

旅遊

連續共演多天的大喜劇（上篇）

文／陳燕銀 開螺絲休閒文化創意工作室負責人
攝影／鄭宇超

作者20歲時的一次重大挫折，
讓她重新學習體認文化的內涵，
而且終身受益無窮，印證了一句日本俗諺：
年輕時所受的苦，用錢買來受都值得。

36年前，我前往日本，參加日本立教大學觀光經營系的入學考試，事前戰戰兢兢地背誦了許多艱深的學科理論，以面對指導教授將對我提出的考題，當我必恭必敬地端坐在面試主考官前，沒想到眼前這位溫文儒雅、和顏悅色的教授開口第一句話竟是：「妳來自台灣，請說說看『中華文化』或『台灣文化』如何從教育、人際、生活等各方面，影響妳這20歲的人生觀？」

當我聽到這個聽起來很平實、簡單，範圍又很大，好像很好發揮的題目時，竟讓我瞠目結舌，不知如何回答。因為當年20歲的我，不懂「文化」這兩個字的定義是什麼？內涵有哪些？故宮的偉大文物，和龍山寺古蹟的歷史背景是不是「文化」？如果是的話，又如何與市民百姓的生活接軌，並實踐應用，進而影響深化為我的人生觀？

在台灣填鴨式教育下長大的我，從小只知背誦、考完試便忘光了，可想而知，那場面試讓我有多大的挫折感，這麼簡單的自身問題答不出來，實在難堪呀！

日本人有句俗諺：「年輕時所受的苦，用錢買來受都值得。」果真，這個挫折對我來說真的是意義重大，一生受用無窮，可謂受得真正有「價值」呢！

因為在我往後留學日本與歐洲的7-8年期間，再加上在日本航空公司工作的前後10餘年，在休閒服務業領域裡的觀光經營專業學習、就業時期中，「文化」兩個字就深深地烙印在我腦海裡。每到一個景點，住一夜旅館或只是吃了一餐，所看到的一事一物，甚至於接觸到的任何人，買了個小紀念品，我的著眼點總

這是一位老人家「專業」的「休閒」

是先從「文化的內涵」和其背後
的經營哲學，與日常家居的種
種生活智慧，以及「文化本
質」的相關性，去加以連結
與應用。

還記得在我完成4年的觀
光經營教育後的畢業典禮
上，校長與師長們耳提面命地
交代我們，旅行服務業最大的
精髓就在於：一群來自不同年
齡、族群、教育、文化、職業背景的
人們，於特定的短暫時空下在自然與人文的
薰陶下，完全敞開心胸、深度交流，最後能
使旅行者、觀光客們驚喜地重新發現自己，
察覺他們在一成不變而且僵化的例行生活
中，所失落的內在自我，並產生新的能量，
帶回到日常生活中，重新產生創造的活力。

休閒產業的精義

這就是「休閒產業recreation industry」的
精義。recreation這個字是由“re”與
“creation”組合而成，“re”字首代表著
「再次」，而“creation”意指創造力。以此來
看休閒產業，不僅僅是放假時讓人放鬆、打
發時間的活動，而是希望藉由這些「參與、
融入的過程」，觀摩他山之石、欣賞不同情
境、彼此的互相腦力激盪，洗滌人們塵封過
久的心靈及腦袋，才能產生更多的創意與活
力，重新回到工作崗位，在現實生活中再衝
刺再發揮。套一句時下年青人的時髦用語，



陳銀燕教授解說「文化財」的典故



日本老人家經常相約到民宿泡湯休閒

叫作「充電」。

回顧過去20餘年來，從早期在日本的
大學觀光系修習，後在日本觀光旅館業中
服務，再轉至日本航空公司服勤，接著回
國，先是任職於旅館並在大專院校觀光科
系從事教學，繼而從事交通部觀光局的導
遊、領隊的教育訓練，並擔任旅館經理訓
練講師的工作。

憶當年的同時，不禁佩服起「時間」
這個高明的魔術師。曾幾何時，當年那個
對從事休閒服務業的工作滿懷憧憬和理想
去接受面試的妙齡少女，竟反過來，搖身
變成一個擔任各種旅遊業者在職訓練和專
業考試的面試考官、第一現場的輔導教
師、指導教授等。經過幾十年歲月的累積
與持續，當年所教導過的學生，也各自在
休閒產業中一展長才，有從事導遊、領
隊、旅行社老闆、專業旅館經營等，這絕
不是老王賣瓜，散佈在國內外職場的學生
們，讓「桃李滿天下」這句話套用在我身
上，可真是當之無愧，一點也不誇張。

但仔細觀看今日的休閒產業，可發現
有好大幅度的演變。台灣近幾年因為經濟
大幅成長，使得民眾越來越重視其休憩時
刻，因此休閒相關產業蓬勃發展。從當年
只有少數「有閒有錢」的貴族才有機會享



以當地特有木材雕成當地特有的鳥，當然熟實



國寶級的稻草編織藝術

由於工商社會的緊張與壓力，使得當年所謂的「奢侈」、「浪費」的觀念，進而成為一種普遍的「需要」，甚至是很多上班族或家族一年數度的例行「儀式」。

旅遊品質的標準

在從事一輩子的觀光教育後，從十幾年前開始，偶爾希望策劃全家一同出門旅遊渡假時，竟然找不到一個旅行團符合我的旅行品質標準：（1）人際間高度互動式的休閒活動、（2）深度的文化賞析與體驗、（3）提升美感與品味、（4）成功經驗的學習、（5）人文智慧的交流。

由此情況讓我深深感到台灣的國內外旅行服務品質開始有所下滑、粗糙，甚至荒腔走調，把旅遊的本質都變調了。在各家旅行社的競價惡性循環下，現在的旅遊行程變成「上車睡覺，下車尿尿，沒事買藥」的走馬看花，空洞地繞來繞去，轉一圈後，就回家的結局。而為了補貼競價的虧損，不但誘導客人購物，還推銷各種額外的自費行程，「觀光」變成是一連串「購物」與「消費」的代名詞。而過於緊湊的行程安排，更是讓

受的「休閒活動」，演變成一般普羅大眾亦積極參與的全民運動。更

大半的時間花費在交通趕路上，把每個人弄得精疲力竭。我兩個妹妹不聽我的忠告參加旅行團，下飛機後，沒進家門前就先上醫院吊點滴了！

自身是學這一行的，也在第一線從業多年，但近幾年，看到台灣業界對於我當初強調「旅行」應該帶給人們的五個重點，已不復見。如今偶爾與從事休閒相關行業的畢業生們閒聊時，他們總是有許多無奈及感嘆，在台灣人「便宜又大碗」的觀念下，我所講的旅行品質標準根本就是天方夜譚！有些從事了十多年帶團出國的職業領隊的學生，甚至告訴我：現在不景氣，每家都在撐生存的苦境下，一般帶團，不但沒有薪水、工作津貼，反而要自掏腰包「買客人」，依人頭先預繳買團錢給旅行社後，才輪到你帶。回來後還依規定，每團必須負責賺一定的金額回來上繳，否則，下次就沒機會帶團，等在家裡喝西北風了！

先別談其他的細節，光說深度文化賞析，該去哪裡找這種人才？又有多少人懂得？如果真的很懂的話，絕對是教授級的大師人物，又怎麼會來從事這種消耗大量體力精力的導遊、領隊之職呢？對於這樣的落差與疑惑，我深思許久，難道說我一生數十年鑽研的「旅遊服務業經營理念」是一門只能在教室裡高談闊論的空洞理論而無法實踐的學科嗎？

邱