

第一章

緒論

海洋是大地的母親、生命的搖籃，人類生命的起源與海洋有著密切而奇妙的關係。遼闊無際的海洋，是存在著各種資源的寶庫，目前許多研究發現，海洋資源的蘊藏量更是陸地資源的好幾倍。當人類發現其經濟社會的永續發展必須走向新的領域，開發新的資源時，自然地將更多的希望寄予海洋。許多國家逐漸把海洋視為生存的基地，甚至把開發海洋定為國家重要的政策之一。因此，海洋的地位隨著人類文明的進步，和人類的關係便愈發密切，科學家更預言二十一世紀是海洋的世紀，發展以海洋及海岸為主體的休閒旅遊型態正在全世界興盛，也為相關的行業帶來龐大的商機。本書的編寫即為迎合此一時代潮流的需求，本章先針對觀光與休閒的重要性、基本概念與定義、以及相關的理論基礎予以討論。

第一節 觀光休閒的重要性

基本上，人都渴望能在工作之餘，有多一點假期可以好好休息、沉澱自己，進而為下一次的出發思考、成長、或提出好的構想。故追求休閒（Leisure）或樂趣（Enjoyment）遂成為一個國家在經濟發展過程中，其國民在生活上與精神上，追求卓越與享受生活所不可或缺的一部分，也是全球性的社會現象。事實上，人類由於科技與經濟的迅速發展，生產力因而隨之提升，造成工作時間縮短；相對地也增加了觀光（Tourism）與休閒的機會，所以觀光休閒事業遂在二十一世紀成為一個龐大且快速成長的全球性產業，其產值亦伴隨著各國的經濟發展呈正向的成長。根據世界觀光旅遊委員會

(World Travel & Tourism Commission, 以下簡稱WTTC) 針對全球174個國家進行觀光旅遊業的經濟效益評估指出, 二〇〇五年全球旅遊與觀光需求達6.2兆美元, 創造1.7兆美元的旅遊與觀光產業產值, 其重要性不可言喻。

觀光休閒產業被喻為二十一世紀的產業金礦, 並被視為無煙囪的工業。從世界各國觀光休閒產業的發展趨勢可以看出, 各國推動觀光休閒活動的重點, 概因其社會文化背景、所在地理位置、及經濟發展狀況而異。若從國家經濟發展程度而論, 一般觀光休閒事業的發展過程, 大致可區分為旅行、觀光、休閒、度假等四個階段。目前多數先進國家, 如歐美或日本等進步國家, 隨著其國內經濟的發展和技術進步, 人們的收入與可支配所得普遍提高, 多數在追求精緻的休閒與度假, 故休閒與度假旅遊已經成為大眾性的社會潮流; 而台灣的觀光休閒事業發展, 則剛從旅遊、觀光邁入休閒、度假的發展階段。

事實上, 從人類的發展歷史來看, 一般視觀光休閒產業為最具有發展潛力的服務業, 從產業的屬性來看, 這項產業涵蓋服務性(無形)與實體性(有形)的產業特質, 可以提供龐大的就業機會。根據世界旅遊組織(World Tourism Organization, 以下簡稱WTO)二〇〇〇年版的分析報告指出, 「觀光」已成為許多國家賺取外匯的首要來源。在全球各國的外匯收入中, 約有8%是來自觀光休閒的收益, 總收益亦超過所有其他國際貿易種類, 高居單一產業別的第一位。若從WTO所公布的統計數字來看, 全球觀光人數自一九六〇年的0.69億人次至一九九九年的6.44億人次, 足足成長了9.6倍; 全球觀光收益也從一九六〇年的68.67億美元至一九九九年的4,545.53億美元, 成長了66.2倍; 若進一步預測至二〇二〇年, 則全球的觀光人數將成長至16.02億人次, 全球觀光收益也將達到2兆美元的經濟規模。

