

南 華 大 學

傳播學研究所

碩士論文

音樂旅遊—聽覺視域的初探研究

Music Tourism—An Exploratory Research On Sound

And Visual Scape



研 究 生：陳冠吟

指 導 教 授：林倩綺 博士

中 華 民 國 九 十 八 年 六 月

南 華 大 學

傳播所

碩 士 學 位 論 文

音樂旅遊—聽覺視域的初探研究

研究生：陳冠吟

經考試合格特此證明

口試委員：張裕亮

賴奇正

林倩綺

指導教授：林倩綺

系主任(所長)：張裕亮

口試日期：中華民國

98年 6月

22日

## 誌謝

在耕耘論文的這段時間，常常遇到瓶頸，好幾次都產生了想要放棄的念頭，但卻又對身邊不停在鼓勵我、拉拔我的人存著滿滿感激，心中就想著：「我有機會寫『誌謝』嗎？」終於，也到了提筆寫下這篇感謝文的時刻。

這篇「誌謝」應該是本書中，唯一可以讓我隨心所欲發言的一塊小角落，對於平時沒事就愛在網誌上發表言論的我，應該是件輕而易舉的事，然而，當真的要下筆時，卻發現，天阿！怎麼跟論文一樣，這也是件不簡單的事，因為要感謝的人太多太多了〔本姑娘有些腦殘，從發想到完稿真的是靠許多大德的善心救濟的！〕，豈可滿足於這小小篇幅之中？

首先，要感謝的就是倩綺老師，從第一次上她的課就想跟她說謝謝了！她讓我終於知道該怎麼去開通自己的思想與完成自己的夢想。在寫作論文這段時間，她總是包容我，給予我高度自由的空間，讓我勇敢的去嘗試這樣的一個題目。甚至到了論文的尾聲階段，她以實際行動，完成了不可能的任務—「鐵人三項運動」，也讓我在信心一度喪失時，又重拾了勇氣走到最後一步。

謝謝同窗好友小梁、珮嘉、貞毓、沛瑀、傑聲，總是在我鬼吼鬼叫之後，仍能充滿智慧的告訴我可以走些什麼路；謝謝酒肉朋友達郎、家璋，總是陪著我喝酒吃肉，讓我不至於因為論文而精神崩潰；謝謝論文寫作班友人佳玲、嘉莉、嘉順以及秣宸，因為你們的陪伴，讓我知道「此時此刻」痛苦的人不止我一人；謝謝友人 Nico、健翰、小勇、阿蘇、貞如，從大學時代就要飽受我的精神虐待，當我的垃圾桶，沒想到研究所階段我仍不放過你們，你們還是不離不棄；謝謝萬，總是帶著睿智的語言來指點我論文上的盲點；謝謝阿孟，妳讓我更知道如何去感受與想像音樂的美。

特別要感謝粗眉與柏程，我不知道要怎樣告訴你們，我真的對你們充滿感激，覺得你們像是老天爺賞賜給我的天使吧!(好噁!但我還是要這樣用!)這一年來你們的義氣相挺，無論是在心靈上或是學業上，總是讓我“不害怕”也“不困惑”！

最後要大大大大感謝的是我的家人!謝謝虎尾伯父、伯母，已年屆古稀，在我唸研究所階段還辛苦的幫我搬了幾次家，常常打電話關心我的狀況，讓離家甚遠的我仍能感受到滿滿的溫暖。謝謝二姐、二姐夫，在口試前夕提點我許多問題；謝謝大姐、大姐夫、瓊華、韋俐寶貝跟安安寶貝，因為你們的存在，讓我更體會到完整的家擁有多大的力量。

好的，真的最後最後了，謝謝爸爸、媽媽，總是包容我的任性與無賴(不論是在精神上或是金錢上.....)，除了要跟你們說謝謝，更想要跟你們說的是：「爸、媽，對不起，讓你們擔心了！我畢業了，讓你們久等了!我不敢說這份文憑能讓我賺大錢奉養你們，但寫論文的過程期間的確讓我長大了!請你們可以對我更放心些。」謝謝這些日子曾經陪我的你你你你你，由衷的感激！

冠吟 2009/6

## 摘要

旅遊的感官中，聽覺是易被忽略卻可能是常相左右的感知經驗。聽覺經驗中的語言、聲音、音樂，可能聯結人們空間的記憶。但稍縱即逝的聲音確也是為人忽略的旅遊經驗，然而無窮盡變化之音樂形式卻可能勾連出旅者的意象。

本研究藉由八位受訪者旅遊經驗的分享，以深度訪談之方式，發掘音樂在旅遊中所產生之經驗聯結，並以詮釋現象學之取徑，透過旅遊的空間移動，探討音樂所產生的聽覺視域中的音景意象。

關鍵字：音樂、旅遊、旅遊目的地意象

## 【目 錄】

誌謝	.....	I
摘要	.....	II
目錄	.....	III
表目錄	.....	V
圖目錄	.....	VI
第一章	緒論.....	1
第一節	打開記憶寶盒的鎖匙：樂音.....	1
第二節	翻開藏寶圖：迎向按圖索驥的旅程.....	4
第三節	研究目的與問題.....	6
第四節	名詞釋義.....	6
第二章	文獻探討.....	8
第一節	旅遊的構成.....	8
第二節	旅遊目的地意象建構.....	11
第三節	聽覺體驗.....	18
第四節	小結.....	26
第三章	研究方法.....	27
第一節	深度訪談法.....	27
第二節	建造一座感覺與意象的橋樑.....	29
第三節	詮釋現象學.....	41
第四章	旅程的起迄—旅者的經驗詮釋.....	44
第一節	行前準備.....	44
第二節	旅程中的配樂.....	53
第三節	賦歸—看見音樂，聽見情境.....	66
第四節	小結.....	72
第五章	結論.....	74
第一節	研究總結.....	74
第二節	研究建議.....	77

第三節	尾聲·····	78
參考文獻	·····	80
附錄	·····	89
附錄一	受訪者準備事項說明·····	89
附錄二	訪談大綱·····	91
附錄三	訪談文本【範例】·····	92
附錄四	歌詞·····	95
附錄五	Hycner 現象學分析的十五個方法步驟·····	105

## 【表目錄】

表 1-1	旅遊目的地意象相關研究測量方式表·····	5
表 2-1	旅遊目的地意象定義表·····	15
表 2-2	認知事物的感覺器官與使用比例表·····	19
表 3-1	調查訪問與深度訪談特徵比較·····	28
表 3-2	受訪者基本資料·····	31
表 3-3	訪談地點及時間整理表·····	37
表 3-4	訪談資料整理表—從音樂角度·····	38
表 3-5	訪談資料整理表—從旅行地角度·····	39
表 3-6	訪談資料整理表—從意象角度·····	39

## 【圖目錄】

圖 2-1	Gunn 觀光意象形成模式.....	17
圖 3-1	研究進行流程圖.....	29
圖 4-1	王若琳「有你的快樂」音樂錄影帶擷取畫面.....	50
圖 4-2	電影「托斯卡尼豔陽下」擷取畫面.....	50
圖 4-3	周杰倫「忍者」音樂錄影帶擷取畫面.....	61
圖 4-4	受訪者 B 於「京都」拍攝照片.....	62
圖 4-5	電影「藝伎回憶錄」擷取畫面 V.S.受訪者 H 於「英國」拍攝照片.....	63
圖 4-6	梵谷畫作—Starry Night(資料來源：維基百科) .....	64
圖 4-7	受訪者 C 於「美國鹽湖城」拍攝照片.....	68
圖 4-8	電影「愛情不用翻譯」擷取畫面.....	68



# 第一章緒論

所有樸實未琢的民族都又唱歌又表演；他們唱出他們的所作所為，所以也唱出了歷史。歌曲是那個民族的檔案，是其科學與宗教的寶藏。

Herder<sup>1</sup>

## 第一節 打開記憶寶盒的鎖匙：樂音

音樂是各種文化的瑰寶，旅者正可透過音樂的載體認識每個文化。悠揚的蘇格蘭風笛聲響起，讓人聯想到「那遼闊的冰河一路相連到那崎嶇的山丘，山丘上也許有著零星點點的牧人與成群的綿羊在那兒遊走」。〈外婆的澎湖灣〉<sup>2</sup>、〈月琴〉<sup>3</sup>的歌詞扣連了景物，增添了地景的熟悉感外，也具象了人們對這些地方的景致，增加了熟悉感？〈New York New York〉的爵士樂聲泛起時，瞬間映入腦簾的是紐約那五光十色的繁華景象、紐約客穿縮在PUB的精彩夜生活。這些想像所透露出的訊息是，不管是聲音、歌曲或是音樂，音訊(audio)扮演著一個重要的角色。尤其是當這些音軌(soundtracks)伴隨著視覺意象出現時(Morgan & Pritchard,1998)。

### 一、邂逅是爲了聚首

音樂在論者的生活中是不可或缺的精神食糧，音樂除了排解日常生活中的壓力，更重要的是，倘若沒有音樂軌跡，論者的生命故事也就無以成章。

論者本身在過往的旅遊經驗中，曾有因旋律召喚出影像情境的經驗。論者曾經在孩提時代與家人多次同遊的墾丁，後來隨著年紀的增長卻對曾遊歷的景象愈益模糊，也淡忘了。然而在五年前，無意中聽到華語女歌手李心潔唱著「夏天沒完沒了，你是太陽燙得發燒……夏天沒完沒了，這裡是不是天涯海角」<sup>4</sup>，這幾句歌詞時，竟勾起了論者對墾丁的意象，其歌詞與音樂傳神地連了筆者對墾丁的印象—好熱好熱的地方，永遠是夏天的感覺，寬廣的路與無邊的海似乎看不到盡

---

<sup>1</sup> Lewis Rowell,1983。轉引自張嘸嘸譯，1998。

<sup>2</sup> 詳細內容見附錄四(歌詞)。

<sup>3</sup> 〈月琴〉歌詞內所描繪的是屏東恆春老鎮上的意象，詳細內容見附錄四(歌詞)。

<sup>4</sup> 詳細內容見附錄(四)歌詞。

頭，除此，歌詞與曲風也勾起我對”很熱很熱”的天氣與”看不到盡頭”的感受。音樂勾起了對景物的想像，也喚起模糊記憶，心裡不禁想著，一段旋律卻可以清楚的在論者的腦海中繪出一個地方的圖像，在這樣的經驗下，論者對於音樂對於心靈與記憶的穿透力感到驚訝，是否在旅遊移動的過程中，音樂是否具有意象扣連的可能，在這樣的經驗脈絡下，引起論者對於研究音樂、意象、旅遊相互激盪的關聯性的動機。

對於「聽覺」與「視覺」的交錯是否可以在腦海中可聯結成出一幅完整的景緻，Urry在「觀光客的凝視」中提出了這個命題的可能敘說：「幾乎在任何的場所裡，各種不同的感官會互相聯合起來，共同製造出一種融合了該時空所有人與物在內的整體感覺。」這個感覺的環境不只有自然景色(landscape)，還有聽覺景域(soundscape)<sup>5</sup>，又根據格式塔心理學的解釋(勝守堯、滕滕合著，李澤厚主編，1998)，這種視覺聽覺能如此重疊交錯的現象極可能歸之於「聯覺」<sup>6</sup>。

視覺與聽覺的互構是音樂與旅遊交織的基礎從感知的角度來說，視覺是現代旅遊的主要活動，旅遊大體上屬於視覺表象，音樂的欣賞和傳播屬於聽覺表徵。視、聽藝術是人類藝術史上表現手段最為複雜，表現內容最為豐富的藝術形式。藝術化的聽覺世界，可以使景觀自然鮮活、增加信息量及其與人類的親和(李廣宏，2006)。視聽感官的交織增添了旅者每一趟旅程的內涵。

在動機與文獻記載的驅動下引發了研究命題的可能，論者在與指導教授討論時，林倩綺教授所分享的親身經歷中更對於音樂與景物連結的經驗提出了以下的分享：

New England 的楓葉之旅是令人懷念的，我曾經在暮秋季節到離  
Boston 西邊幾十公里的 Ahmerst 城賞楓，記得在那沁涼秋風吹拂

---

<sup>5</sup>聽覺景域：原文 soundscape 為聲音加上景觀的合成字，翻成中文可稱之為「聲音景觀」或「聲音風景」簡稱為「音景」，在 1960 年代末期至 1970 年代初期由加拿大作曲家 R.Murray Schafer 創立了一個以教育以及研究為主的世界音景計畫(The World Soundscape Project: W.S.P.)團體，其主要目的為企圖描繪環境中噪音污染之情況，但藉由聲音的分析發現，除了負面噪音衝擊，還發現環境中的聲音尚具有正面價值。(Schafer,1973:1977a)

<sup>6</sup>聯覺：人們把某一感覺到得出來的印象迅速轉化為另外一種感覺到印象的能力，亦即把視覺、聽覺、觸覺、味覺等諸感覺到印象相互專化或溝通的能力(勝守堯、滕滕合著，李澤厚主編，1998)，《審美心理描述》，台北：漢京，頁 272

下，有那麼一刻，眼前出現楓黃的林間小徑，孤寂蜿蜒無盡頭，心中響起了 Randal Thompson 所作的「The Road Not Taken」，這組用詩人 Robert Frost 的詩所譜的，且具有多利安(Dorian)曲風好似是楓黃小徑述說著小城中過往的故事。後來在無意間發現了作者的原稿，在稿件的首頁，寫著——獻給艾默斯特的人們(To the People in Amherst)，這首曲子竟是獻給這個小城的居民。對於這與作曲家心靈交會，與作曲家的樂曲意境描繪的景物聯結，令人不得不訝異，音樂的超時性與空間性。

在論者的探求想像，與他人的生命經驗產生聯結的時刻，論者欲探究的是音訊對於旅者在旅遊中的意涵。在腦海中的聽覺意象，轉化為真實情境，是否也是旅者旅行的目標，亦或是運用聽覺記憶去為自己的情緒尋找出口。

再更進一步思考，究竟音樂所構成的意識與人的旅遊有怎樣的牽動關係，假若要成立上述的提問，那麼，音樂作為一種觸媒，是可以構成人對旅遊地的嚮往。旅遊當作一種審美活動，在旅遊活動中，旅遊的對象無論是自然景觀還是人文景觀，都是作為一種審美現象呈現在旅遊者面前的(廖紅英，2008)。音樂的表現包含「形式」與「內容」，音樂的形式可以引起聽覺上的美感，而音樂的內容能引起心理上的美感(何家欣，2008)。在「遊」的過程中，幾乎處處都脫離不開「藝術」的感知，舉凡音樂舞蹈、繪畫雕塑、文學戲劇、建築工藝，有形與無形的資產，都是旅遊中的元素，由此可知「藝術」對於旅遊來說真的是不可或缺的，「音樂」亦是藝術成份中的事項。旅遊與音樂間有著「審美」的共通性，在藝術追求的趨力下，也正意味著音樂是可以牽動旅者對旅遊地的想像。

二十世紀的作曲家史塔溫斯基(Stravinsky)在他的《自傳》(An Autobiography)中清楚表達音樂的本質詮釋：「假如音樂好像表達一些什麼，這只是一種幻覺，而非真實。我們只是給它轉嫁了一些額外的東西，硬給它加上一個標籤，一個因襲的習俗。」可見音樂的抽象性，是很難把它具體詮釋出。而胡塞爾的現象學中，正是在探究人的抽象意識跟對象的對應架構，它強調的是人直接的直觀和經驗感的區分。論者與此文中所探究的音樂、旅遊與意象三者之間的相對應關係也是一種抽象性的思維，本文將試圖以現象學的取徑探索此三種對象的關係。

## 第二節 翻開藏寶圖：迎向按圖索驥的旅程

從 1840 年代大眾旅遊主導的觀光世代發展至今，越來越多的現代旅客追求著不同於往的深度旅遊，旅遊型態的升級轉型是極簡風格的趨勢。以體驗為主的旅遊型態是繼觀光旅遊、休閒旅遊之後旅遊發展的另一種形式，體驗中讓旅客對文化的、生活的、歷史的體驗，強調參與性與融入性，旅客透過身體感官的活動和感受產生比較大、比較深、比較強烈的心理印象，它是對傳統的觀光旅遊、休閒旅遊的深化(黃遠水，2008)。旅遊中對於音樂的感知，亦是旅遊體驗中「聽覺」體驗的一環。

音樂與旅遊相關研究，在學術的數量屬於萌芽的階段。論者在文獻整理中彙整出音樂與旅遊體驗相關的議題有，廖紅英(2008)在〈談音樂與旅遊〉<sup>7</sup>這篇研究指出，Senars的〈舞曲對英國青少年旅遊市場的影響性〉、Stokes的〈音樂、旅行與旅遊〉都是關於音樂與旅遊相互影響的研究。而Gibson和Connel兩位學者則一直致力於旅遊、音樂和社會文化的研究，主要成果有專著《音樂和旅遊》、論文《新南威爾士北海岸的音樂和社會關係》以及《澳洲Byron海灣旅遊、音樂和當地文化經濟》等，加拿大Alberta的Mason甚至對土著居民音樂和當地旅遊的關係都做了詳細的論述。相關研究則從美學和文化的角度對旅遊和音樂之間的關係進行探討，如羅小平的〈試論音樂在旅遊景觀審美活動中的作用〉、鄒力宏的〈論民族音樂與旅遊景觀耦合的審美效應〉、熊曉輝的〈湘西旅遊文化中民族音樂藝術的研究開發與利用〉等。臺灣的學術在這方面的研究，目前是似乎是闕如的，本研究試圖投石問路，期能欲研究的動機。

國內外研究中，關於「旅遊目的地意象」的相關研究，都使用各式「旅遊目的地意象」量表來測量(參見表 1-1)，論者認為問卷調查只是顯現出現象上的差異，未能提出現象後的脈絡，音樂對於旅者在建構旅遊目的地意象的影響，以及內在體驗在旅程過程中的重要。生活經驗是一個動態性、移動性，非靜止的過程，都是要經由論者在深度訪談中與論者參與的詮釋才能明瞭其內隱的意涵，本研究欲採用現象學角度來進行探究。

---

<sup>7</sup> 具體的「音樂與旅遊關聯性」文獻回顧於本研究的第二章第三節中「『美』的饗宴—從『審美』來看旅遊與音樂的關聯性」此一單元將詳細說明。

表 1-1、「旅遊目的地意象」相關研究測量方式表

學者	測量方式
Gartner (1989)	以 15 個旅遊目的地意象之屬性項目，測量受訪者對於美國四個州在這些屬性上的印象深刻程度，經過「多元尺度」(multidimensional scaling) 分析後發現這些地方之旅遊目的地意象呈現兩個向度，分別是「社會互動」與「自然資源—文化活動導向」。
Fakeye 和 Crompton (1991)	以 32 個項目測量受訪者對於德州南部 the Lower Rio Grande Valley 的旅遊目的地意象，結果顯示遊客對該地之意象有六個構面，分別是：社交機會與吸引力據點、自然文化美景、住宿與交通、基礎設施及餐飲與友善、實質環境之美與遊憩活動、夜間娛樂。
Echtner 和 Ritchie (1993)	以文獻回顧及焦點團體訪談的方式，經由內容分析將 360 個觀光地意象聲明縮減成 35 項衡量的屬性。並以因素分析的方式，針對另一個抽樣群體對四個國家（雅買加、日本、肯亞、瑞士）的意象測試其量表，結果將旅遊目的地意象分成 8 個構面，分別是：舒適/安全、興趣/冒險、自然風景、觀光設施、氣氛/氣候、文化差距、物價低廉、沒有語言隔閡等。其符合實體的功能性特徵與抽象的心理特徵，就 Echtner 和 Ritchie 針對旅遊目的地意象 (Image) 的衡量，將原先蒐集 360 項對旅遊目的地意象描述縮減為最後衡量的屬性共計 35 項，由較具心理性意象屬性至較具功能性意象屬性。
Leisen (2001)	用 24 個項目測量受訪者對於美國新墨西哥州的旅遊目的地意象，經因素分析得到四個因素，分別為：社會文化之吸引力、自然吸引力、遊憩活動、氣候。

### 第三節 研究目的與問題

人類接收訊息、傳達溝通的主要媒介即是視覺與聽覺。人類所有的感覺系統中，聽覺感官(Auditory Sence)的重要性僅次於視覺感官<sup>8</sup>，研究顯示視覺訊息功效遠超過聽覺，此種說法是在聽覺與視覺並存的情境下產生。但是當視覺與聽覺系統單獨使用時，聽覺的重要性則不再亞於視覺；例如：光線不足的環境下，視覺功能可能失效，而聽覺功能則不受影響仍可繼續發揮功效；或是在空間受限制的情境下，例如視線被隔離，則視覺功能將受阻，此時聽覺反而能夠穿越空間而不受影響(張春興，1995)。在表述了研究背景與動機後，本研究欲探究音樂與旅遊的關係探討一個新的思維給大家。除了身體力行、視覺感受、心靈轉變、甚至品嚐食物的味覺與嗅覺，旅人是如何以聽覺(聲音/音樂)去感受曾經有過的旅行經驗。

國內外學者探討有關旅遊的議題多從視覺來著墨，聽覺這部份是鮮少人注意到，據此，本研究欲初探三個研究目的作為論述以及研究的基調：

- 一、音樂、旅遊與旅遊目的地意象三者之間的相對應關係與聯結性<sup>9</sup>。
- 二、藉由音樂而產生的旅遊目的地意象與旅遊動機，在何種社會脈絡下產生流變。
- 三、音樂在旅程中的意義。

### 第四節 名詞釋義

在探討音樂與旅遊的關係，就音樂本身的複雜性而言，與音訊相關的重要名詞有「聲音」、「音樂」、「流行歌曲」、「電影音樂」、「MV」將詮釋如下：

#### 一、聲音

聲音(sound)可分為樂音與噪音。聲音來自物體的振動，例如撥絃或敲打桌子。這些振動經由媒介，通常是空氣，傳導到我們的耳裡，之後耳鼓也會振動，而這些訊號(signal)則被傳輸到腦部，作進一步的過濾、組織及詮釋(Kamien,2002)。

---

<sup>8</sup> 張春興(1995)。《現代心理學》，台北：台灣東華書局。

<sup>9</sup>欲探究三者相對應關係：1.音樂讓人對某地產生旅遊目的地意象；有了旅遊目的地意象後，然後產生了去/未去的旅遊經驗，去的經驗等於是印證你對這地方的旅遊目的地意象，未去的經驗也召喚出對某地的旅遊想像。2. 有了旅遊經驗，進而對那地方產生旅遊目的地意象，當音樂文本出現時喚起曾有的旅遊記憶。

## 二、音樂

音樂屬於聲音的一部分，是一種在時間裡組織聲音的藝術。音樂的分類與種類相當廣泛，屏除掉「歌唱」種類，其餘種類的音樂皆為本文中所指的音樂。

## 三、流行音樂

以工業化生產程序製作與銷售；透過大眾媒介呈現；是一種大眾化、通俗化的音樂(曾慧佳，1999)。流行音樂的組成要素有歌手演唱方式、歌詞與樂曲，本研中將描述出旅者如何藉由流行音樂串聯起旅行地與旅遊目的地意象對他的意義。

## 四、電影音樂

電影音樂(Film Music)具有相當的表達特質，能夠予以修飾或替銀幕上的人物、物件、動態、事件、畫面與場景作造型描繪，如果把影像視作名詞，電影音樂就是它的形容詞；或相對地，當影像被視為動詞時，音樂就是它的副詞。就如形容詞與副詞的特性，作修飾與豐富它們的名詞與動詞，這種修飾音樂服務於畫面，給它注入更深一層的個性將其潤飾(羅展鳳，2004)。本研究中所指涉的電影音樂包括電影主題曲、電影配樂。

## 五、MV

音樂錄影帶(Music Video，以下簡稱 MV)，MV 依其內容可分為由聲音與影像兩部分，聲音部分就是歌曲本身；影像則是導演、編劇、歌手、宣傳企劃、造型師、攝影師、燈光師、美術指導、剪接師以及動畫師等相關工作人員的共同創意結晶。在這些人的通力合作下，每一支 MV 都有它特定的故事情節、場景、造型、角色互動、影像剪接節奏與畫面色調(許馨文，2002)。MV 使得原本只有聲音的流行歌曲，呈現出更為具體的故事情節，進而幫助聽眾記憶歌曲與藝人的特色。本研究中的旅者藉由 MV 的歌曲與場景對於旅行地有一定的想像與回憶。

## 第二章 文獻探討

本研究之目的在探討音樂、旅遊與旅遊目的地意象三者間的相對應關係，並探討音樂在怎樣的情境下會促成旅者的旅遊目的地意象引發的旅遊動機。因此，本研究將從旅遊的構成、旅遊目的地意象的建構與聽覺體驗三部分來探討，以作為本研究架構之基礎。

### 第一節 旅遊的構成

MacCannell 指出旅遊活動由三種符號構成，即是標誌(marker)、景點(sight)以及旅者(tourist)，研究特定旅遊景點是為了研究文化意象(cultural image)生產過程中各種標誌所隱藏的政治性、權力以及意識型態。(Mac Cannell, 引自邱淑雯, 2004)，本小節將從旅者藉由標誌生產目的地意象的過程中，探究其中旅遊的意涵。

#### 一、旅遊動機與目的

在休閒旅遊的領域中，旅遊動機(Travel Motivation)一直都是研究的重要議題 (Veal, 1997)，Cormpton(1979)指出：「在旅遊業中很容易描述有關旅客的身份、旅程的時間、旅遊的地點以及旅遊的方式，但卻很難回答『為什麼要旅遊』這個問題，而這個問題卻是影響著所有旅遊行為的關鍵。儘管旅遊動機內隱於心，動機只是個人需要(Needs)與欲望(Wants)的反應。」而人類的欲求卻十分廣泛，加上不同文化與社會規範間的差異，使旅遊動機的模式難以一體適用。

Dann 在 1977 年首先提出促使旅遊的兩大動機：失落感(Anomie)與自我提升(Ego-Enhancement)，「失落感」是指渴望跳脫日常生活帶來的疏離感，藉由旅遊遠離一切；「自我提升」則是期望從旅遊中獲得自我認知。Iso-Ahola(1982)則提出「追求(Approach Seeking)」與「逃避(Avoidance Escape)」兩大旅遊動機，並提出與 Dann(1977)類似的觀點，認為「個人的(Personal)」與「人際間的(Interpersonal)」是兩大要素，即促進從事旅遊的動機一方面是希望逃離日常生活中個人與人際的問題，另一方面又期望從參與旅遊中獲得個人與人際的報償。



Pearce (1983)依據 Maslow 的需求階層論(Needs Hierarchy Theory)發展出的旅遊動機理論—旅行生涯階梯(Travel Career Ladder)，認為旅遊動機隨著年齡與旅遊經驗的累積而不斷的提升階層，雖然 Pearce 所提出的旅遊動機在後續的研究中獲得證實，但 Ryan and Glendon(1998)卻認為旅遊動機並不一定會隨著年齡與經驗的累積而出現提升階層的情形。

綜合以上學者所言，旅遊動機因滿個人心理需求與生活背景而有所不同，隨著年齡經驗的累積與成長也許會相對提升，但也可能從不改變。

而構成各種旅遊形式的共同點是：人們對多樣性的需求—這是最基本的旅遊動機。於焉而生，人人都曾感受過厭倦的滋味，這對想要擺脫厭倦的人而言，旅遊顯然提供了一種最受歡迎的刺激。它使人們得以變換環境，改變生活節奏，並允許人們做一些新鮮的事情(蔡麗伶譯，1990)。

