

第一章

觀光導論

- 觀光的定義
- 觀光是什麼
- 觀光發展歷史
- 蓬勃發展的觀光事業

前言

要了解觀光與環境間的交互影響，必須先了解觀光的複雜性。觀光不僅是發生於外國觀光地的事情，亦具有影響現代社會不同因素的功能。自 1950 年代，西方社會的人們，對於國際旅遊及拜訪不同觀光地的需求快速增加。觀光需求的增加，顯示我們周遭環境、經濟及社會條件的改變。就如同不同的國家也有許多不同的實質及文化資源，期待著觀光客的來訪。本章節說明觀光的意義及複雜性、觀光史，及自工業革命後的現代大眾的觀光參與，如何改變社會。

什麼是觀光？

觀光一般指的是「出去走走」（going away），這是現代

西方社會生活型態的一部分，並讓我們相信那是人們生活的特色。目前「觀光客」這個詞是英文詞彙的新成員，此詞（*tourist* 慎重地以一連接）最早出現於十九世紀（Boorstin, 1961）。Boorstin描述「旅遊者」與「觀光客」的明顯差別在於：「旅遊者」（此名詞源自法國字 *travail*，意指工作、麻煩、痛苦）是在費力的情境下，如朝聖；而「觀光客」則利用組織化及套裝的行程進行旅遊。

旅遊目的為愉悅，如去拜訪美麗的風景，或相反的，參與虔誠的宗教活動，都是相當常見的活動。直到十九世紀，旅遊不再是簡易的選擇，不單純是欣賞美景，必須考慮景觀的自身問題。然而，今日「觀光」已經變成人們的常用語，在二十一世紀，已超過六億五千萬人從事國際旅遊（世界觀光組織，1998a）。

儘管數據令人印象深刻，但嘗試界定旅遊的定義，卻比想像的困難。這些困難反映出觀光的複雜性，和不同觀光業者或族群對觀光業的不同期待及不同觀點，觀光業者包括政府、觀光業、當地社區及觀光客。

觀光的定義及類型

大部分擁有錢財的人們，為遊憩的目的參加旅遊，觀光除了上次假期的享受活動，及決定下個假期要去哪裡外，可能沒有其他富有意義的深層思考。雖然這看似簡單的過程，卻包括政府、觀光業、地方社區的參與，他們對觀光皆有不同的興趣，因此形成不同的觀光業者。

試圖定義觀光是困難的，因它是一個有不同部分的高度複雜混合物。這些部分含有多元的因素，包括人們的知覺、情緒

和慾望；對自然及已開發資源的吸引力；交通的供給、住宿和其他服務；政府政策和體制的調整。因此觀光究竟是什麼，難以獲得一致性的共識。許多觀光書籍的作者（如 Mathieson and Wall, 1982; Murphy, 1985; Middleton, 1988; Bull, 1991; Laws, 1991; Ryan, 1991; Mill and Morrison, 1992; Davidson, 1993; Gunn, 1994; Burns and Holden, 1995; Cooper et al., 1998; and Holloway, 1998）爭論著觀光的定義。

假如我們計畫使用自然資源和管理發展所帶來的衝擊，則試著了解「觀光」的定義是重要的。大部分的學者都同意觀光包含旅遊，儘管仍在討論旅遊必須多遠，且遠離自己的居住地多久，才能被歸類為觀光客。世界觀光組織（1991）克服此困難，並給予一個適切的定義；隨後於 1993 年聯合國統計委員會亦贊同此定義。此定義為「觀光包含人們到一個非自己居住生活的地點，進行未達一年的休閒、商業及其他目的的活動」。

上述的定義質疑觀光為單純的遊憩及享樂的一般認知。而遊憩觀光是現存最普遍的觀光形式。例如 Davidson（1993）除認同休閒或遊憩（包含假日的旅遊、運動、文化活動、拜訪朋友及親戚）為觀光的主要活動外，亦點出一些如商業研究、教育進修、宗教和健康目的所進行的旅遊。事實上觀光最早出現的理由為信仰、教育和健康，詳見本章之後的內容。

雖然商業觀光最初和觀光與環境間交互影響的相關性甚少，然而它卻是許多都市環境經濟的重要市場。觀光也是政府用來改革後工業城市經濟蕭條的重要政策，如美國巴爾的摩及英國的利物浦，詳如第三章，而商業旅行包括商業、博覽會、貿易展覽及會議。