第二節 觀光與休閒的定義

前一節已經針對觀光休閒事業的發展過程區分為四個階段，不過一般對於這些名詞的應用相當混淆，因此本節特別先對常常使用的「休閒」、「觀光」兩個名詞予以定義。

一、休閒的定義

休閒的原意是自由（to be free）或被允許（to be permitted），中國的莊子與希臘的亞里斯多德（Aristotle）都主張：休閒是人類追求卓越生活與享受生活的目標之一。一般而言，休閒的認知會隨著個人特質、社會背景、以及居住和工作環境而異，另外參與休閒的動機、期望與偏好，也會影響選擇參與的活動項目與方式。許多專家學者對休閒的定義有不同看法，除哲學與宗教的觀點外，亦可依照人文社會科學的理論模式，將休閒活動的研究歸納為：個人特質與社交行為、工作居住與休閒環境，以及個人的心理行為等三部分。其中，Murphy（1974）整合許多專家學者對休閒的看法，提出以下六種休閒觀點：

- (一)可自由支配的時間論（discretionary time）——指休閒是完成工作及其他維持生生活動外的時間。
- (二)社會工具論（social instrument）——認為休閒是為了達到某種目的。
- (三)社會階層論（social class, race, and occupation）——認為休閒與職業、社會聲望、教育程度等因素有密切的關係。
- (四)古典休閒論（classical）——視休閒為一種自由的心理狀態。
- (五)反功利論（anti-utilitarian）——休閒本身即是目的。
- (六)整體論（holistic）——休閒是不可分割的，並存在於生活中各層面。

事實上，在參與休閒的過程中，個人主觀感受的體驗對其身心會產生正面、負面或中性的影響，進而會對其整體生活、休閒生活的滿意度以及工作的績效產生衝擊，而這些主觀認知所產生的回饋，又會影響到其對休閒的認知，以及參與休閒的動機、期望與偏好，如此形成一種周而復始的循環。因此，一般界定休閒所涵蓋的範圍，不外乎從時間、活動、經驗、行動和自我實現等五個面向來說明其意義：

- (一)時間觀點：休閒是滿足生存所需及維持生活外，可以自由裁量、運用的時間。簡言之，就是將時間畫分成工作、基本生活所需（如睡覺、吃飯等）和空閒三個時段。排除工作、生活所需之後，所剩餘的空閒時間。
- (二)活動觀點：休閒是一種除了工作、家庭及社會義務以外的活動，人們依自己的意志，選擇從事某些休閒活動，目的是為了休息、放鬆、或者增加智能及自由拓展個人的創造力。
- (三)體驗觀點：休閒是一種存在狀態、一種處境，個體必須先了解自己及周遭的環境，進而透過活動的方式去體驗休閒的豐富內涵（DeGrazia, 1964）。因此，休閒既不是可以自由裁量運用的時間，也不是只要我喜歡就可以的活動；而是一種「活出自我」，甚至「超越自我」的存在經驗。
- (四)行動觀點：休閒是參與者付諸實踐的行動，休閒行動雖不完全受制於社會，但也不可能完全脫離社會的影響。據此，可將休閒界定為：在社會情境下，人們自由意志做決定，並採取有意義、開創性的活動。
- (五)自我實現觀點：休閒行動是為表達參與者個人的自由意志，而選擇自己喜好的活動，休閒體驗很自然的成為一種可以促進個人探索、了解、表達自我的機會。依馬斯洛（Maslow）的主張：「一個人在基本維持生命和安全的需求獲得滿足之後，自然會去尋求自我實現的滿足。」

