

臺灣山地文化村、歌舞展演與觀光唱片
研究（1950 — 1970）

黃國超

靜宜大學臺灣文學系助理教授

摘要

本研究聚焦於1950、60年代，臺灣社會的觀光活動中「觀光唱片」與「山地文化村」歌舞展演間文化塑模的關係。我試圖利用鮮少被注意到的原住民「觀光唱片」，從唱片生產的角度，討論戰後臺灣「山胞觀光」的旅遊產業裡，「音樂」的文化角色。1950年代以後政府陸續開放美、日海外觀光客來臺旅遊，當時以三重為首的本土唱片工業，同步開展出原住民「觀光唱片」這種音樂產品。其目的除了基本經濟利益外，一方面強調可以藉此增進遊客「臺灣旅行的回憶」。然而，其銷售背後值得進一步關注的是，以歡樂舞曲為大宗的「山地觀光唱片」，在1970年代臺灣國民旅遊崛起後，它與山地文化村內的歌舞展演產生了互文作用，遂而強化了戰後臺灣主流社會對於原住民族「能歌善舞」的刻板印象。

「山地文化村」是臺灣旅遊產業中，以「族群（土著）文化」為賣點的產物。在1950年代後的臺灣社會裡，它跟大眾文化的電影、報紙或博物館等等機構或媒介一樣，是當時一般民眾親身體驗原住民族生活、歌舞，建立原住民族認知形象的重要管道。由於觀光事業被不少縣市政府當成是促進地區經濟發展的重要策略，於是乎，濃縮了臺灣各原住民族文化於一身的山地文化村，在族群文化再現的過程中，處處呈現出一種「內部東方主義」的景象，專為遊客所精心設計的傳統歌舞、祭典儀式等表演節目，被塑造成臺灣島內一種「異國情趣的另類」。而同時作為山地文化村重要銷售商品、以舞曲為大宗的「山地觀光唱片」，則是奇風異俗記憶的延伸及拓展。這些舞曲音樂後來與土風舞運動結合，深深影響了臺灣主流社會非原住民族群對於山地歌舞的文化模仿。

本文利用臺灣觀光旅遊的文獻記錄、新聞報導、二手研究成果進行歷史過程的論證，另外採用曾經任職於山地文化村員工的第一人稱敘述作為分析

臺灣山地文化村、歌舞展演與觀光唱片研究（1950－1970）

材料，依據「異族觀光」的論點，由臺灣「山胞觀光」的脈絡討論幾個文化議題：1、山地文化村的崛起背景與消費實踐如何影響原住民形象的塑造；2、山地文化村與觀光唱片彼此如何互利共生；3、觀光唱片的舞曲「類型化」生產，其最終結果與影響為何？

關鍵字：原住民、山地文化村、旅行、唱片、歌舞展演

壹、前言：臺灣，全球資本下的國際觀光

啊～美麗的寶島，人間的天堂。四季如春呀，冬暖夏涼，聖地呀好風光。

阿里山，日月潭，花呀花蓮港。椰子樹，高蒼蒼，鳳梨甜呀香蕉香。

啊～美麗的寶島，人間的天堂。四季如春呀，冬暖夏涼，觀光的好地方。

～〈美麗的寶島〉，詞：劉碩夫 / 曲：周藍萍，1950年代

一般來說，美國軍人是受過比較好的教育的，比較世故，對於異文化比較好奇，品行比先前的人好得多，同時，他們有更多的錢可以花用。平均來說，他們一個人的一趟五日遊，大約可以花到 200 美金……他們可能是歷史上品行最好的軍人了。～〈時代雜誌〉，1967年¹

Dennison Nash 主張，絕大部分的觀光都是都會力量（工業化資本社會）向未開發或開發中國家掠奪的一種帝國主義形式。其他研究當代觀光現象的社會科學家如 Smith ed. (1989)、Swain (1989)、McKean (1989)、Nash (1981)、Graburn (1983) 及 VanDen Berghe、Keyes (1984) 等人均發現到，從工業國家或都會地區到非工業化國家或鄉村、部落社區從事遊覽，是各種觀光形式的主流，這種消費經常迫使政經力量的弱方改變、裝扮、掩飾或者製造出各種生活面貌以供觀賞。²

1 殷寶寧，《情慾·國族·後殖民-誰的中山北路？》（新店：左岸文化，2006年），頁121。

2 謝世忠，〈觀光過程與「傳統」論述——原住民的文化意識〉，《原住民文化會議論文集》。臺北：行政院文化建設委員會，1994年，頁1。

張人傑指出，³ 二次大戰後，臺灣的觀光旅遊政策與事業，可以說都是為了外國觀光客來臺旅遊而準備的，與一般國民休閒旅遊生活少有關連。原因是，尚處於戰後經濟重建階段的 1950 年代臺灣社會，在內有「勤有功、嬉無益」的儒家教誨及白色恐怖氛圍，外有臺海緊張情勢的局勢下，大眾旅遊（mass tourism）在國家威權干預下觀念尚未普及。然而在預算赤字、外匯短缺造成社會經濟嚴重窘迫下，創造外匯成效突出的「國際觀光」事業，仍是政府在農產品外銷以及推動進口替代策略外的重要選擇，同時推動國際觀光事業，也是美國國際開發總署建議臺灣政府配合經濟建設的項目。