從先前世界觀光組織（1991）的定義，可推論觀光包括不

同類型的環境，與自己居住地交互影響的一些元素。而交互影響的結果通常稱之為「觀光的衝擊」，並可歸類為三種類型：經濟、社會及環境衝擊。而這些衝擊的正負面，均充分地在本書中做討論。**Mathieson** 和 **Wall** (1982: 1) 對觀光的定義：「觀光研究，是研究人們遠離原來的生活環境，而觀光業者為符合旅遊者的需求，造成對觀光當地經濟、實質及社會舒適度的衝擊」，可了解觀光對觀光地環境的衝擊。

最後一個字的定義，「主人」(host) 指的是樂於邀請、接受觀光客之當地人們。此名詞深受學者的批評，在 1980 年代初期，非政府組織及許多更有社會意識的觀光業，對於文化及環境的意識日漸增加。現在亦有一些個案，顯示觀光就社區而言，是被迫忍受或甚至是強迫的，而非受歡迎的。

除觀光衝擊外，**Mathieson** 和 **Wall** 藉行為的面向，來定義觀光更深入的概念，也就是「研究人們遠離原來的生活」。沒有觀光客就沒有觀光，並了解觀光的動機，及對觀光地環境的影響，這是社會心理學家、社會學家、人類學家感興趣的範疇。**Bull** (1991: 1) 在之後對觀光的定義，也重申觀光行為及衝擊的面向，同時亦介紹資源的面向，其定義為「觀光涵蓋人們行為、資源利用及和其他人、經濟、環境互動的所有人類活動」。

由 **Bull** 對觀光的定義看來，觀光可解釋為發展的一種形式，包括自然資源的利用。這增加了與觀光互動的環境觀點，為了創造財富而成為自然資源的利用者。自 1950 年代，西班牙總理 **Franco** 觀光發展政策的成功，使得觀光透過利用自然及文化環境以創造財富的想法，逐漸受國際注意，將於本章做討論。今日利用觀光以創造國家財富的焦點不在歐洲，主要是在世界上低度開發的國家。然而，觀光應如何利用環境資源的程度是

備受爭議的，引發倫理及政治問題。同樣地，倫理問題引發觀光對「其他人的影響」，及有益於當地或原住民社區的程度。這些都是本書發展的主題。

雖然觀光缺乏明確的定義，但透過簡短的介紹，可以了解觀光的複雜度，以及它並不僅止於「假日出外走走」。觀光的基礎在於觀光客所處的經濟環境與社會環境，發生交互影響的過程。而發展的過程包含實質及自然資源的使用，和之後對觀光地經濟、文化及生態上的衝擊。

是否有所謂的「觀光產業」？

根據世界旅遊暨觀光委員會（WTTC, 1999），1999 年旅遊及觀光對全球經濟直接及間接的經濟貢獻：

- 11%的國內生產毛額（GDP）。
- 二億的工作機會。
- 8%的總就業。
- 將持續至 2010 年，每年創造 550 萬的新工作機會。

雖然這些統計及資料，顯示觀光是世界上最大的產業；然而試圖界定「觀光產業」依舊是非常困難的。Lickorish 和 Jenkins（1997: 1）總結界定此名詞的困難為「形容觀光為一『產業』的問題在於，觀光並不具備一般的生產功能，它無法以物化的方式來衡量輸出，不像農業（小麥的噸數）或飲料（威士忌的公升數）」。

觀光產業相對於其他經濟產業，其不明確的特質，使得它對經濟的影響難以衡量。同樣地，觀光地因觀光發展，其環境問題亦隨之而起，且不容易統計觀光在其他經濟領域所帶來的問題。

Murphy (1985) 認為觀光產業不存在，因它並沒有產出明確的產品。他繼續指出觀光產業並不包含特定的產業，如交通、住宿及娛樂，因為它們同樣販售服務給當地居民。觀光另一個與其他產業的主要不同在於消費者購買的「產品」即為旅遊，而反過來卻不一樣。最後一點的主要推論為，觀光地實質及文化的特性或特質，可視為一種販售於市場的產品形式。環境的特性創造出觀光客的期望及形成觀光客體驗的重要部分。

