

cmchao / May 26, 2014 07:42AM

[【讀者投書】汪彥成：販賣野蠻？—關於「抓豬」的「多元」想像](#)

【讀者投書】汪彥成：販賣野蠻？—關於「抓豬」的「多元」想像

2014/05/14

作者:

汪彥成

關鍵字: 原住民 祭典 多元文化 射耳祭 動保 原民會

「我們原住民的祭典不該被保留，很野蠻？那你們供神豬的就是文化？」紀曉君的嚴厲責問，在每每以「多元」價值自居的台灣族群文化上，劃下一道傷口。近幾年間，原住民鄉鎮逐漸興起將「抓動物」比賽納入祭儀慶典及觀光活動的風潮，以象徵、展演原住民族的狩獵文化，引發動保團體非議；今年五月，原民會更直接致電台東縣延平鄉，要求停辦布農族「射耳祭」觀光活動中的「抓豬」比賽，引發網友撻伐「神豬文化一樣殘忍」。

首先要說的是，該動保團體同樣關注漢人中的動物文化問題；在台灣動物社會研究會的網站上，批判、紀錄「賽神豬」的文章與資料，絕對不比與原住民相關的內容來得少。不過，難道重新開放「抓動物」，事情就解決了嗎？或者，「漢人、原住民各打五十大板」，真的就是多元文化的鐵證嗎？在影像紀錄中，我們看到為了競賽獎勵，小型動物的肢體被直接搶抓、撕裂，主持人則用漢語戲謔地問：「頭咧？頭咧？」懷孕的母豬被壓制在地，口鼻淌血，父親執著他孩子的小手，教他用棍棒敲擊奄奄一息的豬頭。我們幾乎難以相信，這是對於狩獵傳統、特別是基於一種泛靈論自然觀的文化傳承，而更像一齣以殺伐為娛樂的殘酷劇碼。「抓動物」具現了怎樣的文化邏輯？我們又該如何思考「野蠻」？

我並非要替「神豬」或「抓豬」辯白。但是，我希望能概略地指出，作為一個真正冀望差異文化得以存續的人，我們應該如何更警醒地檢視「抓豬」所引發的文化階級與商品化問題，我指的並不是「誰可以殺動物」的階級——這裡的敵人根本不是「祭神豬的漢人」或「抓豬的原住民」。這個不對等的本質，並不是「誰有殘害動物的文化正當性」，而是：誰擁有優勢的權力與消費能力，足以決定文化之間的相對關係，而為抓豬的「野蠻」提供了必要的條件。

● 雙重結構：自己的文化自己「救 / 賣」

以上述延平鄉為例，攤開「射耳祭」觀光活動的計畫書，活動依據除了施政計畫與籌備會議外，行政院文建會（現文化部）「社區營造亮點計畫」也映入眼簾。「社造亮點」是文建會自100年開始推動的甄選式補助款，該計畫第一期，延平鄉就以「以布農文化火種，點亮紅葉棒球原鄉」獲選為「社造文化小鎮」；而詳查計畫細則，其關鍵字大概也不脫近年來文化官僚樂此不疲的樣板理想藍圖：「創意」、「地方」、「特色」、「發展」。

值得好奇的是，為什麼原鄉要藉由社造傳承文化，就要有「特色」？為什麼千年傳承的狩獵部落文化，為了要成為「社造亮點」，突然要變得「有創意」？在特色、創意的價值體系中，隱含的其實就是對原民文化的「發展主義」想像；而當「文化」也成為行銷學下的「產品」時，「製造亮點」便是意義所在。也唯有如此，它才能提供一種商品定位，才能成為一種準備好被消費的「符號」，指向主流漢人文化與全球化社會下所極度缺乏的，關於原始、關於在地、關於自然的「前現代」想望。

是的，是我們「想」出了抓豬。「抓豬」在傳統的射耳祭當中，並不存在。在傳統祭儀中，槍祭、進山獵獸、射耳、分肉等儀式，本身就是狩獵文化的內涵實踐；然而，「抓豬」則是「觀光及農產行銷活動」（註1）中的一個項目，目的是要「『喚回』族人意識與對文化的傳承」，以及「振興地方觀光發展，提升『文化觀光』價值」。傳統打耳祭，是體現個人生命價值（青少年成年）、部落認同與共食分享精神的儀式，「抓豬」則是技術競賽，其競賽主體是個別的村代表隊，目的是追求勝利，以及刺激精彩的比拚過程（註2）。

可見，「抓豬」已不是傳統本身，而是一個用以「喚回」、「傳承」狩獵傳統的新儀式，一個在文化傳統式微、狩獵祭儀發生斷層危機的情境下，再現文化的手段，好提醒我們，傳統的確「還在那裏」。這是「抓豬」出現的第一層原因。然而，當觀光產值撬開部落大門，文化的「觀眾」便不再是、也不再可能只是部落的族人；我們自以為無邪的了解與觀看，在在都積極地參與了一個孱弱的部落文化，「創造傳統」的過程，以我們願意「買」的方式——不只作為觀眾，更是一個期待著生猛異文化的消費者。而這是「抓豬」競賽的第二層原因。

「抓豬」於是成為權力（文化主體消逝）與資本（市場力量入侵）雙重結構下的扭曲產品：為了尋求文化的本真性，部落嘗試凝聚新共識、組織新活動，來搶救危機中的文化；而為了獲取維繫部落文化所需的足夠資源（就業、收入、儀式成本等），原鄉政府卻又只好把部落文化當成觀光賣點，盡可能以最有效益、最可能「被買」的方式，落實起成

