

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

女性旅遊體驗之探索研究

AN EXPLORATORY STUDY OF FEMALE TOURISTS' EXPERIENCES

研究生：王寬蓉

GRADUATE STUDENT: WANG, KUAN-JUNG

指導教授：陳貞吟 博士

ADVISOR: CHEN, CHEN-YIN Ph.D.

中 華 民 國 九 十 六 年 六 月

南 華 大 學

旅遊事業管理研究所

碩 士 學 位 論 文

女性旅遊體驗之探索性研究

研究生：王貴君

經考試合格特此證明

口試委員：

林 佩 玲

陳 貞 吟

林 倩 綺

指導教授：陳 貞 吟

系主任(所長)：丁 嘉 敏

口試日期：中華民國 96 年 06 月 15 日

論文題目：女性旅遊體驗之探索研究

研究生：王寬蓉

指導教授：陳貞吟 博士

論文摘要內容：

近年來，由於經濟與科技不斷成長與進步，社會結構的改變，女性意識抬頭，女性在社會、經濟等方面的影響力已不容忽視，越來越多女性擁有獨立自主的機會和空間也有能力出外旅遊，使得女性成為為旅遊市場中新興的一群。

因此，本研究主要以女性為主軸，並結合「後現代旅遊體驗」與「女性主義」的觀點，視女性為獨立的個體，強調其主體性，且認為每一個體在從事旅遊時所產生的體驗是不盡相同，因每個旅遊者會因本身的內心需求與客觀環境的影響，產生不一樣的體驗，因此本研究除關心女性旅客的體驗，也重視她們想要的旅遊體驗。

本研究利用三角交叉檢視法的觀點，進行三階段的研究。第一與第二階段採用內省法、記憶法，針對曾經出國兩次以上的女性進行研究；第三階段則利用參與觀察法，藉由實際參與觀察女性旅客的旅客的行為與旅遊體驗外，同時也驗證先前的研究結果，共有 37 位女性、11 位男性分別加入不同階段的研究。最後，綜合三階段所收集之資料進行分析。

結果發現，女性從事旅遊活動，是為了擺脫父權社會所加諸於女性身上不公平的對待，解脫平日生活的束縛，期待自由的感覺，並透過旅遊發現自我、獲得成長。換言之，旅遊對女性而言，不僅僅只是讓她們遠離日常生活的壓力來源，也是她們求知、體驗不同生活、發現自我，提升內在的方式。同時，在旅途中，女性遇到的人事物，無論是同行的同伴、領隊、導遊、當地居民、文化差異或旅遊地之環境氛圍等，都將牽動女性旅程中的情緒變化與體驗。

關鍵詞：後現代旅遊、旅遊體驗、女性旅客、女性主義

Title of Thesis : An Exploratory Study Of Female Tourists' Experience

Name of Institute : Department of Tourism Management, Nan Hua

University

Graduate Date : July 2007

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : WANG, KUAN-JUNG **Advisor** : CHEN, CHEN-YIN Ph.D.

Abstract

Recent economic growth and technological development have caused social changes and raised the consciousness of women. The result has been a growing social and economic influence of females. More and more women now have the opportunity to live independently, including traveling independently. Consequently, female tourists have emerged as a new and important segment in the tourism market.

Based on the perspectives of post-modernism and feminism, the study thus explored the experiences of female tourists viewing females as independent individuals. To clarify its focus of female subjectivity, the study also considered the differences among the experiences of individual tourists resulting from different internal needs and objective environment impacts. For this reason, the study not only examined the experiences female tourists actually have, but also the experiences they desire.

The study was conducted through three stages using the triangulation research method. Two methods of Guided Introspection and Memory-Work were applied for the first and second stages to investigate women who have traveled abroad more than twice; the third stage utilized participant observation to observe the actual behavior and traveling experiences of female tourists. The results of the previous two stages were also verified during the third stage. Thirty-seven females and eleven males were involved in the different stages of the research. Finally, synthesized data was gathered from the three research stages and analyzed.

The result of this study showed that, by traveling, women somehow try to eliminate patriarchy, throw off constraint in daily life, look forward to freedom, find themselves, and broaden their world views. In other words,

for females, travel not only helps relieve daily life pressures, but also is a way to gain knowledge, experience different things, understand themselves, and build confidence. Meanwhile, all of the elements encountered during travel, including the travel partners, tour guides, local residents, and the local culture and environment, may also affect the emotions and experiences of female tourists.

Key Words: Post-modern Tourism, Tourist Experience, Female Tourist, Feminism

目 錄

中文摘要	I
英文摘要	II
目錄	IV
表目錄	VI
圖目錄	VII
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	4
1.3 研究重要性	5
1.4 研究程序	5
第二章 文獻回顧	7
2.1 旅遊體驗	8
2.2 男、女大不同	16
2.3 女性旅遊研究的分類及演進	18
2.4 女性旅客的旅遊體驗	33
第三章 研究設計	37
3.1 研究方法	39
3.2 研究對象與設計	45
3.3 研究的信度與效度	47
第四章 結果分析與討論	49
4.1 影響女性旅客旅遊體驗的人事物	49
4.2 旅途中的情緒體驗	62
4.3 旅遊帶給女性旅客的影響	68
4.4 結論	72

第五章 結論與建議	75
5.1 結論	75
5.2 建議	81
參考文獻	87
附錄 A 問卷	103
附錄 B 第一、二階段受訪者基本資料	104
附錄 C 第三階段觀察者資料	105

表目錄

表 3.1 增進嚴謹性和可信性的策略	38
--------------------------	----

圖目錄

圖 1.1	研究程序	6
圖 2.1	旅遊體驗概念圖	10
圖 3.1	三階段的研究流程圖	39

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

近年來，由於經濟與科技不斷成長與進步，社會結構的改變，使得全球產業由農工業朝向無煙囪產業發展，同時在全球經濟穩健地成長下、所得提高、交通便捷等因素下，觀光產業逐漸蓬勃發展。而我國，也在政府提倡周休二日政策後，旅遊的人數也日漸攀升。Synnott (1993) 曾說過旅遊的意義包含存在於我們身上的美學 (aesthetic) 與感官 (sensual)，因為身體是感覺主要的所在地，旅遊是為了慶祝身體慾望的活動 (Veijola & Jokinen, 1994; Wang, 1996); 且馬斯洛的需求層次論也談到：「旅遊可以滿足人們社交、尊重和自我完善的需求」。因此，旅遊意味著個人為了滿足生理與心理的需求，暫時遠離日常生活，進而與他人互動的一切行為，且一個人一生中有許多重要的事情都發生在旅遊中，如人生的體驗、人際關係、愉悅的感覺等。

女性意識抬頭，女性在社會、經濟等方面的影響力已不容忽視，越來越多女性擁有獨立自主的機會和空間也有能力出外旅遊，根據國內統計，2005 年出國旅遊人數已達 820 萬人次，而近五年來女性出國的人數也由 2001 年的 290 萬人次成長到 2005 的 340 萬人次 (交通部觀光局，2005)，女性旅遊人數相較以往成長了許多。而且女性旅遊人數的增加似

乎也是一種世界趨勢，例如 Smith & Clurman (1997) 指出，自 1990 年起，女性成為觀光市場上「急速成長的一群」；Tunstall (1989) 在研究中發現，美國女性為旅行的主要決定者，因而促使美國旅遊業者也以女性作為市場區隔，生產不同的女性旅遊產品。這顯示出女性在全球旅遊市場中所扮演的角色將越來越重要。而許多旅遊業者更是看女性市場的能力，紛紛祭出了針對女性旅客的行程或書報雜誌，國內旅行社業者，如雄獅旅遊也針對女性旅客祭出「女性專屬優惠團」，凡女性報名就可享有團費上的折扣；Small (1999) 也提到：旅遊產業近些年來開始以女性做為市場區隔並主動做出反應，如：有更多豪華旅館針對女性提供不同的服務與設備、只限女性參與的旅行團（特別是冒險旅行）、為女性出版的旅遊指南（如：Women travel、Maiden voyages：the indispensable guide to women's travel）。

女性平日生活中備受社會規範之壓力，休閒旅遊似乎也成為舒解壓力的重要方式，如陳彰儀（1985）發現職業婦女最喜歡的休閒活動為旅行，在女性進入到生兒育女的階段，因責任感歸屬感，以及傳統社會的角色與文化制約，傳統的女性多扮演負擔家務與照顧家人的角色（余嬪，1999），參與活動的自由也就經常被剝奪；內政部統計處（2003）針對國民對目前自己休閒生活滿意情形調查中發現，有子女的國民有 35.4% 對

自己的休閒生活較不滿意。Henderson (1991) 認為女性多為照顧者的角色，並想從她們的休閒娛樂中獲得不同的利益遠勝過男性，她們也許想要遠離她的環境，找尋安寧與平靜的旅遊景點，也想要有冒險與新奇的旅遊體驗；且女性重視與渴望在旅遊時所經歷的愉快經驗 (Hawes, 1988)。

同時，內政部統計處 (2002) 對臺閩地區婦女生活狀況調查分析中指出，婦女最常關心的資訊，前五項依序為醫療保健、社會治安、休閒娛樂與運動、家庭生活及文化教育，且針對平常有從事休閒活動的婦女調查，最常從事的休閒活動是娛樂性的活動，佔了 61.8%，而沒有休閒活動的婦女佔了全體的 12.9%。別蓮蒂 (2002) 分析台灣消費者生活型態，發現認真生活的女性逐年增加，這些女性認為認真生活是要認真工作，也要認真休閒。這也顯示出現在女性越來越重視與渴望工作外的活動，如：旅遊。藉由旅遊來慰勞自己辛勤的付出，遠離日常生活環境，並享受心靈上的體驗與物質上的收獲。觀光事業發展到至今，越來越多女性也因此走出自己的生活圈到世界各地去尋求那一份屬於自己的心靈嚮宴。在女性擁有越來越多的自主權時，她們也想以自己的方式來生活，也想要有更多的私人空間，這些都是在父權制之下所得不到的，所以她們藉由旅遊來得到那一份屬於自己的感動，但這份感動的體驗，在迄今

的研究裡卻無法有更進一步地表達出她們內心的想法、她們為何會有如此體驗的由來等，於是本研究試著以女性為著眼點，以女性旅客之旅遊體驗為主軸，從其過去的經驗探究其內心無形的旅遊體驗。

1.2 研究目的

旅遊體驗不應只是代表旅客們的滿意程度，而是一種內心無形的轉換，Denzin & Lincoln (1994) 說道，質性研究可以呈現出個人如何建構他的體驗和引發回憶，且可以擁有豐富的回應與指出影響因素。且 Deborah (2000) 指出，質性研究本質上屬於歸納的 (inductive)，它們企圖要發現，而非驗證；相反地，量化研究重視理論的驗證，較不重視脈絡 (引自王金永等譯，2000)。當旅遊與我們生活結合時，便會對會參與其中的人產生影響，人的意見、想法是需要被陳述、表達的，但這在量化研究裡也是無法被呈現的。因此，期望能透過對研究主題與研究對象的交流，省思理論上之觀點，並能使學界與業界更了解女性的旅遊體驗。

從歷史上來看，女性在社會中的地位可以作為該社會文明程度最突出的一個指標 (Veblen, 1899)。在業者為了拼業績、搶客人的過程中，往往忽視了何者才是旅客所期待的，當時代的步伐慢慢在前進，旅遊也由視覺上的享受轉變成心靈上的啟發，這中間的轉折應是消費者最為清楚的，但卻也是業者需省思的。因此本研究以女性為主軸探討其旅遊體

驗，主要研究目的如下：

- 一、瞭解女性在從事旅遊行為時所產生的內心感覺與體驗。
- 二、解析女性旅客對於旅遊的真正需求。
- 三、希冀透過了解女性旅客的旅遊體驗與需求，提出建議供旅遊業者參考。

1.3 研究重要性

綜觀目前有關旅遊體驗的研究，內容多為全面性、單一階段的描述或研究，雖然女性旅遊市場逐漸受到重視，這仍有許多屬於心理層面的問題是無法透過量化研究可獲取，為避免過度依賴單一被研究團體，因此透過多階段的研究，並將所得到的資訊做成書面資料，期能藉由「文字」而非「數字」的方式來呈現女性旅客的旅遊體驗。

1.4 研究程序

在旅遊產業中，女性屬於新興市場，在學術研究中，隨著女性研究議題的增加，人們也開始將女性與男性的休閒體驗區隔開來，認為女性的休閒體驗是不同於男性的（Gloor，1992；Henderson & Bialeschki，1992；Shaw，1991），而許多的女性主義者認為，應該摒除休閒研究中常使用的實證與量化的研究（Deem，1998；Henderson & Ramnells，1988）；採取並連結詮釋學與質性研究，因為，它們能提供一種最好的方法去發

展出一種新理論，並允許女性「抒發心聲」。且質性研究注重脈絡與多重影響因素，故這些將有助於我們更瞭解女性休閒生活的複雜性(Henderson et al.，1996)。

因此，本研究進程序如圖 1.1 所示，首先以相關文獻確認本研究的理論觀點與研究概念，隨後進行三角交叉驗證，包括三個質性研究進行三階段研究，而質性研究目的在更深入地探討女性旅客的旅遊行為及內心無形感受。最後綜合三個階段之研究，完整地闡述、表達女性旅客的體驗價值，並對實務業者與未來研究提出建議。

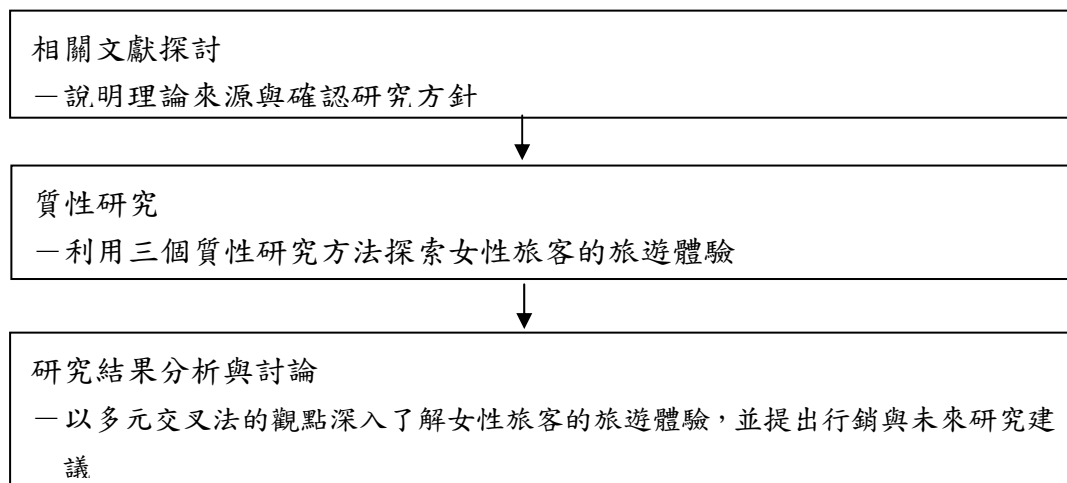


圖 1.1 研究程序

第二章 文獻回顧

2.1 旅遊體驗

一、旅遊體驗的本質

旅遊起源於十九世紀，早期大多是學者及較高階層的人們旅行到雅典、巴黎或開羅，為了實際體驗另一種文化的生活方式而進行旅遊（McIntosh，1990）；而旅遊體驗如同 Squire（1994）指出旅遊是一種主觀的經驗，它連結了人類生命中特別的回憶與社會和文化間的關係。

體驗（Experience）一詞源自拉丁文“Experientia”，其意為探查、試驗，在希臘文中引自“Emperia”，亞里斯多德解釋“Emperia”為從感覺產生記憶，並由多次相同記憶串連而成（項退結譯，1989）；而在人本心理派始祖 Rogers（1959）指出，體驗的名詞意義為，在任一給定的時刻裡，個體所發生或進行的事情，這些事情是可以被意識到的；體驗的動詞意義是指有機體內接受當時所發生的感覺生理性事件的刺激（取自江光榮，2001）。體驗的英文源自於實驗（experimenting）、嘗試（trying）、冒險（risking）三字彙，重點是放在個人的參與（Lofgren，2001），因此體驗是個體對某些刺激回應的個別事件，包含整體的生活本質，通常是由事件的直接觀察與參與所造成（鐘振華，2003）。亦即，體驗是由個人在一特定時刻裡所產生的記憶、身心感覺結合的行為，同時也象徵了一

個人進入某一種新階段的儀式。

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、意識到的，是一種個人與社會動態互動時所產生出的主觀性結果，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。

Rifkin (2001) 指出旅遊產業的本質就是文化體驗的商品化結果，當全球各地的企業都積極地介入文化性體驗的活動，要為人注目的要屬全球最大的產業之一的旅遊業 (取自黃彥憲譯，2001)；同時也指出旅遊所帶給人們的體驗比較模擬性，除非親身體驗。Ittelson (1978) 認為，遊客對於遊憩體驗的獲得，來自於遊憩活動與環境，在不同的活動與環境下組成的不同體驗，是遊客用來回應現代生活的方式，一種尋找生活的真實性的經驗 (MacCannell, 1973)；且 MacCannell (1976) 相信，觀光在眾多休閒方式中最適合將個人導入現實世界情境中。當休閒已取代工作成為生活的重心，文化已被每日工作活動所排除，現代心理開始對擴展休閒體驗和不斷尋求各種活動與新鮮感越來越感到興趣。Milman (1998) 認為實際的旅遊體驗是同時包含身體活動與心智活動，這些活動會對旅遊者的知覺、意識、想像、推理思考上會產生影響，而旅遊時會產生愉悅的體驗的原因包含：心理因素、滿意度、時間風險 (Roehl &

Fesenmaier, 1992)。Ryan (2002a) 也說道，旅遊體驗是產生於旅行，它發生在其它常態的環境下，是遠離家的；且旅遊體驗是可被分享的，它是個人主義的，也可以用來反應人們生活方式的一種面向，但旅遊業並沒有去關注到人們體驗的不同。

在社會科學研究裡大部份的學者認為旅遊體驗是有別於平日生活的體驗，因此旅遊體驗就好比「粹取」(pure)、「最終」(net)、「高峰」(peak)的體驗，通常是從觀光地吸引力中獲得，而不是從周遭環境所獲取的一些零碎或次要的體驗，像吃、睡等中獲得的。同時也別於一般日常生活的體驗，所以旅客會選擇旅行做為別於他們日常生活體驗的方式，像這類的所遊體驗可稱為「高峰體驗」(peak experience) (Quan & Wang, 2004)。然而 McCabe (2002) 指出，如此一來會使人誤解為旅遊是排除每日的生活體驗，但旅遊體驗是由高峰體驗和次要的體驗，如吃、睡、玩等所構成的。所以 Quan & Wang (2004) 認為高峰體驗(peak experience) 和次要的體驗 (supporting consumer experience) 可以結合成一個完整的結構，因而發展出如圖 1 的概念模式，讓我們能更了解這兩者間的關係。高峰體驗是指因目的地的吸引力所產生的體驗，是構成旅遊的主要動機，而次要體則是主要提及令人滿意的體驗是基於消費者在旅途中的需要，像吃、睡和交通工具等這些不構成主要的旅遊動機。

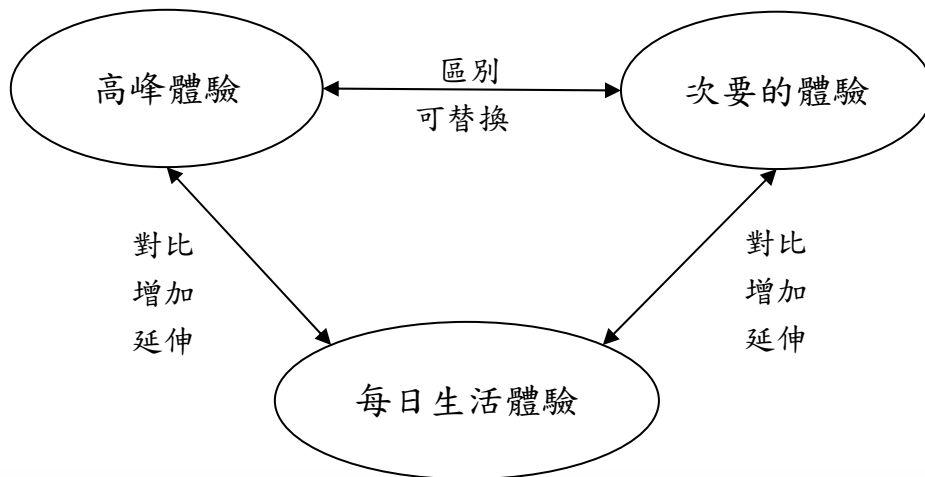


圖 2.1 旅遊體驗概念圖

資料來源：Quan & Wang (2004)

