cmchao / June 14, 2012 07:44AM
讀者來稿：反思部落文化意象
讀者來稿：反思部落文化意象2012-6-12 22:23 作者：依憂樹．博伊哲努

原住民部落街角，經常是貼滿了各類文化圖像，商品廣告、環境佈置是其中主要物件。在多元繁雜的空間中，卻仍見許多鮮明的族群意象，菱形圖文、服飾、樂舞圖形、工藝、建築風格等等符號，被刻意地展示著。族人似乎要藉這樣的符號向外人宣稱，「我們是不一樣的一群」。台灣立報8H2q4D□M□Q O□`*c+TK□S

台灣立報"h5[-U R□f□L0i□a□E
代表族群的符號，大致裝設在在外人可以到達或觀看流覽的地方，而族人自己的居家空間，反而可能看不到這些「代表自我族群」的物件，吊詭之處也就在這裏。被展示的族群物件與符號，集中在對外展示的前台，而自我生活的後台，裝飾卻平淡無奇，缺少了所謂的族群元素；前台與後台之間，族人自然地來回游移。

□z2L□n i:q□|□?□a"?□]0
□{3A□P□`)H7R□L&u□K0視覺休閒與消費成了族群互動的重要形式，特別是部落觀光活動興起之後，幾乎每一位來到部落的訪客，千篇一律都會渴望凝視或捕捉代表族群的「景點」，這些人希望在部落民宿、餐廳、街角去觀賞、凝視充滿異文化的景緻，享用特別民族風味餐，購買民族藝品，或者，走到民族文化主題園區、民族博物館以及部落文化工作室等，藉此親睹或想像遠古神祕的原住民世界。

){6f□V□R j0
1N B B+c□h E□@;A0異族凝視的休閒和消費的慾望下，部落族人為了觀光所帶來的經濟機會，通常以最直接的方式作為回應：在訪客移動的路徑上，佈置充滿異族風味的環境，或者將觀光流動的路線，打造成一條文化走廊。其間除了符號與物件，也鑲崁了許多新故事、新事件。

p J N:Z f c)_0
3B w□e□c7N0異族凝視，讓這些原本穩定、連續的族群意符，去脈絡化、再脈絡化，而且強調它是「原汁原味又如假包換的民族物件」。這樣的現象，幾乎中外皆然。台灣立報(o□k□G(r9f□K

□~□k□G%E□A n5t0於是，被異族風味（exoticism）的消費慾望所牽引，原住民部落陸續打造了更精緻吸睛的符號物件，如部落出現了全球最大的陶壺（山地門排灣族）、背簍（阿里山鄒族），各類文化展演，眾聲喧華。台灣立報&r;Q□l+X□^ R%O□]□h□m

□b□P2}2z□D8o4K0超真實的異族風味，成了部落觀光魅力的主要來源。登上前台，族人賣力展演我群文化；回到後台，我群文化就被束之高閣。族群符號，徒然成了道具。台灣立報□h J□v$w)s.o

台灣立報&o□s□P;k)?
講異族魅力的觀光產業活動中，原住民卻經常只在前台扮演「異族文化提供者」的角色，原住民文化符號和物件，在資本主義市場運作邏輯下，成為閱聽訪客的需求慾望下，「恰如其分」地創造或捏造了新的族群意象。台灣立報2b4 S U1x,|

台灣立報□F□^□L□v9? ` d□~-X
學者常迷惑於文化展示（cultural showcase）中的表演性和真實性，何者為真的原住民？何者為表演出來的原住民？然而，更關鍵之處卻在於被凝視的原住民是否獲利，或藉著文化展演的機會，去挖掘、蒐集、想像並打造屬於自我族群的認同。

□V□G%D2G$G□O0
1c*z□}!k.B0在後殖民文化情境中，中心與邊陲、我族與異族等等傳統族群分類架構和權力關係，應予反思，進而解構。文化展演的場域中，前台與後台都是社會互動（social interactions）的場域，它涉及視學美學，也涉及文化身份，更涉及族群之間的權力協商過程。台灣立報□y5l Z9r□~□?□*D

台灣立報 f)K□l,f!];j□t;d
原住民如能擁有「相對自主性」，無論前台後台，也不論族群符號物件的真假多寡，原住民都能主動去詮釋或再造屬於自我的新世界。果真如此，扮演「我們是不一樣的一群」才有意義。　　（大學講師）