功的商品邏輯，而把文化交給了市場。雙重扭曲，也意味著雙重的剝奪；原住民文化既在缺乏自主性的法規治理下苟延殘喘、努力謀求生存與出路，卻又在這番過程中，被迫與消費文化斡旋，考驗其自身對於價值認同的追尋。

●多「元」：文化還是新台幣？

我們或許還是會說，資本力量的介入，未必代表傳統就會發生質變，「抓豬」的出現，正是「多元文化」的明證，予以補助就是一種保障多元文化的實踐。我們可以藉著這種觀點迴避掉一些作為主流漢文化族群、並居於優勢地位的罪惡感，以為權力階和多元文化並不真的衝突，好像只要文化的基本形式還「存在」（例如抓豬），那麼好好擺著，也就已經叫作「多元」了。

不過，面對資本與文化霸權下的差異族群，我們永遠不該低估文化成為一種商品後，能夠多麼沉重卻又輕易地竄改，或者被竄改其本真的面貌。具體而言，根據資料，延平鄉自從100年度獲選為文建會的文化小鎮後，該年度鄉公所「社區發展支出」預算爆增為118萬，在此前5年的支出總和，不過23萬。而101年度，該支出項目更增為284萬，但是，同年度上半年由台東縣府公布的補助明細中，延平鄉從「射耳祭」（分為傳統射耳祭、射耳祭文化觀光行銷活動兩個項目）獲得的補助，合計才僅15萬。而這兩年鄉公所的稅課收入，則較前8年的平均值分別成長了22%與33%，平均年成長率達10%（註3）。如此，我們還能質樸地以為，「文化歸文化、商品歸商品嗎」？

「抓豬」真的多元嗎？或者，「抓豬」也只是仿繪的原鄉圖騰、錯置的原民傳統服飾之後，又一個新的「原」系列商品？從市場買來的動物，被困在圍欄內，等帶著遲早被敲打、踹踢、網綁、搬運的命運，參與者則群起圍攻「獵物」，不必置身山林險境、也毋須考慮生命倫理，這就是我們要維護的「狩獵精神」嗎？我們必須注意到，在「抓豬」的舞台周圍凝視著「多元文化」，鼓譟吆喝、群情激憤的，正是一隻隻消費者的眼睛。究竟是誰選擇了「野蠻」？

現代性的知識體系，在權力者與被治理者之間劃下深刻的界線，線內是文明、進步、理性的「現代（漢）人」，線外，是野蠻、未開化、自然的「他者（原住民）」。這並不是一個古早過時的批評，因為正是由都會漢人構成的消費力量與觀看視角，假設了一個原始野性、自然純樸的「原住民他者」，一個「多」於我們的那一「原／元」，而「抓豬」是如此完美地綜合了都會漢人對多元原住民文化的想像：它是那樣異質、那樣在地、那樣刺激好看，又那樣地野蠻！在「新台幣的多元」關注下，我們終於也看見了現代人所渴望看見的那種「多元」與「野蠻」。

●販賣野蠻的「抓豬」悲劇

所以，為了維繫文化，我們販賣「野蠻」。就如同販賣布織鑰匙圈、木刻小紙鎮和圖騰的紋身貼紙。我們購買「野蠻」，就如同購買風景明信片、蒸餾水果酒和原民風味餐。作為優勢文化的統治者，我們一手放肆地侵略原住民傳統領域、驅逐都會原住民部落、縱容原鄉人口外移以及原住民文化的流失與衰滅，另外一手，又捏起「多元文化」的紙黏土，挾帶資本力量，不知不覺地改造著原民文化傳統，好讓「原住民」也成為一樁好生意。

而這時，原民會伸出第三隻手，要原鄉停止虐待動物，卻未思及，到底是甚麼造成原鄉文化必須以「販賣野蠻」來生存？又是怎樣的結構性因素，讓「抓豬」得以成為原鄉再現自身文化的手段？原民會知道「抓豬」殘忍，卻不知道文化的衰竭與變質，比殺豬更殘酷。

「抓豬」不是多元。「抓豬」是文化的斷層危機與商品化處境下，既妥協無奈、卻又必須信以為真的「新傳統」。如果原民會、地方機關、代議士與關心原住民文化保存者，不能從「抓豬」事件當中，通盤檢討原民政策的結構性問題、積極創造具有原民主體性的文化環境，只片面指責原鄉祭典的「走味」，抓動物比賽只會是冰山一角，而這才是「抓豬」所隱含的真正悲劇。

（作者為台北藝術大學藝術跨域研究所學生）

【備註資料】

（註1）根據鄉公所102年的計畫書，該活動全名為「布農族射耳祭文化觀光行銷暨農特產品展示活動」。該年度活動中，除「抓豬」外，也有負重、搗米、傳統射箭、摔角、砍木及歌謠等競賽。

（註2）另外，傳統射耳狩獵中，錯射豬耳具有貶抑的象徵，山鹿才是主要獵物，而「抓豬」比賽中，（多半是由市場買來的）豬隻則是唯一的「獵物」；而其他原鄉的類似活動中，也有以雞或松鼠為抓捕對象者。本段資料部分整理自東吳社會系張庭瑛在〈傳統維護議題之探討〉報告中的比較分析，惟並非親身研究，若有疏漏誤解，還請不吝指正。

(註3) 本段數據均採自延平鄉公所網站資訊公開。
