

文化經營：台灣原住民文化展現 分類之探討

Culture Management: Classification of Aboriginal Culture Exhibition in Taiwan

魏正元 *Cheng-Yuan Wei*

中原大學

Chung Yuan Christain University

游景德 *Jing-De You*

國立東華大學

National Dong Hwa University

蔡裕源 *Yuh-Yuan Tsai*

國立東華大學

National Dong Hwa University

摘要

以文化作為行銷的主體，在過去的行銷文獻中並不常見，特別是拿來作為人文關懷的知識應用，而非商業用途時，本文必須建構於跨越文化與觀光兩個過去一直是不能妥協的觀點上進行平衡點的探索。藉由重新審視觀光客的文化消費時深層的本質需求與原住民文化維持的關切點，作者從文獻與俗民觀察的現場中歸納出文化資源與文化展現具有一定的關係，觀光客不一定要求文化的絕對傳真，而原住民的文化資源也具有高低不同的涉入程度，因此可以依據不同文化資源特性，以不同展現方式來提供觀光客對於異族文化消費的需求。藉由未來進一步的防禦設計，作者相信文化的承傳與文化的消費可以透過行銷的機制獲得平衡。

關鍵字：文化行銷、文化展現、文化資源、原住民

Abstract

Literatures seldom take culture as an object of marketing, especially it is for the purpose of human concern, not for business. This paper tries to bridge a balanced mechanism between culture maintenance and tourism by reexamining the nature of tourist cultural consumption and aboriginal concern of cultural maintenance. From ethnographical observations and literatures, the authors summarize and find that absolute replication of culture is not necessarily needed by tourists, and nor is every culture item strictly inaccessible to tourists. Therefore different cultural resources can be properly arranged by different exhibitional mechanisms in marketing to both satisfy tourists' interests in exploring alien cultures and the aboriginal concern of cultural maintenance.

Keywords : culture marketing, cultural exhibition, cultural Resource, the aboriginal.

壹、背景

台灣原住民經濟處境的變遷，一直是社會弱勢族群問題的具體呈現，也是諸多社會論述領域控訴的焦點，而以其文化特色作為商業運作質素的作法，如文化觀光（註一）、原住民音樂商品化（註二），更是被強烈批判的焦點。但另一方面，我們如果進一步觀察現今原住民的經濟處境。不難發現大部分依然從事高風險的勞力性工作，原住民論述稱之為「有生資源的奴工化」；而少部分的女性則如原住民知青控訴的「民族母性的外流與娼妓化」（裘亞飛，1992：45）。

文化一旦為商業目的而呈現，也就是文化商品化後，可能產生的影響和後果一直很難評估，各家的看法也不一致。有學者認為，為了滿足消費者需求，而使傳統的文化要素變成可銷售的商品，將使其失去傳統的文化意義，而變得庸俗化，會失去文化的尊嚴（de Kadt, 1979；Perez, 1975；Cleverdon, 1979；McIntosh and Geoldner, 1990）。在好的方面，文化產業的發展除了可以獲得實質的經濟收益外，為了吸引觀眾/觀光客，本來會被遺忘或消失的文化遺產，可能因此而獲得保存（Cowan, 1977），也可以藉此強化自我族群的認同（謝世忠，

1994b：7）。

註一：例如原住民論述菁英瓦歷斯・尤幹（1992：18）在「荒野的呼喚」一書指出：「發生在原住民身上的觀光後遺症，現在從東埔、蘭嶼、廬山、烏來的實實例來看，至少就包含了墮落文明的引進、土地被資本家收購造成的流失現象，以及更嚴重的文化商品化的惡質循環。」

註二：例如何穎怡（1996）在「耕耘原住民應有的文化歸宿」一文中說：「從英國合唱團 ENIGMA 電腦合成台灣阿美族馬蘭歌謡造成全球狂賣，到『新寶島康樂隊』…，原住民音樂隱然已從人類學的冷僻領域，變成一種可以期望創下銷售佳績的『商品』，表面上看來，原住民音樂獲得了前所未有的重視與商機，事實上，我們或許更應冷靜地檢討它所能產生的『剝削』。…而，當原住民音樂變成商品，我們也不斷看到漢人音樂工作者向原住民音樂汲取養分，而缺乏回饋。」（鄉城生活雜誌 33 期，頁 30）

在台灣原住民文化展現的例子中，我們也發現情況有好有壞。文化是否可以作為商品來行銷，在觀光的潮流與原住民生計弱勢的情況下，似乎已經不再是價值的問題，從企業管理的角度來看，要企圖解決生計與文化平衡的問題，似乎更應該用符合現實情境的想法來切入。因此，在經過一年對於台灣原住民文化的田野觀察及議題確認後，本研究認為確實可以在一些經營的方法上設計出合理的機制，來同時滿足觀光客對文化的需求，同時也兼顧了原住民對文化維持的需要。因此在此一部份擬先將台灣原住民文化的性質，重新將以分類，以建構經營機制的觀念架構，並在未來的另一篇論文中將已經發展出之文化行銷架構呈現。

對於文化經營議題的探討，在過去國內社會科學的相關研究中，很少加以討論（謝世忠 1994b：9）。尤其是企管文獻中，更是微乎其微。只有在人類學和社會學中，學者引用國外對於異族觀光議題的研究來探討其中的文化觀光現象。人類學者或社會學者對「原住民文化觀光」的研究，提供很多本質上或社會意義上知識的實質進展，但以知識作為解決問題這個功用來看，過去研究的貢獻顯然不足。如果我們承認知識研究在於發掘問題，描述問題，最後並希望能夠以之解決問題，則面對今天原住民的經濟困境，甚至更廣泛的，文化藉由產業化而得以復振的課題，正是企管研究可以嘗試的新領域。

針對本論文以下常會出現的相關名詞在此予以說明。

- 台灣原住民：本文的研究對象。一般人類學將台灣的原住族群區分為

平埔族和高山族，平埔族在目前的台灣社會已多被涵化，不容易辨識。所以目前所指的原住民，大部分是專指高山族，也是一般所稱的九族（有些認定不只九族），例如布農族、阿美族、排灣族等。

- 文化展現：以文化題材為主要核心觀念的展示或表演，主要的表現方式包括文化觀光、舞台表演、博物館展示等。從事文化展現的組織有的是常態性的表演團隊或觀光經營者，有的則是暫時性的演出或活動。在文中，為了行文表達的方便，有時直接簡稱為「展現」；基本上，「表現」、「呈現」都代表相同意思。
- 觀眾：本研究將文化展現的接收者或顧客一律稱為觀眾，包括觀光客和觀眾。
- 場景：文化展現所在的地點以及為展現準備的空間樣貌；是文化展現準備進行和正在進行的地方。

貳、文獻回顧

本文所處理之課題，在國內、外關於文化經營的學術研究還並不充分，取向亦不相同。因此在文獻探討部分，本文採取一種較廣泛的取材角度，針對與本研究所關心的問題有直接或間接關係的理論，進行瞭解、整理與評論，並從中萃取出符合本研究需要的意涵。

一、文化資源

「文化」一詞的定義，因為社會歷史背景、生活條件和風俗習慣的差異，在不同的思想背景之下，會有不同的見解。目前較被普遍接受的一個定義是英國人類學者 Taylor (1871:1) 在「初民文化」(Primitive Culture) 一書中所提出的，他將文化界定為「社會成員在社會上所習得，包括知識、信仰、藝術、道德、法律、風俗，以及一切人類社會的能力與習慣在內的一個複合體。」廣義而言，文化代表人類在社會實踐過程中所獲得的物質的、精神的生產能力和創造的物質財富、精神財富的總和。每一社會都有與其相適應的物質文化和精神文化，並隨著社會物質生產的發展而發展。法蘭克福學派更賦予「文化」廣義的定義：人類的一切勞動成果都被視為是文化產品，人類的一切活動都可視為是文化的活動（陳學明，1996：2）。

如果從觀光的角度來看，陳思倫（1995）指出觀光資源就字面上而言係指與觀光有關的資源；就廣義而言，則凡是與觀光產業有關的一切資源均稱之。就狹義而言係指凡可作為觀光對象者；就實質上之定義而言係指凡足以吸引觀光客，對觀光客足以形成一種吸引力，使其願意主動前來觀光遊覽，進而促進其消費、滿足其心理、生理上之需求者，稱之為「觀光資源」。

陳思倫（1995）指出觀光資源的構成要素有四項：

1. 必須具有觀光吸引力；
2. 必須能滿足觀光客心理上的需求；
3. 必須能滿足觀光客生理上的需求；
4. 必須能促使觀光客消費。

綜合以上的說明，「資源」可以定義是可被利用而具有價值的事物。因此「文化資源」就是人類活動過程中遺留或現存的物質、精神產物中，可供運用、產生價值的事物。

根據我國文化資產保存法第三條規定，以具有歷史、文化、藝術價值之古物、古蹟、民族藝術、民俗及有關文物、和自然文化景觀為文化資產。其中，除了自然文化景觀較屬於自然資源的範疇外，其餘皆屬文化資源。古物係指可供鑑賞、研究、發展、宣揚而具有歷史及藝術價值或經教育部指定之器物；古蹟係指古建築物、遺址及其他文化遺跡；民族藝術係指民族及地方特有之藝術；民俗有關文物係指與國民生活有關食、衣、住、行、敬祖、信仰、年節、遊樂及其他風俗、習慣之文物；自然文化景觀係指產生人類歷史文化之背景、區域、環境及珍貴稀有之動植物。

