全了。在台灣可能就沒人理你。(John)



封條到底在透露出什麼訊息？是共產社會國家體制的權威展現？抑或是教育機構具有的崇高地位？是人民守法安分的表徵，社會的道德及價值？反思台灣的社會現狀，民主社會，法治概念模糊，一

道又一道的鎖，到處裝設了監視器，東西還是照丟，公家機構亦然。這樣的做法在台灣簡直和夜不閉戶差不多，大同世界呢！俗語說：「行萬里路勝讀萬卷書」，真實的見聞觀感比閱讀能引發旅者的直覺震撼或深刻反省。觀看異國的景緻對照於家鄉的日常生活文化，受訪者都以興奮的語氣激動的陳述著異國的見聞：街道上的景觀、傳統文化的專業形象、他民族的守法精神，在旅者的心中醞釀發酵著，新的觀點及價值悄悄萌芽，對於自己原生社會的種種現象批判、檢討，進而成為美化改善的力量。

Urry曾在1996年提及旅遊的懷舊情感，旅遊時能從之前以為熟悉的事物上見到不熟悉的一面（葉浩譯，2007）。在異國，觀看他者日常生活中的平凡小事、諸如食衣住行一類的事，然後發現同類的事物竟有不一樣的型態樣貌，旅者常會因為洞察到某些巧思而興奮不已，這既熟悉又新奇的事物最能引起旅者的關注及討論。日本與台灣幾乎是半同文、半同種³⁷，在文化表象上相似度甚高，日本人與台灣人外表難區分，地名、用品中的漢字台灣旅客至少能猜對一半，加上媒體的推波助瀾，台灣的時尚流行大部分也都是跟著日本的腳步，台灣社會產生了大量的「哈日族」，受訪者中半數以上都曾經去過日本。日本意象完全符合了既熟悉又新奇的趣味原則，在許多可類化的觀看和思考下，日本經驗特別能作為台灣的借鏡。

看到跟台灣不一樣的東西，就是我旅遊想要追求的地方。這火車裡面的看板好特別，有專人在換這些海報，火車一停就看到有人拿著小板凳，一個個就勾又、勾又、勾又，然後就換、換、換，一下子就全部都換掉，好迅速！很佩服他們的這種工作態度。
(Zou)

³⁷ 大和民族起源於中國的唐代移民，台灣人則大多是明清時期的大陸移民，外表差異不大；而日本的地名幾乎都是以漢字書寫，字型多半與繁體中文相同，對台灣旅客而言辨識容易。

完全沒有去過東京的我，坐車時是充滿安全感的，因為車子前方有電子看板，紅色的線條隨著車子前進，看圖就知道你到哪裡了，我不會怕我看不懂或聽不懂日文而迷路，顏色的標示也讓你不會坐錯車，而且他們時間都很準的，連那種很 local 的鐵路，他告訴你幾分到就幾分到。這個國家的空間讓你覺得安心。我覺得很欽佩日本人，在日本旅行就是讓你會感動，日本人真是不可思議。(Zou)



『惠比壽』這條兩公里長的「透明輸送帶」，旅客舒適的站著觀景就把你送到一個 shopping mall，他們就想辦法把你運到那個地方去，空調的空中走廊，你完全不用走，站著就能瀏覽風光，你看人家看待觀光是這樣用心的，不像我們都只在嘴上說要拼觀光。(Jessica)



濱海的火車坐起來很好玩，因為每個人都可以看海，這邊的火車就很人性。他就特別設計這樣的火車，讓你這樣正面看著海，你就會覺得很特別，我們花東線的火車應該也是可以這樣設計的。(Grace)

上述的三位受訪者都曾經多次前往日本自助旅行，從他們各自不同的旅遊行程中看到了相同的旅遊感動，那就是整潔方便的服務設施、貼心週到的服務品質，似乎日本人總是早一步為遊客想到他們的切身需要，給外國旅客充分的安全以及信任感，Julin 還語帶慚愧的說：「我本來是仇日的，後來有些媚日」，由此可見，旅遊地意象的強大力量，而日本的觀光品質也是值得旅遊相關單位去注意的。對於定點的觀光度假，有多次巴里島自助行經驗的 Chin 也提出他的看法。

這家飯店裡面，隨處都有躺椅、發呆亭、露天沙發…。看起來就是要讓旅客來這個地方休閒的，坐在發呆亭喝杯茶，感覺真的很好，就算你哪裡都不去，光在他們的飯店裡頭也能夠感受那種每個細胞都放鬆了，很休閒的…。我們國內的旅遊飯店好像並沒有太多這樣的這



種設施，使用起來也沒那麼自在，在國內的旅館就是沒辦法這麼放鬆。(Chin)

在國內旅遊所居住的度假飯店，常感覺不出進去以後有什麼休閒的感覺，我們是要去那邊度假的，但是卻沒有讓旅客感覺到放鬆，倒是好像是要去那裡裝高貴的。此外，在台灣的度假飯店都有一種被觀看的壓力，花了錢去住宿原本想放鬆，卻又得擔心自己的表現合不合宜，尤其一些五星級大飯店以高雅風格自居，服務人員的略帶監視眼光更讓人不舒服，飯店對待外國人和台灣人似乎也有些大小眼，本末倒置的把輕鬆悠閒的度假當作一種高貴文化在操作。

旅遊提供一個實際接觸異文化的機會，某些由傳播媒體教育而形成的固有印象因親身的經歷或觀察而能從不同角度的去思考，甚至產生新的看法。

在西陣織會館裡遇到一群大陸學生，見識到他們驚人的消費能力。日本的東西那麼貴，我們都嘛意思意思買兩三樣小東西，他們一群十幾歲的小孩，都一開口就一系列或幾打幾打的買，太讓人震驚了，一付暴發戶的樣子，跟「大陸尋奇」的畫面差太多，後來一路遇到的大陸客都差不多如此，大陸真是不可同日而語。(A-mei)

我們導遊是穆斯林，是一個非常和氣博學的人，謙恭有禮。在參觀清真寺的時候我們請他示範禱告儀式，他虔誠的跪了下來，雙手合十的向阿拉禱告，我們都感受虔誠的氣氛，四周寂靜無聲，導遊的臉頰留下兩行清淚，我當時真的深受感動。看著滿室的虔誠教徒，他們怎麼會是西方世界口中的恐怖份子，在埃及，我遇到的穆斯林都是那麼和善虔誠。(Lingo)



九一一事件之後，西方的媒體總是報導著「殘暴凶狠」的恐怖份子攻擊著「善良無辜」的美國人民；毫無理性的伊斯蘭教徒正躲在角

落伺機報復文明理性的西方世界，破壞西方人們的幸福生活。在西方主流媒體的教育之下，回教世界的人們似乎等同了「聖戰復仇」的形象（引自林倩綺教授 2007. 9. 22 文化旅遊課程）。Lingo 與穆斯林導遊近身相處十幾天，完全扭轉了原本對伊斯蘭教徒的刻板概念，尤其在他看見虔誠禱告的瞬間，時間凝結了，空間靜默了，那樣的感動深深的刻畫在心上。A-mei 對大陸遊客「血拼」的觀察也大大的改觀了台灣媒體所呈現「古樸」、「貧窮」的報導，大陸經濟的迅速竄起確實表現在大手筆的旅遊消費上，一直以經濟發展傲人的台灣人突然有了訝異和沮喪的感覺。在移動的過程中旅遊者解構了對「他者」的刻板印象，同時解構了文化及國界的真實性現象，移動中在去疆界的狀態下遇到他者，眼見、心想，思考著自身既有概念的真實性，檢討反思，增進文化的包容性。旅遊，讓人更樂於思考，讓人更謙虛。

有兩位受訪者延伸出國的美好經驗，開始假裝自己是國外觀光客放空自己用心的去體驗國內旅遊活動，發現台灣其實是十分美好的國度，交通及觀光設施也一應俱全，在一些經典景物前拍照留念，畫面竟也如此美好。旅遊，端看你以何種心情出發及看待，換個角度，細心觀察，即便是生活週遭熟悉的地方，也會十分美好。

當我一個人背著背包以固定的步伐走了一個有點陌生又有点熟悉的地方感覺都非常好，最近我想要造訪鹿港或美濃那種有台灣古味的懷舊小鎮，因為我的年紀漸長讓我越來越懷舊，那些地方還保留著一些我們小時候看到的情景，所以覺得很喜歡，台灣在地的建築與文化還是很值得一看再看。(Jessica)



這一張是在台北淡水的捷運站，我覺得我每次出國去，人家的公共運輸很特別我就會拍照，可是回頭想想，我好像沒有認真拍過台灣的，



於是我跟朋友去台北看表演，我們就特地去了淡水，就想要自己當一個真正的台灣觀光客，於是在捷運車站到處拍照，其實台灣很多地方也不輸國外，改天我到國外的時候就介紹台灣，讓他們知道台灣也是非常好玩的。(LoLo)

Derrida 在空間理論中提出：唯有去突顯空間的自身缺席，空間才有可能發生（引自紀心怡，1997）。旅行為城市生活延伸出另外一種「他處」，透過他處的空間，進而開啟不在場空間的可能。以旅遊地作為一種他處，離開台灣再從他處看台灣，更能感受到台灣的好，進而產生自我認同，旅遊常能藉由「他者」看到自己。在多次的國外旅遊體驗後，旅者回過頭來認真的看一看自己成長的土地，發覺自己其實早已生活在一個便捷舒適的空間裡，只要能擁有旅遊的心情，細心去品味，敏銳的去感受，故鄉尚有無數的景物文化等待旅者去體驗探索，LoLo 和 Jessica 就發現「故鄉月正圓」。

照片能表達旅遊體驗，也能引發觀看者的旅遊期待，「旅遊—拍照—觀看」形成了一個詮釋循環；旅行出發前的各種資訊，尤其是圖像資訊誘發了旅遊動機，旅者期待能看到詩意畫境般的美景，體驗想像中精采豐富的活動，而旅程進行時所擷取的片面「精采」畫面又成為下一個誘發旅行的因素。在旅程中，旅者不停的按著快門以朝聖般的心情拍下著名的地標景物、風情獨具的經典異文化儀式、景物、活動；不管是經由視覺、聽覺、觸覺、嗅覺或味覺所誘發的美感、愉悅氛圍，旅者都盡可能的用相機把它們拍攝下來，有形的圖像中記憶著無形的感受；在拋卻束縛羈絆的旅程中，因為空間轉移、旅者心境轉換，旅者嘗試著前所未有的放鬆享樂，享受著放縱的快感，暫時背離常軌中的自己，也因而意外的遇見另一個被壓抑隱藏的自我；旅行旅程中偶遇的人、事、物，從接觸觀看到感受思考，點點滴滴的帶領著旅者從不同角度去看待事物，進行更多面向的思考，進而反思日常生

活習以為常的「正常」，澄清價值，產生新的想法，甚至著手進行改善。旅遊的見聞開拓了視野，增加了文化的包容性；促成旅者的內心觀看、虛心檢討，也構築了旅者的新思惟。

4.3 論攝影

攝影是旅遊文化的重要元素，更是現代旅遊者最常見的、最重要的行為之一。攝影能表現旅遊，觀光客常常要拍張照片才上路，拍照是讓觀光客停下腳步的理由。旅行成了一種累積照片的策略，也是一種將個人記憶商品化並私有化的手段（West, 2000）。自從攝影被廣泛運用以來，對於被攝影者的尊嚴、隱私、平等、公正等爭論便不曾停息（劉丹萍、保繼剛，2006）。旅遊者藉著拍下瞬間影像去滿足隨心所欲的觀看，無視於當地人的感受，攝影的霸權是否對當地造成了干擾？而這些精心設計搜尋的鏡頭，或是不期而遇的經典畫面是不是真的觀看到了、捕捉到了旅遊地社會文化的真實面貌？影像的背後蘊藏著哪些不同於表象甚至矛盾衝突的現象？而數位攝影的問世也某種程度改變了旅遊者的攝影行為，人人手持相機，喀嚓、喀嚓的按個不停，旅遊地的整體氛圍是否真的體驗感受到了？面對垂手可得的、巨量的「機械複製景物」，其旅遊地的神聖性是否也因之而消弱了？本小節著重旅遊者複雜多樣的拍攝動機與行為做以下的討論。