1950 年代，美國政府為了平衡對航空業的投資，在第 3 世界國家積極推廣資本主義的觀光產業。而臺灣則基於國際地位的劣勢，國民黨政權必須藉由國際承認和維持聯合國席位，以將臺灣的國際處境連結到國際社會中。因此，「觀光」成為國與國之間政治運作的中介場域，爭取國際遊客來臺被操作為國際社會支持臺灣的象徵，其次也是政府賺取外匯、引進外資擴展外貿的經濟手段。於是國民黨政權在戒嚴的時局下，仍勉力發展觀光事業，但從技術與經費均仰賴外援的窘況中，⁴ 臺灣觀光發展的依賴性格也一覽無遺。從經驗及數據資料上顯示，駐臺美軍的假日出遊風氣是促成臺灣觀光事業萌芽的肇因（徐世怡 1988），緊接在後的是 1960 年代越戰美軍在臺灣的 R & R（Rest and Relaxation）渡假風潮與大批來臺的日本觀光團。針對觀光外匯的成長與貢獻，一位觀光單位首長曾表示：

民國 45 年，臺灣發展觀光事業的初期，來華國際觀光旅客只有 14,974 人，外匯收入估計 936,000 美元，到民國 64 年來華觀光旅客共達 853,140 人，較 45 年增加 56.98 倍，而觀光外匯收入計

3 張人傑，《臺灣社會生活史：休閒遊憩、日常生活與現代性》（板橋：稻鄉，2006 年）。

4 1960 年國際開發總署派遣觀光資源調查團來臺，1961 年美援補助交通部觀光事業小組推動國際宣傳，1965 年挪威籍觀光事業專家安德魯常駐臺灣省觀光委員會擔任顧問，提供規劃技術指導。

359,358,000 美元。較 45 年增加 38.39 倍，如與我國出口貿易單一項目比較，列第四位，僅次於紡織品、電器機械、金屬及機械。⁵

自 1959 年開始的 10 年間，觀光產業發展與收入被政府視為國家經濟的重要一環，觀光政策與觀光環境的改善，使得國際觀光旅客成長快速（交通部觀光局，1985）。加上社會慢慢響應，連帶也鼓舞了觀光活動及周邊事業（旅館、旅行社、藝品店、酒吧、色情業）的發展。其中比較特殊的是，帶著「內部東方主義」色彩的「山胞觀光」，是觀光發展史上比較少被注意到的一項，而這種「異族觀光」（ethnic tourism）在臺灣跨族群所產生的認知效應及音樂文化上的交雜則更少被人提及。因此，本文探討的重點是：1、戰後山地文化村的崛起背景與消費實踐如何影響原住民族形象的塑造；2、山地文化村與觀光唱片彼此如何互利共生；3、觀光唱片的舞曲「類型化」生產，其最終結果與影響為何？

貳、山胞觀光：種族奇觀消費

「山胞觀光」是「異族觀光」（ethnic tourism）的一種。「所謂『異族觀光』，就是到一個與己文化、種族、語言或風俗習慣相異的社區或展示定點參觀他們。它與文化觀光不同處，在於異族觀光除了看地方，更把看人當作最重要的目的。到原住民地區或展示定點參訪的觀光活動，很顯然即是異族觀光的基本類型」。⁶Zeppel 進一步說明了原住民族的觀光地應包括「原住民、原住民精神或夢想、原住民建築技巧、原住民文化習俗和原住民手工

5 朱國勳，〈臺灣觀光事業的回顧與前瞻〉，《臺灣觀光協會慶祝成立 20 週年紀念特刊》（臺北：臺灣觀光協會，1976 年），頁 18。

6 謝世忠，〈觀光過程與「傳統」論述——原住民的文化意識〉，《原住民文化會議論文集》（臺北：行政院文化建設委員會，1994 年），頁 2

藝」。⁷也就是說，「異族觀光」是一種旅行觀賞「奇風異俗」（exotic）人民文化展現、生活型態的消費模式。一般而言，「山胞觀光」由於地理環境的特殊性，因此多半兼具著自然觀光與文化觀光等兩種特質。臺灣原住民族幾乎是臺灣唯一發展異族觀光產業活動的族群，其源頭可以溯及1960年代馳名遠近的烏來清流園與阿美文化村。