較狹義的文化資源指的是文化資產（cultural property / cultural heritage），日本稱之為「文化財」，簡單的說，是過去人類的文化遺物，也就是過去所遺留下來的，足以表徵前人功業、創造發明、生活、思想、審美觀念之文物、藝術、習俗等（徐鴻進，1992：59）。

二、文化資源的分類

Peters 將一國可資利用以吸引觀光客的各種有形、無形資源區分為（陳以超，1988：23-25）：文化，傳統，娛樂。Hudman 也將人文觀光資源劃分為三類（陳以超，1988：23-25）：文化景觀，文化傳統，娛樂（表一）：

表一 人文觀光資源分類方式

類 別	項 目
文化景觀	考古景觀、歷史景觀、紀念性建築物、博物館、政治景觀、教育景觀、宗教景觀及現代景觀等。
傳 統	民族節慶、藝術及工藝、音樂、舞蹈、民俗、生活風俗、語言。
娛 樂	運動、主題遊樂園及綜合遊樂園、電影院及戲劇院、夜生活、烹飪等。

資料來源：整理自陳以超（1988：23-25）

討論觀光資源的文獻中，認為觀光資源的構成要件，必須是具有觀光吸引力且能滿足觀光客的身心需求並能促使其消費，以此來認定一般觀光資源的價值或許很正確，但如果以同樣的觀點來看待文化資源在觀光上的運用，特別是在台灣這個社會情境下的原住民文化，則有待商榷。並不是所有的文化資源都可以被當作觀光的對象或以博物館的形式加以展現，一方面因為某些文化活動或文化資產牽涉到文化上的禁忌，另一方面則是因為某些文化資源並不一定適合用某種方式（觀光、博物館或舞台表演）表現出來，它必須是有選擇的。

此外文化資源在呈現的時候，通常都是組合多種文化資源一起呈現出來，也就是文化資源轉換成文化產品或服務時，是套裝後的（packaged），因此文化資源如何組合以呈現是一個很重要的經營變數，也就是行銷所關心的產品組合決策。例如自然生態景觀不屬於我們所定義的文化資源，但是在考慮原住民的文化展現時，這類的資源卻不容輕忽，因為台灣原住民的活動區域都在山林海邊，一般都有非常豐富的自然生態景觀，足以吸引一定的觀光活動。台灣很多刻正進行原住民觀光的地方，例如烏來、日月潭、蘭嶼、東埔等，大多在一開始即是以其自然風光為號召而開始觀光活動的，然後原住民的文化資源才漸次被納入其中。因此，雖然我們討論的是文化資源，但考慮到原住民文化展現時，以整體發展的眼光，特別是一些必須實際走入部落的所謂高涉入程度的展現時，將這些自然生態方面的資源以及與其相關的活動納入一起考慮是必要的。因此為了對「台灣原住民的」文化資源有適當的掌握與詮釋有必要發展出一套適用的描述架構。

三、文化展現

本研究在文化展現的理解上，在觀念上，多引用自觀光社會學的理論，尤其是觀光客與住民的互動，這方面的文獻探討的是互動的本質與互動的方式對被觀光地區社會和文化的影響。McIntosh and Goeldner (1990) 曾經將觀光定義為：「在吸引和接待觀光客與其他訪客的過程中，由觀光客、觀光業界、觀光地區的政府部門，及當地接待社區之間的互動，所產生的種種現象與關係的總和。」

如果以觀光客的行為來看，Pearce (1982: 3) 認為觀光是：「與人們之移動，及其在原居住地以外地區的停留有關的混合物」。這樣的停留往往是短暫的，不是要在當地就業的。具體而言，就是離開自己的社會，經過一段旅程，到另一個有相當陌生程度的地方，作有限時間停留的活動（謝世忠，1994b）。不管是為了純休閒（如放假出遊）、半休閒（如到觀光據點開各種會議）或隱藏休閒（如研究者在田野調查進行中的工作外遊歷），在本質上，觀光都是現代社會休閒生活的一種現象。

(一) 觀光的社會學

早期觀光在社會學上的探討多僅止於描述性的，很少進行有系統的研究，也很少提出完整的理論。但從 1970 年代以後，西方先進國家出國觀光情況更加普遍，特別是到有很大文化差距的東方與第三世界國家的觀光，使得社會學家積極發展出一套學理的模式來解釋觀光的各種現象。這類概念上的分析通常關心的是觀光客旅遊的動機與觀光客旅遊經驗的本質。譬如，Cohen and Taylor (1976) 兩人就認同 Goffman (1959) 的看法，他們認為：假期是西方人文化上認可的逃避途徑。現代人的困境之一就是要在科技高度發展的壓力之下，建立自我；而假期正好提供了這樣一個自由的空間，可以允許他們逃離現實生活中的壓抑，並進而達到建立自我的目標。Cohen and Taylor 並且認為觀光客通常會採取角色離異 (role-distancing)、自我認知 (self-awareness) 及環境適應 (accommodation-to-the-situation) 等方法來達到上述的目的。也就是說：觀光客能在一種設計過的觀光情境下，表面上投入，而實際上卻將自己超脫出來。

此外 MacCannell (1973) 所提出的舞台性真實 (staged authenticity) 概念，成為日後相關研究的重要參考依據。他認為觀光是現代社會中的宗教信仰在精神層面上的替代物，並且以為觀光客是在探訪真理與尋找真實，

而旅遊便是他們探索文化的神聖殿堂的一段旅程。MacCannell 認為，並不是每個人都能在觀光的過程中洞悉自己，不過那些真正做到的人卻也能接受自己這種洞察力。而且這些經驗都將會內化成對自己和對其他文化的瞭解。

(二)異族觀光

所謂異族觀光，根據 Van Den Berghe and Keyes (1984) 的說法，係指「以被觀光地區的居民及其工藝品之『異文化情調』(cultural exoticism) 特性為吸引觀光客之主要策略的活動」(謝世忠，1994a：10)。這樣的觀光型態指涉的是不同文化間的「展現—觀看」行為，而且通常更關心的是有很大文化差異的觀光接觸。

對於發生在台灣原住民的異族觀光現象，謝世忠 (1994b) 在「山胞觀光」一書中，更明確地界定為「係指經過一商業經營過程，對原住民本身及其文化，做了符合商業目的的修飾，並以此作為原住民與觀光客互動基礎的現象。」

在大部分的論述中皆同意多數觀光客從事異族觀光的目的在追求「真實性」(authenticity, Cohen, 1988a and 1988b; MacCannell, 1973; 謝世忠, 1992 and 1994a；陳永龍，1994)。被觀光凝視(gaze)的對象一方面為了滿足觀光客對真實性的期望，另一方面又為了要避免現實生活被干擾，因此就逐漸建構起一個符合觀光客認知的「後台」，以之與現實生活的後台有所區隔，這個被建構出來的真實，也就是一般所稱的「舞台性真實」(staged authenticity, MacCannell, 1973; Van Den Berghe and Keyes, 1984)。

在 MacCannell (1973) 提出「舞台性真實」觀念之前，更早有 Boorstin (1964) 所提出的「偽事件」(pseudo-event) 概念，他認為現代西方興起的大眾觀光是一種「偽事件」，因為有導遊帶領的旅行團通常與當地隔絕，並且在不真實的據點找尋樂子。在當時美國擬構的 (contrived)、虛幻的 (illusory) 和不真實的 (unreal) 社會情境下，事件 (events) 是被觀光業者所提供的，他們會利用媒體或盡一切可能地塑造觀光地的形象，讓觀光客感覺很適意 (feel at home)。因此，觀光客就逐漸從當地社會的現實 (reality) 和真實 (authenticity) 中被抽離出來，觀光也就走進了封閉的、自我存在的虛幻世界 (Cohen, 1988a)。

真實性在異族觀光的意涵上指的是文化上的「傳統性」或「原始性」；

現實（*reality*）指的則是社會實際日常生活（*everyday life*）中的一切。因為這種意義上的差別，所以有時現實看起來很不真實；而虛構的反而很真實。

MacCannell 同樣也關心現代生活中的不真實性（*inauthenticity*）和偽事件（*pseudo-event*）的問題。但是他不同意 Boorstin 的論點，他抱持著一種比較積極正面的態度來看待觀光。他認為這種不真實性來自觀光客與當地社會之間的特定社會關係。他認為真實的追求是現代人對稀少性的共同關懷，觀光是現代的朝聖，在遠離日常生活的差異時/地中追尋著真實，特別是在別人的「真實生活」中找尋在自己的現實生活中很難擁有的真實。MacCannell (1973 and 1989) 引用 Goffman (1959) 在「日常生活中的自我呈現」中的理論；他認為觀光的凝視是對看的對象的干擾，因此，被看的對象就逐漸建構出一個「後台」（其實是 Goffman 所說的前台），而「觀光空間」（*tourist settings*）則成為一個「舞台性真實」（*staged authenticity*）。

MacCannell 也指出：每一個具有吸引力的據點都是藉由複雜的生產過程，以產生或得到普遍的、有意義的、有利的觀光凝視。這樣的凝視不可能憑空而生，而必須被教育，必須提供凝視的對象。而且在很多案例中，凝視是把過去發生在這個地點的事件和經驗標誌出來罷了。在這個生產過程中會把一些神聖之自然的或文化的產物世俗化。這個世俗化的過程包括：對視景的命名、框起來或抬高、奉祀於神殿中（*enshrinement*）、對視景的機械複製（風景明信片、照片等）、對視景的社會複製、以著者之名而命名等。MacCannell (1989) 指出：觀光過程由於離開了日常生活和工作的空間，因此可以暫時停止或倒轉日常生活的責任……並且在旅行團隊中得到一種平常所沒有的集體（同在一起）的感覺。並且，人們可以扮演與日常不同角色（比如：都市中產階級在旅遊中扮農夫，陳志梧，1992：43）。