4.3.1 隨心所欲地拍攝

照相機、攝影技術的出現，全面改變了人類觀看與被觀看的方式，二十世紀的攝影者對任何地方、事件和景物都有興趣。而數位相機的問世更加劇了旅遊者「無所不看、無所不拍」的攝影行為。多數旅遊者享受著旅行時隨心所欲地拍攝照片，但照片不只表達了客觀的

真實的世界，也呈現出受著知識和信仰影響的主觀觀看模式。

攝影是以某種方式將被拍攝的影像佔為己有，這是一種權利與知識的關係，攝影者馴服凝視對象（Albers and James, 1998）。旅行時，隨心所欲地拍攝照片是多數旅遊者最大樂趣，甚至被多數旅遊者認為是他們固有的權力（Albers and James, 1983; Mellinger, 1994）。Susan Sontag指出：攝影與窺淫³⁸一樣，巧妙地鼓勵正在進行的事情繼續下去。拍照，意味著對事物保持不變的面目發生興趣，並把一切能使被攝物件產生吸引力的事物表現出來。相機是人的知覺用來存留視覺狀態時最理想的武器，「至少要拍到一張好照片」是每個攝影者的趣味，這種有趣甚或包括一個人的痛苦和不幸。Laxson（1991）指出西方白人旅遊者到非洲或者印第安人保護區進行旅遊時，往往具備心理優勢，將當地人或景物當作純粹的消費對象看待，盡情的拍攝行為物化了當地的人民及文化，對異文化的既定概念及中心主義心態在整體的旅遊過程中產生無形的影響。旅遊者使用各種技巧：欺騙、偽裝、等待…等，就為了擁有一個自認為不同於他人，得意且雋永完美的畫面。攝影者以自我的需求選取各種角度恣意拍攝，呈現出旅遊者與接待社會間的權利不對等，這種攝影者的霸權常施加在經濟較弱勢的旅遊地區。到東南亞和中國內地旅遊的Zou和Lingo就如此說：

其實人物也很重要，尤其是當地的人，有特色的人就很重要，像市場的小販、屋簷下的老人、還有純真的小孩，我一路都一直拍一直拍，寧可錯殺…就是寧可多拍不可少拍。（Zou）

騎三輪車的老伯伯，你看他的衣服和載貨的三輪車，夠 local 的人吧！我拿起相機等待，假裝要



³⁸精神分析法的創始人佛洛德(Sigmund Freud)的理論中有一個所謂“視淫”(scopophilia)的概念，指人們通過窺視色情場景而獲得愉悅感。

拍的樣子，但是並沒有拍。我就在等他好奇回頭，他果然很好奇回頭看，我就把他拍下來。能夠拍到這種照片就很爽了，很自然！他沒有擺任何 pose，一看就知道是當地人，不是那種給觀光客拍的。(Lingo)

我們到了松藩古城，我偷拍了許多張當地人的日常生活：像這張在樹下睡覺的攤販以天地為家，睡得多愜意；這張趴在路邊睡覺的攤販隨遇而安，也是一種幸福，這樣的照片最能看到當地生活的樣子。(Lingo)



攤販、老人、小孩以及為生活努力奮鬥的人們，他們面對生活的勇者形象可能是攝影者最佳的題材，但是未經同意的拍攝是否涉及被攝影者的隱私或權益問題？由於這種來自媒體教育的文化想像對於接待社會是否也造成了形象的偏誤？這種荒謬的拍攝邏輯卻正是多數攝影者沾沾自喜的。Santug (1997) 認為遊客與視覺影像之間本來是一種很有意義的相互作用的關係，在現代旅遊文化的引導下卻轉變為通過照相機進行的一種偷窺行為，遊客完全淪為「影像癮君子」(images junkies)，對於他人的生活總是拉長了鏡頭，不需要被同意，偷偷的按下快門，滿足了窺視的樂趣。劉丹萍、保繼剛 (2006) 也表示旅遊者通過照相機鏡頭行使拍攝者的特權，表達他們對旅遊消費對象的理解和認知，他們對於鏡頭下的人物、事件、或景物的擷取是隨時隨地的。Chalten (1979) 發現旅行者常隨身攜帶總是充飽電的照相機，隨手拍下一切可能拍到的景物，不讓任何人、任何東西阻擋最佳的取景角度，在旅遊者看來，旅遊攝影是不應受到限制。“無論何時，無論何地，拍下你想拍的”這一句話某種程度上反映了遊客的普遍心理。

我也會隨興亂拍，一看到就拍，那也是我的樂趣之一，只要我覺得他很可愛或漂亮，很多他們的櫥窗常見的東西，我就會瘋狂的去搜尋，會刻意拍一整個系列的東西。你看到你會想要把他留下來…，依我的個性，事實上只要是我遇得到有走



過的地方，用輕鬆的旅遊心情，隨意拍攝。(Zou)

祇園祭典，街上充滿穿御衣的人們，一對又一對，都打扮得很艷麗很炫，沿路大家都往同一個方向走，我們也跟著走，我們來回穿梭，想要拍下街上穿和服的人群，但是他們都不給人照，我鍥而不捨的拍了一些，但是都沒抓好角度，只好偷照屁股（背影）。後來在車站中看到一個穿和服的小姐，我們就趕快偷拍，雖然日本街頭穿和服不怪，但終究不多，趕快拍下一張。(Amei)



有一次我到九份去玩，繞著山城隨意取鏡。山城小徑高低起伏很有特色，我停留在一個古樸的房子前，才拿起相機便聽到房裡傳來老太太的怒斥聲，他似乎長期受到觀光客的干擾，怒不可抑，我當然嚇得拔腿就跑。(Grace)

相同的攝影主題在不同地區的文化上可能產生不同的衡量標準，被拍照的接待社會所顯示出的各種反應，具體的指出在旅遊攝影時相機帶來的相關干擾，尤其是被攝影的圖像的適當性仍有待商榷。拍攝者常趁人不備時抓拍街道上的路過行人，在旅遊者看來，照相是不應受到任何限制的。特別是那一些符合心中異文化意象的畫面更是旅遊攝影者的重要標的物，便趕緊留下這些難得的畫面，至於攝影過程中對當地造成的干擾，常常也視而不見。然而被攝影者的態度，也不是千篇一律的，並非所有的被攝影者都會感到不愉快，似乎因旅遊地區與文化的不同也有差異。

在歐洲旅行的時候，我的鏡頭多半對準優雅美麗的景色，那裡的人比較不喜歡被拍照，那似乎會造成干擾，我會盡量避免；巴里島就不會，人們都很熱情，對於拍照的邀約大部分都樂意。(Jassica)



埃及的人很熱情，你要拍照他們就表示歡迎你進來。埃及的經濟狀況普遍不佳，但是到處都感覺到很有文化，他們看到人都熱情打招呼，看起來很快樂，這幾個waiter知道我們想要拍照，就熱心的介紹店內的陳設，你看他們的笑容多可愛。
(Lingo)



這幾個小孩很主動跟我們互動。因為他們可能就是還沒有太多機會，可以看到拍了立刻有影像，就是數位可以馬上看到就很興奮。他們一直要求要拍，所以我幫他們拍了這一系列。我的螢幕拍了可以馬上看，然後他們就很興奮，他們就很愛看，他們就一直擺很多POSE，所以大概拍一、二十張以上。(may)



旅者「觀看」同時也「被觀看」，孩子們好奇觀光者的生活文化，在相互觀看下、形諸某種條件的交換³⁹，攝影者與被攝影者建立了愉快的關係。通常西方世界那些所謂經濟發達，文明進步的國家人權的發展較早，人們對自我的感受及權利較為敏感重視，因此對於攝影者與被攝影者的相對權利經常被討論；但是也有許多經濟及科技開發較為落後的地區，人們對於被拍照留下影像似乎比較不介意，甚而展現出好奇或歡迎的態度。旅遊攝影行為的權利論述固然有其真實及嚴謹面，但是從另一個角度觀察，是否這也是西方學者們心理及行為的自我投射呢？

4.3.2 影像的背後

1、追求真實

許多的研究都同意，追求真實性是多數觀光客到異地觀光的主要動機與目的（引自黃振富，1996：9；Cohen，1988a、1988b；

³⁹社會交換理論認為：個人在交換行為時，必定考慮過可能牽涉的利益和賞酬。換言之，在交換過程中，個人必先加以估量自己與他人互動所可能產生的利益。如果在交換過程中雙方不能得到滿意的結果或賞酬，則沒有交換的必要。

MacCannell, 1973；謝世忠，1994a、1994b）。Cohen（1989）更是認為「真實性」（authenticity）是當代觀光現象研究的中心概念。MacCannell（1999）指出所有觀光客的心中都合藏有對於「真實性」的追求，那是現代觀光的主要動機，他認為所有的觀光客都是「現代」的朝聖者，他們向自己日常生活以外的其他「時代」和其他「地方」尋找真實。（引自 Urry, 2002）。觀光客幾乎成為觀光地區人民真實生活的「朝聖者」，充滿追求觀光對象真實性的熱誠，在遠離觀光客的日常生活空間、時間中尋求他者的真實性。舉凡觀光場址（setting）、慶典儀式、工藝用品的本來樣貌，觀光客所亟欲追尋的真實性，其實就是被觀光者的「真實生活」。

義大利的菜市場，到每一個國家，我都會去逛它的菜市場，我希望可以深入當地人民的生活，我覺得市集都是最真實的，所以我就把市集的蔬菜水果拍下來。我都會找時間甚至脫隊去菜市場買當地的水果。在當地的菜市場可以看到非常多道地的當地的東西，感受一下真實生活。（LoLo）



這是印度早上的街景，因為想看他們的生活，這個其實就是他們早上的市場，他們的市場交通很亂，有一股很濃的惡臭，可是他們就很習慣，不覺得有什麼奇怪的。（Hong）



我太太很喜歡吃水果，我們無論到哪裡都要去買水果，因此幾乎到每一個國家都會留下這樣的鏡頭（拍水果攤），到義大利時我們每天清晨都會到市場買水蜜桃，然後邀請賣水蜜桃的攤販留影紀念；到大陸去玩時更是連小巷弄中的水果攤都不放過，



為了買這些水蜜桃讓司機等好久臉很臭，巷弄中觀光客又看不到，他們有人到街邊吆喝，也因為有很多當地人也在買，所以覺得很興奮。(John)

我們住在「烏布」整整十天，我們每天都會租機車前進附近的市場、木雕村、銀器村、博物館…。逛街上的畫廊、泡泡咖啡廳、到美容院洗頭、跟民宿老闆一家人及鄰居搭訕，黃昏時就蹲坐在門口等一個賣點心的小販，和當地人一起吃點心，感覺上都快成了「巴里島人」了。(Grace)

LoLo、Hong、John 和 Julin 就不約而同的表示旅遊時一定會去市場買水果，因為市場是觀看當地人們真實生活最經典的場域，在那裡沒有被安排的活動及畫面，市場裡的貨物及用品都是真實的日常所需，當地的庶民百姓就是從這裡開始展開一天的生活，感覺更貼近了當地的真實生活，Julin 甚至以體驗的方式去感受當地文化，更有一種自己去發現去探險的樂趣。旅遊者不僅僅對他人的日常生活的感到興趣，探知過去人們的真實生活更可以帶來求知的滿足和歷史參與感。

