
解構1990年代之後日本女遊書寫下的台灣意象

過剩與闕如

邱淑雯

摘要

本文目的在於解構1990年代之後日本女遊書寫下的台灣意象，透過五個不同意象來源做交叉對比，再從女遊書寫中整理出過剩的觀光意象、「日本疲勞、台灣有效」的權力關係、闕如的觀光意象三個部份。研究發現，（1）女遊書寫下的台灣意象糾結了觀光資本主義、東方主義、國家機器、父權制等錯綜複雜的結構，它們共同捆綁著女遊以及隨後的女遊書寫，女遊似乎沒有太多選擇，只能被迫地在旅行社推出的行程以及媒體打造的行程之間打轉，特別是在國際大都會的台北。（2）此外，女遊書寫的意象中可以看到，客方社會旅行社及主方社會國家機器共同打造出「日本疲勞、台灣有效」為主的訴求，台灣被建構成一個足以提供日本女遊親切款待、順從與體貼的地方，持續了日本人對亞洲不平等的消費及凝視。（3）女遊書寫最為匱乏的是登山、鐵路、遺跡、建築、殖民、歷史等意象，女遊不想或不敢從事這些活動的原因可能是父權制對女遊行動的捆綁，她們很難克服來自男性與家的束縛，只能在安全和被默許的範圍內從事觀光旅遊。

關鍵字：日本女遊、女遊書寫、觀光意象、觀光資本主義、東方主義。

Deconstructing the Taiwanese Image in Japanese Female Travelers'
Narratives since 1990's : Excess and Absence

Shwu-Wen CHIOU

Abstract

The purpose of this paper is to deconstruct the Taiwanese image in Japanese female travelers' narratives since 1990's. This study compares five different image sources and disclosed three elements that influence the Taiwanese images in Japanese travel narratives; they are overwhelming tourism images, power structure in the “tired Japanese, healing Taiwan” image, and the absence of certain tourism images. It is concluded in the (1) Underlying the Taiwanese image in Japanese female travelers' narratives are complicated power structures such as tourism capitalism, Orientalism, state apparatus and patriarchy. They limit Japanese female travelers' activities in Taiwan and their narratives afterwards. It seems that female travelers could only choose from the courses offered by travel agencies or promoted by the media. This phenomenon is especially true in the metropolitan areas like Taipei, the capital city of Taiwan. (2) Both the travel agencies in the guest society (Japan) and the state apparatus in the host society (Taiwan) appeal to the “tired Japanese, healing Taiwan” image in such away that the image of Taiwan is created to serve only one purpose—the Japanese female travelers' needs in hospitality, comfort and obedience, and thus reinforce the unequal consumption and gazing relationship between the Japanese and other Asians. (3) The images of mountain-climbing, railway, heritage, architecture, colonialism and history seldom appear in Japanese female travelers' narratives. The lacking of these certain images could be from the patriarchy control over female travelers. The control is so overwhelming that these female travelers dare not explore dominances outside the system, and they therefore will only travel in safe and limited areas.

Keywords : Japanese female traveler, women's travel narratives, tourism image, tourism capitalism, Orientalism.

本文目的在於解構1990年代之後日本女遊書寫下的台灣意象，首先，從觀光社會學中的「女遊」與「女遊書寫」、觀光意象建構中的性別兩個脈絡切入，掌握研究對象，即：女遊書寫、以先進國家女性為觀光的消費主體、建構發展中國家的觀光意象這三項；緊接著，說明日本女遊在台灣概況，以及她們得以書寫、得以出版的得天獨厚之條件；然後，透過五個不同意象來源的交叉對比，包括：日本旅行社推出的台北觀光行程、台灣日文媒體打造的台北觀光行程、日本旅行社對亞洲的觀光意象建構、台灣觀光局在日本的系列宣傳、日本男遊書寫，以期找到女遊書寫的確切位置；最後，從女遊書寫的台灣意象中整理出過剩的觀光意象、「日本疲勞、台灣有效」的權力關係、闕如的觀光意象三個部份，發現這些意象中糾結了觀光資本主義、東方主義、國家機器、父權制等錯綜複雜的結構，分別詳述如下。

壹、觀光社會學中的「女遊」與「女遊書寫」

「性別與觀光」(gender and tourism)¹研究是觀光社會學的次領域，觀光社會學從「行為者、行為的相互作用、社會體系、世界體系」四個層面鋪陳人類的觀光活動(安村克己1996)，人的世界由男女所組成，性別權力關係透過政治、經濟、社會、文化等多重結構對男女同時進行宰製，觀光活動中性別關係如何呈現、轉換與對抗，正是「性別與觀光」研究的主要課題。

觀光主體已經從「男性、先進國家白人、異性戀」為主的觀光客，擴大到「女性、發展中國家的有色人種(特別是黑人)、同性戀、銀髮族、身心障

¹「性別與觀光」研究具代表性的第一本英文專書是 *Tourism: A gender analysis* (1994)，期刊首推 *Annals of Tourism Research* (1995) Volume 22, Number 2 的專題 *Gender in Tourism*，以觀光業中性別勞力分工及權力關係為焦點的專書是 *Gender Work and Tourism* (1997)，日文方面是石森秀三・安福惠美子編(2003)『Senri Ethnological Reports 37 観光とジェンダー』國立民族學博物館調查報告。

礙者」等等，也就是涵蓋不同性別、地區、族群、階級的觀光主體逐漸出現，其中，「男性是移動的 vs. 女性是定居的等待的」這種綑綁女性的傳統觀念慢慢被打破，除了少數仍不鼓勵女性出遊的伊斯蘭社會（Sevil Sonmez 2001）、或是經濟發展未達一定水平的非洲貧窮國家外（Derek R. Hall 2001），全球各地的女遊人數正不斷攀升，女遊研究要凸顯的就是女遊在觀光活動中的位置及意義，探討女遊與家/父權的關係（邱淑雯2001）、女遊與情慾開發（邱淑雯2005a）等這些代表性的議題，無不充滿權力的折衝與抗衡。

舉例而言，不少研究將西方早期女遊的脈絡置於殖民主義及帝國主義的擴張過程中，Vivian Kinnaird and Derek Hall（1994）主張，英國維多利亞時期（1837~1901年）的女遊可說是大英帝國、殖民主義、戰爭與外交底下的產物，身處當時英國國內的這些女性，在「性別」上仍被男性宰製而備感壓抑，但這層壓抑卻透過到帝國內其他殖民地旅行的機會，以「種族」上的優越感取而代之，無論看待的是殖民地的男性或女性，英國女遊都自覺是高高在上的。換句話說，她們透過在殖民地所獲致種族及階級上的優勢，翻轉了在自己國家內性別上的劣勢。

女遊人數日漸增多，反映出來的現象是：女遊專門雜誌的陸續創刊、²為女遊量身訂做的行程、女遊書寫（women's travel narratives）及出版的方興未艾，女遊的先行研究確實多從「女遊書寫」切入，這是後人窺看她們旅遊動機、心理變化、旅途見聞的最直接資料來源。

先從西方早期女遊書寫的脈絡去看，大谷裕文（1996）解構英國女遊作家Beatrice Grimshaw 1907年出版的遊記《在奇妙的南海》（In the strange South

² 以日本例，『RECL femme』（1999年6月創刊~2000年停刊，昭文社）打出「美麗、舒適的熟女旅行時間」，『Cecsa』（1999年3月創刊，アシェット婦人畫報社）標榜「選擇優質、學習優質、樂在優質」的熟女旅遊雜誌，『旅』（2005年11月創刊，新潮社）則是鎖定享受愉悅的30歲年齡層之女遊專門雜誌，其他針對不同年齡層之各種女性雜誌或綜合雜誌，更是不定期或定期推出五花八門的女遊特集。

Seas)，發現她對大洋洲的原始社會有著「雙重」想像：無垢的古樸以及文明的悲慘。她唾棄在英國單調的工作、也唾棄大眾觀光的庸俗，一心嚮往熱帶南國的幽境與靜寂，這點非常符合十八世紀末以來，歐洲人對南海樂園兩大浪漫的「對照的刻板意象」（contrast stereo type）：一是幻想該地無垢美麗、人性善良、未被文明毒害，儼然原始的無人島；另一方面則對西方文明帶給當地的悲慘及污染，寄予深切的同情。

此外，柴桂子（2005、1997）研究近代之前女遊書寫的現象，分析日本江戶時期的女遊日記，從中捕捉和平盛世女遊在國內移動的行為及文藝特質，女遊書寫的背景為何，如何受到儒學、國學和俳諧的影響，她們筆下所呈現出的街道海路風景是什麼，以及女遊的動機是自願還是被迫，女遊返回後如何達到（或達不到）自我改造及自我超越。

即使到了二十世紀末，在資訊相對封閉的地區，少數特立獨行的女遊經驗還是很容易被放大地想像，三毛是1970年代台灣最具代表性的傳奇女遊，她的西班牙、撒哈拉沙漠等系列遊記成為當時最熱門的女遊書寫。但從後人解構性的角度去看，三毛的傳奇之旅仍有許多誇張之謎，返台之後的作風表現，更讓人執疑因旅行而完成的自我生命跨越與潛能開發的「真實性」，有待進一步的商榷（黃雅歆2003）。