然而，觀光活動與其他產業相似的觀點已被採納。例如，一般對於觀光的印象為「大眾觀光」。大眾觀光包括標準套裝的行程安排，至少包含交通及食宿，販售於市場上，並吸引數百萬的消費者。而「假日套裝」行程也仰賴大眾消費及低價的販售，顯示「Fordist」產品的特性。Fordist為專有名詞，並用來描述二十世紀早期，福特（Henry Ford）汽車工業的大量汽車輸送帶，藉降低生產成本，以讓大眾擁有汽車。雖然大眾觀光的發展，已使得數百萬的人們有機會至不同的國家旅遊，但環境問題常伴隨著觀光地的發展而來，如當地文化的喪失及污染。

Poon (1993: 4) 評論大眾觀光如下：

如同製造業的大量生產，觀光業沿著裝配線的原則發展；假期是標準化及不可改變的；大量製造相同的假期，而經濟規模是產品的驅動力。同樣地，假期亦是以同樣的方式大量消費，機械化且例行的模式，缺乏對觀光地的規範、文化及環境的考量。

而 Kippendorf (1987: 19) 亦比較了觀光業與其他的產業，並說明「木材業製造木材，金屬業製造金屬，而觀光業製造觀

光客」。

雖然觀光產業是否存在頗受爭議，但有明確類型的商業，是提供特定服務以符合觀光客的需求。這些是：

- 旅行社及行程安排。
- 航空業。
- 國際旅館。

這些部門皆使得旅遊更便利。一些全球規模的公司，如 Sheraton 及 Hilton 國際大飯店，而有些旅行社成為主要國際級的商業機構，並成為上市公司，如 Thomson 旅遊集團及英國的 Air Tours。同樣地，一些航空業也變成交通運輸業，如 American Airlines 及 British Airways 就採取策略聯盟，以增加市場的占有率。

總歸一句話，顯然「觀光產業」並不能與其他產業相提並論，因為觀光業並非只生產單一產品，或僅提供服務給觀光客。當必須使用「觀光產業」此名詞時，很重要的是，必須了解觀光是以提供服務給觀光客的不同商業及組織的混合物。

觀光是一個系統

另一個了解觀光的方法，亦即認為觀光是一個系統，不僅整合商業及觀光客，亦包括社會及環境。一些作者藉「觀光系統」的連結，來解釋觀光的不同部分。例如 Gunn（1994）主張觀光必須解釋為一個系統，每一個部分與其他部分相關，而且沒有管理者或擁有者，可以完全控制整個觀光系統。所以系統的每個部分都需有管理者，而且必須了解其複雜性，並充分支配作業流程。而每個決定及動作皆影響系統其他部分的結果。例如旅行社安排特定觀光地之行程的決定，將影響當地的商業

及地方社區的經濟及文化。

根據 Page (1995) 系統方法的優點為，以簡單的模式解釋真實生活情境的複雜性，並由不同元素構成，說明彼此的關聯。Mill 和 Morrison (1992) 使用類似蜘蛛網的模式，說明觀光系統中，不同部分的交互關係，也透過網絡了解部分間的微妙影響。根據 Laws (1991) 解釋觀光為一個系統的優點可避免單一向度的思考，並可促進多元觀點。此方法有助於以嚴謹的觀點解釋，如經濟學、心理學、社會學、人類學及地理學。而 Laws (1991) 在修訂觀光系統的組成元素時，強化環境的觀點，如圖 1-1。

此模式整合觀光系統的不同元素，而系統重要的輸入來自於環境觀點，包含人文及自然資源，人文及自然資源的使用為鼓勵觀光系統內消費者的需求，及政府政策協助增加觀光領域的企業活動及內在投資。而整個系統內含三個互相重疊及相關的主要子系統。將這些子系統合併，則發展成主要提供觀光客的商業，如旅行社、國際大飯店、全球航線及當地的觀光業者。而子系統的重要性在於強調自然及人文資源對觀光客的吸引力。系統的輸出亦可相對解釋為結果，因觀光會為環境及文化帶來變遷。而這些變遷通常不是正面就是負面。觀光可以保育或污染實質環境，亦可帶來正面或負面的文化變遷，如提供當地婦女工作機會，而導致婦女從事性工作。同樣地，它可為社區創造經濟機會，亦可導致對觀光的過度依賴及通貨膨脹。觀光系統另一個輸出為觀光客的滿意度，它可確保觀光業者的利潤，及確保政府的經濟利益。

最後，觀光系統受社會變遷的因素影響。這可歸類為 Poon (1993) 所謂的「結構情境」(framing conditions)。由這個模式的脈絡看來，此專有名詞解釋社會情境對此系統的影響。例