一、烏來「清流園」

最近臺北的世外桃源～～～令人樂而忘返。～《烏來清流樂園
宣傳文宣》（1960-1980）

1956年，臺灣地區正式開始籌辦觀光事業，並成立「臺灣省觀光事業委員會」，其組織規程第一條言明目標為「加強經濟建設，促進國際友誼與文化交流」。1957年該會第44次會報，蔣介石指示：「觀光事業之建設必須依據當前政府財力與社會經濟情況，洽請美方指導協助…創設之初，範圍不可太廣，以免不切實際，目前可先著手臺北、烏來間道路之整修」。其他計畫與工作內容尚包括：1、整建風景區20處；⁸2、協調簡化入出境手續及放寬入山管制；3、加強國際宣傳與聯繫。我們從上述的第2、3項工作內容來看，該觀光產業的消費族群鎖定在境外進入的人口。而對照下表1的來華觀光人口以美國人為主，也佐證了美軍為支撐臺灣觀光業發展的說。⁹1950年代駐防臺灣近萬的美軍及其眷屬，為臺北市帶來了美式消費與休閒文化，以中山北路為軸線的休閒消費，除了美軍俱樂部、購物中心、電影院、酒吧等場所外，郊外的自然旅遊也是重要一環，「山胞觀光」從此揭開了序幕。

7 謝世忠，〈觀光過程與「傳統」論述——原住民的文化意識〉，《原住民文化會議論文集》（臺北：行政院文化建設委員會，1994年），頁2。

8 烏來「雲仙樂園」的開發，便是1954年政府為吸引外資加速內部建設，而頒佈外人及華僑投資條例之後，由日本華僑投資之具體成果。「亞洲」唱片也是同時期華僑投資的產物，「亞洲」所帶動的本土唱片製作風潮，最後與山地觀光兩股經濟力量匯流在「觀光唱片」這個產物上。

9 殷寶寧，《情慾·國族·後殖民——誰的中山北路？》（新店：左岸文化，2006年），頁108。

表 1：1956 年來臺觀光客國籍比例表

國籍	比例
美國	73.7%
日本	8.9%
歐洲國家	7.9%
東南亞	4.8%
其他地區	4.7%

資料來源：徐世怡，〈烏來觀光旅遊空間的社會歷史分析〉（臺北：臺大土木工程學研究所碩論，1988），頁 29。

當時烏來因鄰近臺北的地理位置及道路交通的改善，一個小時的車程大大地增加觀光客到烏來的可行性。「那時候我還是小孩子，但是我都還記得喔，印象很深刻啦，美國大兵他們會來烏來玩，那時候他們都是一個禮拜兩天，星期六、日，其他時間沒有啦，可能是因為周休二日」（老馬偕），¹⁰地理的優勢，使烏來被開發成環境（environmental）、異族（ethnic）與遊憩（recreational）兼具的地區，隨著臺灣經濟一同進入國際分工體系。只不過，政府著重的是瀑布、溪流、溫泉、山谷等自然風光，以及發展林務局臺車等遊覽主題，至於如何利用烏來泰雅族的歌舞文化展演吸引遊客，從始至終，都是泰雅族人與民間商人安排與規劃。¹¹

王太太（旅行社負責人）並不贊成她的「孩子們」（美國大兵）去酒吧流連，但是年輕人，尤其是剛從戰場上出生入死下來的人，難免喜歡找點刺激，在這種情形下，王太太儘量勸那些酒吧女郎，希望她們陪著這些大兵到一些風景區玩玩，不要耽於酒色。¹²

10 郭孟佳，〈公主變女傭：觀光發展下的烏來泰雅族女性〉（臺北：世新大學社會發展所碩論，2005年），頁 40。

11 謝世忠，《山胞觀光：當代山地文化展現的人類學詮釋》（臺北：自立晚報，1994年），頁 43。

12 張人傑，《臺灣社會生活史：休閒遊憩、日常生活與現代性》，頁 182。

剛開始到烏來的美軍都是自己開車，他們都帶一箱箱的汽水到烏來釣魚，那個車是吉普車，是「美軍顧問團」的車子，那些都是在臺灣的美軍。之後有一種是酒吧女帶來的越南美軍，臺灣的美軍比較少會帶小姐到烏來，也是會啦，比起來就是比較少，在臺灣的美軍到烏來玩喔，會到溪邊釣魚，也會到清流園看跳舞，可是，酒吧女帶來的越南的美軍喔，一定會看跳舞和買東西啦！¹³

1952年烏來泰雅望族之女周麗梅，與就讀臺大的漢人青年邱志行譜出戀曲後，在南勢溪畔蓋起木板屋，並召募原住民女孩創立了「清流園山地文化村」，是為烏來第1個觀光表演事業。「那時候我們也沒有想很多，我印象中就覺得原住民應該很會唱歌跳舞，我就想說，可以搭個棚子，找人跳跳山地舞，我們可以收門票，賺錢啊！就是這樣開始的」。¹⁴1966年，周旭東、周志朗及林源治等人發起、募股成立「烏來山胞觀光股份有限公司」（簡稱山胞公司），在瀑布區設立大型歌舞表演場及藝品販售部，原「清流園」便移到瀑布前方，變成了山胞公司所經營的「跳舞場」。該「山胞公司」分為兩部分：「烏來山地文化村」與「酋長餐廳」。「烏來山地文化村」包括「泰雅文化村」、「山地文物館」與「手工藝品展售中心」，是山胞觀光的經營重點。當時烏來村幾乎每一家都有人在該公司工作，有的跳舞、有的賣紀念品、有的餐廳服務、有的開車接送。一般而言，年輕女子跳舞是吸引觀光客的主力：「大家攏嘛愛看水姑娘，啥咪郎麥看老摳摳耶」，¹⁵而女孩稍長「色相變差」後，便會轉到需要社會經驗與交際手腕的展售中心推銷商品。

