

# 臺灣原住民工藝創作

From the Tourist Gaze to Self-reflection: Pnguu Tribe

## ——從「觀光客凝視」到「自我觀視」

文／張瑋琦 Zhang Wei-qi (實踐大學觀光管理學系助理教授)

本文藉格雷本對觀光客凝視的闡述，切入觀察觀光市場上的臺灣原住民文化產品沿革，並以來吉村的鄒族部落為例，說明九〇年代以來臺灣原住民已脫離對觀光市場之迎合，轉以自我觀視作為其工藝與藝術創作軸心的發展，為臺灣原住民工藝創作的演變，提供以觀光為角度的鋪陳。

Drawing on Graburn's concept of 'tourist gaze,' the essay observes the development of indigenous craft products in the tourist market in Taiwan, and, taking Pnguu tribe as an instance, illustrates how the products related to indigenous cultures have transformed, since the 1990s, from those catering to the imagination of tourist gaze to ones informed by self-reflection of the tribes. The result is an account of the development of indigenous crafts from the perspective of tourism.

臺灣原住民手工藝如編織、製陶、雕刻，原是生活文化的一部分，為了保暖蔽體、生計工作、審美、饋贈等目的而作。然而，這種有需求才有供給，非量產的生產模式，卻在觀光事業進入原住民地區後，有了改變。

觀光是一種獨特的人類行為，人們以離開日常生活的地方到異地「觀看」異文化為樂。觀光客付費所欲購買的是旅行的快樂、回憶與經驗等，然而觀光的愉悅與回憶是抽象的，因此，觀光客心理上依賴某些具體之物寄予其旅遊經驗。人類學家格雷本認為，觀光紀念品之於觀光客是一種「聖盃」(Holy Grail)，是象徵獲得旅遊愉悅經驗的「戰利品」，是觀光的愉悅神話具體化的證明(Graburn 1989)。當然，為了吸引觀光客的青睞，這些觀光紀念品多因應觀光客的「凝視」(gaze)而作，因而具有以下特性：能萃取觀光地的特色並將之符號化；具有某種程度的「真實性」(當地人傳統上真正穿用的東西)；建立在觀光客實用需要上；價格不應太高以便大量購買做為贈禮。

### 觀光市場上的臺灣原住民文化

臺灣原住民文化正式進入觀光市場大約可分為三個階段，第一個階段為1930年代的初期商品化時期，隨著日本殖民統治的穩定，日本政府開始推動臺灣觀光事業。當時的私人企業「山中公美術漆器製作所」針對日本人對漆器的喜愛，開發一系列以日月潭原住民舂米圖案為主題，名為「蓬萊塗」的漆器，做為代表臺灣的觀光紀念品，<sup>2</sup>這是最早的臺灣原住民藝品，只是作者非臺灣原住民。



蓬萊塗 (高雄大學翁群儀教授依原尺寸、技法複製) (攝影：張瑋琦)

第二個階段是大量生產時期，1980至1990年是國民旅遊的興盛期，烏來、日月潭、太魯閣、阿里山及蘭嶼等原住民生活地區成為觀光勝地，兩座原住民主題園區也先後成立。謝世忠在《「山胞觀光」》一書中提及當時的觀光藝品，發現原住民觀光勝地所販賣的藝品幾乎都不是原住民所用、所創、所製，而大多是由漢人投資的工廠大量生產、大量製造的，其主要乃是一些考慮觀光客實用需要與傳達「我曾去過那裡」意義的「功能藝品」(functional arts)。<sup>3</sup>

第三個階段是部落文化產業化時期，90年代以後，隨著社區總體營造成果逐漸浮現，過去未曾受到觀光客凝視的部落成為新的觀光景點，在「文化產業化、產業文化化」的政策引導下，原住民傳統手工藝的價值重新受到重視。這個階段的原住民手工藝大約可分為兩種發展方向，一為「功能藝品」的延伸，延續大量生產時期的思維方式，在新的觀光客凝視及消費需求下，將生產據點從工廠搬移到部落，經過原住民手工藝匠師的技術轉移，強調由原住民所用、所創、所製的「真正性」，



製作一些考慮觀光客實用需要的產品，如：杯墊、手機袋、背包、飾品（項鍊、耳環）等。這類型態的原住民工藝品，基本上與前兩個階段的意義類似，仍是因應觀光客的「凝視」而作，考慮的是符合觀光客想像中的「原住民」特色、市場的喜好以及技術的易學性。這類傾向的原住民手工藝工作者，多希望獲得立即性的市場回饋，因此往往在習得技術後即進入大量複製產品、故事包裝及上架販賣的商品化過程。這類產品雖為原住民地區或個人工作室帶來一時的經濟利益，但也帶來以下的問題：