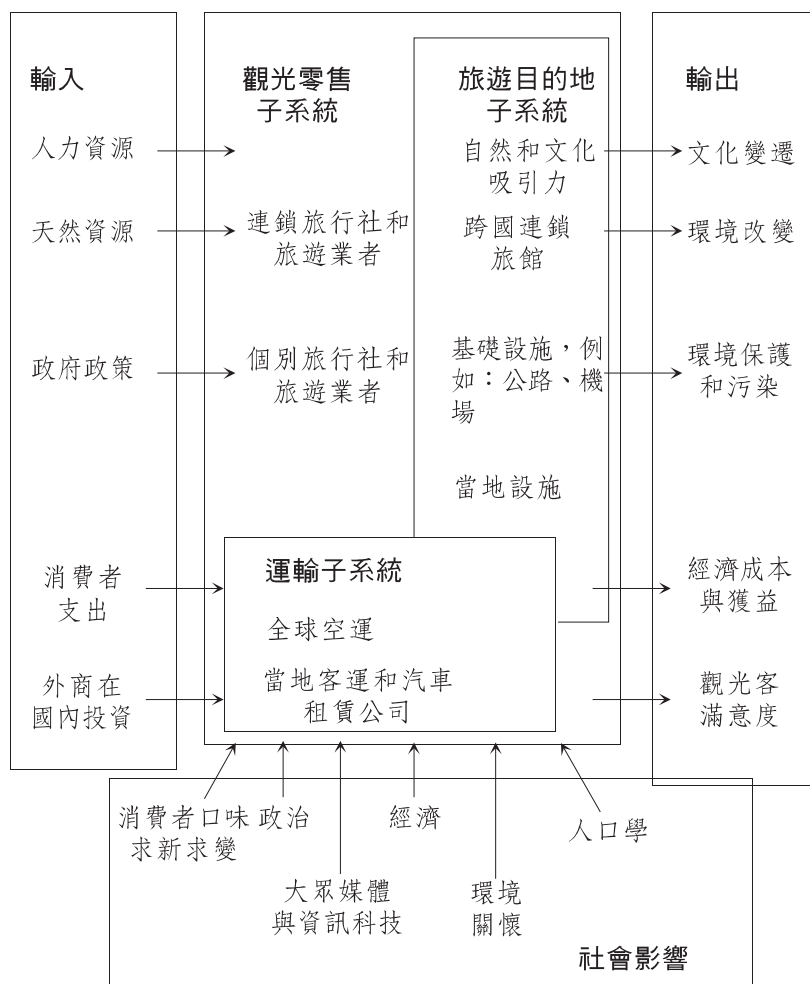


圖 1-1 環境觀點的觀光系統

資料來源：修正自 Laws (1991)

如Poon (1993) 藉「新觀光客」的出現，指出消費喜好的改變。而這些觀光客顯現出來的特質，比大眾市場的觀光客具有環境

意識，而且獨立、彈性，及要求品質。而後觀光子系統也隨著新的市場區隔做產品的調整，而當地政府及社區，也必須規劃及發展新觀光地，以吸引此市場。經濟、科技及政治的變遷不僅影響多數的人，亦會影響觀光。例如可自由支配的金額增加、較長的假期及政治的自由，皆促進旅遊。同樣地，科技的先進，如飛機的發明，使得國際旅遊更加容易，並促進觀光業的發展。而媒體及資訊科技的發達，也使得較以往的社會，容易獲得一些潛在的觀光地之資訊及影像。電腦的普遍性增加及利用性提高，意謂著可直接在家裡透過網路直接向航空公司訂位及選訂假期，使得旅遊更便利。在二十世紀末，環保開始影響觀光，如之前提及的「新」觀光形式的出現，如「生態旅遊」，顯示部分觀光產業的環保意識增加，將於本書陸續討論這些主題。

問題與討論

為什麼將觀光視為一個系統，而非一項產業，來得適當呢？

觀光需求的增加

儘管觀光是現代生活熟悉的層面，尤其是針對生活在已開發國家的大多數人，但它的出現，並成為社會的重要層面，是最近的事。特別是自工業革命發生以後，觀光需求的成長顯示相當程度的社會變遷。而此章節的這部分，正是回顧觀光的歷史，並解釋觀光成長的原因，並繼續說明國際大眾旅遊，何以在二十世紀後半，成為受歡迎的觀光型態。以環境的觀點，檢