旅遊也可以說是對現實的一種逃避。Dumazedier(1967)把旅遊說成是一種允許我們進入真實生活以外的世界。在那裡，我們在一段時間內裝扮得很富有、很原始，或相當勇敢、相當冒險。這類事情與我們的日常生活完全不同。從這角度看，也可以說旅遊讓人們到我們幻想中生活。所以對成年人來說，旅行獨一無二的特色之一，便是它的幻想和遊戲成分。在旅行時，時空環境的改變使然，我們會很樂意把現實生活裡一道又一道的藩籬放到一旁，大玩起「假如我是」<sup>10</sup>的遊戲。除了幻想和遊戲，旅遊還提供一個「暫停」的機會<sup>11</sup>。

## 二 後現代脈落下的旅遊、符號與消費

Baudrillard 認為在後現代社會下，符號所模塑出的世界就是「真實」，這種真實不僅取代的原有的「真實」，更超越了它。後現代的旅人在日常生活中大量接收符號，對於旅遊目的地的「真實」有了一定的認知，旅遊的意義也因每個旅人對「真實」的認知不同，而有不同詮釋。

---

<sup>10</sup> 拋掉日常生活中的真實身份，扮演自己內心渴望的身份與樣貌。

<sup>11</sup> 旅人「暫時」把日常生活中，所有應盡的責任義務擺在一旁，只享受旅行帶來的獨特刺激和新鮮感。

## 1.後現代狀況

「後現代」這個名詞在 1870 年代已在文化圈流傳，但一直到 1960 年代初期，現在所了解的後現代主義才算開始。當代探討「後現代主義」(Postmodernism)的主要學者分別是李歐塔(Jean Francois Lyotard)、布西亞(Jean Baudrillard)以及詹明信。根據 Best 和 Kellner(朱元鴻/李世明譯，2005)的說法，布西亞「在整個英語世界中，居於精神領袖的地位」，並宣稱「布西亞是最重要的後現代理論家」，在本小節中，就以 Baudrillard 的論點來探討「後現代」。

## 2. 後現代符碼

在八〇年代，Baudrillard 提出了「擬像」(simulacres)的概念，他認為現代社會根據商品的生產和消費來組織，而後現代社會則是透過「擬象」、圖象和符號的操弄來組織的，新的社會秩序形式由符碼、符號等表徵系統決定，因此經濟、政治、文化等均由「擬象」模式來支配，決定了商品如何被使用消費，文化如何生產消費(李根芳，2007)。後現代的社會下符號過度消解以及影像的再生產，都導致了固定意義的喪失(Featherstone,1991)，這代表的不僅是意義的多元，同時也表示了文化意義的匱乏。因此，個體為使自己可以在流動的社會中找到安身立命的位置，便急需從消費來獲得意義的想像與延伸。當物品以商品的形式進入日常生活時，商品本身會由使用價值與想像的意義，轉變為生活經驗的符號產物(Douglas and Isherwood,1979)。劉維公(2007)在《風格競爭力》一書中表示「現代人不斷在日常生活中發現符號、詮釋符號與蒐集符號，不斷獲得『旅遊』的感受與體驗。旅遊不再需要跋山涉水、日夜奔馳，而是隨時隨地都在發生的活動。」旅遊活動的完整發生，從機票、飯店、飲食都是消費鍊下的行為，下一部分將從後現代下「旅遊消費文化」來著墨旅遊。

## 3.後現代旅遊消費文化

無論是東西方社會，從較廣的面向而言，二十世紀後半葉開始，人類社會歷經了重大的變革，從艱苦的生產時代進入到享受安樂的消費時代。消費開始進駐

到人們的日常生活之中，並且變成人們日常生活中最主要的生活形態。影響的層面不僅於經濟活動，也擴展到人際關係、文化以及學術研究等各個領域。同時，消費不再只是依附於生產活動，僅爲了滿足生活基本需求。相對的，消費獨立於生產成爲資本主義生產體制的主要目的，是爲了促進各式各樣的消費而增加生產的質與量。其次，消費的對象從實物消費拓展到符號消費，甚至消費行爲本身亦具有象徵特性；符號化成爲消費文化再生產過程中最關鍵的中介機制。(黃文貞，1997) Fiske(1989)認爲：「在消費社會中，所有商品並非只有實用價值，同時也具有文化價值。若想把這些價值模型化，勢必要把原有的經濟概念加以拓展，把文化經濟的概念加進去。在文化經濟概念中，經濟所流通的不是貨幣，而是意義與愉悅。」(陳正國譯，1989)。依循此概念，旅者不再只是消費者，他也成爲生產者。旅者接收音樂資訊後，於旅遊目的地生產意義及愉悅。在後現代旅遊脈絡的情境中，只有傳播意義者，而無消費者(觀光客)存在，在整個流程中，意義是唯一不被商品化、不被消費的基素。後現代的旅者也在旅行中透過消費來完成，或是滿足對於生活意義的形成，音樂的接收與再現在這樣的過程中展現了新的生命。它賦予人們意義，爲我們的認同危機提供答案，同時也幫我們建立起社會世界。後現代消費社會下，強勢霸權將音樂轉制爲文化商品，原本多元、多義性的音樂也轉爲同質性傾向，旅者聆聽這些具有同質性的音樂後對於旅遊目的地意象的想像也愈益狹隘。然而消費社會下的旅者仍試圖逃避或抗拒於資本主義體系之下，旅者藉由多元的詮釋文化資源，改變了文化商品原有的同質性。

## 第二節 旅遊目的地意象建構

只要對某一國家有最低的認識，就會有某種意象的存在。將純屬於某些民眾的某種分歧意象加在一起，這就是旅遊目的地意象(Lanquar，黃發典譯，1993)。旅遊目的地意象因時、因地、因人而有所不同，它是動態狀況。與旅遊前它決定了旅人對於各個旅遊地的感受，進而影響了旅者決定是否出遊的反應；相同的情

況於旅遊後，旅人有了更深的旅遊目的地意象，於下次旅遊到來前，它將再次影響旅人對旅遊目的地的感受與反應。旅綜合國內過去對旅遊目的地意象<sup>12</sup>之相關研究，本研究將從旅遊目的地意象的基本定義與形成先行探討，進而探究後現代情境下的音樂、歌曲的旅遊目的地意象如何建構。

## 一、旅遊目的地意象的意涵

「意象」在人類經濟活動及其它領域是扮演著某種角色，而人類的行為不僅是來自於知識和資訊的影響，個人知覺之「意象」(Image)更是一催化劑，這個概念最早是由 Boulding 在 1956 年所提出的。而在旅遊領域，Hunt(1975)指出目的地意象，是指個人或群體對於居住地以外的某個地區所擁有的印象。所謂目的地意象是旅遊者因本身的旅遊經驗或是旅遊資訊的搜尋，而對一旅遊目的地的認知，且一國或一個旅遊區域的目的地意象，會影響旅遊者前往旅遊或重遊意願(Fakeye & Crompton1991)。

Gartner(1986)認為旅遊目的地意象具有類似品牌的功能，包含了觀光客與旅遊業者對觀光旅遊地區內的旅遊相關活動或是景點之各項屬性的知覺。目的地意象是潛在觀光客對一個特定目的地的心理圖象，如同消費者在購買一般商品時，會先對產品加以檢視（鄭仲，2006）。旅遊目的地擁有的意象將能與其他目的地形成不同，而能影響消費者的行為(Lee, O' Leary & Hong 2002)。

旅遊目的地意象(Tourism Destination Image)由字面上的解釋，乃是指「旅遊地」被消費者所認知的「意象」。自 1971 年 Hunt 開啓了旅遊目的地意象的研究一來(Embacher&Buttle,1989;Reilly, 1990;Fakeye&Cormpton,1991 ; Echtner&Ritchie,1993)，在多位學者的努力下，研究的目的地從單一景點、地區、州、以至於整個國家，而調查的對象則涵蓋潛在消費者、首次遊客、再訪遊客到

---

<sup>12</sup> 意象在觀光旅遊領域有許多不同的名稱與說法，如：Destination Image (Echtner & Ritchie, 1993; Baloglu & McCleary, 1999a; Schneider & Sönmez, 1999)、Tourism Image (Gartner, 1989; Reilly, 1990)、Tourism Destination Image (Chon, 1991) 等。在國內則有人將其翻譯成觀光意象（邱博賢，2003；陳運欽，2004；邱瓊雯，2004）、目的地意象（林佳慧，1997；吳金源，2004）、旅遊意象（林宗賢，1996；劉瓊如、林若慧、吳正雄，2002）。

當地居民於店家(Mazanec,1994)，證實目的地對於遊客的主觀認知、旅遊目的地選擇及後續的各種旅遊行為都具有重大的影響，不僅確立目的地意象的重要性亦突顯其複雜性。由於意象的概念相當抽象廣泛，多位學者均對其定義有不同詮釋，本研究茲將旅遊目的地意象的定義彙整於(表 2-1)。

當潛在遊客在發展目的地意象的過程中，他們同時在進行「印象的篩選」，只有那些與他們個人興趣緊密連結的訊息，才會留下印象，並發展成意象的一部分。潛在遊客(消費者)並非全盤了解客觀的事實真相，而是主觀的去想或去感覺前往特定目的地旅遊的感受。因此目的地意象是潛在遊客對特定目的地心理圖像，就如同消費者在購買一般商品前會先對產品加以檢視，目的地意象是旅客在考量該目的是否能符合其休閒需求時浮現在心中的意象(Ahmed,1991)。綜合以上學者所言，本研究將旅遊目的地意象定義為：個人或群體從各式資訊管道中，產生對某目的地的諸多概念。此一概念依循時間脈絡又逐漸聚焦出特一觀點。觀點中融合情感、想像、成見、知識與印象等因素。

Gallarza,Gil and Calderon(2002)分析過去三十年的相關文獻後提出旅遊目的地意象的四項特質：

#### 一、複雜性(Complex)

儘管旅遊目的地意象的重要性已獲得肯定，但學者們對於意象的定義仍有歧議，並依其各自研究興趣去定義，而對於整體意象(Global Image)的構成要素(Component)也無共識，對各構成要素影響意象的途徑亦是各有見解；此外，意象究竟應該是指群體擁有共同印象或是強調個人獨特的印象，亦無定論。

#### 二、多元性(Multiple)

無論是旅遊目的地意象的構成要素或是形成過程都是多元性的。就構成旅遊目的地意象的本質而言，為了衡量目的地意象，究竟應該是以個別屬性為基礎(Attribute-Based)經過加總所有的要素來構成意象，抑或是只要以單一的評分來強調意象的整體性(Holistic)。就意象的形成過程而言，靜態的(Static)和動態的(Dynamic)形成模式各自含有不同的發展階段與影響因素。

### 三、相對性(Relativistic)

意象的相對性同時出現在消費者與旅遊地兩方面。意象是消費者對某些知覺的內在回應，由於並非每個人的知覺都相同，因此意象是主觀的、是因人而異的，同時，消費者對於構成意象的各種屬性亦會有強弱不同的主觀知覺。另一方面，消費者對於特定目的地的意象知覺，其實是相較於其他目的地而產生的。

### 四、動態性(Dynamic)

意象並非靜止不變的而是隨時空環境的不同而變遷。一方面消費者在意象形成過程的不同階段會有不同的意象；另一方面距離也造成意象的差異，距離越遠意象與實際的差異就越大，因此當地的居民與外來旅客間的意象差異亦成為研究的重點之一。

本研究將依循這目的地意象的此四特質分析旅者是如何透過音樂建構旅遊目的地意象。

表 2-1 旅遊目的地意象定義表

學者	定義
Hunt(1971)	個人或群體對於居住地以外的某個地區所擁有的印象。
Markin(1974)	對於所知一切所擁有之個人化、內在化與概念化的理解。
Lawson&Bond-Bovy (1977)	對於特定地點所擁有的知識、印象、成見、想像與情感的整體表現。
Crompton(1979)	個人對於一處地點所擁有之信念、想法與印象的總和。
Dichter(1985)	意象不是指單一的特性或品質而是存在於心目中的整體印象，這是對於包括認知與情感的各種屬性經過評估後產生的結果。
Reynolds (1985)	消費者從無數知覺到的印象中，依據少數挑選出的印象發展出的心理概念，挑選出的印象經過複雜的美化與整理過程而創造出意象。
Embacher&Buttle (1989)	意象是個人或全體對一處地點所擁有的想法與概念，意象可能同時包含認知與評估兩種成分。
Fakeye&Crompton (1991)	意象是潛在遊客從無數知覺到的印象中，依據少數挑選出來的印象發展出的心理構成概念。
Robert Lanquar (1993)	只要對某一國家有最低的認識，就會有某種意象的存在。將純屬於某些遊客的某種數量的分歧意象加在一起，這就是旅遊目的地意象。
Gartner (1993)	目的地意象是由三個相互關連的階層因素所發展而成，包括：認知、情感與意欲。

資料來源：本研究整理

## 二、旅遊目的地意象的形成模式

旅遊目的地意象的形成模式主要由 Gunn、Gartner、Baloglu and McCleary 四位學者所分別提出。Gunn(1972)是第一位將意象形成概念化的學者，並指出意象發展有兩個特點，第一、原始的意象〔Organic image〕也就是從未去過該處，也未曾接觸某些商業化的資訊，在心中存有對該地不完整的記憶和印象；第二、誘發的意象(Induced image)也許是接觸過資訊，或是去旅遊該地，與心目中的意象將會有所區隔。Gartner(1983)則提出利用意象形成因子(Image Formation Agents)來解釋意象的形成過程，每一顆因子都具有獨特的訊息內容與傳送管道以影響消費者，因此，意象的形成過程可視為各種形成因子單獨地或相互結合的連續性作用過程，使個人形成對於旅遊目的地的獨特意象。Baloglu and McCleary(1999)整理過去有關旅遊目的地意象形成的文獻，發現不同領域和學科的研究者皆認同意象主要是由刺激因素(Stimulus Factors)和個人因素(Personal Factors)所形成，刺激因素源自於外部的刺激，有形的事物以及過去的經驗，個人因素則是指個人心理的和社會的特質。本研究旨趣欲探究「音樂」、「旅遊」與「旅遊目的地意象」三者的循環關係，將以 Gunn 提出的形成模式為分析時的立論依據，因此，以下將詳述 Gunn 模式的形成過程。

Gunn (1972)認為潛在消費者對於旅遊目的地的固有意象很難被改變，但誘發意象卻能經由市場的定位與操作而大幅改變。因此對行銷人員來說，想要改變原始資訊是較不容易的方法，但是卻可以透過促銷以及宣傳等方式來影響觀光客的誘發資訊(Rittichainuwat, et al 2001)。

Gunn 於 1989 年提出一個廣為人知的旅遊目的地意象模式，指出遊客的消費行為過程是多階段性的，且在這些過程中會持續的建立與修正目的地意象，而前三個步驟最為關鍵，因為一旦意象形成後就很難再改變。由此亦顯現遊客在意象形成與決定旅遊目的地時主要是受到資訊的影響。



旅遊經驗與意象的形成過程如下圖：

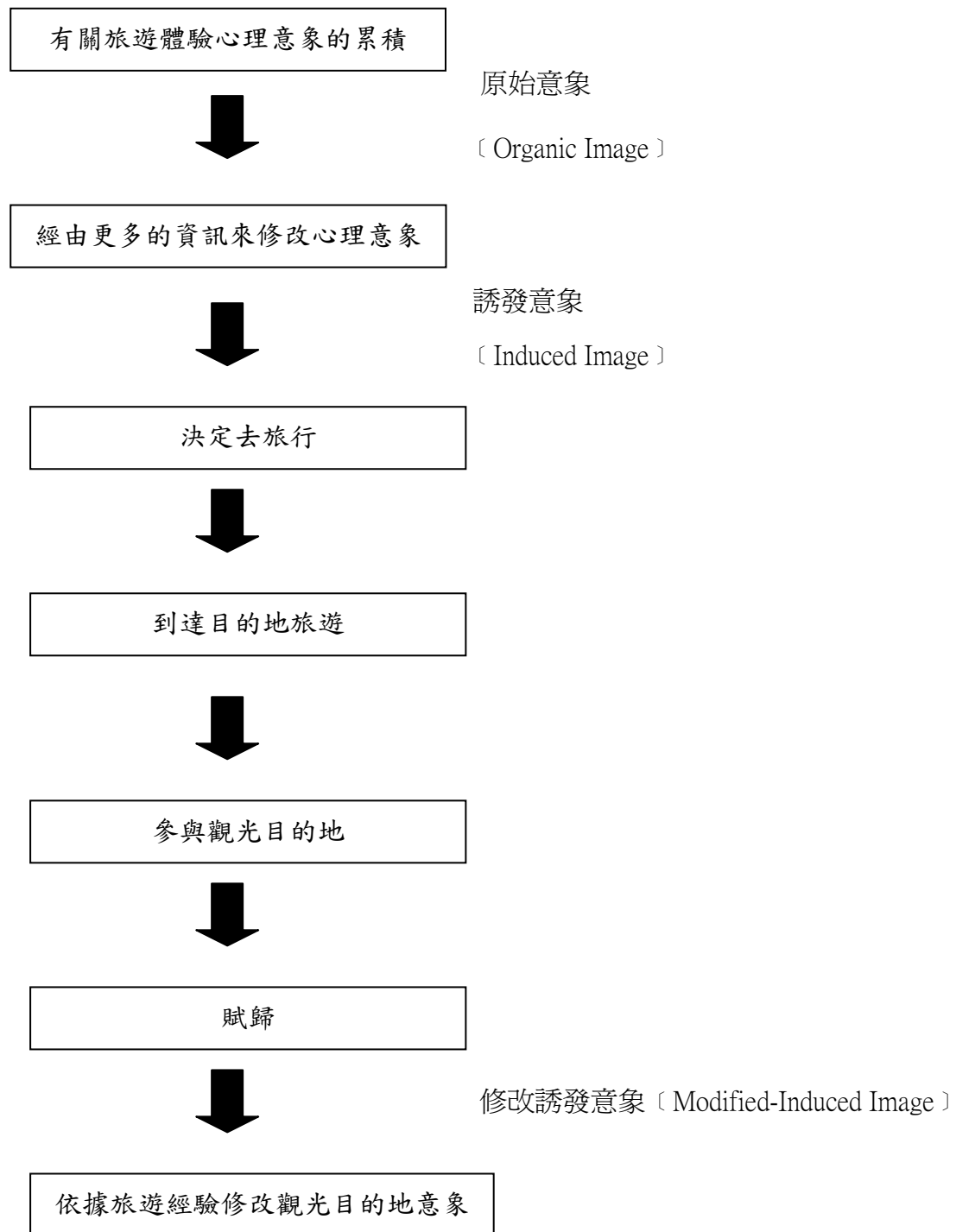


圖 2-1 Gunn 旅遊目的地意象形成模式

Fakeye and Crompton(1991)延續 Gunn 的理論，進一步發展出一套模式來描述固有、誘發與複雜意象之間的關係，以及三者在地選擇上所扮演的角色。經由平時接觸的資訊，潛在消費者在心中擁有許多旅遊目的地的固有意象；當旅客

產生旅遊動機時，便開始針對可以滿足其需求的旅遊目的地主動搜尋有關資訊，此時便進一步形成其對這些目的地誘發意象：消費者依據對不同旅遊目的地的固有與誘發意象評估可能帶來的利益後，選出一個最能符合個人需求的目的地去旅遊，進而在實際旅遊體驗後，產生一個更加複雜的意象。而此次的旅遊經驗經會影響到下次對各旅遊目的地的評估。據此，可了解旅者在行前藉由音樂形塑某地的目的地意象，當旅者實際旅遊體驗後，原先的音樂目的地意象再加上體驗後的意象，兩者合併成爲更複雜的目的地意象，這樣的複合意象會影響旅者下次旅遊的想法與意願。

### 第三節 聽覺體驗

旅遊的經驗模式更是種類繁多，從旅遊的多源性與經驗的多重性中，關於旅客大致可以分爲「體驗型」(experiential)、「試驗型」(experimental)以及「存在型」(existential)三種觀光客，這幾類型的遊客，其實在不同程度上都把旅遊經驗建立在「拒絕接受觀光旅遊團的安排」(Cohen,引自 Urry,2007)，在旅途中他們盡可能體驗到旅遊目的地的真實面貌。「感官」正是體驗旅遊的重要媒介。

#### 一、視聽感官的重要性

當時代不斷地在進步，人們的生活也不再單純化，而科技的進步與文化的交流，使我們的生活變得更多元也更複雜。電視、電影所提供的影音享受改變了多數人的休閒習慣，加上電腦的便捷與網際網路的四通八達，除了縮短世界的距離之外，更製造出多采多姿的生活樂趣。因此人們的精神感官，也漸漸地無法被單一的訊息所滿足。

在音樂方面，除了一般傳統的音樂會的演出形式之外，現在還可以透過網路、CD 光碟、MP3 等等取得各種音樂資訊，除此之外，其他像是演唱會、音樂劇、電視、電影、VCD、DVD……等，則提供了視覺與聽覺的雙重感受，傳統的歌劇也是屬於這樣的方式作爲傳達音樂的方式(鄧靜然，2004)。

顯然地，聽覺搭配視覺的接收訊息方式最被人們所熟悉，這也是日常生活體驗的一部份。在心理學上已經證實，視覺和聽覺是最受重視的兩種感覺，人對這兩種感覺的依賴和優先使用程度，遠大於其它的感覺，如嗅覺、味覺、觸覺等等(張春興，1991)(參考表 2-2)。聽覺和視覺也是人際傳播最重要的兩種感覺。當人們將要傳遞的意念製碼成某種共通的表現方式，例如語言，或肢體動作，透過感官傳遞給接受訊息的一方，然後再解碼還原為其意念時(徐佳士，1987)，最主要還就是依賴聽覺與視覺。

感覺器官	視覺	聽覺	觸覺	味覺	嗅覺
使用比例	80%	14%	2%	2%	2%

表 2-2 認知事物的感覺器官與使用比例 (資料來源：黃清賢，1996)

由上表可知，人類所有的感覺系統中，聽覺感官的重要性僅次於視覺感官，研究顯示視覺訊息功效遠超過聽覺，此種說法是在聽覺與視覺並存的情境下產生。但是當視覺與聽覺系統單獨使用時，聽覺的重要性則不再亞於視覺；例如：光線不足的環境下，視覺功能可能失效，而聽覺功能則不受影響仍可繼續發揮功效；或是在空間受限制的情境下，例如視線被隔離，則視覺功能將受阻，此時聽覺反而能夠穿越空間而不受影響(張春興，1995)。

在人類生活中，不論是人與人的溝通、意見的表達、唱歌、聽音樂、聽廣播等等，都離不開用「聽」的這一環(陳訓平，2004)。李曜洲(1999)的研究結果中發現，聽覺刺激及音樂會影響使用者的情緒反應和主觀的時間知覺；其中快節奏音樂的情緒優於其他節奏的背景音樂，並能引起較好的情緒反應。然而，音樂在廣告、電影和各種教育影片等媒體上的作用，對於接收者認知及注意都具有顯著的影響(Seidman, 1981)。

Manfred (1982)在其研究中指出，音樂的結構對人類的神經來說就好像是一把鎖頭的鑰匙般，可以刺激腦部的神經而引起情緒反應。人類接收訊息、傳達溝通

的主要媒介即是視覺與聽覺。各種感覺器官均只能對某種特殊型態的物理能量有所反應。專家學者認為，聽覺的刺激或是音樂對廣告效果都有正面的影響，因為聲音在廣告中可以有填補的作用，例如吸引注意力、傳達產品訊息、協助消費者記憶、並產生興奮或輕鬆的情緒(Hecher, 1984)。

更有研究指出，消費者對「有音樂」的電視廣告記憶比「無音樂」的廣告佳；廣告中同時包括音樂時，會提高消費者的購買意願，但同時也降低對廣告訊息的認知程度(Stout & Rust, 1986)。

Seidman (1981) 研究了音樂在電影與教育影片媒體上的應用，發現到音樂對人們的認知及注意力具有明顯的影響。這個結論早已被電影的從業人員所運用，並逐漸為電視的部門所接受。Kellaris and Kent (1992) 的研究也顯示出，當消費者聽到比較熟悉的音樂時，會較陌生的音樂有較長的時間知覺。

綜合上述研究，回應本研究目的，音樂的確會影響旅者探訪旅遊目的地的意圖，聽覺刺激可產生對旅遊目的地之聯想，當出現聽覺與視覺雙管的視聽媒介(電影、電視劇、音樂 mv、廣告.....等)，也更容易連結起旅者對旅遊目的地的想像。

## 二、「美」的饗宴—從「審美」來看旅遊與音樂的關聯性

旅遊中，藝術幾乎隨處可見，音樂作為藝術的重要形式之一，對旅遊者的「美感體驗」起著重要作用(廖紅英，2008)。

人們旅遊的目的，不僅是有力無法使，有錢無處花而已，很大一部份是為了豐富自己的精神生活。可見，旅遊具有很強的綜合性。在旅遊的過程中，人們通過視、聽感覺來感受外界蘊涵的美，而美正是旅遊活動得以展開的根本動力，它使人們得到精神的滿足。美可以分為自然美、社會美和藝術美，隨著人類文明的發展，藝術與自然、人文環境與越來越融會成一體。在旅遊中，藝術幾乎隨處可見。音樂作為藝術的重要形式之一，對旅遊的美感體驗起著重要作用。

長期的實踐證明，審美的感受基本以視聽覺為主。然而，在這兩個感官方面的差別是因人而異的。比較而言，後天的訓練對審美個性的形成和發展具有決定

性的意義。這其中涉及的因素極為繁雜，譬如社會實踐、生活閱歷、教育背景、文化氛圍、思維方式、職業、愛好、情趣乃至經濟條件。特別是社會實踐所引起的內在自然的人化，以及感官和情感的社會化與理性化，會逐步形成群體性的審美心理結構(王柯平，1993)。

從感知的角度來說，旅遊大體上屬於視覺表象。音樂的欣賞和傳播應屬於聽覺表徵。視、聽藝術是人類藝術史上表現手段最為複雜，表現內容最為豐富的藝術形式。藝術化的聽覺世界，可以使景觀自然鮮活、增加信息量及其與人類的親和。正因為如此，在景觀審美中，視覺和聽覺才是美感的門戶。音樂藝術特性的選擇，才能夠使旅遊景觀產生強烈的藝術感染力(李廣宏，2006)。

大陸學者廖紅英(2008)認為旅遊與音樂有兩個關聯性，分別是「藝術共通性」與「意境互補性」。這兩項皆是由「審美」觀點來探討。所謂的藝術共通性，她認為旅遊是一種審美活動，在旅遊過程中不論是音樂舞蹈、繪畫雕宿、文學戲劇、建築工藝這些都是屬於藝術的範疇，在旅遊移動的過程中也處處可見它們的蹤影。當音樂可體現旅遊環境的想像，作為一種藝術形式，也成為旅遊的組成部份。這樣的音樂可泛指「旅遊音樂」，它是旅遊的提煉，縮影，而旅遊是它的基礎不斷來源。當我們聽到《卡門》，腦中就會浮現西班牙女子穿著華麗的蓬裙奔放的跳舞，眾人圍繞著她，拍手歌舞的歡樂場面。旅遊與音樂密切相關，旅遊離不開藝術，它包涵了多種藝術，旅遊音樂與藝術的形式表現旅遊，二者在形式上有共通性；旅遊音樂內容與它所針對的旅遊的一內容相符合，二者在內容上也具有共通性。

旅遊音樂在無形中向旅遊者傳遞著音樂創作者的感情思想，對於旅遊者的美感體驗有著補充加強作用；同時，旅遊對旅遊音樂所表達的意境亦有補充作用。在旅遊中聽到一段與當地風俗民情相似的音樂，必也更能融入旅遊環境之中，這就是所謂的「意境互補性」。

音樂的旅遊體驗效益是特別突出的。音樂的本質，實在是人的心靈借助於想像力，用曲調、節奏和和聲表達自己懷鄉、思歸和尋找精神家園的一種文化活動。

音樂這門抽象的藝術對於一切具有音樂想像力聽眾都具有體驗的神秘性和吸引力。音樂與旅遊的結合就是抽象藝術和形象藝術的結合，也是探尋音樂與自然的和諧及完美的審美體驗(李廣宏，2006)。