Urry (1990) 總結了上述的理論指出：看來在觀光中找尋真實性，似乎不太正確。觀光的凝視和生活/工作間的差異看起來是其中的關鍵。因此，找尋真實元素只有在它和現實的對比下，才是最重要的。不然，觀光可能只是單純的好奇心想看別人在幹什麼，看異族有什麼不一樣；「看他們的「落後」中，重新肯定自我社會的價值。在這樣的角度下，搜尋著新奇事物的觀光凝視（*tourist gaze*）才是觀光的重心（陳志梧，1992：43）。

Urry 的看法是：凝視是觀光的主要部分；是一種被社會性地組織起來的、有系統的看。同時他也指出觀光凝視是多樣的，是隨著時間和空間的

不同而變化的。Urry 認為：由於觀光是被歷史所建構的，因而觀光預設了一個社會活動和符號的體系，這些活動和符號體系共同界定了特定的觀光行為。

國內學者引用 Urry 的理論分析發生在台灣的原住民觀光現象，認為在觀光互動過程中，牽涉了看與被看的社會權力關係，而且通常是不平等的。例如陳永龍（1994）就認為：觀光行為涉及觀光客與被觀光者之間的互動現象，並經常伴隨著不對等的權力關係。觀光客透過了對於異己（the others）的好奇以及對真實性的探究，而到異時空的差異地點（other times and other places）去尋求差異經驗，以區別群己、重構自我。然而正因為這種對於「差異」的好奇與探究，而可能造成對被觀光者的生活干擾，甚至造成衝突。尤其透過「攝影」的形式，更具體呈現了觀光客的觀點，以及看與被看的權力關係。

綜觀多數學者引用 Urry 的理論來分析文化展現的互動關係以及其分析的觀點，本研究認為這樣的想法只適用於被動的文化展現。也就是文化展現在缺乏地方自主性（被動的、被控制的），而且發生在觀光客直接侵入實際生活的空間的情況下，才能以凝視的不平等社會權力關係來解釋文化展現的本質。就像 Urry 的觀光凝視理論的淵源 – Foucault (1972) 的凝視概念 – 所說的，可視性（visibility）是現代性中最重要的部分。根據 Foucault 的分析，這種可視性是建立在某種凝視上，比如在現代醫學中對解剖試體的凝視，或醫生對病人的凝視。不論如何，這些對失序之精神、失序之肉體以及失序之道德的凝視都是對資本主義勞動力的一種監控，以便反過來得到「正常的」、「健康的」、「規矩的」勞動力。而被凝視的，不管是解剖試體、病人，或其他諸如瘋人院、監獄中失序的人，都是在失去自主性、被動的、「赤裸裸」的情況下，被看的。因此，藉由適當的設計與管理，文化的展現可以主動地的呈現滿足觀光客的一面，獲得商業報償以維持經濟要件，另一方面維持不被過份凝視的侵入與不公平的對待。但在確認正確的呈現方法以前，卻必須要先釐清文化，特別是台灣的原住民文化本質上的不同，方能搭配適當的行銷或經營機制。

（三）觀光空間（場景）的類型

MacCannell (1973 and 1989) 引用 Goffman (1959) 的理論，將其前、後台（front and back stage）的二分法擴展成一連續構面，始於前台，終於後台。他認為在這連續構面上有六種不同的舞台形式，理論上，可以作如

下的界定：

- Stage One：如 Goffman 所說的「前台」(front setting)，觀光客意圖貫穿或走入其後的場景。
- Stage Two：還是前台，但會有一些屬於後台的表面化妝點。
- Stage Three：將後台整體組合呈現於明顯屬於前台的地方。
- Stage Four：移至後台，觀光客被允許觀看。常見於已將觀光合理化，文化商品化的部落。
- Stage Five：觀光客偶而被允許進入的後台。
- Stage Six：如 Goffman 說的後台，觀光客終極的目標，但很少可以到達。

MacCannell 將其中 Stage Two 到 Stage Five 稱之為「舞台性真實」，既為其理論的基礎。對 MacCannell 理論模式最大的批評是：它忽略了觀光客認知和詮釋舞台性真實的能力。為了能更接近實際的互動情境，Cohen (1979) 更加入了觀光客對舞台印象的真實感，成為兩構面、四類型的分類。

Cohen 的兩個構面是場景的型態 (types of setting)：舞台的和真實的 (staged and real)；以及觀光客對場景的印象 (tourists' impressions of the setting)，也分成舞台的和真實的。

由上述兩個構面的組合，也就是在觀光客與觀光場景之間的關係，可以得到下列四種情形：

- 場景是真實的，而且觀光客也認為它是真實的。
- 場景是舞台的，但是觀光客卻相信它是真實的。
- 場景是真實的，但是觀光客卻以為它是舞台的。
- 場景是舞台的，而且觀光客也認為它是舞台的。

Pearce (1982) 則進一步加入第三個構面：觀光客對觀光空間真實性關心的程度，分成關心和不關心兩類。譬如說，觀光客察覺到場景是經過設計的，而場景也的確是舞台的，則對於那些關心真實性的觀光客而言，勢必不太滿意。然而對於那些不太關心場景是否經過設計的觀光客，他們卻

能對相同地點覺得滿意。

由以上的文獻討論中，可以歸納出一些重要的結論：

首先，觀光是一種人的移動，這種移動不只是身體的移動，更是心理的移動、社會關係的移動；觀光客逃離了原有的社會角色，在差異的時/地找尋真實的自我。從心理面來看，為了滿足這種觀光的需求，觀光客必須確定他們所看到的是和他們日常生活不一樣的事物，因此觀光場景的「真實性」就變成是一個重要的課題。另外，從行為面來看，觀光的發生必須是遠離原居地的。因此，與此相對的，文化展現的經營者則應該考慮的其展現的地點是在自己的生活空間還是遠離這個生活空間。

從社會學的角度來思考文化展現時（以觀光現象為例），多著重在互動本質的探討，例如觀光客與當地接待者的關係、觀光客與場景關係的本質。這種以瞭解社會運作本質為目的的研究取向，可以作為吾人思考類似問題的基礎，但如果考慮到知識的實用層次，則可能要有不同的研究取向加以落實，例如有學者認為觀光的本質是「凝視」，是一種「看－被看」的不平等的權力關係，但如果真是如此而且這個事實也無法改變的話，有沒有什麼辦法可以降低這種不平等關係，或者以一些措施來減少其所帶來的傷害？凡此種種，都是可以進一步研究的問題。

參、研究過程

一、研究問題的形成

本研究初期並不預設任何立場，在形成研究問題的方法上，本研究採用兩種不同的途徑同時進行：初步文獻探討和現場觀察。在初步文獻探討方面，採用了比較寬廣的參考標準，並不限定專業性的著作，只要合於本研究主題的需要，都受到同等的重視，這其中就包括了許多的次級資料，報章雜誌的專題報導、人類學的田野工作日誌、紀錄片等。專業性的文獻，依然是最主要的依據，包括研究文化觀光、印地安保留區、台灣原住民和特殊行銷（如地區行銷、觀光行銷、服務行銷）的著作等，都在參考的範圍之內。

以現場觀察或參與其中來形成研究問題，是因為「田野踏查」（field study）可以更接近現象，是形成研究問題的必要途徑。

二、形成研究架構的方法

本研究在形成研究問題以及對研究變數有初步掌握後，目的在建立文化展現的分類架構。為了深入瞭解此新興的議題，本研究在建立架構的過程，採用多個案研究方法進行探討。此外，本研究的對象為以原住民文化為展現主題的組織或活動，這樣的組織有的是常態性表演團隊或觀光經營者，有時則只是短暫性的活動或演出，並且也為數不多，或規模太小不足以提供研究所需，因此進行大樣本調查實有困難。本研究因為要配合文化展現類型的多樣性，因此採用多個個案同時進行研究，以便能對所有類型提供一實證的基礎。

本研究由於對象的多樣性，所以針對不同個案而有不同的觀察方式，以便對現象的觀察能更完整。以賽夏族矮靈祭為例，研究者除了到現場觀察之外，在之前也曾觀看人類學者拍攝的紀錄片；為了避免「旁觀者效應」，觀察者維持了適當的隱匿性；而為了尊重儀式的莊嚴性，觀察者也未加入歌舞的行列中。而在觀察另一部落的展現時，因為情況的不同，除了事前收集報章雜誌的報導，以便對該案例有初步的瞭解外，觀察者也實際參與其部落舉辦的活動兩次，之後也和該部落負責經營文化展現的人進行長時間的訪談。

在初步個案研究之後，本研究對若干重要發現再對其中更具代表性的個案進行深度訪談，以及進一步的觀察，以收集資料。在資料分析方面，則採用定質方法，從觀察訪談的資料中，整理歸納出本研究的發現。

三、研究變數

根據文獻探討所得到的一些啓示以及初步觀察的結果，在這裡給每個變數一個概念性的定義，並且列舉一些重要的觀察構面及其組成項目，以便為進一步的研究提供明確的觀察範圍。

(一)文化資源

1.概念性定義：人類活動過程中遺留或現存的物質、精神產物中，可供吾人運用、產生價值的事物，包括文化資產和文化活動，不只是過去傳統的，具有藝術價值或文化價值的現代創造也包括在內。

2.主要觀察構面

該資源屬於哪一族群：這個構面可區分成三個層次：哪一族特有的或屬於哪幾族的、哪一社群特有的或屬於哪幾個社群、哪一部落特有的或屬於哪幾個部落，(看要求精細的程度，來決定用那一個層次來觀察。至於

某一人或某些人獨特的能力，一般都可以以孕育其成長或提供其創作養分的族群來決定其歸屬。??)