一、泛原住民族化現象：並非每個原住民部落都保留傳統工藝技術，因此在產業化的壓力下，許多部落直接聘請外地講師前來傳授技術。然而，這些習得外來技術的地方工作者卻對自己的部落文化疏於探究，乃至出現阿美族製作百步蛇圖騰皮雕、泰雅族發展琉璃珠產業等部落手工藝泛原住民族化的現象，部落工藝逐漸失去地方特色，而面臨均一化的危機。

二、手感美學的流失：1980至1990年的大量生產時期，發展出許多原住民手工藝的半成品材料，例如花布邊、亮片、塑膠珠和塑膠藤等，影響到後來原住民對手工藝素材的使用習慣。這些價格低廉的半成品材料在部落附近的手工藝用品店即可購得，只要透過簡單的拚組串接，即可創作出具有「原住民風」的作品。由於製作輕鬆、價格便宜，逐漸取代傳統織布、製珠的手感美學，使得原住民在大自然中尋找素材的品味逐漸喪失。

三、追逐市場的消費品味：最近，受到《海角七號》電影的影響，三地門各琉璃珠工坊開始搶搭琉璃珠熱潮，許多原住民社區也急於培訓琉璃珠製作人才，追逐市場消費的潮流。事實上，在這波熱潮之前，原住民部落產業還流行過塑膠打包帶編織、串珠等手工藝。這些培訓課程都宣稱可以為原住民部落帶來經濟收入，只是缺乏文化內涵與紮實技術的商品，終究禁不起市場的考驗，在短暫的消費熱潮退燒之後，只落得塵封在倉庫角落、乏人問津的命運。

值得欣慰的是，受到原住民自覺運動及社區總體營造潮流影響，90年代以後的部落文化產業化時期還有另一種發展傾向，筆者認為它屬於原住民「自我觀視」的工藝創作。這類的工藝創作者較著重於自我在創作上的主體性，他們不刻意迎合觀光客的觀點，而將工藝創作視為一種對自我生命或部落文化的關照。他們從地方知識的探究中獲得靈感，結合傳統技術與創新媒材，以部落的生活光景、古老的傳說故事或對生命的沉思為題材，創造出富有故事性及生命力的作品。有別於撒古流、拉黑子、達風等原住民藝術家，這群社區工藝創



鄒族生活故事工作坊海報（攝影：張瑋琦）

作者的創作是與一般大眾最為親近的「生活工藝品」，如：器皿、飾品、服飾、背包等。因此雖不是為了觀光客的凝視而作，卻也因其貼近生活的特性，受到一般大眾所喜愛。由於這種發展傾向與前兩個階段有所不同，它代表著原住民工藝「從觀光客凝視到自我觀視」的轉變，因此也可以說是90年代以後原住民工藝最重要的轉變。

來吉就是這樣一個從「自我觀視」觀點思考「工藝造村」的部落。

## 阿里山來吉哈莫瓦那山豬藝術明珠造村

在遠久前有個傳說。許多年前，一位特富野社的獵人發現一塊水源充沛、土質肥沃的處女地，他試著種植小米作物，收成不錯，獵人便攜家帶眷遷移至此定居。不久後，許多慕名而來的族人也在這兒落地生根，一同開墾這沃土，形成聚落。原本的山坡地經由族人辛勤建造，成為景緻動人的梯田。這片樂土，就是今日的來吉！<sup>4</sup>

為了採訪居住在神話中樂土上的工藝家們，11月秋日溫暖的午後，我從高雄出發獨自開車上阿里山。汽車順著迴紋針般的道路盤旋而上，夕陽緩緩西沉，紅色的晚霞穿過針葉林降臨足下。我忍不住停下車來拍照，讚歎這美景宛如天上人間。越過奮起湖高點，再度順著山勢蜿蜒而下，貪看風景的我，來到「不舞作坊」已是夜幕低垂。

來吉部落座落於海拔約700至1000公尺間的阿里山





鄒族生活故事工作坊上課情形（攝影：梁宗賢攝）

溪畔，塔山鄒族祖靈眼睛關照下的山谷間。境內有數條登山步道，過去以來，一直是登山客喜愛的路線，居民以種植高麗菜、竹筍、烏龍茶及山葵等農業活動為主業，以提供山友膳食、民宿為副業。當我問及部落工藝家們何時開始創作，他們回答九二一大地震後民宿生意門可羅雀，閒來無事憶起小時候曾經看過老人家拿木頭、石頭敲敲打打，沒想到這一試就停不下來了。由於山豬是他們的最愛，村民的創作多以山豬為主題，於是一群素人竟創造了「山豬工藝村」。造訪來吉的第二天，部落正舉行「鄒族生活故事工作坊」。事實上來吉部落每一位工藝家的作品都有一個故事，他們不但是天生的藝術家，也是天生的說故事好手，他們的故事述說著在創作的過程中對部落、祖靈、回憶、自我的凝視，是鄒族人自我認同追尋的過程。