### 三、音樂與記憶：靈光經驗的再現

記憶是個體透過知覺（視覺、觸覺、聽覺……）各種感官的刺激接收外界的訊息，並且將這訊息與經驗一一記錄下來，這些記錄下來的便成為我們所謂的「記憶」，這種將外在的刺激轉化為內在的記憶的過程，使「記憶」拉出了兩個向度---它既是空間的，亦是時間的，也就是當我們在回憶的人、事、物的時候，都無法脫離這些元素所存在之特定的空間與時間。

音樂在現代的文化裡依然有明顯的助憶力量。我們許多人都不太能記住散文的字句，卻能較準確的記住歌詞或詩句(Storr,2008)。張蕙慧(2001)提出音樂的想像並非憑空而來，而是以記憶中的表象為材料。其次，透過大腦機制行成自覺表象活動，且經由記憶表象予以拆散、碾碎並加工改造重新組織、聯想等，「想像力」是音樂審美的基石，而「記憶」正是此基石的組裝成份。

音樂的心像和記憶的一些特質，是視覺的意象和記憶所沒有，由此我們可以窺見大腦處理音樂和視覺的基本差異。我們在建構視覺世界的時候是主動的，會根據個人喜好而有所取捨，而且打從一開始就融入我們的視覺記憶，但我們聽到的音樂都是已經譜寫好的。建構視覺影像的方式可能有千百種，但我們回想某一個樂曲，如果想得起來，必然和原曲很接近。當然，每個人聽音樂都有不同的詮釋和感覺，但只要在心中響起的是同一首樂曲，樂曲的基本特質，如速度、節奏、旋律，甚至音色和音高，幾乎都與原曲相同(Sacks,2008)。

班雅明（ Benjamin）在〈柏林紀事〉（A Berlin Chronicle）中用了極大的篇幅探討關於「記憶」的議題，他認為記憶中是否會浮現某些影像，不在於它們曝光的時間---亦即停留在意識裏的時間---是否足夠，而在於回憶的主體有無沉浸於跳動的經驗（shock experience）之中（Benjamin,1979:342-43）。記憶在一剎那間跳躍出

來，所帶給主體的震撼與驚嚇其鮮明的程度，猶如孫秀惠在《跌倒在旅行地圖上》上所言：有些事情、有些地方，即便不曾經歷過，仍可以在心中形成一種記憶，鮮明的猶如自己也曾身在其中（孫秀惠，1998）。

是否曾有過這樣的經驗，經過某個城市的街角時，在腦袋中會驀然地閃電般略過一幅似曾相似的景像，這個一閃而過的畫面可能是早已遺忘許久的「記憶」，在越過街角的同時讓自己一下子憶起塵封多年的往事，有趣的是我們在不同的時間當中，卻在某一個空間裡召喚出另一個空間的記憶。班雅明的解釋：第一種是屬於刻意去回想即可記起的「保持式記憶」(voluntary memory)；而第二種是經由感官刺激而不由自主地想起來的記憶，也就是所謂的「迸出式記憶」(involuntary memory) (Benjamin,1978:57)。保持式記憶是一種因應社會生存必須隨時汲取的記憶，而迸出式的記憶卻是一閃即過、片段的回憶，而且又隨時因刺激（聲音、音樂、影像、或味道）而生，這種回憶與其說回憶因人的召喚而出現，不如說是潛藏在無意識的記憶在過去的某一點向人召喚，並且迸發式的記憶對於回憶的主體具有一種「震撼」的感覺，因為它是突然地跳躍而出，這種跳躍而出的記憶將「過去的時空記憶」放到「現在的時空」當中重構。

過去的記憶，也許是一首音樂所遺留下來的影像，其意義在未來經由回憶的建構，彷彿現在親身再經歷一般地鮮活，即使主體未曾經歷該事件，未曾到過該地。任何一種召喚記憶與時間化的過程必然會與遺忘編織在同一篇歷史 / 記憶文本 (text) 之中；強化某種時間性的同時，也就是要遺忘某種時間性（黃涵榆，2001）。不難發現從她們過往的時空所召喚而來的影像，並非是爲了要穩固目前時間的延續性，而是要將它置放於「現在」的時空中，突顯兩者之間的斷裂，製造出跳動(shock)的效果。根據班傑明的定義，對於經驗主體而言，越劇烈的跳動會產生越巨大的刺激，造成經驗的不連貫與衝突（Benjamin, 1968:163）。這樣的衝突會使主體跳出「日常慣性的我」，從而「回看」(return of gaze)

（Benjamin,1983:148）。那遺落了的自我，這種回看的能量是刺激主體能夠重新反思「我」在「現在」的位置，並得而改變的重要機制。

#### 四、音樂與想像

想像力是指對頭腦中已有的表象進行加工改造，創造出新形象的過程。由於每個人的生活體驗不同，音樂感受力不同，因而存在不同的音樂想像力。正因為各自對音樂作品的心理反映和審美體驗存在差異性，所以在欣賞同一部作品，個人是得不同的想法和理解(李廣宏，2006)。Storr 表示音樂如果和視覺性的裝飾一樣，只是一組人爲的結構，那麼，除了引起一點點的美感愉悅外也就別無其他了。然而，音樂卻可以穿透我們的肉體存在，進入我們的核心，使我們爲之泣下，或爲我們帶來極大的喜悅(鄧伯宸譯，2008)。

在西方社會裡，用音樂界定並鑑定某一種文化，已經不再是那麼重要的方法，但仍然是一種方法。某些樂曲還是令人聯想到某些團體，也會具有國旗那樣的象徵性，代表這些團體(張嚶嚶譯，1998)。Cook 認爲音樂所帶來的聯想隨著地域變化而有所不同，它已成爲民族地區特徵的代表。有些移民團體極力維護著他們的傳統音樂，就是爲了在外國保留他們自己的特性。〔比如北美的東歐社團和中國社團。〕(侯坤譯，2000)。旅者藉由音樂的想像而對異國文化有了初體驗的認識，印證與己身想像是否相符爲旅者旅行目的之一，本研究中也將藉由探究旅者的音樂與旅遊想像，來得知「音樂、旅遊、旅遊目的地意象」三者相對應關係。

#### 五、音樂與視覺的結合—時空的塑形

前面幾小節中，論者分別從音樂的審美、記憶、與想像，探討其對於旅遊目的地的意象的影響性。上述三者是屬於音樂的心理層面，在真實場域中並不存在的音樂，卻可以影響「感覺」層面—時間感與空間感，這是如何型塑出。而音樂具有何種力量，可以對視覺經驗造成影響，將在本小節中一一論述。

對於時間的整體感覺，張春興(1991)認爲，「時間知覺並非由固定刺激所引起」、「時間知覺沒有提供線索的感覺器官」。他整理獲得時間知覺的線索可能來自於兩方，即是外在線索的「自然環境的變化」、「生活中的工作程序」，以及內在線索的「生理的日節律」，以及「身體上的代謝作用」，若是藉由加速生理代謝



的方式來使時間感覺變快的情形，可以從音樂的「激化狀態」(arousal)<sup>13</sup>來探究音樂引起的時間感。較快的音樂進行速度、較明亮的音色，這些元素都能刺激生理系統，並增加代謝速度，使得聽者對時間的「感覺」趨於「快」。反之，較慢的音樂進行速度，會使整體時間感覺變慢。除了藉由內在時間線索改變對時間的感覺，另一個影響時間感覺的方式，便是忘記內在時間線索。聆聽者對音樂涉入到一定程度，藉由「引發聯想」、「經驗連結」，使聽者的注意力沉浸在時間以外，甚至達到忘我，這也是一種影響時間感覺的方式 (Bergson，轉引自張嚶嚶譯，1998)。

音樂之中沒有空間，有的只是依序出現的聲音，有高有低，有強有弱。構成音樂的樂音，具有音高、音質、強度、音色和共鳴等特徵(桂冠學術編輯室譯，1999)，在這些特徵之間變化的樂音，也就會使人產生遠近或深淺的空間感。

綜合上述得知，音樂本身並不帶物理性的時空特性，而之所以會造成時間感與空間感，是一種心理作用。基於真實世界的經驗，我們已經記憶了在不同環境下，各種不同聲音的表現，因此我們也會將之類比到音樂之中，尤其是關於所處的空間感覺。當旅者講述起，怎樣的音樂可以讓他回想到怎樣的時空背景，便是基於這樣的概念。

---

<sup>13</sup>所謂的「激化狀態」(arousal)，是警醒、覺悟、興致，和興奮的程度都提高的一種狀況：整個人都昂揚的一種狀態。這種狀態在睡眠中呈最低點，當人類感受大慟、憤怒，或性興奮等強烈的情緒時，就呈最高點。「激化狀態」顯現在各種生理變化裡，許多變化都可以檢測。腦電圖顯示腦波振幅和頻率的變化。在激化狀態中，皮膚的電阻減少，瞳孔擴大，呼吸速率變快或變慢，或變得不規則。血壓往往升高，心跳速率也是。

## 第四節 小結

本章試圖從說明旅遊的內涵與音樂和旅遊目的地意象的相關性，來回應研究問題：

- (一)後現代消費下的旅遊現象。
- (二)音樂的建構形塑何種旅遊目的地意象的可能。
- (三)音樂在旅遊中的意義。

在論述的過程中，論者嘗試突顯旅者在旅遊消費環境中的主動性與反思性。如同在第一節中，針對消費文化研究所作的回顧，可以看到多數研究者都藉由消費文化理論，說明並印證旅者如何成爲一個主體，而非被動的觀光客。就更廣大的層面來說，旅者的主動與反思性其實具有多重的意義，它的指標也相當的繁複曖昧，同時在不同的旅遊情境中，也意味著不同的意義。

本研究所希冀的是透過不同於消費文化理論的觀點，從詮釋現象學的角度，重新檢視旅者在後現代社會的旅遊中扮演怎樣的角色與位置。透過詮釋現象學的取徑，探討旅遊目的地與旅人的相對位置。

## 第三章 研究方法

### 第一節 深度訪談法

深度訪談(in-depth interview)法是指由受訪者與研究者就所需研究資料、研究內容、研究條件……等從面對面溝通討論出受訪者內在觀點的經驗知識的一種方法，以廣泛的蒐集所需要的資料進而達到研究者所需目標。

藉由深度訪談的方式，受訪者可深刻描繪其旅遊與音樂具體經驗與陳述觀察到的種種現象，因此本研究欲採用此法。深度訪談法是一種存在已久的資料蒐集方式。多數學者將深度訪談視為一種會話及社會互動，它的目的在於取得正確的資訊或瞭解訪談對象對其真實世界的看法、態度與感受。Minichiello(1990)認為深度訪談是「有特定的會話——是研究者和資訊提供者之間的會話，會話的焦點是在資訊提供者對自己、生活、經驗的感受，而用他/她自己的話表達」。Babbie 則表示深度訪談是一種引導式的交談，不是為了完成某項任務而行（Babbie, 1995/李美華等譯，1998）因此，在深度訪談時，研究者欲理解的是人對他們生活真實的解釋。在深度訪談中受訪者被視為是研究主題的資訊提供者，而不是被研究者，研究者試著以尊重的態度試圖從資訊提供者身上得到正確而深入的資料(王仕圖、吳慧敏，2003)。深度訪談往往將訪談過程視為「交談事件」(speech events)，而強調「訪問者」與「受訪者」雙方，共同進行意義建構 (joint construction of meaning) 的過程 (Mishler,1986)。換言之，「深度訪談」並非「訪問者」去挖掘「受訪者」已經存在於其個人腦海中的想法與情緒，而是透過雙方互動的過程，共同去「經歷」、「選取」、與「感染」，經由如是過程所重新建構的意見與情緒。因此，「深度訪談」的所得，是「受」、「訪」雙方經由持續的互動（即「深度訪談」的歷程）所共同營造出來的。「深度訪談」與使用問卷的「調查訪問」(survey interviewing)是截然不同的，為了釐清兩者的差異，將於兩者特徵整理於(表 3-1)。

表 3-1 調查訪問與深度訪談特徵比較

面向 \ 方法	調查訪問 (Survey Interviewing)	深度訪談 (In-depth Interviewing)
內容設計	事先安排 (單方片面的決定)	過程應變 (「受」、「訪」雙方共同做成的決定)
歷程控制	嚴格控制 (高度標準化的問題與固定的研究程序/結構的)	開放互動 (開放的問題與隨機應變的研究程序/半結構的)
著重訊息	單面特定 (故容易廣泛蒐集/大樣本)	全面深度 (故研究範圍難以擴大/小樣本)
受訪對象	平凡典型 (方便進行理論概化與推論/分析的預設)	獨特個體 (不易進行個案比較與概化/整體主義的預設)
訪員角色	中立疏離 (防範涉入干擾)	投入主動 (積極參與意義建構)
訊息詮釋	超越社會文化脈絡之上 (抽象理論解釋/跨個案的普同處)	深植生命與地方脈絡中 (融入脈絡中求解/獨特個案的意義與價值)

資料來源：耿曙(2009)

本研究目的在於揭開旅者在聆聽音樂後對於旅行經驗的感覺與理解，來探究藉由音樂所建構的旅遊目的地意象，了解他們對於親身經歷事件現象的感受，對於受訪者在音樂影響下，於旅遊前/中/後所產生的旅遊目的地意象經驗。

## 第二節 建造一座感覺與意象的橋樑

### 一、 研究進行的基本流程

本研究依據Habermas(1968)<sup>14</sup>所提出的「循環建構主義研究」探究旅者的音樂(符號)、解釋和意義的建構，場域中沒有所謂「絕對真相」，因此所有知識必須紮根於經驗的、混亂的且是「循環狀態」的情境脈絡中(胡幼慧，1996)。

研究中每個時間點，每一輪循環，會有不同的樣貌，因此，每一部份工作都不可能一次性完成，在進行本研究的過程中，本研究在發展完訪談大綱旋即進入初步訪談，謄寫逐字稿，釐清問題後再繼續第二次訪談，藉由訪談、記錄、分析、再提問的循環過程，參見 3-1。

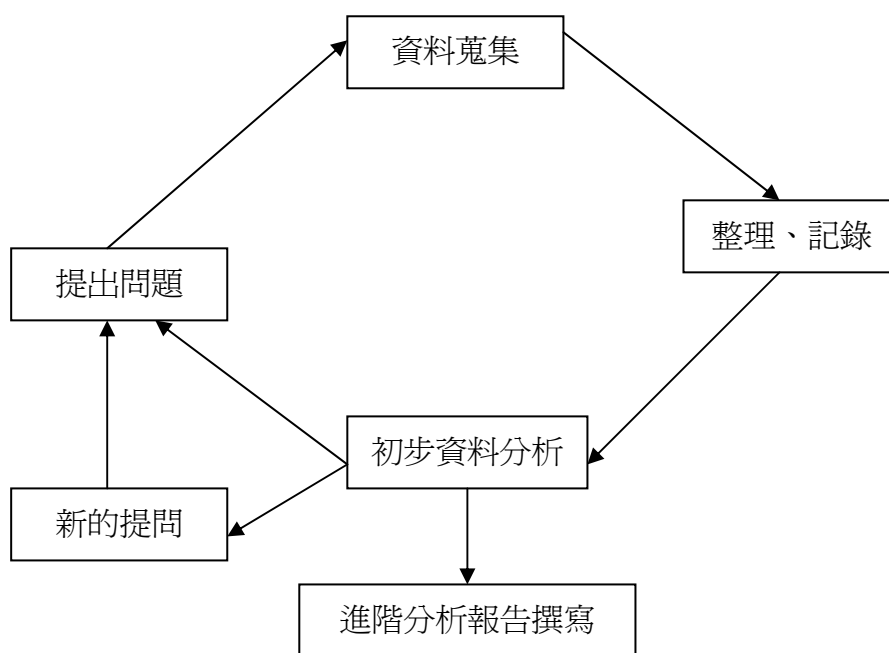


圖 3-1 研究進行流程圖

資料來源：引自余振民(1999)

<sup>14</sup> Habermas 於 1968 年，質性研究的「循環式建構主義研究」〔Circle of Constructivist Inquiry〕，而循環式建構主義研究是不斷循環在→「經驗」→「介入設計」→「發現/資料收集」→「解釋/分析」→「形成理論解釋」→「回到經驗」的圓圈體系。

## 二、 研究者角色

質性研究中研究者本身就是一項研究工具<sup>15</sup>，如何能適切地在研究過程中扮演好自己該有的角色，與受訪者進行一場深刻的交流，是誘發或意象重現的重要因素。論者在擬定研究題目之初，對於旅遊、音樂、與旅遊目的地意象加以扣聯，三者之間的相關性，充滿好奇，而開始著研究，除了對進入研究的熱誠，也常自省個人對此議題的先前理解是否反射出「現象學」中的「存而不論」。是否時刻保持著高度的熱情去接受參與者所提供的種種音樂與旅遊經驗，進而思想貼近受訪者的音樂想像世界。

## 三、 研究對象

### 1. 研究對象選擇

Patton (1990/ 1995) 指出質性研究之樣本數很少，但需要有深度的「立意」抽樣；故結合「合目標取樣」(purposeful sampling) 和「滾雪球取樣」(snowball sampling)，一方面能經過篩選和邀請，找到真正符合研究目標的參與對象；另一方面透過某些已經成為本研究的參與者介紹，讓某些研究者不認識或不容易得知，卻可能適合參與本研究的人們，得以成為研究者評估與徵詢的選擇 (Patton, 引自高淑清，2001)。

本研究在此共詢問了本地十一位旅者，他們都是曾有「因為某些音樂而認識了某個旅行目的地」或是「在一次旅行中的情境記起某首音樂」的經驗且「生活中，音樂對於他們是不可或缺的」，從中挑選八位旅者做為研究對象。採用滾雪球的方式尋找研究對象，除了因為具備上述經驗的旅者是低辨識度外，也可透過與可能研究對象進行初步的說明時，瞭解其是否具備基礎陳述能力。事實上，筆者在徵詢十一位旅者接受訪問的意願時，有兩位表示自己並無多餘的時間可以準備音樂<sup>16</sup>，僅願意接受問卷式的訪問；另一位雖表示願意，也蒐集了與研究主題

<sup>15</sup>范麗娟 (1994) 指出，研究者是否有豐富的想像力、敏銳的觀察力以及高度的親和力，成為整個研究能否成功的關鍵。

<sup>16</sup> 關於受訪者為何需要「準備音樂」，於本小節(四)訪談程序中的 2.訪談大綱與輔助工具內文中

相關的音樂，然而因為音樂的數量不足〔只找了三首音樂，並表明不願意在多花時間配合〕外，也希望是透過電話直接說明，而非面對面的深度訪談。爾後所呈現的八位受訪者，即是最後結果。

## 2. 研究對象描述

研究對象生活的背景脈絡影響著他們對音樂與旅行目的地相互想像，論者認為這些背景也影響著本研究的走向，此單原元中將具體描繪每個受訪者的生活樣貌。為顧及受訪者隱私，本研究的受訪者資料皆匿名呈現，為了方便稱呼，由論者自行用英文字母為他們編號，以下為八位受訪者的背景描述和基本資料：

表 3-2：受訪者基本資料

編號	A	B	C	D	E	F	G	H
性別	男	女	男	女	男	女	男	男
年齡	30	31	27	30	28	32	34	27
學歷	大學	碩士	碩士	大學	大學	碩士	大學	大學
職業	美術編輯	文字編輯	廣告文案	影像工作者	行銷專員	聲樂家	業務	旅行社 OP

- (1) A 是一名美術編輯，愛畫畫的他，幼稚園時期，在一次家庭的長途旅行中，聽到「火車開飛」，從這個記憶點開始感受到音樂的存在。現在的他，並不會特別喜歡準備音樂在旅途中聽，因為他寧願感受路上車子的喇叭鳴叫聲或是市集上人群吵雜的叫賣聲。雖是如此，但他還是有一個比較特別的習慣，旅行時，假若使用的交通工具是摩托車，喜歡在厚厚重重的安全帽下，聽著隨身聽，跟著哼哼唱唱。他說：「我就儼然成爲一個小型的行動 KTV 耶！」

---

有詳盡說明。

- (2) B的工作是雜誌社的文字編輯，說她是個「潮人」<sup>17</sup>一點也不為過。就連對於音樂的追逐也不例外，雖然小時候學的是古典鋼琴，但她聽的可是當時港台正夯的「四大天王」以及至今歌曲仍不停被傳唱的「Beatles」樂團。也許因為「潮」，不想錯過任何特殊的景點，去旅行之前，總會先做功課，除了旅行指南中的資訊，她總會找到一首讓她對要去的國家產生聯想的歌曲，有了這些，她才可以在旅行中找到一個可印證的模式。不過她也喜歡來場單純的「音樂旅遊」，她覺得：「音樂可以讓我對異國產生一個美感意象，有時寧願讓這個美停留在意象與想像之間結合，真實常常不是那麼美！」
- (3) 低頭於企業金主，是靈魂中帶著叛逆不安定的C常需忍受的事，只因他是一名廣告AE。對於許多國家的認識都來自於各個搖滾樂團的曲風，因此，幾次的國外自助旅行，雖不是刻意，但潛意中總是選擇了幾個他所熱愛的樂團的發源地。去西雅圖爲了Nirvana<sup>18</sup>；去英國，爲了Radiohead<sup>19</sup>。說他是Fans，爲了追星而去這些地方，如此“反骨”的他是不會承認的。他說：「我才不像那些歌迷會去看明星曾讀過的學校。我有興趣的是，怎樣的環境之下，才能孕育出這種音樂。」
- (4) D是個影像工作者，拍攝記錄片是她的主要工作。次要工作則是從事音樂創作，這兩個工作似乎都與「聲音」有著高度相關性。然而，她其實是個怕吵的人，大部分時間什麼都不聽，讓生活保持無聲的狀態。論者好奇的是，那她的「音樂」靈感從何而來。「音樂」對她而言也像是個目標性的任務，平實會針對工作所需而去累積音樂；旅行時她喜歡追逐有「海灘音

---

<sup>17</sup> 「潮」一字是指入時、貼近潮流的意思。「潮爆」則更進一步演繹爲入時到極點的意思，在報章雜誌報導潮流消息時經常會用到，多指受時下年青人追捧的事物。而「潮人」所指的是時髦的人。資料來源：香港網路大典 <http://evchk.wikia.com/wiki/%E6%BD%AE>

<sup>18</sup> Nirvana 是一支 80 年代末誕生的，盛行於 90 代的一支搖滾樂隊。90 年代，美國的失業危機重新抬頭，朋克樂在音樂界再度爆炸，西雅圖的 Grunge〔油漬的、骯髒的〕音樂風暴引起了強烈的反響與轟動，Nirvana 就是在這樣的背景下誕生的。資料來源：網路—百度百科

<sup>19</sup> Radiohead 是一支來自英國牛津的另類搖滾樂隊。許多樂迷和媒體評論他們爲一支標誌性的搖滾樂團，首支單曲 Drill 於 1992 年發行，成名於 Creep 這首歌。資料來源：網路—維基百科



樂會」的地點，像是：「春天吶喊、海洋音樂祭、大港開唱、野台開唱...等」，因為這些音樂祭可以讓她在最迅速的時間累積音樂能量，音樂祭上「人山人海」的「人」，正是她作品內的主角。

- (5) E 是個行銷達人(訪談結束沒多後，他與朋友成立個小型工作室，開始邁入 SOHO 一族。)雖是個陽光大男孩，童年時期可也是要練鋼琴的，但他認為真正啓蒙他對音樂的感受力是—ICRT。也許尚在創業階段，必須開源節流，當然也就無法在「旅遊支出」上有足夠的預算，「想像」是不花錢的，他對旅遊的渴望就完全轉嫁至音樂中，從音樂中去找到屬於他的「海、陽光、沙灘、躺」的旅遊方式。他神情愉悅的說著：「喔！還好，我有音樂」。
- (6) 與其說 F 是一個愛幻想的女生，還不如說因為她的工作，養成她必須幻想的習慣。她是一個聲樂家，與台下觀眾連結的橋樑就是來自她的想像，她說：「只是透過我的聲音，觀眾是無法感動的，當我把我的想像情境與聲音一起傳遞出去，他們才能了解歌曲中令人感動的部分。」她喜歡到世界各地旅行，每一個國家、城市所傳達給她的人、事、物，正是幫助她音樂想像的最大工具，她說：「看過巴黎的市集、聞過巴黎的花香，我才知道怎樣唱出『彩色』的巴黎給觀眾聽！」
- (7) G 是個忙碌的日商業務，工作性質是有點不那麼浪漫的生意人，但是他卻是個「玩樂至上」的享樂主義者。爲了不錯過每個得來不易的假期機會，他總是在假期前好幾個月就排定了他的旅遊行程。他認為旅行最重要就是要找對「玩伴」，有了「對的人」到哪都好玩！旅行中除了享樂、放鬆心情，還有就是讓自己用抽離的視野來看世界以昇華心靈。旅行中有太多有趣又可令人關注的焦點，爲了讓自己真的能與世界隔絕，「音樂」是將他與世界分開的最佳工具。
- (8) 只要能玩、能 high，哪裡都去的 H，在大學畢業後，旋即進入了一個與他興趣、個性都符合的行業—旅遊業。儘管已旅行了十幾個國家，還是覺得

自己的“窗”還可以再更大些、更寬廣些，所以只要一有長假，絕對就是背起包包，走出家門。多數時候都是一個人出遊，儘管自助旅行是無拘無束的，但常常還是要忍受一個人時的空虛害怕，而“音樂”自然也成爲他每一趟旅程不可或缺的伙伴，這是因爲：「當你一個人旅行，感到無聊的時候，沒人可以交談，只剩聽 MP3 這件事，也就會把自己投射在歌詞裡。」H 是這樣告訴筆者。

#### 四、訪談程序

##### 1. 訪談方式的選用

楊長苓 (2000) 認爲，訪談是說故事、瞭解他人狀況的認知、詮釋、感覺、經驗與文化意義追尋的過程。就研究者對訪談結構控制程度而言，訪談可以分成三種類型：封閉型、開放型、半開放型。這三種類型也分別被稱爲「結構型」、「無結構型」和「半結構型」。

陳向明 (2002) 指出，在「封閉型」訪談中，研究者對訪談的走向和步驟有主導作用，按照自己事先設計好的、具有固定結構的統一問卷進行訪談。在訪談過程中，選擇訪談對象的標準和方法、所提的問題、提問的順序以及記錄方式都已經標準化了，研究者對所有的受訪者都以相同的程序問同樣的問題。「開放型」訪談則沒有固定的訪談問題，研究者鼓勵受訪者用自己的語言發表自己的看法，在此過程中，訪談者只是擔任輔助的作用，盡量讓受訪者根據自己的思路自由聯想，訪談形式不拘，訪談者可以根據當時情境隨機應變。而「半結構型」訪談中，研究者對訪談結構有一定的控制作用，同時也允許受訪者積極參與。通常，研究者事先有準備粗略的訪談大綱，根據自己的研究設計對受訪者提出問題。不過訪談大綱僅爲提示作用，研究者可以依據情況對訪談的程序跟內容進行靈活的調整。

因此 Bogdan & Biklen (1998/ 2001) 認爲訪談的結構程度有所差異，假如研究者使用訪談綱要，還是要保留給參與者相當的彈性來參與會話。如果研究者把訪