另外Kraus（1990）亦從類似的觀點對休閒提出以下五種看法：

- (一)歷史的觀點（The Classical View of Leisure）：Kando指出在希臘文中，工作（*ascholia*：work）意思是「absence of leisure」（沒有休閒），而現代人卻相反地把休閒（leisure）翻譯成「non-work」（不工作），這是非常有趣的轉變。雅典人更把工作視為下流之事（ignoble）！由此可知，「休閒」的經驗與歷史已存在許久，甚至對古希臘人而言，是一件很正式、很重要的事情。
- (二)休閒是社會階層的象徵（Leisure as a Symbol of Social Class）：此觀念是由十九世紀的美國社會學家Thorstein所提出來。他認為從歐洲封建制度開始，歷經文藝復興、工業革命，休閒一直是上流社會的表徵。Thorstein視休閒為特權階級的一種生活方式，他所創的「炫耀性消費」（Conspicuous Consumption）一詞，最適於描述這個階層的生活，例如排場盛大的宴會、穿著華麗的服裝參加音樂會，及優雅的貴族運動等。
- (三)休閒是非義務時間所從事的活動（Leisure as Un-obligated Time）：此一觀點是從時間出發，將工作或與工作有關的活動，如通勤、讀書，以及睡覺、吃飯等維持生命的活動排除在外，這些義務性活動以外的時間，才被視為是休閒時間。這種觀點對經濟學家或社會學家而言，是很能被接受的，其特性是非義務性、非強制性（compulsive）的活動。而法國學者Dumazedier則提出「semi-leisure, free-time」的觀念。他認為這個世界有很多活動是工作與休閒重疊的，無法明確界定到底與工作有沒有關連，例如閱讀，可以是興趣（純休閒），也可以是為了工作上的需要而讀書（半休閒）。
- (四)休閒是活動（Leisure as Activity）：另一個較不常用的觀點認為，休閒是人們在自由時間所從事的活動。此一觀點和遊憩的意義相近，在於強調自由時間的利用，以及活動經驗的獲得。

(五)休閒是一種存在狀態 (Leisure as a State of Being)：此一觀點強調，休閒活動的參與可幫助個人達到自我滿足與自我充實，並與生活形式 (lifestyle) 的應用有關，即生活不應被切割為家庭、宗教、工作、或休閒活動，而是所有投入都是整體的一部分。休閒可以激發個人的能力，豐富個人的經驗，以及尋求自我實現 (self-actualization)。

整體而言，休閒是指個人在工作或與工作有關的時間以外所從事的活動，即是在自由的時間內將自己全心投入活動，並從中獲得許多感受，但無論是以何種觀點來界定休閒，都有其局限性。總之，休閒是自由選擇的，依不同的風俗習慣而有不同的活動方式，主要的目的是滿足個人放鬆的需求 (Kraus, 1990)。

二、觀光的定義

觀光的行為可視為休閒活動之一種方式，也屬於遊憩活動 (Recreation) 的一種。「觀光」一詞的產生，是由觀光客衍生出；在十七、十八世紀時，從事大旅遊 (the grand tour) 的人，將「tour」加上「ist」，就變成觀光客 (tourist) (Burkart, 1974)。觀光意指人們離開日常生活的處所 (家以外的環境) 與工作的場地，經由選擇所從事的暫時性特定活動，如探視、遊玩等不同形式的短期旅行與訪問等，但不一定要在外過夜。

Burkart&Medlik (1990) 從學術定義上認為，觀光是指當地居民以外的人，從事旅行與滯留之間的現象與關係的總和，不是永久定居，而且與賺錢的活動無關。Gunn (1988) 則認為，觀光包含通勤以外的所有旅行。旅行時間必須停留在家以外的地方連續24小時以上；而旅行距離，若以美國的標準為離家五十公里以上，加拿大的標準則為離家一百公里以上。Tourism這個英文字直到十九世紀才出現，但是Tourism的行為早在史前便發生了。最初只是構成「旅行」的形式而已，當時的動機是為了尋找食物、逃避敵人、逃離人

口過度密集的壓力、擴張領土、從事以物易物的交易、或為了滿足對未知土地的好奇等。

觀光旅遊的起源雖然很早，但一直到二十世紀左右才成為新興的產業。西元前五世紀希臘學者希羅多德（Herodotus）提出「古七大奇景」，西元前二世紀希臘冒險旅行家安蒂伯特爾正式推選為世界七大奇景，包括阿提密斯神殿、希臘奧林匹克宙斯神像、埃及亞歷山大燈塔、吉薩金字塔、希臘羅得島巨像、土耳其的摩索拉斯王陵墓、巴比倫空中花園。這七處景觀代表著當時人類在藝術、科技和建築方面上的極致成就，也是人類文明發展的重要里程碑，以及後人旅遊所景仰的人造景觀。其實，在中古時期以前，私人旅行是很少存在的，一直到十六世紀才開始出現所謂的私人旅行，且多數是為好奇而到外地去冒險的，或為了教育目的而旅行的。此一階段的旅行雖然受到種種限制，但仍然是多彩多姿或充滿趣味的。其中冒險家追求名氣與運氣、商人追求新的貿易機會、而年輕人追求文化刺激，自由自在地悠遊於各國。整體而言，此一時期的旅行行為，還談不上個人的享受。