#### ●凝視部落

復興美工繪畫組畢業，1997年回到部落定居的不舞·阿古亞那，是來吉部落唯一科班出身的工藝家，也是來吉部落工藝村重要的推手。山豬可說是不舞創作中的主旋律，邊喝咖啡邊聽不舞與媽媽爭辯「山豬是寵物還是食物」的我，深深感受到山豬與鄒族的生活是如



不舞「4F山豬系列」作品（攝影：張瑋琦）

此地親近。山豬的主題搭配「勇士臂環」、「臺灣櫟樹」、「盾牌」和「小米」等具符號意義的副旋律，構成了不舞「4F山豬系列」——辦公文具、咖啡杯盤、矮凳等生活工藝品。比起部落其他工藝家，不舞的作品顯得很「實用」，因此許多介紹不舞的文章喜歡用「創意商品」來理解不舞的作品。但我更願意用另一種觀點來詮釋不舞，我認為那是不舞「入世精神」的表現。

「入世的不舞」也跟著先生梁宗賢種田、幫他設計咖啡的商標。不舞說：「看到自己種的東西長大，我發現種田的快樂是很單純的。最近補助的單位希望我在部



落推動工藝品生產線，讓產品可以量產。也許是這種大量生產、大量複製的方式，讓我覺得頗有壓力之故，現在我覺得種田更快樂。」在塔山下不舞作坊的早餐閒聊中，我感受到不舞的創作態度，她所關心的不是觀光客的購買慾望，而是創作本身的樂趣，因此她抗拒成為生產線；而她的作品正如其人，想要在現世生活品質與傳統文化傳承間取得一種平衡。

回鄉後的不舞經常思考部落人口外流與文化傳承的問題，她認為若能善用身邊的素材及祖先流傳的智慧來結合工藝，也許可以傳承鄒族文化、提升人們的生活品質。因此，她就像個行動藝術家，把山豬「勇往直前」的精神發揮在部落營造上。部落中處處皆可見到不舞的山豬石雕，像是宣告著「行動吧！跟著祖先的足跡！」

### ●凝視祖靈

陳清文和陳汪麗琴夫婦的餐廳就在塔山下，一邊欣賞塔山美景一邊享用汪陳麗琴做的美味料理，聽她娓娓道來作品背後的故事：「塔山是我們鄒族靈魂的歸向，祖先每天在塔山上看著我們，如果我們做好事，死後就會回到塔山。鄒族人每天看著塔山，不會做壞事。」「凝視」本身就是陳汪麗琴所欲表達的主題，她把祖靈對族人的照顧以及族人對祖靈、對塔山的凝視，轉換



陳清文及陳汪麗琴夫妻都熱愛工藝（攝影：張瑋琦）

成具象的眼睛圖案及抽象的幾何圖形，運用在耳環、立燈、器皿及掛畫等生活工藝的設計上。每天使用著這些生活工藝品，就好像實踐對祖靈的凝視，複習一次祖先的教誨；也彷彿獲得祖靈的照顧與祝福，因此她總是顯得如此地祥和愉悅。

在往天水的陡坡上，夫婦倆圈養了一群山豬，和陳清文的話題總圍繞著山豬，而陳清文的創作也離不開和山豬相關的事物——腰刀、獵槍和山豬。山豬是鄒族勇士的象徵，傳統上，鄒族勇士每獵一頭山豬，就在他腰刀的刀鞘上刻畫一個記號，記號的多寡象徵勇士地位



陳汪麗琴作品。「眼睛」象徵著塔山祖靈的關照（攝影：張瑋琦）



陳清文的作品圍繞著山豬與獵槍，述說著獵人的故事。（攝影：張瑋琦）

的高低。陳清文也用木雕刻畫他與山豬的遭遇，白天工作，晚上或閒暇時光做木雕，陳清文實踐著「過去老人家的生活方式」，以行動與先人對話。

### ●凝視回憶

不舞的媽媽陳月英女士原本以餐飲為主業，繪畫為副業，九二一大地震後登山客銳減，多出了許多閒暇時光，於是憑著小時候看長輩雕刻的印象，無師自通地摸



不舞的媽媽陳月英女士從創作中獲得生活樂趣（攝影：張瑋琦）



索起木雕、石雕。感覺上陳月英女士擁有旺盛的創作動力，她說，剛開始不懂材料，只要在不舞的工作室找到任何能用的，不管是蠟筆、油彩、壓克力原料都拿來試；沒有畫布，就翻出家裡的牛仔褲、舊衣服來畫，漸漸地親戚、朋友覺得她畫得不錯，也會主動拿牛仔褲請她畫。沒想到竟畫上了癮，繪畫成為主業，現在開餐廳反成副業，有預約才經營。訪談的過程中，陳月英女士一邊述說關於創作的二三事，手上卻也不停地進行著一幅畫，那是一幅象徵女性乳房的木雕作品，她說：「這要做為我家的『家徽』」。<sup>5</sup>