談內容控制得太嚴，參與者無法以他自己的話語陳述個人的故事，這個訪談就不是質性訪談了。本研究爲了深度瞭解、探究受訪者之音樂、旅行經驗的分享，採分段式進行，第一階段由論者導引出訪談者對音樂與旅遊的看法，以開放式的方式進行訪談，第二階段用半結構式之訪談大綱，亦即在事前擬定一份訪談大綱，研究者列出開放性問題作爲訪談指引，但此訪談大綱僅爲參考之用，在問題的形式與順序上皆有變更的空間，並且不主導訪談的進行方式與順序，讓受訪者在一種輕鬆的氛圍下暢所欲言，但不會因此遺失了焦點。

在本研究中，深度訪談的使用除了能挖掘出論者對於觀察場域<sup>20</sup>中沒有見到的盲點之外，也能藉由受訪者的經驗陳述觀察到其他的可能性。

## 2.訪談大綱與輔助工具

本研究爲深入瞭解旅者曾聆聽過的音樂是如何再現於旅行經驗，上以及他們是如何藉由音樂來建構旅遊目的地意象，在訪談問題的設計上，依據研究目的做設計，隨著受訪者記憶所及所聆聽過的音樂與曾有過的旅行經驗論者，針對提問的問項做彈性的變化，就受訪者過去聽音樂習慣和旅行經驗、未來嚮往的旅行風格，以及一些個性上的自我描述進行全面性探討(訪談大綱詳細內容，見附錄二)。

爲了讓訪談內容更具完整性與深度，本研究亦將截取Gerald Zaltman所提出的隱喻抽取技術(Zaltman Metaphor Elicitation Technique, ZMET)<sup>21</sup>的概念作爲訪談時的輔助工具。Zaltman是以“圖像”作爲媒介，並且結合深度訪談，用以來瞭解消費者內心的想法與需求。符合本研究的適切性，筆者將“圖像”此一媒介調整爲同是需要感官來接觸的“音樂”，透過音樂想像和聽覺上的隱喻爲基礎，除了可以觸發以及表達各式各樣的非語言形式感覺外，其也可以引導旅者在不同思維

---

<sup>20</sup> 本研究的觀察場域「音樂、旅遊、旅遊目的意象相互之間的連結性」爲一抽象的場域，研究者在進行深度訪談之前，是以「自身經驗的分析」、「音樂、旅遊相關書籍與資訊的大量閱讀」以及對「身旁友人相經驗的分享」來做場域初步的觀察。

<sup>21</sup> ZMET 研究方法的理論基礎來自於心理學、認知神經科學、心理語言學、神經生物學、社會學、視覺人類學、藝術評論、文學批究等多種學科，目的在於發覺消費者潛意識層的想法。ZMET 方法基於七個前提而來，包括：(1)大部份的溝通是以非文字語言的方式所達成的、(2)思考植基於影像、(3)隱喻是思考和感覺的基本單位、(4)感官影像是重要的隱喻、(5)心智地圖是故事的表現、(6)思考的深層結構是可觸及的、(7)決策是理性與感性的混合。

層面的理性與感性意義，試圖刺激受訪者更多重的想像，不僅在表面知識上產生共鳴，更能與潛意識層的意義產生聯結。藉助於此工具，筆者易更完整的蒐集資料，也更於貼近發掘旅者認知的音樂和旅遊目的地意象是如何建構。關於受訪者如何蒐集相關音樂，參見於附錄一(受訪者準備事項)中，

### 3.訪談過程

對受訪者而言，充分知悉研究目的和可能經歷的內容，能激起他們對研究的進一步思考，進而對自身經驗產生探究的好奇、興趣與意願，當受訪者答應與論者有一段共同對話的邀約時，對於旅者的音樂和旅行經驗，在雙方坦誠互信互賴的基礎上，為訪談會話良性互動的立下了好的開始。研究進行中，選擇受訪者熟悉且自然的場域，在充裕而適當的時間裡，配合筆者親切而開放的引導，更能還原旅者旅行中的音樂經驗。

在整個研究歷程中，論者一共接觸了八名受訪者，事前以電話或電子郵件與進行相關訊息之確認，再依據受訪者之約決定進行訪談。訪談地點部分是在其家中，部分是在受訪者住家鄰近的咖啡廳，旅遊經驗的分享可以是愉快體驗的再現，場域氛圍的選擇與營造盡量貼近或增加熟悉度。訪談進行中盡量保持輕鬆的氛圍，以確保訪談者不會答非所問。

每次所進行的訪談時間約一小時至兩小時不等。隨著每次訪談的結束，論者便進行第二次訪談邀約，也盡快完成第一次訪談逐字稿，加以整理、釐清。其中有幾位受訪者因為工作繁忙無法與之進行第二次訪談，如遇這樣的情況，本研究會透過電話、電子郵件、或 MSN 進行問題的確認與補充，當然也有受訪者在第一次訪談中已提供相當豐富的資訊，無須再進行第二次的訪談，因此訪談結束後，論者共獲得十二份訪談錄音檔，並逐一謄寫成逐字稿，共有十二份文本資料。以下則是針對訪談的時間與地點的整理：

表 3-3 訪談地點及時間整理表

受訪者	受訪者來源	訪談次數	訪談地點	訪談地點	錄音時間
A	朋友介紹	第一次	A 住處	2009/02/21	約 91 分
B	朋友介紹	第一次	咖啡廳	2009/03/01	約 98 分
		第二次	咖啡廳	2009/03/07	約 53 分
C	同學介紹	第一次	餐廳	2009/03/10	約 121 分
D	A 介紹	第一次	D 住處	2009/03/14	約 97 分
		第二次	D 住處	2009/03/16	約 60 分
E	D 介紹	第一次	咖啡廳	2009/03/17	約 85 分
		第二次	咖啡廳	2009/03/21	約 54 分
F	朋友	第一次	F 住處	2009/03/24	約 150 分
G	F 介紹	第一次	咖啡廳	2009/04/04	約 90 分
H	朋友介紹	第一次	露天茶館	2009/04/08	約 45 分
		第二次	露天茶館	2009/4/28	約 30 分

## 五、分析與呈現

質的研究過程是一個不斷聚焦的過程，需要研究者隨機應變，隨過程的變化不斷調整鏡頭、縮小聚焦的範圍 (陳向明, 2002)。Arsenault 與 Anderson (1998) 將資料分析與解釋分為五大步驟，分別為 1. 沈浸於 (immersion) 經驗中、2. 孵化 (incubation) 進行思考、3. 啓蒙 (illumination) 增加理解並擴展意義、4. 解說 (explication) 連結並準備如何呈現、以及 5. 創造性的統整 (creative synthesis) 將發現交織在一起。林明地 (2000) 認為，資料分析除了對資料的理解外，亦包含自我詢問、自我質疑、尋找證據或反證，嘗試以不同角度解釋資料，期望找出相互關聯的主題，且可加以辯護。本研究在資料分析這個階段，根據上述學者的建議，把這些方法應用在分析與呈現的過程中。

## 1.資料分析

劉仲冬 (2001) 認為，研究者在分析資料時，須先將類似的概念分類，再依研究發現歸納成主題，在分析過程中，有賴於研究者的敏感度與洞察力。此外，質性研究是探索式、發現式的，其過程是發現問題、蒐集資料、分析等同時循環反覆思考。因此本研究以高淑清 (2001) 所提的主題分析架構進行資料分析，而於此理解、詮釋的過程中，則遵循詮釋螺旋、詮釋循環的步驟進行。本研究分別從音樂、旅行地與意象三個角度將訪談資料進行初步整理如下：

表 3-4 訪談資料整理表—從音樂角度

音樂曲目	音訊類型	旅行地	意象
暖暖	流行歌曲	臺灣北海岸	火車、浪漫的
九份的咖啡店	流行歌曲、MV	臺灣北海岸	濱海、潮濕、從雨轉為晴朗的
夏天的風	流行歌曲、MV	墾丁	晴朗的、開心的
每到夏天我要去海邊	流行歌曲、MV	墾丁	海水、陽光、沙灘
狂奔	流行歌曲、MV	墾丁	一望無際、享受孤獨、自由
德布西—月光	古典音樂	臺灣鄉下	寧靜的、田園的
德布西—月光	古典音樂	威尼斯	舞會、銀白色月光
「巴黎小情歌」主題曲	電影配樂	巴黎	古老的城市、浪漫、花香、咖啡
「艾蜜莉的異想世界」電影原聲帶	電影配樂	巴黎	彩色的、河邊咖啡店、咖啡香
馬德里不思議	流行歌曲、MV	南歐	異國的浪漫、愛情邂逅
Soak Up The Sun	電影歌曲	南歐	陽光的、海岸的
Sunlonger	電子音樂	南歐、南歐小島	日落前庸懶、日落後很 high、海邊
Oh Heart	古典歌曲	南歐	草原、玫瑰花、西班牙女生轉裙子
「夢幻女郎」電影主題曲	電影配樂	美國紐澳良	黑人、很多音樂的
聯合公園的歌	搖滾歌曲	美國紐約	冷眼旁觀的、孤獨的

Free Night	流行歌曲	夏威夷	陽光、沙灘、海、啤酒
Blue Hawaii	爵士歌曲	夏威夷	棕櫚樹的、海邊的
淚光閃閃	流行歌曲	日本沖繩	陽光、海洋、溫暖的
猴子把戲	搖滾歌曲	日本鄉下	純樸的、鬱金香小徑、輕鬆的

表 3-5 訪談資料整理表—從旅行地角度

旅行地	音樂	音樂類型	意象
日本/京都	忍者	流行歌曲、MV	榻榻米、廟、矮平房、穿和服女子、平靜的、神秘感
日本/東京	Slow Dance 日劇原聲帶	電視配樂	東京小巷、乾淨房子、放鬆
日本/東京	東京鐵塔的幸福	流行歌曲、MV	浪漫的
美國/懷俄明州	Hotel Yorba	搖滾歌曲	沙漠的、老牛仔、騎馬
美國/黃石公園	印第安人的音樂	地方音樂	祭典、滄桑的、自然的
美國/西雅圖	Marijuana	搖滾歌曲	油漬的、骯髒的、落邊
法國/巴黎	「紅磨坊」電影原聲帶	電影配樂	康康舞、熱鬧的、開心的
法國/巴黎	Vincent	流行歌曲	梵谷的畫、美的
蘇格蘭/華勒斯古戰場	「英雄本色」電影主題曲	電影配樂	氣勢磅礴、澎湃、壯觀
蘇格蘭某山坡	不再讓你孤單/陳昇	流行歌曲	淒涼的

表 3-6 訪談資料整理表—從意象角度

意象	旅行地	音樂	音訊類型
迷離的、悲傷的	美國鹽湖城	My Bloody Valentine	搖滾歌曲
低調的、陰鬱的	英國	Creep	搖滾歌曲
震撼的、巨量的	英國地鐵	You' re Beautiful	流行歌曲
輕鬆、海邊、陽光、躺	西班牙/Ibiza	傑克強森的歌	流行歌曲

穿著拖鞋子來走去、海邊曬太陽	墾丁	有你的快樂	流行歌曲/電視配樂
神轎、鈴噹	日本	夏夜空一中孝介	流行歌曲
孤單的、頹廢的	荷蘭/阿姆斯特丹	傑克強森的歌	流行歌曲

## 2.主題出現原則

主題出現的步驟，吳芝儀 (1999) 曾引用Hycner (1985) 現象學分析 (phenomenological analysis) 的方法步驟，來分析訪談資料，共有十五個方法<sup>22</sup>例如：騰寫逐字稿(transcription)、放入括弧 (bracketing) 與現象學的還原、群聚相關的意義單元 (units of relevant meaning) (phenomenological reduction)、確認整個訪談中一般性與獨特性的主題項.....等。本研究依此十五個步驟進行分析得到主題將本研究分析出七個主題：音樂保存時空、音樂的目的地想像、旅遊音樂〔自己準備的〕、異國情調與音樂想像的差異、音樂與真實世界的比較、音樂回憶旅遊、旅行與愛情藉由音樂聯繫。

## 3.結果呈現

從著手進行研究，直到一份份文本誕生出來，筆者所得到的並不是一疊厚重的逐字稿，而是受訪者豐富、多樣的音樂、旅行經驗，透過研究過程中不斷地檢視文本、企圖從不同受訪者中尋找出隱藏在經驗背後的共通意義。

本研究在確定主題之後，呈現方式即以時間動態來逐一呈現主題題，在旅行經驗中記起曾聽過的音樂，形成一個個獨立的小故事；或是藉著音樂而對陌生的觀光地有全新的想像，這樣的故事有可能發生在你我周遭，筆者試著詮釋這樣的經驗，像是對老朋友話家常一般道出整個文章架構來，而故事的血肉，則會直接引用受訪者的談話，並適時輔以理論佐證，讓筆者自己也能檢討理論與訪談結是否有所欠缺。

<sup>22</sup> 詳細十五個步驟，見附錄五。



### 第三節 詮釋現象學

現象學是一種哲學的認識論，而對於理解旅者旅遊與旅遊目的地意象經驗的本質，與現象學的核心精神——「回到事物本身，探討人類經驗背後的本質」，胡塞爾堅持不作判斷地對現象作純粹的描述，因為整體的對象和行為、內容和經驗、意圖和實現相互間有著本質的關聯(潘德榮，1999)，此一精神與本研究欲探究方向相契合，故本研究將以「詮釋現象學」(Hermeneutic Phenomenology)途徑來理解音樂、旅遊與旅遊目的地意象三者之間的相對應關係，盡可能以受訪者的立場呈現其經驗世界來做最真實的描述與闡釋。

分析之前，本節中將先分別就「詮釋學」(Hermeneutic)和「現象學」之本質加以討論，將概念先行釐清。因「詮釋現象學」包含「現象學」哲學的理論及「詮釋學」的觀念，欲探究「詮釋現象學」之全貌，對於兩者脈絡在結合的平台上產生對話實為理解本研究命題探索之鑰。本節中又將分為「詮釋現象學之延義」以及「詮釋現象學工具之延伸」兩單元。

#### 一、「詮釋現象學」之延義

「詮釋現象學」(Hermeneutic Phenomenology)緣起於 Heidegger「存在與時間」一書中的概念，是結合現象學與詮釋學發展的研究方法論 (Palmer, 1969/ 1992; 汪文聖，2001)。高淑清 (2001) 認為「詮釋現象學」是描述性也是詮釋性的方法論，以現象研究展現人類生活經驗本質為目的，「詮釋學」在歷史脈絡下的理解與詮釋為實踐方法，因此詮釋現象學可說是藉由系統性的探討過程來揭示可被意識到的人類經驗，並由詮釋來穿透本質背後的意義，所以它能透過探詢事件本源而使其得以本來面貌重現以及能為任何現象提供解釋。詮釋現象學代表人物 Heidegger 師承 Husserl，雖然受其影響甚大，並繼承 Husserl 在德國弗萊堡大學的講座，但卻逐漸發展出新的哲學語言 (張汝倫，1997；蔡美麗，1980)。

Heidegger 認為，要理解人的存在只靠純粹的描述是不足的，是需要經由詮釋的過程的來理解人類「寓居於世」的存在 (高淑清，2001)。並且存有的問題

不僅僅只是客觀世界如何在意識中構成，而是人是什麼；人的生活如何就是理解的過程與結果（畢恆達，1996）。Husserl 的現象學以探究生活世界中各種現象的本質為目的，逐漸發展為研究哲學的一種方法。他所指之生活世界分為兩個層次：一是日常生活的世界，亦即每日生活最基本的生活經驗；另一是純粹經驗世界，指人們意識經驗到最直接的世界（蔡美麗，1980）。現象學的核心意旨即是我們的每一個意識動作，每一個經驗動作，都是具有指向性的(intentional)：意識總是「對於某事某物的意識」(consciousness of)，經驗總是「對於某事某物的經驗」(experience of)，我們所有的覺知都是指向事物。(Sokolowski,李維倫譯，2004)例：我聽見，必定是聽到某個聽覺上的事物，如馬蹄聲或是一首歌；我想像，必定是想像到一個想像的事物，如想像一個人漫步在墾丁的沙灘上；我回憶，我回憶過往遊歷過的畫面。每一個意識動作，每一個經驗，都與某一事物有關，每一個朝向(intending)總有它朝向的事物(intended object)。

現象學所講的意向<sup>23</sup>或朝向並不是指我們做某些事情，或心中所持有的目的的那種「意圖」(例：他存錢是爲了去旅遊；他聽音樂是爲了學唱這首歌曲)。現象學所要瞭解的是認識的、心智的狀態，而非實踐的意向。當然，我們回想過去的事情時，其意向性也是可以被區分開來。當旅遊者聽到熟悉的音樂，而談論起曾經去過的景點或曾經遊歷的情境，會是什麼樣的意向性？這些音樂，如何把遊客的旅遊目的地意象再現出來？觀者又該如何看待“它們”，使得觀者如此呈現。現象學做的即是區分並挑出不同的意向性以及其關聯的各種不同的事物。這些意向性的描述幫助我們瞭解人類認識的不同形式，也幫助我們跟我們所在的世界的不同關聯形式。

而詮釋現象學傳承現象學「讓生活經驗展現其本質」的概念（高淑清，2001；穆佩芬，1996），主張知識是由檢視日常的生活經驗而得，「回歸事物本身」是現象學知識論的基礎，「生活世界」就成爲現象學的核心概念（高淑清，2001）。

陳向明（2002）認爲質的研究重點是針對現象本身再現「現象本身的質」。「再

---

<sup>23</sup>意向性的意涵：每一個意識動作都是朝向某一事物，意識總是關於某事某物的意識。

現」二字正可以說明透過「懸置」(suspension)與「還原」(reduction)，將原本片段而表面的意義重新整理，呈現出現象原貌的真實意涵，使人們對現象有更深層的理解。如此一來，擴展了人類的視野，同時豐富了生命的意義。再者，由於質性研究基本上是要回歸事物的本質，作為理解客觀世界的共通性的參照，所以在研究中則強調盡量將是將先前所存有一切「預設」去除，這樣的觀念則與現象學的存而不論相符合 (陳伯璋，2000)。

## 二、「詮釋現象學」工具之延伸

「詮釋現象學」的研究要旨為，從深入的詮釋中尋得事實的情境脈絡，彙集人類對各種現象的共通感覺與看法(Manen ,M ,V，高淑清譯，2004)。首先論者會將原先論者聆聽音樂的經驗、研究者的旅行經驗、旅遊與音樂的關連性、藉由音樂建構的旅遊目的地意象的觀點先「懸置」於「括弧」內，其目的是為了揭開受訪者(旅人)於旅行後，音樂在其旅程中的與意義，來探究「音樂、旅遊目的地意象如何互相建構」，剖析旅者對於親身經歷事件現象的感受，讓現象在深度對話中重現，從而藉由論者的詮釋來確定，並加深當事者對其曾有的「音樂、旅遊、旅遊目的地意象」曾有過的交織經驗的切身感受。

由上述得知，藉由「詮釋現象學」視角的輔助，本研究得以理解音樂、旅遊與旅遊目的地意象三者間循環的現象本質，在時空脈絡中掌握受訪者的經驗陳述與背後蘊含的情感，重新建構並解釋其意圖，以顯露身為一名旅者，聆聽過的音樂是如何再現於旅遊經驗的本質。

## 第四章 旅程的起迄—旅者的經驗詮釋

旅遊的視覺經驗是被動的、表層的，只要張開眼，景物便映入眼簾，照相機的發明更是將景物藉照片保存得以重現。然音訊的感知是旅者必須主動的、深層的體驗，耳朵雖不能閉上，但人們卻經常充耳不聞。

旅遊的本質在消費時代被大量物化，景物是最便宜的消費。音訊是過往即逝的，大多數的遊客皆有五感中最為重要的兩種知覺，聽覺與視覺，這也是旅遊中最簡易的載體。本研究藉由深度訪談八名旅者，描述他們自身的「音樂、旅行」故事，從社會脈絡中理解及詮釋，共構出音樂之於旅者們於旅行前、中、後的經驗歷程，而在這些經驗歷程的揭露分析過程中，經由文獻回顧與訪談資料整理，最後以主題方式呈現研究結果。

生活像一段漫長的旅程，詮釋的過程當然無法將這一連續的過程做一切割，所以論者採時間軸的方式，透過旅者於旅行出發前的準備、旅行中的情境以及歸程後的回憶與期待，呈現出旅者的音樂與旅行相關經驗的意義，主題分別為（一）行前準備；（二）旅程中的配樂；（三）賦歸—看見音樂，聽見情境。

### 第一節 行前準備

打從呱呱墜地來到世上的第一刻，用自己的哭聲來完成第一次的聆聽體驗，耳朵就無法閉上了。從此，日復一日的在日常生活中的各式音樂中累積著我們的聆聽體驗，增加聽覺的靈敏度。Benzon(2003)曾在他所著的「腦內交響曲」的自序中說：「我擁有一些陳年的記憶，但確切的時間不詳，彼此之間也毫無關聯，更缺乏絕對性。然而這段歌詞，卻是我心靈和歷史的連繫，是我和世界彼此之間的臍帶感覺系統中。這正是我想講的，音樂讓我們和世界接軌。」

聽覺總是被啟動著，感覺引起歷史性意象，即曾經發生的事情會被再次憶起。幻想性意象則是對感覺訊息產生一種全新的、想像性體驗的反應結果。這些反應是旅者與觀光地相互作用的多種感覺、幻想和情感方面的重要組成部份。透

過感覺系統接收到的訊息，決定了我們對觀光地作何種反應(劉純，2002)。人類行為的產生有賴於他對生活環境的看法，而這種看法除了上述的感覺，另一部份是知覺(perceptual)。Harrell(1986)將知覺視為「辨識、選擇、組織、並詮釋刺激，以理解周遭世界之歷程」旅者暴露於其下的刺激，以及旅者為這些刺激添加意義的方式，都決定了旅者對觀光產品於服務的知覺，旅者賦予刺激意義的過程有時被稱為「知覺登錄」〔perceptual encoding〕；而我們對產品不同的知覺，便可以解釋我們對產品產生不同的態度與行為(Gordon Foxall & Ronald Oldsmith & Stephen Brown,2004)。綜合上述學者對「感知系統」的釋義，我們得知旅者從接收音樂的方式、過程、種類的種種累積而這些脈絡又是如何影響著旅者對旅行地的想像、停靠、轉彎，這一連串的經過將會是一段漫長且連續的過程，在啓程之前，本研究的受訪者們，是在何類場域中用音樂儲存各式符碼於其腦中，本主題將由「音樂保存童年時空—揭開旅行的意義」、「生活中的音樂與目的地想像」兩個次子題來詮釋他們在行前，開啓他們的「音樂、旅遊」相關機制為何。

### 一、音樂保存童年時空—揭開旅行的意義

當回憶變成了音樂；音樂便會見證了回憶。而回憶起記憶中的情境，便會想用音樂去留住回憶。聽著音樂中的回憶，就會不自覺的也回憶起記憶中的情境。這就是所謂上述所謂的「音樂鑑證了回憶」。精神分析學家佛洛伊德(林克明譯，1989)認為，一個四歲的小孩其心智已有一定的成形，而情感也遠比我們想像中的複雜。由此可知，這些易被遺忘的童年期心理活動並不輕易消逝，必將烙印於個人的發展史上，永遠影響他的未來。當有某種觸媒接近了這些童年期心理活動，一連串的連鎖效應也會將由此產生。隨著歲數的增長，人們要擔負起的壓力是成正比增加的，學生階段要照顧好自己的課業、出了社會要負擔起經濟壓力、當了父母除了負擔經濟壓力還要照顧孩子們的課業.....一直到古稀之年，除了要擔心孩子、孫子的上述那些壓力，還要煩惱自己的健康，不想成為後輩們的負擔.....等。相反的，在學齡前階段，人生處世的道理還無法體會，多數孩子在這

階段幾乎都有著「單純、快樂的生活」，長大後，爲了逃避現實生活的壓力，潛意識中總會試著想要去回溯那段最“純粹”又“無憂無慮”的快樂。這時候，假如有一把鑰匙可開啓“童年情境”，那已被逐漸遺忘的“遮蔽性記憶”<sup>24</sup>似乎也一觸即發。音樂，像照片一樣，能留住時間的腳步，保留曾有過的時空(Cook，侯坤譯，2000)，正是這把神奇鑰匙。

對小朋友來說只要可以跟著爸爸、媽媽搭著某種交通工具，到了另一個地方過夜，似乎就是他們對「旅行」的定義。而重視家族聯繫關係的臺灣人，每到過年，「團圓」更是家家戶戶的必要習俗。在城市打拚事業的遊子們，也會在這時帶著自己的妻小「返鄉」。孩子們是喜愛「返鄉」的，因爲這就像是旅行的一種。「返鄉」可以搭好幾個小時的車，在車上可以沿途看到各式各樣的風景；回到「鄉下」有其它同輩的堂、表兄弟姐妹們可以一同嬉戲；接近大自然玩一些平常在都市看不到的東西.....等。對於 A 君而言，只要聽到「火車快飛」這首歌，他可以瞬間返回童年時候的每次「返鄉」，A 君回憶著說：

小時候過年回屏東，我爸都會開車，那種路途都很遙遠，尤其是過年都會塞車，塞十幾個小時，可是一回去爺爺家裡那邊，爺爺的家是那種三合院，正中間客廳放一台很大的木質音箱，以前我有一張童謠的專輯，每次回去我都會放「火車快飛」來聽。喇叭都很大，又開很大聲，所以印象很深刻這首歌。裡面雖然還有很多其它童歌，但不知爲什麼就是對這首歌一直有印象。我會記得那段時間吧！. 爺爺屏東的家那時候還沒有改建，甚至還有豬圈。容易用那首歌聯結起來這些東西。每回到屏東老家，那裡只有電視可以看看，其他生活很接近大自然，我在那邊睡覺早上都會聽到好多小鳥的聲音，睡得很舒服，工作上討厭的事情都忘記了。(A 君)

也有相類似「童年返鄉」記憶的 C 君倒不是因爲記得到阿公阿嬤家有多好玩，而是長時間的車程，讓他對於旅行該有的樣貌有一種基本的認識。甚至，日

---

<sup>24</sup> 佛洛伊德認爲童年一些極爲重要的印象，由於遭受「阻抗作用」(resistance)的干擾，不能現身，會以替身的形態出現，這些替身的重要在於因爲與另一種受壓抑的思想有聯帶關係，爲了形容這種現象特地創造了「遮蔽性記憶」(concealing memories)這個名詞。(林克明譯,1989)

後長大他喜歡的旅行方式，也都奠定於那個時期。一次在電視上，看到/聽到藍心湄的「狂奔」這首歌，他體會到這一切。

旅行的時候，喜歡在車子上，覺得可能是跟小時候的旅行經驗有關，因為我們家住花蓮，但我爸是雲林人，所以我們每年都會開車回雲林，一開就是好幾個小時，就會覺得旅行跟開車會有很大的關係，旅行在我的印象裡面脫離不了開車感。記得開車回去的那段路一直都是很困頓的，因為會走很多山路，然後可能會很累、會塞車，所以會希望平平的路快來。現在，不管在國外或國內的旅行，都常一個人開車，想轉彎就轉彎，如果我迷路的話，也不用對別人不好意思，渴望那種一個人旅行，擁有自由的感覺吧！無意中有次在電視上聽到「狂奔」<sup>25</sup>，藍心湄的唱腔所表達出來的感覺，還有歌詞中的那句「一個人享受孤獨」，就覺得，對！我也想要那樣。  
(C君)