該資源屬於哪個文化要素：包括文化資產和文化活動，一個是靜態的，一個是動態的。文化資產有建築、生活器具、工藝品、飾品、服裝、雕刻、繪畫…等，文化活動有歌唱、舞蹈、祭典、儀式、飲食、狩獵、農耕、生活…等。

(二)文化展現

1.概念性定義：以族群文化為題材，為了經濟或文化目的，所從事的對外表達、溝通或展示的活動。包括文化觀光、舞台表演、博物館展示等。

2.主要觀察構面

(1)場景所在位置與文化脈絡的關係，是不是屬於下列任一項：

台灣三十個「山地鄉」內；

本來就是部落所在；

長久以來的群聚地；

特定文化或歷史事件發生地。

(2)舞台形式的傳真程度：文化展現的場景，其真實性程度，依據文獻探討的結果，下列幾件事值得注意：

- 場景的本質是真實的還是架設的；
- 觀眾對場景的印象是真實的還是架設的；
- 觀眾關不關心真實性。

肆、發現與討論

一、文化資源描述矩陣

台灣原住民一般按照人類學定義，區分為九個（或十個）族群（不包括平埔族），因為原居地和移入年代各有不同，以及後來不同的生存環境，因此各自發展出不同的文化特色，孕育各族文化的多元性和豐富性。例如在社會制度上，布農、賽夏和鄒族是父系社會；阿美和卑南是母系社會；排灣和魯凱的貴

族制度；而雅美族則以「漁團組織」為主。

因此在討論原住民的文化資源時，應該先確認是屬於那一族。如果要更嚴格來看，應該更細分到以部落為分析單位，因為即便是同一族的不同部落在文化上也會有程度不同的差異，例如位於花蓮縣吉安鄉的南勢阿美，每年年初的摔角節在其他阿美族部落就很少見。

再者，就是舉凡歌唱、舞蹈、雕刻、服飾、建築、祭典、飲食、生活等可以展現的文化要素。這裡所列舉的文化要素，包括文化活動和文化資產，一個是文化的事，一個是文化的物，皆是可被表現出來的文化內涵。

根據上面的討論，本研究發展出以下矩陣來描述或評估各個文化展現所展現的文化資源（表二）：

表二 文化資源描述矩陣

	文化資產					文化活動				
	建築	飲食	雕刻	服飾	…	歌舞	編織	祭典	生活	…
阿美族										
泰雅族										
布農族										
魯凱族										
排灣族										
雅美族										
鄒族										
賽夏族										
卑南族										
…										

上表中縱軸表示族群別，可以是不同的族、不同的社、不同的部落，依照需要決定，但一般以族來劃分較容易為一般大眾所瞭解。橫軸則是文化要素項目，可分成兩大類：文化資產和文化活動，其中又有若干子項目，表中並未一一列出，而且也不可能完全列出，因為有不斷開發的可能。

表中每一格都代表一個文化資源單元，是可以展現的最基本部分。未展現出來是一項文化資源，展現出來後，就變成是一項文化產品，本研究以文化資源通稱之。將其中一個文化資源單元或結合幾個文化資源單元，維持原貌或加以適當包裝呈現出來，就是所謂的文化展現。各個文化展現的不同，就在於展現時，組合不同的文化資源單元。

雖然自然生態景觀不屬於我們所定義的文化資源，但是在考慮原住民的文化展現時，這類的資源卻不容輕忽，因為台灣原住民的活動區域都在山林海邊，一般都有非常豐富的自然生態景觀，足以吸引一定的觀光活動。台灣很多刻正進行原住民觀光的地方，大多在一開始即是以其自然風光為號召而開始觀光活動的，例如烏來、日月潭、蘭嶼、東埔等，然後原住民的文化資源才漸次被納入其中。

因此雖然我們討論的是文化資源，但在考慮到原住民文化展現時，以整體發展的眼光，特別是那一些必須實際走入部落的所謂高涉入程度的展現時，將這些自然生態方面的資源以及與其相關的活動納入一起考慮是絕對必要的。

加入自然生態景觀資源後，上述矩陣可修改成「文化展現資源描述矩陣」（表三）。

表三 文化展現資源描述矩陣

	文化 資 源										自然生態 景觀資源
	文化 資 產					文化 活 動					資 源 列 示
	建 築	飲 食	雕 刻	服 飾	…	歌 舞	編 織	祭 典	生 活	…	1. … … 2. … … 3. … … ⋮
阿美族											
泰雅族											
布農族											
魯凱族											
排灣族											
雅美族											
鄒 族											資源潛力總評
賽夏族											高
卑南族											中
…											低

但由於本研究主要關心的是「文化資源」，所以以下關於文化資源的討論將以表二為主。

二、文化資源描述構面

一個文化展現所包含的文化資源，可以用下列兩個構面來描述其特性：

(一)文化多元性

指一個展現的文化廣度，也就是涵蓋族群的多寡。以上述「文化資源描述矩陣」來看，將其所具備的文化資源單元標記上去，如果在垂直方向分佈愈廣，則其文化多元性愈高。例如九族文化村之娜魯灣劇場（註三），表演的舞碼至今包括雅美篇、阿美篇、祭典篇、綜合篇，所以是文化多元性很高的文化展現（表四）。

表四 娜魯灣劇場的文化資源描述矩陣

	文化資產					文化活動				…
	建築	飲食	雕刻	服飾	…	歌舞	編織	祭典	生活	
阿美族						◎				
泰雅族						◎				
布農族						◎				
魯凱族						◎				
排灣族						◎				
雅美族						◎				
鄒族						◎				
賽夏族						◎				
卑南族						◎				
…						◎				

(二)資源豐富性

指一個展現的文化深度，也就是包含文化要素的多寡。以上述「文化資源描述矩陣」來看，將其所具備的文化資源單元標記上去，如果在水平方向分佈愈廣，則其資源豐富性愈高。有些文化要素，單獨表現就具備很

高的可看性和吸引力，因此就可以只展現這一兩種文化要素，例如歌舞、祭典；但有些文化要素則需要互相搭配一起呈現，例如布農文教基金會之布農部落（註四），就是資源豐富性很高的文化展現（表五）。

表五 布農部落的文化資源描述矩陣

	文化資產					文化活動				
	建築	飲食	雕刻	服飾	…	歌舞	編織	祭典	生活	…
阿美族		◎	◎							
泰雅族										
布農族	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
魯凱族										
排灣族			◎							
雅美族										
鄒族						◎				
賽夏族										
卑南族										
…										

(三)小結

本節所呈現的研究成果在於發展出一個針對經營需要的文化資源描述架構，藉以討論文化展現時如何去組合已具備或欲呈現的資源。因此，發展出一個符合台灣原住民文化現況的文化資源描述矩陣以供檢核，以及用「文化多元性」、「資源豐富性」兩個構面來說明文化資源組合的特性。

三、文化展現

從相關文獻探討和現場觀察資料中，作者已經注意到，從觀光客的角度來看，對所凝視的對象是否真實有不同的興趣；而從文化展演者的觀點來看，觀光客是否涉入其後場乃是文化與尊嚴是否受到干擾的要素。因此本文將文化展現依據涉入程度和傳真程度兩構面劃分成四種類型，藉以描述展現空間與場景的特性。在以原住民為對象的個案分析中，初步證明其為可行的分類架構。

(一) 涉入程度

涉入程度指的是觀眾欲欣賞此文化展現，需要走入真實後場的程度。本文引用 Goffman (1959 : 115-149) 用以表達與區分「區域與區域行為」時的符號，將涉入程度高的文化展現，稱為「後台」(back stage) 展現；涉入程度低的，則稱為「前台」(front stage) 展現。例如蘭嶼長久以來就是雅美人的生活空間，和雅美文化是息息相關的，因此蘭嶼的文化展現是高涉入程度的，也就是在涉入程度這個構面上，它是屬於後台的。相對地，原舞者（註五）將原住民的歌舞搬上國家戲劇院，甚至於走向國際，就是屬於前台的展現。為了欣賞原舞者的表演，觀眾無須實際走入原住民的部落，就可以一睹原住民歌舞的展現。而且，在某種程度上，這是都市人接觸原住民文化最主要的介面。

必須強調是，為了讓分類在經營文化展現時有意義；也就是展現的重點既然是文化，以及在展現時，展演者和觀眾之間的關係是跨文化接觸 (encounter through culture)，因此涉入程度考慮的不只是距離和空間的可接近性，更重要的是場景所在和原生文化的親疏關係。例如東方夏威夷裡展示的阿美族部落雖然「遠在」花蓮的鄉間，但該地並無強烈的阿美文化脈絡可循，故為一低涉入程度的文化展現（如圖一）。