為了使山胞公司展現觀光客眼中的異族特色，文化村的宣傳手冊上，印著兩張泰雅文面的老婦像，其他分別有1男1女擺出共舞和傳統結婚儀式的

13 張人傑，《臺灣社會生活史：休閒遊憩、日常生活與現代性》，頁41。

14 邱志行語（2004年），引自郭孟佳，〈公主變女傭：觀光發展下的烏來泰雅族女性〉，頁34。

15 同前引，頁4

姿勢，以及3位少女愉快地擣米，所有人員皆穿著山地盛裝。而文物室則強調「全省山胞十大族山地古代文物特展」、「可以窺見古代生活歷史秘辛」，鍋、壺、織布機、石雕、達悟拼板舟都在傳達原始傳統生活意象之列。特別是1964年日本開放國民海外旅遊以後，1967年成為來臺第1大客源國，前引郭孟佳書即提到：「那時候日本人到臺灣觀光一定會有『參觀原住民生活』這個項目，這個都是到烏來看跳舞場」。歌舞場上，美麗且能歌善舞的泰雅女孩，為早期外國遊客到烏來的觀光增添了異族情調。源源不絕的日本觀光客，到烏來觀賞異國風采及彌補皇軍舊夢的「帝國主義鄉愁」（imperialist nostalgia）。

1960年代第1世界與第3世界的交會中，「美金」喚醒了烏來泰雅人進入觀光產業的動力，「日幣」則使居民相信發展觀光是唯一的生存之道。從美軍觀光客給的小費收入，原住民發現轉換當初敬天祭儀的舞蹈可以獲取金錢，歌舞場音響中從此少不了涵蓋多族的「傳統」舞曲，其節目也必備遊客扮演新郎、遊客和「原始土著」跳舞同歡；在熱鬧歡愉後，小姐在酋長雕像旁與遊客合影、推銷紀念品賺取小費，導遊則是忙著帶領遊客們選購山地藝品。而花蓮阿美文化村的成立，則加速了原本歌舞資本就不發達的烏來跳舞場舞碼的混雜與阿美族化。

二、阿美文化村



圖 1：花蓮阿美文化村

資料來源：伍湘芝著，《舞蹈荒原的墾拓者——李天民》，頁 46。

在美軍帶入觀光的同時，也是美國本土迪士尼樂園、主題樂園崛起的年代。過去櫥窗式和靜態式的博物館展覽，逐漸失去客源，民眾興趣轉向了日常、大眾化的事物。感受到這股社會大眾休閒觀念的轉變，許多的戶外博物館、生活歷史博物館或生活博物館（Living Museum）等性質者陸續出現。¹⁶ 針對「在地文化」成為西方美學或觀光的客體，社會學者 John Urry（2007）指出，¹⁷ 觀光客凝視（the tourist gaze）的結果經常導致原住民文化的「他異」（alterity），也就是自我「時間靜止」的邊緣化（因此當地人常被要求過著「文化展示櫥窗」般的生活）。接下來，我們以花蓮阿美文化村為例子來作

16 許功明，〈博物館與原住民文化的展現〉，《原住民文化會議論文集》（臺北：行政院文化建設委員會，1994年），頁 38。

17 John Urry 著，葉浩譯，《觀光客的凝視》（臺北：書林，2007年）。

實際的討論。

「阿美文化村」英文名稱為 Ami Culture Village，1962年5月，阿美文化村在林春瑛、許木碇夫婦催生下，於花蓮縣田埔部落誕生，後來搬遷至吉安火車站前。¹⁸ 據瞭解文化村還未正式成立前，表演場地是在忠烈祠的平臺及美軍招待所。根據伍湘芝（2004）的說法，阿美文化村的催生與舞蹈家李天民的提議有關，這點容有爭議。¹⁹ 阿美文化村由於創立的早，是1960年代臺灣花東地區的重要觀光勝地。除了各大飯店、旅行社會找它合作外，一些旅遊書籍在介紹花東名勝時，也都會特別給予介紹，摘錄如下：²⁰

阿美文化村，……該村佈局古樸具有濃郁的山地氣息，在此除可欣賞阿美族精彩的傳統歌舞外，尚有山地歷史文物介紹及特殊景觀，如獨木舟、山胞服飾和民情風俗的展覽，對山地文化有興趣的朋友，不妨撥空走一趟，保證值回票價。～《臺灣觀光旅遊圖集》，1990年，頁242。

阿美文化村……，村內有傳統的山地歌舞，山胞歷史文物的介紹，更富於當地色彩的住屋、獨木舟、服裝飾品等，村內聳立著一尊巨大的神像，為阿美族文化的表徵。～《臺灣東部旅遊》，1991年，頁75。

Juliana Mansvelt（2008）指出，旅遊推廣文獻中的一項要點，便是把原住民族描述為原始、靜態和未變動的社會成員，與所謂的「現代」世界特色

18 1960年以後經縣政府的建議及田埔部落長老的同意下，搬遷至田埔車站附近（現中華國宅的空地上）的公有地上搭建臨時舞臺繼續表演，舞臺由竹子搭起，前由蘆葦編成裝飾，不少觀光客都喜歡在這裡照相留念。