所謂旅行，它應該是整合兩個寓所和兩種場景的轉換點。這兩種生活的明顯轉換，關鍵點就是「移動」--倒不是指地理位置的不同，而是移動到不同的社會生活空間。身體的移動，是從平常人轉變成旅者的先決條件：包括被釋放的感覺、簡單的生活，以及回歸童真的生活，不論是到了海邊的渡假小木屋，還是在山野荒地露營。對許多人來說，前往避暑度假地的旅程，也是一種穿越時空、回到童年的旅程。而在這段旅程中，可讓人們有所準備，以轉換到另一種不同的情緒中。呼吸的空氣、品嚐的食物、享受的陽光雖然都相同，但一切事物帶給人的感覺都不一樣，氣氛味道也不相同。移動應該能讓你做開心胸、增加你的體驗、讓你的感官更敏銳<sup>26</sup> (Löfgren, 2002)。在旅行中，身體是主要的移動，但也因為隨著身體的跨越疆界與空間的轉移，使得旅行者的精神意識產生流動(紀心怡，2007)。由此可知，「移動」代表著旅行中相當重要的意涵。C君因為兒時的返鄉移動經驗而開啓了他自己的旅行形式，同樣也是在孩童時期有返鄉經驗的D君，因為這樣的「移動」經驗，讓她覺得旅行的意義不是在於目的地的好玩與否，而是在「旅

---

<sup>25</sup> 詳細內容見附錄(四)歌詞

<sup>26</sup> On Holiday/Orvar Löfgren,2002

程」移動過程中，每前進一段路就是一個空間的轉換，而每一個空間都有值得吸引她的新事物。

因為我媽的娘家在澳底，等於從台北過去會經過基隆，小時候常去，對東北角的濱海印象也非常深刻。那個氛圍就跟從九份看下去一樣，因為看的海洋是同一片嘛！濱海、潮溼、有雨，但是過了那段後就好像會轉為比較晴朗。「九份的咖啡店」<sup>27</sup>寫出來的感覺雖然是在九份，但對我而言就是那整個地帶的氣候很類似。後來就覺得，旅程好像就是要經過那樣的地方，就會到達目的地。「九份的咖啡店」這首歌應該是可以引起我嚮往的「旅程」，我的意思是出發去旅行到抵達目的地前的那一段，我發現從以前就是這樣，反而會比較享受「旅程」途中這一段，可以一直移動一直前進，但反而對目的地還好。就像上陽明山賞花，沿路爬山都在賞，反而到最高點，就覺得丕還好！喜歡「坐車」那段，反而下車了，希望能快上車，想要看外面，在車上只要不是很累，我就會一直往外看，甚至到天黑也是一直看。(D君)

當人們追憶什麼時，他們使用的心智素材<sup>28</sup>各不相同。有的經由視象圖形而憶起，而孩童時期的記憶也多是這樣的；它們是塑形的，視覺的，這種記憶的特色一旦被喚起形塑出的幕幕景像，有如戲劇演出時的劇照特別鮮明(Freud，林克明譯，1989)。音樂正是通往這些記憶的一扇大門，一旦開啓了它，旅者可以知道原來他們對於旅行的嚮往方式，在於兒時「返鄉」的每一串記憶，旅者為什麼對於自身旅行的意義，開始建構於兒時「返鄉」經驗，這似乎也與胡錦媛在〈臺灣當代旅行文學〉一文中所說的：「旅行的觀念得以成立，是因為『家』的先驗性存在。」

## 二、生活中的音樂與目的地想像

音樂能留住時間的腳步，也啓發了旅者對於旅行意義的建構。而旅者在生活中聆聽的音樂，對於旅遊目的地的想像亦有發酵作用。耳朵是關不住的，聲音

---

<sup>27</sup> 詳細內容見附錄用(四)歌詞

<sup>28</sup> 沙考醫師(Charcot)將人分為「視覺人」(Visuels)、「聽覺人」(Auditifs)及「運動覺人」(Moteurs)。



當然也是無所不在，而在生活中聆聽音樂的機會也不低，一場古典音樂會、電視上個廣告配樂、觀賞電影時的電影配樂、熱門歌手的演唱會，甚至隨著科技的進步，打手機時還有來電答鈴，流覽部落格也有各個部落格主人自設的背景音樂，充斥在「樂音」環境下的人們，亦藉由音樂勾勒出旅者對旅遊目的地的想像畫面。Pieper 認為：「不管是感官的感覺或是知性的認知，都一樣具有一種感受性很強的『觀看』能力，也都一樣具有『傾聽』事物之本質的能力。而適巧觀看和傾聽正是擁有『閒暇』(leisure)的最大兩個特質，而擁有『閒暇』也才能真正處於『沉靜』狀態去觀看和傾聽這個世界」(劉森堯譯，2003)。由上可知，在「閒暇」下接收到的音樂，才能在「沉靜」狀態接收到音樂所傳達的本質，進而才有機會能聯想出他們對這世界的想像。

在諸多景點中，「海濱」提供了一切完美觀光地的事物：輕易近人、自然美景、廣闊壯觀的感受、具療效的特性、享受孤獨的機會，甚至是優良交際場所 (Inglis，引自鄭宇君譯，2002)。除此之外「陽光、沙灘、海」總讓人覺得這是渡假休閒所該擁有的基本元素，認為旅行就該找個地方好好的「躺一躺」的 E 君，對他而言「海灘」就是一切旅行想像的開始，所以當他聆聽到有接近「海灘」感受的曲風，他很容易進入那樣的情境，想像自己嚮往的是一個怎樣的海灘。

王若琳的歌，可以讓我聯想到電視劇「我在墾丁天氣晴」，超讚的！每次聽到王若琳的音樂，就想到自己到現在還沒去過墾丁，因為我一直很想去，本來就想去，聽到就感覺好像我就要去了！！！！我想像的墾丁就像外國的渡假小島一樣——「穿著拖鞋在那邊晃來晃去，在海邊曬太陽」(圖 4-1)，因為我覺得這首歌給人家也是這種感覺。所以回到你最前面問我的問題，我想就是因為我嚮往的旅行地，都是海島、渡假島，所以我會聽這些類型的音樂。(E 君)



圖 4-1 王若琳「有你的快樂」音樂錄影帶擷取畫面

到了夏天至少要衝去海邊一趟的 B 君，對於「海邊」也是擁有許多憧憬。音樂的感動再加上電影畫面的刺激，甚至改變了她對旅行方式的嚮往，對她而言，旅行似乎不僅僅是一種玩樂，也許就是一種生活。而她所想要體驗的正是「海濱」生活的具體實現。

托斯卡尼豔陽下的主題曲<sup>29</sup>，裡面的歌詞是擁抱陽光，我覺得好棒ㄟ！然後它說：「她想拋開一切去擁抱陽光」，ㄟ..〔興奮狀〕好想去托斯卡尼ㄟ！這首歌也不是只讓我感受到「托斯卡尼」，還有南歐的西班牙、葡萄牙、義大利，這些地方的陽光、海岸，想到南國的風情(圖 4-2)。也許是因為有個明確的地名，所以會讓人容易有嚮往，不單單只是那邊的景色，還有像電影裡面在的生活風格。會想要去嘗試看看，假如旅行中能有這樣的方式可以體驗，那應該很棒。(B君)



圖 4-2 電影「托斯卡尼豔陽下」擷取畫面

<sup>29</sup> 詳細內容見附錄(四)歌詞

假期中的旅者往海邊嚮往，因為海洋是如此的取用不竭，如此旅人們才能遊走在家庭規範與自由放蕩之間那條界線上。「海邊」較容易讓人與度假、放鬆產生聯想。悠閒的海灘生活想像圖始於十八世紀中葉，不僅是生活想像，這時候偏好生理學題材的作家開始建議，空氣、水與圍繞著自然的任何天然因子是有助於醫療的(鄭宇君譯，2002)。也就是說當時開始興盛起海邊療癒的各種學說：對衰退的身心有療效、海水的滋補性質等，在一千七百年後從狄沛、布萊頓為這些學說正名。受訪者 D 君對於海邊的旅行也是有相當程度的憧憬，有別於其它受訪者講起海邊的歡樂愉悅氣息，對於 D 君而言海邊似乎是一個可以讓她從大自然得到身、心、靈淨化的旅遊目的。

夏川里美的「淚光閃閃」這首歌會讓我覺得很舒服，會想到琉球、沖繩那類地方的陽光、海洋。是溫暖的。也許是因為我是個很憂鬱的人吧，總覺得自己的身體、心靈都是一直「濕濕」的感覺，總覺得自己是一個需要「被曬乾」的人所以旅遊是會喜歡找「爽朗」的地方。她的唱腔、曲風會讓我馬上想到「爽朗的海邊」。其實沒有特別喜歡這首歌，可是這首歌反而讓我有感覺，也許是因為我對沖繩的憧憬，它引發了「我本來就想去」的意念，而不是因為這首歌才想去，至於為什麼「本來就想去」倒不太記得，也許也是因為有喜歡的歌手在那邊；也許是因為想找「熱」一點的地方吧！(D 君)

當旅者尚未到一個觀光地，「目的地的想像」將是一個重要指標決定他是否去觀光。Gunn(1972)提出了許多關於旅遊目的地意象形構的學說，其中他認為，「原始意象」(organic image)是指旅者從未去過該處，也未曾接觸某些商業化的資訊，在心中存有對該地不完整的記憶、印象和想像。F君提起她從African Sanctus這張專輯中，對陌生的非洲是從教科書之外，有了第一次的認識。由於「文化接近性」<sup>30</sup>(cultural proximity)的關係，儘管F君的生長脈絡背景與非洲文化大相逕庭，

<sup>30</sup> 面對外來文化和本地文化的文化混合(Hybridization)，反對文化帝國主義的理論家主要是認為閱聽人是主動的，是具有自行解碼並建構意義的能力，而不是如文化帝國主義所謂是種絕對依賴的關係，一種完全接受的態度。這是以 Stuart Hall 閱聽人具有解碼/製碼的能力為基礎所發展出

非洲對她而言雖是如此的不熟悉，在建構非洲的「目的地意象」時，旅者仍是試圖在兩個如此相異的文化中，盡量找出交集，企圖找出對自己是相對熟悉的感覺。

錄音裡面甚至可以聽到青蛙的叫聲，就會覺得咦？好可愛唷！聽到青蛙叫聲後，對於這陌生的文化，就不會感覺那麼可怕了。會想到非洲的原住民，會想到非洲的土地，會想到非洲上面的植物丫，草原呀，樹不是這樣多，只是草原，它的草，就會想到以前的地理課本，它的草跟臺灣的草不大一樣，就會想到這些。也感覺得到那邊的人們，應該是很瘋狂的在拜神，在崇拜上天，所以可能也會有祭祀、殺頭的、殺豬的，我不了解他們的文化啦，有沒有殺人我不知道，但是有可能有殺牛、殺豬，可是有時候又很輕鬆，感覺好像黃昏了，要做菜了。(F君)

意象可用的範圍相當的廣泛，所謂的音樂意象(music image)簡單的說就是音樂聆聽完讓人產生心理的感覺和情感(楊義宏/郭文貴，2007)。音樂意象先形成於腦海中，再腦中經過加工改造，每個旅者都會有屬於自己不同的旅遊環境想像力。由於每個人的生活體驗不同，音樂感受力不同，因而存在不同的音樂想像力。因此藉由音樂而產生的目的地的想像，每個旅者都有自己不一樣的詮釋：海濱風情、海濱度假、非洲.....等。提到旅遊，對於C君而言，「陽光、沙灘、海」不會是最原始的想像，在本章第一節就有提到，他嚮往的是一種「自由、不受拘束」的追求，所以當他講到能激起他對旅遊地想像的音樂，當然就是在歌曲中也要能表現出「空曠、沒有阻礙」的意象。

The White Stripes 的 Hotel Yorba 這首歌，會讓我很有美國西部牛仔的那種感覺，就是跟我想像中西部牛仔那種鄉村的感覺很像，這首歌中除了歌聲，和音就是吉它和鼓而已。從這樣幾個元素我聆聽到，美國中西部應該就是沙漠呀，山谷呀！有人騎馬，有老老的牛仔走過去，大家很閒散的坐在路邊，大概就是這種感覺。(C君)

音樂的動態音響所觸發的想像、聯想，可以不受直觀形象的限制，亦沒有文

---

來的觀點。(魏均，1999)

字概念的規定，並且時間延續性最深遠，空間跨越性最廣闊。它的內涵的模糊性，聯想的多端性，思考的輻射性使想像力得到最大限度的選擇(李廣宏，2006)。既然它是如此的無遠弗界，在旅者尚未踏上旅途前，於日常生活時，就可以先藉由音樂來想像旅遊，馳騁於中。享受音樂生活的秘訣，在於敞開心靈大門，迎接各類聲音的共鳴，懂得欣賞音樂的美，彷彿自己正遨遊在宇宙銀河間，或敞伴在一片綠草如茵中(Mathieu，蔡逸萍譯，2003)。只要透過想像，美好的景致就會先行在你眼前出現，藉由音樂的心領神會，一場「聲色俱備」的旅程即將展開。

## 第二節 旅程中的配樂

上一小節裡，所探討的是在旅程前旅人是如何藉由音樂建構他們認為的「旅行意義」，以及召喚出他們對「旅行目的地」的想像。在這節中將從旅者在旅程中與音樂相關的情境，逐一端詳。包括在旅程中聽到的音樂，這是指當地風俗民情的音樂(例如：廟會、節慶、音樂表演)；或是「音景」(soundscape)<sup>31</sup>，對有些旅者而言也是旅遊經驗的一部份。還有，與當地相關的電影音樂、旅程前準備的旅行音樂或是從旅行地買回來的音樂。從這些零零種種的音樂，去感受每個旅者的「音樂旅程」，藉由這些感受，去了解音樂在他們的旅行中，能帶來怎樣的樂趣與心靈的感動。

### 一、自己準備的配樂

桑慧芬(2005)在其所著的「影像閱讀時代」一書中，承述「電影配樂」可被視為隱身幕後的說書人，隨著劇情起伏，時而緊張、愉悅、優雅，甚至懸疑、恐怖，音樂的說書的功能像極人的語氣、表情、句法以及腔調，這些都透露出參與電影製作者的某些意圖。「旅行配樂」就如同「電影配樂」般，也能波動著旅者的情緒在每段旅途中。各國的語言可透過音律來傳遞，行進、躍動、歡慶。美國一名深受歡迎的演說家 Zikman，曾經描述他到訪的每個旅遊地的音樂：「在佩特

---

<sup>31</sup> 詳細註解請參閱第一章第一節。

拉(Petra)古老廟宇的屋頂，有個人在吹笛子。在安地斯山的小村裡，正在舉行耶誕彌撒，僧侶不停地嗡嗡吟唱。一齣百老匯的音樂劇。聖保羅大教堂的詩班練習。蟋蟀在夜晚唧唧鳴叫。波蘭克拉考的街頭藝人在演奏。非洲占吉巴(Zanzibar)的營火邊，有人唱出自己寫的詩歌。三位非洲修女在滿月的光暈下，和諧地唱著聖詩。東京的一家酒吧裡，人們聲嘶力竭地唱著卡拉 OK。」(汪芸譯，2001)旅程中的配樂不一定要自己編排的，隨著移動的過程中，每一個駐足點都有它的「音景」，當音樂普遍伴隨各個不同場合成爲背景，一種分神而不需要專注的音樂聆聽方式也隨之出現，他稱之「另類聆聽」(listening otherwise)(轉引自陳曉偉，2008)。A 君表示，大部份的旅程中，他並不會特別準備音樂，喜歡在旅途中聆聽到的每個聲音，對他而言就像是有節奏的音樂。G 君曾有在一次的旅行經驗中，感受到當地所帶給他的節奏感。

旅遊中我不是特別喜歡聽音樂，我喜歡聽著路上車子的鳴聲，火車行駛發出的聲音，車水馬龍的每個聲音，組合起來就像是有節奏的音樂般，會讓我進入另一個世界。聽音樂會讓我分心看待周遭的事物。除非我想躲避某些事或某些人的時候，我會戴上耳機，不斷重複聽著同一首歌，像是之前去當兵的時候要從台北到台東的路途長達七小時多，那時聽音樂能暫時緩解我的不耐煩。(A 君)

想到一個超有節奏感的啦！那時在羅馬的警笛聲，之所以印象深刻是其實很多人都說羅馬的交通跟台北的有拼啦！那邊很多地方又是石板路，從中古世紀就沿用下來的石板，事實上歐洲沒地震，這些路也不會壞，那時就聽到警車在按喇叭，然後警車頭上又不停的響著警笛，再配合輪胎壓過石板那種叭啦叭啦叭拉聲音，印象很深刻，到現在還記得。(G 君)

每一旅行目的地所呈現出的「音景」，都是具有在地特色的，除了人爲製造出的人聲、車聲、喇叭聲、節慶廟會鑼鼓聲、警笛聲.....等，大自然創造出來的「音景」也是能引起旅者聆聽的，Storr曾經表示自然界充滿著聲音，某些自然的

聲音，譬如流水，可以使人類感到愉悅感。一項聲音偏好的調查就顯示<sup>32</sup>，在紐西蘭、加拿大、牙買加與瑞士，小溪、河流與瀑布的聲音，無人不喜，樂在其中的人佔極大的比例(鄧伯宸譯，2008)。C君描繪出他曾經造訪美國「黃石公園」的一次經驗，園內用視覺欣賞的「特殊的黃色石頭與壯觀瀑布」，他倒沒深刻記憶，迄今他還記得的是那次旅程中「聽」的感受。

黃石公園(Yellowstone National Park)它最著名的地方是它的溫泉，還有間歇泉，最有名的是老忠實泉(Old Faithful Geyser)，去之前對這整個地方都沒有太大的想像，去之後印象最深的是，那時候我和我們幾個朋友一起去，我們是開著車進去的，沿路都是水聲、鳥聲的。後來在湖邊露營，那湖邊是在一個松樹林，在準備的時候，忽然聽到海浪的聲音，覺得很奇怪，我們是在山裡面，只有湖，怎會有海浪的聲音，後來才想到，原來那就是所謂的「松濤」，風吹過松樹，松樹是針葉，就會有聽起來很像海浪的聲音(C君)

「每個地方的節奏」有不同的拍子，過往的車輛、降下的大雨、振翅的小鳥，甚至人行道上路人的步伐以及不經意的對話。當旅者注意周遭看到或聽到的事物，一邊緩慢而規律地在心裡打拍子，這樣子的方式數出的節拍，也能為旅者帶來更新的體驗。除了透過自然萬物來聆聽旅程上的「節奏」，旅者們也會為了要留住或是追尋自己想要的氛圍，而為自己的旅程製作與當時情境「對味」的配樂，旅者雖不是音樂家，但卻知道在每段旅途中該如何準備合宜音樂，透過這些韻律與情境的共鳴，帶來更貼切的迴響。C君到美國時，來不及準備音樂，但為了記住當時的每一刻他特別買一張當地的音樂；E君去東京時，不想只是看到跟電視上一樣的東京，他準備了一張屬於他要追尋的東京的音樂；E君在一個陌生的古城堡尋找到現代感，而耳機傳來的音樂正是許多現代人的生活寫照。

---

<sup>32</sup> R.Murray Schafer(1977),The Tuning of The World.(轉引自 Storr,2008).

記得在美國時，曾經一個印第安人類似保留區的景點，但是我們僅能到他們類似博物館的地方去參觀，然後那時候就真的看到很多他們的文物，那時候就真的看到很多印第安人，有在賣一些印第安人的飾品、印第安人的音樂 cd，那時候我很想留住這個氛圍，所以就買了一張印第安人的 cd，後來那段路上，接下來開車的行程，我就一直放那片 cd 在聽。(C 君)

「Slow Dance」這張曲風跟我們想像中的東京那種快速、節奏感是不一樣的，整個曲風是配合日劇，慢慢的，好像在跟你訴說一件事，去東京時我就帶著這一張音樂，因為它給人就是很舒服的感覺。會讓我想到東京的小巷子。那時走到東京住宅區的巷子裡，平房兩邊都有矮矮的圍牆，人都在那種社區裡的巷子散步。不像大家一般想像中的東京，那邊的小房子都是很乾淨的，可能大家在裡面是各走各的，但是他們的步調就是不會有東京市區那麼快。不是電車、不是一群人在十字路口裡面衝來衝去。我想去的地方都是這種步調，可能是慢慢的，可能是心情可以比較放鬆的，會跟我想去旅遊的步調是一致的，這音樂會讓我覺得去旅行的目的就是要追尋這種感覺。(E 君)

傑克強森的歌都是他自己在呢喃的歌，而且他的歌都是很普通的歌，普通到像有一首歌叫「Banana Pancake」，MV<sup>33</sup>中他就自己在廚房煎煎餅，看到外面在下雨，然後他又開始呢喃，還記得當時旅行到卡爾卡頌，它是一個古城堡，雖然是古城，但在裡面的巷弄裡面都有一間一間很具有現代化的店，在巷弄裡走著走著，就來到一個大廣場，很多人圍著廣場坐在那邊聊天，很悠閒。我當時是自己一個人，走在那邊聽這種歌，就有一種很入境隨俗的感覺。感覺整個人變成既憂鬱又輕快。(H 君)

音樂使我們造訪的地方更加迷人。旅途上目不暇給的景色，的確可以豐沛旅者的視覺感受，但當「一個人」的旅行，仍是免不了「孤單、無助感」，音樂就像是這時候的伴侶般，藉著它的撫慰，令人安心，讓人舒服。挑選適合的音樂在旅途上，就像是準備一串屬於自己隨身攜帶的心情。在擁擠的巴士裡、前往下一站的時刻，眼睛凝視車窗外的景像，耳邊傳來的隨身聽音樂，除了能為即時的景

---

<sup>33</sup> MV：Music Videos(音樂錄影帶)縮寫。



像配樂，它更像是一個與自己心靈對話的伴侶。H君常常一個人旅行於世界各地，享受每次旅行帶來的自由自在，卻也需要忍受多數時候的孤獨寂寞，音樂的相伴讓他得到了心靈的慰藉。

旅行中所聆聽的音樂能為旅人帶來「意境互補性」<sup>34</sup>。Schafer曾在「The Music of the Environment」一文中描述他對聆聽萬物的熱情，他說：「如果說縫紉機用長線縫製衣服，相當於製造聲音中的長音，那麼馬達就是製造降半音的工具。」(轉引自蔡逸萍譯，2003)旅人將世界的聲音蒐集到自己的空間，旅人的靈魂正是成就世界音樂的一部份。當旅人帶著音樂返家時，也把旅程上留連的時空帶回家，有朝一日當樂音再度響起時，旅人也能召喚出曾有的旅行記憶。

## 二、無法打破隔閡與理解差異的異國情調

Dann認為多數的旅客在體驗異國文化都是從表面的意象去感受，例如與當地人相處融洽、感受濃厚的文化特色、體驗當地生活或是觀賞原住民舞蹈。只有少部份的人不會把旅遊景點當地的一切當成「文化商品」<sup>35</sup>，這些人在接待國家中通常會在當地的旅館、飯店成為服務人員，甚至從外觀上(吃飯、喝酒或談吐)都與當地人無差異(Morgen and Pritchard, 1998)。旅人在感官知覺上以及對美的感受方面是有所受的限制，與在他們自己的國家沒有兩樣。這種現象，也因為異國文化總是以相對膚淺的方式呈現在旅者面前(Turner and Ash, 1975:159)。而在全球化下，優勢國家鋪天蓋地的以各式「消費象徵符號」輸入世界各地，旅者在行程前也早就對各個國家有一定的既定意象。我們可以了解到，想要體會到「在地文化」的本質，似乎只有入境隨俗的成為真正的「在地人」。「音樂」也成為「文化商品」欲宰制旅人的消費意念，然而旅人終究不是「單面人」<sup>36</sup>，他是具有反思與批判

<sup>34</sup> 所謂的「意境互補性」：意是指旅人在欣賞時所帶有的感情、思想與想像，境則是旅遊內容。在旅遊中聽到一段表現田園風光的音樂，會給旅遊者寧靜、恬適的心理感受，如果旅遊者親自去看看小橋、流水，那麼旅遊者就能更強烈的感受到那種意境(廖紅英，2008)

<sup>35</sup> Fiske 認為在消費社會中，所有商品並非只有實用價值，同時也具有文化價值。若想把這些價值模型化，我們勢必要把原有的經濟概念加以拓展，把文化經濟的概念加進去。在文化經濟概念中，經濟所流通的不是是貨幣，而是意義與愉悅。在文化經濟中，只有傳播意義者，而無消費者存在，在整個流程中，意義是唯一不被商品化、不被消費的基素。(陳正國譯，1993：28)

<sup>36</sup> Marcuse 在《單面人》一書指出，發達工業社會已蛻變成一種「單面的社會」，活動在其中的

能力的，當他踏上異國的那一刻，才了解這世界跟他們原本從音樂中的想像不是那麼的一樣。

還沒去印度之前，從一些現代印度音樂，還有他們的電影像「寶萊塢生死戀」感覺這國家的人都美美的，很愛一群人一直跳舞，印度應該沒那麼多貧民窟了吧！但是，身歷其境後，才發現根本不是這樣！印象很深刻，搭了火車十七小時，到了恆河，那邊是早上六點，天都還沒亮，一下火車自己搬行李，突然就一群人蜂擁而上要來幫你搬行李，就很怕行李被偷走，就說不要不要，他們就沒關係沒關係，這群人就一直跟著你，等到了月台後，就發現天啊，這個月台怎麼全部的人都可以睡在月台裡面，那邊的人可憐的真的很可憐，沿路一直跟你要錢。(F君)

「巴黎小情歌」、「巴黎我愛你」，這兩張電影原聲帶，就是會想到巴黎香頌，就感覺很巴黎，也可以讓我想到對巴黎旅遊的氛圍，就是古老的街道、城市，那種怎麼拍都很好看的城市以及浪漫的感覺，整個城市應該都香香的。但是，一到那邊我只能說，在機場裡等巴士時就一堆人在抽，明明是密閉空間！快被「臭」死！那邊的人真的很愛抽菸，地鐵、餐廳還有喝咖啡的地方，連咖啡的香味都快被蓋住！(E君)

旅人在旅地的短暫停留，可能只是一個片面式的回憶，很可能在某地受到幫助，或受到欺騙，或個人心情上的轉折，來訂定這個地方的印象，或者剛好碰到一些幸運或不幸的事情，就對它有了不一樣的觀感(蔡文杰，2001)。旅人從「音樂」中建立起異地的意象，旅行，是爲了證實這個「音樂意象」。一旦到了異地，很容易相信眼前所見到的一切，在那「一瞬間」那「一情境」決定了他所發現的真相。

對新加坡的意象來自孫燕姿的歌聲吧！她是新加坡人，所以想像中的新加坡應該是很親切、很友善的。新加坡感覺也是一個華人

---

只是具有「單面思維」的「單面人」。單面人只知道物質享受而喪失精神追求，只有物欲而沒有靈魂，只有屈從現實而不能批判現實。即純然地接受現實，盲目地肯定現實，將自身完全融入現實中。(Marcuse, 1964)

很多的地方，他們也標榜是一個很現代化的國家，但是，並不是！新加坡實地的感覺跟我原本的想像差很多很多，我覺得新加坡還挺歧視觀光客的，好像就是要「削」我們似的，那個人面獅身像並沒有很美，也沒有多神祕。感覺這地方就是以「錢」為目的，去這地方就是要一直花錢，也許是因為當初去導遊很爛吧！（B君）

「真善美」這部電影中的「Do-Re-Me」這首歌讓我覺得維也納是個很歡樂、愉悅的地方。但到了那地方後印象深刻卻是我覺得是不舒服的事情，因為我是自助旅行，所以我背了一個大的背包，前面又背了一個小的背包。之所以印象深刻，是因為我在那邊搭地鐵，那我要上地鐵，車廂是有臺階的，就兩階，前面有個人上到平台後他就沒有在動，我站在中間。我的包包就等於卡住後面的人，後面還有人要上車，前面沒動我也沒有辦法動，後面的人就很不客氣的推我一把，這件事情讓我印象很深刻。從此我就覺得，它不是一個文化之都嗎？怎麼人感覺也不怎麼樣，他可以用講的，沒有必要用這樣的方式推我。怎跟「世界名曲」差那麼多啊！（G君）