資料來源：本研究拍攝

圖一 低涉入的文化展現 - 東方夏威夷

相反地，都市原住民部落，如山光部落（如例 3），雖然不是阿美族長久以來世居的地方，只是移居都市的落腳處，但在文化上，他們卻依然保有很傳統的部落組織型態，而且也會舉辦真正反應部落生活精神的都市阿美族豐年祭。所以我們有理由相信，類似的都市原住民部落，如果有所謂的文化展現的話，應該屬於高涉入程度的，也就是後台的展現。因此，在這層意義上，他們也就應該被等同於其他原住民部落般的看待與尊重。

根據前述所提出的研究變數指標，在台灣原住民的文化展現中，涉入程度可以依據下列具體的項目加以評估，展現場景所在地位於下列任一項者，屬於後台；反之，則為前台。

- 台灣三十個「山地鄉」內；
- 原住民部落；
- 由多數原住民所組成的群聚地；
- 特定文化或歷史事件發生地。

以下舉四個台灣原住民的具體實例來說明上述區分前、後台的準則：

【例 1】雙龍社區 - 位於南投縣信義鄉的雙龍村，目前由雙龍村休閒農業觀光發展協會負責社區文化展現的相關事物，已有少部分的展現設施與活動。信義鄉是台灣最大的山地鄉，且雙龍是布農族的部落。因此，根據第（1）（2）點準則，雙龍社區屬於後台。

【例 2】東昌社區 - 位於花蓮縣吉安鄉的東昌社區，是阿美族的部落所在，其舉行的摔角節、捕魚節、豐年祭等，每每吸引很多觀光客的觀賞。吉安鄉雖然不是台灣三十個山地鄉之一，但是東昌卻是很典型的阿美族平地部落。因此根據第（2）點準則，東昌社區屬於後台。

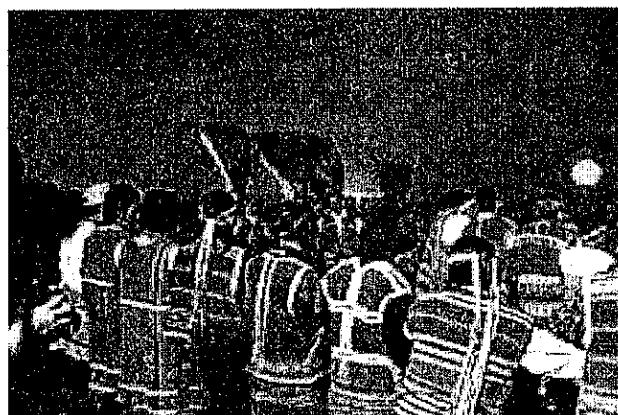
【例 3】山光社區 - 位於台北汐止的山光社區，是在將近二十年前，由遠離部落到都市發展的阿美族人建立起的阿美族聚集社區，阿美族居民曾佔社區人口的七成以上。在某些方面，山光社區依然保有阿美族傳統的部落生活型態，而且每年都會舉辦都市豐年祭。因此，根據第（3）點準則，山光社區屬於後台。

【例 4】霧社事件紀念碑 - 座落在南投霧社的「霧社事件紀念碑」，是中橫支線沿途一個重要的觀光點，它所展現的雖然不是一個具體的有原住民居住的部落，但是因為它是一個對原住民有非常重要意義的歷史事件發

生的地點，或者說是該事件的重要象徵。因此，根據第（4）點準則，霧社事件紀念碑也是屬於後台的。

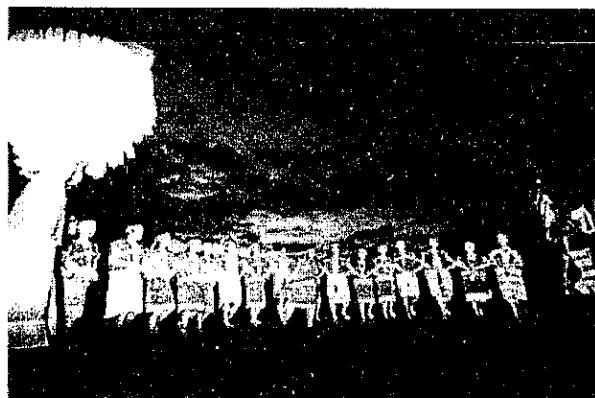
由上述的例子可以發現四點，準則有重疊的地方，有些展現會同時滿足多個準則，所以整體而言，只要符合其中一項，就可被分類為後台的展現。不過，必須再一次強調的是，衡量指標只是參考的依據；實際應用時，還是必須以其與原生文化脈絡化程度為最重要的考量。

由以上實務觀察分析的結果，可以發現本小節所指稱的涉入程度，抽象而言，就是滲入/深入文化的程度。這種滲入/深入文化程度的不同，使得觀眾可以接觸到的文化內涵以及其接觸的模式都會有所不同。對觀眾而言，會產生截然不同的旅遊經驗；對經營者而言，要用不同的經營方式和管理機制，因此在研究文化展現時，有必要將涉入程度列為一個重要的考慮因素。



資料來源：網際網路賽夏族矮靈祭首頁

圖二 向天湖的矮靈祭



資料來源：網際網路原舞者首頁

圖三 國家劇院的矮靈祭



資料來源：拍攝自蘭嶼

圖四 蘭嶼的獨木舟與髮舞



資料來源：網際網路上的九族文化村

圖五 娜魯灣劇場內的獨木舟與髮舞

(二) 傳真程度

從文獻探討關於「異族觀光」和「觀光空間的類型」的討論中，不難發現在大部分的論述中皆同意多數觀光客從事異族觀光的目的在追求「真實性」(authenticity, Cohen, 1988a and 1988b; MacCannell, 1973; 謝世忠, 1992 and 1994a; 陳永龍, 1994)。

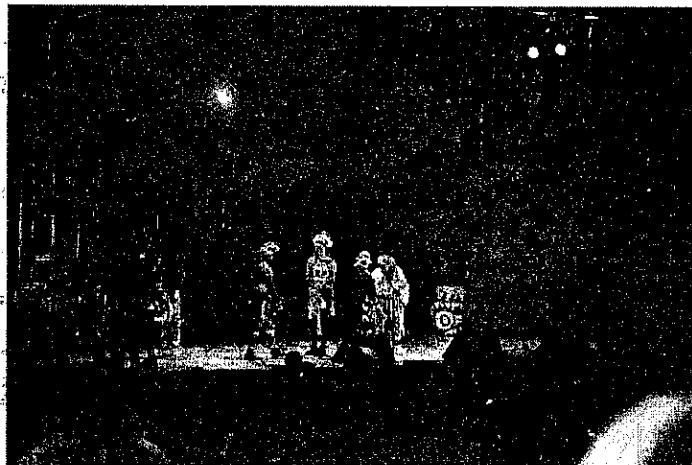
傳真程度指的是為文化展現提供的空間，其真實性程度；也就是「舞台」形式是否滿足觀眾對文化傳統的想像。這種文化意象，通常是來自於觀眾的主觀判斷，更重要的是在該情境下的感覺。照理說，不同的觀眾會有不同的文化意象，那麼如何去決定一個展現（它會同時面對很多觀眾）的傳真程度呢？事實上，從觀察台灣原住民文化展現的現象中，可以發現，這種對「真實性」的認知與感覺，很容易在傳媒、教育和其他社會力量的運作下，趨於一致。而且，從觀察中也發現，觀眾所關心的真實性，是不太需要考究的（畢竟他們絕少是人類學者），他們評斷「真實性」的指標是「以前沒見過」、「跟我們的不太一樣」、「很新鮮」、「對！跟書上說的差不多」等對展現的直覺印象，因此最後決定傳真程度的不是觀眾，反而是文化展現的經營者，由他們來操弄觀眾的感覺，決定要真實到什麼程度。

「布洛灣是太魯閣國家公園內新興的旅遊點，為一處河階台地，曾經是太魯閣族的部落，在民國三年六月（太魯閣之役）後，陸續被迫遷移至平地，最後一批太魯閣族人，在開闢中橫公路時，完全遷出布洛灣。目前該處闢建為一遊樂區，區內有一個環形劇場，播放泰雅族和阿美族的影片。另有一處展示中心，展示在該處出土的史前文物以及太魯閣族過去的生活器物，並且有老婦人表演傳統的織布。

在觀察該展示中心的遊客行為時發現，很少觀眾會花時間在觀看文物上（很少有超過三分鐘的），大部分的情況是：直接走到老婦人面前看她們織布，然後有一些人會好奇地問老婦人一些事情，例如：『你聽的懂我們說的話嗎？』、『你織好的布是自己要穿的還是要賣的？』、『你織的那個布是要幹麼的？』。由此可以發現，有些觀眾關心的不是展現出來的東西『傳不傳統』、『真不真』，而是好奇這些和他們『不一樣』的人，怎麼過日子。」