19 根據伍湘芝的說法，1963年初《黑森林》開拍前兩週，李天民為了協助尋找《黑森林》的原住民演員及舞者，特別邀宴各部落頭目聚會，酒席間，李天民談起原住民擁有歌唱與舞蹈的天賦和資源，如果善加利用，可以為窮困的原住民社會帶來一線生機。李天民進一步拿起桌上的菜單畫出一個圓形劇場的構想藍圖，並稱之為「阿美族山地文化村」。伍湘芝，《舞蹈荒原的墾拓者——李天民》，頁73-74。

20 謝世忠，《山胞觀光：當代山地文化展現的人類學詮釋》（臺北：自立晚報，1994年），頁17。

脫鉤。²¹ 如同 Said（1978）曾經說過，東方提供了白人「最深層、最一再發生的『他者』意象」。²² 既然「原始/差異」等異國情調（exoticism）是消費的賣點，且景點越有可能被信以為真，就越有吸引力。在遊客天真地渴望「真實性」的同時，資本家們精明的運用技巧對訪客精湛地展現多樣化「舞臺真實性」（staged authenticity）。²³

我們從手冊介紹可以看出阿美文化村的整體規劃，無一不是在展示「山地」式的阿美族符號，並運用圖像、文物的安排呈現來傳達觀念想法，形塑大眾觀看的觀點。如大門前置有一座石雕酋長像（圖2），業者告知本地為阿美族祖先登陸臺灣之處，而該酋長就是族人的共祖。表演場一角，置放著舊式捕魚、犁田、割草等工具，四周並掛滿乾玉米，繪上千欄式建築家屋或狩獵捕魚圖，以作為「古色古香」的證明。²⁴ 不同於正統博物館獨鍾於年代深遠的「古物」，阿美文化村強調的是群眾的參與性、娛樂性和服務性，它是一種詮釋或展現生活歷史式的「類博物館」（quasimuseum institutions）。²⁵

由於大眾化的山胞觀光消費者是以輕鬆娛樂的心態為出發，如 Nash（1978）、Smith（1989）所指出，今天部落若展示祖傳真正使用的物質，或演出古老的儀式舞蹈，它們或有保存傳統的功能，但卻不一定能達到觀光效果。²⁶ 大多數人的觀光需求就是消遣、遊戲、休閒。²⁷ 因此室內的文物展是次要的（導遊及業主也不希望遊客耗費太多時間在上面），能賺進鈔票的

21 Juliana Mansvelt 著，呂奕欣譯，《消費地理學》（臺北：韋伯，2008年），頁174。

22 Said Edward, *Orientalism*, Vintage Books, 1978。

23 Cohen E., Primitive and Remote: Hill Tribe Trekking in Thailand. *Annals of Tourism Research* 16(1), 30-61, 1989.; MacCannell D., *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley: University of California Press, 1976。

24 謝世忠，《山胞觀光：當代山地文化展現的人類學詮釋》（臺北：自立晚報，1994年），頁148。

25 John Urry 著，葉浩譯，《觀光客的凝視》（臺北：書林，2007年），頁206-208。

26 謝世忠，《山胞觀光：當代山地文化展現的人類學詮釋》，頁35。

27 謝世忠，《山胞觀光：當代山地文化展現的人類學詮釋》，頁35。



圖 2：阿美文化村酋長人像及歌舞展演。

資料來源：鈴鈴唱片 RR-7001/7002「臺灣山地旋律：旅行的回憶（盧靜子唱集）」封面。

原住民歌舞及藝品部紀念禮品的販賣才是資本家們著眼的「金雞母」。文化村的節目主持人用淺白的語言和生活化的方式來說明著「過去」，並且利用人（工作人員、參觀者）的「角色扮演」（role play）加上演示、解說和演出活動的整體配合，來達到一種「脈絡化」或歷史情境建構與再現的目的。

原住民歌唱、舞蹈表演是山胞觀光的重要文化輸出項目，遊客們模擬節慶的角色人物下場同歡共舞（圖 3），也形構了大眾對「山地文化」的印象。業者與表演者下了不少功夫裝飾場地、講究服裝、挑選曲目，以達到代表山地文化的效果。但嚴格來說，只完成以歌舞活絡氣氛（多數觀光客會在友伴上臺扮新郎或與原住民女孩們共舞時歡呼）、點綴場景和提供攝影的表面目的，一般遊客們對原住民的印象往往就取決於這幾十分鐘的歡唱喧騰：豔麗的服裝、美好的舞姿及年輕的短裙少女。遊客們並不想深究原住民族生活歷史的脈絡，或者舞臺上的儀式是否為系統的展現。



圖 3：1977 年李天民在阿美文化村與舞者演出「頭目出巡」。

資料來源：伍湘芝，《舞蹈荒原的墾拓者——李天民》，頁 74。

參、山地歌舞：國族與資本的雙重影響

以前觀光客來這邊，一定要來這邊看跳舞，以前日月潭的德化社，烏來，花蓮的阿美，這是臺灣的國際性的發展史。日本觀光客有百之九十，那整個都是在賣蝴蝶的紀念品，所以我知道。～陳勝榮²⁸