整體而言，古今中外絕大多數的女遊書寫，仍是少數上流社會、知識階級女性或奇女子稀有經驗的告白，女遊書寫的內容繁多，單從上述三個實例來看，女遊書寫的先行研究在探究這些琳瑯滿目的文本時，至少可從兩點切入：一是女遊對異文化的外在凝視、二是女遊與自我內在的生命對話。本文以探討前者為主，也就是透過女遊書寫的內容，爬梳女遊對異文化的外在凝視，而且這份凝視被視為觀光意象建構的一個環節，所以接下來要說明的是，觀光意象建構中的性別。

貳、觀光意象建構中的性別

女遊書寫是觀光意象建構中的重要環節，無論當事者的她們以主動/被動、直接/間接、積極/消極的方式參與，女遊書寫確實打造了特定的觀光意象，同時，觀光意象也不斷影響女遊書寫的開展，可以說「書寫」與「意象」兩者間彼此影響、相互建構。早期的女遊書寫畢竟人數有限，到了大眾觀光普遍化、日常化的時代，女遊書寫只是總體觀光意象建構中的一個連節點。簡言之，觀光意象建構的參與者及管道變得多樣，包括西方殖民主義者、發展中國家政府、觀光業者、觀光客等不一而足，主方社會（host society）的觀光意象透過媒體、神話、傳說、旅遊行程等諸多方式去生產、複製、流通及消費。那麼，以女遊為觀光消費主體的意象建構其基本特質為何？為了凸顯這個特質，可以與男遊做一對照，所以，先來看看以男性做為觀光消費主體的意象建構到底為何。

一、男性做為觀光消費主體

Dean MacCannell（1982）指出觀光活動由三種符號組成：標誌（marker）、景點（sight）以及觀光客（tourist），研究特定觀光景點是為了解構文化意象（cultural image）在觀光的生產/消費過程中各種標誌背後隱藏的政治性、權力與意識型態。觀光意象是為觀光客也就是觀光消費主體而打造，長久以來，先進國家男性是觀光消費的最重要主體，他們的足跡遍及世界各處，不少發展中國家為吸引這批男人的目光，在觀光意象的建構中不斷凸顯性感特徵（sexuality），而女性遠比男性出現的頻率又要高出很多，女性的性感成為賣點，觀光廣告文案常常強調女性的親切款待、順從、體貼以及身體特質（安福惠美子1996a、1996b、トルン1995），可從主方社會及客方社會兩方面來看。

首先是來自主方社會，翻閱許多世界級觀光意象的建構史，如夏威夷（山中速人1992）或峇里島（山下晉司1999），發現西方人的外在凝視始終如影隨形，為了滿足西方男人對性的渴望及遐思，觀光意象努力強調當地女人的官能與誘惑。譬如，泰國政府在觀光開發政策中，凸顯泰國女性「神秘」、「微

笑」與「順從」的美德（Nira Yuval-Davis and Floya Anthias 1989），卻任憑觀光外部者（非當地導遊、仲介、觀光客）肆意詮釋旅遊景點，詮釋內容通常獵奇中含帶蔑視。

豐田三佳（1996）研究泰北阿卡族觀光活動中當地女性意象由誰（who）以及為誰（to whom）做怎樣地詮釋及如何被再現？研究發現，主方社會、觀光客、導遊三者之間呈現失衡的權力關係。導遊多是男性清邁出身，會說簡單英語，幾乎不會該族語言，只以泰北當地方言與之交談，對該族文化既無知也無心認識，只想賺錢。阿卡族則是泰國社會的邊緣人，並非族群觀光的主導者，對阿卡族女性的再現是：勤勞順從，外出工作幫觀光客按摩，伺候男人，讓觀光客拍照增加現金收入。還有許多道聽塗說的神話，像是：村中最美的孤獨寡婦、適婚年齡的未婚女性、男女奔放求愛的場所、略奪女子貞操的公開儀式由特定男人執掌、有婚前性行為/非處女/懷孕者必須結婚等，引發外界對該族女性賣春仲介的聯想。

台灣也不例外，日治時期台灣殖民觀光意象的建構也結合了性別觀光與殖民觀光的雙重宰製，嘉義刻意被打造成「全島第一美人鄉」的名號，以吸引日本男士來台旅遊（蕭肅騰 2004），黃春明的《莎啞娜啦·再見》以及王禎和的《玫瑰玫瑰我愛妳》兩部小說，諷刺地描述 1970 年代美日男性觀光客及士兵眼中性樂園的台灣。

再從客方社會（guest society）這邊的觀光意象建構去看，直到二十一世紀的現在，日本國內仍不乏旅遊出版社推出 MOOK 台灣、韓國、上海廣州、港澳深圳、越南金邊《夜遊特選街道》、《泰國買春讀本》這類的畫刊書，它們被當成男性到亞洲買春旅遊的資訊書，堂而皇之地在書店中陳列販賣。即便也有不少女性主義人士（松井やより 1993、羽田令子 2001）或婦運團體（タイ女性の友編集 2000）對買春觀光嚴厲批判，控告這類型畫刊書的出版社，但日本司法仍以保障言論自由為名，判決婦運團體敗訴，換言之，類似買春讀本的書籍仍可公開陳列販售。

橋本佳惠（1999）以日本大型旅遊出版社發行的夏威夷觀光指南圖片為資料來源，分析其中性別差異、觀光意象與媒體再現的關連，發現夏威夷當地女性多被再現為「無專門技術、年輕人佔壓倒性多數、穿民族風服飾賣弄身體的性感」。橋本佳惠的研究確實凸顯出觀光意象與性別差異的問題所在，但她並沒有針對觀光消費主體的男遊及女遊做區別，但單從主方社會女性以民族服飾賣弄身體性感的意象來看，可以說，觀光指南大部份指引的仍是男遊、而非女遊的需求。

綜觀上述說明得知，以先進國家男性為消費主體的觀光意象建構，確實充滿諸多扭曲的權力關係，先行研究的目的就在於：解構觀光意象生產過程中各種標誌下隱藏的性別政治，這些研究多從女性主義角度出發，以男女非對稱權力關係為前提，批判男性中心主義，譴責觀光意象中不平等的意識型態，揭發先進國家對發展中國家經濟上、種族上、性別上的多重宰製，因此，除了父權制之外，東方主義、西方殖民主義、國家機器、觀光資本主義等，都成為研究批判的主要焦點。

二、女性做為觀光消費主體

然而，隨著女遊人數的日增，以女遊為觀光消費主體的意象建構其基本特質為何呢？可從國內旅遊及國際旅遊兩個脈絡去看。

首先是國內旅遊，工藤泰子（2003）以主方社會－京都和女遊的相互作用及觀光意象建構為研究焦點，1982年以來至今，到京都的日本女遊人數逐年高過男遊，幾乎已達兩倍，京都的觀光意象多和「隱地、棲息、母性、陰性」有關，同時吸引男遊也吸引女遊，特別是女遊，透過觀光行程中茶道、華道、舞妓變裝等疑似體驗，樂於去趨近、去模仿古典美的日本女性。此外，主方社會京都觀光業中活躍的各類女性（女將、舞妓、大原女、白川女），做為觀光人力資源也受到一定的評價，京都，可說是一個女遊與主方社會女性觀光從業人員相互影響、彼此學習的最佳範例。

筆者認為，工藤泰子的研究打破了以往「男遊+主方社會女性觀光從業人員」的研究焦點，也打破了近十年來關注先進國家女遊到發展中國家買春的「女遊+主方社會男性觀光從業人員」之性別配置(Deborah Pruitt and Suzanne LaFont 1995)，或一味強調先進國家女遊帶給發展中國家女性「不良」示範效果(demonstration effect)，譬如性開放、性自主等時髦作風的這個切面(Tracy Beno and Trudy Jones 2001)，而是以「國內女遊+主方社會女性觀光從業人員」的關係為重，強調觀光意象建構中雙方的相互學習彼此增上，而非權力折衝的這個面向。但必須留意的是，像日本這樣人口結構比較均質、女性之間階層化現象並不特別明顯的國家，探討的又是國內旅遊而非國際旅遊時，主客間的階級、族群之差異並不那麼顯著，故呈現出的觀光意象也看似較為平等。然而，當觀光消費主體是先進國家的女遊，而且，是到發展中國家的國際旅遊而非國內旅遊時，所建構出來的觀光意象是否還如此平順、遠離權力的緊張關係呢？有待進一步的確認。

這個確認可以透過國際旅遊來檢視，岡田章子(2003)的研究結果提供些許端倪。誘發女遊上路的女性雜誌在觀光意象建構中發揮一定的影響力，³她分析日本女性雜誌再現底下的亞洲都會(漢城、台北、香港、胡志明市)旅遊意象，從東方主義的角度切入，解構日本在看待亞洲時三重東方主義之眼。依照 Edward W. Said(1979)的說法，所謂東方主義是指「為了對東方宰製、建構、壓迫而存在的西方樣式」，雖然日本在地理上位居亞洲，但對於亞洲其他國家也投射出有色的東方之眼，那就是：(1) 亞洲，被日本視為同一文化圈，但在發展時序上仍屬後進地區；(2) 日本在殖民亞洲的過程中，照見自己對西方的嚮往，將西方的審美觀予以內化，並以此來觀看亞洲；(3) 最後，

³ Carla M Dole(2002)研究女遊雜誌在催生女遊上路中扮演的角色，它們如何開發女遊的需求，為不同女遊築起旅遊夢、為女遊發聲，但該文幾乎沒有談到女遊雜誌對於發展中國家觀光意象建構的這個脈絡。