本文在傳真程度的分類上，依然引用 Goffman 的戲劇學概念，分成：傳真程度高、傾向「真實」的，是後台化的展現；傳真程度低、感覺比較不「傳統」的，是前台化。

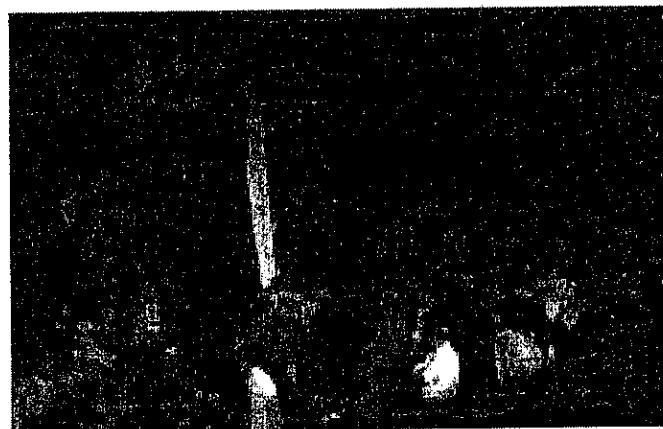
【例 5】原浪潮音樂會 - 1996 年 11 月 23 日在台北市大安森林公園，有一場「原浪潮 - 原住民超級演唱會」(如圖六)，演唱會有來自阿美族的長老郭英男及其帶領的阿美族吟唱隊，演唱奧運主題曲「回歸純真」的「原音」。除此之外，大部分的演唱都是取材自原住民歌謠但經過現代手法改編的歌曲，而且運用的是現代的燈光、布景和舞台，因此是一種前台化的展現。



資料來源：本研究拍攝

圖六 原浪潮 - 原住民超級演唱會

【例 6】賽夏族矮靈祭 - 與上例同時間前後幾天在苗栗縣南庄鄉向天湖舉行的矮靈祭 (如圖二)，則是一個典型的後台化展現。賽夏族每兩年一次的矮靈祭，為本省現存最原始、完整、純樸的原住民祭典，具有深遠的歷史意義，前往參觀研究的遊客及學者專家，絡繹於途。這次適逢十年大祭，除了月光旗、臂鈴之外，還有十年大祭才有的「西那盾」(如圖七)，更顯現出原始、神秘的感覺。



資料來源：網際網路賽夏族矮靈祭首頁

圖七 賽夏族矮靈祭十年大祭的「西那盾」

從以上對於文化展現真實性的討論中，可以發現除了場景的本質（上述的涉入程度）之外，場景經過設計（或反設計、不設計）後所呈現出來的樣子，在決定場景傳達給觀眾的印象上，也同樣起著很大的作用，而且兩者不一定會有對應的關係。也就是在本質上是後台的場景，呈現出來的不一定會是後台的樣子；本質上是前台的展現空間，呈現出來的也不會一定是前台的樣子。因此，有必要將場景的傳真程度列為一個重要的考慮因素。

【例 7】「觀光客到蘭嶼可以親身走入雅美人居住的部落，體驗雅美人民生活真實的一面，例如在蘭嶼欣賞雅美族的歌舞，就和在其他地方欣賞原住民歌舞不太一樣；其他地方的歌舞演出通常都會有正式的舞台，而且歌舞也都融入了其他文化的要素，如花蓮的阿美文化村。但是在蘭嶼歌舞表演通常就在飯店前的廣場進行，而且沒有音樂伴奏，只有舞者賣力地清唱齊舞。在歌舞的行列中，雖然已有部分阿美族的味道，穿著較鮮豔的衣服、配戴裝飾配件，但是整體而言，相較於其他地方可以說是傳統的多了，奇怪的是，這種相對傳真的演出卻沒有引起觀眾的興趣，甚至有觀光客說：『花蓮的表演比較好，女孩子漂亮，歌也比較好聽。』追求自然、傳統、原始本來是觀光客到蘭嶼的動機，但太過真實的呈現有時反而無法吸引觀光客（引自謝世忠，1994b）。由此可以證明，『真實』雖然是觀眾追求的目標，但不是所有的觀眾都對傳真程度高（或低）的文化展現感興趣，而是各有

不同的愛好。」（本研究觀察記錄）

【例 8】「花蓮一直給外人很強烈的原住民印象，講到原住民就會想到東部，講到東部就會想到原住民文化。在意象上，原住民和東部是相連接的，特別是像花蓮，更進一步化約為阿美族的意象。因此在東部比較具有規模的觀光大飯店，在空間的營造，像裝潢、擺設上，一定會或多或少表現出原住民傳統的味道，放一些照片、雕刻、文物等，彷彿這樣才足以代表花蓮的特色。例如某一家大飯店擺一張阿美族在太魯閣的照片（太魯閣住的是太魯閣族人）；又如另一家大飯店在大廳擺蘭嶼雅美族的獨木舟，這些很顯然都不是「真實」的表現，但並不影響觀光客的觀感（這些擺設都已維持很長的時間，顯然沒有觀光客因此而不滿）。由此可以證明觀光客到花蓮大多想看原住民的文化，但卻不在乎看到的是不是真的是花蓮原住民文化的真實面。」（本研究觀察記錄）

Cohen (1979) 對觀光空間的分類中，在觀光空間的本質之外，加入了觀光客對場景印象的真實感，成為兩構面、四類型的分類：

- (1) 場景是真實的，而且觀光客也認為它是真實的。
- (2) 場景是舞台的，但是觀光客卻相信它是真實的。
- (3) 場景是真實的，但是觀光客卻以為它是舞台的。
- (4) 場景是舞台的，而且觀光客也認為它是舞台的。

表六 觀光空間的類型

場景本身性質	觀光客對場景的印象		
		真實的	舞台的
	真實的	確定其真實性	不確定其真實性
	舞台的	無法察覺場景是架設的	確定場景是架設的

資料來源：本研究整理自 Cohen (1979)

由於觀光客本身對文化瞭解程度的不同以及對真實性的要求不同，以致於造成不同的觀光客對相同的觀光空間會有不同的印象，因此上述 Cohen 的分類對不同的觀光客就會產生不同的結果，因此無法決定某一觀光空間應該是屬於那一種類型。這樣的現象必然會造成很大的困擾，無法對進一

步經營實務產生有效的指導作用。

上述對於本研究決定傳真程度的說明可以解決這個困擾，觀光客並不一定有能力分辨場景是架設的還是真實的，即便是像某些原始的部落或傳統的祭典，也多少經過調整和設計才加以展現，因此對場景形成的印象，大部分受兩股力量操弄：傳媒、教育等社會宣導力量和經營者。社會宣導力量不斷地在日常生活中默默影響著我們，使我們對某些事物產生一致性很高的判斷；而經營者會透過文字宣傳和圖像說明（如旅遊手冊、節目單等）以及空間氣氛的營造，來造成一定的形象。觀眾對場景的印象於是就決定於這兩股力量互相作用的結果，於是也就形成了大多數人都一樣的印象，如此才能以 Cohen 的方式來分類，某一場景也才能確定其屬於那一類型。

來自於上述曾說明過的兩個理由：不同觀眾對傳真程度會有不同程度的取向（有不同的市場區隔存在），以及觀眾對場景的印象很大一部份決定於經營者的操弄（經營者有能力使定位和區隔配合），因此本研究認為：傳真程度在配合資源條件之下，適當的分類可作為文化展現經營者決定產品定位的依據。

四、文化展現類型之重新建構

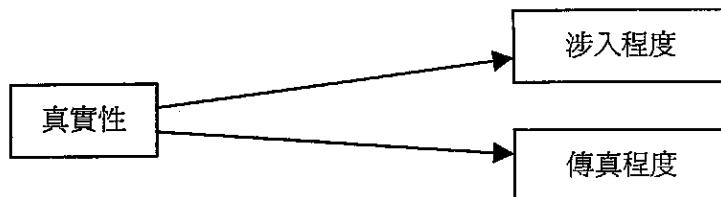
過去在社會學的研究，基本上都將文化展現做前台和後台的截然二分，例如研究台灣「山胞觀光」的人類學家謝世忠（1994b：28）依據西方學者的觀念架構和分類方式（參考 MacCannell, 1973：594；Cohen, 1988：33-37；Esman, 1984：463；Van den Berghe and Keyes, 1984）將像蘭嶼這樣的觀光模式視為典型的「後台」，因為「蘭嶼為全台灣唯一讓旅客得以真正進入自然生活聚落瞧瞧看看的異族觀光區」；相對地，像花蓮地區將山地文化以舞台表演方式呈現出來，或者像九族文化村之類的經營型態，都被歸類為所謂的「前台」。雖然他也承認「生硬地二分表演前台與後台，來假設觀光客一定只對其中一個領域感興趣，似乎是太過絕對。」（謝世忠，1994b：34），但沒有進一步去說明應該怎樣劃分比較好。

從上述的說明不難發現，過去理論的缺陷在於：沒有分清楚後台指的到底是「原始」的地方還是「原始」的印象。有些情況，真正的後台可能是很「現代」的，而前台看起來反而很「傳統」；後台指的如果是「傳統、原始的印象」，則有些前台可能比後台更「後台」，因此有必要將前後台的概念再做進一步的

釐清和劃分。本小節的目的即在於對該等概念做清楚的區分，並作為接下來文化展現劃分的依據。

例如九族文化村，在本質上，它不是一個「原始」的地方，但是在傳真程度上，他卻可以給觀光客一種很「原始」的印象，因為他所展現的所有事物都經過考據，並且盡量去維持原有傳統的樣子，甚至於比現在某些部落都還「原始」，其他許多博物館也都有這種現象。所以如果根據過去的理論，很難去說這類的文化展現到底是前台還是後台。

整個來說，本研究所提出的涉入程度和傳真程度兩個構面是由先前提過的真實性（authenticity）的概念切割出來的，也就是以真實性來劃分的前後台，應該進一步區分為以涉入程度和傳真程度分別劃分的前後台（如圖八）。