看到這角落上的天主教聖母神龕，比在教堂中還感動。我們去參觀一個很老的房子，那裡用火在做一種餅給我們吃，似乎很多觀光客都會去參觀，去觀看一種古老的生活方式。我有一個朋友是天主教徒，當時我就是想要拍下來寄看。(Jessica)



給我的好朋友

這一排矮小的房子是屋簷下的太監房，在某個殿的階梯下，導遊說：「『人在屋簷下不得不低頭』的典故就是這樣來的。」也不知是否屬實。



屋頂只跟台階一樣高，太監就是奴才，在舊社會皇宮中有明確的社會階層分野意義，當我實際看到時還是有些感嘆。(John)

這是失敗的金字塔，因為角度計算錯最後不得不變成梯形，原來金字塔不是一次就會蓋成功的，在埃及還有許多這樣的金字塔半成品，大部分的人都在為成功喝采，很少人懂得去觀察失敗。



(Lingo)

小小的神龕、低矮的太監房穿越時空帶著旅者窺見過去的真實。小角落看到信仰的虔誠、每日參拜的感動以及太監們卑微身影，彷彿身歷其境的進入當時的生活，心靈的共鳴那麼真實！失敗的金字塔也曾經是多少人血汗的累積，這些都好像是發生在周遭的生活小故事一般，更能給旅者帶來窺見真實的想像與感動。真實的窺視除了景物之外，在那裡生活的人們更是不能錯過，而置身異地旅遊所能觀看到「最在地」的人物代表當然首推老人、小孩或勞動者，因為他們的表情自然不矯情，這是一般攝影者獵取當地代表人物的首選，而且越是偷拍到的越感到有價值，彷彿真正的參與了當地的「真實生活」。

胡同中樹下閒聊的老人。就是想觀察貼近當地的真實生活。北京的大街車子很多，北京的巷弄中有許多當地的人就三五成群閒坐在路旁板凳上聊天或吃東西。胡同內悠閒的多半是老人，胡同內外是繁榮與落後強烈的對比。(John)



這個是他們在廟會的時候，這一群婦女帶著她們的小孩，頭上頂著高高的祭品，準備進廟宇去祭祀，我覺得他們的工夫很了得，竟然不用手扶就是一路上這樣子走，還能夠攜老扶幼，頭頂著那麼高的東西不會掉下來。(chin)



玩了這麼多年，我發現我最喜歡拍當地的小孩，他們的眼神都很真，很單純，也比較沒有戒心，會跟你哈啦，碰到他們常有一種偶遇的感動。(May)



我喜歡在旅遊的過程中拍下當地人們的生活樣貌或人物特寫，通常我不會去付費拍照或徵求當事者的同意，因為被拍的人一但知道你要拍他就拍不到自

然的眼神了，照片裡的女孩頭戴頭巾，我拉長鏡頭偷拍她的臉部特寫，並沒有干擾她，回去仔細一看，她畫著藍色的睫毛膏耶，一個現代的穆斯林，我好喜歡這張照片。(Lingo)



頭戴頭巾的埃及女孩成了旅遊者攝影鏡

頭下的驚豔，即便在特殊的文化限制下，人性的需求是一致的，愛美才是現代女孩共同的「真實性」。不管是悠閒的老人，天真的孩童或是勞動中的婦女，旅遊者背著相機漫步街頭搜尋著在地的容顏，最好是穿著傳統服飾有著深邃悠遠的眼神，彷彿是從歷史書中走出來的人物，這樣的形象最符合攝影者擁有異文化形象的需求，能拍出一張如此的「好照片」，旅者志得意滿，彷彿成了世界地理雜誌的專業攝影師。

2、旅遊體驗的真實性

旅遊者的鏡頭追尋著真實的在地生活，但是闖入當地民眾生活的凝視，普遍不被當地民眾所接受，因此當地的觀光代理者(Travel Agent)便專門為觀光客規劃、環繞出一個特定的空間，這個特意展示在觀光客眼前的「觀光客的空間」像是著名的觀光景點等，也就是 MacCannell 所稱的「舞台的真實」，因此許多觀光客所體驗的「真實」其實都是經過設計的，只是舞台上的展演。

泰北的長頸村，這些孩子都是長頸族，村裡的居民會販賣一些自己做的東西，做為生活費。參觀這個村寨是要收取參觀費的，然後他們的生活只是展現給觀光客看的，我其實也好奇他們的日常生活被觀看會不會覺得有不舒服的感覺，像是動物園觀看動物的那種被窺視的感覺，可是後來發現，門票及販賣收入是目前這些 Karen 族人唯一的經濟來源，是一種生活方式的選擇。(May)



像這一張我覺得他的頭是這樣卻穿著 T 恤，我覺得他有一種不協調，我們會期待他穿長袍，當然他不應該在我們期待之下生活，不過我覺得從一般觀光客的觀點會覺得沒有看到我們想像中的真實。(May)

皇帝的龍椅。看太多同樣的東西之後就混亂了，忘了是什麼殿了。是處理政務的地方，舉行早朝的地方，廳堂也沒有很大。早期有提供作為電視電影的拍攝場景，這幾年就禁止了，因為是古蹟，可能是因為登錄為聯合國世界遺產的緣故吧！後來有蓋一個新的仿古場景專門借給片商拍片用。這地方每天人來人往不知賺進多少鈔票。(John)



瑞士的民俗餐廳，吃當地的風味餐，他們好像習慣上都會有表演，就好像台灣的秀場一樣，他們穿傳統服裝吹這種長號角，可以把野放的羊，牲畜 call 回來，這東西還蠻有趣的，吃的東西也蠻有趣的。在慕尼黑餐廳喝到真正道地的德國啤酒，吃德國風味餐點，這裡也專為觀光客提供德國民俗表演，表演內容和瑞士都差不多，也有長號角。(snowsea)



Urry 強調觀光是一趟找尋特定影像的過程，這樣的圖像觀光客早在出門前，就已經不知道從大眾媒體上觀看過多少次了（葉浩譯，2007）。同時，也就是這些在大眾媒體上重複曝光的影像，形塑出觀光客心中的「真實性」形象，進而引發觀光客的追尋與凝視，渴望能夠親臨現場去「印證」這些由媒體所形塑出來的「真實」，去到當地親身體驗這些「真實」此時的觀光就已涉入一套影像的詮釋循環。

巡守人，類似打更的人。那個城鎮就會安排這樣的解說活動，類似一種中世紀的文化體驗。夜晚有巡守人以古裝打扮帶大家繞遊古城導覽解說，歐美觀光客參加的很多，應該很有意思。不過我們沒有參加，他的解說我們又聽不懂，我們自己去繞，這是他們古裝打扮要出發的樣子。
(snowsea)



旅遊者在出發之前對旅遊地必定有一些認識和文化想像，期待能在當地體觀看到經典的「真實文化」，這些對真實性的想像尤其表現在民族觀光中，人們期待在特殊族群的生活中看到不同於一般社會的食、衣、住、行等文化表現。在旅遊業者的安排下，旅遊的歷程中旅者體驗到的是一幕幕的「舞台展演」活動，這些刻意安排、製作的文化混雜並簡化各種文化，讓旅者能有速成的民俗文化體驗之感。義大利政府在威諾那成功的創造了一個觀光景點—茱麗葉的長眠地，來自世界各地的觀光客湧入參觀並深受感動；日本老街上打扮艷麗的「藝妓」其實並非真正的藝妓，但是「藝妓」與週遭景物印證了觀光客心中的日本意象，大家一窩蜂的拍下這最「珍貴」的畫面。

這是茱麗葉的住處，他們說這是莎士比亞虛構的情節，但因為這個故事太感人，所以才營造出一個景點。離這裡不遠處還有一個茱麗葉長眠的地方，有一個平台，茱麗葉的雕像就平躺在平台上，這是為了滿足觀光客而演出的一個場景。大家都覺得很浪漫，你會看到很多情侶經過一個小隧道，兩邊的牆上寫滿了情侶彼此的誓言。在裡面有一尊茱麗葉的雕像，大家到那裡時都會去觸摸雕像的右胸，聽說 Mr. Right 就會出現。(LoLo)



那是清水寺和產寧阪，那時候就有遇到「藝妓」，但是他們並不是真的藝妓，我感覺他們應該是專門來給人家拍照的，她們喜歡打扮成藝妓。那裡就是很典型的日本小路，很適合藝妓的出現，我也趕緊按下快門拍了一張很「日本味」的照片。(Zuo)



茱麗葉的故居和日本老街上的藝妓都是為了滿足遊客對旅遊地的文化想像。當地的旅遊相關機構建造了一個「古蹟」，產生一個事發現場；旅行社則規劃了這樣的朝聖行程，將觀光客帶入一個滿足遊客浪漫想像的虛擬文化場景來滿足旅遊者對異文化觀看的期待，甚至以虛構的故事為藍本，製作出「真實」的景點。這種完全構築在想像上的觀光場景卻更能得到眾多遊客的青睞，甚至感動不已。

蔡文杰（2001）在《反思旅行》中也提到圖片的說謊程度更甚於文字，在旅遊雜誌中即使是貧窮破敗的地區也都拍得像不食人間煙火的意境，盡是提一些此地如何迷人美好又有趣的訊息，對於當地真實的負面狀況絕口不提。因此當這些滿懷憧憬前往異地準備接受「美好的」異文化洗禮的旅者們，他們自認為為了追求當地真實文化而行，但若在旅遊地觀看到的是非預期的「真實」景象，也都難掩失望之情，難以接受「真實」。

期待著，一步步，接近拉薩中，雖美景當前，幾日車程，終顯疲態，昏沉沉打起盹來。進入市區，睜開雙眼，目瞪口呆，強烈失落，這…這絕非想像中的雪域聖城…寬廣大道、華廈林立，矗立街頭的金犛牛，相較內陸其他大城有過之而無不及的現代化風貌，天哪，這般漢化，相見恨晚！（may）



到印度旅遊的感覺其實很不好，街上飄散著一種腐臭的味道，眼見隨處都是髒亂，最讓人不舒服的是無所不在的兜售和乞討，只要一走出旅館他們就一群一群的纏著你，直到你給錢才能脫身，否則態度就變得很壞，像惡夢一場！只有走進旅館後才能圖個清靜，問題是：我又不是大老遠來這裡住旅館的，離開印度時我覺得很高興。（LoLo）

旅者總是希望想像中的文明古國永遠不要有進步或文明，以便旅人隨時從文明返回此地來尋找救贖，矛盾的是旅者一面希望保持原始

卻又一面破壞（蔡文杰，2001）。漢化的拉薩、貧窮髒亂的印度都是那麼真實，卻讓人失望，這樣的拉薩讓人覺得不是藏區，那樣的印度不見古樸美好的文化，這些都不能滿足旅者的「旅遊感」。Campbell（1987）認為人們真正追求的，是親身經歷他們的想像世界裡已經上演過多回的愉快劇情，滿足感是出自期待與充滿想像的追求過程（引自葉浩譯，2007）。原來，旅者想要追求的那個是經由媒體教育過的、行前在心中隱約勾勒過的、符合腦海中想像的目的地意象，到達旅遊地常常是要看到某種具有「地方特色」的景象才會覺得不虛此行。追求真實的旅者也常因為見到真實而失望。