基於此種觀點，Quan & Wang (2004) 認為研究旅遊應從兩個重點著手：

第一、應從概念上去區分高峰體驗和次要的體驗，而區分的關鍵在重新概念化 (re-conceptualization) 它們兩者間的關係。一方面，整體的旅遊體驗並不能被視為次要的體驗，因為如果目的地吸引力無法構成旅遊的主要動機，那麼再高品質的服務也無法補償這個缺陷和遺憾。另一方面，高峰體驗並不能取代次要的體驗，如 Ryan (1994, p.300) 說道：「可得到的悠閒和舒適或許不能使他們得到更高的滿意程度，但缺了它們可能會引起不滿」。因此，即使高峰體驗是好的，但次要的體驗若令人不愉快，那麼整體的旅遊體驗也會被破壞。

第二、高峰體驗和次要的體驗在某一程度上的情況是可替換的。一方面，次要的體驗的要素可轉換為高峰體驗，如旅客觀光的原始動機是也許是找當地具有吸引力的食物，那麼他去找尋食物的活動取代了著名的觀光景點。在這裡食物變成是高峰的而不是次要的體驗，此時幫助提高了整個旅程的滿意程度。另一方面，目的地吸引力的體驗有時轉變成次要的體驗，如一個年輕的男子跟一個女性旅客在海灘上浪漫地度假，這時目的地吸引力的高峰體驗—海灘變成浪漫的背景也因此轉變成次要的體驗。

另外，Quan & Wang (2004) 更進一步利用 Parker (1983) 的「延伸」(extension)、「對抗」(opposition) 與「中立」(neutrality) 三個概念提出旅遊體驗和每日生活經驗的三種連結關係：第一、旅遊體驗（高峰體驗）是與每日生活經驗（次要體驗）對比的；第二、旅遊體驗是延伸於每日生活經驗；第三、旅遊體驗是增加每日生活經驗。如同 Munt (1994) 所描述的觀光旅遊與日常生活間解分化 (De-differentiation) 的過程，亦即「觀光旅遊是所有一切，且所有一切是觀光旅遊」。

因此，我們可說旅遊體驗是延伸於日常生活的，是反應個人生活的另一個面向，亦或是個人找尋另一個生活經驗的來源，它是可以被分享的、值得回憶的事件。而一個愉快的旅遊體驗應包含滿足旅客生理與心

理的需求，換句話說即使是微不足道、或像是日常生活鎖事那樣普通的基本需求，都必需要能滿足旅客，因為有滿足生理需求後，才能追求更高的需求。

二、後現代旅遊體驗觀點

後現代的理論強調生活的多樣性與豐富，從早期旅客著重於旅行的目的至今開始注意自身在體驗構成中的主觀性，此一發展也讓研究者的研究焦點從早期的目的說轉換到旅遊者主觀性的溝通上，而主觀性的體驗連結人們的生活和社會、文化的關係（Urry，2002；Hughes，1992）。Crompton（1979）認為個體會從他們的旅遊體驗中尋找不同的利益，此利益即為體驗，而此體驗是來自經驗和心理（Samdahl，1991）；Wearing and Wearing（1988）也指出休閒就旅遊的觀點而言，是需要更多時間（遠離住所）和吸引力（目的地的可及性），來建構旅客個人主觀性的旅遊體驗；且旅客與目的地間的互動會影響到個人的社交，進而影響到回家後的感覺（Wearing and Wearing，1996）。Rogers（1959）以主觀經驗中心論認為，個體的行為表現乃依循對自己和自己所在環境之主觀的知覺。而旅遊體驗對個人與社會間具有特殊的意義，旅遊者也會經由旅遊體驗的探索過程中表現出個人需求，即每個人會因不同的旅遊動機，而獲得不同的體驗（Cohen，1979）。

此外，Cohen（1979）重視旅遊體驗之主體性，同時也以目的地與旅遊的重要性來檢測後現代旅客旅遊體驗，提出所謂的「中心」（centre）理論來解析旅遊體驗，將其分為五個部份：

1. 旅遊體驗是有消遣和娛樂作用，就像戲院或劇院，提供一個暫時、令人享受愉快的活動。個人的娛樂為了是要重建他們在社會的中心，而旅遊的本質上是每日生活裡暫時的那部份，沒有工作、煩惱、節儉的處境。
2. 幫助人們遠離日常生活。
3. 旅客尋找操作旅遊市場的真實體驗，遠離社會中心，尋找其它含義。MacCannell（1973）指出在目前社會中，關心他們膚淺的生活和真實體驗間相似的關係。
4. 是一種驗證自我存在的過程，類似一種實驗法，是因人而異的。
5. 轉換不同的視野看待原來的事物，並因而產生一種新的體認。

Urry（2002）也從後現代觀點指出後現代旅客與一般旅客有所不同，主張旅遊體驗是一種凝視（gaze），並會創造出不同的感覺、觀點，旅客會因本身的好奇心與興趣來凝視旅遊環境，同時也表達出旅客欣賞旅遊環境的方式，以及他們對於旅遊環境的想法；而凝視是旅客和「其它」（other）人事物的偶然相遇，並提供一些感覺的能力、樂趣和建構體驗。

他也提供如下的九個特性幫助我們了解旅遊體驗：

1. 旅遊體驗是休閒活動的參與。
2. 旅客間關係的改變主要是來自於人們不同地點的移動與停留。
3. 短期或暫時遠離日常生活。
4. 在旅遊體驗上，地方凝視不是與有償工作有關且通常會和工作成對比。
5. 現在人口的比率像旅客的活動，因此新社會形態的發展以凝視處理大眾性質。
6. 目的地的選擇是以凝視的觀點決定。
7. 旅客凝視是描述景觀與家的不同。
8. 凝視構成符號，旅遊包含收集這些符號。
9. 各式各樣觀光產業的發展，企圖重建旅客新的凝觀目標。

整體而言，旅遊體驗就社會科學而言，已是一個可以分類且多樣的
研究，Quan 和 Wang（2004）將以往的研究方向分為下列五個部份：

1. 旅遊體驗的研究來自現象學的研究，並著重在旅客主觀性的觀點上（Choen，1979；Neumann，1992；Ryan，2002a）。
2. 旅遊體驗類似一種宗教性的，似朝聖的宗教旅遊（Graburn，1989；Hennig，2002；MacCannell，1973，1976；Vukonic，1996）提供

一個遠離煩悶、拘束日常生活的機會 (Dann, 1977) 且是自由的體驗、真實性、新奇、改變、具異國情調的稚嫩、心流、具意義的、自身的、不需要事實根據的 (Gottlieb, 1982; Ryan, 2002b; MacCannell, 1973, 1976; Cohen, 1979, 1988; Redfoot, 1984; Wang, 1999, 2000; Mergen, 1986; Dann, 1989; Mitchell, 1983; Lanfant et al., 1995; Hennig, 2002; Selwyn, 1996)。

3. 旅遊體驗就像一個主觀的心理，可視為研究上實證的媒介，如：科學上的實驗或其它量化的方法 (Pearce, 1982; Lee & Crompton, 1992)。
4. 旅遊體驗傳統上被視為追求愉悅的活動，也因此旅遊體驗被認為是現代旅客的興奮劑。
5. 旅遊體驗實質上具有特殊的凝視 (gaze) 型態，而凝視的形成則受到旅遊制度、大眾傳播、主流文化、價值或觀點，如浪漫主義 (Urry, 2002) 所影響。

因此，從後現代主義觀點來看，本研究認為旅遊體驗的本質是一種個人的、主觀的且具高度異質性的內心感受。同時，對旅客而言，旅遊只是一種媒介，體驗才是最終目的，旅客會因自身旅遊動機的不同，而產生不同的旅遊體驗，此體驗包括身體與心理的結合，從開始規劃行程、

選擇目的地、到目的地旅遊過程直到回程，這一連串的演變，都會使旅客有不同的感覺，此感覺藉由旅客親身體驗過便形成日後的經驗，而體驗的好壞也將影響旅客下次旅遊的選擇，而在研究旅遊體驗上研究者也應該重視旅客的主體性與異質性。

2.2 男、女大不同

自古以來，男女有別的觀念一植深直國人心中，性別是一個社會建構的概念，它賦予男、女不同社會角色，在女性主義的觀點裡，認為男女兩性存在著許多生理差異以及更多的生理共同性，而諸多的社會制度，如：風俗、法律、教育、文化等，會將某些差異誇大、強化，並賦予價值判斷，使得天生、中立的生理差異延伸為不同的社會差異，而這些差異又進一步地形成權力分配、責任分配、風險分配的不平等關係（周錦宏、程士航、張正霖，2005）。

對於女性而言，參與休閒活動主要的原因之一是社會溝通，但對於男性而言則是競爭；具有性別特徵的活動是存在的，如逛街，被視為更適合女性的活動（Golley，1984）。Laing（1987）指出人們傾向於以被動的方式表現，放鬆、做日光浴和參觀為特定目的建造的旅遊設施。相反地，有超過一半的女性表現出活潑的行為、參與歷史和文化觀光、散步、參加購物團；小尺雅子（1990）在針對日本消費現象的觀察中也發現，

以前男女休閒方式完全差異，男性的休閒屬於「散財型的娛樂方式」（喝酒、賭博、買樂），而女性的休閒屬於「花時間消費型的娛樂方式」（觀賞戲劇、聊天、參觀、旅行）（引自蘇瑛敏，1997）。且 Rayn（1995）研究生活型態如何影響假期動機中，發現男、女有不一樣的休閒動機，其中以遠離每日忙碌的生活、放鬆身體、精神上的放鬆這三項動機在男、女間有明顯差異，而女性也將這三項動機視為較有價值且會去追求。

社會學家 Hochschild（1989）曾提出「休閒差距」（leisure gap）的概念，正如男女有薪資上的差距，在家庭中也普遍存有「休閒差距」（Henderson et al.，1996；2004）。一般來說，女性參與休閒的障礙多於男性，Deem（1987a）從政治去解析休閒的性別分異，發現女性的休閒受制於男性的權力支配，尤其是在育兒、受雇和教育上的不利地位，嚴重影響到女性的休閒品質。

對女性而言，休閒活動可以說是她們展現傳統女性的一個方式，因為在參與休閒活動上，大部分的女性還是受限於男性權力的支配；另一方面，休閒活動也可視為她們抗拒傳統角色的一個方式，由於時代的進步，促使女性的生活產生了變化，如：女性自主權的提高、教育的平等、經濟能力的提升等，讓女性從其繁重的家務中和傳統的角色解放出來，讓女性有更多的時間和經濟能力去參與更多的休閒活動，如：旅遊。女

性也藉由這些休閒活動去擴展視野和人際關係，更從休閒活動中獲得放鬆和自由的感覺。

男女之間存在著先天上的差異，而後續許多研究更加深了這錯誤，過往的許多休閒研究中所選擇的活動種類明顯地偏向男性（如體育活動），然而這些活動在女性生活中的地位相對次之，也很少有人關注到非正式的社交溝通，在人們生活中的地位，而這些社交性的活動相較於體育活動，對女性而言可能是較為重要（如與朋友一起逛街）(Shaw, 1985; Henderson et al., 1996; 2004)。

綜合上述，男性與女性在休閒參與方式、動機和差距等方面是有所差別，而過往的研究也大都基於男性觀點來探討這些差別，因此，在本研究中，將以女性為主軸，探索她們的參與休閒活動的體驗，如：旅遊，以及女性們內心想表達的需求是什麼。

2.3 女性旅遊研究的分類及演進

在 1940~1980 年代，女性休閒的議題是不被重視的，也很少被研究（Henderson, 1993），直到 1970 年代後期從主觀心理層面來探討休閒的論述和實證研究逐漸增多，許多女性主義觀點和休閒研究相關的的文獻指出（如 Deem; Winbush & Talbot; Henderson et al.; Green et al.; Wearing），由於女性繼續承擔繁重的兒和持家責任，休閒時間遂比男性

少，且休閒往往得迎合別人，好比與丈夫、小孩一同參加他們的休閒運動或相關活動等，社會習俗也限制了適合婦女活動的範圍，也因此設限女性的旅遊研究。從 1970 年開始有關女性旅遊研究的分類及演進，述敘如下：

一、女性休閒研究的演進

社會一直以來，就將女性放置在照顧者的角色上，女性也常為了家庭、小孩而放棄她的休閒活動，以致女性的休閒生活與選擇處在一個不利的狀態下，郭淑玲（2001）指出若要充分瞭解女性的社會角色與休閒生活的經驗，就必須徹底了解文化脈絡之發展。許義忠（2002）檢視 1980-1996 女性休閒文獻，指出女性休閒研究的歷史自純男性體驗階段（womenless scholarship）進展到強調社會文化脈絡的兩性研究階段（gender scholarship）。在此期間，主要在探討女性日常生活的休閒、女性休閒機會的不均與不公、支離破碎的休閒時間、休閒與女性發展與認同、成年女性休閒、休閒阻礙等。

此外，吳淑女（2002）也指出在過去數十年來，有關婦女休閒的學術研究共歷經了五個明顯的階段：

1. 無婦女學術（Womenless Scholarship）階段：此期時的學者假定男性經驗為典型的全人類經驗，男性在社會公共空間所執行的活動以及

所伴隨而來的主觀經驗，主導著各個領域的相關研究（周錦宏、程士航、張正霖，2005），因此將男性觀點概括推論至兩性經驗，女性議題幾乎不存在。

2. 婦女點綴學術（Add-women-and-stir Scholarship）階段：此時期研究基於婦女對男性社會是否有所貢獻，如母親對家庭休閒之貢獻。雖在此時期有稍加重視女性議題，但實質上所遭受的歧視卻沒有改變，女性的定位，仍由傳統父權意識型態所決定，女性並非獨立的學術研究議題，僅以附屬性的研究子題型式出現（Henderson et al., 1996；引自陳相榮、陳渝苓，2003）。

3. 兩性並行學術（Bifocal Scholarship）階段：此階段開始研究兩性間的差異，開始重視「差異性」與「相似性」的問題，但未深入研究源於歷史文化與社會脈絡所致之性別差異因素。此時期所探討的性別問題是二分法，強調比較的問題，是有助於了解男女的不同；但若過分重視二分法，反而強調了女性在傳統社會上的次等角色，而忽略了女性本身的自主性與主體性。

4. 女性主義學術（Feminist Scholarship）階段：探索符合婦女日常生活經驗的休閒定義與體驗中的性別差異，突顯出女性的休閒體驗，強調女性的自主經驗，也重新賦予兩性休閒新的定義。女性主義不

僅整合新的論點與發展新的研究模式，也提供了嶄新的方法來檢驗兩性的休閒。

5. 性別學術 (Gender Scholarship) 階段：此時期的學者主張性別休閒之關係仍為動態變化，認同象徵互動主義理論 (symbolic interactionism) 的架構，認為想要真正了解性別與休閒的關係，就要審視權力關係、休閒行為的多重向度，體認兩性皆存在於各種次文化的事實，強調身為男女的社會期望，角色扮演與行為的複雜性，因而延伸出眾多的相關學術理論文獻，如父權理論、性別公平理論、性別刻板印象模式等 (Henderson, 1994; Tetreault, 1985; Wearing, 1992)，除此之外，也關心弱勢族及「偏差」團體，如：單親家庭、殘障團體、同性戀，因為社會不再是一個同質性的團體。

無論男女都需要休閒活動，由上述的文獻中，我們可以得知，由於女性的地位遠低於男性，相關的休閒研究大多以男性為主，女性只是依附在男性研究下的一個附屬品，直至女權運動的興起，強調女性的自主性、尋求解放與自由，漸漸地開始奠定女性在社會中的地位，學術上也開始重視女性在休閒活動上的一舉一動，和所遭遇的問題等，更進一步地研究女性在社會結構的地位與角色，並從中探索她們的需求。

二、女性休閒研究分類

近二十年來，女性休閒開始受到重視，許多學者以各種不同研究題材與方法進行探索，多樣性的研究主題與方法，讓社會大眾更了解女性的休閒型態與體驗等，傳統的休閒定義與研究方法，已不足以解釋當今女性休閒發展上，因此需要重新注入新的理論與突破的方法。

謝淑芬（2001）指出至 1980 年代初期以後，女性休閒議題才被受關心，從一些學術期刊中，可發現女性主義的批評及對女性休閒的分析（Shaw，1985；Allison & Duncan，1987），且研究已開始將焦點投注在女性休閒體驗上（Deem，1982；Alison & Duncan，1987；Chambers，1986；Green & Hebron & Woodward，1987）；還有不同性別之休閒偏好（Shaw，1994；Henderson，Stalnaker & Taylor，1988；Searle & Jackson，1985）；另有些學者則開始研究女性經歷休閒機會與阻礙的社會心理層面（Deem，1986，1987b）。

而許義忠（2004）回顧以往相關女性休閒研究，歸納出八個研究主題與現象，如：休閒空間與場所、休閒與生命週期、家庭與休閒、休閒阻礙與因應克服、休閒與健康福祉、休閒性別平等、全球化現象以及研究題材與對象多樣化。認為休閒活動是有助於女性生理與心理的健康、幫助女性提升自信心與促進人際關係，同時也是顛覆男性霸權（Green，

1998)。雖然女性投入休閒產業已有多多年，但仍有休閒不公的結構性問題存在，如：照顧倫理 (Dupuis & Smale, 2000)、社會對女性角色與責任的期待 (Mactacish et al., 1997)；此外，全球化的女性研究趨勢將有助於瞭解休閒對女性的意義、社會政治與文化歷史因素對性別與休閒的影響，且多樣化的研究題材與對象應更具體、廣泛、結合不同領域、長時間追蹤，才不會淪為零碎沒有太大意義的研究 (許義忠, 2004)。

綜合上述，無論是以何種方式探討女性的休閒體驗，休閒的行為只是一個表面上的描述，唯有從其社會脈絡中瞭解並解析其體驗與阻礙，更進一步分析休閒活動所帶給女性的利益為何。如同許義忠 (2002) 指出「休閒研究者必須能啟迪並賦權與女性，對社會的信仰、態度、角色、婚姻觀、教育觀、家庭模式、價值觀、經濟觀、及政治體系予以根本變革，這才是婦女與休閒研究最終期待的成果 (p.75)。」

三、女性主義與休閒

Hook (1989) 指出：只有實踐，才是使得女性主義研究富有意義的關鍵所在。實踐的作用並非代表女性只是一個立場，最終目的是要改變世界；並對現存理論進行批判，對已存在的偏見提出糾正，為社會科學和社會本身，提供一個有力的基礎 (Stanley, 1990; Eichler, 1980; 引自 Henderson et al., 1996、2002)。Morgan (1984) 說道：自從女性被置於

從屬地位後，在世界上的每一個歷史階段，都存在某種女性主義，而女性主義的概念並非在有限的範圍內才會出現。女性主義的思想與行動也被視為所有社會階層與所有民族中都存在的一場全球性的變革活動；而這一全球性的活動，不僅對女性主義者有助益，也讓我們更加了解感受到有必要釐清女性生活的多樣性。

對休閒而言，周錦宏、程士航、張正霖（2005）指出女性主義的研究有兩個主要的功能：一、幫助我們建立關於女性休閒的知識體系，和認識休閒的社會運行方式與意義；二、提供一個行動的參考架構，讓我們更清楚地認識到休閒在男女生活中的作用與改革之道，為思想、體制、組織的實踐奠定基礎。此外根據以往文獻將女性休閒與女性主義相關研究分為下列幾個階段：