圖八 真實性概念區分

組合上述兩構面而有四種文化展現的類型，如圖九：

		傳真程度	
		高	低
涉入程度	高	絕對後台 (部落深入型) 蘭嶼	後台前台化 (部落企業型) 布農部落
	低	前台後台化 (博物館型) 九族文化村	絕對前台 (國家劇院型) 原舞者

圖九 文化觀光的文化展現類型

■ 絕對後台

涉入程度高、傳真程度也高的文化展現，稱之為「絕對後台」的文化展現，例如蘭嶼（圖十）、好茶（註六）。在絕對後台，很少有當地人會主動地參與展現，他們通常是被動地接受外人的參觀，因此觀眾通常不會接觸到「表演性」的活動，他們可以很直接接觸當地自然的生活領域，因此又可以稱之為「部落深入型」的文化展現。



資料來源：本研究拍攝

圖十 蘭嶼是絕對後台的展現

■ 後台前台化

涉入程度高，但呈現出來的傳真程度卻比較低的文化展現，稱之為「後台前台化」的文化展現，例如布農文教基金會之布農部落（圖十一）。後台前台化的展現，之所以會在自己生活的後台搭建起舞台來展現，基本上，就是因為有強烈的意願，想要將部落經營成觀光休閒的地方，來滿足觀光客的需求，因此又稱之為「部落企業型」的文化展現。

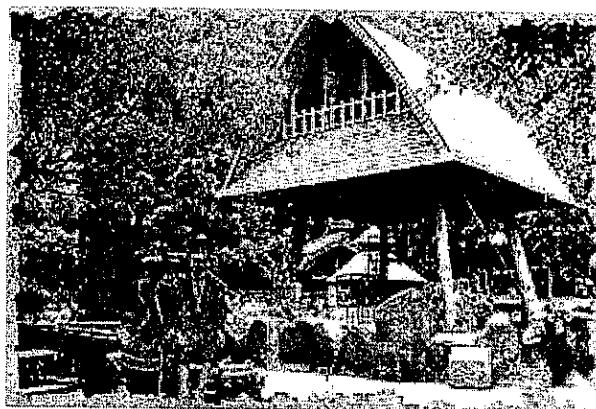


資料來源：本研究拍攝

圖十一 布農部落是後台前台化的展現

■ 前台後台化

涉入程度低，但呈現出來的傳真程度卻很高的文化展現，稱之為「前台後台化」的文化展現，例如九族文化村（圖十二）、原住民文化園區。這類的展現雖然在前台，但通常對維持「傳統」有很大的興趣，他們會以各種可能的努力去展現出文化「真實的一面」，不管是透過考據資料、專家意見、或直接將後台的東西整個搬過來，他們總是試圖去彰顯出在過去不同時期的文化面貌。以廣泛的意義來看，這正是像博物館之類的機構在做的事，所以前台後台化又可以稱為「博物館型」的文化展現。



資料來源：拍攝自九族文化村

圖十二 九族文化村是前台後台化的展現

■ 絕對前台

涉入程度低、傳真程度也低的文化展現，稱之為「絕對前台」的文化展現，例如原舞者（圖十三）、原浪潮音樂會。絕對前台的展現通常在現代的舞台，用現代的聲光布景，演出改編後的「傳統」，因此傳真程度比較低，雖然如此，這依然是表達文化內涵的一種方式，而且對忙碌的都市人來說，這可能是最方便接觸原住民文化的方式。這類展現的演出場地，以國家戲劇院最具代表性，因此又可稱之為「國家劇院型」文化展現。



資料來源：網際網路的原舞者首頁

圖十三 原舞者是絕對前台的展現

五、展現途徑與展現類型的關係

由上面發展出來的文化展現分類架構，可以很清楚的去瞭解目前一般的文化展現活動（本研究稱之為展現途徑）可能的展現型態。藉此關係的說明，可以更具體地點出此分類方式應用的範圍和應用的方向。

一般所稱的觀光是離開原來居住的地方，到另一個地方作短暫的停留，其目的通常是為了休閒，不管是純休閒、半休閒或隱藏性休閒。如果以這個定義來看，除了絕對前台（以都市人的角度來看）外，其他展現都可視為一種觀光行為。不同的觀光行為與旨趣影響了觀光客對於原住民文化呈現的傳真要求程度與涉入程度，可以區分出四種不同的展現方式，而此四種展現類型在實際

的觀光客消費形式中，是以「博物館」與「舞台表演」二種類型的展演途徑來呈現。

■ 博物館展示

博物館基本上是一個展覽的場所，以展示「物」為主。台灣以原住民文化為主的博物館，多在於展示不同階段的「傳統文物」，因此都有很高的傳真程度。而在涉入程度上，博物館可以位在後台，例如舊好茶聚落的石板屋展示；也可以是前台的，例如九族文化村就是一個典型的戶外博物館。

		傳真程度	
		高	低
涉入程度	高	絕對後台 (部落深入型) 蘭嶼 舊好茶	
	低	前台後台化 (博物館型) 九族文化村	

圖十四 博物館展示的文化展現類型

■ 舞台表演

舞台表演在本質上，因為是用舞台來表現，所以是一個傳真程度較低的展現。但在涉入程度上，舞台表演不一定較低，舞台可以搭建在前台（絕對前台），也可以搭建在後台（後台前台化）。例如原舞者表演的地方大部分是在都市裡的正式舞台，所以是絕對前台式的舞台表演；而布農部落則是在部落裡搭建舞台以從事演出，所以是一個後台前台化的舞台表演。

		傳真程度	
		高	低
涉入程度 高		後台前台化 (部落企業型) 布農部落	
	低	絕對前台 (國家劇院型) 原浪潮	

圖十五 舞台表演的文化展現類型

六、小結

從前面的討論中，可以歸納出作為文化展現劃分依據的前後台，由抽象到具體，有下列三種層次的前後台劃分：文化脈絡層次的、展現空間傳真程度的前後台和組織活動運作層次的。其中前兩者是我們用以判斷文化展現類型的依據，而後者則用一般所說的組織運作的或實際表演時的前後台。與文化脈絡愈緊密相關、展現的空間愈傳真、組織運作愈不為人知的部分，愈屬於後台；反之，則屬於前台。

在涉入程度上屬於前台的展現，基於場景先天上的限制，只能展現單獨或少部分的文化要素，例如有些只是表演歌舞、有些只是手工藝品的展覽，或是只有物質文化的呈現。而在後台的展現空間中，除了某些活動具有時間性外，我們幾乎可以欣賞到文化的各各層面；也就是觀眾走入後台接觸到的是較接近真實生活的一面，除了歌舞之外，舉凡建築、宗教信仰、祭典儀式、經濟活動、社會關係等，都是後台展現文化生態的一環。因此，在某種程度上，相較於前台的展現，後台更能表現出文化的整體。

在前台的展現空間中，如果試圖要去展現文化的整體，如台北市所主辦的原住民文化祭，其最後的結果，就如同是大拜拜一樣，或者像社區園遊會一樣，因為前台先天上的限制，而無法整理出那一種只有在後台才有可能整理出來的文化脈絡，而那樣一種文化脈絡，必然是需要一段很長的時間，隨著文化的進展自然而然在日常生活中活出來的。

在一般產品的行銷上，對產品組合的考慮，是公司本身發展各種產品的能力與面對市場的考量，也就是說，在面對產品組合的決策時，考慮的是「經營上的策略」；只要本身條件能力具備，環境市場有此需求，則它必然能夠而且也會發展出各種產品。但是對文化展現而言，在考慮這個問題時，它卻有另外一個更根本的問題：各文化要素在拆散之後能否重組？文化脈絡在轉移時空之後能否重建？如果不能的話，就算策略上可行，也無法呈現出具備高度內在秩序的文化整體。

伍、結論與建議

本研究從實務觀察出發，試圖描繪出現今台灣原住民文化展現經營的輪廓，建立起一個描述、研究與檢討當今原住民文化展現的理論架構，並對其中若干變數與變數間的關係進行深入探討。

一、關於文化資源

本研究發展出一個符合原住民文化展現需要的文化資源描述矩陣，用以檢核某一組織或團體所具備的文化資源以及展現出來的資源組合，並根據不同的文化資源組合特性，提出兩個文化資源描述構面。

本研究考慮到要描述原住民的文化資源，必定不能脫離原住民文化多元豐富的文化內涵，而採取一般所建構的人文資源分類方式。因此，在對原住民文化進行描述分類時，必須先瞭解不同族群間文化的差異性，所以本研究第一個描述文化資源的構面就是族群別，可以按不同族分，也可細分成不同部落，依展現的需要決定。另一個描述構面為文化要素別，文化要素又可區分為文化資產和文化活動；文化資產是靜態的物質呈現，文化活動則是動態的精神表現。組合上述兩個構面，可得到一個文化資源描述矩陣，供作檢核與評估各個文化展現的資源組合。

有了上述的文化資源描述矩陣，任何一個原住民文化展現都可以在其中點出其所具備或展現出來的文化資源，甚至於展現需要但組織缺乏的資源也可以在其中獲得瞭解，以便透過各種方法取得，例如文化重建、文化學習或直接移轉。從描述矩陣中的分佈情形，可以進一步去說明一個文化展現的資源組合特性，本研究用兩個構面加以描述，分別是文化多元性和資源豐富性。一個文化展現所涵蓋的族群越多，其文化多元性越高，反之越低；所具備的文化要素越