邱淑雯曾從解構夏威夷與加勒比海地區觀光活動來探究主/客雙方的不平等權力關係。她表示：「文化由言說(discourse)所構成，並由特定主體決定向誰建構什麼樣的言說，掌握觀光資源的強勢文化擁有者，常透過各種方式片面擷取或形塑弱勢文化，旅遊目的地意象的建構正是其中重要的一環。觀光活動中不均衡的權力關係仍必須由主方社會加以改善，由當地人向觀光客自主發言，強化文化自尊心，主/客雙方各自保有文化特質，互美其美才能永續發展」（邱淑雯，2004：123）。不僅是主/客雙方國該保有其文化自尊，互美其美，旅人到訪異地時，也該摘下「有色的眼鏡」，學著用習以為常和興奮好奇的兩種眼光彼此觀照，盡量不以「偏差的角度」去比較熟悉與陌生的世界。回想我們自己居住的地方，都自有一套無需言語的規範與模式，久而久之我們活在其中而渾然不覺。相對的，每個城市也有其既定的生活秩序與軌道，想進入「異國情調」的核心世界，先卸下「異國情調」吧！

### 三、比真實還真實—尋找靈光

Adorno在「論流行音樂」(On Popular Music)一文中，提出在資本主義體制下

的工作是無聊的，大眾會尋求逃避，但無聊的工作使得人們反應遲鈍，所以沒有人有太多力量可以真實的逃離—亦及追求「真實的」文化。大眾便從「標準化」<sup>37</sup>的流行音樂中找到寄託，重覆的音樂旋律，也強化了旅者建構「世界就是如此」的概念(Adorno，引自李根芳/周素鳳譯，2003：164)。Benjamin認為自從機械的發明，大量複製了文化文本(流行音樂、古典音樂)，複製技術也挑戰了文化文本的「靈光性」<sup>38</sup>。然而論者認為「靈光」並沒有消逝，「靈光」只是轉向了，傳統的「靈光」(指機械複製年代以前)，植於文化文本或實踐的「權威」或「傳統」儀式<sup>39</sup>，隨著機械複製年代的到來，這些文化文本雖脫離這些傳統儀式，卻開啓了它們再被詮釋的多元性，在不同的情境脈絡下使用，不再需要受限於傳統。自此，複製品與原作之間的差異性已不重要，「靈光」展現於每個旅者的釋義與解讀。在後現代的氛圍中，Baudrillard認為大眾追求的是個「擬像」<sup>40</sup>的世界，在「擬象」社會裡，經濟、政治、文化、性欲取向及社會等範疇全都互相「內爆」<sup>41</sup>(implosion)，彼此互相影響穿透，明確的疆界劃分再不可得(李根芳，2007)，人們從此追求的是一個「比真實還真實」的世界。旅人因為不同的生長脈絡、生存環境，僅管是經過「標準化」的流行音樂，每個人也都可詮釋出一個屬於自己與音樂的故事。受訪者B君對於京都的目的地意象是透過周杰倫的「忍者」這首歌

<sup>37</sup> Adorno 認為流行音樂是「標準化」的，「標準化涵括了最普遍的性質到最特定的性質」。一旦某種音樂和/或歌詞的模式成功了，就會受到商業剝削，最後使得「標準具體化」。流行音樂很機械化，即使某個細節和另一首歌互換，也不會影響整體結構(Adorno，引自李根芳/周素鳳譯，2003：163)。

<sup>38</sup> 「靈光」一詞首先出現在 Benjamin 的「攝影小史」，而在「機械複製時代的藝術品」一文中被加以延伸闡述。「靈光」指涉「藝術作品的獨特性，以及與傳統、儀式聯繫而產生的神祕價值」<sup>4</sup>。Benjamin 認為原則上所有的藝術品都可以被複製，而複製品與原作之間的差別在於複製品缺少了原作的「此時此地」，也就是原作之所以保有真實性的要件。原作因為有其歷史見證力及時間所留下的物質性變化痕跡，因此得以保有「靈光」；然而在複製技術發達的年代，當一件藝術品被大量複製與傳送之後，原作會漸被複製品取代，其所具有的靈光更因此受到折損。(Benjamin，許綺玲譯，1998)

<sup>39</sup> 藝術作品最初仍歸屬於整個傳統關係。最早的藝術作品是為了「崇拜儀式」而產生，起先是用於魔法儀式，後來用於宗教儀式。(Benjamin，許綺玲譯，1998：67)

<sup>40</sup> Baudrillard 認為「擬象」是「以沒有源頭或現實的真實為模型而產生，也就是超真實(hyperreal)」，超真實主義是後現代性的特徵模式，擬象與真實已經「內爆」，真實與想像不斷地崩解於彼此之中。

<sup>41</sup> 「內爆」(implosion)的概念最早為 McLuhan(1964)於(Understanding the Media)一書所提出，旨在說明機械時代與電力時代的交替導致了自然、社會和人三者之間關係出現了根本性的變化。爾後 Baudrillard 延用「內爆」的概念，認為消除所有的界限、地域區隔或差異的後現代性過程。

曲所建構，當她實地到達京都，想著讚嘆美景的詞句，竟是用「好忍者的MV」，這不啻就是一種「內爆」，旅者聽過的音樂MV融入旅遊情境中；旅遊情境也搬進了音樂MV。

還沒去京都前，就因為「忍者」<sup>42</sup>的歌詞講到京都，就認識了「京都」。後來我去了京都，回想到聽這首歌的歌詞，裡面有榻榻米呀什麼什麼的。京都的廟裡喝茶時，我就覺得那整個感覺好「忍者」的MV唷！因為京都都是這種矮房子呀，路上又可以看到很多穿和服的女生走來走去，就像「忍者」的MV一樣！我印象很深刻。京都在我心中是一個可以讓人平靜，放慢腳步沉澱的地方，又帶著神秘感。建築，街景都很有味道，加上有許多寺廟，矮矮的圍牆，也真的有那種讓忍者可以飛簷走壁的感覺。(B君)

從圖 4-3 系列與圖 4-4 系列中，可以去比對受訪者 B 君所認為的「京都」。圖 4-3 為周杰倫「忍者」MV 中擷取的畫面，其所形構的京都意象是「矮矮的屋簷、整齊的低房子、撥琴的穿和服女子」；圖 4-4 系列則是受訪者 B 君造訪「京都」時所拍攝下的畫面「整齊的低屋簷房、參拜的穿和服女子」。照片中的畫面才是真實的「京都」主體，但受訪者 B 君卻以 MV 的畫面做為主體來比對，她所尋找的「真實」，是她所認為的「真實」，當她找到那個感覺，也表示著她找到了「靈光」中所說的「此時此刻」。



圖 4-3 周杰倫「忍者」音樂錄影帶擷取畫面

<sup>42</sup> 詳細內容見附錄(四)歌詞



圖 4-4 受訪者 B 於「京都」拍攝照片

覺得很多時候都是視覺聯著聽覺一起出來的，像「藝伎回藝錄」，有一個畫面是女主角站在一個懸崖邊，把男生送給她的一個手絹給丟掉，這是小時候她在路上跌到一個男生給她的，後來她們兩出了些問題，她決定把這段感情給丟掉。劇中這時有一段音樂，印象很深刻。後來有次我去英國爬第一高峰，最扯的是，到了那高峰的最上面懸崖，懸崖邊都是結冰的，那邊算是一個斷崖，不知為什麼那時腦中泛起的是我剛說的「藝伎回藝錄」的那段劇情，連著電影配樂一起浮現，搞得自己覺得自己好像是電影裡面的人，這也太美了吧，怎麼可能有那麼像電影畫面的地方！（圖 4-5）（H 君）

圖 4-5 系列的上方圖，為擷取電影「藝伎回藝錄」女主角站的懸崖圖，下方圖則是 H 君在英國登山時看到某一斷崖所的情景。兩張圖片地點不同、景致也不一樣，但是藉著音樂的觸媒與 H 君的感受聯結了兩個場景。當 H 君看到英國斷崖時，感覺自己像是身處在「藝伎回藝錄」電影裡面，因為真實的旅遊景點過度壯麗，導致他覺得眼前所看到景色並不真實，在當下，他分不清楚自己是在「電影畫面」裡，還是活在「真實的世界」。這裡再次印證了 Baudrillard 認為在後現代世界裡，「超真實」(hyperreality)的符碼控制了旅人的思想和行爲。





圖 4-5

還有啊，你知道「華勒斯古戰場嗎」，就是電影「英雄本色」在描述的那場蘇格蘭與英格蘭的戰役，我就去他那場戰役的古城堡阿，那時候，就有一个人站在山頭的懸崖邊，用風笛吹「英雄本色」的電影主題曲，雖然一開始覺得現代人穿那種古戰衣，實在有點做作，但是當風笛聲一出來，現場氣勢磅礴的臨場感、澎湃感，讓我當場就想哭，也許就是因為人就是很感官的動物吧。當視覺、聽覺這兩種感覺同時擁有，同時在眼前，就會很 shock，你的視覺看到當時的情景，然後你的思想，曾經看過電影的經驗，再加上音樂，那爆發出的感動，甚至會覺得連聞都能聞到那種氣味！就覺得哇！真是被嚇到了(H 君)

工業化下的社會，「旅遊產品」都是符合「大眾」的需求—適合大眾的行程規劃、旅遊者配戴旅行團的識別徽章、跟隨導遊〔劉維公，2007〕，人們集體參加旅行，被動的接收旅遊製造商所製造的「旅遊產品」，對於旅行也沒有過多的想像，因為那只是工作之餘的消遣。後現代生活下的旅人不再是被動的消費，而是主動的出擊。人們在大眾傳播媒體中找到了象徵各個旅遊景點的「符號」，開啓了對於旅遊的想像，對於他們而言，這就像是一個創作的過程，這些「符號」是啓迪他們的「靈感」，旅行的實踐就像是去完成一件作品般，當旅人到達他們

欲探訪的地點，滿足了他們對於這些「符號」的一切想像，才算是找尋到完成這件這件作品的意義，旅行中的「靈光」也自此張顯。

去西雅圖是因為 Nirvana 的音樂吧。那時候我有排定一個行程，就是要到當地的樂團去看他們的 pub 表演，那時候就找一天晚上去看，記得只看到一場，所以我沒辦法對那邊的環境整個有什麼做一個定義，但是我覺得我去看那一場就滿足我對喜歡樂團「朝聖」的想像。應該是說幻想 Nirvana 這個樂團，也許曾經在這個舞台上表演過；又或許我那天晚上在 pub 看到表演的那個樂團，可能五年後變成全世界喜愛的團，而我卻在他們尚未成名前，已先接收到他們帶給人的感動。(C 君)

有陣子聽到「Vincent」<sup>43</sup>這首歌，這是美國流行歌手唐·麥克林 (Don McLean) 所唱的，後來也被很多人翻唱過，其實也沒有特別喜歡這首歌，記得裡面有段歌詞是這樣「你不用去證明什麼，世界因為有你而變得如此美好」。一直到了巴黎的塞納博物館，第一次看到梵谷的畫〈Starry Night〉，後來再聽到「Vincent」，會讓我想哭，想哭是因為我似乎能體會為什麼高更會告訴梵谷這些話，他的畫證明了一切。(H 君)



圖 4-6 梵谷畫作—The Starry Night (資料來源：維基百科)

劉軒(2009)曾經說過：「音樂是可以很私人的享受，但最具意義的還是集體欣賞一個演出台上的表演者可以呼風喚雨，就像古時的祭祀，那權力終究來自於群眾的支持，台下的觀眾在朝聖，但那不只是對一個人的崇拜。掌聲宣示著共同的感動與喜悅；歡呼是對演出者的肯定，在群眾之間互相激盪，生命的『靈光』也得以體現。」獨自聆賞音樂是去感受創作者所要傳遞的美與意念，但是當眾人齊

<sup>43</sup> Don McLean 在 1971 年讀了一本關於梵谷生活的書，而寫下了「Vincent」這首歌來懷念梵谷所留給世界的美好。70 年代，在阿姆斯特丹的梵谷博物館每日播送著這首歌曲。資料來源：Don McLean 官方網頁。詳細歌詞內容見附錄用(四)歌詞



享音樂時，所要感受的便是眾人齊心力量的美—如同湯亞汀所講：「音樂除了娛樂，經濟與政治的功能外，還有群體認同的作用。」(湯亞汀，2005)。G君親臨巴黎的「紅磨坊」，台上、台下連成一氣的力量，讓他體驗到不一樣的感動。

去巴黎時有特別去看康康舞表演。因為在臺灣看過紅磨坊這部電影，電影中的音樂跟畫面印象很深刻，所以到了巴黎時有特別去找它的發源地。看了後，只能說真的是身歷其境、好立體，是我透過眼睛第一眼看到，而不是透過銀幕看到，然後現場音樂跟燈光的感受，跟在電視上看到效果是差很多的。再者，現場還有客人會反應、吵吵鬧鬧，也是跟自己在家看電視不一樣。(G君)

旅遊意義的建構不是發生在開始旅遊之後，而在開始之前即已進行。旅遊的感動不是因為抵達目的地，瞬間如同發現新大陸般的感動。旅遊的感動是因為旅者找到了他想要的答案，證明曾經記憶的符號是否真實、置身電視/電影中的體驗感、滿足自己對於符號的幻想感或是意會出符號傳達的真實意義。不同的旅者有著不同的接收符號模式，更有著不同詮釋符號的意念，一旦在目的地中補足詮釋符號時需要的缺口，感動也因此產出。「靈光」，出現旅遊中的每個感受與體驗，從未消逝。

### 第三節 賦歸—看見音樂，聽見情境

Inglis 表示：「假期的歷史中，快樂被滿足的機會逐漸增加，這是假期所帶來的明亮評價。支持這個論點的證據可以在驚人的數據裡發現：可以在數百萬張觀光客寄回辦公室被釘在牆上的彩色明信片中可以看出；也在我們旅程的開始，在一月的某個晚上所播放的旅遊電視節目裡，令人沉迷的影像當中，都可找到假期帶來的快樂的證據。」(鄭宇君譯，2002:312)旅行的快樂與美好待我們返家後，只能儲存在記憶中，想要再次體現旅行中曾感受的美，旅行中的種種經歷，就需啟動這記憶之庫，在本節之中，論者將藉由(一)回憶旅行的觸媒—音樂與(二)音樂與旅程的聯媒介—愛情，這兩部分來探討旅者在賦歸後如何再現曾經歷的旅遊情境。

#### 一、回憶旅行經驗的觸媒—音樂

在第二章第三節中曾經探討音樂是如何將時空塑形，那是從欣賞音樂中的角度來描述，談的是受眾如何從音樂去感受時空。音樂也可召喚曾經歷的旅遊時空，因為音樂是一個記憶寶庫，人們可藉它去認知世界。Storr 表示，流行歌曲的歌詞比較容易記憶，是因為簡單又不斷重複，因此也讓流行歌曲具有懷舊的特質(鄧伯宸譯，2008)。在李廣宏(2006)「音樂的旅遊趨動力研究」一文中表示，音樂是具有豐富的旅遊環境想像力。綜合上述可以發現，藉由音樂的記憶功能，旅者是可以喚醒曾有的旅遊時空，而流行音樂重複的歌詞，也加深了回憶的想像。

從英國回臺灣後，在電台中聽到一首歌「You Are Beautiful」<sup>44</sup>，聽到時覺得很恐怖！歌詞中講：「他雖是一個才華洋溢的人，但一直沒什麼作為，有天在地鐵上看到一個女生，雖然滿滿都是人的地方，但她剛走上來時就看到她了，整個心也悸動了起來。」這讓我想到了，那陣子我每天都在搭地鐵，英國搭地鐵是一件很恐怖的事，就整個會很shock，第一次搭地鐵時，往上面看，有十六層的手扶梯，那真的是很震撼，真的在搭上這十六層的手扶梯，往兩旁

---

<sup>44</sup> 詳細內容見附錄(四)歌詞

看，四個可上去手扶梯、四個下來，這樣一上一下的人潮，我應該在短短幾分鐘裡有到上千人吧！那種感覺真的好奇怪喔！這首歌就是在描繪主角整個人很迷惘，每天上班下班上班下班的，直到遇到那女生，更覺得自己的渺小。應該是說創作這首歌的人，一直想藉強調地鐵人多擁擠來表達那女生讓主角有多驚豔，我是沒遇到異國戀情啦，可是我真的可以了解英國地鐵那種複雜還有人多，整個很huge!(H君)

前一章節提到，光是聆聽音樂便足以帶起聽者的時間記憶，而將音樂和影像合併使用時，情形也相對的更加強烈。當畫面與音樂同時出現，已不是屬於直接給予旅者刺激，旅人從視聽感官同時接收符號，會轉變成「引發聯想」與「經驗聯結」進而得到回憶的感覺。也就是說會藉由畫面與音樂合併的符號引發過往經驗。人類從遠古時代便以歌聲增強著憶效果，以利於訊息的傳達；而同樣的口語傳播模式也發生在電影之中，在刻意的包裝下，音樂的存在都一定具有輔助畫面的目的，但在影像與音樂兩者同時並行給予訊息的情況下，也就等於分別給予時間與空間資訊，兩者呈現的資訊是相似的(吳宗儒，2006)，這樣相似的資訊當旅者接收到時，回憶起曾有的旅行經驗也有倍增效果，當他在描述數年前的旅行經驗仍能像是昨天才剛生般的記憶鮮明。C君從一部電影中的某個電影情節與電音配樂中回想到五年前去美國旅遊的情境，電影中音效(audio)與畫面(video)呈現出協調性的效果，C君曾經歷過類似的情境，透過這種感受，瞬間聯結起過去的經驗，並且清晰的道出當下的時空脈絡。

「My bloody valentine」這首歌是從一部電影「愛情不用翻譯」(Lost in Translation)中聽到的，這部電影是在講兩個美國人在日本相遇的故事，有一段是演他們兩去夜店玩，玩完後後來還被人家追打，然後他們兩個就開始跑，就坐上計程車，然後要回飯店，那部電影這首歌就出現了，那首歌的感覺是迷離的，還有一種難以形容的感覺，怎麼講勒？有些歌的感覺是柔順的，這首歌的感覺是顆粒比較粗的，但是又有一種很隱隱憂憂的悲傷，很深沉的東西在裡面，那部電影的畫面就是，他們兩個看著車窗外，那時候坐在計程車裡面，看著車窗外的景像，然後日本的霓虹燈的街頭，這

樣閃爍。讓我回想到剛到美國的第一刻，第一站是到「鹽湖城」，那時候剛下飛機，要去我訂好的旅館住宿，我查好公車路線，但是那公車卻到不了那地方，就是轉車出了點問題，後來我又在那邊等車等很久，從黃昏等到天黑，那時候天黑已經快九點了，就沒有地方去丫，我就想說大不了睡路邊呀，後來有一個當地人，我就問他要怎麼走，他就說他也不知道，他就建議我先回機場睡，他說那邊比較安全，我就說好那我就準備回機場睡，在要坐公車回機場的時候又有點迷路。(參考圖 4-7、4-8)(C 君)

圖 4-7 為 C 君到鹽湖城時，在等車的時候所拍下的照片。

圖 4-8 為「愛情不用翻譯」的電影劇照，男女主角於東京迷路時的畫面，兩張圖片是不一樣的地點，但卻都是要從車水馬龍、明亮的路燈來對比主體在其中的迷惘、慌張、無助感。

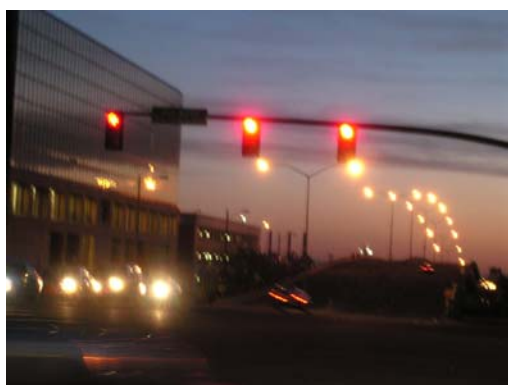


圖 4-7



圖 4-8 資料來源：「開眼電影網」

20 世紀的 80 年代出現了一種「世界音樂」的概念，並發展成一種「多元文化」並存的思想。所謂的世界音樂，也是文化多元性的一種旅遊標籤(Lovering，轉引自湯亞汀，2005)。音樂並非無國籍的語言；每個文化的音樂都充滿了「獨特性」。旅人藉著各式有「獨特性」的音樂聯結起他們經歷過的旅程，也許旅程當下的情境是與那樣的「獨特性」音樂有相類似的場景，又或許具有濃厚異國風味的「獨特性」音樂根本就是旅者曾身歷其境的真實體驗。E 君聽著中南美洲的音樂回想到一次在臺灣公路旅行的經驗，中南美洲與臺灣相隔的距離是多麼遙遠，但因為藉著一個旅人聆聽音樂的經驗，將它們串聯起來，E 君公路旅行時所體驗到的是一種人煙稀少的空曠感，而他在描述著中南美洲的電影配樂中，找到

空曠感。G 君對於日本傳統祭典音樂是很有印象的，在一個日本流行歌手的聲音中，他找到了這樣似曾相識的感覺。

「革命前夕的摩托車日記」中的電影配樂，會讓我想到大學時候騎車去新竹旅行。很喜歡那個電影配樂，這音樂像在描述公路旅行的情境。騎車時我不會特別去放這音樂，但是當我回想到自己騎車公路旅行時，反而是「革命前夕的摩托車日記」中的電影配樂。從音樂可以聽到那種似乎路很長要一直騎一直騎，在這種一直騎的過程中，可以讓人終於找到自己的目標。或是終於找到自己的方向，在這之前，一路上都沒有。音樂是有點中南美洲的感覺，然後搭配木吉它，彈吉它的人也跟斷背山的電影配樂是同一個人。是不會覺得它的吉它是跟斷背山的一樣，但我覺得有種共同一樣的感覺就是「空曠」吧！「斷背山」是在騎馬然後寧靜；「革命前夕的摩托車日記」是好像你一直在找什麼，雖然它旁邊也是很「空曠」。(E 君)

每次聽到中孝介的「夏夕空」都會讓我回想到在日本唸書時的某一個暑假。我都會趁暑假去日本各地旅行，日本的神舍在夏天都會有些活動，有一年夏天跟學校的球隊去玩，然後球隊都會被邀請去抬神轎，因為我們是留學生，那些歐吉桑有邀我們去抬，還要換他們傳統的衣服，在扛神轎時，有搭配特別的傳統音樂，還有夾雜神轎上鈴噹的聲音。可能是中孝介的音樂很有日本傳統風味吧，就是那種像演歌又厚厚鼻音的嗓音，尤其是「夏夕空」，歌詞在描繪日本夏日的感受，祭典啊、風鈴聲，就很容易讓我想到那時候。(G 君)

全球化的影響下，各民族的文化界限變得愈益模糊。音樂在各種文化因素中最能標誌族群性(ethnicity)，在現今如此多元又複雜的社會關係中，音樂往往能靠特定的曲目和表演風格來進行認同，即強調自己與其它群體的差異(Stokes，轉引自湯亞汀，2005)。也因為音樂能夠生動地體現社會結構與價值觀，當旅遊地藉音樂傳遞的價值觀與旅者相同，音樂似乎也成為他們與異文化間的共同語言。受訪者 E 君與 G 君除了藉音樂回憶起曾過往的旅行經驗，更借助這些音樂找到了他們與異文化的交流。

## 二、旅行與愛情的聯繫媒介—音樂

Hendrick (2002) 認為人生中，沒有什麼比愛情更重要的，人生如果沒有愛情，生命就只有黑白兩色，有了愛情，等於有了色彩，開宗明義地指出愛情是積極、樂觀心理學的核心。戀愛所帶給我們的回憶很像是旅行所帶給我們的回憶(蔡文杰，2001)。戀愛與旅行所需經過的每一階段的心情轉折是很相像的，戀愛的開始總是充滿期待與幻想，就像旅行出發前也是對未知的旅程有所期盼般；戀愛中一如同旅途中，在異國遇上的各種遭遇總是令旅人五味雜陳；戀愛的結束往往是令人心碎卻又難以割捨的情感，正如同旅人踏上歸途時，心中總是千萬個不願意，但還必須要結束旅程。戀人終究要分手，旅程終究要歸返，但這不代表真正的結束，再經過時間的洗禮下，人們又開始下一段的愛情、下一段的旅行。

旅行與愛情相似度之高，讓音樂創作人在製作音樂時，也常會用旅行來詮釋愛情，以華語流行樂壇而言，近三年(2005~2008)也有多首這樣的歌曲：「陳綺貞」旅行的意義(2005)；「戴佩妮」一個人的行李(2006)；「魏如萱」一起去旅行(2007)；「小林友韻」真愛的旅行(2008)；「袁泉」一個人旅行；「JS」愛情背包客(2008)。蕭蘋&蘇振昇(2002)解讀台灣流行音樂中的愛情世界之研究亦指出，大眾文化為形構愛情意識形態的主要來源。身處現代社會的閱聽人，被雜誌、小說、電影、流行歌曲等媒介中各種的愛情意象所圍繞，這些大眾媒介所呈現的愛情的論述(discourse)，是社會中最普遍的論述之一，也是建構我們的思想、感情、和行為的重要方式。

愛情包含四個基本要點：1.愛的對象，2.因愛產生的感覺，3.因愛產生的想法，4.雙方的關係與行為。每一項要點都可能因文化而異，且有其重要性，故愛情不可能脫離文化、社會的架構，而愛情的意義又深受外在環境的影響，也易受個人的詮釋而變(趙居蓮譯，1995)。「音樂」常常詮釋出愛情的模樣，這樣的模樣，旅人聽到這樣的模樣，在旅程就會按圖索驥般的去找出嚮往中的愛情與渴望中的旅行。

魏如萱有一首歌叫「一起去旅行」，那首歌的MV加音樂我每次聽到都會有一種很美好的春光，應該要出去走一走的感覺。應該是MV的整個氛圍吧，陽光很和煦，感覺很舒服，就覺得應該找女朋友漫無目的的去遊走。想到以前週末的下午，睡午覺起來，看到天氣很好，就會拉女朋友去胡亂走，沒有特定的目的，也許騎到山上或是海邊，算是一種很閒散的旅行。雖然我喜歡一個人的旅行，但是跟女朋友去是不一樣的感覺，帶她去我想去的地方，算是一種「愛的分享」，會有一種一起浪跡天涯的感覺。(C君)

記得有一次男朋友在唸書，我買了飲料去找他，他一直在聽梁靜茹的這張專輯。自此之後聽到梁靜茹的聲音就想到他。記得有一次男朋友騎著摩托車載我到海邊，一路上都很開心，一路上都一直唱梁靜茹的「崇拜」。覺得可以跟在他背後，我不需做任何決定，他都讓我很安心，這些讓我有一種校園戀愛的感覺。應該說，從來都沒有那種青春校園的純純的愛的經驗，直到二十八歲遇到了他，讓我找到了這種浪漫的感覺。(A君)

在愛情過程中曾經旅行，這樣的回憶總是特別美好與深刻，然而逝去戀情的心痛，也讓每個旅人容易將這樣的回憶藏在心底最深處，旅人沒有忘記逝去的愛情，只是埋葬了它。音樂彷彿能窺視旅人的心底般，曾經與過往的戀人在旅程上有過的悸動，在音樂的魔力之下，無所遁形。

「東京」是跟我前男友去，就情侶去啊，所以會覺得好有感覺喔，很浪漫！可能是江美琪唱的「東京鐵塔的幸福」這首歌<sup>45</sup>吧，就覺得到了那邊，一定要去到「東京鐵塔」，然後我們才可以一直很幸福！哈！記得那時我們在找東京鐵塔在哪，然後去，然後我們兩個都找不到，就一直在那邊走，奇怪，那路口在哪，明明高高的塔就在眼前，但就是走不到，雖然找不到，但是我覺得跟前男友一起找路，連迷路都變成很幸福的感覺！「東京鐵塔的幸福」讓我覺得寫的太好了，歌詞的感覺讓我覺得跟去那邊所描繪的感覺很像。(B君)