日本對亞洲的現代性予以肯定，但畢竟現代性是模仿西方的，因此，所謂的肯定還是以西方標準為基礎所做出的判斷。

可以看到，岡田章子將一般只以西方 vs. 東方二元對立的論述方式，細分成三段來做鋪陳，發現以女遊為觀光消費主體的當代日本女性雜誌，在建構亞洲新興都會的旅遊意象時，仍舊無法擺脫東方主義的凝視。從她的研究推知，在國際旅遊的脈絡下，特別是以先進國家女遊為觀光消費主體打造發展中國家的意象時，和男遊似乎並無太多不同，依然充滿諸多扭曲的權力關係，故從批判東方主義的立場進行解構，不失為重要的切入點。眾所周知地，當今許多世界級觀光景點都是殖民時期被歐美「發現」而刻意發展出來的，直到現在，原帝國國度的人們到前殖民地旅行依然蔚為風氣，所以，先行研究多從批判東方主義的觀點（春日直樹 1999、Nicholas Thomas 1999、橋本和也 1999）拆解觀光意象的建構，⁴無論針對的是男遊或女遊、建構者來自主方社會或客方社會。

然而，東方主義之外是否還有其他？如前所述，解構以男遊為觀光消費主體打造的觀光意象時，東方主義已經和父權制、西方殖民主義、國家機器、觀光資本主義等結構盤根錯節，成為研究者批判的焦點。那麼，以先進國家女遊為觀光消費主體打造發展中國家的意象時，除了東方主義，我們還會有什麼發現？這些發現是否也和男遊一樣，處在和其他結構相互糾纏的狀態中綑綁著女遊呢？這就是本研究所要探討的主題。

透過以上對觀光社會學中的「女遊」與「女遊書寫」、觀光意象建構中

⁴ 也出現「超越」批判東方主義的觀點，批判東方主義的觀點本身有一缺陷，那就是排除了「高貴的野蠻人 vs. 卑野的土人」之外的可能關係與想像，Nicholas Thomas（1999）承認土人既高貴又野蠻，以及存在了「各種不同土人」與「各種不同西方人」的頻繁交會。同樣地，橋本和也（1999）主張超越東方主義，從斐濟人被西方吸引之處切入，掌握多面向的凝視，包括：印度裔的移民勞工如何想像自己是斐濟人，一直處於被西方凝視的斐濟人如何看待西方，已經改宗的斐濟人如何看待未受基督教洗禮的其他島嶼。

的性別兩組脈絡之整理，進一步確認本文的研究對象有三項：(1) 女遊書寫、(2) 以先進國家女性為觀光的消費主體、(3) 建構發展中國家的觀光意象，接下來，就從解構的角度切入，以1990年代之後日本女遊書寫下的台灣意象為例來做具體說明。

參、日本女遊在台灣

台灣的日本女遊有多少？哪些日本女遊曾經書寫台灣？讓我們先來瞭解日本女遊在台灣的情況。首先，根據行政院主計處公佈國情統計通報指出，2005年來台旅客當中，日本人的人數最多有112萬4,000人次，首度突破百萬，其次為香港澳門的43.3萬人次，以及美國的39.1萬人次；再以客源市場的成長率來看，新加坡42.17%最高，其次是日本的26.71%，南韓排名第三23.24%，可以看出日本人在來台觀光客中所占的重要位置。來台旅客的性別差異及變化更值得注意，以交通部觀光局《觀光年報》1979-2004年期間的統計為例（表一），日本來台旅客性別確實出現明顯變化，日本女性在1979年時僅有5萬5,758人，佔全體來台日本觀光客的8.02%，1980年代初期，日本女性來台比例已超過10%，1980年代末已超過20%，之後年年呈現正成長，到了2001年已達30萬1,240人，佔全體的31.02%。

此外，以1982-2002年期間日本亞細亞航空公司（JAA）促銷台灣觀光的廣告文案來看，和女遊有關的內容包括：1982年「夫妻同遊台灣」、1985年「家庭主婦同遊台灣」、1986年「體貼女性的台灣」、1989年「女性的台灣」，由此看來，日本女性是來台日本觀光客中重要的潛力市場，從1980年代開始，這股女遊趨勢就已然形成，並受到航空公司的青睞（杉本房代、張嘉玲2003）。

筆者以1989~2006年期間，17位日本女遊以日文在日本出版的台灣遊記共21本為資料來源，選取資料的標準是：個人書寫而非編輯群的集體書寫，並以觀光旅遊為主軸的內容。整理發現，這些書寫台灣的日本女遊來台時年齡多在25~39歲之間，來台觀光後不久旋即在日本出版台灣遊記，從她們的「職

業、異文化經驗、來台經驗」三點，可以窺看出她們得以書寫、得以出版的得天獨厚之條件。

(表一) 日本來台旅客性別統計 (1979~2004 年)

西元	男 (人次)	比率 (%)	女 (人次)	比率 (%)	總計
1979	639,817	91.98	55,758	8.02	695,575
1980	590,278	90.17	64,374	9.83	654,652
1981	521,092	87.74	72,801	12.26	593,893
1982	491,693	85.23	85,237	14.77	576,930
1983	495,128	82.72	103,446	17.28	598,574
1984	516,923	81.18	119,821	18.82	636,724
1985	499,801	80.62	120,172	19.38	619,937
1986	562,038	80.98	132,029	19.02	694,067
1987	629,693	79.04	166,958	20.96	796,651
1988	720,951	79.09	190,648	20.91	911,599
1989	760,437	78.83	204,194	21.17	964,631
1990	721,415	78.65	195,793	21.35	917,208
1991	655,323	78.61	178,301	21.39	833,624
1992	612,753	77.65	176,380	22.35	789,133
1993	541,331	76.93	162,313	23.07	703,644
1994	624,279	75.77	199,603	24.23	823,822
1995	686,431	75.08	227,894	24.92	914,325
1996	697,076	75.94	220,814	24.06	917,890
1997	675,079	74.55	230,448	25.45	905,527
1998	609,208	73.70	217,424	26.30	826,632
1999	603,117	73.00	223,105	27.00	826,222
2000	667,873	72.89	248,428	27.11	916,301
2001	669,950	68.98	301,240	31.02	971,190
2003	470,077	71.54	186,976	28.46	657,053
2004	622,396	70.14	264,915	29.86	887,311

註 1：此表人數統計含以觀光為目的及非以觀光為目的之旅客。

註 2：2002 年資料闕如。

資料來源：《觀光年報》(1979~2004)

第一是職業：多數人都是專業的文字工作者或旅遊雜誌的企劃編輯，具備書寫條件、意願及能力，得過日本國內大小不同的文學獎，除旅遊相關的文章外，也跨足各領域的書寫，如單身起居、抗癌經驗、日本傳統藝能（歌

舞伎、狂言)、演劇、生活型態、人物傳記等。第二是異文化經驗：除了台灣，也有到亞洲或世界各國的豐富經驗，透過留學、工作、旅遊、騎單車、攝影等方式，對於異文化具高度興趣及感受力，強調眼見為憑、親身體會的重要，走遍全世界、看遍吃遍全球美食及品茗，成了她們建構人生意義的目標之一。第三是來台經驗：都曾來台觀光，幾乎是多次進出的重遊者，有些人則是來台留學、工作、和台灣男性通婚的長住者或定居者，來台觀光者當中，不少人本身就是為了出書而從事採訪，或被台灣觀光局選為親善大使進行代言活動（表二）。

（表二）日本女遊一覽

作者	職業	異文化經驗	來台經驗
岸本葉子	文字工作者	留學北京外語學院、亞洲各國旅遊	觀光
河添恵子	文字工作者 跨國出版事業	留學北京外語學院及遼寧師範大學 世界各國旅遊	觀光、採訪
熊沢正子	文字工作者	世界各國騎單車旅遊	觀光
平野久美子	文字工作者	留學台灣、亞洲各國美食及品茗	留學、觀光、採訪
光瀬憲子	文字工作者、翻譯	留學美國西雅圖大學	工作、通婚
伊藤ユキ子	文字工作者	倫敦、世界各國品茗	觀光、採訪
亞洲奈みづほ	文字工作者	韓國、泰國、亞洲各國旅遊	留學、觀光、採訪
片野ゆか	文字工作者	泰國、亞洲各國美食	觀光、採訪
和田直子	上班族	不詳	觀光
浜井幸子	文字工作者	亞洲各國美食	觀光、採訪
高田京子	文字工作者 攝影師	留學突尼西亞、北非、地中海	觀光
渡辺満里奈	文字工作者 多角型藝人	亞洲各國旅遊	採訪、2001年台灣觀光局活動代言人
なおのあ	不詳	不詳	觀光
七海なおみ	不詳	不詳	觀光
千葉千枝子	開公司 致力推廣海外長住	世界各國	觀光、工作
泉美咲月	文字工作者	世界各國品茗及飲料	觀光、採訪
黒田 節	文字工作者、企劃	留學台灣師大語言中心 韓國、亞洲旅遊	留學、工作