不管眼之所見的景物是否為真實，只要「此時此刻」旅遊者的感受是真實的，內心的印證、啟發或感動便是真實的。遊者想要體驗和追求的「真實」究竟是什麼？也許我們可以思考真實真的那麼重要嗎？如果大部分的觀光客對刻意營造宛如「真實」的场景是那麼青睞甚至感動，那麼所謂異文化的真實現況真能夠被旅遊者接受嗎？社會學家揭發旅遊凝視中的假象藉以為真相發聲，為求呈現真實狀況並力圖改善；遊客們進行旅遊體驗觀看著異國的風俗民情為感受美好事物，求得身、心、靈的放鬆，兩者對於旅遊議題關注的動機並不相同。值得思考的是：對旅遊者而言真實性的重要是否真如社會學家所批判的？社會學家眼中的真實與旅遊者所關注的真實可能是不相同的。

3、攝影圖像呈現的真實

Santug（1997）曾說：「攝影有著一種美學傾向，以至於作為傳達疾苦的媒介，到最後卻把疾苦去除了。」幾乎每一張照片都是攝影者的精心之作，拍攝前必須選好目標進行構圖，並且嘗試拍出完美無暇的影像，所以常常刻意美化所要拍攝的對象，讓實地的景況與影

像呈現不相同，觀光旅遊業者經常大量呈現這些美好的景象，吸引旅遊者的目光，因此照片常常會影響旅遊地意象的形塑。

取景時我一定美化過，去掉雜質如電線杆…，尤其是歷史悠久的寺廟，我就會刻意避開遠處有現代感的建築物，將它拍成呈現古意的樣子，因此攝影多是美化過的畫面。那也是我對它記憶的真實。它是假的還是真的，我不知道我也不在意。(Jessica)

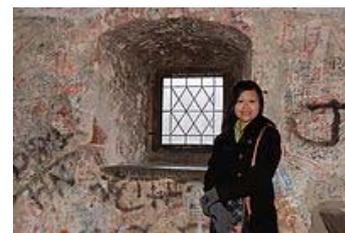


北京胡同中的廁所。北京是一個雙峰的 M 型社會，高級的地方很高級，但胡同中還是落後又髒亂，廁所不僅沒門，也沒有隔板，男女都一樣，就一個坑又一個坑，彼此都在聊天，裡面味道豐富，我們每個人都走進去看一下又出來，如果裡面沒有人我會把裡面也拍回來。我選擇拍胡同中玩樂的北京小孩，但因在廁所附近，髒亂且有異味，這畫面你看起來很寧靜純樸，其實我刻意避開許多髒亂的東西。(John)



當再我拍這一張照片時光線不太好，因此我有幫它調整了一點亮度；拍這一張是因為沒辦法避掉電線桿和電線，回來後我就用 photo impact 把它修掉了，看起來是不是很完美？很古樸吧！（chin 得意的說）

古堡中的牆壁，牆壁上滿佈塗鴉，好像中外都一樣，很有趣…很多觀光景點都被拉里拉喳的亂塗鴉。我去掉了塗鴉再拍一張，有時空悠遠的感覺。(Snowsea)



這些刻意美化過的影像對照起旅遊地當然是失真的，但是一般的旅遊者總是抱著「唯美主義」，希望拍出美美的、和諧的畫面，攝影時刻意避開不雅的、髒亂的、不堪的元素，甚至用電腦後製的方式將部份元素去除，顯現出「美而不實」的影像，照片呈現的畫面真實性受到質疑。北京自申辦奧運後便開始重塑北京形象，胡同外盡是繁華的大街和胡同內生活的差距，也可反省到媒體強力放送富足繁華中國

的真實性，而這些都是透過強力的影像媒介所塑造的。

照片能構成回憶，還可以塑造一個地方的印象，呈現的影像既主觀又客觀，屬於私人又看似在說明事物的真實，攝影的觀光凝視而產生的美學，所排除的真實和呈現的一樣多。(引自葉浩譯, 2007; Spence and Holland, 1991; Taylor, 1994)。一張照片可能會有無數個觀眾，刻意安排的鏡頭往往會誤導照片觀看者，對那些從未親身經歷、親眼所見的人，傳達了不正確的訊息，形塑了不適當的意象，誤導了觀看者，若他們有機會親自前往，則會造成行前的過度期待，而造成對旅遊地的失望。

雖然拍一張具有美感的照片是大多數人所追求的，但是有些旅者他們忠於自己心之所感、眼之所見，寧可用相機紀錄下過渡時期的真實景物。

整修中的故宮一角，平常我們看到的故宮都是很美的畫面，這個比較接近真實，所以我要把他拍下來。這個會留下一個過程紀錄，他是一個過渡，也許兩個月以後他就沒有了，但是此時此刻因為我碰到了所以就把他拍下來。(John)



這個教堂是在西班牙廣場上，也是很有名的，但很不巧它正在整修，不過我還是要拍照證明我到此一遊，也證明我來的時候它在整修、有人在照護它，這種古蹟是需要維護。而且他們的整修我覺得很用心，外面都用東西封起來，不像台灣都是鷹架、任由風吹雨打。(LoLo)



他們在拜訪名勝古蹟時適逢修整期，即使不是想像中的雄偉壯麗也沒有關係，這樣的不同視角反倒是特殊不多見的，擁有這樣的照片彷彿為歷史做了見證。

知名插畫家幾米(2001)在作品〈相片本子〉裡有一段文字：「我

們總是努力的擠出笑容，不管當時的太陽多大，就算憋著尿也得勉強笑一笑。」影像提供觀看者拍攝當時的訊息，與實際這看起來的幸福或災難是否為真實，單就觀看表面去想像當時的情況是不完全準確的，影像呈現氛圍與旅者在感受上是有差距的。照片裡美好的畫面似乎在訴說著旅程的美好，觀看者無法得知那笑容背後所忍受的不愉悅，因而影像所呈現的真實性再一次受到質疑。

山頂陽光真的好強，一定要戴上太陽眼鏡，山頂又刮著很強的風，照片中白雪靄靄，我們都笑得很開心，看起來很美，但也站得很辛苦。

(Snowsea)

坐馬車，馬夫找了女生一起坐前座，我老婆愉快的坐在前面，感受著中世紀的奢華浪漫，不料這些馬不斷的放屁，我老婆說臭死了，馬放屁前還會先舉起尾巴，我老婆就握著馬的屁股，一路不斷的掩鼻轉頭，太臭了。馬車走在山徑上的浪漫真相原來是如此，看起來和真實體驗很不一樣。

(Snowsea)

新疆之行結結實實的鍛鍊著我們的意志，只能說真的好苦。沿路的美景，確實宛如仙境，天好藍，沿路的小草小花，那個美實在是美到不知道怎麼說…，但是高海拔直射的陽光跟寒風實在讓人受不了，還有高山症的痛苦，景色看起來這麼美，身體很苦。(May)

天哪，這是我第一次和蛇這麼接近，大家都在鼓譟要我也來拍一張，面對這嘴上捆著膠帶的大蟒蛇，我既不忍又恐懼，還是勉強擠出笑容來，作出英勇征服的表情，每一次看都覺得人類好可恥，自己很蠢。(Grace)

吊床上的老爸爸，去海邊就是要這種感覺。(其實老人家還穿著襯衫和西裝褲掛在吊床上曬太陽) (Light)



這些照片看來應是十分符合觀光愉悅意象的，或許被攝影者當時並沒有那麼舒適，也許天氣太冷或太熱、太陽刺眼、馬屁好臭、蟒蛇可怕又可憐，但是經典的畫面告訴我們海灘度假就該是如此，旅遊的留影就應該是歡樂美好的。觀看者似乎比體驗者本身「看到」更多的悠閒感，這是否也是被媒體教導的觀看角度，而這些畫面再次強化了度假、旅遊應有的觀光意象。

影像其實是人類心靈的反射，影像之所以會存在就是要作為人類表達自己的工具，是一種溝通方式。影像再怎麼演繹，都不會是真實物體，他只能盡可能「貼近」真實，而永遠不會是真實物體，影像僅僅是真實物體的詮釋與反射，所以我們探討影像的真假，其實就是在探討製作影像的人想要表達的是不是想反應真實，探討製作影像的人的意圖。從 Urry, J...等社會學家的角度看待社會的真實性是關注文化本身的真實現象置放到舞台上展演，呈現出來的是一種被包裝的非真實性，與旅者本身追求自我的真實是不一樣的，旅者心中的真實是自我投射和自我挖掘下所呈現的本真。旅人需要的是旅遊時所帶來的文化氛圍，其實他們並不是真的那麼在意所見是否為實際上的真實，即便是「舞台上的真實」也無妨，旅人想追求的是自己心中的期待及意象，是自己心中認定的真實。

4.3.3 影像氾濫時代

消費時代視覺文化日益興盛，圖像逐漸成為文化溝通、訊息傳播、娛樂消費最重要的對象，圖像的直觀性及娛樂性更能吸引人們的閱讀（焦雨虹，2007），人們也越來越依賴圖像訊息，而當代文化的

特徵之一便是：視覺影像的氾濫。詹偉雄（2005）在〈美的經濟學〉中提及影像和音樂這兩種「非語言訊息」和「被描述對象」的接近度最高。數位科技的問世讓影像的擁有成本變得非常低，數位時代讓我們從「廣播」(broad-casting) 時代邁向「個人傳播」(interperson-casting) 時代，影像成了表現自我和與人溝通的更佳媒介。

因為數位攝影科技的經濟、簡易及便利性，讓旅遊與攝影關係更為密切，幾乎是不分大人小孩，人人都可以隨時隨地甚至不假思索的拍下眼睛所見，一趟旅程下來人人都是滿載而歸，隨便秀一秀都是幾百張或幾千張的照片，突然間人人都成了旅遊攝影家，呈現出現代旅遊另一個有趣的現象。在訪談的過程中，多位旅者也提及從傳統到數位攝影的演進歷程裡感受到自己對於旅遊攝影的態度變化。

傳統和數位相機，那種拍攝的心境不一樣，如果我今天用的是傳統的相機⁴⁰，是在找尋一些東西，你會更專注在你想要表達的東西。有一次去巴里島的傳統市場拍老人，用的是黑白的底片，那些照片我覺得我拍得蠻好的，那時候我是有事先設定拍攝主題，就會試著去抓那種生活的、瞬間的感動。(Zou)



這是我用傳統相機拍的，那時候我們就住在這個湖邊的民宿。傍晚的時候光線很美，那時候照相機也沒有什麼特殊設備，我拿的只是一個標準的鏡頭連拍了四張，每個地方都拍一張，視野大概有 270 度左右，回來之後再把這些照片試著連起來，就可以看到整個景，那拍攝的感情完全不一樣。(chin)

對於真正喜好攝影的玩家，數位相機還是很難滿足他們對攝影作品的要求，但是在不斷移動的旅程中，數位攝影的經濟性和方便性又

⁴⁰ 指需要裝上底片的相機，影像也需要經過沖洗才可呈現

讓人無法抗拒，昂貴的數位單眼相機就成了最佳的替代，對於那些使用傳統相機聚精會神、恭敬謹慎的按下快門的時光，只能放在心中緬懷。另外，數位攝影的立即回饋性也是旅遊攝影的趣味之一：

過去的傳統相機按下快門是相對謹慎的，都要擺好 pose 將人物和景物一起拍下，多半是「到此一遊」的紀念照，畫面如何都得要等照片洗出來才知道，那麼多天後分享的朋友都散了，熱情也比較冷了。(Light)

近年來旅行總是帶著電腦和數位相機，旅遊時就不斷的拍，回到旅館再將「戰利品」show 出來與同伴分享，大家都對焦在相同的話題，聊得好快樂。(Lingo)