1. 「自由主義的女性主義」(Liberal Feminism) 是最早的女性主義思潮之一，關注兩性平等的議題，其核心是相信個人的重要性與自主性，相信自然給人一切的平等與自由，並從社會化過程著手，試圖清除女性受壓迫的性別角色，並消除限制女性與男性工作機會的法律與社會固有勢力。在休閒上意味著女性在選擇自己參與的活動，能和男性擁有平等的權利，並針對休閒領域存在的歧視與偏見提出解釋，而藉由增強教育和提高女性的覺悟來達到公平。

但自由女性者似乎接受了男性的標準，導致「男性的」等於「全人類的」，順著此邏輯得到的結論是，女性只要夠努力，就能像男性一樣，女性也應該以實現男性的價值為目標。一個例子指出：一位 29 歲的女大學生，由於拒絕離開波士頓市立體育館的男子舉重室，而被以「非法侵入」逮捕 (Webster, 1995)。她解釋說：因為女子舉重室的重物不夠重，所以她必須使用男子舉重室的重物。在這種情況下，自由女性主義的觀點是，這位女性有權使用與男性相同的設備，如果連這樣的權利都被剝奪，那她的權利就受到了侵犯。女性也要平等、自主權，不能因為她是女性就不滿足她的需求。此外自由女性主義者認為，促進立法與推廣教育是採取變革的方法，但有其他女性主義者認為，要實現兩性平等的目標，需要更大規模的社會變革，光靠促進立法與推廣教育是不夠的。

2. 「馬克思主義的女性主義」(Marxist Feminism) 認為女性所以受壓迫始於私有制的產生，私有財產全是由男性占有，而私有制產生了一種階級制度 (Lemer, 1986; Tuana & Tong, 1995)，且這種階級差別也會對休閒生活產生影響；在這種觀點下認為，女性所以受壓迫，最根本的原因不是父權制，而是資本主義。換句話說，與其說是某些人造成女性受到壓迫，不如說是資本主義的政治、社會、經濟結構下的產物 (Tong, 1989)。此外馬克思主義也闡明性別與階級的關聯，承認女性群體之間存

在差異，但也強調在不同社經背景下的女性仍有其共通之處。在探討女性在休閒領域處於從屬地位的原因，會強調休閒與資本主義社會結構的關係。

馬克思主義的女性主義者可視為對遊憩 (recreation) 的一種批判，他們認為遊憩是工作的「再創造」(re-creation)，是有利於資本主義的。此外，家庭休閒如果是在自由選擇和快樂的掩飾下進行的資本主義的生產和獲利的話，也會受到克思主義的女性主義者的批評。但在馬克思主義下的女性主義也存在一些問題，就是容易忽視生活其他領域所存在的壓迫，如種族、性向問題。

3. Firestone(1971)是最先說明「激進的女性主義」(Radical Feminism) 的核心原則是男性對女性的壓迫是社會中最基本的一種壓迫，它跟我們生活的所有一切複雜地交織在一起，完全視我們對做男性或做女性存在著什麼樣的觀點。同時，他們也認為性別是社會建構出來的，目的是在限定女性的地位。激進的女性主義不再將世界觀或性別角色做截然的二分，將女性放在一個中心的位置加以研究，而不是放在一旁，當作一個以男性為主的研究附屬品。它挑戰以男性為中心的休閒，企圖改變、創造關於女性的休閒，使女性有更多的自主性，但對激進的女性主義的批判，主要是針對它最極端的一點，即主張女性從男性的文化及體制中分

割出來，形成自己的文化與體制（Sapiro，1994）。這種極端的觀點，易造成部份人錯誤的印象，以為激進的女性主義與女同性戀是同一回事，其它的女性主義者認為激進的女性主義者這種想法是不足以帶給社會所需的變革，因為他忽視多元的社會面向。

最能說明激進的女性主義對於休閒體驗的觀點的一個例子，是全由女性參加的荒野旅行，這種旅行的很符合激進女性主義的觀點，因為其主旨是在幫助女性培養各種技能，鼓勵參加者間形成合作、相互關心、樹立自主的意識，而這種旅行也提了一個能讓女性在一個非父權制的場景中活動，離開壓迫她們的性別角色的機會。

4. 「社會主義的女性主義」(Socialist Feminism) 興起於 1970 年代，是針對馬克思主義的女性主義與激進女性主義做出的一個回應，社會主義的女性主義與馬克思主義的女性主義都重視權力的階層分析；同時也同意激進女性主義的觀點，認為父權制是女性受壓迫的重要原因之一（Cole，1994）。社會主義的女性主義認為女性受壓迫並非單單由於資本主義，還有性別、種族、階級相關的權力因素，導致了壓迫。並指資本主義與父權制的結合，共同壓制了女性的休閒選擇；同時，她們關注休閒會使哪些社會關係得到強化，又能以那種方式使不同社經背景的人，在社會中獲得一種共同歸屬感；在兩性的勞動分工問題上，她們也關注

照顧小孩與家務勞動是如何影響女性的休閒。重要的是社會主義的女性主義把人看做更大的社會體制組成的部份，而非僅有某些抽象的個體，認同平等、合作、分享、政治投入、消除性別偏見，不讓自己成為別人的財產等 (Jaggar, 1983)；別於自由女性主義，她們強調女性爭取平等要在更大的範圍進行，如要有黑人女性、少數民族女性和經濟上受壓迫的女性參與；也別於馬克思主義的女性主義，她們並不認為一個無階級的社會就能消除男性的特權，也不認為經濟壓迫不如女性所受的壓迫重要 (Boutilier & SanGiovanni, 1994)。

但社會主義的女性主義有個重大的問題：它易忽視不同女性間的差異 (Tong, 1989)，如社會主義的女性主義者可能想確立一個統一的立場，而強調女性的共同點，卻忽視了種族、民族或其它方面的差異。用一個例子來說明社會主義的女性主義在休閒的觀點，一個由參與全是女性組成的「開放式」籃球聯盟，並與當地體育館的管理者規定一個時間，將體育館向女性開放，聯盟向女性收取少數的門票作為租金費用，在體育館向女性開放期間，任何女性都可以加入。但在比賽時要比傳統的聯盟多一些合作與社交的氣氛。女性將這一活動的時間視為自己鍛練的時間、學習的機會、純粹的社交時間、擺脫日常生活的時間。對於有小孩的女性，聯盟也提供了免費照顧孩子的服務，這種服務也是由其他女性

所提供，而照顧孩子的女性也可利用這段時間與孩子相處，對於女同性戀的家庭而言，這種安排可以讓她們即打球，又能體驗一下照顧孩子的感覺。

5. 其它女性主義觀點：「文化女性主義」(Cultural Feminism) 主張，女性有女性的本質，女性主義者應讓這種本性充分發揮出來，使被貶低的女性特徵恢復其合法地位 (Alcoff, 1995)。文化女性主義認為，社會應具有一個女權架構，根據女性關心的問題與女性的價值，由有能力的女性領導，她們也意識到批判性思考與自我發展的重要性，強調女性生活中較多的直覺與注重集體，同時強調女性與男性的差異，肯定由女性特質所產生出來的人格力量與自豪感。運用於休閒服務上，則是選擇女性做為遊憩動的領導者，因為女性的特質更適合此類工作。文化女性主義者強調女性的特性，而非照男性的模式（如提倡女性的橄欖球運動要和男性相同）來組織休閒活動。

女性主義的另一種形式是「生態女性主義」(Eco-Feminism)。生態女性主義提出：其他的女性主義都沒認識調和自然與文化之間分離的重要性，而人類與非人類自然間關係的關注，對於解決男性支配的問題是相當重要的(King, 1995; Russell, 1990)。此外 Fox(1994)與 Fox & McAvoy (1991) 提到：如不能解決自然與女性所受的支配，任何有關戶外活動

的倫理原則都是不充分的。生態女性主義者開發了一些管理方法和項目設計方法，目的在終結所有情形下（包括休閒與遊憩活動中）對女性和自然的剝削（Fox & McAvoy， 1991）。

被稱之為「法國女性主義」的「後現代女性主義」（Postmodern Feminism）是後期出現的一種女性主義的觀點（Tong，1989）。它源自於批判理論（Critical theory）與文化研究（Cultural study）。後現代女性主義者採取的方法就是對各種文化潮流與文化形象進行「解構」（deconstruction）（Bordo，1995），他們不承認有一種權威的、處於核心位置的聲音，或是一個中心的權力來源，能把某些人定位為屬於某種優勢文化，而把其他人定為與此優勢文化相對的「他者」（otherness）；也有些人認為，女性與主流文化的差異（被邊緣化、被遺棄、被忽視、被排斥）具有一種正面意義，它能使女性能以局外人的姿態，對父權制所建立、強加給人的規範、價值、做法進行批判。在規劃女性遊憩活動或學術研究時，後現代女性主義主張，讓女性在參與消遣活動時，有多種選擇（Henderson & Bialeschki，1995），如：遊憩活動可能每年都通一個沒有集中領導的合作過程，根據一個臨時的女性參謀團體提供的資訊加以重新安排。

另一類重要的觀點是「後結構主義」（Poststructuralism），它強調方

法論與認識論的問題，將重點放在進行「本文」(text) (語言、論述 (discourse)、意義與符號) 的解構。後結構主義批判把休閒視為一種時間的觀念，這種休閒的觀念對女性沒有多大的意義，因為許多女性並沒有把自己一天的時間，劃分為工作與非工作時間。也因此，女性可以用吻合自己生活的方式，對休閒加以重新定義 (Kivel, Pearce & Lyone, 1995)。

女性主義理論最重要的一個潛能，是幫助我們認識女性的休閒，關於性別的理論與不同的女性主義是相互關連的，因為不同的理論可以和一個以上的女性主義觀點吻合，Ferree (1990) 說道：人類的行為和態度都可以作性別分析，而休閒是很適合用性別分析的一個領域。總而言之，女性主義提供了一種方式，可以用來促進社會變遷，使女性能有更多機會去體驗休閒。Henderson 等 (1996) 指出，在西方文化下，女性主義與休閒有幾個關連的地方(取自劉耳等譯，2004)：

1. 休閒的核心是自由與選擇 (Carpenter, 1985; Henderson, 1986); 而自由與人格的完善都是女性主義的核心，所以，自由在女性主義與休閒這兩個概念中都居核心地位。

2. 女性主義與的目標都是鼓勵自主的選擇，而非限制。女性由於受到壓迫而未沒能享受平等的休閒機會 (Henderson, 1986, 1994; Shaw,

1994)。

3. 社會基本上是父權制的，休閒基本上也是一個以男性中心的概念，女性主義與休閒都重視對受支配的反抗，兩者的價值都受到當權者的貶低，且二者提出社會變遷的目標旨在對社會進行深入的改造。

4. 女性主義與休閒都對現有的社會制度進行抵抗，旨在爭取更多的賦權。關於女性主義的活動與休閒所發生的社會變遷，將有助於我們對性別與女性受壓迫的問題進行文化的改造。

不同女性在客觀社會環境條件不相同的情況下，都會影響其內在體驗部份，Henderson et al. (1996, 2004) 從女性主義觀點提出具積極或正向性的休閒，來說明日常女性休閒體驗的狀況。休閒中積極或正面的效果，會為人們帶來「樂趣」(enjoyment)，而這正是人們在休閒體驗中，獲得自由感的重要特徵之一。

而本研究依尋女性主義的觀點，著重女性為獨立的個體，並認為女性之所以從事旅遊活動是為了抵抗父權制的社會所帶給她們的限制，且女性擁有自主的選擇權與自由，並從其探討女性旅客在從事旅遊活動所面臨到的種種問題，進而探索她們體驗的好與壞。

2.4 女性旅客的旅遊體驗

一、典型刻板化

早期傳統的女性因文化的制約，多扮演照顧家庭、負擔家務的角色，Deem(1982)認為女性在傳統社會上仍處於服從與從屬的地位，也就是必須從事像家務這種被視為對家庭經濟毫無貢獻之無酬勞工作。一直以來，女性比男性的地位低而享有較少的休閒時間，Skow (1989)指出女性用於休閒的時間，每週平均比其丈夫少十五個小時；男性用於休閒娛樂的時間是女性的兩倍(Robinson, 1986); Henderson & Bialeschik (1991)也指出對女性而言，休閒常常受到很多的限制，女性常覺得自己沒有多餘休閒時間，典型的女性形象，深深地限制了女性的休閒行為，且女性大多數的時間都因子女、家庭而有所限制。

工業革命後，女性紛紛加入勞動市場，但女性負擔的家務並沒有減少，職業婦女必須從事雙重職業，即在勞動市場上工作與家務，這種角色轉變使得她們得在工作與家庭間尋找平衡點，不得不從家庭當中尋求一些休閒的機會，或是盡量將自己日常必須做的家務化為像休閒活動(Hochschila & Machung, 1989); 修慧蘭和陳彰儀(1987)發現已婚婦女在各類休閒活動中的參與程度較低，是受家庭角色影響之故。

已婚的婦女無論有沒有工作，得持續負責大部分的家務，多數研究

也指出婦女休閒活動通常是與家務有關聯的（Henderson & Bialeschki，1986；Deem，1986），有時甚至是家務的延伸，這也使得女性必須於各種限制中尋求一個休閒、工作與家務間的平衡點，所幸，現代女性的經濟能力提升，使得女性的基本需求能得到更多的滿足，相較於傳統的女性擁有更多休閒娛樂支出的能力，休閒活動的選擇性也比傳統女性更多元；同時，從事休閒活動，如旅遊，對女性而言，也是一種尋求解放與自由的方法。

二、女性的旅遊體驗

Henderson（1991）認為女性多為照顧者的角色，並想從她們的休閒娛樂中獲得不同的利益遠勝過男性，她們也許想要遠離她的環境，找尋安寧與平靜的旅遊景點，也想要有冒險與新奇的旅遊體驗；而且多半女性對於旅遊體驗的認知是根據在旅遊時所經歷愉快的經驗（Hawes，1988）。

對於女性而言，隨著時代的改變，越來越多女性擁有獨立的經濟能力，追求自主權，旅行對她們而言是一個挑戰傳統最好的方式，Samuel（1992）指出，當更多的女性比過去獲得了社會對她們地位與自主性承認的同時，女性會藉此產生一些新的生活方式，會更加積極地選擇有意義的生活，在休閒領域上也希望享有自己的選擇，且經常透過休

間，女性更能意識到個人的價值。如 Smith & Clurman (1997) 所言，自 1990 年起，女性成為觀光市場上「急速成長的一群」(increasingly influential market force)；Tunstall (1989) 也指出，在美國，女性為旅行的主要決定者；Hawes (1988) 發現 55-59 歲的女性很熱衷旅遊，喜歡從事較活潑的旅遊方式，也將旅遊當成一種與傳統觀念的挑戰，而且她們的旅遊經驗也不同於年輕與年長的女性；Pennington-Gary & Kerstetter (2001) 對大學女性進行愉快旅遊體驗的研究，探討愉快旅遊的因素，發現大學女性所重視的利益包含了，休息、輕鬆、社會、家庭；而 Richter (1994) 發現女性以旅遊可獲取的最終利益做為表達她們旅遊體驗的方式。而旅遊並不只是逃離日常生活尋求短暫、即興、偶然的體驗、在公共場所尋求歡樂，旅遊除了能夠暫時拋開原有的責任與義務、放鬆心情外，也是另一種學習和充實自我，體驗另一種不同生活的方式 (曾煥玫，2000)。

綜合上述，經濟能力的提昇使得女性擁有更選擇權，在旅行上的支出也較以往更有能力負擔，但在現今男女平等的社會下，女性仍是無法擺脫傳統的束縛，使得許多女性在步入家庭後，要負擔起照顧家庭與家務的角色，對於追求獨立自主的女性們，旅遊可說是她們遠離日常生活，擺脫傳統約束的最好方法。同時，也因為她們試圖透過旅遊享受更寬廣且自由的空間，因此她們渴望的旅遊體驗是一種自由自在、沒有負擔且

能肯定自我價值的快樂體驗。

因此，本研究基於女性主義的觀點，視女性為獨立的個體，且女性從事旅遊活動，是為了擺脫父權社會所加諸於女性身上不公平的對待，並透過旅遊發現自我、獲得成長。同時，本研究也結合後現代旅遊體驗的觀點，強調主體性，即每一個體在從事旅遊時所產生的體驗是不盡相同，因每個旅遊者會因本身的旅遊動機與客觀環境的影響，產生不一樣的體驗；且本研究著重女性旅客，除重視女性旅客的體驗，也重視她們想要的旅遊體驗。

第三章 研究設計

許多研究指出，體驗是一連串的動態過程，且是一種無形且複雜的內心感受，因此許多學者建議必須運用多元的方式檢測體驗（fennel，1985；Thompson，Locander & Pollio，1989；Holbrook，1995）；且 Denzin & Lincoln（1994）指出，質性研究可以呈現出個人如何建構他的體驗和引發回憶，且可以擁有豐富的回應與指出影響因素。而許義忠（2004）分析 1997-2003 這七年間，研究女性休閒所使用的方法相當多元，質性研究包含半結構訪談法、個案研究、焦點團體法、理論概念與歷史分析法、量化研究、質量混合法。但在眾多研究方法中，Lincoln & Guba（1985）指出回應性（tractivity）、研究者偏差（researcher biases）和被研究者偏差（respondent biases），是影響質性研究可效性（credibility）和可信性（trustworthiness）的重要關鍵，為減緩上述情況發生所產生的不良後果，Padgett 指出有六個增進嚴謹性的技巧，每一個都解決了一個以上前述所提到會威脅可信性的事項，如表 3.1 所示。

因此，為避免研究者與被研究者的偏差，並增加信度與效度，本研究採用三角交叉檢視法（triangulation）的觀點來深入了解女性旅客的旅遊體驗，此種方法假設任何一種資料、方法和研究者均有其各自的偏差，唯有納入各種資料、方法和研究者時能「致中和」（neutralize）（Jick，

1979)。

表 3.1 增進嚴謹性和可信性的策略

策略	可信性的威脅		
	回應性	研究者偏差	被研究者偏差
長期投入	+	-	+
三角交叉檢視法	+	+	+
同儕的參與討論	0	+	0
成員查核	+	+	+
反例分析	0	+	0
審查	0	+	0

(+：對減少威脅有正向影響。-：對減少威脅有負向影響。0：沒有影響)
資料來源：Padgett (2000)

Denzin (1978) 也提出了適用於質性研究的四種三角交叉檢視法：理論三角交叉檢視法 (theory triangulation)、方法論的三角交叉檢視法 (methodological triangulation)、觀察者的三角交叉檢視法 (observer triangulation)、資料的三角交叉檢視法 (data triangulation)。除此四種外 Janesick (1994) 又增加了第五種方法：跨學科的三角交叉檢視法 (interdisciplinary triangulation)。

本研究採用資料的三角交叉檢視法，亦即用一組以上的資料來源，如訪談、觀察的資料…等，藉由取得最原始的資料來源來檢視女性旅客的旅遊體驗，因原始資料的取得，能更真實地反應女性旅客內心無形地感受，且 Patton (1995) 指出，多重資料的使用會增強資料間相互的效度檢驗，因此本研究是採用三個不同研究方法進行多階段的調查，藉由多重資料的使用增加本研究的信度與效度。