筆者製作

肆、日本女遊書寫下的台灣意象

在此，必須先提及的是21本著作中比較特例的兩本書，所謂特例是指：內容溢出大眾觀光的套裝行程（package tour）或旅遊資訊書（travel guide book）描繪的意象範疇，提供讀者不同的風物景致。一是岸本葉子1989年初版的《微熱之島台灣》（1996年以文庫版重新上市），岸本葉子在1988年5月首次初訪台灣，正值剛解嚴之後，她以自由行的方式不走觀光路線，先從花東、綠島蘭嶼開始，描繪對阿美族、魯凱族、達悟族的印象，還有省籍衝突、戒嚴政治、原台灣人日本兵的補償問題、霧社事件等歷史的當事人及場景，其中，觸及許多日本人對於殖民及戰爭的反省。另一本是熊沢正子1995年出版的《單車族翻山越嶺：台灣、歐洲、韓國遊記》，記錄了她於1992年7月和友人騎單車環台三星期的所見所聞，有自然、有人文、也有自我。譬如，她寫看到一台摩托車載了五口人，左右不分亂七八糟的交通景觀；與石垣島相似又不盡相同的景物中照見日本的鄉愁，彷彿童年看到的田園風光，台灣是如此地親近……。這兩本書之所以溢出大眾觀光的套裝行程或旅遊資訊書描繪的意象範疇，除了作者本身的「旅遊目的」及「個人風格」外，和她們來台旅遊的「時間點」也有關連。與其他集中於2000年之後問世的絕大多數出版品相比，這兩本書算是比較早期的日本女遊書寫，記錄的時空背景距今將近14~18年之久，也就是1990年前後的台灣，當時日本女遊人數雖已逐漸增加，但鎖定女遊的觀光資訊及行程還不是那麼豐富，或許這也影響兩位來台時的旅遊路線，以及隨後反映出來的書寫內容及書寫意象。

本研究比較關注的是其他出版品，特別是2000年之後的出版品，筆者分析這些日本女遊書寫下的台灣意象（表三），整理出：過剩的觀光意象、「日本疲勞、台灣有效」的權力關係、闕如的觀光意象三個部份，先來看看過剩的觀光意象中，「過剩」到底所指為何。

一、過剩的觀光意象

依據亞馬遜日文網站（Amazon co.japan）的書介、書評和讀者意見，這 19 本女遊書寫幾乎都是所謂的旅遊資訊書，有的甚至發展成擬似「在台生活小百科辭典」，亞洲奈みづほ的《台灣事始：優閒之國的關鍵字》為代表。稱它們是旅遊資訊書，有以下兩個特色：

（一）、很少觸及旅遊地深層的歷史文化，只是略為提及或一筆帶過，並非全書的重點，所以也很難成為台灣意象的重點。但相對地，作者會巨細靡遺地詳述各別景點，像特殊餐廳、茶樓、店家，去到目的地的交通工具及所花費的時間金錢。此外，不管透過手繪還是照片，作者圖文並茂地介紹美食小吃的食材、做法、吃法乃至演變，超越了只偏重做法的一般食譜，浜井幸子的《台灣美食剪輯》很具代表性，平野久美子的《台灣好吃大全》、なおのあの《想去台灣》也是以美食為主，可說是美食特搜隊的成果發表。還有，台灣式品茶的道具、順序及方法，茶葉栽種、摘採、茶藝衍生出的周邊料理、茶點、茶藝館等，也是女遊書寫下的主要意象，伊藤ユキ子的《台灣茶話》、渡辺満里奈的《満里奈之旅：豐盈的台灣行》中均有詳細介紹。可從「花壽司」及「養茶壺」這兩段文字來看。

「花壽司的食材有蟹肉條、魚卵、甜肉海鮮加工品、小黃瓜、紅蘿蔔、敏豆、生菜、貝類加工品、火腿肉鬆、煎蛋、鳳梨、酪梨、味噌醃漬的牛蒡等等，可以自由自在地組合，做出台灣獨特的壽司美感及混合的口味。特別是宴會上端出的花壽司，會把肉鬆、板條、紫米做搭配。這樣比起來，日本的小黃瓜壽司、干瓢壽司⁵實在太陽春了！讓人深深感到文化差異的大不同。」

平野久美子（2005：93）

⁵ 以夕顏（*Calonyction aculeatum*）這種植物果肉為食材所做出的簡單壽司。

「茶壺的收藏家常常用『養壺』這個詞兒。望文生義也猜得出它的意思，就是指用柔軟的布巾或刷子去保養茶壺。陶器店擺著的茶壺只能算半成品，氣孔多、通氣性、保溼性高的會被形容是『有在呼吸的茶壺』，越用越有光澤，味道也越佳。價值當然就提高了，生生不息地樣態令人讚嘆……。收藏家好像在養育自己兒女一樣，細心照料著這些茶壺。」

伊藤ユキ子（2001：72）

（二）、因定位在旅遊資訊書，呈現出的另一特色是女遊很少與自我心靈進行深度對話，沒有提出對個人生命反芻的記錄，或許是因為，她們大多數並非日本社會的「名女人」，不具代言者的條件、身價或魅力，除了渡辺満里奈稍有知名度及曝光率外，太過強調個人隱私的書寫風格很難成為賣點，也無法滿足眾多讀者對於觀光地（而非作者）的渴望及想像。但相反地，多數女遊著墨很多在個人的旅遊體驗、觀感、口感及觸感，特別是品茗，美食、按摩、挽面、SPA、算命、溫泉、變妝沙龍照等活動中，如何好吃/難嚥、如何誘人/失望、如何舒暢/疼痛、如何美麗/狼狽；同時女遊也有意無意地和日本習慣、日本景物相對照後，寫下她們心目中的台灣意象，這些似乎更能引發廣大讀者的共鳴，誘發女遊上路去感受書中所謂真實的台灣。分別從「西門町的挽面」、「關子嶺的泥漿溫泉」、「武昌街的明星咖啡廳」三個場景來看。

「我很驚恐，一瞬間也不知道發生了什麼事。歐巴桑開始幫我拔額毛(挽面)，而且是用她的指甲。與其說是用拔，倒不如說是用刮的，她像在路邊除草一樣。還好，我臉上塗了白粉眼睛睜不開，黑暗中就交給這位歐巴桑了，她按著我的頭拔毛，正想只好認了的時候，痛啊！好痛啊！」

和田直子（2002：90）

「一個胖胖的歐巴桑注意到我，她說：『今天只有妳一個客人，女湯這邊的水放滿之前，妳先去男湯那裡泡。如果有男客進來，再跟我說。』真是不巧！但我好像也蠻興奮的，有生以來第一次進到男湯。台灣的浴室和換衣間通常沒有分開，這裡也一樣，浴室牆上釘了許多欄架。我把衣服給脫了，馬上將腳放到泥漿溫泉中。突然間，腳丫子感覺黏黏滑滑地一團泥巴漿，真是噁心~~！」

浜井幸子（2002：93）

「爬上窄窄的樓梯，一開門，映入眼簾的是排書架。寬廣的窗外灑進菊色的光線。武昌街這裡漂出的感覺，彷彿昭和時代的日本。在柔和的光線中，埋頭看書的人可能是學生吧。後面坐了對老夫婦，彼此安靜地互看、喝著咖啡。我像看到咖啡廳的風景古畫般，湧出了陣陣的鄉愁。」

泉美咲月（2005：101）

從日本女遊書寫的內容可以發現，幾乎都停留在旅遊資訊書的層次，大量資訊一邊倒地傾向各別景點的介紹以及旅遊體驗中個人感受的宣洩，這些內容所佔比率很高，由此，也建構出主要的台灣意象。但觀光意象的建構除了女遊書寫這個媒介外，更牽涉到交通工具、廣告商、旅行社、大飯店等相關連鎖產業，山中速人（1992）將此一龐然現象稱為「觀光媒體產業複合體」（tourism-media industrial complex）。為了凸顯這些大量湧出的、過剩的觀光意象，筆者進一步找到其他意象來源做交叉對比，期望能找到日本女遊書寫的確切位置，分別是：日本旅行社推出的台北觀光行程以及台灣日文媒體打造的台北觀光行程。雖然，日本女遊書寫的意象空間並不局限於台北，選擇台北是因為，做為國外觀光客下榻的必經之地、也做為台灣觀光的極重要城市、

更是觀光業繁榮昌盛的所在，台北，在台灣的觀光意象建構中自然佔有指標性的地位。交叉對比後的結果發現，旅行社推出的行程以及媒體打造的行程和女遊書寫的內容彼此間有高度的一致性，特別是被介紹的店家、店家老闆、服務內容幾乎都很近似，譬如，小龍湯包名店「鼎泰豐」，茶藝館「回留」、「紫藤廬」、「清香齋」、「竹里館」，變妝沙龍照相館「薇閣」、「夢工場」，腳底按摩及指壓服務的「滋和堂」、「再春館」等等，換言之，「女遊書寫」、「旅行社推出的行程」、「媒體打造的行程」三者在台灣觀光意象建構中均發揮一定的影響力，並且，三者之間存在相當程度的雷同。