Barthes 認為人有一種偷窺的潛在意識，因此對於驚奇或特殊的景象總是特別好奇，攝影本身就是能製造這種驚奇（許綺玲譯，2008）。過去，我們永遠不知道按下快門的那一霎那是如何，除非照片沖印出來。現在數位相機上的 LED 螢幕提供人們立即觀看影像的成品樣貌，這完全解構了暗房的神秘性，馬上拍馬上看，可以修改可以補救，可以反覆思索如何馬上製造驚奇，所以數位攝影使攝影者更有信心與能力，增加製作驚奇的成功率（章光和，2005）。

數位攝影具有即時性、精確迅速、效果佳的優點，若是將影像做成檔案，存於電腦的各項儲存設備上，影像就被保存下來，並得隨時存取編修。數位影像的便利性與實用性逐漸受到大眾的喜愛（蔣旻勳，2003）。數位攝影征服了絕大多數的旅人，出國旅遊時人手一機一拍再拍，為的就是「喜歡拍」，同一個景物可以連拍幾十張，往往一趟旅程下來便蒐集了數以千計的照片。受訪者驕傲的道出他們拍照的歷程。

其實拍照是旅遊最有趣的一件事，也是最有成就感的一件事。數

位最大的好處就是可以「寧可錯殺一萬，也不可漏掉一張好照片」，其他的事情我不是很在意，可以一直拍照我就很滿足了，回家把照片整理成一本本電子相簿，每一次回味都很得意。

(Snowsea)

我先用眼睛觀看，再將景物入框，再決定要把它留下來，我同時享受著旅遊和攝影的樂趣。有時同一個東西我會在不同角度拍三五張，純粹的旅遊記憶是不會這樣的。(Jessica)



這個湖上宮殿，要坐船進去，這張是我拍了二十幾張之後最滿意的一張。下過雨之後，它開始出現這些清澈的倒影，我覺得自己很幸運，連拍了一系列。(LoLo)



「拍下便是擁有」旅遊者將旅遊的焦點置放於視覺體驗上，總是不斷的按著快門透過窗格看世界，這是否忽略了視覺之外的感官呢？旅遊照片是作為凝視具體化的載具，紀錄太多東西是否會忽略其他的感官訊息，對於景物全貌的觀察及旅遊氛圍的體驗是不是會造成干擾？這也是一個值得探討的問題。

旅遊時照片成為留下美好的景象、異地的文化最佳的載具。旅者藉由拍攝擁有影像，便彷彿擁有了那原本不屬於自己的景物空間，大量的拍攝顯現出人們貪婪占有的心態，哪怕只是匆匆一撇，只要拍了下來放在相簿裡、存在電腦中，便似乎在時時都可以反覆回味，再現場景，體驗空間。景物被攝下便被攫取擁有、照片的實體足以牽動回憶，圖像消費的快感充盈著現代旅人的心。

4.4 心的凝視

在面對任何照片時，觀看者總是將他或她內在的一部分投射到被觀看的影像上。影像，就是一個跳板。

透過攝影鏡頭看世界，拍攝者同時也是觀看者，他觀看著世界同時也觀看著自我。攝影複製現實影像，藉由取得外在客觀影像呈現自我內心的世界，影像所呈現的雖是真實生活世界的切片，卻也是攝影者內心意象的凝結。旅遊攝影的基本動機是旅程的記憶與證明，除此之外，國外多位學者的研究發現「自我表述」(self-narrative)和「自我認同」(self-identity)是旅遊者拍攝照片的目的之一，旅遊者自己扮演著導演和攝影師，透過旅遊照片自我表達和揭示 (Brandin, 2003; Fix, 2003; Amundsen, 2003; 引自劉丹萍、保繼剛, 2006)。

訪談過程中發現受訪者在接受第一階段的相片引談時，展示出的50張旅遊照片呈現了豐富多元的視覺旅遊經驗，舉凡旅程中的食衣住行、著名景點、趣味活動都入選為旅程重要照片。第二階段將照片再次篩選成最重要的十張，每一個人留下來的畫面已不再是旅遊生活中瑣碎的片段，也不再是到此一遊的大山大水或地標美景，而是呈現出旅者個人的性格喜好、美的感受，以及因旅程觀看而輕輕撼動生命，感動自己的畫面，這無非是旅者對自己內在的關注，是一種自我對話與內心投射。本小節採用第二階段訪談內容作為分析的素材，透過旅者的圖像與敘事窺視他們的內心世界，探討旅遊照片所呈現的內在對話。

4.4.1 記憶的連結

Berger (1982) 說：「假如存在著一種蘊藏在靜照攝影裡的敘事類型，它會像人的記憶或回想那般，去搜尋曾經發生過的事物…攝影

就是一種記憶」(張世倫譯, 2007)。人的記憶廣度有限, 藉由影像憶起每一次旅遊的奇異體驗, 喚起當時的內在歷程。隨著時光流逝, 再深刻的記憶, 都融入生命軌跡中, 所謂的真實, 是後設認知下的自我覺察中的真實。對旅遊者而言, 這種真實體驗是旅遊者的認知, 並非是真實世界所呈現出來的真實。

對於拍攝者而言, 照片的意義不單單停留在圖像表面所顯現的景物或事件, 在象徵性的畫面背後, 紀錄了大量的無形資訊, 當時的整體氛圍、周邊人物事件的觀察感受…, 旅遊攝影者拍攝照片之際, 紀錄下來的不只表面的影像, 還有更多無形的、穿越時空的記憶將被召喚出來。

這有車子有台灣早期勞動力的影子, 和早期的台灣農村生活經驗有關, 有親切感, 他又比以前的三輪載貨車可愛, 如果台灣有賣我一定會去買一台。我小時候沒坐過這種車, 我很羨慕有這種車的家庭, 我爸爸還是騎著腳踏車時, 很多人已經騎摩托車了, 當時有一些人的摩托車是可以載貨的, 你會看到他們家裡好幾個小孩子就坐在上面, 然後爸爸就載出去, 而且可以載很多貨回來, 我常常想, 如果我家有一台那種車子該有多好, 這應該是跟小時候的那種渴望有關係。(John)



這是在鄉間散步偶然拍到的景象, 看他們男男女女他們都下田去工作, 還有婦女在田邊哺育他們幼兒, 那種情形生活意境還滿樸實的, 想像著以前這種農業的社會, 生活就是這麼單純, 居家生活知足平順, 我覺得過這種日子很好。(chin)



這是在松州。其實這張照片的意義是旁邊的一個背著竹籃子的爺爺, 他把小孩子放在裡面, 到處叫賣東西, 小孩髒兮兮的, 鄉村跟城市的差距真的很大。我在這裡拍的每一



張，看起來都不會很開心，因為我看到了一種非常貧困的生活，它在我童年的生活中是有過的，我小時候的日子是蠻苦的，看到那個景況會難過，雖然這對當地人來說很正常，但我還是不禁想著：那種苦日子怎會一直延續到這個時代。(LoLo)

旅者的凝視引發了旅者的懷舊情感，即便是一輛載貨車，都能反映出旅者的內心投射，透過鏡頭將曾經深深渴望的小貨車留存下來，彷彿實現了一點點的童年夢想，勾勒出成長歷程的點點滴滴。勞動樸實的農業社會景象在台灣已不多見；自小成長於鄉村的Chin在異地油然而生起思慕與懷舊之情；LoLo的影像表面紀錄是松州城門，但是記憶的連結卻是在二十多年前的生活景況，舊時的記憶與眼前的情景相遇，產生了同理與憐憫之情。在旅程中時空出現了浪漫的錯置，在原生社會遺忘的點滴，卻在異地找尋到，突然喚醒原有的記憶，與昔日的情懷、夢想相會，觸發內心的感慨，影像的擁有象徵夢想的擁有。過去曾經有過的慾望或想法，在原有的生活空間中被有許多因素模糊掉了，但當你置換到另一個空間（旅遊地）時，那原始、單純、幽遠的心念又清澈明晰起來，夢想穿越時空再現。

4.4.2 自我表述與認同

Lygon 的精神分析理論，以照鏡子的方式巧妙的說明了人類心理發展過程中，「自我」概念形成的方式。人類由外而內的藉著確定「他者」的存在，使自己更加確定「自我」與環境的界線，這便是人類在這浩瀚宇宙中找尋自己定位、認識自己的最初方法。旅程中的觀看觸動心靈，在移動的過程中，人事的流轉間透過「外觀」而「內省」，對自我的看待，對生活的態度，對生命的體悟也因為旅程的見聞而有所衝擊。May 和 LoLo 就因為旅遊而認真的去思考面對生活、生命、生死的態度。

西藏那一段旅遊讓我看透人生短暫，藏人轉世、靈魂永續、軀殼只是暫時居住的生命觀讓我看到了過去是如何的執著於表象及擁有物，若要活得自在、平靜需要向內心求，向內找尋心靈的東西。西藏人不覺得死亡可怕，死亡只是靈魂轉換，它們不執著肉體假象。人生是一門功課，每個人都應該好好修行學習，學習好那門功課。旅遊讓我的心情更平靜，放下負面的想法，旅遊讓我的內心變得很開闊。(May)



這就是泥泊爾的露天火葬場，整個空氣會瀰漫著 BBQ 的味道。我覺得在這裡你可以很坦然的去面對生死，你看這裡的人悠遊自在，但其實他們在進行的是一件人生最後的大事，沒看見恐懼，也沒有看到送葬的隊伍哭啼啼，燒完之後把所有的骨灰全部撒入這條溪流，這條溪最後會流到跟恆河交接，當地人就在那裡游泳，小朋友在裡面玩得很開心，火葬場跟他們的生活融合在一起的，沒有恐懼，死亡在這裡是那麼的自然。(LoLo)



這個是在盧毗尼，打坐的圓盤。要修行真的不容易，上面都是磚塊，一年四季，下雨天濕，冬季又冰冷，坐在上面又有青苔，可能又有蟲子，所以我覺得修行真的很辛苦。而且它既然已經蓋在這裡又不能搬進室內，所以在這個樹下講經說法，修行，愈艱困的環境，要愈專心。(LoLo)



May 表示西藏之旅是一趟辛苦的旅程，必須克服許多身體上的障礙，物質上的匱乏，但是外在環境越困苦越能堅定意志，這一點和佛陀子弟修練悟道的磨練不謀而合。LoLo 真實的站在泊爾觀看當地人們坦然面對死亡的態度，感受到生死的輪迴原來是那麼自然，界線也不過是一水之隔。旅者在旅程中將身體上的刻苦點點滴滴轉化成內在的沉澱、思考、領悟，人生的哲理不再是形而上的清談，而是苦行僧式的點點體悟，親眼的看見異文化所帶來的啟示，影響著旅者看待生

命的角度，影像不僅訴說著旅遊故事，更表述著旅者因體驗內省而轉變的價值。

偉人的雕像，他的頭上正好停了一隻海鷗，旁邊白白的是鳥的大便，讓我想起台灣的蔣公銅像也是這樣。這些偉人立了像來糟塌自己。(snowsea)



我去美國的時候去看哈佛、史丹佛，看那一些長春藤名校；去北京就去看北大、清大，我都覺得是一種彌補心情。我在台灣唸的大學小不拉搭的，然後校園好窄，那根本不像一個大學，所以大學有許多憧憬跟想像。(May)

這一張是比薩斜塔和前面的中央廣場，這張照片本來不是要這樣拍的，比薩斜塔本來是斜的，可是我想讓它看來較不斜一點，所以我自己歪一邊請同事拍，沒想到景拍得很大，還是看到比薩斜塔是斜的。我們看待事物不也這樣嗎，傾斜與否完全是一種相對的關係。(LoLo)



偉人雕像上的鳥大便表現出攝影者對於平凡與偉大的不屑，平民與威權平等的後現代價值觀；情有獨鍾於各國的一流名校，乃出於旅者的自己的補償心態；比薩斜塔前刻意的調整角度，影射了旅者的處事態度，調整一下心態看待事物，就沒有絕對的「正確」或「偏差」，這些旅者鍾愛的照片恰恰說明了旅者看待事物的方式。