多，則資源豐富性越高，反之越低。

二、關於文化展現

本研究從理論的討論與實務的觀察中，建構出一個分類模式，由兩個構面區分成四種類型。

本研究將台灣原住民的文化展現依據涉入程度和傳真程度兩構面加以區分。所謂的涉入程度指的是觀眾欲欣賞此文化展現，需要走入真實後場的程度，而後場的認定可以有不同的層次，本研究除了提供具體的判斷指標之外，同時也提出抽象化的判準，供作更高層次的思考依據，這個抽象化的判準就是與原生文化的脈絡化程度。另一個構面傳真程度指的是文化展現提供的場景，其真實性的程度；也就是「舞台形式」是否滿足觀眾對文化傳統的想像。

上述兩個構面的組合可以得到四種文化展現的類型，分別是：涉入程度和傳真程度都比較高的是為絕對後台；涉入程度高但傳真程度低的是為後台前台化；涉入程度低但傳真程度高的是為前台後台化；涉入程度和傳真程度都低的是為絕對前台。

三、關於文化資源與文化展現的關係

本研究發現文化資源的組合特性與文化展現的類型有關係存在。以文化多元性和資源豐富性來描述文化資源組合的深度和廣度。由研究觀察中發現，各種文化展現類型所具備或展現出來的資源或產品組合，在這兩個構面上，各有不同的程度差異。

在關係上，整體而言，在涉入程度屬於後台的展現，不管是絕對後台或後台前台化，由於多在某一族或某一部落裡的文化脈絡下，所以一般展現出來的多是該族群的文化內涵，所以在文化多元性上自然較低。因此，後台展現的重點在其文化的獨特性。在涉入程度屬於前台的展現，則因為前台先天上的限制，而無法展現出太多的文化要素，因此其資源豐富性比起後台一般較低，特別是比較內隱性的文化活動更難在前台輕易重現，因為要整理出那一種只有在後台才有可能整理出來的「秩序」，必然是需要一段很長的時間，在日常生活中自然而然活出來的。因此，前台展現的重點在於文化的主題性。

四、涵義

對觀光現象（特別是異族觀光）研究的討論中，常提到的真實性，有進一

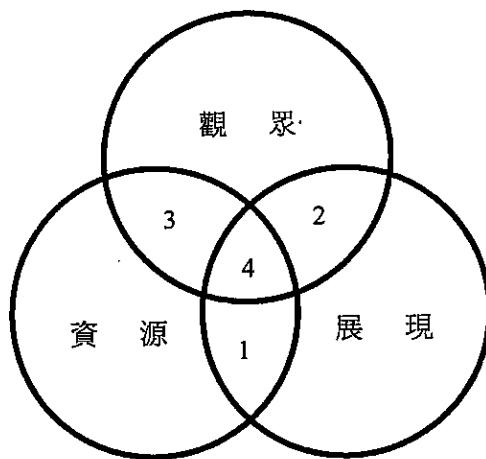
步探討與修正的必要。首先，並不是所有從事異族觀光的觀光客都在乎真實性，觀光客好奇的是那些和他們「不一樣的人」怎麼生活，而不在乎這些「不一樣」是不是真的不一樣。更明確的說，大部分觀光客只是藉助原住民去體驗較接近「原始」的生活，這樣的生活是不是原住民以前的生活方式或是現在生活的樣子並不重要，重要的是這樣的生活是不是可以幫助觀光客短暫脫離他們在社會中日復一日的生活步調，使他們可以暫時卸下面具逃離日常的角色扮演。

另外，如果真實性指的是傳統或原始，則其討論應進一步釐清真實性指的是傳統原始的「地點」還是傳統原始的「印象」，也就是真實性可以再劃分成本研究所說的「涉入程度」和「傳真程度」兩個構面，因為這兩者不一定是一致的；有時前台的地方可能會有傳統的印象，而後台的地方反而看起來很現代。

根據研究的結果，在文化展現經營的實務上，對從事文化展現的經營者而言，首先要評估自己所擁有的文化資源，可以使用本研究發展出來的文化資源描述矩陣檢核。然後決定要將自己的文化展現定位在什麼型態，要維持傳統還是要傳統與現代的結合？要將文化留在部落裡展現還是要搬上舞台展現？決定了展現類型後，再看看自己所具備的文化資源足不足以讓這樣的展現具有吸引力，如果資源不足的話，可以利用文化重建、文化學習、文化觀摩和直接轉移等方法取得。

在涉入程度上屬於後台的地方，如果其所具備的先天資源，包括文化資源和自然生態資源很豐富，就可以以絕對後台的方式展現，但是必須做好防禦設計，以防這些資源因破壞而流失；果所具備的先天資源較不豐富，或其附近自然景觀比較不具吸引力，則可以經過適當的設計，來增加其實點，以後台前台化的方式來展現。

由本研究發展出來的文化行銷示意圖來看，在這個課題上的研究，還有一些問題是本研究未深入討論，但對整個「文化行銷」概念的進一步釐清以及對實務需要的回應有待進一步研究的。



1-文化展現

2-行銷管理

3-防禦設計

4-文化行銷

關於觀眾部分：從觀眾的角度出發，瞭解其觀賞文化展演或參與文化性活動的需求特性與接觸的習性。

關於行銷設計和展示設計：在瞭解觀眾的特性和區隔之後，以及在文化資源和防禦設計的前提之下，如何去設計展現和觀眾之間的介面和溝通。

文化資源與防禦設計的關係：在對文化資源加入有形與無形的區別或其他構面之後，可進一步去討論文化資源與防禦設計的關係。

以資源基礎理論觀點去評估原住民文化資源的特性然後決定其經營的策略。

希望透過未來相關的研究，對原住民文化展現的管理問題，能有更清楚的掌握，並回應研究動機所言「面對今天原住民的經濟困境，甚至更廣泛的，文化藉由產業化而得以復振的課題，正是企管研究可以嘗試的新領域。」開創一條企管知識和文化經營結合的可能途徑。

參考文獻

- Cowan, G. (1977), Cultural Impact of Tourism with Particular Reference to the Cook Islands. In *A New Kind of Sugar*, B. Finney and K. Watson, (eds.) , Honolulu: East-West Center.
- Cohen, E. (1978), "The Impact of Tourism on the Physical Environment," *Annals of Tourism Research*, 2: 215-37.
- Cohen, E. (1979) , "Rethinking the Sociology of Tourism," *Annals of Tourism Research*, 6: 18-35.
- Cohen, E. (1988a) , "Authenticity and Commoditization in Tourism," *Annals of Tourism Research*, 15: 371-86.
- Cohen, E. (1988b) , "Traditions in the Qualitative Sociology of Tourism," *Annals of Tourism Research*, 15: 29-46.
- Cohen, S. & Taylor, L. (1976) , *Escape Attempts*, Harmondsworth: Penguin.
- Cleverdon, R. (1979) , *The Economics and Social Impact of International Tourism on Developing Countries*, London: Economist Intelligence.
- de Kadtt, E. (1979) , *Tourism: Passport to Development?*, New York: Oxford University Press.
- Esman, M. R. (1984) , "Tourism at Ethnic Preservation: The Cajuns of Louisiana," *Annals of Tourism Research*, 11: 451-67.
- Foucault, M. (1972) , *Power/Knowledge: Selected Interviews & Other Writings*, NY: Pantheon Books.
- Goffman, E. R. (1959) , *The Presentation of Self in Everyday Life*, NY: Doubleday, 徐江敏、李姚軍譯, 日常生活中的自我表演, 台北: 久大、桂冠聯合出版。
- MacCannell, D. (1973) , "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings," *American Journal of Sociology*, 79(3): 589-603.
- MacCannell, D. (1989) , *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, NY: Shocken Books.
- McIntosh, R.W.&Charles, R. G.(1990), *Tourism: Principles, Practice, Philosophies*, NY: John Wiley.
- Pearce, P. L. (1982) , *The Social Psychology of Tourist Behavior*, London: Oxford.
- Perez, L. (1975) , "Tourism in the West Indies," *Journal of Communication*, 25(2): 136-43.
- Taylor, E. B. (1871) , *Primitive Culture*, London: John Murray.
- Urry, J. (1990) , *The Tourist Gaze : Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London: Sage.

- Van den Berghe, P. L. & C. F. Keyes(1984), "Introduction: Tourism and Re-Created Ethnicity," *Annals of Tourism Research*, 11: 343-52.
- 陳以超(1987),「文化資產之保存與維護」, *觀光資料*(221): 26-27。
- 陳以超(1988),「從觀光資源的分類談到人文資源的觀光價值與利用」, *觀光資料*(234): 23-25。
- 陳永龍(1994),「觀看、地方自主性與社會權力—試論觀光互動過程中的看與被看」, *山海文化*(2): 47-51。
- 徐鴻進(1992), *台灣觀光資源*, 台北:九章出版社。
- 陳志梧(1992),「觀光凝視的政治性——以蘭嶼為例」, *觀光管理*, 創刊號: 42-49。
- 陳思倫、宋秉明與林連聰(1995), *觀光學概論*, 台北縣:空中大學。
- 陳學明(1996), *文化工業*, 台北:揚智文化。
- 謝世忠(1992),「觀光活動,文化傳統的塑模,與族群意識:烏來泰雅族 Daiyan 認同的研究」, *考古人類學刊*(48): 113-129。
- 謝世忠(1994a),「觀光過程與『傳統』論述—原住民的文化意識」, *當代*(98): 10-29。
- 謝世忠(1994b), *山胞觀光:當代山地文化展現的人類學詮釋*, 台北:自立晚報出版社。