首先，是日本旅行社推出的台北觀光行程，從日本國內幾家著名旅行社如日本通運集團、近畿日本觀光、JTB、東武旅遊等2006年印製的台灣觀光DM中，可以找到許多「限定女性」為女遊量身訂做的行程。「東京出發，限女性，台北4日遊」：標榜女遊的休閒時光，特別是腳底按摩、修指甲、台灣式洗髮，並強調女導遊全程陪同，讓女遊可以安心放心。「福岡出發，限女性，台北3日遊」：打出台灣式洗髮、頭部按摩、吹髮的一小時體驗。「福岡出發，讓您完全放鬆的台北4日遊」：推出台灣式中國茶的專門品茗體驗。「私的美麗旅程，台北4日遊」：標榜午後女性獨享的放鬆時段，腳底按摩、修指甲、台灣式洗髮外，還包括到茶藝館品茗、逛免稅店、享受上海料理、去元氣養生館（JAA台灣旅遊篇的拍攝現場）做全身按摩及去角質。「變美大做戰，台北3日遊」：到照相館拍個人變妝沙龍照，留下一生美麗的回憶。此外，自由行強力介紹台北三大算命區：行天宮、士林夜市、龍山寺，說日語也能通；針對女遊必定打出住高級五星級飯店，HIS推出豪華福爾摩沙麗晶飯店（Grand Formosa Regent）系列，強調此檔住房對女遊貼心細心的關照。

其次，是台灣日文媒體打造的台北觀光行程，以號稱全台最大發行量的免費日文媒體『Taipeinavi Magazine Map and Coupon版』來看，它同時發行電子報及夾報兩種，主要提供在台北的日本人食衣住行育樂相關的生活訊息，對於觀光資訊的處理，是直接刊登特約店家的廣告及折價券對換，包括：SPA、

三溫暖、美食、迷你整型、整骨變小臉、變妝沙龍照、治療日本人花粉症的凍頂茶、東方美人茶。廣告文案強調店家如何貼心迎接日本女遊的到來，讓人享受女王般的尊榮，譬如：變妝沙龍照相館的店長通曉日文親自駐店服務，滋和堂有多位女性按摩師隨時待陣，行天宮命理館特為女性打造陰柔氣氛，推拿健康廣場都是女師父女遊可全然放心。

從上述說明中可以得知，所謂過剩的觀光意象其「過剩」的意涵有兩方面。一是日本女遊書寫的內容幾乎都停留在旅遊資訊書的層次，所以，大量資訊一邊倒地傾向各別景點巨細靡遺地介紹以及旅遊體驗中個人感受的宣洩。另一方面，「女遊書寫」、「旅行社推出的行程」、「媒體打造的行程」三者在台灣觀光意象建構中共同發揮了影響力，而且三者間存在相當程度的雷同，彼此作用、相互強化，打造出日本女遊對台灣意象的基本認識與輪廓，這種雷同又以大都會的台北觀光最為明顯，可從下面這段文字中明顯看出女遊書寫、旅行社推出的行程、媒體打造的行程彼此之間的意象結盟（image alliance）。

「『回留』就座落在(永康)公園的正對面，安靜、令人舒朗。這個舒朗的窗邊就是JAA(日亞航)找金城武拍觀光指南的場景，當然，我也不忘在這裡拍一張囉。」

渡辺満里奈（2003：31）

日本女遊書寫出來這些過剩的觀光意象，筆者認為可看成觀光資本主義邏輯強力運作下的結果。所謂觀光資本主義的定義與內涵，是依大橋昭一（2002：19-21）整理德語圈觀光理論諸位先驅的論點，首先引用Gerhard Armanski的說法，他認為觀光具有資本主義社會商品生產和交換的基本特性，觀光業就是在生產及販賣觀光商品，因此，深受資本主義運作原理的牽制，

簡言之，觀光業是爲了追求利潤而去投資，並不斷尋求投資領域的擴大。追求利潤的法則是，觀光業者向觀光客提供觀光商品的使用價值，但這個使用價值的真正意義，是存在於握有交換價值的觀光客手裡，人類對於觀光的需求與滿足，必須透過貨幣及商品的流動才得以達成，觀光商品的宣傳就是賦予流動過程特別的光輝，喚起人們對觀光的需求，這是供需的關係買賣的關係，也正是觀光經濟的原點。其次是Hans Magnus Enzensberger於1950年代末之後陸續發表的論點，他也強調觀光活動本身是資本主義體系運作的一環，如同其他商品的大量生產，顧客被迫去迎合觀光商品，這些商品主要透過規格化、套裝化、個別生產等方式進行或製造。規格化最典型的例子是觀光景點的建構，由觀光業者選定好心目中的景點，對觀光客而言，不僅只是該景點值得探訪，而是觀光客被迫去探訪。觀光，逐漸從「去觀看已經存在的景點」演變到「事先計劃好哪些景點值得被觀看」的一種活動，換言之，觀光業的擴張，同時也是觀光資本主義對觀光客支配的擴張。

從觀光資本主義的論點，審視日本女遊書寫下過剩的觀光意象，有兩點主要發現。

(一)、多數女遊的書寫屬於旅遊資訊書的範疇，而旅遊資訊書本身就是不折不扣觀光資本主義的產物，旅遊出版業者爲了追求利潤，必須符合多數旅者對於「刹那的方便性」這種需求，⁶所以，書寫內容一邊倒地傾向各別景點的介紹以及旅遊體驗中個人感受的宣洩，這樣的書寫風格與題材容易成爲賣點，才可能誘發女遊趕快上路，親自體會台灣意象的真實性。相反地，書寫台灣意象的日本女遊不去著墨深層的歷史文化，那可能會讓人昏昏欲睡、卻步猶豫，加上她們並不是名女人，不具代言者的資格，不太被容許在書中

⁶ 橋本佳惠（1999）解構夏威夷觀光意象時也發現，日本大型旅遊出版社在旅遊資訊書的編輯風格上追求的是「刹那的方便性」，內容以和海灘活動有關的飲食、購物、遊樂等資訊爲主，夏威夷當地歷史文化的介紹非常貧乏，值得堪慮。

提出個人對生命的反芻，即便她們也有反省、也渴望做這方面的表達，但讀者可能對此人不感興趣、難以共鳴，因為它不具什麼商品的交換價值。

(二)、另一發現是，女遊書寫下過剩的觀光意象之所以不斷重複出現，正是觀光業規格化、套裝化、個別生產方式進行的結果，女遊似乎沒有太多選擇，跳脫這些事先被預設好的觀光景點，她們看似獨立自主，又擁有許多得以書寫、得以出版的得天獨厚之條件，其實是被迫地在旅行社推出的行程以及媒體打造的行程之間流轉。如前所述，不少日本女遊本身就是為了出版（旅遊資訊書）而來台進行採訪，也把吃遍美食及品茗當成人生的重大意義，這些都和觀光行程的安排目的不謀而合，也因此，女遊書寫下的觀光意象和旅行社及媒體打造的觀光行程高度雷同，特別是在國際大都會的台北，不僅是觀光資本主義發展極致的地方，也是台灣觀光意象的重要指標，女遊似乎比較容易在城市而非他處找到自我、也找到台灣。

二、「日本疲勞、台灣有效」的權力關係

接著要繼續追問的是，過剩的觀光意象背後蘊含了什麼樣的特質，這個特質中又有怎樣的權力關係在運作？整體而言，台灣意象被建構成具有「治療日本人疲憊」的奇特功效，這種功效透過上述各種觀光消費：美食、品茗、按摩、挽面、SPA、算命、溫泉、變妝沙龍照等活動一一達成。

「電影叫做『咖啡時光』，意思是像喝咖啡的時候一樣，人的心情會很平靜，可以重新整理思緒，也想想如何重新出發。走訪台灣咖啡館的這趟旅程，就如同咖啡時光這四個字所表達出來地，讓我深切體會到，日常疲憊獲得舒緩的真正片刻。」

泉美咲月（2005：57）

然而，「治療日本人疲憊」的奇特功效並非台灣所獨有，而是非常普遍地存在於為日本女遊所打造的亞洲觀光意象當中。⁷依據「日本法務省出入國管理統計」的數據，1991年日本女性觀光客佔全體觀光總數的16.3%，到了1999年已增加至22.1%，女性觀光客（20~39歲年齡層）到亞洲主要的八個國家是：印尼、韓國、新加坡、泰國、台灣、越南、香港、馬來西亞。在這波日本女遊的熱潮中，利用陰性特質打造特定觀光意象，根據JTB的調查資料，⁸1994年左右日本國內針對年輕女遊所打出的亞洲觀光文案是：「便宜、近距離、短程」等文案，並以「美食、按摩瘦身、購物」做為主打的觀光行程，到了1999年基本上仍未脫離此一路線，但也加入「探訪亞洲深度文化」等標題，亞洲各國的雜貨、庶民飲食、傢俱、老街、生活樣式等一一被列入觀光資訊中，其策略是激發日本女遊對過往美好日本的鄉愁懷舊。譬如，鎖定女遊的購買慾望時，對於人氣直線上昇的亞洲各國雜貨之描述是：「深意款款、饒富情趣」、「初次接觸、卻令人眷戀不已」、「手工製品才能傳遞溫馨」、「便宜又可愛、便宜又時髦」等。配合女遊的陰性特質與需求，旅行社廣告文案強調：「如此親近而新鮮的亞洲，不需要緊張，只要放鬆心情好好享受，能讓

⁷ 對日本女遊而言，亞洲如此深具魅力的原因是：日本與亞洲的經濟落差，使得海外旅遊比國內旅遊便宜而吸引人；日本和亞洲許多國家間直行班機行駛、便利往來；彼此關係友好有助於觀光活動的進行，如落地簽證的允諾；亞洲各國經濟持續發展、政治趨於穩定、積極發展觀光業等都是主因。還有，日本年輕女性的雇用及就業環境也必須列入考量，一般而言，她們比起同年齡層的男性要來的「自由」，這裡的自由是指較少被指派做獨當一面的事務（總合職），大多屈就於事務性的重複工作（一般職），還有加班少並有固定的休假，出國旅行成了日本女性結婚生子前自由活動的象徵。此外，母女檔共同出遊是日本女遊的特殊景象（橋本佳惠1997），旅行社常推出「母女檔特別護照」，鼓勵18歲以上成年女性與母親同遊海外，相同日程/行程參加者給予優惠。