基於此，三個階段的研究流程如圖 3.1 所示：

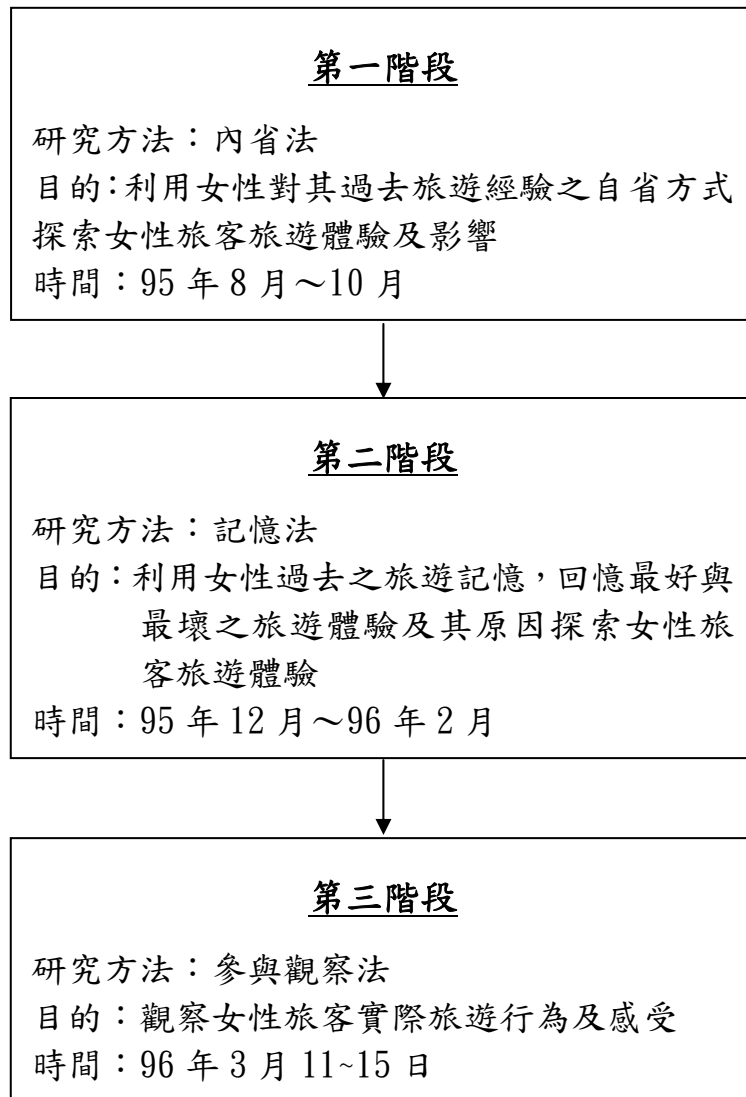


圖 3.1 三階段的研究流程圖

資料來源：本研究

3.1 研究方法

量化研究往往無法深入探究內心感覺，同時體驗相關課題尚屬探索階段。因此，本研究採用三種方法進行三階段之調查。希望藉由三個階

段的資料收集與調查，能讓本研究從不同面向探究女性旅客之旅遊體驗，過程如下：

第一階段：內省法

內省法 (introspection) 是一種檢測個人心智體驗的方式，且經常利用自傳式的小品文或描述，因此能夠透過研究者或參與者對於自我生活的觀察或省思進行解析 (陳貞吟，2005)；Wallendorf & brucks (1993) 指出有四種較常用的內省法：研究者內省法 (researcher introspection)、引導式內省法 (guided introspection)、互動式內省法 (interactive introspection)、混合式內省法 (syncretic form of introspection)、反射法 (reflexivity within research)。引導式內省法是內省法中最常用的方法，此種內省法能夠利用口頭調查、深度訪談、態度或信念或體驗的問卷調查、社會學與人類學中民族誌的非結構式訪談等進行 (陳貞吟，2005)。本研究則以半結構式問卷 (如附錄 A) 引導受訪者以書面描述其本身的在旅遊時最深刻的體驗。即使內省之體驗描述亦可以從訪談中獲取，但訪談資料仍需要在後續分析前作摘要動作，因此由回答者本身編輯描述將可能避免研究者轉換過程中的偏誤 (陳貞吟，2005)。

第二階段：記憶法 (memory-work)

儘管女性和旅遊影響逐漸成長，但缺乏適合研究女性的方法，

Pennington-Gary & Kerstetter (2001) 曾針對大學女性進行旅遊體驗的研究，也發現她們所重視的利益相當多元且強調愉悅的感覺。由此可知，女性旅客相當重視自己能從旅遊中獲取的利益與體驗，這也說明有必要從女性旅客的體驗瞭解其真正需求。因此，本研究著眼於旅客觀點，並採用針對女性設計之記憶法 (memory- work)，深入瞭解女性旅客心中之最佳旅遊體驗。

記憶法 (memory- work) 由德國兩性主義者 Haug (1987) 所發展出來，研究女性旅遊體驗是使用「特製的」(tailor made) 社會結構方法，且著重於最初“個體進入目前社會關係的過程”(Haug, 1987, p.33)。此方法的優點在於：社會化理論是必要的、個人如何成為社會結構中的一部份、且它打破了主體 (subject) 與客體 (object) 間的阻礙、排除研究者與被研究者間的階層關係與主觀性。

記憶法 (memory- work) 不只是兩性平等主義研究方法中的創新；也是一種在實體和理論間公認關係的方法，是一種針對女性設計的質性方法，主要特點是：原始資料是記憶、研究的主體與客體融為一體、研究者和被研究者是共同研究者 (co-researchers)、集體對記憶的闡述、與集體共同討論釋放潛在的價值。雖然表面上記憶法與關鍵事件法或口述歷史法相似，但最大的不同在於透過回憶與討論促使參與者彼此間產生

共識，以使研究者獲取較客觀資訊。

記憶法有三個步驟，Crawford 等（1992）將每個階段分別描述：

步驟一：寫下回憶。藉由不同團體寫下各自的回憶，包含了：參與一個事件、活動、情緒、或引發事件的媒介（trigger）或點（cut）的回憶並共同討論，進一步瞭解旅遊體驗的建構。此方法的目的是讓小組決定討論的方向。記憶法（memory-work）要求回憶必須根據下列規則來寫：

1. 至少寫下 1~2 頁的回憶。
2. 使用筆名（write in the third person using a pseudonym）來撰寫。
使用筆名來撰寫可提供不少好處，如：准許寫的人創造體驗的距離，並從自身之外來觀看回憶。這是為了避免為自己的體驗辯解（Onyx & small，2001）。
3. 盡可能地寫下更多的細節，包含那些被視為不重要（trivial）的或不合理的（inconsequential）。這是為了避免參與者自己評估何為要或不重要（Onyx & small，2001）。
4. 描述自身的體驗，但不要試圖去解釋，或過度的迎合和掩蓋那些分析中缺少（absences）或矛盾（inconsistencies）的關鍵事件。

步驟二：集合第一階段所寫的回憶進行討論、分析。

1. 小組討論每一位女性的回憶並錄音。
2. 討論那些寫下的回憶。引導小組進入討論，建議可找尋相似或相異的回憶、找出陳腐 (cliches) 或矛盾 (contraditions) 的回憶、並尋找缺口或有那些她們沒有寫下的回憶。
3. 小組總結。

步驟三：進一步地將第二階段的調查分析和理論上的應用。

此階段為唯一由研究者分析收集而來的資訊，其最主要的工作就是將第二階段收集而來的資訊加以調查分析，並與相關的學術理論做更深沉的探討。例如：在每一個回憶的描敘裡，有沒有共同的感覺 (common sense)、而這些感覺間的關係又是什麼；在理論又代表著什麼意義、如何解釋。而此階段也是參與者對此研究所回饋的成果。

記憶法是藉由參與者親身寫下回憶，除能夠發掘其內心轉換；Markula & Friend (2005) 也說道記憶法對於研究過程也有許多的好處，如：

1. 可使團體間建立明確的焦點，避免隨意的討論。
2. 可使團體記得寫下的細節，並立刻進行討論。
3. 所有寫下的體驗形態是重要的，這些形態都是每一個體本身對社會的解釋。

4. 雖然記憶法是根據個人的資訊，但它反映出個體在社會背景中如何建構和生存的方式。

第三階段：參與觀察法

Lofland 和 Lofland (1984) 將參與觀察法 (participant observation) 定義為：參與觀察法是實地觀察 (field observation) 或直接觀察 (direct observation)，研究者為了對一個團體有所謂的科學了解 (scientific understanding)，而在那個團體內建立和維持多面向和長期性關係，以利研究的過程；Loflands 強調研究者在那個團體出席不是唯一的目的，卻是最底的要件之一。Goetz 和 Lecompte (1984) 主張參與觀察是由人們組織世界的方式中，抽出他／她建構事實的方法；Jorgensen (1989) 說道：參與觀察的最終目的是從紮根在人類每天的生活事實，發掘實踐的和理論的真理。

Bogdewic (1992) 指出當事情的連續性和連結性有助於解釋現象的意義，參與觀察是有利的方式。因此，在這階段由研究者實際參與旅遊團，觀察女性旅遊者在旅途中所發生的事件、與人的互動、對話等現象，並於事發當時記錄下來做成書面資料，以利事後分析，並與前兩個階段相互呼應，驗證先前的兩階段的結論。觀察重點主要是旅遊活動過程所表現出的行為，如：對話、情緒、反應等，是否會影響或改變女性旅客

的想法或感覺。研究者大多參與被觀察的情境內，但時為旁觀者，藉由兩種角色的互換，希冀能體會到原始的面貌與情境，並深刻的了解隱涵在其行為表現內之意涵。

3.2 研究對象與設計

一般旅遊研究中，許多學者指出，年齡、動機、目的地、過去旅遊經驗、就業狀況等會影響個人旅遊體驗（Cohen，1979；Hawes，1988；Li，2000；吳淑女，2002）。為使本研究能較完整探討女性的旅遊體驗，在第一和第二階段採立意抽樣，針對不同年齡層、背景、出國兩次以上的女性旅客徵求自願受測者，且受測者皆不重覆。第一階段問卷於95年8月15~17日發放，共有12位自願加入研究，其中30歲以下共有5位（佔42%）、30歲以上共7位（佔58%，30~40歲（含）2位、41~50歲（含）4位、61歲以上1位），而其職業則涵蓋服務業、公教人員、一般上班族與學生。採開放式問卷讓12名受訪者填寫，問卷共分為兩大部份，第一部份為基本資料、第二部分則為自身旅遊體驗的描述，其中以六個題項來引導12名受訪者回憶自身的旅遊體驗。在填答前先告知12名受訪者，回憶最深刻的體驗，且不需要過度思考，以最直覺的方式盡量將旅遊體驗充分寫下。同時，問卷回收後，描述之內容若有語意不清，則與受測者做簡短的對談，以釐清受訪者內心的真正想法。

第二階段於 95 年 12 月 15 日進行記憶法之團體會談，共有 10 位受訪者加入本研究，其中 30 歲以下共 2 位、31~40 歲(含)共 5 位、51~60 歲(含)共 3 位。其職業涵蓋商業、服務業、公教人員及學生。採開放式問卷，問卷共分為兩大部份，第一部份為基本資料、第二部分則為自身旅遊體驗的描述。在第二部分，先請受訪者自行寫下最好與最不好的旅遊體驗，再根據受訪所寫下的內容進行團體討論，藉由團體討論交換彼此的想法，更進一步地引發出受訪者內心更深層的想法與感受。研究者事後再根據受訪者所寫下的書面資料與談話內容進行更進一步的分析。

第三階段由研究者於 96 年 3 月 11~15 日共五天，參與旅行社聯營之微笑高棉五天四夜的行程，男性團員有 11 人、女性團員有 15 人，共 26 人，團員間的關係包含了親子、家庭、個人、情侶與同性戀者。選擇男女皆有的旅團，是為了能更有效地觀察比較男女間旅遊行為的不同，並驗證先前研究的發現，同時藉由五天四夜的相處，能讓研究者有充分的時間觀察女性旅客的旅遊行為，並透過與女性旅客的互動、對話，了解她們心裡的需求或想法。而為了取得女性旅客的信任，以及往後觀察作業順利，首先向所有的女性旅客表明研究者的身分，但為了能更自然地觀察到女性旅客的行為，以及不讓女性旅客心裡有負擔的情況下，研究者並未向女性旅客表明此行的研究目的為何。而研究者也利用候機

時間先與部份的女性旅客進行互動，藉由簡單的介紹了解她們的背景與旅遊的目的，在抵達目的地時，再利用休息、吃飯的時間，再分別與其他女性旅客互動，之後再將其行為、對話記錄下來，以利事後分析。

3.3 研究的信度與效度

質性研究的信度與效度，常因蒐集資料、分析工具與研究者或被研究者的主觀性影響，較易被質疑。且本研究所歷經的三個研究階段皆以質性研究為主，因此，為提昇本研究信度與效度，本研究以下列幾個方面檢測信度與效度。

一、三角交叉檢視法 (triangulation)

本研究採用三個不同的研究階段，利用不同的研究方法與研究對象進行資料蒐集，以減低研究方法本身的限制，如：受訪者的偏見或填答不實等問題。以不同的研究方法與資料來源，確認同一事件。

此外，也運用文獻蒐集，藉由回顧過往相關研究，對照本研究所蒐集的資料與研究所依據的理論架構相互呼應，以增加本研究的信度與效度。

二、成員查核與專家效度

研究者於訪談結束後，將蒐集的資料，整理成書面資料，其中，針對語意不清或矛盾之處，再次向受訪者進行確認，確認訪談的結果與研

究主題一致，以增加本研究的信度與效度。

同時，為避免分析結果過度流於主觀，在分析過程中，建立一個由旅遊業者、觀光休閒學術研究者與出國經驗豐富的女性，所組成的專家群。藉由與專家群對資料分析的檢測、討論與回饋，避免研究者在研究過程中產生偏差，並能保持中立或產生新的點子，以增進本研究嚴謹性與信、效度。

第四章 結果分析與討論

本章節主要在綜合三階段的研究加以分析說明，並著重在女性的整體旅遊體驗上，因此分析內容包含會影響女性旅客好與不好旅遊體驗的人事物上、其旅途中之情緒體驗以及遊後對女性旅客的生活產生什麼影響，分析如下：

4.1 影響女性旅客旅遊體驗的人事物

一、旅遊同伴

一個完整的旅遊，是缺少不了人的，無論是當地居民或是一同旅行的同伴亦或是同樣來旅遊的旅客，都在這完整的旅遊中佔著一席重要的地位。在綜合前三個階段的研究後，發現女性旅客認為旅途中的同伴是相當重要的，且為影響到她們旅途中是否快樂的一個重要因素，就像 A11 說道：

「最好整團都是好朋友，至少大部份人都認識並沒有不好行為。」(A11)

這說明了女性旅客相當重視旅遊同伴，同伴的一言一舉，也會牽動著女性旅客的喜怒哀樂，理念相當的旅行同伴，帶給女性旅客的是自在、不段拘束的感覺，彼此間會相互的包容、照應，且在旅途中是快樂的。如下列受訪者所說：

「在美國期間，和韓國朋友一起到東北角自助旅行。旅途中，體驗了深處美國文化裡，夾雜者台灣和韓國文化衝擊的樂趣！Ex. 韓國男性朋友的大男人思想，

面對台灣女性友人，展現包容的一面。」(A3)

「日本北海道自助旅行：團員八人，事先討論規劃行程，再請旅行社代辦機票，每天行程雖然已事先排定，但是，仍可視狀況，隨性安排增減參觀點及時間，感覺較悠閒自在，不受約束。」(A6)

「公司到日本旅遊，因旅伴階為同事與朋友，所以一路很愉快，旅程也自己安排。」(B6)

但當與旅行同伴理念不合時，或受到同伴的約束亦或同伴讓她感到有壓力時，便會心生不悅，玩的不盡興，也會感到身心疲倦，再美好的景色也是枉然。如下列受訪者所回答：

「最近一次我最不愉快的經驗是與同行的朋友的旅遊理念不合。她是個習慣參加團體旅遊的人，而且是個處事嚴謹、長期擔任主管的人，因此在旅程中，她排定一日一行程，且必須徹底執行。我在那次旅程中，感到相當不愉快，一方面我每天必須起早趕車，另一方面我必須聽命行事，否則我將招來一頓責備。」(A12)

「一路我們其它這一團的人都覺得她們六個…幾乎喔真的大家都快要翻臉了，她就是一路去到歐洲啊、去到羅馬，比方說我們在看什麼東西他就會在旁邊跟你講：『這個以前我們看過了呀！』她就一直好像這沒什麼，我就一整個…奇怪我都還沒有看什麼…，她說「趕快啦，欸，我們沒有時間了，還有哪裡沒有去耶」。就們要去買東西啦，所以我們一路全部的人都搭配他們六個人的行程…，一路都是這樣跟她們在那邊買買買，然後一直催大家快快快啦，那一次真的很生氣。」(B6)

此外，當女性旅客在目的地當地有熟識的友人或親人時，又會有不同於參加團體旅遊或自助旅行的旅遊體驗，有當地的友人或親人陪同時，她們會覺得更有安全感，也能更深入去了解當地的文化。雖然安全感或許不是一個影響女性旅遊體驗重要的因素，但在吳淑女（2002）的研究中也發現，「具信心安全感」是影響女性正面體驗的一個重要因素之

一，且有熟悉又了解當地特色的人陪伴，女性旅客也更能深入去了解當地的文化特色，享受更道地的在地風味，這累積的點點滴滴都會讓女性旅客回味無窮，如下列所述：

「我們四對好友在 13 年前 16 天的德國自助之旅，其中一人是留德博士，現在事業遍及世界各地，尤其德國。所以他帶隊並德國人安排路程及訂定旅館（葡萄園古堡、波登湖邊別墅），晚上在旅館享受浪漫的氣氛，在提提湖嚐到第一次烤鱒魚的美味，德國老闆在湖邊的晚宴（正式德國餐），真的回味無窮。」(A11)

「我就是到那個日本的姊姊家，去休息兼旅遊，然後還跟台灣的好朋友一同去日本啊，然後泡湯吃飯，那雖然身處異國厚，可是體驗當地的風俗民情，卻有親情、友情相伴，感覺真的很滿足。」(B8)

因此，女性旅客會慎選志同道合的旅遊同伴，因為這關乎到女性旅客在整個旅程中的感覺。在研究者實際參加的行程中，也發現，女性旅客決定旅遊同伴的方式多以熟悉又合的來為主，無論是家人或朋友，她們會尋找以前一同出遊過且感覺不錯的朋友或家人一同旅遊，且在旅途中會互相照應彼此。此外，她們也喜愛觀察同行的伙伴，藉由觀察旅途中的同伴，當做旅途中的樂趣，且利用這樣一個觀察的行為，女性旅客也會省思自己，也由此行為來拉攏彼此間的關係。

帶隊的領隊或是當地的導遊，也是相當重要的，許多受訪者認為經驗豐富的領隊或導遊固然重要，同時，一個風趣、幽默、又熟悉當地歷史、且懂的關心團員、拿捏得宜的領隊或導遊，是她們除了同伴外所在意的旅遊同伴。一個好的領隊或導遊，可以為女性旅客帶來歡樂，同時也可

以滿足她們求知的心。在研究者實際參與的行程中，也發現風趣、熟悉當地歷史、懂的關心團員、拿捏得宜的領隊或導遊，確實能有效地吸引女性旅客的目光，且願意和他互動，並認真地聽取他所介紹的事物。如下列受訪者所述：

「領隊帶的很好，讓我們到許多遊樂設施，也介紹許多有趣的事。」(A8)

女性旅客在追求自主與自由的同時，也渴望能得到他人的關心，這時領隊與導遊就扮演著一個重要的角色，如同上述所說，若領隊與導遊無法做到上述女性旅客所期望的條件，則女性旅客就會產生不好旅遊體驗，甚至會抱怨想換名領隊、導遊。如下列受訪者所述：

「一位年約 20 歲左右的地陪，年輕的她，只顧著和團員們談天說地，沒有盡到地陪關心團員是否玩得愉快、生病的團員等情況，使得團員們想更換該年輕地陪。」(A3)

「旅行社安排不好，導遊給人壓迫感，時間上也沒算好，有些景點來不及去。」(A4)

「導遊強迫自費購物，令人不愉快。」(A5)

「導遊整個行程都臭著一張臉，不理人，有問題諮詢也是敷衍一番，領隊是新人，可能也是初出國，自顧不暇，當然照顧不了團員」。(A7)

二、當地居民或相遇的旅人

(一) 來自陌生人的感動與熱情

除旅行同伴外，另一個影響到女性旅客感受的人為因素便是當地的居民或不期而遇的旅人，Crisp 曾說過：「人們經常建議要去旅行的人帶

本厚厚的書在身邊，但是當他能夠翻開一個陌生人書角卷曲的心靈扉頁，而且在往後可能永遠不會再見到這個人時，誰會想要把注意力放在書本上呢？」(引自汪芸譯，2001，p.71)