「到河邊洗澡」純真、自然的生活文化是陳月英女士創作的主題。（攝影：張瑋琦）

陳月英的畫室就設在雅慕伊餐廳裡，畫室裡掛滿了裸體畫。陳月英說：「我畫的是我們以前鄒族的生活。以前我們常常在河裡洗澡，不論男女，單身或結婚，大家都脫光光到河裡洗澡。有的女人胸部很大，要托起來才能洗腋下。洗完澡後，大家就趴在河邊的大石頭上曬乾。我們鄒族的人真的很純潔，以前大家一起洗澡，可是都不會有邪念。現在已經沒有這種情形了，我很懷念小時候的生活。」畫室裡還有許多幅畫在獸皮上的繪畫，她說，她父親是很會打獵的勇士，父親過世後，這些獸皮被塵封在角落，久了就硬掉了。有一天媽媽拿出這些獸皮，於是她開始畫獸皮畫來紀念爸爸。我感覺到陳月英是為了回憶而創作的，用繪畫捕捉生命中的吉光片羽。

#### ●凝視自我

秋陽暖暖的午後，部落工班在塔山下天水的露天餐廳，聚精會神地聆聽就讀於雲林科技大學博士班的賴老師講解泰國設計。這群工班傳承自古以來的建築技術，就地取材搭建涼亭，傳達鄒族的美學觀點，是部落造景的大功臣。現在，他們透過工作坊接觸新的設計觀念。

除了工班之外，一起快樂地追尋「山豬精神」的，還有一群部落青年。不舞回鄉後發現總有一些青年會留在部落閒晃，為了讓這些閒晃的青年們有點事做，她先後爭取了「社區工藝扶植計畫」及「鄒族生活故事工作坊」等計畫，帶領部落青年重新認識部落生活文化，啟發創作靈感；學習美術及陶藝，提升技術；邀請外來專家演講、帶部落居民到臺灣創意設計中心觀摩，吸收新知。不舞說：「部落青年在創作中找到了自我。」最近他們剛完成的「街頭藝術」，不舞高興地向我展示部落青年聯手在社區道路上繪製的山豬創意「斑馬線」。有



陳月英作品。山豬是來吉部落工藝家們最愛的主题（攝影：張瑋琦）



部落工班青年工作之餘也不忘進修、充電。（攝影：張瑋琦）



部落青年們從創作找回自我（攝影：梁宗賢攝）





部落工匠就是天生的藝術家，搭建的茅草屋展現部落美學。（攝影：張瑋琦）



來吉部落才看得到的「山豬斑馬線」（攝影：張瑋琦）



部落青年創作的「創意斑馬線」（攝影：張瑋琦）

別於其他原住民部落為了觀光客凝視而做的「部落入口意象」，來吉的「街頭藝術」表達了部落青年追尋自我認同的過程。山豬還是部落青年的最愛，但不同於陳清水或陳月英對山豬的寫實描繪，山豬不再是食物或勇猛的代名詞，他們對山豬的想像更溫馴可愛，也許他們尚在建立自己與山豬的關係。

來吉部落工藝家們的創作源自於不斷與自我對話、與族人對話及與祖靈對話的「自我觀視」。這樣的創作觀點使族人找到在工藝中安身立命之道，不必為觀光客的喜好汲汲營營，而能自在地开展與自我／我族的對話。另一方面，這樣的創作也讓他族找到與地方對話的起點，它開啟了族與族之間溝通的長長甬道，循著這些

工藝品，屬於漢族的我有機會貼近鄒族的生命，感受鄒族的氣息，知道如何尊敬這個獨特的文化。我覺得，來吉部落在現代文明與傳統文化的十字路口上，已經畫出讓自己族人能夠安心穿越的斑馬線了。



#### 註釋

1. Graburn, Nelson H. H., "Tourism: The Sacred Journey," *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (2nd Edition), Valene L. Smith ed., Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989, 21-36.
2. 翁群儀，〈1930年代台灣漆器蓬萊塗的意匠特質に関する調査・研究〉，千葉大自然科学 研究科修士論文，2002。
3. 謝世忠，〈「山胞觀光」——當代山地文化展現的人類學詮釋〉，台北：自立晚報，1994。
4. 台灣原住民鄒族網站（年不詳），來吉風景區：[http://0-618.info/cou/play\\_laigi.htm](http://0-618.info/cou/play_laigi.htm)。
5. 「鄒族生活故事工作坊」最近正在進行家徽製作。