十八世紀以後，已開始有少數富有的社會名流從事旅行，只是其旅行的動機多半是為了教育、政治目的及貿易因素等。一般民眾是很少有可以從事旅行活動的，甚至可能一輩子都沒有離開過自己的家園，因此當時對這些人而言，現代社會所出現的「休閒」、「假日」等字眼是不存在的，也沒有把生活區分為工作與休閒兩個階段。因為在農業社會中，不論是佃農或地主，生活與土地息息相關，生命被土地牢牢地綁住，經年累月過的是「日出而作，日入而息」的生活，何休閒之有？因此，工業革命之前的旅行，多半以朝聖為目的，即宗教旅行；或為了貿易、政治的目的而旅行。直到十八世紀末期（1750~1850），工業革命為整個經濟社會帶來很大的變化，交通與社會結構改變了，此後才有休閒觀念的產生，也才會出現以休閒、遊憩、娛樂為目的的觀光旅遊。

事實上，旅行本身的意義早已存在，如同人類的歷史一般久遠。包括休閒的旅行、好奇的旅行，或其他目的的旅行。英國於十九世紀中期由中上階級發展出一種遊憩性的旅行，亦即現代所謂的觀光。觀光是一種遊憩的形式，同時也是一種創新的語言，它不再只是文化的因素，同時也是一種社會程序（Fabbri, 1990）。而交通可及性再次產生革命性地改變，使這種觀光的享受，經由交通網絡的改善而備受鼓舞。英國鐵路系統的主要路線在一八五〇年代初期完工，從此鐵路旅行更刺激了一般大眾的好奇心，同時也打破了島國區域的限制，提供休閒遊憩新的機動性（Fabbri, 1990）。觀光對二十世紀的現代人而言，已經是個非常普遍的名詞。Hollway（1989）曾說：「觀光就是人們旅行至某地，去看某些不同的東西，然後回來抱怨說，跟想像中的完全不一樣！」其實，人類所嚮往的觀光旅遊景點也不斷地在改變，到了二十一世紀的今天，世界七大奇景僅存埃及金字塔而已，所以，瑞士文物保護組織便發起「新七大奇景全球決選活動」，希望全世界的人一起重新選出新世界七大奇景。此活動發起人韋伯說：「這項活動是希望讓每個人參與選擇那些不同年代，能夠感動人、激勵人的建築物，以及在人類文化發展上扮演重要角色或具有特別意義的奇景」，相信這些由人類所創造的偉大建築、神秘文化、或宗教遺跡，未來都會是觀光旅遊不可錯過的最佳景點。

第三節 海洋觀光休閒的概念

從古至今，海洋一直是人類休閒的重要場所，也提供人類許多觀光遊憩的機會，相對於陸地，海洋環境資源特別神秘，卻也不斷吸引人們到海邊遊憩，為了就是滿足人類的好奇心、冒險的精神、以及身、心、靈上的需求。海洋的特殊環境，造就了許多吸引人的自然景觀，近代更由於科技的顯著進步與休閒意識的抬頭，海洋觀光休閒的安全性與可及性不斷提高，海洋環境更加容易為人們所親近，使其成為全球新興的重要觀光休閒活動之一。