當人們從這一地旅行到另一地時，旅館、飛機上的服務人員；那些你去拜訪的人，當你迷路時幫助你的人，用不同言語，在不同的地方，用不同思考模式去了解別人，Zikman (2001) 說過：「旅行就是人群」，而這些人群也給女性旅客許多不同的感受，有期待、有失望、冷漠，還有感動。對於支身在外的女性旅客們，無論身處在多安全的環境中，她們還是會保有警戒心，但只要人們稍加釋放出善意，就會讓女性旅客卸下緊繃的心防，甚至感動，特別當她們遇到一些不開心的事情或徬徨時，就如 Darwin 所說的：「世上有多少善良的人，是他以前從不認得，以後也不會再聯絡的，儘管他對這些人的協助完全不感興趣，他們還是願意幫助他」(引自汪芸，2001，p.76)。這種感動的感覺會在整個旅途中延續，也會影響到日後她們回憶的感覺。如下列受訪者提到她們在旅遊中最深刻的體驗：

「因為長程而同學輪流開車，有位同學由於開車經驗還不豐富，為了挪動遮陽板而在高速下將方向般轉向而翻車，還好人沒有受傷，但車壞了，在荒郊野地中我們在驚慌下頓時不知所措，...，還好不久有兩部車同時經過，那兩人都很熱心看見我們有難都主動停車幫忙，隨後一人驅車幫我們去警察局求援，另一人則留下來陪我們，一直陪伴我們足足一小時左右，直到救援警察到來，才放心離開。我們真的很感動，素昧平生的兩個人居然對我們如此熱心。」(A12)

「那裡的人非常非常友善，我有一次騎踏車，那因為我們習慣右邊走嘛，那他譬那邊是左邊走，所以就差點跟那個計程車司機相撞，那個司機就把車停下來，然後搖下車窗，我想說『慘了！一定要罵我』，結果他搖下來說『I'm sorry』。所以我覺得尼泊爾人就是讓我覺得那地方讓你玩起來就很愉快，…然後態度又非常好，…，所以我會覺得那個地方是給我感覺非常好。」(B5)

「有幾次路徘徊在十字路上，也許因焦慮全寫在臉上，引起路人的注目；真的，不須要你開口求助，即有人主動前來協助，讓身處異鄉的自己倍感溫馨。」(B10)

此外，人們所表現出的態度也會明顯地影響到女性旅客的感官，例如：當人們傳達熱情的感覺，女性旅客隨之也感到相同的氣氛，且因人們傳達出來的熱情、友善、親切等感覺，會讓女性旅客卸下她們的心防，去融入當時的氛圍，與其他人對話、互動，期待各式各樣的驚喜和體驗，快樂的感覺久久不散。如下列受訪者所述：

「我朋友帶我到一家西班牙餐廳吃飯，因為他是在德國嘛，可是他帶我去西班牙餐廳吃飯，然後整個餐廳都擠滿了人，但是他每一道菜上出來都是鹹的，非常非常的鹹，然後我的朋友跟我說了一句話讓我印象很深刻，我跟他一樣心裡也充滿了夢幻對愛情很有嚮往化，他就跟我講說：『唉～我跟你講喔，我覺得今天這個廚師，他已經談戀愛了』。外國人有一句諺語就是『如果你吃到的東西並部都超鹹，就表示這個廚師他在做菜的時候一直在想他的愛人，所以一直放鹽巴』。」(B10)

「第二次當交流學生的時後，… 同時大家在國外舞臺上的表演很好，很受所有人喜愛，也認識很多當地的菁英大學生，又體驗到許多當地人的生活方式，也因為是交流團的關係，所以接受的待遇與各項服務也都令人感到開心，因此每天起床後都會期待今天的各種體驗和驚喜。」(A1)

「我覺得尼泊爾那邊的人非常友善，然後去到那裡就是說你買東西，那邊店家…你挑了半天，因為你知道他那邊手巾呀有很多花色，忽然間你突然覺得不想買了，他們也都笑嘻嘻的，不會不高興。」(B5)

「我們又到了海洋公園，在鯨魚展覽場經驗也非常的有趣，國外的小朋友很熱情，全部都站到第一排的位置，享受最臨場的感受，雖然都溼透了，但是看到大鯨魚游過眼前的震撼，台灣人只會躲在較外排的位置，怕被水噴到，外國人的熱

情給人家留下了許多深刻的印象。」(B9)

因為對某些事物有憧憬、嚮往，所以女性旅客更容易融入當時的情境，再不合口味的食物、髒亂、擁擠、吵雜的環境也都有合理的理由去接受、享受它。

而且當女性旅客出國旅遊時，希望自己能帶給人是年輕的感覺，即使上了年紀，也希望像年輕人一樣，充滿活力，她們不服老，同時希望別人能以年輕、快樂的心態來與她們相處，如有受訪者提到：

「我有一次跟朋友去上海，我的朋友刻意打扮的很年輕，但她一下車被大陸的小朋友叫『爺爺奶奶好』，我的朋友當場臉都綠了，一整路都很不高興」。(C2)

愛美是女人的天性，由上述可得知，女性相當在乎年齡與外貌的問題，也相當在意外人看待她們的眼光，為博取一些讚美與認同，便會刻意裝扮，在乎穿著與保養，但若事與願違，不能被他人認同時，則會產生不愉快的心情，影響她旅遊時的體驗。

(二) 欺騙或歧視的無奈

女性在旅途中受到不平等的待遇，如：被騙、被誤解、受到歧視等，也會影響到她們旅途中的感覺和評價，女性旅客會感到不滿，憤恨不平，會想討回公道，據以力爭，在爭執中，雖然她們表現出強勢的作風，但她們往往也會為自己的人身安全感到擔心，因為在人生地不熟之地，她們沒有熟悉、安全的保障，於是，爭執往往在不了了之中結束，但這單

一個案往往會影響女性旅客對整個當地人的想法和感覺，只要日後一說到對當地人，便會摻雜較多的感情因素，較不能客觀。

「就香港尖沙咀那一帶啊，那個照相館賣照相就的那種器材行，…，我覺得就是那裡的店家很不老實，像很多人在那邊上當受騙，他的價錢可以差到三分之一甚至一半，所以就是我有買，有被哄然後被騙了買了一個比隔壁家貴了一位的價格，買了一台照相機，後來知道結果那台照相機就不想用了，因為想到那個這樣子被騙就很嘔。」(B8)

「我跟他說我要買一個那個什麼電池，結果呢我…那時候他也很忙，我記得我已經有把錢給他了，他竟然跟我說我沒有配錢給他，旁邊就有一大堆外國人來觀望我們來看我們吵架，吵到後來大家都說「你是外國人，你一定說謊啦！」我就很生氣，我就說：「你幫我叫police來」。可正到後來實在是人多勢眾，我怕被圍毆，那我就forget。」(B10)

透過這些與當地人民或來自其他地方的旅人間的互動女性旅客也會反省自我的生活態度，同時她們會想藉由提升自我的能力來得到他人的認同，特別是當遭受歧視時。

「在南非的時候，南非的白人種族歧視很嚴重，我們去餐廳吃飯的時候，旁邊桌子的白人就一直用奇怪的眼神看著我們，感覺很不舒服，…，覺得外國人的種族歧視令人很不愉快，所以我們一定要提升自己的財力或是權力，他們才會比較不會用奇怪的態度來面對其種族的人。」(B9)

三、無法忍受的文化差異

文化的衝擊與民族性的問題，也常困擾著女性旅客，特別是到一個人生地不熟的國家，卻不能適應當地的風俗時，除了上述所說的受到歧視這種來自民族性的優越感外，還有的就是文化上的衝擊，就像 B9 所述：

「到韓國的時候，不同的文化民情造成的差異，令人感覺很不愉快，在韓國消費的時候，韓國人過度的強勢，不夠有禮貌，在秩序方面不遵守，會插隊結帳，態

度很理所當然的樣子，他們語言給人家聽了覺得像在吵架，給人有壓迫感。」(B9)

這種早已存在當地已久的文化，看在來自外面的遊客卻格外的不適應。研究者在訪談結束後，也曾事後詢問此位受訪者 (B9)：「對於不同文化造成的差異，會令你感到不愉快，但你有沒有適著去接受它？」她 (B9) 說：「會以包容的心態去接受它，但是太過份的話，還是沒辦法，這個問題是每個國家都會遇到的」。雖然對於其它文化有些許的不習慣甚至不喜歡，但她們還是會以包容的心態去接受它，也會尊重不同的民族性。在研究者實地參與觀查中，也發現文化的問題，不僅僅發生在當地，也會伴隨著國人出國旅遊，發生在第二地，就像 C9 曾向研究者表示：「剛我在排隊的時後，有人插隊，結果有一個外國人就很不高興地尋問他的友人說：『那插隊的人是中國人嗎？』，我聽到後很生氣，明明就是韓國人，為什麼偏要說是中國人」，又在第三天吃晚餐，大家在排隊取餐時，看到有人沒排隊，C9 向研究者表示：「那男的真沒禮貌，怎麼不排隊」。這種種的行為，雖然女性旅客感到不滿，但卻敢怒不敢言，只在心裡生悶氣，這也表示了女性較容忍，願息事寧人的一面。

四、環境氛圍帶來的愉悅體驗

當女性旅客出國旅遊時，除了上述的因素會影響她們的遊旅體驗的好壞之外，建築也是一個可以引發她們思緒，營造她們旅遊體驗的一個因素。女性旅客除了會觀察、體驗人文風俗外，也會細細地品嚐當地的

景色，無論是建築、自然風景亦或是交通建設等，這些看似生存在現實世界中，一個微不足道的小巷、一條小小的河川、湖泊、一些便民的設備，這些存在於人們周遭的事物，看似不重要卻也能牽引著女性旅客的思緒，影響她們體驗的好、壞，只要滿足她們好奇的心、讓他們忘卻煩惱、給她們輕鬆的感覺，再不起眼的景色在她們的眼裡都是一幅幅美麗、動人的畫。如下列受訪者提到環境帶給她們的愉悅的體驗：

「置身在義大利不管是那一個小巷還是一片不起眼的門，照起相來都像是一張張明信片的感覺。」(A2)

「走在布拉格的查理斯古橋上，看著如畫的景色，讓我平常的工作壓力有比較舒緩，甚至可以說已經不太會去想台灣的一些鎖碎事情。」(A4)

「成田機場的交通便利，不論是乘坐巴士或地鐵都非常準時又方便，機場的設施如動線的指引、電梯的銜接、旅遊資訊都非常完整，行李的寄送和取收也很方便，可以減輕旅行時的負擔。」(B4)

「在台灣除非去爬高山，才能真正摸到雪，所以當你真正在雪地上行走，迎面而來的又是雪花飄飄，這時候才真的體會『雪』的感覺，而非只是文字的意義。」(B7)

旅遊環境所塑造出來的氛圍，對女性旅客而言，也是她們關切的一個因素，在不好的環境，遇到友善的人們，女性旅客也會感到愉快。

在研究過程中，許多受訪者表示，現在的旅行團或是廣告文宣等，為了要讓人們去當去消費，都會美化該國，但實際上去過後，才發現原來跟當初想像的都不一樣，如同下列受訪者所提到：

「我覺得旅遊團因為有時候為了要讓美化到當地旅遊消費，所以他會美化說這個國家是怎樣怎樣，事實上是不一定是正確的。」(B2)

且當旅遊環境所營造出給人冷漠，太擁擠的感覺，這都會讓女性旅客產生不好的體驗，而這種不好的旅遊環境通常是在廣告文宣上所看不到的，唯有實際體驗過才知。如下列受訪者提到對於旅遊環境帶給她們不好的體驗：

「很多人說日本的街道有多乾淨，日本人是多麼有禮貌，就不要到晚上的時候去街道這樣走一走，滿街都是垃圾，到處都是菸蒂。」(B2)

「日本雖大樓矗立，感覺很冷漠，可是美術館、博物館也深藏其中，淡化了冷漠的感覺，所以軟、硬體的規劃是必需平衡的。」(B8)

「其實巴黎事實上它並不是我們想像中的那麼的唯美浪漫，它也是充滿了很多一些種族啦、或者是這些垃圾啦、環境啦，然後基本上我覺得它的人文素養法有比我們台灣好啦，還有就是我在巴黎街上，我在喝咖啡的時候我就親眼看有人搶劫，…，然後就都沒有人幫她，然後我就看到一個人被搶，好像她男朋友就跑去追那個土匪。」(B10)

然而在此次研究者實際參與行程中也發現，女性旅客對於風景或建築物的反應來的比男性旅客強烈，她們比男性旅客更容易去讚嘆、感受這些景色，也更容易有感而發，如其中一位團員說道的：

「這沿路上的景色，真像 50 年前的台灣。」(C6)

當景物觸動了女性旅客內心，她們會去回想與生活相關的人事物，回想她們人生一路走來的風風雨雨，且女性旅客也比男性客更專注地欣賞、了解這些風景或建築的背後的來由，在旅途中，女性旅客相較於男性，對任何事物較敏感，也較願意和他人分享她的經驗，無論是人生經驗或是旅遊經驗，亦或是對當下環境的看法或意見。

除此之外，很多女性旅客也認為，光聽別人敘述他的經驗，是不準確的，一定要自己親身體驗過，才了解其中的奧妙。她們也會比較相似的旅遊環境，跟他人訴說彼此間的不同之處和自己的體驗過後的感覺，在研究者親自參與觀察中發現，即使身處於落後，衛生環境不佳的國度中，女性旅客還是會試著去尋找令人感興趣的景觀，一些在她原生國家看不到的景觀，她們認為這就是「具有當地特色」的人事物，這種行為通常在越落後的國家越明顯，因在落後的國家中，女性旅客的並不會要求太多，只要滿足基本生理需求即可；但在先進國家中，女性旅客便會提高她們的準標來看待整體的旅遊環境，一點點小小的缺失，也會讓女性旅客們感到不滿

五、小事物造就感動的回憶

許多人會在旅途中購買紀念品、明信片，或拍攝許多照片，有的買紀念品是為了回國送人，有的是為了留做紀念，也有人習慣每次一出國便會寄一張明信片給自己或朋友，Littrell et al. (1993) 指出透過實質紀念品的取得，將觀光客與旅遊目的地結合，有助於觀光客感受不同的旅遊體驗；且紀念品本身與其價值可有助於擁有者隨時處於他們想要記住的經驗 (Gordon, 1986)。無論購買紀念品目的為何，挑選這些商品或拍攝都成了一種樂趣，女性旅客也不例外。而這些紀念品、照片，在她們

日後的生活也扮演著一個重要的角色，當她們失意時或在整理東西無意見看到當時所購買的紀念品或拍攝的照片，都會讓她們回到當時的情境，且大多會讓女性旅客感到快樂。如下列受訪者提到紀念品所帶給她們的意義：

「當自己的現實生活遇到壓力或瓶頸的時候，便會靠著以前出國的回憶或照片去轉移注意力」。(A1)

「收集各國的明信片，並透過當地郵局，將明信片寄出，除了可以擁有當地明信片，最重要還可以收集不同的郵票。」(A2)

在研究者實際參與行程中，也發現女性旅客樂於購買具有紀念意義或特色的紀念品，也會寫明信片寄給自己或朋友，且當女性們展示她們旅途中的戰利品時，若得到他人的讚美，也會讓女性們感到相當的愉快，像 C2 所說：

「我在馬來西亞買了一件他們的沙龍，回到美國後，有一次我穿它上街，竟然有外國人來問我是不是空姐，當時聽到我好高興喔。」(C2)

但相對的，若是招到他人批評，就會覺得不愉快、不值得，如同 C2 所說道：

「有次去英國買了當地最貴的巧克力，回國後，拿給員工吃，結果他們都說很難吃，害我好傷心，早知道就不要買這麼貴的東西。」(C2)

紀念品是具有某種象徵價值的意義，可以作為旅行時的體驗經歷之驗證，就像是生活中儲藏記憶之工具，因觀光客的旅遊經驗是短暫的，若經由購買紀念品並帶回原居住地，不只可以擁有實體的物品，還可當

成喚起有別於日常例行性生活之回憶，如區遊記憶或是作為珍貴旅遊經驗之象徵（Gordon，1986；Littrell，1990；Belk，1990）。

4.2 旅途中的情緒體驗

一、渴望的心情—自由的感覺

無拘無束的生活是一般人所追求的，特別是女性旅客，當她們感受到來自所生存社會中的壓力，便想遠離這壓力來源，所以選擇旅行，她們渴望從旅途中找尋一種從容不迫的感覺，沒有壓力，也沒有包袱，如同一位受訪者所說道的：

「我想如果出門就是像電影演的，希望像電影演的就帶一本護照就可以出國了。」
(B2)

這不僅僅表露出她們希望旅行就像電影般的情節，更渴望自己就像主角，沒有沉重的行李，拋開煩人的鎖事，去追求像電影情節般浪漫、自在又帶點刺激，只要滿足她們內心渴望，讓她們吃到自己喜愛的食物，做自己喜歡做的事，就會讓她們產生愉快的心情。如下列受訪者提到：

「晚餐在旅館享受浪漫的氣氛，在提提湖嚐到第一次烤鱒魚的美味，…，真是回無窮。飛機到史特加後，他們安排兩部賓士讓我們在黑森林區自由行駛 15 天，真是逍遙又自在。」(A11)

「那一次經驗讓我覺得很愉快，是因為說我沒有在趕時間，而且我沒有心裡的壓力，我也沒有跟旅行團要早上六點起床這樣子的行程，那就是睡飽了起床，可能已經中午了，那整天也沒有趕時間就可以在博物館，或者是到它們那個就是中央公園那邊睡個午覺，那晚上去吃吃海鮮，那可以很心平氣和的去看看那邊的人，……，因為你也不趕時間，你就可以想要跟他們交談，想要跟他們做什麼都可以，你就覺得說很從容。」(B3)

「去到日本在成田機場下飛機的時候，我就覺得日本真的好進步，那時候他們的交通，因為我是直接到坐地鐵然後一直到東京，那行李就是寄那一個他們是講紅襪子，就寄到那個飯店來，……，所以那時候一下飛機什麼都沒有的時候就覺得，哦～好輕鬆、好方便，那種感覺是很…就是這種旅遊就是突然讓你輕鬆了起來的感覺。」(B4)

「旅行對我來講就覺得說隨遇而安啦，隨遇而安就是說都很OK啦，但是說如果在旅行的過程中吃到自己最喜歡吃的東西，啊那是你最喜歡的，那感覺就很棒。」(B7)

「我去年喔我排了二個星期的假，…，最美好的經驗就是那二個星期我都沒有打電話回來台灣。所以我出國旅行只要跟我忘記工作的存在，就會讓我很愉快，然後讓我覺得我很希望是一個完全的自己啊，不用擔心這麼多的事情。」(B10)

在實際參與中，研究者也發現，即使女性旅客和家人或比較親密的朋友出遊，也希望在旅途中能擁有自主權和獨立思考的空間，能讓她暫時地做自己，享受一個人的時光或思考一些事情。

此外，當女性在從事旅遊活動時也希望有安心的感覺，不必考慮太多，一切隨心所欲，有一位受訪者(B6)表達了一個較特別的看法，她認為要達到愉快的旅行，要有足夠的能力(金錢)，才能更輕鬆、愉快地從事旅遊活動。如下：

「旅遊真的是一種很愉快的事情，可是它要很大的花費，你要一路要有足夠的錢，你的旅遊才會愉快，如果你一路去需要一路算這一路我要花多少錢，我夠嗎？我覺得這種旅遊我大概不會覺得很愉快，因為我會覺得說我要隨心所欲那才是一個愉快的旅行。」(B6)

二、旅途中的插曲—難忘的回憶

如前受訪者(B2)所述，她希望旅遊就如同拍電影一樣，而像電影情節般的劇情通常夾帶著冒險與刺激，不能免俗的還有浪漫與自在，當

女性旅客游走在異的道路上，除了看當地的景觀、體驗當地的人文風俗外，心中難免會有一些小小的渴望，希望有驚喜的出現，就像是偶發事件（如意想不到的、臨時發生的事情），它是女性旅客在旅途中感到愉快的來源之一，卻可能也是讓女性旅客感到不愉快的原因，但無論如何，這些偶發的事件，通常在旅途結束後讓女性旅客回味無窮，同時，當女性旅客經歷這些偶發事件，進而去完成、克服它，便有種自我滿足感與認同感，如一位受訪者提到令她有成就感的事件：