直航飛機。在北京回程時正巧是兩岸包機直航的第一天，讓見我證了歷史的一刻，當然趕快把他拍下來。我們去的時候是由香港轉機，當時還不可包機直航。(John)



照片上的飛機一如平日停在停機坪上，外形並無差異，但是攝影者賦予了強烈的歷史意義，其實是偶遇一個歷史性的事件紀錄，此時此刻有觀看歷史轉變的時代感及參與感，是特殊的重要經驗，紀錄了旅者興奮的心情，也透露著旅者對國家發展的關心及期待。

旅遊可以暫時轉變枯燥的生活方式，把自己活潑好、奇的一面表現出來。旅遊者選擇當地風景、傳統民族服裝等將自己的旅行體驗浪漫化、異國情調化和理想化，由此將旅遊地製作、塑造成與自己截然不同的「他者」(others)形象（劉丹萍、保繼剛，2006）。角色扮演是一個有趣的遊戲，模仿的歷程中滿足了成為「千面女郎」的需求，每個人的內心都存在著成為他人的慾望，各種形象的幻化突顯了欲掙脫形象束縛的心態。

角色扮演，模仿路邊的雕像，或裝模作樣，反正在國外就算搞怪也沒有緊張感，拍一堆好玩的畫面留作紀念。在部落格上可以寫：我在x時x地當時下雪，我在街道上完這種遊戲…演演別人會有一種快感（Zou）



這一件我有買回來，我花了八十塊美金，我覺得到這個地方去，就很想要買當地的服飾。我在尼泊爾買了套衣服，這個也是尼泊爾的傳統服飾，這叫沙麗，它其實是條很長的布，我覺得我披上去也像個印度人。（LoLo）



「扮演他者」一直是小女孩最喜歡的遊戲，長大後就不再玩辦家家酒，短暫的角色扮演也帶來了無比的樂趣；LoLo披上沙麗搖身一變成了美麗的印度女郎，旅遊某種程度滿足了扮演的憧憬，也正因為旅遊的空間轉換讓旅者更自在的表現及滿足多樣的自己。

成家立業的壯年男性在享受美好風光的同時都提及了個人對未來生活的憧憬，紐西蘭的藍天綠地深深的吸引了Hong的眼光，人間仙境般的生活環境成了他人生追求的目標。悠閒放鬆的生活是人人心中的嚮往，發呆亭和私人泳池滿足了Chin對富豪生活的體驗，偶而為之的享受觸動了旅者的渴望，道出他們對生活的夢想。

天空好藍，整片都是綠，美麗的花，旁邊還有水，水面上有鴨子游來游去。水、鴨子、美麗的房子，看起來真漂亮，他們的房子很整齊，都有在整理，不像台灣亂七八糟。台灣的旅館都太貴了，花那些錢我不如到國外去玩，風景還更美麗新奇。(Hong)



我們住的那個 villa 裡面有游泳池和發呆亭。這是屬於一個比較隱密的私人的空間，不同於我們住在飯店那種感覺，住起來感覺很好。其實如果說人不多，一個家庭能夠住在一個比較私有的一個空間，有游泳池、庭園、客廳、廚房和 house keeper，一家人熱熱鬧鬧，住起來很舒適、很溫馨，好像擁有一棟別墅，當了幾天有錢人。(Chin)



青春是永不褪色的詩句，輕鬆的步調，浪漫的旅程，讓旅者找回青春的感覺，重溫十八歲的情懷。旅者看到了幸福的顏色，自身對幸福的渴望。Berger 說：「陷入愛河之際戀人的目光就是一切，再多的言語和擁抱都比不上戀人的凝視，這種充盈的感覺是無可比擬的。」(許綺玲譯，2005)。Jessica 在旅程中分享了小情侶的甜蜜愛情，也透露出自己對於幸福的熱情與憧憬。

一個可遇不可求的幸福畫面。商店整個的感覺讓人覺得非常的溫馨，小小日用品顏色和造型都很生活化，畫作都很有童趣，這二個人躲在角落裡偷偷的談戀愛，感覺非常的棒。(Jessica)



照片上常常有人喜歡把日期寫出來，但我覺得那很醜。但旅遊回來時間一久就會遺忘了，所以想要有一張明確標名日期的相片。在雪上寫上日期，天亮陽光一出來就蒸發了，完全沒有破壞，不會像寫在牆上或刻在樹上，還會讓下一個觀光客拍到。我們留下永久的畫面，但是陽光一出來它就不見了，它是一種留念性質



的。(Snowsea)

角落上的情侶和長桌上的留言，都是甜蜜愛情的見證，而青春的美好與愛情的甜蜜是人們永遠不變的追求，不管是已婚的 Jessica 或熱戀中的 Snowsea，甜蜜的愛情感都是旅者心中最美好的畫面。

照片是凝結的靜像，猶如畫作一般，旅者自詡為一個孤獨但是甜蜜的旅行者，旅者用相機捕捉著水邊的海鷗，海鷗的形象與作者相互彰顯，攝影者的心與景物交融，合而為一，影像表現出旅者的內心投射。

這隻海鷗自己在那邊，其實他在下面有很多的伙伴。這隻鷗就好像我自己，看著潭水，自己一個人在那裡看來看去寧靜優雅，下面還是有很多伙伴，你需要找伙伴的時候多的是啊，也沒有全然的孤獨。(Jessica)



拍出來的照片常常只是跟你心中的某個點相映，那都是很值得珍藏的照片。這是一張我最喜歡的照片，拍櫥窗裡的海報，海報上面的圖案和櫥窗玻璃上的倒影，讓它變成有二個東寺。海報上的東寺和真實的東寺。真正的有我、庭園、和那個塔，虛實相間，很有趣的照片。(Jessica)



Jessica 總是用鏡像、背包和影子代表自己，將自己害羞低調但躍躍欲試的旅遊體驗表現無遺、自我投射：低調自我的作風，孤獨的影子，總是取鏡在溪流旁、小徑上，享受著一個人的沉靜與寧謐。鞋子和背包是在移動過程中一直都不變的東西。或許是自己在鏡頭前不能表現得那麼自然，於是透過去拍背包，拍水瓶，拍影子…。其實那也是留影的一種方式。

旅遊的歷程會讓人更沉靜更謙虛，在浩瀚的自然中觀看風起雲湧、潮起潮落，在惡劣的天候中看到生存的勇氣；在藍天白雲中看到

生命的美好；在寧謐的氛圍中回憶反思，更從容的面對自己的缺失、盲點，更豁達的去看到人生的悲歡離合，不同的心境在旅程中都會有不同的收穫。

這個是破冰船，亞得里亞海，我在這裡看冰看了很久，整路大概看了有一半的時間，因為我看浮冰、看怎麼破冰，看水流、看海鷗，當船開過時，海鷗就會在那附近找吃的。你就會想，海鷗在這種地方求生存，它們的困境。冰這麼堅硬，人的力量是這麼大。看到冰塊的載浮載沈，就會想到一些哲學性的想法，可能會思考人生、生死。(LoLo)



野鴿飛過，然後很藍的天，你就覺得心靈已經沉澱了，有被釋放的感覺，就感覺到一個境界那一刻的感覺是很心動的。回來看到這張照片，當時的回憶就回來了，我自己在感情上有些矛盾，我會覺得會寂寞，可是我又需要自己的空間；怕跟別人綁在一起，可是又需要有一個人可以依靠。這是那一天在那裡的感觉，那個仰望的感覺充滿敬拜跟敬畏。(May)



圖像的表達讓美好的氛圍不言而喻，任何一張照片都以無言的方式在述說著旅程的見聞及感動，因為它映照著旅者的內心，獨特的視覺與深刻的心靈交會，呈現著旅者的視覺凝視，也述說著旅者內心的關注。從旅者透過照片描述的內心的思考及感動可知，旅遊不僅僅是身心的鬆弛，更能讓心靈飽滿。

Crouch (2003) 認為我們經常都是藉由別人幫我們建構好的東西，被旅遊目的地吸引，但旅遊應是一種邂逅、偶遇。旅遊時我們在異地感受到不同的文化，通常在被刻意安排的旅程裡我們只能看到舞台真實，但是在未被建構的旅程中我們感受著不同文化的真實性，所以我們應該是要與旅遊空間更親近，跟視覺文化更親近，旅遊者應該

是化被動為主動，主動去創造產生自己的視覺文化，主動去創造屬於個人的旅遊意象。從訪談的內容得知，大部分的旅遊者會帶著先前媒體給予的意象去拍某些特定的景物；但也有一部分的旅者會主動的去創造另一個視角，呈現一種心靈的轉化，旅者用心去凝視，從照片中的空間凝結，覓得旅遊中另一個觀看的視角。

第五章 結論

消費時代的旅遊經驗，影像的存取成為最經濟的消費模式：透過攝影紀錄的旅遊歷程，藉由影像的呈現，旅人得以證實曾經「到過」與「存有」的證明。影像紀錄的真實性，隨著旅遊活動的營造安排、攝影器材的日益更新，異國景象及文化擬像得以再現。從「觀光凝視」到「影像紀錄」，從「影像視角」到「自我投射」，旅遊影像敘說著旅遊體驗的點滴，也揭示旅遊者自我觀看與內省轉化。

相機的問世與大眾旅遊同時興起，使攝影成為旅程中最普遍的行為；透過影像紀錄的視角，表現不同社會的文化組態，並呈現旅者內心意識。本研究藉由影像探討旅遊本質的真實與擬像，藉由照片引談的深度訪談，穿透旅者的生命經驗，在觀光凝視中透析旅者的觀看視角，從旅者在旅遊移動中對空間凝視的焦點，理解旅遊的本質。

本研究以旅遊照片引談，從旅遊者的視覺經驗為出發點，勾勒出旅遊歷程的輪廓，在分別訪談了十二位性別、年齡、背景、旅遊方式各異的旅行者，經歷照片分享的敘事、旅遊照片的篩選、多次深度訪談，從無結構性訪談的資訊蒐集，經過篩選聚焦及深度訪談，歸納分析發現旅遊的動機本質與個人視覺語境的差異：

一、 在空間置換中追尋新的生命能量

(一) 身心鬆綁：旅行讓旅者在一種空間轉換中轉換了心情，轉化了角色。以不同於常的心情看世界，以另一個角色踏上旅程。異地的旅遊活動，讓許多日常生活的窒悶得到暫時性的緩和及鬆弛，生活和工作上的角色扮演與形象拘束得以解放，以一種安全的方式將負面能量釋放，在新的氛圍中，表現自我。感受世界的脈動，享受氛圍的美好，讓身、心、靈在旅遊活動的空間中洗滌。

(二)求知審美：探索新奇、未知的世界是經歷異文化最誘人的吸引力。在旅遊中經常可以看到和自己日常社會中不一樣的事物，像進步的城市、文化的差異、特殊的習俗…等，此些不同於日常社會的事物讓繞人增廣見聞，接觸多元經驗並因靈感的啟發而能模仿學習。受訪者在旅程中會因為接受新事物的刺激而帶來不同的看法，因此更能從不同的角度觀看世界，甚至產生新的創意。為了追求「美」而旅行，也是旅者共同的目標。陌生的環境因新鮮感的刺激讓麻痺的美感心靈甦醒，旅者打開所有的感官，更能看到、聽到、聞到與感受美好的氛圍，而旅遊不僅是一種眾所認知的經濟活動，更是一種豐富的精神活動，一種必要的審美活動。