觀光產業之於全球，乃至於一個國家的經濟發展，均扮演重要的角色，並已成為世界上產量最龐大的單一產業，特別是海洋休閒旅遊，早已成為吸引遊客的休閒活動之一。不論東西方歷史，出門遠遊的記載都很早，政府之間往來、外交、軍事，以及一般民眾宗教朝聖、傳教、祭祀膜拜、經商、拜訪親友等，也同時可以得到觀光的效果。但一般而言，純粹的休閒旅遊仍然僅為皇室貴族（狩獵、避寒暑、遊學）、文人書生（遊山玩水、探幽訪古）、藝術家等少數人特有之權益。一直到十八世紀以後，工業革命及經濟的快速發展，使人民有能力能滿足其休閒娛樂上的需求，休假的觀念逐漸興起，例如英國政府於一八七一年立法制訂每年的假期，提供自由支配作為休閒旅遊的時間。另外，交通運輸的改變，例如鐵路巨量與快速的運輸能力及經濟性，使得觀光的方式與型態產生結構性的變化，外出旅遊的遊客大幅增加，有導遊陪團的團體旅遊也因此出現。

十九世紀歐洲的海濱度假開始發展起來，一直到二十世紀逐漸到達高峰，直至今日，親近海洋、征服海洋已成為人類居住或休閒的重要選項之一，據保守估計，人類有超過60%的人口是居住在離海岸50公里範圍內，全球以海洋及海岸為主體的休閒旅遊型態，都吸引蜂擁而至的遊客，其發展也為相關的行業帶來龐大的商機。其實二十世紀影響觀光休閒最主要的因素很多，包括經濟富裕、休假權利、交通改善、科技進步等。其中，一九五〇年代噴射客機的正式啟用，經濟客艙出現為國際旅遊建立了里程碑；一九六〇年代高速公路的逐漸普及，也為觀光旅遊帶來新的面貌；其他海上交通工具的發明更拉近人類親近海洋的距離。

第二次世界大戰以前，大部分與海洋有關的遊憩活動，都是以都市為基地，海岸度假區、海灘、碼頭、海濱區等，僅提供有限的海洋活動如釣魚、游泳、涉水、社交及一般性的休閒活動。一九五〇年代開始，各式各樣的船隻、機械、器材大量發明，海洋遊憩的活動內容大幅改觀，受科技發展之賜，海洋已不再是難以接近的區域。二十世紀中期，航空旅遊興盛，也興起

遊輪假期的概念，遊輪假期在二十世紀八〇年代漸趨蓬勃，不少遊輪公司加入，並投資建造設施更豪華、節目更豐富及排水量更大的郵輪，使得遊輪變成一個豪華的海上渡假村。

遊輪旅遊除了提供遊輪為交通工具以外，遊輪上還需要供應住宿、餐飲、休閒、運動、醫療、生活娛樂有關的必要設施，同時安排各目的地之觀光、旅遊、購物等活動，對於喜愛旅行及海洋活動、海洋文化的人非常具有吸引力。遊輪旅遊與一般的休閒觀光的屬性不同，依郵輪的大小必須停泊一定規模的港口，大都具有海洋景觀、海洋文化的背景，因此遊輪旅遊同時亦為海洋知性之旅。其特殊性包括：

- (一)海上休閒航行渡假 (Voyage Holidays)
- (二)多目的地型渡假 (Multi-center Holidays)
- (三)以海洋城市為目的地之觀光旅遊 (Ocean City Holidays)

一般海洋、海岸觀光遊憩活動可概略分類：

- (一)水上及水中運動 (Activities of Water)
- (二)海濱活動 (Beach Activities)
- (三)遊憩船及載客船 (Recreational Vessels and Passenger Carrying Vessels)
- (四)釣、捕魚 (Sport/Game Fishing)
- (五)海洋景觀 (Ocean Scenery)
- (六)海洋公園、文化及海鮮 (Marine Park、Culture and Seafood)
- (七)海洋生物互動 (Interaction with Marine Organisms)

國外海洋觀光旅遊事業的發展相當進步，遊輪不斷地大型化，設備功能持續強化，並且朝向普及化的方向發展。海洋生態旅遊（賞鯨、潛水、賞鳥、極地觀光）、海洋公會（澳洲大堡礁）、島嶼觀光（峇里島、普吉島）都已成為世界知名的旅遊去處。近年來更因科技進步，使得海洋觀光產業不論種類或規模均快速成長，尤其對海岸社區及島嶼而言，海洋休閒已成為單