「雖然是一個不好的經驗，可是我覺得它對我印象很深刻，因為我覺得我真是很厲害，…我可以到第三個國家用不一樣的語言跟他吵架。」(B10)

同時，藉由這些過程，女性旅客也從中獲得不一樣的經驗，從這些經驗中去體會不同的人生境遇，當她們經歷越多，除了會越滿足與認同自我，並珍惜她所擁有的一切，同時她們也想追求、享受當下的那種快樂的感覺，即使過程是驚險、不愉快的，都是讓她們永生難忘的體驗，如下列受訪者提到令她們難忘的體驗：

「與同學一起開車到黃石公園的旅遊途中，因為看見路旁小巷內有一大片花海，尋花入內後發現一座私人建造的樂園…呈現童話中的糖果屋…各童話故事中的秋千與花屋，比迪士尼樂園更為夢幻…極為羨慕也佩服美國人追求夢想的熱忱…同時也從其中感受當地的人生觀與生活態度。」(A12)

「我們上次就是看到一個很特別的經驗就是我們走過一群車隊旁邊的時候就剛好有男生站在旁邊，因為我手上拿著那個串珠是另外買的，就是還蠻漂亮的，那他為了爭取要這個串珠呢，他就把褲子脫下來，那我很少有經驗可以這麼近看到…這麼具體的東西，所以當時呢我同學就問我說：『那這個到底是要掛在哪裡？是應該要掛在脖子上？還是應該要掛在特別的地方？』」(B2)

「那一次去大陸第一次去桂林，厚那個飛機差點摔下來，我也覺得很好玩。」(B4)

「在美國的時候，因為那個時候英文還沒有很好，字彙能力很低，然後就在那個美術館裡面，然後它那個旁邊就有那個火警鈴(fire)，然後就不知道呀，就把它按下去了，然後就全部的人就很緊張呀，然後就是一直打閃光燈，然後就是消防車和警車都來了，…但是他們那邊警衛跟就是裡面的人員疏散的都很快，然後就覺得他們的服務很好，但是不愉快是因為不小心犯了那個錯，就是很白痴去按那個火警鈴。」(B9)

三、渴望放鬆—擁擠與緊迫性造成不自由的感覺

但是當女性旅客想一種自在、輕鬆、無負擔的方式旅遊，若無法達成，則會產生失落感，特別是當女性旅客出國的目的不在購物、工作，純粹只想放鬆，雖然她們也期望旅途中有驚喜或不一樣的經驗，但是若心裡的期待與現實落差太大時，還是會讓她們感到不開心，甚至是有壓力，她們也不喜歡擁擠、緊迫、就像 B3 所說道：

「我最不喜歡的旅行的經驗就是到那個國家其實到處都是人呀，因為你會覺得真的沒有那種放鬆的感覺。」(B3)

且她們也不喜歡被勒索、刁難的感覺，這會讓女性旅客在事後對當地的印象有著不好的感覺，且深深地刻畫在腦海裡，如下所述：

「中巴界線警衛人員說可到巴基斯坦境內走走，當我們回頭時，中共紅衛兵說：沒巴基斯坦簽證整團罰一千人民幣，否則不做人，真是死要錢！」(A11)

「獨自去印尼，被海關刁難，此後對東南亞的印象普遍不好，覺得貧窮、落後，人民素養極差，…入關時居然被帶到一密室，而官員擺明了如要入境得多付額外的費用才能放行，言下之意就是搞竹槓，在僵持不下後還是付錢了事。」(B10)

同時也不喜歡在旅途中還要兼負起照顧者的角色，因為那讓她們無法隨心所欲，要時時注意到被照顧者的一舉一動，這也讓她們感到疲倦。

就如同 Henderson (1991) 認為女性多為照顧者的角色，並想從她們的休閒娛樂中獲得不同的利益遠勝過男性，她們也許想要遠離她的環境，找尋安寧與平靜的旅遊景點。在實際參與的行程中，觀察女性團員的旅遊行為，或對談中也發現，女性旅客偏好無壓力、輕鬆自在的旅程，且希望旅途中能擁有更多的自主性，即使與家人同遊，也希望能以最無負擔的方式旅遊，如下列受訪者提到令她們感到感到無法隨心所欲地體驗各種事物的原因：

「自己的身份是帶隊老師，所以對於很多新奇的事情並不能像同行的學生一樣，可以不顧形象的去嘗試，再加上要照顧人，感覺特別的累。」(A1)

「如果要帶小朋友或家人的話，可能就沒辦法隨心所欲，照自己的行程走，…，比如說我如果跟家人去玩的話，我一定對對家人的需要去設計，譬如說我明明不喜歡去什麼兒童樂園，可是我為了我們家小朋一定要給他去…。」(B10)

此外，在本研究過程中，皆有女性受訪者表示不喜歡購物行程，因為在購物站買東西，常會被騙或買到不好、更貴的產品，甚至還因購物跟同行的同伴發生不愉快的經驗，也還有受訪者表示知道被騙後，就不想用那個產品了。在研究者親自參與旅行團中也發現，購物是可以吸引女性旅客的目光，即使她們並沒有想購買的動機，但往往在旁人的鼓吹下，或者有人（如先生、父母）願意幫她們付費的情況下，還是會興起購買的念頭，且在購物當下常有不理智的行為出現（如不加思索，便購買），但事後才發現買貴了或後悔了，就會覺得自己為什麼要那麼衝動。

且因每個人喜好的東西不同，所以對於某些購物站的行程，便不感興趣，像 C1 在某一購物站（珠寶店）表示：

「我可不可以把椰子水的錢付給他，然後先走，因為我沒有要買。」(C1)

然而在下一購物站（當地傳統市場）中 C1 感到興趣，且買了許多東西。同時，其它同團女性旅客在購物站中也展現出不同的購買行為，有些人會考慮在三、精打細算後才會購買，還會要求店家當場測試給她們看，有些女性旅客則是覺得只要是價格能夠接受，就可以購買，但常常在她們看到有更好或更便宜，且相似的物品時，心中不免會感到有點後悔。如下列受訪者所述：

「被迫購物，購回產品不良，因購物而安排好的行程反而遺漏掉。」(A10)

「我覺得就是那裡的店家很不老實，像很多人在那邊上當受騙，他的價錢可以差到三分之一甚至一半，所以就是我有買，有被哄然後被騙了買了一個比隔壁家貴了一倍的價格，買了一台照相機，所以後來知道結果那台照相機就不想用了，因為想到那個這樣子被騙就很嘔。」(B8)

也有受訪者表示，當每次詢問的價錢價差非常大時，亦或是購物時少了距離感，即使非常喜歡，也會不想購物。如下受訪者所述：

「在巴里島的烏布區購物，那裡是殺價、shopping 天堂，有些許木盒我非常喜歡，但是看過太多東西，屬而不知如何選擇，尤其第一次問價與二次、三次…價錢皆差別很大，讓我反感，反而不想購物，加上當地人都會說國語，少了在國外的距離感，因為對方聽得懂你說的，殺價成為一種疲憊。」(B1)

4.3 旅遊帶給女性旅客的影響

一、自我的省思—對於生活的反思

一成不變的生活型態讓許多女性感到索然無味，想藉由另一種方式來改變原本的生活步調，或當工作或其它事務遇到瓶頸或不愉快時，她們也想藉由另一個方式來淡化它，於是出國旅遊便是最佳的選擇。Zikman 說道：「旅行是一治療，一種最純粹、最直接的治療形式，沒有任何事物能取代它」(汪芸譯，2001，P. 154)。的確，旅遊不但可以讓她們忘記不愉快的事物，沉澱心靈，更讓她們的心胸更為寬闊，對於許多事不再斤斤計較，看淡生命無常，一位團員 (C2) 表示：

「活到這把年紀了，生死有命，所以能吃就吃、能玩就玩。」(C2)

同時，旅遊也帶給女性旅客們更多的包容心，也更懂得珍惜、把握當下，且會反省自我的態度，如同下列受訪者提到旅遊帶給她們的影響：

「出國看到不同的民俗風情有一些深刻的想法，尤其是看到先進國家人民之素養不禁能深切的反思其生活態度。」(A7)

「每次旅遊回來我者感受到自己改變，之所以改變是因為更放開心胸，接受更多不同觀點，同時想的更多。」(A12)

「人喔，要築夢，然後你要去實現，不要永遠只是一直在講我沒有時間、我沒有錢、我怎樣，然後呢，到後來等到你有時間你有錢的時後，你沒有青春，你沒有力氣。」(B10)

「心就會寬一點，也不會那麼固執，因為你會去很多地方發現說，每個國家它會有不同習慣的，不一定一定要怎麼樣，所以對很多事情會不那麼執著。」(B5)

旅行帶給她們的不僅僅是讓她們的生活有所省思，更成為了她們生

活的一部份，就像一位受訪者所說：

「出國旅遊已成為我的生活習慣的一種，每年至少要出國一次，不管是長短途。」
(A2)

同時她們也期待下次的旅遊機會的來臨，並且為了看各式各樣不同的人事物、為了收集不同的紀念品、為了留下日後美好的回憶…，於是她們開始注意目的地的資訊、特色，更努力的工作，在每次出國旅遊前夕會對該目的地做足一些相關功課（景點的特色，注意事項、消費等），如下列受訪者所述：

「當我每次準備出國行李時，都會做足一切功課，舉例來說，調查每個景點的特色，應注意事項、天氣、消費、該買什麼紀念品，什麼地方值得細細觀察。」(A2)

「在行前會很期待，並上網做一些功課，查詢當地的有名景點，特色或是飲食、店家。」(A4)

亦或詢問去過該地的人，如：C1 聽到先前來過的友人說過，到這可帶一些糖果給當地的小朋友，於是便特地從台灣帶了許多糖果當地，準備送給當地的小朋友。

在研究者整理受訪者所寫下的資料中也發現照片、紀念品，是女性旅客事後引發回憶的一個媒介，藉由這些東西，她們可以忘到當下的煩惱，改變當時的心境，回到旅行的愉悅心情，如同前面所提到的；同時也有激勵的作用，如 B10 認為旅途中所拍的照片，是激勵她再次出國旅遊的動機之一。如下所述：

「每次旅行回來我都習慣會翻相片嘛，然後我就發現一年比一年還要老，所以我就覺得我一定要在我年輕貌美的時後去玩很多國家，不要到年老色衰的時後到很喜歡的國家拍照都人老珠黃了。」(B10)

除此之外，女性的心思是比較敏感的，只要一個小動作或一點小小的感覺，亦或是在與友人對話時，只要讓她有當初在國外旅遊時的那種氛圍，便會讓她有想再次體驗不同生活的衝動。

「有一天早上我起來，早上很早起，然後外面的陽光曬到我的房子，我突然很想聽到那時候到峇里島飯店早上聽到的那個音樂。然後那天晚上我就發瘋似的上網去找他們那邊的音樂，然後就是找不到，就忽然…我就忽然覺得其實，我們不管到哪裡都可以有那種峇里島式的悠閒的那種生活，只是就是要配個燈光配個音樂這樣就可以了。」(B1)

二、自我的成長與探索—知識與視野之增長

當女性旅客出國旅遊時，除了想要獲得愉快、放鬆的感覺外，她們也想要獲得心靈上的啟發，或是體驗不同的民俗風情，她們也想要學到更多的知識或看不同的人事物，因此女性旅客把旅遊視為達到她們學習的一種方式，就像一位受訪者(A9)在旅途中巧遇一位遠從西藏來的喇嘛，她說：

「雖然人生散聚如萍，卻有緣能在異國的天空下相遇。看著他黝黑的臉龐以及身上髒破的僧袍，我問道：『一路上害怕嗎？』，他回答：『一旦了解了生命的真實，心中就無所懼怕』。頓時，故土成了最近的血緣，而秋海棠和老母雞的爭議也成了無聊的話題，只有執著和淡然在佛眼的觀照下進行了一段生命的對話。」(A9)

這段偶然間的對話，不僅讓她獲得了心靈上的啟發，也讓她得到了一段愉快的旅程，然而這些收穫往往是在無意間獲得的。並且她們也認

為旅遊也應更深入地了解該地的文化，不應只是聽聽別人說的、走馬看花，也應有自己的體會和收穫。

在旅途中她們也喜愛觀察與探索新鮮的事物，並會表現出強烈的求知慾望和自主性，且對於傳統觀念附加在女性身上不合理的做法，也會據以力爭，因為她們覺得時代在進步，男女應是平等，不應再把傳統一些不合乎情理的事物再加諸到女性身上，例如，旅途中，當導遊說到一段關於該國為什麼都是由男性即位的歷史時，團員 C2 表達了強烈的不滿，她說：

「對於說女性即位，會打敗仗這事，我非常的不認同，英國也是英女王即位時強盛的……。」(C2)

對於這種傳統男權主義，女性們想要打破這種觀念，便會藉由一些行動來證明她們也有能力與男性匹敵。同時，女性旅客也期望能在旅途中展現另一個自己，一些平時她們不敢或渴望做的事，會想藉由旅途中來充扮扮演這一個不同的角色，若不能滿足此需求時，會感到遺憾。如下所述：

「因為我姊夫比較學者派的，可是我現在想去日本想去東京去玩的是想要去比較野獸派的……沒有把我想要的另外一面找出來這樣子，玩得不盡歡。…想要穿的比較辣一點啊，往東京最那個最 high 的 DISCO 舞廳去跳舞。可以扮演自己不同的另外一面啊。因為有時候你做乖乖女厚，有時候會想要叛逆一下這樣子。」(B8)

另外女性旅客也認為旅遊帶給她們的不只可以增廣見聞，獲得心靈、

知識上啟發，還能增加了許多聊天的話題。如下列受訪者提及旅遊帶給她們的啟發：

「想法變的更豐富，接受度更大；美國人不吝於讚美他人，和中國以他人為缺點處處說長道短的习惯，截然不同」。(A3)

「我覺得透過旅行，你會遇到很多一些你平常不會注意到的事，然後你必須要…因為我是屬於半自助式啦，所以必須要全部都要仰賴自己，就會發現一些奇奇怪怪的現象發生，但是回來之後那真的是非常深刻的，它會提升你一些內在的想法，會改變你一些思想」。(B10)

4.4 總結

McIntosh et al (1990) 強調旅遊是一種複雜的象徵行為模式，旅遊者通常是透過這種形式來滿足多重需求，在滿足需求的同時也夾帶著許多令人難以忘懷的體驗或回憶。綜合上述分析，本研究歸納出幾點影響女性旅客旅遊體驗之因素：

一、旅途中遇到的人，無論是同行的同伴、領隊、導遊、亦是當地居民等，都會影響女性旅客的旅遊體驗，當人們表現出熱情、友善、親切，且主動幫助、關心女性旅客時，女性旅客便產生美好的體驗，反之，當人們表現出輕視、冷漠、或太過強勢，使得女性旅客感到受壓迫、不被尊重的感覺時，她們就會產生不好的體驗，即便再美好的風景、好吃的食物，都會因為不對的人讓女性旅客在旅途中感到不快樂。

二、旅遊環境所營造的氛圍對女性旅客而言是相當重要的，女性旅客不喜歡擁擠、吵雜的環境，如 Henderson (1991) 指出，女性旅客想要

找尋一個安寧、平靜的旅遊景點，同時她們也想要追求冒險與刺激的感覺。所以旅遊環境若能滿足女性旅客想要獲得寧靜的感覺，又同時能滿足她的好奇心，再不起眼的事物，也能變成是女性旅客最大的收穫與驚喜。

三、旅遊對女性而言，不僅僅只是讓她們遠離日常生活的壓力來源，也是她們求知、體驗不同生活、發現自我的方式。Richter（1994）發現女性以旅遊可獲取的最終利益做為表達她們旅遊體驗的方式。所以女性旅客對其旅遊體驗的好壞是決定於最終她得到的是什麼，如：她得到她想要的東西，或者是獲得一些意外的驚喜等，都會讓女性旅客覺得她們的旅遊體驗是愉悅的；相對的，若旅遊沒有達到她所認知的感覺，如：放鬆、自由等，她們便會感到不愉快。

四、當女性擁有更多的機會去從事旅遊活動，也就擁有更多與世界接觸的機會，女性藉由旅遊接觸不同的種族、事物，透過此女性旅客獲得不同的人生經歷，也影響了女性旅客許多的觀點與想法，讓她們的心胸更為寬闊、思想不再狹隘，同時她們也將每一次的旅遊，視為一個全新的開始，只要能讓女性旅客表現內在深處的自我，並滿足她的渴望，那麼對女性而言將是一個美好的旅遊體驗。

由此可得知，當女性旅客從事旅遊活動時，無論外在環境如何變化，

真正影響女性旅客的體驗莫過於那股來自內心的感覺，而那些感覺包含遠離日常生活以表現自我、自我的成長與認真體驗不同文化與事物。為了滿足內心的渴望，她們會表現出更活潑的旅遊行為，樂於與他人分享旅途中的見聞，易於親近他人，同時，也表現出較正面的旅遊行為，如：對於女性旅客而言，只要滿足內心的渴望，便會得到愉快的體驗。而這些都驗證女性主義學者所說的，休閒中積極或正面的效果，會為人們帶來「樂趣」(enjoyment) (Henderson et al., 1996, 2004)、且是自由與自主的選擇 (Carpenter, 1985; Henderson, 1986); 以及後現代旅遊觀點所說的旅遊體驗是一種追求愉悅的活動、遠離煩悶、拘束日常生活 (Cohen, 1979; Urry, 2002; Dann, 1977)、是有意義的和一種驗證自我存在的過程 (Cohen, 1979)。

第五章 結論與建議

本章節根據上述的分析並整合相關文獻加以探討，歸納出結論，並針對業者與後續研究提出建議。

5.1 結論

有人曾說道：從歷史上來看，女性在社會中的地位可以作為該社會文明程度最突出的一個指標（Veblen，1899）。女性教育水準與經濟能力的提升，使得她們擁有越多的自主權與選擇權。

休閒的核心是自由與選擇（Carpenter，1985；Henderson，1986），而旅遊正是諸多休閒活動下的一環，這也正與女性主義的目標—「自主的選擇」是一致的，女性主義將女性視為一個獨立的個體，鼓勵女性爭取更多的賦權與自主權，同時也強調女性與男性是截然不同的，女性相較於男性是擁有較多的直覺，且女性更注重集體，對父權制的社會建立在女性身上許多不公，強加的道德規範，這也使得女性主義者一致追求的目標皆是對現有社會制度進行抵抗，讓社會更重視女性、聽到女性的聲音。因此，對於現今家庭、事業兩頭忙的女性而言，旅遊可說是她們擺脫父權社會所建立的制度一個好方法，且女性也試圖透過旅遊享受更寬廣的自由空間、發現自我與學習新知。

而後現代主義理論強調主體性，重視生活的多樣性與豐富性，認為

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)並且是自由選擇的。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)。

因此，本研究結合後現代主義與女性主義的觀點為基礎，主要目的在於探討女性旅客的旅遊體驗，利用三角交叉檢視法，分成三階段進行；第一階段以內省法，透過自省方法探索其過去的旅遊體驗，第二階段以記憶法，透過受訪者回憶過去的旅遊體驗進行團體會談，並從中獲取她們好與不好的旅遊體驗，第三階段以參與觀察法，藉由實地參與旅行團，觀察女性旅客的旅遊行為，並驗證先前的研究發現。綜合這些不同階段的研究發現，女性旅客從事旅遊活動時，所重視的莫過於內心的感覺，且內心的感覺通常會影響到所表現出的外在行為，或許也可形容女性是「跟著感覺走」，特別是在旅遊活動中常常是感性的一面勝於理性的思考。基於此，本研究歸納出幾點構成或影響女性旅遊體驗的重要內在因素，分別論述如下：