(三)自我探索：被期待的自己常常不是真正自我的表現，於是偶爾出國旅遊，讓自己藉由暫時的假期，過渡到另一個空間，釋放內在禁錮的自我，讓「我」的真實感浮現，生命的價值得以滿足。在旅程中更能與自我對話，跳脫框架看待自己，以心凝視去、現在或未來自我，在留白的時空裡思索體會，探索未知的可能。

(四)暫離軌道；旅行能讓人暫離機械性的日常生活，以暫離的方式拋開世俗，得以自在。藉著移轉的空間，關閉原居空間日行的軌跡，進入另一種軌道。脫離常軌使旅者有更多的機會觀察、思考，轉換社會世界受限的想法，追尋生命的意義，感受生命的律動。

二、在影像中讀取視域的表層語境

(一)朝聖：

在傳統、文化或科技上具有代表性的目的地是旅者必定列入拍攝的旅程目標，旅者以一種能擁有且對當地衝擊最少的方式獲得”到此一遊”的滿足。看似平常的景物、事件因為被賦予了意義，而讓人產生景仰朝聖的心境，在媒體與網路世界無遠弗屆的傳播之下，許多「傳

說中」的自然現象、地景、建築、藝術品甚至是日用品或美食都化身成了「神聖的」目的，也是非觀看體驗不可、非擁有不可的”經驗”。旅者對這些「不得不去」的景點帶有「膜拜」、甚至「朝聖」。留下影像以顯示個人”曾經擁有”，有別於留下符號或字跡在旅遊目的地來展現”曾經到過”以昭示天下的外放式行為，攝影留存是一種將景物留存與擁有中對朝聖景點衝擊度最低，也是最經濟的方式。

（二）邂逅

旅遊時體驗著不一樣的社會儀式、看到不一樣的自然景觀、嘗試不一樣的飲食文化、不同的穿著、不同的交通工等異文化，開拓了旅者的眼界，提供了多元的視角，照片的記錄，記憶經歷旅遊過程中的感受。在旅途中偶遇或參與當地的活動，且能瞬間捕捉「驚喜」的畫面最令人旅人興奮。

（三）遊伴

同伴也是旅程中重要的因素，同行的親朋好友或同團伙伴是必定入鏡的素材。有時偶遇的陌生人更能帶來震撼與感動，與他們短暫的相處，或發展出單純的友誼，或觀看著專業的工作形象，這些既親切又遙遠的陌生人也是旅遊者拍攝的視角，更是旅遊中感人的元素。

（4）離軌

不同於日常生活的新鮮及刺激感，是旅遊的魅力所在。在旅遊時脫去形象枷鎖，體驗一下「不尋常」，正好可以滿足人們內心的反叛及彌補。旅程中旅者大膽釋放自我，越過安全與熟悉的界線，大膽嘗試未曾探索過的境地，體驗未曾經歷過的風情。旅行解放了壓在道德規範封條下的自我，讓旅者的心靈及行為進行調整，重新界定自己，自己與他者的關係。而這些特別但隱密的珍貴經驗是受訪者在述說時最興奮的部分，但是卻很少將當時的影像拍攝下來。

受訪者常將旅遊地的見聞與自己家鄉的景況類化比較，省思原生社會的現況，澄清價值，產生新想法，構思出不同的做法，對異文化的刻板印象也會因親身的接觸而產生不同角度的思考。旅者身在他鄉更能客觀的觀看自己成長的土地，進而肯定原生社會的價值。旅遊照片的背後透露著旅者對社會的關心，透出了社會進步的亮光。

三、在影像中發現的文化真實

攝影最能表現旅遊，旅遊亦透過攝影留下紀錄，旅者在旅程中大量的累積著照片，將流動的記憶固化且擁有。在快門按下的剎那，旅者的攝影動機、圖像背後的隱喻同時也被紀錄了下來。

追求真實性是多數旅者旅遊的主要動機和目的，為了更貼近真實的畫面，舉凡市場、巷弄、屋舍、閒聊的老人、嬉戲的孩童、路過的行人…，他們肆無忌憚的努力捕捉好鏡頭，對於干擾及隱私幾乎不予考慮，甚至引以為傲。「偷拍」是旅者常見的攝影行為，經典的畫面下隱藏著拍攝者與被拍攝者間權利的不對等。

旅者極力的追求真實見聞，但是在現代觀光機構、旅遊代理業及當地居民的共同營造之下，旅者捕捉到的多半也只是一些特定的空間中刻意安排的、簡化的、混雜的「文化」，但是那些經過設計的「真實」仍然是受到一般旅者歡迎。遊客們觀看著異國的風情是為了感受美好事物，求得身、心、靈的放鬆，對於文化的真實性並不持嚴肅的去看待，不管真實與否，具有異國風情的鏡頭還是攝影者的最愛。

旅遊者盡可能的精心構思畫面，常常刻意美化拍攝對象。因此，照片中總是呈現富足、快樂與優雅，實地的景況與影像的呈現常有出入，旅遊者用完美無瑕的照片用來表現心中的理想景象，有時閱讀影像時的美好感受更甚於旅遊當時，最美的景色、最美的笑容、歡樂的合照永遠是旅遊攝影重要的儀式。

方便、迅速、低成本、低技術需求，同時可以即時回饋的數位攝影問世後立即受到旅遊者喜愛，旅人咔嚓咔嚓的拍個不停，用相機巨細靡遺的紀錄旅程，大量的圖像不斷的被製造，被編修、被展示，真實與否並不是很重要，只要能展現個人風格品味便是成功，這也是現代旅遊的特色之一。部落格上的圖文並茂的旅遊敘述表現出各型各類的旅遊觀看，影像透露著極具個人特色的後現代旅遊。

「拍下便是擁有」旅遊者將旅遊的焦點置放於視覺體驗上，旅遊照片是作為凝視具體化的載具。旅者藉由拍攝擁有影像，便彷彿擁有了那原本不屬於自己的景物空間，大量的拍攝顯現出人們貪婪佔有的心態，哪怕只是匆匆一撇，只要拍了下來放在相簿裡、存在電腦中，便似乎在時時都可以反覆回味，再現場景，體驗空間。景物被攝下便被攫取擁有、照片的實體足以牽動回憶，圖像消費的快感充盈著現代旅人的心。

四、從影像中透視的深層語境：心的凝視

從兩階段的相片引談中發現，旅者的透過物質觀看所產生的內在對話。五十張旅遊照片所呈現的旅遊視覺經驗多元且豐富，受訪對象所提供的訊息有許多相同之處；最重要的十張照片，則明顯的呈現出旅者個人的性格喜好、美感經驗以及旅程特別的感觸，那是旅者對內在的關注，是一種自我對話與內心投射。旅遊最有價值的部分是內心與外物的相互撞擊、啟發、映照，是生命的省思及成長。

（一）穿越時空的記憶

對於拍攝者而言，照片背後，紀錄了旅程的氛圍、連結的記憶，周遭的人、事、物…，在照片的引談中，穿越時空的記憶被召喚。旅程中偶遇的事物喚起生命的渴望、夢想，觸發內心的感慨，燃起生命的追求，記憶穿越時空再現。對於旅者來說，照片的意義是獨一的，

觀者的解讀是表層的，拍攝者的投射是內心深處的期待。

（二）內在的外顯

影像不僅訴說著旅遊故事，更表述了旅者因過程中的體驗產生的內省而獲得的價值。旅遊中照片的拍攝及旅遊後照片的觀看等一系列活動，人們確定自己的社會身份和他人間的關係。旅遊時不斷拍照是一種習慣，對旅遊者而言，拍照過程具有社會文化性質，使遊客獲得社會世界認同的資產。

旅遊者拍攝照片目的是「自我敘述」(self-narrative)和「自我認同」(self-identity)。人們選擇當地風景或傳統民族服裝將自己的旅遊體驗浪漫化、異國情調化和理想化，塑造出截然不同的形象，以區分彼我。如Sontag的「非介入性」敘述中，精確指出旅者進行拍攝時，參與角色與觀看的距離，並區隔了他者（other）與我。參與其中的人沒辦法紀錄，正在紀錄的人沒有辦法參與，在拍照的瞬間，攝影者只是一個旁觀者，照片中的影像都不是拍照者親身參與的活動，因此，照片之於拍攝者的意義僅僅作為一種擁有，一種擁有的物質文化產生精神文化的想像，記憶的長度和廣度藉此無限延伸，從中獲得體驗的滿足。

當旅遊成為資本社會中，觀光發展的開發、經濟建設的物化追求，成為無煙囪產業口號下對旅遊者的異化剝削，本研究藉由出發地／抵達地、駐足／移動、他者／我者的對照，在影像的凝結、空間的移動中，用心的觀看、感受並體驗，將旅程的經驗結晶，連結過往的記憶，反思了旅行，感受了存在。

參考文獻

一、中文部份

中文專書

1. 王志弘、李根芳譯（2003），Brooker, P. 著，文化理論詞彙，台北：巨流。
2. 朱儀羚等譯（2004），Michele L. Crossley著，敘事心理與研究：自我、創傷與意義的建構，嘉義市：濤石文化。
3. 江裕真譯（2007），大前研一著，旅行與人生的奧意，台北市：商周出版。
4. 吳莉君譯（2005），Berger, J. 著，觀看的方式，台北：麥田。
5. 李長俊（1976），Art and visual perception: psychology of the creative eye/Rudolf Arnheim，藝術與視覺心理學 台北：雄獅圖書公司。
6. 李素卿譯(2003)。當代教育心理學。Thomas L.Good & Jere Brophy(1995)。原著：*Contemporary Educational Psychology*，臺北市：五南。
7. 汪芸譯（2001），Zikman, S. 著，旅行，聆聽心的呼喚：自我探索、發現與成長，台北：天下遠見。
8. 周甘逢、劉冠麟譯(2002)。教育心理學。R. J. Sternberg & W. M. Williams。原著：*Educational Psychology*，台北市：華騰。
9. 岳修平譯(1998)。認知心理學。E. D. Gagné, C. W. Yekovich, & F. R. Yekovich (1993)。原著：*The Cognitive Psychology of School Learning*，臺北市：遠流。
10. 范麗娟（2004），「質性研究」，臺北：心理出版社。
11. 張世倫譯（2007），Berger, J. & Mohr, J. 著，another way of telling：

另一種影像敘事，台北：三言社

- 12.張春興(1997)。教育心理學—三化取向的理論與實踐。台北：東華。
- 13.張梨美譯（1997），Stam, R. 等著，電影符號學的新語彙，台北：遠流。
- 14.張曉萍編（2005），民族旅遊的人類學透視，雲南：雲南大學出版社。
- 15.莊耀嘉（1990），馬斯洛，台北：桂冠。
- 16.許綺玲譯（1998），Walter Benjamin Essais /Walter Benjamin 著，迎向靈光消逝的年代，台北市：台灣攝影工作室。
- 17.許綺玲譯（2008），Roland Barthes 著，明室—攝影札記，台北市：台灣攝影工作室。
- 18.陳澄巧（2006），圖解文化研究，台北市：易博士。
- 19.章光和（2005），攝影不是藝術，台北市：田園城市。
- 20.幾米（2001），照相本子，台北：大塊文化。
- 21.曾昭旭（2005），我的美感體驗：道德美學引論，台北：台灣商務。
- 22.黃芳田（2004），辭職去旅行，臺北：宏道文化。
- 23.黃發典譯（1993），Lanquar, R. 著，觀光旅遊社會學，台北：遠流。
- 24.黃翰荻譯（1997），Susan Sontag 著，論攝影，台北：唐山。
- 25.葉浩譯（2007），Urry, J. 著，觀光客的凝視，台北市：書林。
- 26.詹偉雄（2005），美的經濟學：台灣社會變遷的 60 個微型觀察，台北：藍鯨出版。
- 27.廖月娟譯（2002），Botton, A. 著，旅行的藝術，台北：先覺。
- 28.褚士瑩（2005），旅行教我的十一堂課，台北：大田。
- 29.劉修祥譯（2003），Ross, G. 著，觀光心理學，台北：桂魯。
- 劉修祥譯（1990），Pearce, Philip L. 著，觀光客行為的社會心理發展，台北：桂冠。