陳俊斌表示，民族音樂學者 Helen Rees 指出，在中國「少數民族」的表演藝術才華與成就被積極的宣揚，使外國觀察者感受到一種強烈的「內部東方主義」，少數民族被塑造成一種「異國情趣的另類」（exotic

28 解影，〈山地歌舞表演的開端——清流園〉（2007 年 4 月 4 日），收入「小地方臺灣社區新聞網」網站：http://www.comnews.gio.gov.tw/topic/topic_07.aspx?artale_id=3203（2016 年 2 月 1 日點閱）。

alternative)，以對照出漢民族的沈穩端莊。²⁹「能歌善舞」成為少數民族母題（the motif of the music-making minority）的複製，更經由政府鼓勵的「節慶、服飾和不可或缺的圍成圈圈共舞」而加以具象化。對照臺灣國家慶典活動與文化村的山地歌舞表現：鮮豔的服裝、眾來賓共舞的大會舞，Rees 的觀察同樣適用。1960 年代「歌舞表演」是山地文化村販賣的觀光產品，只不過，少為人知的是這些歌舞與省民政廳所舉辦的「山地歌舞訓練班」有著極深的淵源。遊客認為是「原汁原味」的歌舞，部分已經是國家身體教化（body pedagogy）下「文化改良」的成果。

一、山地歌舞改造與「中華化」

（一）李天民的花蓮行

國民政府遷臺不久，蔣經國就意識到被稱做「山地歌舞」的原住民族歌舞運用在團體康樂活動上的價值。1951 年 6 月舞蹈家李天民在何志浩中將（或者說是蔣經國旨意）委託下來到花蓮採集原住民族歌舞，³⁰ 東部防守區司令部下令，要求花蓮縣政府，集合花蓮阿美族人到吉安鄉田埔部落來，跳傳統舞蹈給李天民看。這場政治動員的豐年祭歌舞，活動主持人就是後來經營阿美文化村的許木碇及林春瑛夫婦。³¹ 當晚歌舞結束後，隔天早上李天民再度抵達田埔部落，發現大家正聚集在昨天活動主持人許木碇所開設的雜貨店開會。李天民出現後，不多久許木碇轉身用日語向留學日本的李天民說：「我們今天看見報紙（註：東臺日報）上說你是舞蹈專家，我們族人商量後

29 陳俊斌，〈Haiyan (g) / 海洋——試論當代臺灣原住民音樂的文化綜攝〉，《第四屆國際青年學者漢學會議：多元族群觀點下的漢學研究論文集》（花蓮：東華大學，2005 年），頁 16.1-16.19。

30 李天民（1925-2008），舞蹈學者、教育家。1941 年進入日本人設立的滿洲映畫協會演技科就讀，1948 年抵臺，任教於屏東師範學院等地，1949 年擔任國防部女青年工作大隊舞蹈教官，1951 年應聘為政工幹校戲劇科舞蹈教官。1970 年在臺灣藝術專科學校（今臺灣藝術大學）創設舞蹈科，至 1995 年退休，歷任多屆中華民國舞蹈學會理事長，並獲榮譽理事長一職。

31 1965 年 6 月花蓮縣議員林春瑛與許木碇夫婦（皆為阿美族），為了宏揚阿美族文化而召開族人會議，並由李基明校長提供私有土地設立「花蓮縣阿美文化村」，早期阿美文化村還曾舉辦過數屆的阿美皇后及阿美公主的選拔比賽，除了發揚傳統阿美族文化外，也提供阿美族族人一個就業的機會。

對你有一件事相求，最近花蓮飯店裡的外國人住客，常要求我們在部落的小廣場跳舞給他們看。跳完之後，他們會問問我們衣服上的紋飾、歌詞的涵義，以及一些阿美文化相關的問題，但大家聽了只能笑笑，卻回答不出來。因此，我們想請李老師為我們編一套能表現出阿美文化內涵的舞蹈節目給外國人看，不知道李老師願不願意？」³²

李天民聽了請求以後爽快地答應，酬勞則是要求阿美族人教他歌舞作交換，雙方達成共識後，第2天早上8點，李天民便到田埔部落開始指導阿美族人排練歌舞。經過此行以後，李天民從此成為官方推動山地歌舞改良運動的要角。李天民應許木碇之邀，為阿美族人創編的舞蹈有：〈迎賓舞〉、〈原始風光〉、〈打獵舞〉、〈歡樂舞〉、〈農家樂〉、〈捕魚〉、〈竹管舞〉、〈舂米舞〉、〈豐年舞〉、〈明月良宵〉、〈大家來跳舞〉（另名萬眾歡騰），共10首。這些山地歌舞，不僅成為田埔部落再現給遊客觀賞的舞碼。而且，很快地便擴散到烏來及日月潭的文化村。而在當時的社會環境下，這些文化擴散背後動力與國家機器改進山地文化運動有關。