一、遠離日常生活，表現自我

Zikman 說道：「旅行是一治療，一種最純粹、最直接的治療形式，沒

有任何事物能取代它」(汪芸譯, 2001, P.154)。女性旅客視旅行為她們遠離日常生活的一種方法, 藉由旅行, 她們可以展現不同以往的自我, 無拘無束, 悠閒地享受當下那好不容易得來的時光, 甚至忘記她們身為女人這個事實。她們更把旅遊視為一種「興奮劑」, 一種能讓她們在煩悶生活中快樂的方法, 也是一副「良藥」, 一副能治愈她們在現實生活中所經歷不愉快、遭受不平等對待的一副良藥。也想藉由旅遊來舒解生活或工作上的不愉快, 獲得心靈上的釋放。

同時, 她們也想要遠離傳統社會附加給予她們的角色, 試由去找尋或表現另一個自我, 如同 Samuel (1992) 所說:「當更多的女性比過去獲得了社會對她們地位與自主性承認的同時, 女性會藉此產生一些新的生活方式, 會更加積極地選擇有意義的生活, 在休閒領域上也希望享有自己的選擇, 且經常透過休閒, 女性更能意識到個人的價值」。因此, 女性旅客藉由旅遊活動來表達自己的另一面, 遠離日常的生活, 去追求一段冒險或一段不平凡的際遇, 即使在旅途中她們只是懶洋洋地坐在公園裡, 或是漫無目地的走在大街上, 這些都是女性想表達的另一種生活形態, 她們藉由旅遊找尋她們想要的生活, 亦或是她們認為可行的生活態度。

此外, 多數的女性旅客不喜歡受限制的感覺, 因為這會讓她們感到有壓力, 而這種受限制的感覺, 通常來自於旅遊同伴、經濟因素等, 此

結果也與吳淑女（2002）指出一般婦女從事休閒活動所感受到負面的體驗以「受限依賴」程度最高相符。就像 Cohen（1979）指出：「旅遊的本質上是每日生活裡暫時的那部份，沒有工作、煩惱、節儉的處境」，因此當女性旅客面臨了同伴的限制該做些什麼不該做些什麼、得不到同伴的尊重、必須照顧同行的伙伴，這都會讓女性旅客感到反感；而經濟與家庭的因素，也是女性旅客感到壓力的來源之一，因為女性旅客認為，旅遊就應該要輕輕鬆鬆沒有負擔，沒有足夠的金錢就無法隨心所欲，買喜歡的東西、吃想吃的東西；而一同旅行的同伴若不能相互尊重，對於女性旅客也是相當困擾的，受限於另一個人，為了避免衝突，她們壓抑自己內心的想法，即使內心是相當遺憾與憤怒的，因此女性旅客認為找尋志同道合的同伴是相當重要的，因為有了志同道合的同伴，彼此尊重、協調，再無趣的旅程也都會變的有趣。

二、自我的成長

Cohen（1979）所提出的中心理論裡說道：「旅遊體驗是一種驗證自我存在的過程」。許多女性旅客在從事旅遊活動的過程中，一個不經意的舉動，或一段偶然的相逢，都會讓她們從中得到或學習一些新的知識或想法，提升內在，或改善自己的態度等。

如同 Miriam Beard（引自 Zikman，2001，p.139）說過的：「旅行不

只是看風景；它是一持續的改變，深入而永恆，改變了我們對生活的看法」。旅遊是對女性客而言是能夠反省自己、尋求不同觀點與體驗的方法，當女性在從事旅遊活動時，她們也相當重視在旅途中的蕝獲，無論這個收穫是好是壞，她們都會認為這是一份不同的人生經歷。也由於這份體驗，讓她們反思自己的生活態度與處事，她們把每一次的旅遊都視為一種學習，學習如何融入異國文化、學習他人的優點，因此她們有別於以往思考模式、接受度更廣，不再執著於某事物上，也讓她們變得更樂觀。同時旅遊也讓她們懷抱著夢想，為了能再次的旅行，於是她們便會更認真地在工作上，以完成下次旅行的夢想。因為旅遊讓她們有所期待，期待遇見不同的事物，期待體驗不同文化的衝擊，也期待與不同民族的相遇。

在旅程結束後，這些旅途中的點點滴滴會伴隨著她，當女性遇到不如意的事或瓶頸時，她們會藉由所拍攝的照片、購買的紀念品或得到的知識，暫時脫離現實環境，回到旅遊時那種快樂、自在的感覺，甚至幫助她們想出更好的點子，讓她們在工作、生活上有新的動力，因此許多女性認為旅遊對她們而言是相當重要的，因為旅遊可讓她們重新認識自己，體驗不同的事物，得到更多的經驗。

三、認真體驗不同文化與事物

當女性旅客身處在異國的環境中，夾雜著不同語言、種族、文化等因素，還有景觀建築、交通等，這每一個環節都深深地影響女性旅客體驗的好壞。當女性旅客處在一個不熟悉的環境中，內心多半會有不安的感覺，她們也想證明自己的能力能去克服一切困難，卻又期待有人能即時伸出援手，且她們對於旅遊也充滿了幻想，期待能在旅途中獲得一些意外的驚喜。但無論如何，大多數的女性旅客所要求的是不多的，只要當地環境提供給她一個舒適、自在的空間、美食，讓她能悠閒地享受她的假期，當她遇到困難時，有人願意幫助她，如此一來，許多女性旅客便感到心滿意足。

除此之外，面對不同種族的文化上的差異，雖然女性旅客們會以包容心去看待這差異，還會適著去了解它，但當遭受不平等對待的，如：受騙、被歧視，女性旅客們還是會表現出強悍的一面，爭取她們的權利，可是由於女性在社會上仍被視為柔性、弱勢，所以當她們在爭取她們的權利時，若沒有人在支持，女性旅客還是會選擇避免衝突。她們也希望跟當地的互動是有些許距離，因為她們也想保有自己的隱私，不想被他人知道太多，此外，距離的神秘感也是讓女性旅客更想要深入去了解該國的文化背景的因素之一，因為不了解、因為距離，都會激起女性旅客的好奇心，進而想要一窺究竟。

且女性旅客在旅遊途中較容易與融入當地環境，與當地互動，無論女性旅客旅遊的目的為何，在研究者實際觀察中也發現，女性旅客相較於男性，展現出活潑、柔性、主動的行為，如同 Laing (1987) 發現人們傾向於以被動的方式表現，放鬆、做日光浴和參觀為特定目的建造的旅遊設施。相反地，有超過一半的女性表現出活潑的行為、參與歷史和文化觀光、散步、參加購物團。

5.2 建議

本節依據研究結果的發，分別對學術上與實務上提出相關建議，並建議未來研究的方向。

一、實務上的建議

以往的大眾旅遊模式，行程設計往往大同小異，但在資訊更發達、女性意識抬頭的今日，女性擁有比以往更多的選擇權，沒有特色的行程已不能滿足現今的女性旅客。此外她們也想要向社會證明她們的能力，也想遠離傳統社會加諸在她們身上的壓力，所以，旅遊對女性而言是一種能讓她們遠離日常生活，體驗不同民俗風情，更是重新認識自己的好方法，在研究中，也發現，女性的心思是相當細膩，容易受外在事物的影響，但卻又容易感到滿足，只要滿足她們所想要到慾望、關心她們，讓她們有受寵愛的感覺，對女性而言就是一個相當好的旅遊體驗。因此，

綜合上述給予旅遊相關業者以下幾點建議：

（一）同理心

面對女性越來越重視心理的感覺，業者更應以同理心來對待女性旅客，以女性的立場來設計行程與提供有效的服務。同時，旅途中也能主動地關心她們，適時地伸出援手，幫助女性旅客解決她們的困難，旅程結束後，藉由簡短的調查與詢問，了解女性旅客在旅途中的感覺與待改善的事項，讓女性有被尊重與被關懷的感覺。

（二）提供完整的旅遊資訊平台

在台灣，自主與富冒險性的女性越來越多，她們若想要出國旅遊並不一定透過旅遊社代辦所有的行程，且由研究中也發現，許多女性在出國前夕會對該目的地做完整的資訊收集，包括：景點特色、風俗民情等，基於此，業者更應提供一個完整的旅遊資訊平台，此平台除了放置既有的行程外，也應提供女性更多元的資訊或專業的諮服務，並讓女性透過此平台交流她們出國旅遊的心得與注意事項等。如美國航空公司因體認到女性旅遊市場的成長，為了方便女性旅客而推出專門為婦女設計之網路資源的航空公司，並在網頁上放置許多的旅遊資訊，包括：旅遊及飛航安全、旅途中如何節省時間及金錢、與朋友、家人或伴侶結伴旅遊注意事項、以及其他女性旅客提出來分享的旅遊故事與建議（張蕙燕，

2007)。而這些女性所回饋的意見是相當寶貴，除了可使其他女性得到更有用的資訊外，還能讓女性在選購旅遊產品或查尋相關資訊，變的更加有效率。

(三) 滿足女性旅客的需求—適當的旅遊行程

越來越多的女性想要藉由旅遊學習一些新的事物、放鬆自己、體驗不同的生活等，無論目的為何，唯有了解並熟悉女性的特質，才能進一步地區隔主要的目標市場，並設計出符合女性的行程。在國內已有越來越多的業者開始注重到女性市場的重要性，也紛紛推出許多針對女性設計的專案，若想吸引更多的女性青睞的眼光，業者必需了解女性旅客出國的動機與特質，規劃出更完善的專案。

如：偏好購物的女性，業者可找尋適合購物的目的地，並集結同好，推出能讓女性輕鬆自在購物的行程，讓女性旅客能在購物點多些時間停留，而非緊促的旅遊行程。對於喜好求知、探索的女性旅客，業者可推出深度旅遊，在設計行程方面，能以深度探索的方式，來滿足女性旅客求知的慾望。

此外，在研究中也顯示女性相當重視旅途中的同伴，女性旅客常以跟其他人培養感情與建立友好關係，來判別她的好壞旅遊體驗，故業者在招募團員時，可以推出一套完整的措施，例如：幫助女性篩選她的旅

遊同伴，讓女性旅客能得到愉快的旅遊體驗。

（四）高品質的行程

價格並非在女性旅客選擇行程時唯一考量因素，特別是在現今女性擁有獨立經濟基礎的時代，許多女性願意付出更高的價錢來換取更好的旅遊品質。故業者在設計行程時，不能再如同以往以價格為主要考量，應考慮到旅遊品質的問題，唯有高品質的行程，才能吸引女性旅客的目光。

此外，鑑於目前旅遊的普及化，越來越多女性有出國的機會，而旅遊業者所推出的行程大同小異，因此也可推出較具創意的行程來吸引女性的目光。

二、學術上的建議

女性的議題越來越受重視，無論是她們的生活型態、消費行為、旅遊行為等等，已有越來越多人投入相關的研究，因本研究只針對女性旅客探討她們旅遊體驗的好壞，所以仍有許多不足的地方，對於此給予未來研究者下列幾點建議：

（一）多樣化的研究型態

就女性主義的觀點而言，女性的體驗不能被單一化，種族、年齡、教育和文化背景，以及她們的生活型態，種種因素都會影響女性的體驗，

就休閒而言，女性主義要成為一種矯正性的理論，研究就必須是靈活、多元的，且能反映出日常生活的內容（Fonow & Cook，1991）。

而相關的女性旅遊體驗研究，鮮少包含不同族群，如：有色人種、弱勢族群、同性戀者，這些非主流社會的族群，因此未來研究在取樣上可加入這些非主流社會的族群，進一步地探索他們的旅遊體驗。

且由於本研究採質性方式來探討女性旅客的旅遊體驗，為能使研究更為嚴謹，未來研究可採取質量並重的方式，或從不同領域、多元化的研究對象來解析女性的旅遊體驗。例如可結合台灣女性與國外女性的旅遊體驗，進而分析不同種族、不同文化的女性所表現出的旅遊行為和體驗是否有差異。

（二）研究觀點

本研究主要著眼於女性主義與後現代主義，並從其事後的回憶與自省中了解女性的旅遊體驗，而後再以實地參與觀察加以驗證。所有的研究過程都著重在於過程中與結束後的體驗，因此，未來研究可從事前的動機與期待，探討女性的旅遊體驗。

此外，影響女性體驗好壞的因素相當的多，除了本人之外，還有人際、社交等因素，然而這些因素對於女性旅遊體驗影響程度有多高，在本研究中是無法得知，而後續研究者可依此觀點，探索女性旅遊體驗的

影響因素程度的高低。

(三) 研究變項

在探討女性旅遊體驗上，本研究的研究焦點只著重在影響女性旅遊體驗的好與壞，以及旅遊對其生活的影響，在本研究中發現同伴、自由的感受程度、與當地環境互動及紀念品、照片，皆會影響女性旅客的體驗與生活。但體驗是一種動態的過程 (Hirschman & Holbrook, 1982)，影響旅客體驗的因素也是相當多元且複雜，因此，未來研究者在研究女性旅遊體驗上，可加入更多不同的變項，如：旅遊動機、事前期待，過程中的情緒反應及事後引發回憶的媒介等，藉由縱段面的研究，探索更真實的旅遊體驗。

參考文獻

中文文獻

1. 王育英、梁曉鶯譯，Schmitt, B.H.著，(2000)，體驗行銷，台北：經典傳訊文化股份有限公司。
2. 王金永、李易蓁、李婉萍、邱慧雯、許如悅、陳杏容、梁慧雯、劉昭君、簡憶鈐、蘇英足譯，Padget, D. K.著，(2000)，質化研究與社會工作，台北：洪葉文化事業有限公司。
3. 朱耘譯，Lofgren, R.著，(2001)，度假，台北：藍鯨出版社。
4. 江光榮 (2001)，人性的迷失與復歸－羅傑斯的人本心理學，台北：貓頭鷹。
5. 余嬪 (1999)，婦女與休閒文化，錄於王雅各主編，性屬關係 (上)，305-330，台北：心理。
6. 別蓮蒂 (2000)，生活形態白皮書：2000 台灣消費習慣生活報告，台北：商周出版。
7. 吳淑女 (2002)，小鎮婦女休閒體驗之初探－對員林居民之分析，戶外遊憩研究，15(2)，23-29。
8. 汪芸譯，Zikman, S.著，(2001)，旅行，聽心的呼喚，台北：天下文化書坊。

9. 周錦宏、程士航、張正霖 (2005), 休閒社會學, 台北: 華立圖書股份有限公司。
10. 修慧蘭、陳彰儀 (1987), 台北市就業者之休閒狀況分析, 國立政治大學學報, 55, 141-169。
11. 夏業良、魯煒譯, Pine, B.J. & Gilmore H.J. 著, (2003), 體驗經濟時代, 台北: 經濟新潮代。
12. 許義忠 (2002), 婦女與休閒遊憩未來的研究課題與方向, 性別: 解讀與跟跟跨越, 謝臥龍主編, 台北: 五南圖書公司。
13. 許義忠 (2004), 女性休閒研究近況分析: 1997-2003, 戶外遊憩研究, 17(4), 1-21。
14. 郭淑玲(2001), 從歷史觀論婦女休閒, 清雲學報, 20, 365-371。
15. 陳相榮、陳渝苓 (2003), 傳統休閒理論的解構與重新探索—以女性休閒研究發展為例, 國立台灣體育學院學報, 75-79。
16. 陳貞吟、曾光華、李宜玲, (2005), 拜訪歷史: 遺跡觀光旅客的懷舊情緒, 第五屆中華民國運動與休閒管理國際學術研討會, 台灣師範大學。
17. 陳彰儀 (1985), 台北市已婚職業婦女之休閒興趣參與情形與生活形態, 教育與心理研究, 8, 191-210。

18. 項退結譯 (1989), 西洋哲學辭典, 台北: 香華園出版社。
19. 黃彥憲譯, Rifkin 著, (2001), 付費體驗的時代, 台北: 遠流出版事業股份有限公司。
20. 趙秋巖譯, Veblen, T 著, (1969), 有閒階級論, 台北: 台灣銀行經濟研究室。
21. 劉耳、季斌、馬嵐譯, Henderson, K., Bialeschki. M., Shaw, S. & Freysinger, V. 著, (2004), 女性休閒—女性主義的視角, 雲南: 雲南人巖出版社。
22. 謝淑芬 (2001), 已婚職業婦女與全職家庭主婦對休閒活動參與阻礙與阻礙協商策略差異之研究, 戶外遊憩研究, 14(2), 63-84。
23. 蘇瑛敏 (1997), 女性休閒環境架構之基礎研究—台北縣市女性為例, 政治大學暨私立中國地政研究所合辦地政研究所博士論文。
24. 鐘振華 (2003), 台北 PUB 消費動機與體驗之研究, 文化大學觀光事業管理碩士論文。
25. 王金永、李易蓁、李婉萍、邱慧雯、許如稅、陳杏容、梁慧雯、劉昭君、簡憶鈺、蘇英足譯, Deborah K.P. 著, (2000), 質化研究與社會工作, 台北: 洪葉文化事業有限公司。

英文文獻

1. Alcoff, L. (1995). Cultural feminism versus post – structuralism: The identity crisis in feminist theory. In N. Tuana & R. Tong(Eds.), Feminism and philosophy: Essential readings in theory, reinterpretation, and application (pp.434-456). Boulder, CO: Westview Press, Inc.
2. Allison, M. T., & Duncan, M.,(1987). Woman, work, and leisure : The days of our lives. Leisure studies, 9(3), 143-162.
3. Belk, R. W. (1990). The role of possession in constructing and Maintaining a sense of past. Advances in consumer Research, 17, 669-767.
4. Bogdewic, Stephen P. (1992). Participant Observation. in Crabtree, B. F., & Miller, W. L., (Eds.). Doing Qualitative Research. Newbury Park: Sage. Pp. 45-69.
5. Bordo, S. (1995). Reading the slender body. In N. Tuana & R. Tong (Eds.), Feminism and philosophy: Essential readings in theory, reinterpretation, and application (pp. 467-489). Boulder, CO: Westview Press, Inc.
6. Boutilier, M. A. & SanGiovanni, L. F. (1994). Politics, public policy, and title IX: Some limitations of liberal feminism, In S. Birrell & C. L. Cole (Eds.), Women, sport, and culture, (pp.97-109). Champaign, IL: Human Kinetics.
7. Carpenter, G. (1985). The leisure feminist link. Leisure Information Quarterly, 12(3), 5-6.
8. Carpentr, G. (1985). The leisure feminist link. Leisure Information Quarterly, 12(3), 5-6.
9. Chambers, D. (1986). The constraints of work and domestic schedules on

- women's leisure. Leisure Studies, 5, 309-325.
10. Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. The Journal of the British Sociological Association, 13(2), 179-201.
 11. Cohen, E.(1988). Authenticity and commoditization in tourism. Annals of Tourism Research, 15(3), 371-386.
 12. Cole, C. L. (1994). Resisting the canon: Feminist cultural studies, sport, and technologies of the body. In S. Birrell & C. L. Cole (Eds.), Women, sport, and culture (pp.5-29). Champaign, IL: Human Kinetics.
 13. Crawford, J., Kippax, S., Onyx, J., Gault, U., & Benton, P. (1992). Emotion and gender: Constructing meaning from memory. London: Sage.
 14. Crompton, J.L. (1979). Motivations for pleasure vacation. Annals of Tourism Research, 4(4), 408-424.
 15. Dann, G. M. S. (1997). Anomie, egoenhancement and tourism. Annals of Tourism Research, 4, 184-194.
 16. Deem, R. (1982). Women, leisure and inequality. Leisure Studies, 1, 29-46.
 17. Deem, R. (1986). All work and no play ? The sociology of women and leisure. Milton Keynes, England: Open University Press.
 18. Deem, R. (1987a). Unleisured lives: Sport in the context of women's leisure. Women's Studies International Forum. 10, 423-432.
 19. Deem, R. (1987b). It's a great feeling when you win: Women and bingo. Leisure Studies, 6, 199-214.
 20. Deem, R. (1988). Feminism and leisure studies: Opening up new directions. In E. Wimbush and M. Talbot (Eds.), Relative freedoms (pp.1-17). Milton Keynes, UK: Open University Press.