---

<sup>45</sup> 詳細內容見附錄(四)歌詞

那一陣子我跟我在追一個女生，有常坐火車去玩，也有去「基隆」後來梁靜茹出了首歌叫「暖暖」，歌名的關係吧，再加上那個音樂剛開始的時候是火車的聲音，自然而然只要聽到這音樂，就會想到那跟那女孩子發生的一些事。(G君)

蔡文杰在「旅行與愛情人一痕跡、記憶與種種」一文中認為：「人生就像是一個旅程，愛情也是一個旅程，當愛情逝去時是否用真正的旅程填滿這個空窗期，人生才會是一個完整的旅程。年輕時候的戀愛往往最能夠消耗我們的記憶與懷念，因為是最初，也往往是最美好，然後隨著時間的消逝，愛情的降臨也不若以往的激情，倘若在人生中初次的愛情便是最後的愛情，沒有後悔與變心，在今天像是一種可遇不可求的神話一樣。那麼用旅行來說，初次的旅行經驗與美好，常常讓我們就此愛上旅行，而且對旅行始終保持一種熱度，然後持續不斷的在旅行著。」(蔡文杰，2001)。然而礙於現實經濟、時間的考量這「一直旅行」也是不大可能實現的事。於是旅人與戀人轉而將渴望愛情與旅程的心投射在音樂之中，音樂慰藉所有的缺憾，滿足他們對愛情與旅程的種種想像，依循著音樂流露的愛情與旅程模樣，朝下一段愛情與旅程前進。

## 第四節 小節

在Google、Yahoo、網路全球訂位系統、數也數不完的「背包客<sup>46</sup>」網路討論區，似乎在「Click」的一念之間，就可以決定一段旅程的開始，如此的方便、大眾化，似乎愈益張顯不出旅遊(Travel)與觀光(Tourism)的差別(劉軒，2009)。

正因如此，後現代下的旅遊又回歸到自我意識的本質。當「墾丁」每一個角度都已被無數位音樂製作人詮釋出意義後，旅者從音樂中記起的「墾丁」又增加了什麼價值？唯一真正能夠稱為自己的，就是身處在當地，細細感受旅程當下的

---

<sup>46</sup>背包客：在英文中為 Backpacker，是由 Backpacking 一詞演變而來，也就是背著背包做長途自助旅行的人，被稱呼為背包客的旅行者往往是在有限的預算下進行旅行活動，所以他們對於旅行的規劃、景點的獨到之處也常有自成一派的見解，在旅遊界裡，老經驗的背包客往往相當令人注目，此外，目前背包客也能泛指登山、露營、冒險活動的戶外活動參與者。資料來源：維基百科



內心感觸。那種體驗和記憶是無可取代的。很多人到一個風景名勝區會「先拍照、後觀賞」，總是以視覺的角度去感受這世界，只因其它的經驗是無法被記錄下來。然而記錄下來是可見視角的一環，旅遊者想探究出在旅遊中自我意識的本質，須有更多的感知，包括視覺、聽覺、觸覺、味覺、感覺。聽覺的使用雖是次於視覺感官，但基於耳朵的構造原理，「聽」的感受是無時無刻都在進行的，旅行中，「音樂」對於旅遊而言，就像是個喚起記憶的靈藥。連結了旅程中所遇到的人、事、物的整個情境脈絡，也象徵了我們在過往旅遊「此時此刻」的感受。隨著時光的消逝，旅程的記憶會有些許的褪色，因此一段旅程的起迄對與旅人而言也不僅是故事和記憶。「音樂」除了喚醒我們曾發生過的故事，更提示我們，「那裡」是旅人「親自體驗」過的，也經曾經是美好；也經曾經令人難受，這些「曾經」是旅行獨一無二的價值，旅程中最大的力量，來自於「人」。

## 第五章 結論

從前述分析中解析音樂與旅遊的關係，論者試圖從旅遊活動中的重要三者——旅者、音樂、旅遊目的地意象中意義的流變，來說明在後現代旅遊情境者旅者地位的提升，以及音樂所賦予的符號意義大於觀光性目的功能。

本章鋪陳整個研究的總結，共分成三節，第一節為本研究三項研究目之總結；第二節為研究限制與建議，論者將研究過程中一些尚未探討與詮釋的現象羅列，並提出後續研究之建議；最後，重新回到個人經驗與社會現況，替本研究結論作下反省的思考。

### 第一節 研究總結

時代的流變產出了某種社會脈絡，而音樂、旅遊與旅遊目的地意象三者在這樣的社會脈絡中如何相互導引，相互聯結。一段旅程中，藉由五感的體驗，可對旅者產生意義的觸媒俯拾皆是，旅程中的音樂即為其中之一。因應本研究所提出的三個研究目的，下述研究發現。

#### 一、 音樂、旅遊與旅遊目的地意象三者之間的相對應關係。

透過八位受訪者的陳述以及分析歷程，本研究發現音樂、旅遊與旅遊目的意象可分別互為主被動關係。於此，將三者分別為主述語來對應另兩者以解說其關係。

〔見表 5-1〕

表 5-1 「音樂、旅遊、旅遊目的地意象」三者相對應關係分析表

主述語	與另兩者之對應關係
音樂	音樂撩撥起旅者對旅行的憧憬，以及對旅行意義的建構。
	藉著聆聽音樂的想像，建構旅遊目的地意象。
旅遊	旅遊情境中聽到的音樂以及「音景」，加深旅行記憶；旅遊中準備的音樂，可與旅遊情境互補。
	實地的旅遊，有可能改變了原本的旅遊目的地意象，亦或是加厚了旅遊目的地意象。
旅遊目的地意象	因為旅遊目的地意象，旅者在旅行途中，得以在每個旅遊地進行比對，每一次的旅行就像是尋找答案的過程。
	以音樂建構的旅遊目的地意象，一旦於旅遊地聽到、看到類似的情境，曾聽過的音樂也會再度浮現。

## 二、藉由音樂而產生的旅遊目的地意象與旅遊動機，在何種社會脈絡下產生流變。

後現代情境脈絡下，不同於觀光客被動的接收旅行社安排的各式符碼，旅者的旅行意義是自己創造的。從本研究八位受訪者的經驗中，可以見到他們將「音樂」所代表的符號意義脈絡化——也就是重新詮釋並且將意義重整的能力。

「符號的密集使用」可說是現代旅遊的特色。最具代表性的是迪士尼的主題樂園。在迪士尼主題樂園「人造超真實」的情境中，旅遊者所能獲得的旅遊體驗甚至比自然的景物更為強烈(劉維公，2007)。Urry對於「旅遊的符號化」也有精闢的闡釋，他認為人類旅遊活動的主要類型是隨著社會結構的變遷而改變，在後現代的社會之下是「去組織化資本主義」(disorganized capitalism)<sup>47</sup>社會發展階段

<sup>47</sup> 當前人類社會已經從「組織化資本主義」(organized capitalism)轉變為「去組織化資本主義」(disorganized capitalism)。對於過去以「福特主義」(即規格化與標準化)為核心機制「組織化資本主義」社會，「大眾觀光」(mass tourism)是主要的旅遊活動型態。

(Urry, 葉浩譯, 2007), 旅者不再只是跟隨著「生產者」(旅行社)的安排, 每一個產品(旅遊目的地)都有特定的意義符號, 這些符號正是引發旅者行動去旅遊的動機。旅者藉由視聽產品(音樂、電影、MV.....)發現符號, 進而想去體驗這些符號。體驗符號的目的在於創造專屬於自己的意義, 打造符合自己想體現的生活風格。在後現代社會中, 旅者雖創造了旅行的意義, 卻還是在消費社會的符碼影響下被動創造。

### 三、 音樂在旅程中的意義為何。

一段完整旅程的時間脈絡是由啓程、旅途中與賦歸所連接而成的。研究發現, 在一完整旅程中的每一時間區塊, 「音樂」是不可或缺, 因為音樂本身便是一種時間的藝術。啓程之前, 旅人被各媒介〔電視、電影、MV、MP3、CD、網路.....等〕所累積的音樂資訊, 建立起他們對於不熟悉的旅行目的地的想像, 除此之外, 音樂也召喚出旅人的渴望。

音樂除驅動了旅者的旅遊進程後, 在旅程中, 繼續伴演著重要的角色。一部好的電影絕對有一系列精彩絕倫的電影配樂, 相同的, 一段令人難以忘懷的旅程, 也要有一成串的旅行音樂輔助在旁。在旅程中, 難免會有寂寞孤單的時候, 這時候的音樂就像是伴侶般, 旅者可以將自己的心情投射於音樂之中; 見到壯闊的名山大川, 以「審美」的姿態行進時, 音樂的「情境互補性」更能讓旅人融入旅遊地; 旅人更能藉由音樂來印證旅遊目的地意象是否與旅遊目的地相契合。

曾有過的旅程並不會因為賦歸後就消逝, 美好的記憶只是暫時儲存在心底深處, 一旦經由觸媒的激發, 過往的旅程也將被再次喚出。視覺的觸媒是照片, 音樂則是聽覺的觸媒。旅程中曾聽過的音樂、符合曾遊歷過地方的當地音樂, 甚至與在地「音景」雷同的音樂皆可能引發旅行回憶。有別於相片的視覺回憶, 音樂的聽覺回憶, 一旦被召喚出, 心靈的悸動是與旅人連動的。

## 第二節 研究建議

本研究的趨向，其重點在於意義的解釋性理解(interpretive understanding)(詹偉雄，2005)，是對被論者的生活故事和意義做出解釋，採取的是一種歸納式的研究思路。從研究中發現，「音樂」形構旅者的旅遊目的地意象，也能喚起過往的旅行經驗，確實與受訪者感知並且吻合。但是否可以證明「長時間聽音樂習慣」、「因為某些音樂而認識了某個觀光地」或是「在一次旅行中的情境記起某首音樂」的旅者都得以認同並呼應研究的三個目的，雖有涉及卻可更具象。

這份針對「旅者、音樂與旅遊目的地意象」三者之間相互關係探討的探索性研究，引發了研究目的幾個問題。第一、藉由不同種類的音樂建構，僅管是同一個旅遊地，也可能造成不同的旅遊目的地意象。本研究在研究設計初期並未將焦點關注在音樂類別的不同會如何改變建構意象的途徑，後續研究者可在音樂的類目加以區分，以了解不同屬性的音樂對於旅遊目的地意象的建構會有著怎樣不同的意義。第二、論者在訪談中也發現，同一首音樂，給予不同的旅者聆聽，會產生的可能是不同城市的旅遊目的地意象。後續研究在進行時，可對「音樂」本身的創作背景脈絡、與各城市流露的意象氛圍加以探究，更能針對音樂與目的地意象作更深入討論的可能。第三、本研究在設計時，是以「視覺與聽覺交織經驗」為前提來探討，但研究中發現，旅者對於「聽」的感受與「看」的感受是可以分開記憶的，旅者在建構旅遊目的地意象時，「視」、「聽」感受如何不同，也是值得關注的研究場域。

另外，在採用研究方法的部分，論者採用的是「半結構式的訪談」，在訪談中，受訪者常忽略論者的主述問題，導致他們說出與問題毫無關連、或是跳躍性的回答，必須待論者不斷重複或修正問題才能得到相關回應，此點論者已在第三章裡說明。這樣事倍功半的情況造成必須在訪談過程中不斷地修正論者提問的方式，才能得到較完滿的改善。因此建議後續論者應在初期進入場域前，就先設定好自身角色，即便是觀察者身份，在面對受訪者或觀察對象時，應謹記主要論點，

在受訪者無意間不經意的談話中，亦能清楚論點的陳述。

### 第三節 尾聲

李欣頻(2008)在〈不能常旅行的人，如何常有旅行行者的創意〉一文中表示旅行的目的不在於蒐集旅行地，它是一種態度，更是一種看世界的新方式。她表示：「如果你無法常出國旅行，可以藉著看旅遊節目、電影中的異國場景，虛擬一下旅行者產生創意的狀態。或是你可以散步、騎腳踏車、做捷運、搭火車，像電影《練習曲》，在台灣各地做短期的旅行；亦或是把自己假想成另一個身份、另一個年齡，另一個性別、另一類生物、另一種呼吸速度、另一層所在高度，一樣可以轉換貫性的生活——有創意的人從家裡開車到公司，即使是塞車的一段路，心境也可以悠閒地，像是在塞納河的豪華郵輪上。」音樂具有看不見、摸不到的特質，只能藉由聽覺感受，它的無形狀態，也正是滿足一場「虛擬旅遊」的最佳媒介，旅人可從音樂的想像空間中，將自身放置於世界各國，遨遊於天地之間。

旅行的意義就是藉著「移動」的過程中由「他我」與「自我」不停的流變，來找出「自我」生命的真諦。高科技工業發展如此迅速，人人都籠罩在「全球化」下，似乎不停的忙碌向前跑，是現代社會每個人生活的映照，常常，多數人是擬不出時間旅行的。旅程中的音樂是「他我」與「自我」流變的催化劑，旅人透過音樂「意境互補性」而融入旅程情境中，能更快速的將自己轉變成想像的自己。

藉由本研究的爬梳，能夠作為部分旅遊或是音樂相關研究論述的補充，同時提示未來研究能夠發展出不同的研究視野，觀照到日常生活脈絡下，希冀旅者藉由「不帶成見、不帶慣性」的將旅行「日常生活化」，促進旅者在每一趟旅行者都能在異國產生混血質變，助其自我認同發展上的可能。此外能帶著敏銳的「眼、耳、鼻、舌、皮膚」各項感官去旅遊，體現美感生活。身為旅者的我們可以做一個喜悅自由、但又不被符號價值或是物品所拘役的生活者。除了思考自身所期望

的理想旅遊樣貌為何外，亦如 Willis(1990)，在商業和資本主義的協助之下，一種凡俗的爆發從日常象徵生活和活動釋放出來，這種釋放的力量如同從神燈裡跑出來的精靈，「不要將它硬塞回去，而是看看可以許什麼願望，應該才是我們想像力的內容」(Willis,轉引自 Storey,2003)。因此這種意義詮釋空間的釋放以及主動詮釋的能動性，表現了旅者如何藉由音樂、與旅行經驗來建構其旅遊目的地意象。透過旅遊目的地意象再現於眼前，旅者也得以藉此來印證自己的生活經驗和感受，探索並尋找新的個人認同。

旅行有一百種樣子，比如：不停前進，享受身旁忽略美麗的奢侈；有時停止，是爲了捉住能夠懷念一輩子的事，你可以收藏和珍愛的人共度的時光，但一個人，也有用「孤獨」換取快樂的方式。旅行的百態令人癡狂，然旅程結束，或許，是標示一段故事的休止；或許也是遇見下一章詩篇的開始。每個旅人都有一個屬於自己的旅行樣子，端賴旅人去發掘！

# 參考文獻

## 一、中文部份

王仕圖、吳慧敏(2003)。〈深度訪談與案例演練〉，齊力、林本炫(編)《質性研究方法與資料分析》，95-113。嘉義：南華教社所。

王次炤(1997)。《音樂美學新論》。台北：萬象。

汪文聖(2001)。《現象學與科學哲學》。台北：五南。

余振民(1998)。《未婚男性的愛情觀--現象學方法的研究》。國立政治大學心理學系碩士論文。

李欣頻(2008)。《非寫不可，不寫會死：寫作、創意、旅行與人生的 50 問》。台北：方智

李廣宏(2006)。〈音樂的旅遊趨動力研究〉。《商業現代化》，第 485 期，頁 213-213

吳芝儀(1996)。《生涯發展的理論與實務》。台北：揚智文化。

吳宗儒(2006)。《音樂的時空與視覺的連結—電視中音樂的完形作用初探》。國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。

何家欣(2008)。〈音樂的「美感」〉。《國教新知》，55 卷，第二期，頁 62-65。

林明地(2000)。〈質的研究實例舉隅：校長領導的參與觀察〉。《質的研究方法》，頁 51-87，中正大學教育研究所編。

邱淑雯(2004)。〈觀光意象的建構：夏威夷和加勒比海地區〉。《歷史月刊》，第 202 期，頁 117-123。

紀心怡(2007)。〈出走是為了返家：論「老鷹，再見」中旅行書寫的意涵〉。《文學臺灣》，第 63 期，頁 244-269。

胡幼慧(1996)。《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》。台北：巨流。

范麗娟(1994)。〈深度訪談簡介〉。《戶外遊憩研究》，7(2)，頁 25-35。

畢恆達(1996)。〈生活經驗的反省：詮釋學觀點〉。《本土心理學研究》，第 4 期，頁 224-259。



- 高淑清(2001)。〈海外華人留學生太太的生活世界：詮釋與反思〉《本土心理學研究》，第 16 期，225-284。
- 陳向明(2002)。《社會科學質的研究》。台北：五南圖書。
- 陳伯璋(2000)。〈質性研究方法的理論基礎〉。《質的研究方法》，頁 25-49。高雄：中正大學教育研究所編。
- 曾慧佳(1999)。《從流行歌曲看台灣社會》。台北：桂冠。
- 黃文貞(1997)。《流行及其符號生產機制》。臺灣大學社會學研究所碩士論文。
- 黃遠水(2008)。〈深入研究旅遊體驗，大力發展體驗旅遊—評王瑛的「旅遊體驗與體驗旅遊」〉。《樂山師範學院學報》，23(4)，頁 90。
- 桑慧芬(2005)。《影像閱讀時代》。台北：五南。
- 勝守堯(1998)。《審美心理描述》。四川：四川人民出版社。
- 湯亞汀(2005)。《城市音樂景觀》。上海：上海音樂學院。
- 張春興(1995)。《現代心理學》，台北：台灣東華書局。
- 詹偉雄(2005)。《美學的經濟：台灣社會變遷的 60 個微型觀察》。台北：藍鯨。
- 楊長苓(2000)〈質性研究工作坊系列一：訪談法(1)〉。《婦女與兩性研究通訊》，56，頁 2-7。
- 楊義宏、郭文貴(2007)。〈建立西藏印度與國樂音樂意象之可行性研究〉。《華岡紡織期刊》，14(2)，頁 151-163。
- 廖紅英(2008)。〈談音樂與旅遊〉。《市場論壇》，53(8)，頁 74-75。
- 劉仲冬(1996)〈量與質社會研究的爭議及社會研究未來的走向與出路〉。《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》。台北：巨流。頁 123-139。
- 劉純(2002)。《旅遊心理學》。台北：揚智。
- 劉軒(2009)。《放任心中的一百次流浪》。台北：時報出版。
- 劉維公(2007)。《風格競爭力》。台北：天下雜誌。
- 蔡文杰(2001)。《反思旅行：一個旅人的反省與告解》。台北：生智。

蔡美麗(1980)。《胡塞爾》。台北：東大圖書。

潘德榮(1999)。《詮釋學導論》。台北：五南。

鄭仲(2006) 大陸人民對台灣之旅遊意象與旅遊意願研究。國立東華大學企業理學系碩士論文。

簡政珍(2004)。《音樂美學風景》。台北：揚智。

蕭萍、蘇振昇(2002)。揭開風花雪月的迷霧：解讀臺灣流行音樂中的愛情價值(1989-1998)。新聞學研究，第 70 期，頁 167-195。

羅展鳳(2004)。映畫 x 音樂。香港：三聯。

## 二、西文部份

Ahmed, Z. U. (1991). The Influence of the Component of a State's Tourist Image on Product Positioning Strategy, *Tourism Management*, 12(4), 331-340.

Arsenault, A. & Anderson, G.(1998). *Qualitative Research*. Falmer Press.

Babbie, E. (1995). 《社會科學研究方法》(*The practice of social research*)。李美華等譯(1998)。台北：時英。

Benjamin, W(1998). 《迎向靈光消失的年代》(*Walter Benjamin Essays*)。許綺玲選譯(1998)。台北：臺灣攝影工作室。

Benzon, W(2001). 《腦內交響曲》(*Beethoven's Anvil : Music in Mind and Culture*)。趙三賢譯(2003)。台北：商周。

Best, S、Kellner, D(1991). 《後現代理論：批判的質疑》(*Postmodern Theory: Critical Interrogations*) 朱元鴻、李世明譯(2005)。高雄：復文圖書。

Bogdan, R.C.& Biklen,S.K.(1998). 《質性教育研究：理論與方法》(*Qualitative research for education : an inroduction to theory and methods, 3th ed.*)。李奉儒、高淑清、鄭瑞隆、林麗菊、吳芝儀、洪志成、蔡清田等人譯(2001).台北：濤石。

Boulding, K. E.(1956).*The Image. Ann Arbor. Mich: The University of Michigan Press.*

Cook, N(1998). 《音樂》(*Music*)。侯琄譯。香港：牛津大學。

Crompton, J. L.(1979).An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location upon that Image, *Journal of Travel Research*, 17, pp.18—23.

Dann,G.(1977).Anomie, ego-enhancement and tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol.4, No.4, pp.184-194.

Douglas, M. & Isherwood, B.(1979). *The World of Goods: Toward an Anthropology of Consumption*. N.Y: Basic Books,Inc.,Publisher.

Dumazedie, J.(1967). *Toward a Society of Leisure*. New York: Free Press.

Echtner, C.M., & Ritchie, J.R.B(1993). *The measurement of destination image : An empirical assessment*, *Journal of Travel Research*, 1993, 31(3), pp.3—11.

Fakeye, P. C. and Crompton, J. L. (1991).Image Differences Between Prospective First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley, *Journal of Travel Research*, 30(2), pp.10-16.

Featherstone,M.(1991).*Consumer Culture and Postmodernism*. London:Sage.

Freud,S(1901).《日常生活的心理分析》(*The Psychopathology of Everyday Life*)。林克明譯(1970)。台北：志文。

Fiske, J(1989).《瞭解庶民文化》(*Understanding Popular Culture*)。陳正國譯。台北：萬象。

Gallarza, M. G.,Gil Saura, I. and Calderon Garcia, H.(2002). Destination images towards a conceptual framework, *Annals of Tourism Research*, Vol, 29, No.1,pp.56-78.

Gartner, W. C.,& Hunt(1987). J. D., An analysis of state image change over a twelve-year period ( 1971—1983 ) , *Journal of Travel Research*, 126, pp.15—19.

Gartner, W. C.(1986).Temporal influences on image changes, *Annals of Tourism Research*, 13(4), pp.635-644.

Gartner, W.C.(1989).Tourism Image: Attribute Measurement of State Tourism Products Using Multidimensional Scaling Techniques, *Journal of Travel Research*, Vol, 28, No.2,

pp.16-20.

Gibson, C & Connell, J (2005).*Music and Tourism*. U.S.A: University of Toronto Press.

Hendrick, S.S.& Hendrick, C.(2002).Love. In C.R.Snyder & S.J.lopez (Eds. ) ,

*Handbook of positive psychology* ( pp472-484 ) .London: Oxford University

Hunt , J.D.(1975). Image as a factor in tourism development, *Journal of Travel*

*Research*, 13, pp.1 - 7.

Inglis, F(2000).《假期：愉悅的歷史》(*The Delicious History Of the Holiday*)。鄭宇君

譯(2002)。台北：韋伯文化。

Iso-Ahola, S. E. (1982). Towards a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder, *Annals of Tourism Research*, Vol. 9, No. 2, pp.256-262.

Kamien,R(2002).《音樂—認識與欣賞》(*Music: An Appreciation*)。王美珠等譯。台北：麥格羅希爾。

Lanquar, R(1985).《觀光旅遊社會學》。黃發典譯(1993)。台北：遠流。

Leisen, B. (2001). Image segmentation: The case of a tourism destination, *Journal of Services Marketing*, 15(1), 49-66.

Lee, G., O'Leary, J. and Hong, G. S. (2002).Visiting Propensity Predicted by

Destination Image: German Long-haul Pleasure Travelers to the US, *Journal of*

*Hospitality and Tourism Administration*, 3(2), 63-92

Löfgren ,O(2002).*On Holiday: A History of Vacationing*. London: University of California Press.

Manen,M,V(2004).《探究生活經驗》(*Researching Lived Experience*)。高淑清、連雅慧、林月琴譯(2004)。嘉義市：濤石文化。

Marcuse, H(1964).*One dimensional man: studies in the ideology of advanced industrial society*.London : Routledge.

Mayo. E. & Jarvis. P. (1990).蔡麗伶譯(1990)《旅遊心理學》。台北：揚智文化。

- Mazanec, J.A.(1994). Image measurement with self-organizing maps: A tentative application to Austrain tour operators, *The Tourist Review*, Vol.49,No.3,pp.9-18.
- Mcluhan ,M(1987).*Understanding the Media*.New York: Taylor & Francis.
- Minichiello, V., Aroni, R., Timewell,E., Alexander, A.(1990).*In-Depth Interview*, Australia :Longman Cheshire Pty Ltd.
- Mishler, Elliot G(1986). *Research Interviewing: Context and Narrative* Cambridge, MA: Harvard University Press
- Morgan, M & Pritchard, A (1998).*Tourism Promotion and Power : Creating Images, Creating Identities*. New York: John Wiley & Sons.
- Pearce, P. L.(1982).Perceived changes in holiday destinations, *Annals of Tourism Research*, 9, pp.145—164.
- Pieper, J(1947).《閒暇：文化的基礎》(*Leisure, the Basis of Culture*)。劉森堯譯(2003)。台北：立緒文化。
- Ryan,C. and Glendon, I.(1998).Application of leisure motivation scale to tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol.25, No.1, pp.169-184.
- Sacks, O(2008).《腦袋裝了 2000 齣歌劇的人》(*Musicophilia : Tales of Music and the Brain*)。廖月娟譯(2008)。台北：天下文化。
- Schafer, R.M(1993).*The Soundscape*. New York: Inner Traditions.
- Sokolowski, R(2000).《現象學十四講》(*Introduction to Phenomenology*)。李維倫譯(2004)。台北：心靈工坊。
- Storey, J.(1993).《文化研究與通俗文化導論》(*Cultural theory and Popular Culture: An Introduction*)。李根芳、周素鳳、方淑惠、余佳玲、鄭雅芳譯(2003)。台北：巨流。
- Storr, A(1993).《音樂與心靈》(*Music and Mind*)。張嚶嚶譯(1999)。台北：知英文化。
- Storr, A(1993).《孤獨的聆賞者》(*Music and Mind*)。鄧伯宸譯(2008)。台北：立緒文化。
- Urry, J.(2002).《觀光客的凝視》(*The Tourist Gaze*)。葉浩譯(2007)。台北：書林。

- Veal, A. J.(1997).*Research Methods for Leisure and Tourism*. London : Prentice Hall.
- Weber, A.(1995).《社會心理學》(*Social Psychology*)。趙居蓮譯(1995)。台北：桂冠。
- W.A.Mathieu(1994).《處處都有音樂的日子》(*The Music Life :Reflections on What It is and How to Live It*)。蔡逸萍譯(2003)。台北：新雨。
- Zikman, S.(1999).《旅行，聆聽心的呼喚》(*The Power of Travel*)。汪芸譯(2001)。台北：天下文化。
- Zaltman, G(2002). Hidden Minds, *Harvard Business Review*, 80(20):26-27.
- Zaltman, G. & Coulter, R. H.(1995). Seeing the Voice of the Customer: Metaphor-Based Advertising Research, *Journal of Advertising Research*, 35(4):35-51.