- 30.劉純（2001），旅遊心理學，台北市：楊志文化。
- 31.劉惠媛譯（1998），Berger, J. 著，影像的閱讀，台北：遠流。
- 32.廣梅芳譯（2001）Identity' s architect a biography of ErikH. Erikson/Lawrence J. Friedman 著，艾瑞克森，張老師文化
- 33.歐用生(1989)，質的研究，台北：師大書苑。
- 34.蔡文杰（2001），反思旅行：一個旅人的反省與告解，台北市：生智。
- 35.鄭宇軍譯（2002），Inglis, F.著，假期：愉悅的歷史，台北：韋伯文化。
- 36.龔鵬程（2001），旅遊的精神文化史論，石家莊：河北教育出版社。

中文期刊

- 1.王敬武（1999），關於對旅遊者定義的幾點看法，旅遊學刊，6 期。
- 2.王寧（1999），旅遊、現代性與「好惡交織」—旅遊社會學的理论探索，社會學研究，6 期，93-102 頁。
- 3.吳宗昇、郭淑玲（2002），巴赫金之「狂歡節」於當代社會之解析，青雲學報，223 卷，1 期，293-303 頁。
- 4.呂鶴、劉松（2007），旅遊動機的影像透視研究—基於新迪爾凱姆主義視角，桂林旅遊高等專科學校學報，18 卷，5 期，638-640。
- 5.李政亮（2007），從壯遊、探險到大眾旅遊的誕生，歷史月刊，235 期，10-13 頁。
- 6.周永廣、徐林強、徐吉吉（2008），體驗（式）旅遊概念辨析及發展探討，地理與地理信息科學，24 期（1），208-112 頁。
- 7.屈錫華 陳睿（2007）旅遊活動：社會疏離緩解的新視角，西南民族大學學報，186 期，163-165 頁。

- 8.紀心怡 (2007) , 出走是為了返家：論《老鷹，再見》中旅行書寫的意涵，文學台灣，63 期，224-269 頁。
- 9.馬勇、周霄 (2003) , 旅遊的產生發展、本質屬性與社會價值，湖北大學成人教育學報，4 期，8-12 頁。
- 10.張進福 (2004) , 西方旅遊社會學研究發展，旅遊學刊，5 期，82-91 頁。
- 11.曹國新 (2005) , 旅遊的社會效用及其機制—回歸正常生活的視角，科學、經濟、社會，1 期，78-82 頁。
- 12.曹國新 (2007) , 建構論旅遊社會學研究述評，桂林旅遊高等專科學校學報，18 卷 1 期，5-8 頁。
- 13.郭力昕 (2007) , 約翰·伯杰—另類影像的實踐者，誠品好讀，76 期，9 頁。
- 14.彭兆榮 (2004) , 旅遊人類學視野中的「旅遊文化」，旅遊學刊，6 期，20-27 頁。
- 15.焦雨虹 (2007) , 消費時代傳記研究三題，文藝評論，5 期，49-54 頁
- 16.劉丹萍、保繼剛 (2006) , 窺視欲、影像記憶與自我認同—西方學界關於旅遊者攝影行為之透視，旅遊學刊，21 卷，4 期，88-93 頁。
- 17.蔡錦政、徐景毅 (2006) , 數字化對圖像傳播觀念的影響，劇作家，4 期，96-97 頁。
- 18.頤錚 (2005) , “照片就是我們”：蘇珊桑塔格的奮鬥與悲哀，文化景觀·影像，社會觀察，第 3 期，36-37 頁。
- 19.龍迪勇 (2007) , 圖像敘事：空間的時間化，江西社會科學，15 期，39-53 頁。

- 1.王怡婷（2007），論《巴黎·德州》中照片的多重詮釋，國立交通大學應用藝術研究所碩士論文。
- 2.李淑宏（1999），因為旅行，所以存在—旅行世紀的台灣新世代，台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 3.李湖清（1987），國人出國觀光消費行為研究，中原大學企業管理研究所碩士論文。
- 4.林坤正（2003），家的影像：林坤正攝影創作，臺北市立師範學院視覺藝術研究所論文。
- 5.莊麗薇（2006），自助旅行、觀光與文化想像：以台灣的自助旅行論述為例，東海大學社會學研究所碩士論文。
- 6.黃振富（2006），自助旅行者的真實建構——以台灣旅歐女性自助旅行者為例，東海大學社會學研究所碩士論文。
- 7.蔣旻勳（2003），攝影影像在視覺藝術中的應用，國立屏東師範學院視覺教育研究所碩士論文。

二、西文部份

1. Adler, J. (1989), Origins of Sightseeing. Annals of Tourism Research, vol.16,pp.7-29.
2. Albers & James (1983) , Tourism and the Changing Photographic Image of the Great Lakes Indians. Annals of Tourism Research, vol.10,pp.123-148.
3. Albers & James(1988), Travel Photographya Methodological Approach, Annals of Tourism Research, vol.15,pp.134-158.
4. Andrew McGregor (2000) Dynamic Texts and Tourist gaze Death, Bones

- and Buffalo, Annals of Tourism Research, vol.27, No.1, pp.27-50.
5. Atkinson, A. C. P. (1996), Making Sense of Qualitative Data : Complementary Research Strategies, London: Sage.
 6. Barthes, R. (1988), Image, music, text ; essays selected and translated by Stephen Heath, New York : Hill and Wang : Noonday Press.
 7. Caton, K. & Santos, C. (2008), Closing the Hermeneutic Circle? Photographic Encounters with the Other, Annals of Tourism Research, vol.35, No.1, pp7–26.
 8. Chalton, Richard M. (1979), Photography's Role in Tourism : Some Unexplored Relationship, Annals of Tourism Research, Oct/Dec, pp435-447.
 9. Cohen , Erik(1979), Rethinking the sociology of tourism, Annals of Tourism Research , vol.6, no.1, Pp.18-35.
 10. Cohen, Erik(1984), The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings, Annual Review of Sociology, vol.10, pp.373-392.
 11. Cohen , Erik(1988), Traditions in the qualitative sociology of tourism, Annals of Tourism Research , vol.15, Pp.29-46.
 12. Crouch, David & Lubber, Nina (2003), visual culture and tourism, New York: Berg.
 13. Dann, Graham M. S. (1977), Anomie, ego-enhancement and tourism, Annals of Tourism Research, vol.4, no.4, pp.184-194.
 14. David Uzzell (1984) An Alternative Structuralist Approach to the Psychology of Tourism Marketing , Annals of Tourism Research, vol.11, pp.79-99
 15. Garrod, Brian(2008), Exploring Place Perception a Photo-based Analysis, Annals of Tourism Research , Vol. 35, No. 2, pp. 381–401.
 16. Gottlieb, A. (1982), Americans vacation, Annals of Tourism Research, vol.9, pp165-87.

17. Graburn, N. (1977), Tourism: The Sacred Journey. Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. Valene L.Smith ed. pp:21-36.
Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
18. Graburn, N. H.H.(1983), The Anthropology of Tourism, Annals of Tourism Research, vol.1,pp9-33.
19. Graburn, N.H.H. & Jafari, J. (1991) Introduction tourism social science.Annals of Tourism Research,18.
20. Hunter, William Cannon (2008), A Typology of Photographic Representations for Tourism: Depictions of Groomed Spaces, Tourism Management, vol.29,pp 354–365
21. Laxson, Joan D. (1991), How “WE” See“THEM” Tourism and Native Americans , Annals of Tourism Research, vol.18,pp365-391.
22. Loeffler, T.A.(2004), A Photo Elicitation Study of the Meanings of Outdoor Adventure Experiences.Journal of Leisure Research , vol.36 , No.4,pp.536-55.
23. MacCannell, D. (1976), The Tourist: A New Theory of the Leisure Class, New York: Schocken Books.
24. MacCannell, Dean. (1999), The Tourist: A New Theory of The Leisure Class, LosAngeles: University of California Press.
25. Markwell, K. (1997), Dimensions of Photography in a Nature-based Tour, Annals of Tourism Research, vol.24,No.1,pp131-155.
26. McCabe, A. & Peterson, C. (1991). Preface: Structure as a Way of Understanding. Develop Narrative Structure. New Jersey: LEA.
27. Mellinger, W. (1994), Toward a critical analysis of tourism representations. Annals of Tourism Research, vol.21,No.4,756-779.
28. Pearce, P. L. (1988), The Ulysses Factor- Evaluation Visitors in Tourist Settings, New York and Berlin: Springer-Verlag.
29. Prebensen, Nina K. (2007), Exploring tourists’ images of a distant

- destination, Tourism Management, vol.28, pp.747-756.
30. Smith, V. L. (1998), War and Tourism: An American Ethnography, Annals of Tourism Research, vol.1,pp.202-227.
31. Stedman , Beckley, Wallace & Ambard (2004) , A picture and 1000 words: using resident-employed photography to understand attachment to high amenity places, Journal of Leisure Research , Vol. 36, No. 4, pp. 580-606.
32. T. A. Loeffler (2004), A Photo Elicitation Study of the Meanings of Outdoor Adventure Experiences, Journal of Leisure Research, ol.36,No.4, pp.536-556.
33. Tan, Ed. S. (1996), Emotion and the Structure of Narrative Film: Film as an Emotion Machine, New Jersey: LEA.
34. Wahab, S. (1975), Tourism Management, London: Tourism International Press.
35. West, N. (2000), Kodak and the Lens of Nostalgia. Charlottesville: University of Virginia Press.
36. Zikumnud and William, G.(1994), Business Research Methods, 4th Ed., Fort Worth : Dryden Press.

附錄一 受訪者資料

姓名	年齡	性別	教育程度	職業	曾經出遊的國家
A-mei	38	女	大學	小學教師	日本、巴里島、澳大利亞、紐西蘭、中國、
Jessica	45	女	大學	營養師、業餘畫家	有巴里島6次、日本4次(大阪、京都、北海道及東京)、奧地利、捷克、匈牙利
May	40	女	碩士	高中教師	美國、加拿大、澳洲、紐西蘭、英國、法國、西班牙、荷蘭、印度、柬埔寨、泰國、印尼、西藏、新疆、中國大陸(十次)
Lo-Lo	33	女	碩士	美術教師	日本、梵蒂岡、印度、尼泊爾、柬埔寨、義大利、中國大陸
Zou	44	女	大學	大學行政人員	泰國、日本、義大利、印尼、中國大陸、韓國、馬來西亞、尼泊爾、美國、加拿大、澳洲、越南、新加坡、關島、菲律賓
Grace	41	女	碩士	小學教師	日本、巴里島、美國、菲律賓、馬來西亞、中國大陸、英國
Snowsea	32	男	大學	服飾百貨業	大陸、日本、法國、瑞士、德國、香港
Light	38	男	大學	花燈燈師	香港、泰國、菲律賓、馬來西亞、韓國
Lingo	46	男	專科	科技業主管	埃及、中國大陸、日本、韓國、美國、英國、荷蘭、波蘭、義大利...二十多個國家
John	39	男	碩士	小學主任	巴里島、新加坡、日本、韓國、琉球、柬埔寨、美國、義大利、澳洲、中國大陸
chin	47	男	大學	高中教師	巴里島、日本、韓國、泰國、中國大陸
Hong	55	男	碩士	高中補教業	印度、紐西蘭、美國、日本、泰國、德國、瑞士、中國