21. Denzin, C.M. and Lincoln, Y.S. (Eds) (1994). Handbook of Qualitative Research. Sage. Thousand Oaks, USA.
22. Denzin, N. K. (1978). The research act: A theoretical introduction to sociological methods (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
23. Dupuis, S.L. & Smale, B.J. (2000). Bittersweet journeys: Meanings of leisure in the institution-based caregiving context. Journal of Leisure Research, 32(3), 304-340.
24. Eichler, M. (1980). The double standard. New York, NY: st Martin's Press, Inc.
25. Ferree, M. M. (1990). Beyond separate spheres: Feminism and family research, Journal of Marriage and the family, 52, 866-884.
26. Fonow, M. M. & Cook, J. A. (Eds.). (1991). Beyond methodology: Feminist scholarship as lived research. Bloomington and Indianapolis. IN: Indiana University Press.
27. Fox, K. M. & McAvoy, L. H. (1991). Enviromental ethics : Strengths and dualism of six dominant themes. In G. Fain (Ed.) Leisure and ethics (pp. 185-201). Reston, VA: American Association of Leisure and Recreation.
28. Fox, K. M. (1994). Negotiating in a world of change: Ecofeminist guideposts for leisure scholarship. Journal of Leisure Research, 25, 39-56.
29. Gloor, D. (1992). Women verses men? The hidden differences in leisure activities. Loisir et societe/Society and leisure, 15(1), 39-62.
30. Goetz, J., & LeCompte, M. (1984). Ethnography and qualitative design in educational research. Orlando, FL: Academic Press.
31. Gordon, B. (1986). The souvenir: Messenger of the Extraordinary.

- Journal of Popular Culture. 20(3), 135-146.
32. Gottlieb, A. (1982). American's vacations. Annals of Tourism Research, 9, 165-187.
 33. Green, E. (1998). "Women doing friendship". An analysis of women's leisure as a site of identity construction, empowerment and resistance. Leisure studies, 17, 171-185.
 34. Green, E., Hebron, S., & Woodward, D. (1987). Leisure and gender: A study of Sheffield women's leisure experience. London: The Sports Council and Economic and social Research Council.
 35. Haug, F. (1987). Female sexualization. London: Verso.
 36. Hawes, D. (1988). Travel-related lifestyle profiles of older women. Journal of Travel Research, 27(2), 22-32.
 37. Henderson, K. A. (1986). Global feminism and leisure. World Leisure and Recreation Association, 28(4), 20-24.
 38. Henderson, K. A. (1993). Feminist analysis of selected professional literature about girls/ women. From 1907-1990, Journal of Leisure Research, 25(1), 165-181.
 39. Henderson, K. A. (1994). Broadening an understanding of women, gender, and leisure. Journal of Leisure Research, 26(1), 1-7.
 40. Henderson, K. A., Stalnaker, D., & Taylor, G. (1988). The relationship between barriers to recreation and gender-role personality traits for women. Journal of Leisure Research, 20(1), 69-80.
 41. Henderson, K., Bialeschki, M., Shaw, S., & Freysinger, V. (1996). Both gains and gaps: Feminist perspectives on women's leisure. State College, PA: Venture.

42. Henderson, K.A. & Bialeschki, M.D. (1991). A sense of entitlement to leisure as constraint and empowerment for women. Leisure Sciences, 12, 51-65.
43. Henderson, K.A. & Bialeschki, M.D. (1992). Leisure research and the social structure of feminism. Loisir et societe/Society and leisure, 15(1), 63-75.
44. Henderson, K.A. & Bialeschki, M.D. (1995). Inclusive physical activity programming for girls and women. Parks and Recreation, 30(3), 70-78.
45. Henderson, K.A. & Rannells, J.S. (1988). Farm women and the meaning of work and leisure:an oral history perspective. Leisure Sciences, 10, 41-50.
46. Henning, C. (2002). Tourism: Enacting modern myths. In G. M. S. Dann (Ed.), The tourist as a metaphor of the social world (pp.169-187). Wallingford: CABI Publishing.
47. Hirschman, E.C. & Holbrook, M.B. (1982). Hedonic consumption, emerging concept, methods and propositions. Journal of Marketing, 46, 92-101.
48. Hochschild, A.R. & Machung, A. (1989). The Second Shift. New York, NY: Viking.
49. Hooks, B. (1989). Talking back: thinking feminist, thinking black. Boston, MA: South End Press.
50. Hughes, G. (1992). Changing approaches to domestic tourism, Tourism Management. 13, 85-90.
51. Ittelson, W.H. (1978). Environmental Perception and Urban Experience. Environment and Behavior, 10(2), 193-213.

52. Jaggar, A. M. (1983). Feminist politics and human nature. Totowa, NJ: Rowman & Allanheld.
53. Janesick, V. J. (1994). The dance of qualitative research design: Metaphor, methodolatry, and meaning. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), Handbook of qualitative research (pp. 209-219). Thousand Oaks, CA: Sage.
54. Jick, T. D. (1979). Mixing Qualitative and quantitative Methods: Triangulation in Action. Administrative Science Quarterly. 24, 602-611.
55. Jorgensen, D. L. (1989). Participant Observation: A Methodology for Human Studies. Newbury Park: Sage.
56. King, Y. (1995). Healing the wounds: Feminism, ecology, and nature/culture dualism. In N. Tuana & R. Tong (Eds.), Feminism and philosophy: Essential readings in theory, reinterpretation, and application (pp. 353-373). Boulder, CO: Westview Press, Inc.
57. Kivel, B. Pearce, K., & Lyons, K. (1995). Where does feminism fit in post (fill in the blank) world? Paper presented at the International Conference on Women and Leisure: Toward a New Understanding, Athens, GA.
58. Laing, A. N. (1987). The package holiday: Participant, choice and behaviour. Unpublished Ph.D. Thesis, Hull University, UK.
59. Lanfant, M. F., allocock, J. B., & Bruner, E. M. (Eds.) (1995). International tourism: Identity and change. London: Sage.
60. Lash, S., & Urry, J. (1994). Economies of signs and Space. London: Sage.
61. Lee, T. H. & Crompton, J. (1992). Measuring novelty seeking in tourism. Annals of Tourism Research, 19(4), 732-751.

62. Lemer, G. (1986). The creation of patriarchy. New York, NY: Oxford University Press.
63. Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. Beverly Hills, CA: Sage.
64. Littrell, M. A. (1990). Symbolic significance of textile crafts for tourists. Annals of Tourism Research. 17, 228-245.
65. Littrell, M. A., Anderson, L. F. & Brown, P. J. (1993). What makes a crafts souvenir authentic? Annals of Tourism Research. 20, 197-215.
66. Lofland, J., & Lofland, L. H. (1984). Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis (2nd edition). Belmont, CA: Wadsworth Publishing company.
67. MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. American Journal of Sociology, 79(3), 589-603.
68. MacCannell, D. (1976). The tourist: A new theory of the leisure class. New York, NY: Schocken Books.
69. Mactacish, J., Schleien, S., & Taboume, C. (1997). Patters of family recreation in familiea that include children with a developmental disability. Journal of Leisure Research, 29(1), 21-46.
70. Markula P., & Friend, A. (2005). Remember When Memory-Work as an Interpretive Methodology for Sport Management. Journal of Sport Management, 19, 442-463.
71. McCabe, S. (2002). The tourist experience and everyday life. In G. M. S. Dann (Ed.), The tourist as a metaphor of the social world (pp.61-75). Wallingford: CABI Publishing.
72. McIntosh, R. (1990). Tourism: Principles, Practices, Philosophies. New

York: Wiley.

73. Melanie Wallendorf & Merrie Brucks (1993). Introspection in Consumer Research: Implementation and Implications. Journal of Consumer Research, 20(3), 339-359.
74. Mergen, B. (1986). Travel as Play. In B. Mergen (Ed.) Cultural dimensions of play, games, and sport (pp.103-111). Champaign, IL: Human kinetics Publishers.
75. Milman, A. (1998). The impact of tourism and travel experience on senior travelers' psychological well-being. Journal of Travel Research, 37(12), 166-170.
76. Munt, I. (1994). The 'Other' Postmodern Tourism: Culture, travel and the New Middle Class. Theory, Culture and Society, 11, 101-123.
77. Neumann, M. (1992). The trail through experience: Finding self in the recollection of travel. In: C. Ellis, & M. G. Flaherty (Eds.), Investigating subjectivity: research on lived experience (pp. 176-201). London: Sage.
78. Onyx, J., & Small, J. (2001). Memory-work: The method. Qualitative Inquiry, 7, 773-786.
79. Parker, S. (1983). Leisure and work. London: Allen and Unwin.
80. Pearce, P. L. (1982). The social psychology of tourist behaviour. Oxford: Pergamon Press.
81. Pennington-Gray, L.A. & Kerstetter, D.L. (2001). What do university-educated women want from their pleasure travel experiences? Journal of Travel Research, 40(1), 49-56.
82. Quan, S. & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. Tourism

Management, 25, 297-305.

83. Redfoot, D. (1984). Tourist authenticity, touristic angst, and modern reality. Qualitative sociology, 7(4), 291-309.
84. Richter, L. (1994). Exploring the political role of gender in tourism research. Global Tourism: The Next Decade. W. Theobald. Oxford, UK, Butter worth: 146-157.
85. Robinson, J. P. (1986). Time Use and Outdoor Recreation, in A Literature Review: The President's commission on Americans Outdoors, pp.Demand-99.
86. Robinson, J.P. (1986). Time Use and Outdoor Recreation, in A Literature Review: The President's commission on Americans Outdoors, p. Demand-19.
87. Roehl, W.S. & Fesenmaier, D.R. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. Journal of Travel Research, 30(4), 17-26.
88. Rogers, C. (1959). A theory of therapy, personality, and interpersonal relationships, as developed in the Client- centered framework. In S. Koch (Ed.), Psychology: a study of a science, (Vol. 3): Formulations of the person and the social context (pp. 184-256). New York: McGraw- Hill.
89. Russell, J. C. (1990). The evolution of an ecofeminist. In I. Diamond & G. F. Orenstein (Eds.), Reweaving the World (pp.223-230). Sam Francisco, CA: Sierra Club Books.
90. Ryan, C. (1994). Tourism and leisure-the application of leisure concepts to tourist behaviour- a proposed model. In A. Seaton (Ed.), Tourism: The state of the art (pp. 294-307). Chichester: Wiley.
91. Ryan, C. (1995). 'Beaches, life-stage marketing', in M. Conlin and T. G.

- Baum (Eds.), Island tourism. Chichester: John Wiley and sons, pp.79-93.
92. Ryan, C. (2002a). The tourist experience. London: Continuum.
93. Ryan, C. (2002b). 'The time of our lives' or time for our lives: An examination of time in holidaying. In C. Ryan (Ed.), The tourist experience: A new introduction (pp. 201-212). London: Cassell.
94. Samdahl, D. (1991). Issues in the measurement of leisure: A comparison of theoretical and connotative meanings. Leisure Sciences, 13 (1), 33-49.
95. Samuel, N. (1992). Women's aspirations for autonomy: Family leisure and personal leisure. Society and Leisure, 15(1), 354.
96. Searle, M. S., & Jackson, E. L.(1985). Socioeconomic variation in perceived barriers to recreation participation among would-be participants. Leisure Science, 7(2), 227-249.
97. Selwyn, T. (Ed.)(1996). The tourist image: Myths and myth making in tourism. Chichester. Wiley.
98. Shapiro, L. (1990). Guns and dolls, Newsweek, pp.56-65.
99. Shaw, S. M. (1985). Gender and leisure: Inequality in the distribution of leisure time. Journal of Leisure research, 17(4), 266-282.
100. Shaw, S. M. (1994). Gender, leisure, and constraint: Towards a framework for the analysis of women's leisure, Journal of Leisure Research, 26, 8-22.
101. Shaw, S.J (1991). Black club women and the creation of the National Association of colored Women. Journal of Women's History, 3(2), 10-25.
102. Shaw, S.M., Bonen, A., McCabe, J.E. (1991). Do more constraints mean less leisure? Examining the relationship between constraints and participation. Journal of Leisure Research, 23(3), 280-300.

103. Skow, J. (1989). The Myth of Male Housework, *Time*, 7 August, 62.
104. Small, J. (1999). Memory-work: a method for researching women's tourist experience. *Tourism Management*, 20(1), 25-35.
105. Smith, J. & Clurman, A. (1997).*Rocking the Ages: The Yankelovich Report on Generational Marketing*. New York: HarperCollins.
106. Squire, S.J. (1994). Gender and tourist experiences: assessing women's shared meanings for Beatrix Potter, *Leisure Studies*, 13(3), 195-209.
107. Stanley, L. (Ed.). (1990). *Feminist praxis: Research, theory, and epistemology in feminist sociology*. London, UK: Routledge.
108. Synnott, A. (1993). *The body social: Symbolism, self and society*. London: Routledge.
109. Tetreault, M. L. (1985). Feminist phase theory: An experience-derived evaluation model. *Journal of Higher Education*. 56(4), 364-384.
110. Tong, R. (1989). *Feminist thought*. Boulder, CO: Westview Press, Inc.
111. Tuana, N. & tong, R. (1995). Preface. In N. Tuana & R. Tong (Eds.), *Feminism and philosophy: Essential readings in theory, reinterpretation, and application* (pp.xi-xii). Boulder, CO: Westview Press, Inc.
112. Tunstall, R. (1989). Catering for the Female Business Traveler. *EIU Travel and Tourism Analyst*, 5, 26-40.
113. Urry, J. (1990). Cultural change and contemporary holiday-making, *Theory, Culture and Society*. 5, 35-55.
114. Urry, J. (2002). *The Tourist gaze: Leisure and travel in contemporary society*. Sage Publications.
115. Veblen, T. (1988). *The theory of the leisure class*. New York, NY: VikingPress.

116. Veijola, S., & Jokinen, E. (1994). The body in tourism. Theory, Culture and Society, 11, 125-151.
117. Vukonic, B. (1996). Tourism and religion. Trans. by Sanja Matesic. Oxford: Pergamon.
118. Wallendorf, M., & Brucks, M. (1993). Introspection in consumer research: Implementation and implications. Journal of Consumer Research, 20(3), 339-359.
119. Wang, N. (1996). Logos-modernity, eros-modernity, and leisure. Leisure Studies, 15(2), 121-135.
120. Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. Annals of Tourism Research, 26(2), 349-370.
121. Wang, N. (2002). Tourism and modernity: A sociological analysis. Oxford: Pergamon Press.
122. Wearing, B. & Wearing, S. (1988). 'All in a day's leisure': gender and the concept of leisure, Leisure Studies, 7, 111-123.
123. Wearing, B. & Wearing, S. (1996). Refocussing the tourist experience: the flaneur and the chorister. Leisure Studies, 15(4), 229-243.
124. Wearing, B. (1992). Leisure and women's identity in late adolescence: Constraints and opportunities. Society and Leisure, 15(11), 323-343.
125. Webster, K. (1995). Woman arrested for using men's weight room. The Herald-Sun, Durham, NC, P.A4.
126. Li, Y. (2000). Geographical consciousness and tourism experience. Annals of Tourism Research, 27(4), 863-883.

網站資料

1. 內政部統計處（2002），中華民國九十一年臺閩地區婦女生活狀況調查摘要分析，<http://www.moi.gov.tw/stat/index.asp>。
2. 內政部統計處（2003），中華民國九十二年臺閩地區國民生活狀況調查結果摘要分析，<http://www.moi.gov.tw/stat/index.asp>。
3. 交通部觀光局（2005），2005 歷年國人出國按性別分析，<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>。
4. 張蕙燕（2007），女性購買力強 美航專設女性旅客網頁，中央社，<http://news.sina.com.tw/finance/cna/tw/2007-04-19/230412460596.shtml>。
。

附錄 A 問卷

您好：

這是一份學術研究的調查，研究目的主要在了解您的「旅遊經驗」。請您依下列題項回想過往的旅遊體驗，並依您的「直覺」將您的經驗充份表達出來。

經此次的研究僅供學術研究之用，請您安心填答。在此致上最深的謝意，敬祝：萬事如意！

南華大學旅遊事業管理所
指導教授：陳貞吟 博士
研究生：王寬蓉 敬上

壹、基本資料

(1) 姓名：_____。

(2) 年齡：

30歲(含)以下 30~40(含) 41~50(含) 51~60歲(含)

61歲(含)以上。

(3) 教育程度：

高中(含)以下 大專 研究所以上。

(4) 職業：_____。

(4) 最近一次出國旅遊為：

(5) 3個月內 半年~一年(含) 一年以上。

貳、請依您的「直覺」回答下列各問項，並「舉例描敘」。

(1) 請您描敘您曾經最愉快的(最好的)旅遊經驗為何。

(2) 請您描敘您曾經最不愉快的(最不好的)旅遊經驗為何。

(3) 整體而言，出國旅遊會對您的生活產生影響嗎？請描敘。

(4) 您心目中認為最佳的旅遊體驗應該為何？請描敘。

附錄 B 第一、二階段受訪者基本資料

研究階段	代號	年 齡	教育程度	職 業	最近一次出國旅遊為
第一階段	A1	30歲(含)以下	研究所以上	學生	一年以上
	A2	30歲(含)以下	大專	服務業	半年內半年~一年(含)
	A3	30~40(含)	研究所以上	公職人員	一年以上
	A4	30歲(含)以下	大專	秘書	3個月內
	A5	30歲(含)以下	大專	服務業	一年以上
	A6	41~50(含)	大專	教師	3個月內
	A7	30~40(含)	研究所以上	服務業	一年以上
	A8	30歲(含)以下	大專	資訊業	一年以上
	A9	41~50(含)	研究所以上	教師	半年內半年~一年(含)
	A10	41~50(含)	大專	商	一年以上
	A11	61歲(含)以上	大專	退休教師	3個月內
	A12	61歲(含)以上	研究所以上	教師	3個月內
第二階段	B1	30歲(含)以下	大專	教師	一年以上
	B2	30~40(含)	研究所以上	行銷企劃	半年內半年~一年(含)
	B3	30~40(含)	研究所以上	教師	半年內半年~一年(含)
	B4	30~40(含)	大專	金融保險	半年內半年~一年(含)
	B5	51~60歲(含)	研究所以上	商	3個月內
	B6	51~60歲(含)	大專	設計師	3個月內
	B7	51~60歲(含)	大專	家管	一年以上
	B8	30~40(含)	大專	商	一年以上
	B9	30歲(含)以下	大專	學生	一年以上
	B10	30~40(含)	大專	商	一年以上

附錄 C 第三階段觀察者資料

代號	性別	年 齡	職 業	備 註
C1	女	61歲(含)以上	家管	與 C16 為夫婦，C2、C17 為家人
C2	女	61歲(含)以上	服務業	與 C1、C2、C17 為家人
C3	女	51~60歲(含)	家管	與 C18 為母子，C4、C19、C20 為家人
C4	女	41~50(含)	服務業	與 C3、C18、C19、C20 為家人
C5	女	51~60歲(含)	製造業	與 C21 為夫婦，C6 為同學
C6	女	51~60歲(含)	畜牧業	與 C22 為夫婦，C5 為同學
C7	女	51~60歲(含)	家管	與 C23 為夫婦
C8	女	30~40(含)	服務業	與 C9 為同事
C9	女	30歲(含)以下	服務業	與 C8 為同事
C10	女	30歲(含)以下	待業中	與 C24 為兄妹
C11	女	30~40(含)	服務業	與 C15 為同學
C12	女	30歲(含)以下	服務業	與 C25 為情侶
C13	女	30~40(含)	服務業	與 C14 為情侶
C14	女	30歲(含)以下	服務業	與 C14 為情侶
C15	女	30歲(含)以下	學生	與 C11 為同學
C16	男	61歲(含)以上	無	與 C1 為夫婦，C2、C17 為家人
C17	男	61歲(含)以上	服務業	與 C1、C2、C16 為家人
C18	男	30歲(含)以下	學生	與 C3 為母子，C4、C19、C20 為家人
C19	男	51~60歲(含)	服務業	與 C2、C3、C18、C20 為家人
C20	男	41~50(含)	會計師	與 C2、C3、C18、C19 為家人
C21	男	51~60歲(含)	製造業	與 C5 為夫婦
C22	男	51~60歲(含)	畜牧業	與 C6 為夫婦
C23	男	51~60歲(含)	船員	與 C7 為夫婦
C24	男	30歲(含)以下	地勤	與 C10 為兄妹
C25	男	30~40(含)	服務業	與 C12 為情侶
C26	男	30~40(含)	領隊	此團領隊