### 三、音樂專輯

- Don Mclean(1971)。《梵谷之歌 — 唐麥克林精選》，Gold Typhoon Music。
- Jack Johnson(2005)。《In Between Dreams》，環球唱片。
- James Blunt(2005)。《Back To Bedlam》，華納音樂。
- Sheryl Crow(2003)。《托斯卡尼電影原聲帶》，環球唱片。
- Slow Dance 日劇原聲帶(2005)。艾迴唱片。
- The White Stripes(2001)。《White Blood Cells》，V2 Records。
- 中孝介(2008)。《羈絆》，索尼音樂。
- 王若琳(2008)。《Start From Here》，新力博德曼。
- 巴黎小情歌電影原聲帶(2007)。Naive Auvidis。
- 巴黎我愛你電影原聲帶(2006)。環球唱片。
- 江美琪(2002)。《再一次也好》，維京唱片。
- 李心潔(2003)。《Man & Woman》，滾石唱片。
- 周杰倫(2001)。《范特西》，索尼音樂。
- 夏川里美(2006)。《亞洲之風精選輯》，Guts( Rock Record)。

真善美電影原聲帶(2002)。索尼音樂。

梁靜茹(2006)。《親親》，Guts( Rock Record)。

梁靜茹(2007)。《崇拜》，Guts( Rock Record)。

陳綺貞(2005)。《精選 CHEER》，Guts( Rock Record)。

鄭怡(1995)。《滾石金韻民歌百大精選 2》，滾石唱片。

潘安邦(1992)。《思念總在潘安邦》，喜瑪拉雅音樂。

魏如萱(2008)。《甜蜜生活》，前衛花園。

藍心湄(2000)。《你開心了湄》，索尼音樂。

#### 四、影音作品

Coppola, S(2003)。《愛情不用翻譯》(Lost in Translation)，佳訊、華納電影。

Marshall, R(2005)。《藝伎回憶錄》(Memoirs of a Geisha)，博偉電影。

Wells, A (2003)。《托斯卡尼豔陽下》(Under the Tuscan Sun)，博偉電影。

#### 五、網路資料

Don McLean 官方網頁<http://www.don-mclean.com/?p=107>

百度百科：<http://baike.baidu.com/>

李根芳(2007)。(後現代主義哲學家的殞落)。《文化研究月報》，第 66 期。上網日：2009 年 6 月 3 日。網址：[http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/66/report\\_661.htm](http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/66/report_661.htm)

香港網路大典：<http://evchk.wikia.com/wiki/%E6%BD%AE>

耿曙(2009)。政大「研究生研究方法研習營」深度訪談法專題—深度訪談：意義、實踐、問題。

[http://class.adte.nknu.edu.tw/UploadDocument/86\\_%B2%60%AB%D7%B3X%BD%CD.pdf](http://class.adte.nknu.edu.tw/UploadDocument/86_%B2%60%AB%D7%B3X%BD%CD.pdf)

上網日：2009 年 6 月 15 日。

陳曉偉(2008)。〈音樂的日常政治：臺北街頭音樂個案〉。《文化研究月報》，第 76 期。網址：[http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/76/journal\\_park761.htm](http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/76/journal_park761.htm) 上網日：2009 年 四月三十日。

開眼電影網：「愛情不用翻譯」電影劇照。上網日：2009年6月10日。

網址：<http://gallery.photowant.com/b/gallery.cfm?action=STILL&filmid=f1en00335266>

維基百科全書：<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%83%8C%E5%8C%85%E5%AE%A2>

許馨文(2002)。〈解讀音樂錄影帶(MV)〉，《媒體 see see 看》，14，政大傳播學院媒體

素養研究室。網址：<http://www.mediaed.nccu.edu.tw/>上網日：2009年6月19日。



## 附錄

### 附錄一、受訪者準備事項說明

#### 從視覺與聽覺的交織經驗探訪旅者的旅遊目的地意象

您好：

首先非常謝謝您願意抽空接受我的邀約訪談，協助此研究的完成！在您接受訪談之前，有些事項要與您先說明，以便讓訪談的過程可以順利成功，相關說明如下：

#### 一、訪談目的：

本次訪談的主題是想要瞭解您的音樂、旅行經驗與關於這兩者之間的回憶有著怎樣的對應關係。

#### 二、訪談時間與方法：

本次訪談大約需要 1 小時至 1.5 小時，將採取一對一面談的方式。為了使後續的研究更加精準，希望能夠獲許現場錄音。當然，這需要您的同意。

#### 三、協助事項：

為了使正式的訪談過程可以更加順利，還需要請您在正式訪談前一週，撥冗蒐集有關於本研究主題的音樂，以做為正式訪談的討論素材。音樂蒐集的注意事項如下：

1. 請針對本此研究主題，蒐集 8~10 首音樂。音樂的內容是可以表達出您的旅遊經驗與旅遊意象相關的感覺與想法。

2. 音樂的類型不限，古典、華語流行、西洋流行、台語、東洋、爵士、搖滾、世界、嘻哈、電子、影視配樂……皆可。

3. 音樂蒐集的標準如下：a. 是以您認為這首音樂，足以代表您印象較為深刻的旅遊經驗中的地點、情境、風景、故事、感覺、人物。b. 或是您對想去卻尚未去的觀光景點可以與它有所相關的音樂。c. 曾引發您想去旅遊的音樂

因此，在蒐集並選擇音樂時，請您要詳細的思考為什麼這首音樂與您對旅遊的意象或是旅行經驗是相關的？您會如何描述這首音樂帶給您的感覺與想法？〔可參考範例〕

4. 請您於訪談時，務必帶著您蒐集好的音樂〔可以光碟儲存，或是隨身碟〕。

我非常期待聆聽您所蒐集的音樂，並且分享您的想法與感覺！謝謝您撥冗協助本研究的完成。如您對這次的訪談準備事項，或是訪談內容有任何問題，歡迎您隨時再與我聯絡，我將詳盡的與您說明！

再一次地謝謝您！

研究聯絡人：南華大學 傳播管理研究所研究生 陳冠吟  
聯絡方式：[gwenchen66@gmail.com](mailto:gwenchen66@gmail.com)/0955687868

### 【範例】

1. 李心潔唱著「夏天沒完沒了，你是太陽燙得發燒……夏天沒完沒了，這裡是不是天涯海角」，這幾句歌詞完全描繪出我對墾丁的意象—好熱好熱的地方，永遠是夏天的感覺，寬廣的路與無邊的海似乎看不到盡頭，除此之外，整首音樂的旋律是活潑輕快的，彷彿到了歌曲中描述的這個地方，可以讓人拋開一切煩惱，恣意的盡情享受快樂。

縱使它告訴我「那兒的太陽是燙得發燒」，但就是這樣用力的感受，讓我想去體驗很熱很熱的太陽真的可以把不開心的事都燒掉嗎？還有大海無邊無際的寬廣，真的就可以感受出天涯海角嗎。

2. 我常聽藏傳音樂，有一天終於到了西藏，真的到了大昭寺，聽到喇嘛在那邊誦經，聽到梵語，我的眼淚就會忍不住掉下來！

3. 在大學時跟同學到了蕙孫林場，那天我帶了一個新的隨身聽，聽的是田納西華爾滋，一個人去散步面對一個峽谷，那時是清晨，覺得一切是那麼美好，自此我只要面對像這樣的一個峽谷，我的腦帶就會出現田納西華爾滋！所以我被擾亂了，它從此帶給我生命的感動！

## 附錄二、訪談大綱

- (1) 何時開始接觸音樂？
- (2) 你覺得音樂與你是有著怎麼樣的關係？〔平常聽些什麼音樂、旅遊中會帶哪些音樂、到了遊憩的地方會去特別聆聽當地有著怎樣的音樂嗎？〕
- (3) 除了自己播放音樂來聽，還有哪些情境下的音樂是會讓你注意到的？〔電視、電影、電台…〕
- (4) 可以談談你的旅遊經歷嗎？〔曾經到訪過哪些地方、哪些地方印象較為深刻、遊歷中、曾經最感動的〕發生過的事
- (5) 曾在旅程中，有忽然哪個情境讓你想起某首音樂/電影配樂嗎？或是聽到某首音樂讓你想到某個旅遊情境？那是怎樣的一個情況？
- (6) 音樂/電影配樂曾讓你有了某地的旅遊目的地意象，但是到了當地所看到的情境卻與印象落差，有這樣的情況嗎？若有，試著描述那狀況？
- (7) 有沒有曾經因為哪一首音樂/電影配樂，而讓你想要去哪個地方玩？有成行嗎？
- (8) 妳嚮往一個怎樣的生活方式，生活態度？妳覺得妳有著怎樣的一個生活風格？
- (9) 用一句話來描述你與音樂的關係
- (10) 還有什麼是有關於音樂、旅遊與你的事情，是你覺得比較特殊的，我剛剛也沒問到的？

### 附錄三 、訪談文本【範例】

本次訪談完成於 2009/3/10 上午在台北市仁愛路 NY BAGEL 餐廳

全長 121 分鐘

受訪人：C 君

以下文字是摘錄訪談當天的部份內容

吟：先從你準備的第一首來跟我分享你為什麼會選這一首，然後這一首讓你想到了關於旅行的一個怎樣的情境〔去過的或是想像的〕？

C：一開始想到這題目，會想到像我旅遊常常是開車或騎車，然後看到筆直的公路一路到底，就會讓我想到藍心湄有一首歌，好像是叫「狂奔」吧！裡面有一句歌詞是說，「一望無際的公路，一個人找尋孤獨」對這句話還滿有感覺的，所以有時候開車，看到那種一望無際的公路，會想到這首歌

吟：是想到這首歌的詞嗎？那這首歌的詞會獨立的存在你的腦海嗎？還是它一定是伴隨著旋律出來的？

C：應該還有加上那時候聽這首歌的感覺吧，就是還有加上她那種有點慵懶、有點憤怒的嗓音，的唱腔。

吟：你說你開在公路上的時候，腦中會泛起這首歌，可以具體的講出這是怎樣的經驗嗎？

C：有一次我開車在墾丁，上到龍磐公園，然後就在往那邊開，兩邊都是草原，旁邊就是海岸，那條路很直，那段路我就想到那首歌；還有記得有一次在美國開車的時候，開到沙漠裡面，就一條筆直的路一直到視覺的盡頭，那時候也有想到那首歌

吟：所以你是喜歡這種感覺的，為什麼你喜歡在旅行途中看到這種感覺？

C：旅行的時候，喜歡在車子上，覺得可能是跟小時候的旅行經驗有關，因為我們家住花蓮，但我爸是雲林人，所以我們每年都會開車回雲林，一開就是好幾個小時，就會覺得旅行跟開車會有很大的關係，旅行在我的印象裡面脫離不了開車感。

吟：這首歌會讓你回憶到以前回雲林的感覺嗎？

C：不會耶！不回聯想到以前回鄉的經驗。

吟：所以你覺得你對旅遊方式的喜好是來自於小時候的旅遊背景？

C：對，而且開車回去的那段路一直都是很困頓的，因為會走很多山路，然後可能會很累、會塞車

吟：所以說，你那時會希望能快點走到平坦的路？

C：或者是說，一個很自由的路，如果是我一個人開車，我想轉彎就轉彎，如果我迷路的話，也不用對別人不好意思，就是渴望那種一個人旅行，擁有自由的感覺吧！

吟：反過來說，當你無意中聽到這首「狂奔」，腦海中會馬上浮現出你嚮往的這個情境嗎？

C：應該會吧，但是應該很難有機會會聽到這首歌。我也沒有儲存這首歌，但是這首歌的印象就一直在我腦海裡

吟：你是什麼時候第一次聽到這首歌的？

C：大概在高中時，有天無意中在電視上看到這首歌的MV，MV我已經忘記是什麼樣子，對於這首歌的記憶就純粹是歌詞與主唱者的嗓音，她的唱腔所表達出來的感覺，重點是歌詞的那句「一個人享受孤獨」我還滿喜歡的。

吟：為什麼你喜歡一個人開車的感覺？

C：可能是很自由，然後對於流浪有一種憧憬。

C：我常一個人開車的時候，cd都會放同一張專輯 the strokes - is this it，我如果開車到很舒服的時後，我就會放這張專輯，它是同一個概念，他們的歌會讓人有一種一段旅程要開始的序曲，是英國的樂團，這樂團的風格，大概就是這樣子。

C：接著要介紹的是 The White Stripes - Hotel Yorba，這首歌會讓我很有美國西部牛仔的那種感覺

吟：裡面曲風是怎樣的感覺？

C：就是跟我想像中西部牛仔那種鄉村的感覺很像，和音就是吉它和鼓而已

吟：那你想像中的美國鄉村是什麼感覺？

C：美國中西部就是那種沙漠呀，山谷呀！有人騎馬，有老老的牛仔走過去，大家很閒散的坐在路邊，大概就是這種感覺。

吟：你那時去美國就是去這種地方嗎？

C：是Y，所以當時靠近那種我想像的場景，腦中也跳出這首歌曲

吟：這樣你也算是印證過了，那來跟我講講你那時在這地方的旅行經驗？那時怎會決定去美國的這個地方？

C：那時去是去打工，但那地方不是我選的，只是剛好在美國的中西部，代辦有列出來有些地方，有哪幾個州哪幾個州可以讓我們選，雖然選擇不多，但最後被我選到的州跟我想去的地方是一樣的

吟：去美國中西部的感受他們的人文文化，與你想像中的一樣嗎？還是有些什麼差別？

C：我去的地方，它是一個以觀光為主的小鎮，懷俄明州的 JACKSON HALL，那個小鎮，那個地方會有很多西部牛仔的符號在裡面，譬如說，有餐廳外面掛著很大的牛頭呀，或是以前美國傳統很大的篷車，有很大木頭的輪子，那個州的標誌就是一個牛仔在騎馬的樣子，那時候主要想去是因為這個州有很多的印第安人，會

想要去看印第安人的文化，還有他們的生活方式，或保留區。但很可惜，我沒什麼看到，就我住的那個地方，幾乎看不到印第安人，跟我原本的想像不太一樣。雖然看到很多中西部牛仔的味道，但感覺出來那是為了觀光客特地做出來的。

吟：那邊的人，感覺怎樣？

C：應該是因為比較鄉下，那邊的人都很 nice，走在路上，儘管我們一看就是外地人，當地人還是會對我們打招呼，對我們微笑，過馬路的時候，車子一定會讓你過，就會覺得週遭的人都很友善

吟：這段旅程中有沒有比較深刻的故事，或是比較有趣的經驗？

C：記得那邊有很多草原跟山，我都喜歡一個人在樹叢裡面亂走，記得有一個很好玩的小旅行，還記得我住的飯店，出來會面對一座山，後來我待到九月時，那邊天氣已經入秋了，那山原本都是墨綠色的，在我房間一出來的地方，突然有一塊是紅色的，我就很好奇那紅色是什麼東西，就開始往那方向走，就開始走到那條路，走進那座山，那座山其實是別人的財產，記得要走進去山的路口時，它有一個牌子寫的是，「這是私人的地方，不要擅自闖入」，我還是不管它，就順著那條路一直走上去，那座山一開始有條公路，走到一半後就沒有路往我要去的紅點地方去，後來我就直接去走草叢，直接殺過去，大概走了兩小時吧，看起來很近，但走起來很遠，走到那邊我才發現原來那是一叢楓樹，遠遠看根本感覺不出來是楓樹，在臺灣也沒看過那麼紅的楓葉，去的時候滿驚訝的，它旁邊都是那種乾乾的草原，算是矮矮的草叢，就突然有一塊有一叢全部都是楓樹，以前每天看都不覺得有不一樣，兩平方公尺，大概四五棵樹聚在那裡

## 附錄四、歌詞

### 外婆的澎湖灣/演唱 潘安邦

晚風輕拂澎湖灣 白浪逐沙灘  
沒有椰林綴斜陽 只是一片海藍藍  
坐在門前的矮牆上 一遍遍懷想  
也是黃昏的沙灘上 有著腳印兩對半

那是外婆拄著杖將我手輕輕挽  
踩著薄暮 走向餘暉 暖暖的澎湖灣  
一個腳印是笑語一串 消磨許多時光  
直到夜色吞沒我倆在回家的路上

澎湖灣 澎湖灣 外婆的澎湖灣  
有我許多的童年幻想  
陽光 沙灘 海浪 仙人掌  
還有一位老船長

### 月琴/演唱 鄭怡

再唱一段 思想起  
唱一段思想起 唱一段唐山謠  
走不盡的坎坷路 恰如祖先的步履

抱一支老月琴 三兩聲不成調  
老歌手琴音猶在 獨不見恆春的傳奇  
落山風向海洋 感傷會消逝  
接續你的休止符 再唱一段唐山謠 再唱一段思想起

### 沒完沒了/演唱 李心潔

如果狠狠 跑向前 能留住時間  
也許今年 的夏天 不會像個幻覺  
說完對他 的想念 對我說再見  
在你頻道 只聽見 我一個人的夏天

夏天沒完沒了 你是太陽燙得發燒  
給我擁抱 留在嘴角 你怎麼會聽到  
夏天沒完沒了 這裡是不是天涯海角  
我跳的最高 要你的好 你有沒有聽到

愛你沒完沒了 回憶太喧鬧  
變成一隻知了 叫醒我在你那夏天的懷抱 我的  
飛翔在我的回憶裡

### 狂奔 / 演唱 藍心湄

摩托車加快速度 迫不及待就上路  
趕在天亮以前要到遠方忘了吧  
愛情剛剛才結束 沒有牽掛的束縛  
聽見風在耳邊大聲說別在乎吧  
一路狂奔不回頭 這是我的手 不讓你牽著走 我已經受夠  
你欺騙的藉口 勇敢揮揮手 全部把你丟腦後  
沒有方向的地圖 沒有終點的旅途 仙人掌在沙漠對我微笑 Say Hello  
一望無際的公路 一個人享受孤獨 走到下個出口就能得到自由  
一路狂奔不回頭 這是我的手 不讓你牽著走 我已經受夠  
你欺騙的藉口 勇敢揮揮手 全部把你丟腦後  
當你醒來愛已經不在 我的未來也已經展開  
一路狂奔不回頭 這是我的手 不讓你牽著走 我已經受夠  
你欺騙的藉口 勇敢揮揮手 全部把你丟腦後

### 九份的咖啡店 / 演唱 陳綺貞

這裡的景色像你 變化莫測 這樣的午後 我坐在九份的馬路邊  
這裡的空氣 很新鮮 這裡的感覺 很特別  
仰望這片天空 遙寄我對你的思念

窗外的星空像你 嬉笑不眠 這樣的午夜 我坐在九份的咖啡店  
這裡的街道 有點改變 這裡的人群 喧鬧整夜  
望著朦朧的海岸線 是否還能回到從前

昨日的單純 今天的實際 像你 而你也早已不是你  
我的心是一杯調和過的咖啡 懷念著往日淡薄的青草味



窗外的景色像你 沒什麼道理 這樣的午後 我在忠孝東路的咖啡店  
這裡的街道 有點危險 這裡的人群 面無表情  
想問你 也問問自己 是否還會記得從前

昨日的單純 今天的實際 像你 而你也早已不是你  
我的心是一杯調和過的咖啡 懷念著往日淡薄的青草味  
懷念著往日的堅持 和現在你我的改變

### Soak Up The Sun/演唱 Sheryl Crow “托斯卡尼豔陽下主題曲”

My friend the communist  
Holds meetings in his RV  
I can't afford his gas  
So I'm stuck here watching TV  
I don't have digital  
I don't have diddly squat  
It's not having what you want  
It's wanting what you've got

[CHORUS:]

I'm gonna soak up the sun  
Gonna tell everyone  
To lighten up (I'm gonna tell 'em that)  
I've got no one to blame  
For every time I feel lame  
I'm looking up o I'm gonna soak up the sun  
I'm gonna soak up the sun  
I've got a crummy job  
It don't pay near enough  
To buy the things it takes  
To win me some of your love  
Every time I turn around  
I'm looking up, you're looking down  
Maybe something's wrong with you  
That makes you act the way you do  
Maybe i am crazy too

[CHORUS]

I'm gonna soak up the sun  
While it's still free  
I'm gonna soak up the sun  
Before it goes out on me  
Don't have no master suite  
I'm still the king of me  
You have a fancy ride, but baby  
I'm the one who has the key  
Every time I turn around  
I'm looking up, you're looking down  
Maybe something's wrong with you  
That makes you act the way you do  
Maybe I am crazy too

[CHORUS]

I'm gonna soak up the sun  
Got my 45 on  
So I can rock on.

### **Sitting, Waiting, Wishing/演唱 Jack Johnson**

Well I was sitting, waiting, wishing  
You believed in superstitions  
Then maybe you'd see the signs

The Lord knows that this world is cruel  
I ain't the Lord, no I'm just a fool  
Learning lovin' somebody don't make them love you

Must I always be waiting, waiting on you  
Must I always be playing, playing your fool

I sang your songs, I danced your dance  
I gave your friends all a chance  
But putting up with them  
Wasn't worth never having you

Maybe you've been through this before  
But it's my first time so please ignore  
The next few lines cause they're directed at you

I can't always be waiting, waiting on you  
I can't always be playing, playing your fool

I keep playing your part  
But it's not my scene  
Want this plot to twist  
I've had enough mystery  
Keep building it up  
Then shooting me down  
But I'm already down

Just wait a minute  
Just sitting, waiting  
Just wait a minute  
Just sitting, waiting

Well, if I was in your position  
I'd put down all my ammunition  
I'd wonder why'd it taken me so long

But Lord knows that I'm not you  
And if I was, I wouldn't be so cruel  
Cause waitin' on love aint so easy to do

Must I always be waiting, waiting on you  
Must I always be playing, playing your fool

No, I can't I always be waiting, waiting on you  
I can't always be playing, playing your fool

## Better Together/演唱 Jack Johnson

[Verse 1:]

There's no combination of words  
I could put on the back of a postcard,  
No song that I could sing  
But I can try for your heart,  
Our dreams, and they are made out of real things,  
Like a shoebox of photographs,  
With sepiatone loving,  
Love is the answer  
At least for most of the questions in my heart ,  
Like why are we here? And where do we go?  
And how come it's so hard?  
It's not always easy,  
And sometimes life can be deceiving,  
I'll tell you one thing, its always better when we're together

[Chorus:]

MMM, it's always better when we're together  
Yeah, we'll look at the stars when we're together  
Well, it's always better when we're together  
Yeah, it's always better when we're together

[Verse 2:]

And all of these moments  
Just might find their way into my dreams tonight  
But I know that they'll be gone,  
When the morning light sings  
And brings new things,  
But tomorrow night you see  
That they'll be gone too,  
Too many things I have to do,  
But if all of these dreams might find their way  
Into my day to day scene  
I'll be under the impression,  
I was somewhere in-between  
With only two,

Just me and you  
Not so many things we got to do,  
Or places we got to be  
We'll sit beneath the mango tree now

Yeah, it's always better when we're together  
MMM, We're somewhere in-between together  
Well, it's always better when we're together  
Yeah, it's always better when we're together

Mmmmm Mmmmm Mmmmm

I believe in memories  
They look so, so pretty when I sleep  
Hey now, and when, and when I wake up,  
You look so pretty sleeping next to me  
But there is not enough time,  
And there is no, no song I could sing  
And there is no combination of words I could say  
But I will still tell you one thing,  
We're better together

## 忍者/演唱 周杰倫

居酒屋裡的小神龕 離鋪滿鵝卵石的  
玄關 差不多一米寬的信仰

我坐著喝味噌湯 在旁觀看 庭園假山  
京都的夜晚 有一種 榻榻米 的稻香  
叫做禪

那裡~神社許願 閃過一個畫面  
這裡~忍者矇著臉 在角落吹暗箭  
心裡~幕府又重現  
從前老東京那條山手線 像一齣懷  
舊的默片

呵~~~ 呵~~~ 嘿~~~

伊賀流忍者的想法 嘿~ 只會用武士  
刀比劃 嘿~ 我一個人在家 乖乖的  
學插花 (是 是 是 我懂了)日文

日文(一二三四) 櫻花落滿地 有一  
種神秘 凝結了空氣 日文(一二三四)  
黑夜裡偷襲 去攻擊 煙霧當武器

日文(一二三四) 忍者的物語 要切斷  
過去 忠心是唯一 日文(一二三四) 隱  
身要徹底 要忘記 什麼是自己

## Vincent/演唱 Don Mclean

Starry starry night, paint your palette blue and grey  
Look out on a summer' s day with eyes that know the darkness in my soul  
Shadows on the hills, sketch the trees and the daffodils  
Catch the breeze and the winter chills, in colors on the snowy linen land

Now I understand what you tried to say to me  
How you suffered for you sanity  
How you tried to set them free  
They would not listen they did not know how, perhaps they' ll listen now

Starry starry night, flaming flowers that brightly blaze  
Swirling clouds in violet haze reflect in Vincent' s eyes of china blue  
Colors changing hue, morning fields of amber grain  
Weathered faces lined in pain are soothed beneath the artist' s loving  
hand

Chorus:

For they could not love you, but still your love was true  
And when no hope was left in sight, on that starry starry night  
You took your life as lovers often do,  
But I could have told you, Vincent,  
This world was never meant for one as beautiful as you

Starry, starry night, portraits hung in empty halls

Frameless heads on nameless walls with eyes that watch the world and can't forget.

Like the stranger that you've met, the ragged man in ragged clothes  
The silver thorn of bloody rose, lie crushed and broken on the virgin snow

Now I think I know what you tried to say to me  
How you suffered for your sanity How you tried to set them free  
They would not listen they're not listening still  
Perhaps they never will.

### **You Are Beautiful/演唱 James Blunt**

My life is brilliant.  
My love is pure.  
I saw an angel.  
Of that I'm sure.  
She smiled at me on the subway.  
She was with another man.  
But I won't lose no sleep on that,  
'Cause I've got a plan.

You're beautiful. You're beautiful,  
You're beautiful, it's true.  
I saw your face in a crowded place,  
And I don't know what to do,  
cos ill never be with you

Yeah, she caught my eye,  
As we walked on by.  
She could see from my face that I was,  
Fucking high,  
And I don't think that I'll see her again,  
But we shared a moment that will last till the end.

You're beautiful. You're beautiful.  
you're beautiful, it's true.  
I saw your face in a crowded place,  
And I don't know what to do,

cos ill never be with you

la la la la, la la la la, la la la la laaaaaa

You're beautiful. You're beautiful.

You're beautiful, it's true.

There must be an angel with a smile on her face,

When she thought up that I should be with you.

But it's time to face the truth,

I will never be with you.

### 東京鐵塔的幸福/演唱 江美琪

還記得那個有雨的下午 我們用紅筆圈  
起的東京地圖 說好一起追逐 偶像劇的  
旅途 當作這份愛最好的禮物

如果今天你還在我身邊 你會牽著我在  
涉谷街頭漫步 只是愛已結束  
你走到了遠處 我看著台北心裡慢慢起霧

Good-Bye 東京鐵塔的幸福 雖然這  
份愛只有我沒退出 你懷裡的溫度  
密密把我包住 就算從今後我要自己面對  
冷酷 Good-Bye 在我身邊的大樹  
我想你忘了說過只給我保護  
我能享受獨處 卻不承認孤獨 靜靜留  
在昨天 一個人 走兩個人的路



## 附錄五、Hycner(1985)現象學分析的十五個方法步驟

- (1) 謄寫逐字稿 (transcription)
- (2) 放入括弧 (bracketing) 與現象學的還原 (phenomenological reduction)
- (3) 聆聽訪談內容以掌握整體感 (a sense of whole)
- (4) 描述一般性的意義單元 (units of general meaning)
- (5) 描述與研究問題有關的意義單元
- (6) 訓練獨立的判決者，來驗證亦相關意義單元
- (7) 淘汰多餘不必要的資料
- (8) 群聚相關的意義單元 (units of relevant meaning)
- (9) 從意義的群聚 (cluster of meaning) 中決定主題項 (themes)
- (10) 撰寫每一訪談單元的摘要
- (11) 帶著摘要與主題與受訪者討論
- (12) 修正主題與摘要
- (13) 確認整個訪談中一般性與獨特性的主題項
- (14) 主題項的脈絡關係闡述 (contextualization of themes)
- (15) 撰寫統整摘要