⁸ 『JTB ニュースと資料』2001年第19号。

妳從平日的疲憊中重新甦醒過來……」。⁹換言之，它強調女遊在消費亞洲時不僅能享有物質上「便宜、近距離、短程」等好處，還透過亞洲式的親切款待（Asian hospitality）在精神上獲得緩和與休憩，因此，到亞洲各國體驗SPA、按摩、舒壓、美食、購物等活動，幾乎成爲日本女遊的必備行程。

那麼，「治療日本人疲憊」的奇特療效、亞洲式的親切款待等特質中，蘊含什麼樣的權力關係呢？一言以蔽之，就是性別與東方主義、國家機器的糾結纏繞。

（一）、東方主義的凝視：先來看看東方主義這個部份，和男遊相類似的是，以先進國家女遊爲訴求打造發展中國家的觀光意象中也能找到東方主義的陰影，簡言之，日本vs.亞洲二元對照又不平等的權力關係隨處可見：疲憊不堪的日本vs.提供休憩的亞洲、高物價的日本vs.便宜的亞洲、現代化進步的日本vs.懷舊鄉愁的亞洲。觀光業是服務業，無論針對的是男遊或女遊，如何誘使觀光客願意花錢出來消費、尋求放鬆，基本上男女並沒什麼不同。然而，日本人觀看亞洲、消費亞洲的態度卻又和性別緊緊扣連，一方面利用女遊的陰性特質，創造出大量的、過剩的、特定傾斜的觀光意象及商品，讓女遊在亞洲也可得到不同於男遊買春觀光或性觀光那般的親切款待，並且是物超所值的「便宜、近距離、短程」，同時，再次強化日本人對亞洲持續的優越感與殖民幻想。

這種透過觀光建構對亞洲持續的優越感與殖民幻想，也發生在同屬殖民地觀光的加勒比海地區，研究加勒比海觀光史的John M. Bryden（1973）、H.Michael Erisman（1983）都曾提到，該區觀光業與人種、殖民主義以及奴隸制有著密切關連，觀光業的發展可說是一種新的奴隸制，換言之，過去是奴隸制（servitude），現在則是服務業（service），兩者並無太大差別。加勒比海地區的觀光業主要鎖定中產階級，觀光意象經常強調這裡是幸福的天國、樂

⁹ 『產經新聞』2001年5月24日夕刊、『日本經濟新聞』2000年5月27日。

園、伊甸園，對於長期的種族衝突、失業、貧困、剝削等絕口不談，當地黑人或混血者不被當成和觀光客同等級的人，只被要求賣弄性感與肉體，特別在殖民宗主國的白人觀光客面前，做出微笑、親切、助人、善體人意的演出。這種強迫式的奴隸演出，美其名是親切款待，其目的是為了節省成本，滿足主/客雙方對觀光意象的期待和要求，強化黑人與白人的不平等關係，主客雙方以否定互酬制（negative reciprocity）而非均衡互酬制（balanced reciprocity）所進行的非等價交換。¹⁰

（二）、國家機器的操控：但更重要的是，這種二元對照不平等的權力關係以及非等價交換之所以能夠成立，不僅只來自客方社會對主方社會單向的觀光意象操控，來自主方社會國家的積極介入也無法忽略，換句話說，台灣具備「治療日本人疲憊」的奇特功能這個意象建構的參與者，不是只有日方的觀光業者，還包括台灣的交通部觀光局。觀光局在2001年台灣觀光宣傳活動中，指定日本女星渡辺滿里奈為親善大使，以平溪天燈為背景，由導演侯孝賢掌鏡，透過「台灣，觸動你的心」（Taiwan, Touch Your Heart）此一文案在日本電視廣告、女性雜誌、海報等媒體上做系列宣傳。之後，渡辺滿里奈2000年初版的《滿里奈之旅：豐盈的台灣行》成為年輕日本女遊來台時的搶手資訊書，按圖索驥者更是絡繹不絕。2002年觀光局又以「阿茶」塑造台灣觀光形象，針對日本市場持續以「阿茶先生」延伸之「阿茶家族」為主題，擴大年輕女遊及個人旅行消費市場的宣傳，打出「日本疲勞、台灣有效」的文案。觀光局國際組認為，日本人最愛台灣的腳底按摩、美食與茶藝，針對這幾項台灣旅遊資源，委託台灣電通公司拍攝四支形象廣告於日本各大電

¹⁰ 諷刺的是，奴隸時代白人廠長為了凸顯對賓客的盛情款待，會刻意彰顯牙買加是個好客的社會，故意在客人面前數落黑奴；但到了現代，來自美國的黑人觀光客並不受到加勒比海當地黑人的歡迎，當地黑人寧可服務白人、也不願服務同膚色的黑人，這是「色階」意識內化後的非等價互動。

視台播放，透過台灣阿茶營造出一種悠閒的渡假氣氛，介紹台灣茶藝、美食及腳底按摩，訴求對像是20到30歲的日本年輕女性。¹¹

至此可以確定的是，日本女遊筆下的台灣意象大多沒有溢出觀光資本主義打造出來的世界，她們仍舊在旅行社推出的行程以及媒體打造的行程之間流轉，從這些大量湧現的、過剩的意象中，我們看到客方社會旅行社及主方社會國家機器共同打造出「日本疲勞、台灣有效」為主的訴求，在東方主義的神情底下，台灣被建構成一個足以提供日本女遊親切款待、順從與體貼的地方，而且，是如此地「便宜、近距離、短程」，持續了日本人對亞洲不平等的消費及凝視，日本人對亞洲的優越感與殖民幻想也得以溫存下去。

三、闕如的觀光意象

不禁要追問的是，女遊書寫的內容為何無法溢出觀光資本主義的範疇？是否和父權制對女遊上路後的諸多限制有所關連？Vivian Kinnaird and Derek Hall (1994) 強調，當旅行做為女性自我完成與自我認同的一種手段時，女遊必須克服的是來自男性 (the male) 與家 (the domestic) 的兩項束縛，因為，女遊常常被再現為特立獨行 (individuality and uniqueness)，不同於其他一般「正常」的女性，也就是不同於社會規範對女性自我犧牲和照料家庭的要求。父權的宰制無所不在，父權賦予女遊特定的性別焦慮，而且是在客方社會和主方社會父權的雙重夾擊下，女遊上路後仍舊無法完全解脫。女性做為一個不同於男遊的人，也就是一個被性別化的旅人 (gendered travelers)，通常被期待、久而久之也自我期待在被性別化的地方 (gendered places)、以被性別化的方式 (gendered modes) 從事旅遊活動，換言之，女遊「不宜前往」的地方，像西藏、阿拉伯、伊斯蘭地區等最好不要單獨前往，女遊「不宜從事」騎腳

¹¹ 但相對地，在對歐美宣導方面，觀光局將主題鎖定「生態旅遊」，透過台灣高山景觀、太魯閣峽谷、黑面琵鷺過冬等，藉此吸引更多喜愛生態旅遊的歐美人士。

踏車、騎馬、騎駱駝、爬山、航海等危險活動的說法，也一直栓住女遊的行動。

爲了檢證日本女遊書寫下無法溢出觀光資本主義的內容到底爲何，筆者進一步以1989~2005年期間，21位日本男遊以日文在日本出版的台灣遊記共22本爲資料來源（表四）加以對照，試圖找出女遊書寫中闕如的觀光意象。主要發現如下：

（一）、同女遊書寫一樣，男遊書寫中也出現美食、茶藝、店家、溫泉等，但整體而言比重不算太高，下川裕治的《好喜歡的台北：24小時開放城市的正確哈法》、脇田惠暢的《台灣》、まのとのま的《無敵台灣》、木下諄一的《台灣觀光達人教你的台灣旅遊撇步》等，算是接近此類的旅遊資訊書。

（二）、和女遊書寫不同、也是女遊書寫最匱乏的是，男遊在登山、鐵路、遺跡、建築、殖民、歷史等意象的書寫比重明顯高出很多，也因此，許多男遊書寫不僅能跨出大都會的台北，而且是跨出觀光行程的安排。鹿野忠雄1941年初版的《山、雲、蕃人：台灣高山旅遊》橫越當時的新高南山、南玉山、新高東山、秀姑巒山、尖山、東郡大山，小林滿男的《羅曼山旅：台灣和中國四川省的山》是以玉山爲主，小宮強介的《體驗台南的四十三個月：溫馨的歷史、街道與人》鎖定台南，奈良節夫的《台灣自行車旅行》、德田耕一的《台灣鐵道》、結解喜善的《台灣一周鐵道之旅》都是環島之旅。此外，片倉佳史在書名《非觀光行程的台灣：邊走邊看的歷史與風土》中刻意標榜不走觀光行程，山口修的《台灣歷史漫步》強調歷史遺址，還有直接凸顯日本殖民遺跡、建築代表作的則是又吉盛清的《台灣，不遠的過往之旅台北篇：殖民地時代的旅遊指南》、宮本孝的《台灣爲何令人如斯懷念：台灣境內的「日本」之旅》、片倉佳史的《台灣：日本統治時代歷史遺跡之旅》這三本，已故歷史文學家司馬遼太郎的《走街系列40，台灣遊記》以台灣史特別是台日關係史爲書寫主軸。