（二）改進山地歌舞講習會

戰後新統治者為了「去日本化」、「再中國化」臺灣原住民族，並將其歌舞收編為反共戰鬥文藝的一環。1952年7月28日至8月26日，在臺北市女師附小，總共有來自全臺不同族群、不同部落，年齡在16-25歲之間的原住民男女青年共72名，經由各山地鄉鄉公所的推薦，北上參加了1場為期長達1個月的「改進山地歌舞講習會」受訓活動，講習會講師正是隨著政府撤退來臺的舞蹈家高棧、李天民等人。³³ 這次講習會期望能藉著此一機會，

32 伍湘芝，《舞蹈荒原的墾拓者——李天民》，頁45。

33 《聯合報》曾刊載數則1952年臺灣省民政廳辦理「改進山地歌舞講習會」相關活動報導。如1952年8月28日〈改良山地歌舞昨首次公演獲各界好評〉，報導27-28兩天成果展演出舞碼與歌舞改良目的。9月24日〈改進山地歌舞屏成立講習班〉，報導「屏東縣政府決定10月9日成立山地歌舞講習班」該活動「聘請屏縣舞蹈專家指導，由月前在省參加講習的12位女青年任助教」。

為傳統山地歌舞注入「新時代」的精神。³⁴而主辦單位所擬定的「改進」目標為：

1. 統一原有的山地歌舞形式。
2. 將優良的山地歌譜，填配國語歌詞，並伴以舞蹈。
3. 模仿山地歌舞原有情調，創作山地新歌舞。
4. 灌輸淺近的現代歌舞知識。

從這些目標：統一、配國語歌詞、模仿 / 創作新歌舞、現代歌舞中，我們看到國家意圖將原住民族歌舞的生產移轉給國家及其代理人（黨國舞蹈家）。³⁵戰後，國民政府對原住民族採取同化政策，該政策看似與「異國情調的另類」之塑造相互矛盾，但兩者的配合卻有助於形塑中華民國是一個統一的多民族國家的形象。藉由「改進山地歌舞」，政府同時強制原住民族改漢名、說國語，統一山地歌舞差異，其結果皆指向「同化」一途。

根據上述四大原則，舞蹈講師們編製了〈捕魚〉、〈送出征〉、〈農家樂〉、〈迎賓〉、〈勞軍曲〉、〈凱歌歸〉、〈生活改進〉、〈萬眾歡騰〉、〈山地風光〉、〈收穫祭〉、〈狩獵舞〉、〈洗衣女之歌〉等 12 支具有政治目的與異國情調風味的歌舞。³⁶我們仔細加以分類，不難從舞碼名稱看出些端倪，如頌讚軍人及為國戰鬥的：〈送出征〉、〈勞軍曲〉、〈凱歌歸〉；歌功國家建設成果的：〈生活改進〉、〈萬眾歡騰〉、〈農家樂〉；而這些潛藏的政治目的，最後被摻混在具原住民風味的〈捕魚〉、〈迎賓〉、〈山地風光〉、〈收穫祭〉、〈狩獵舞〉、〈洗衣女之歌〉中進行「置入性行銷」。雖然說，原住民族的傳統舞蹈形式仍在，但其「精神意義」卻已在新的中華

34 伍湘芝，《舞蹈荒原的墾拓者——李天民》，頁 48。

35 李天民 1958 年 7 月 4 日，曾於《聯合報》發表〈改進山地歌舞的意見〉一文，提到「改進山地歌舞講習會」的三項重點，並指出當年原住民觀光地區歌舞表演的風格混雜、「不倫不類」，並建議「盡量用山地原有的舞，或經過山地歌舞改進講習會的舞，力求其屬於純粹山地舞，盡量保持其原有的純樸風格」。

36 盧梅芬，《天還未亮：臺灣當代原住民藝術發展》（臺北：藝術家出版社，2007 年），頁 49。

國族主義下被偷樑換柱。

例如李天民用來訓練 72 名學員的練習舞碼〈狩獵舞〉，其內容主旨在描述打獵英雄抱得美人歸。但「場景」卻是在描述「黃帝時期」，民眾砍竹製弓、圍捕鳥獸的情景。或如另一講師高棧（1960）所述「……三代時帝堯用舞祭天，帝舜用舞感有苗，武王會師，前歌後舞……世人幾乎不知道中國有土風舞，而這種珍貴的民族藝術的種子，卻由邊疆民族和山地同胞給我們保存了」。³⁷ 這種預定了一個以中華民族（祖先——歷史——文化）為本位的「美學」價值原型民族觀，呼應了 Gellner 所說的：「國族主義乃是一種政治信條，主張文化的相似性就是最基本的社會連帶，只有同一文化的成員才能加入這個特殊的團體」、「民族主義要求的就是『文化界線』必須與『政治界線』重疊的一種政治原則」。³⁸