從上述男遊書寫的特質中可以清楚看出，男遊和女遊在書寫風格、題材上的大不同，男遊書寫的特質正好映照出女遊書寫的闕如，筆者認為闕如的可能原因是：女遊對此原本就興趣缺缺，要不就是安全考量、體力限制、時間成本等物質條件不足，以致於不想或不敢從事這類型的旅遊活動。但如果更深一層地追究，為何女遊不想或不敢從事，答案可能就在父權制對女遊行動的捆綁，女遊內化這些價值後久而久之也自我捆綁，她們很難克服來自男性與家的束縛，她們很難做到完全的特立獨行，只能在安全和被默許的範圍內從事旅遊。

相對而言，男遊沒有這層包袱，男遊進行登山、鐵路、遺跡、建築等活動的探勘，或是觸及台灣的殖民、歷史、文化等深度議題時，似乎被認為很自然甚至理所當然，也因此還出現被人稱做「重度哈台族」或「台灣通」的日本男遊。同樣地，我們也可反推，品茗、美食、按摩、挽面、SPA、算命、溫泉、變妝沙龍照等活動，好像先天上自然就屬於日本女遊「主流」的觀光行程，男遊若想參與當然也很歡迎，但男遊就算從事，也未必會在書寫中大方愉悅地呈現出來，要不就是針對這些活動，男遊只是點到為止、嗤之以鼻或是根本沒份！

「日本觀光客來台灣拍寫真集的幾乎都是女生，還沒聽說有男生去拍的。當然做生意嘛，男生願意付錢，店家是絕對歡迎，但好像男生都沒興趣。坦白說那種『自戀』的事，我做不來。…………。我倒是在台灣拍過婚紗照，感覺好『丟臉』喔，絕對不拍第二次！」

木下諄一（2002：22-23）

那麼，到底是什麼在捆綁女遊的行動以及隨後的女遊書寫，與男遊相較，女遊是否先天上就是需要被捆綁、還是被保護？如前所述，從女遊書寫到女

遊行程都是人爲打造出來的，透過主方社會及客方社會雙方的共同參與，包括：日本旅行社推出的台北觀光行程、台灣日文媒體打造的台北觀光行程、日本旅行社對亞洲的觀光意象建構、台灣觀光局在日本的系列宣傳等等，在「觀光媒體產業複合體」這個龐然大物裡面清楚看到的是：父權制不再只是單獨作用，它已經和觀光資本主義、東方主義、國家機器等結構盤根錯節互相關繞，一同支配著女遊、也指引著女遊。

伍、結論及後續

本文目的在於解構1990年代之後日本女遊書寫下的台灣意象，首先從觀光社會學中的「女遊」與「女遊書寫」、觀光意象建構中的性別兩個脈絡切入，掌握研究對象，即：女遊書寫、以先進國家女性爲觀光的消費主體、建構發展中國家的觀光意象這三項；緊接著，說明日本女遊在台灣的情況，她們得以書寫、得以出版的得天獨厚之條件；然後，透過五個不同意象來源的交叉對比，包括：日本旅行社推出的台北觀光行程、台灣日文媒體打造的台北觀光行程、日本旅行社對亞洲的觀光意象建構、台灣觀光局在日本的系列宣傳、日本男遊書寫，找到日本女遊書寫的確切位置；最後，從日本女遊書寫的台灣意象中整理出過剩的觀光意象、「日本疲勞、台灣有效」的權力關係、闕如的觀光意象三個部份。研究結果如下：

第一、女遊書寫下的台灣意象糾結了觀光資本主義、東方主義、國家機器、父權制等錯綜複雜的結構，牢牢地捆綁著女遊以及隨後的女遊書寫。女遊似乎沒有太多選擇，跳脫事先被預設好的觀光景點，她們看似獨立自主，其實是被迫地在旅行社推出的行程以及媒體打造的行程之間打轉，特別是在國際大都會的台北，女遊似乎比較容易在城市而非他處找到自我、也找到台灣。

第二、女遊書寫中大量湧現的、過剩的意象中，我們看到客方社會旅行社及主方社會國家機器共同打造出「日本疲勞、台灣有效」爲主的訴求，在

東方主義的神情底下，台灣被建構成一個足以提供日本女遊親切款待、順從與體貼的地方，而且是如此地「便宜、近距離、短程」，持續了日本人對亞洲不平等的消費及凝視，日本人對亞洲的優越感與殖民幻想也得以溫存下去。

第三、女遊書寫最為匱乏的是登山、鐵路、遺跡、建築、殖民、歷史等意象，女遊不想或不敢從事這些活動的原因，可能是父權制對女遊行動的捆綁，女遊內化這些價值後久而久之也自我捆綁，她們很難克服來自男性與家的束縛，很難做到完全的特立獨行，只能在安全和被默許的範圍內從事觀光旅遊。

難道女遊和女遊書寫已經沒有其他揮灑的空間了嗎？當然不是。其實，亞洲日本女遊的組成非常多元，從早期的香港血拼族、泰國普及島和印尼巴厘島的買春女、姐妹檔、母女檔、海外見學女遊等不一而足。以日本NGO舉辦的海外遊學（studying tour）為例，參加者多是女性，而且多以亞洲地區貧困的發展中國家為主，參訪女性組織、植樹活動、與孤兒院孩童交流、遺址修復等。日本女性參與海外志工的意願越來越強，純粹吃喝玩樂的觀光活動已無法滿足她們的需求，近年來不僅非政府組織，許多大型旅行社如JTB、近畿日本觀光也加入這類型旅遊市場的開發。¹²

由此看來，女遊唯有不斷自我突破，女遊書寫才会有更寬廣的揮灑空間，女遊書寫牽引出主方社會的觀光意象才可能呈現更多樣的風貌，對於所有想要上路、想要書寫的女性而言，這是一段還很漫長的追尋。

¹² 『朝日新聞』1997年7月23日。

(表三) 日本女遊書寫一覽

作者	出版年	出版社	書名	内容
岸本 葉子	1989	凱風社	微熱の島台湾	省籍、族群、歴史
河添 恵子	1994	トラベルジャーナル	台湾 それいけ探偵団 アジア・カルチャーガイド	文化、美食
熊沢 正子	1995	山と溪谷社	チオリンコ族は丘を越える—台湾・ヨーロッパ・韓国紀行	自転車旅遊
平野 久美子	1999	ネスコ	中国茶・アジアの誘惑—台湾銘茶紀行	茶藝
光瀬 憲子	2000	双葉社	台湾で暮らす アジアと遊ぶ	看、吃、玩
伊藤 ユキ子	2001	JTB	台湾茶話	茶藝
光瀬 憲子	2001	双葉社	1日5000円ゼいたく旅 台湾—女性にも安心満喫の裏ワザ生情報	美食、雑貨、温泉
亜洲奈 みづほ	2001	凱風社	新しい台湾いろいろ事始め	美食、文化
王 悦敏, 片野 ゆか	2002	ベストセラーズ	すっぴん台湾—台湾女性が教える本当の魅力	美食、温泉
和田 直子	2002	文芸社	惚れまし台湾	美食、茶藝、景觀
亜洲奈 みづほ	2002	PHP研究所	台湾に行こう!元気になるう!—生活感覚で満喫するリラクゼーションガイド	按摩、茶藝、文化
浜井 幸子	2002	情報センター出版局	台湾まんぶくスラップ	美食、温泉
高田 京子, 清沢 謙一	2002	新潮社	台湾温泉天国—はじめの完全ガイド	温泉
渡辺満里奈	2003	新潮文庫	満里奈の旅ぶくれ—たわわ台湾	美食、茶藝
なおのあ	2004	メイツ出版	台湾に行きたい!	美食、習俗、美容
七海 なおみ	2004	碧天舎	うーろん台湾潜心—ご満喫な旅日記	美食、街景
千葉 千枝子	2005	イカロス出版	悠々ロングステイ・ガイド台湾—台湾はひとカラダにやさしい	Long stay、衣食住
泉美咲月	2005	情報センター出版局	台湾カフェ漫遊	美食、文化、流行、咖啡
黒田 勝弘, 黒田 節	2005	緊急コミュニケーションズ	アジア裏メソ街道—韓国・台湾 父と娘のおすすめ料理	美食
平野 久美子	2005	新潮社	台湾 好吃大全 とんぼの本	美食、文化
亜洲奈 みづほ	2006	凱風社	台湾事始め—ゆとりゆりのくにのキーワード	美食、文化、占ト

筆者製作

(表四) 日本男遊書寫一覽

作者	出版年	出版社	書名	內容
小川 善久	1989	近畿日本ツーリスト	台湾の本 旅のガイドブック	觀光景點
山口 修	1991	山川出版社	台湾の歴史散歩 アジア歴史散歩シリーズ	歴史、遺跡
川瀬 健一	1992	ヒレッジプレス	平安如意一祈りの島・台湾	文化民族宗教
下川裕治	1995	双葉社	好きになっちゃった台北—24時間開放都市の正しいハバリ方 アジア楽園でニユア	文化、美食
又吉 盛清	1996	凱風社	台湾 近い昔の旅 台北編—植民地時代をガイドする	歴史、建築、殖民
徳田 耕一	1996	JTB	台湾の鉄道 JTB キャンプックス	鐵路
奈良 節夫	1997	連合出版	台湾自転車旅行	自行車
宮本 孝	1998	三修社	台湾—長期滞在者のための現地情報 ホリデイワールド	歴史、文化、美食、温泉
脇田 恵暢	2000	ゼンリン	台湾	美食、風土
まのとのま	2001	アスペクト	無敵の台湾	美食
浅見 彌祐	2001	東洋出版	ちまっと台湾	鐵路、美食、温泉
木下 諱一	2002	総合法令出版	台湾観光の達人が教える台湾旅行術	美食、茶藝
結解 喜幸	2002	光人社	台湾一周鉄道の旅	鐵路、美食
鹿野 忠雄	2002	文遊社	山と雲と蕃人と—台湾高山紀行	登山
小宮 強介	2003	文芸社	台南体当り四十三ヶ月一心温かき歴史の街と人々と	歴史、美食、自行車
田中 延弘	2003	新風舎	遙かな町のやさしい人々—スゴットランドで感じた。台湾で考えた。	茶藝、美食、文化
片倉 佳史	2004	戎光祥出版	台湾—日本統治時代の歴史遺産を歩く	建築、遺跡、殖民
宮本 孝	2004	展転社	なぜ台湾はこんなに懐かしいのか—台湾に「日本」を訪ねる旅	歴史、文化、殖民
市之瀬 勇機	2004	新風舎	とうさんの台湾紀行	文化、風土
小林 鴻男	2004	碧天舎	山旅ロマン—台湾と中国・四川省の山	登山
片倉 佳史	2005	高文研	観光コースでない台湾—歩いて見る歴史と風土	歴史、文化、建築、遺跡
司馬 遼太郎	2005	朝日新聞社	『ガイド版』街道をゆく 40 台湾紀行	歴史

筆者製作

參考文獻

中文

- 杉本房代、張嘉玲，2003。〈觀光客上門囉！招牌菜在哪兒？--由日本來台旅客結構變動看台灣觀光產業未來的發展方向〉。《台灣經濟研究月刊》，第 26 卷第 5 期，頁 73-84。
- 岡田章子（邱淑雯譯），2003。〈日本女性雜誌再現下的亞洲流行意象：東方主義之眼的三重交錯〉。邱淑雯主編《日本流行文化在台灣與亞洲 II》。台北：遠流出版社。頁 124-139。
- 邱淑雯，2000。〈建構出來的峇里島文化〉。《當代》，11 月號，頁 70-79。
- 邱淑雯編，2001。〈旅遊、家、與父權〉。南華大學社會學研究所《網路社會學通訊期刊 E-Soc Journal》，第 19 期。
- 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》，11 月號，頁 117-123。
- 邱淑雯編，2005a。〈旅遊與情慾開發〉。南華大學社會學研究所《網路社會學通訊期刊 E-Soc Journal》，第 44 期。
- 邱淑雯，2005b。〈性觀光：經營人類學的觀點評市野沢潤平著『ゴーゴーバーの経営人類学：バンコク中心部におけるセックスツーリズムに関する微視的研究』〉。台灣大學婦女研究室《婦研縱橫》，10 月號 76 期，頁 81-98。
- 南博（邱淑雯譯），2003。《日本人論：從明治維新到現代》。台北：立緒出版社。
- 黃雅歆，2003。〈從三毛「撒哈拉傳奇」看「女遊」的潛能開發與假想〉。《台北師院語文集刊》，第 8 期，頁 27-54。
- 蕭肅騰，2004。《日治時期台灣殖民觀光意象之解構》。嘉義：南華大學亞太研究所碩士論文。

英文

- Beno, Tracy and Jones, Trudy, 2001. 'Power women and tourism development in the South

- Pacific', in Yorghos Apostolopoulos, Sevil Sonmez and Dallen J. Timothy (eds), *Women as Producers and Consumers of Tourism in Developing Regions*. Westport, CT: Praeger.
- Bryden, John M., 1973. *Tourism and development : A case study of the Commonwealth Caribbean*. New York: Cambridge: Cambridge University press.
- Dole, Carla M., 2002. 'Magazines: Women's indispensable guides to travel', in Margaret Byrne Swain and Janet Henshall Momsen (eds), *Gender/Tourism/Fun*. New York: Cognizant Communication.
- Erismann, H. Michael, 1983. 'Tourism and cultural dependency in the West Indies', *Annals of Tourism Research*, Vol. 10, No.3, pp. 337-361.
- Hall, Derek R., 2001. 'The Forgotten Giants : Women's role in Africa's delayed tourism development', in Yorghos Apostolopoulos, Sevil Sonmez and Dallen J. Timothy (eds), *Women as Producers and Consumers of Tourism in Developing Regions*. Westport, CT: Praeger.
- Kinnaird, Vivian and Hall, Derek, 1994. 'A note on woman travelers', in Vivian Kinnaird and Derek Hall (eds), *Tourism : A gender analysis*. New York: WILEY.
- MacCannell, Dean, 1982. *The time of the sign: A semiotic interpretation of modern culture*. Bloomington: Indiana University.
- Pruitt, Deborah and Lafont, Suzanne, 1995. 'For love and money: Romance tourism in Jamaica', *Annals of tourism research*, Vol.22, No.2, pp. 422-440.
- Ryan, Chris, 2000. 'Sex tourism: paradigms of confusion?' in Stephen Clift and Simon Carter (eds), *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion*. London: Cassell .
- Said, Edward W., 1979. *Orientalism*. NY: Vintage.
- Sinclair, Thea (ed), 1997. *Gender, work and tourism*. London : Routledge.
- Sonmez, Sevil, 2001. 'Tourism behind the veil of Islam : Women and development in the Middle East', in Yorghos Apostolopoulos, Sevil Sonmez, and Dallen J. Timothy

(eds) , *Women as Producers and Consumers of Tourism in Developing Regions*.
Westport, CT: Praeger.

Thomas, Michelle, 2000. 'Exploring the contexts and meanings of women's experiences of sexual intercourse on holiday', in Stephen Clift and Simon Carter (eds) , *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion*. London: Cassell .

Yuval-Davis, Nira and Anthias, Floya (eds) , 1989. *Woman-Nation-State*. London: Macmillan.

日文

市野沢潤平、2003。『ゴージャスな経営人類学：バンコク中心部におけるセックスツーリズムに関する微視的研究』、めこん出版社。

江口信清、1998。『観光と権力：カリブ海地域社会の観光現象』、多賀出版。

大谷裕文、1996。「楽園幻想とポリネシア観光」、石森秀三編『観光の20世紀』、ドメス出版。

大橋昭一、2002。「第二次世界大戦後ドイツ語圏における観光概念の展開過程：観光事業経営学のための特徴的諸論点を中心に」、『大阪明浄大学紀要』、2：17-30。

春日直樹、1999。「オセアニア・オリエンタリズム」、春日直樹編『オセアニア・オリエンタリズム』、世界思想社。

工藤泰子、2003。「京都観光と女性」、石森秀三・安福恵美子編『Senri Ethnological Reports 37 観光とジェンダー』、国立民族学博物館調査報告、37：127-140。

柴桂子、1997。『近世おんな旅日記』、吉川弘文館。

柴桂子、2005。『近世の女旅日記事典』、東京堂出版。

Thomas, Nicholas、1999。「美しきものと呪われたもの：植民地文化における太平洋の構築」、春日直樹編『オセアニア・オリエンタリズム』、世界思想社。

タイ女性の友編集、2000。『出版倫理とアジア女性の人権：『タイ買春読本』抗議・裁判の記録』、明石書店。

- 豊田三佳、1996。「観光と性」、山下晋司編『観光人類学』、新曜社。
- トルン, T. D. (田中紀子・山下明子訳)、1995。『売春：性労働の社会構造と国際経済』、明石書店。
- 橋本和也、1999。「西からの視線、南からの視線：オセアニアに見られるオリエンタリズム」、春日直樹編『オセアニア・オリエンタリズム』、世界思想社。
- 橋本佳恵、1997。「観光におけるジェンダー問題に関する研究」、『日本観光研究学会第 12 回全国大会論文集』、18。
- 橋本佳恵、1999。「観光案内書の写真情報に見られるジェンダー表現に関する研究」、『立教観光学研究紀要』、1:25-32。
- 羽田令子、2001。『アジア 年金老人 買春ツアー：国境なき 性市場』、講談社。
- 松井やより、1993。『アジアの観光開発と日本：アジアが見えてくる』、新幹社。
- 安福恵美子、1996a。「観光がアジアの女性に与えたインパクト：タイの事例から」、『旅の文化研究所研究報告』、4:31-41。
- 安福恵美子、1996b。「観光と買売春：東南アジアを中心に」、石森秀三編『観光の 20 世紀』、ドメス出版。
- 安村克己、1996。「観光社会学の現状と課題」、『社会学評論』、147(3):48-59。
- 山下晋司、1999。『バリ観光人類学のレッスン』、東京大学出版会。
- 山中速人、1992。『イメージの 楽園』、筑摩書房。
- リム, L. L. (津田守・さくまゆみこ訳)、1999。『セックス〈産業〉：東南アジアにおける買売春の背景』、日本労働研究機構。