圖 4：1956 年舞蹈節教育部長張其昀頒發推行民族舞蹈有功獎，右起：李天民、高棧、劉鳳學、何志浩、張其昀、劉玉芝、李淑芬、李彩娥、辜雅琴。

資料來源：伍湘芝著，《舞蹈荒原的墾拓者——李天民》，頁 89。

37 高棧，《中國民族舞蹈》（香港：海潮出版社，1960 年）。

38 Gellner E. 著、李金梅譯，《國族主義》(Nations and Nationalism)（臺北：聯經，2000 年），頁 3。

二、大家來跳舞：歌舞改良與混雜

臺灣前輩舞蹈家蔡瑞月（1998）對於這種山地舞蹈講習會的成果表示：「山地舞經過兩次變革：一、日治時代，日本老師在學校修過高中的體育舞蹈課，所以他們進入山地任教時，已經將山地舞做了一些步伐的變革；二、是1950年代由省府派舞蹈工作者到山地去改造山地舞。至此，山地舞已經失去它原始來自大自然的純粹」。倘若說政治的力量，是造成原住民族歌舞崩解、重構的一支力量，那觀光市場鐵定是另一支交混文化不可忽視的犄角。且先撇開政治，李天民對於山地歌舞最大的影響，在於將它從原始傳統部落慶典，修改轉型為舞臺化的表演，以吸引觀光人潮賺取金錢利潤為目的。且慶典內容被認為是特殊的，不同於一般日常生活作息，因此更加吸引觀光客的目光（Falassi, 1987）。³⁹Hinch也認為節慶的祭典，有吸引人潮、保存及宣傳地方文化的優勢，但也因為「凝視」作用，使得所謂「文化真實」的問題浮上檯面。筆者在許多田野觀察與訪談中，也常會聽見老一輩的原住民抱怨現在的祭典變得「很不像話」。這種「亂七八糟」、「四不像」正是文化政治化/商品化雜交的結果。⁴⁰

以前述討論的兩個山地文化村歌舞為例，針對李天民改良舞蹈的政經雙重效應，我將它作了一個對照表如下（表2）：

39 Hinch T. and Butler R., *Indigenous Tourism: a common ground for discussion*. In R. Butler and Thomas Hinch (Eds.), *Tourism and Indigenous Peoples*, pp. 3-19.

40 Hinch T. and Butler R., *Indigenous Tourism: a common ground for discussion*. In R. Butler and Thomas Hinch (Eds.), *Tourism and Indigenous Peoples*, pp. 3-19.

表 2：李天民、花蓮阿美、烏來山地文化村歌舞表演曲目對照

1951 年李天民創作改編曲目	1962 年以後阿美文化村表演曲目	烏來山地文化村表演曲目
迎賓舞	歡迎嘉賓舞	烏來迎賓舞
農家樂	農家樂	竹竿舞
竹管舞	竹節舞	烏來五鳳
原始風光 - 打獵舞	打獵舞	烏來追想曲獨唱
搥米舞	搥米舞	山地口琴
豐年舞	豐年祭	古代結婚儀式
明月良宵	跳月舞	招神舞（賽夏族）
歡樂舞	檳榔村之戀	精神舞（達悟族）
捕魚	阿美三鳳	豐收舞（阿美族）
大家來跳舞（另名萬眾歡騰）	婚禮舞	站在高崗上
鄒族高山舞		
	鼓舞	大家來跳舞
	大家來跳舞	

資料來源：本研究整理

我們從阿美文化村的演出曲目與當年的改編舞蹈至少有一半的重複，可以看到李天民的影響。⁴¹ 其中小部分的差異是 1962 年以後，文化村的表演曲目增加了〈檳榔村之戀〉、〈阿美三鳳〉等等，是花東地區山地流行歌曲的改編舞碼。據吳明義（1993）、江冠明（1999）等人表示，〈阿美三鳳〉這首歌是由汪寬志所作，原本是為 823 砲戰所創作的歌曲〈勇往金門前線〉（又名「送情郎到軍中」），但傳到阿美文化村以後，卻被拿來當作表演給觀光客看的舞蹈配樂，因為常搭配著 3 個阿美族女孩跳舞表演，而被誤傳、改名為〈阿美三鳳〉，此後各山地唱片及文化村便一直沿用這個曲名。⁴²

41 李天民《民族舞蹈教材集》（1953）一書，收錄七首運用原住民元素創作之舞，其中四首〈萬眾歡騰〉、〈收穫祭組曲〉、〈豐年樂〉、〈英雄美人組曲〉、〈獵人之戀〉、〈捕魚〉曾在「改進山地歌舞講習會」成果展（1952/08/27-28），由原住民學員演出。

42 江冠明，《臺東縣現代後山創作歌謠踏勘：現代後山創作音樂調查計畫》。臺東：臺東縣立文化中心，1999 年。吳明義，《娜魯灣之歌：阿美歌謠選粹 120》。臺東：交通部東海岸管理處，1993 年。

從國家介入歌舞的「改良」起，便預示著山地歌舞特色「混雜」(hybrid)的必然，矛盾的是，它同時也伴隨著某種的歌舞統一。所謂的「混雜」包含「歌舞自身」以及「表演節目」兩個層次。以後者來說，一般而言，文化村的主軸節目，會依照所在地理位置而有所差異，如到日月潭必定有杵歌/舞、烏來則會有口簧琴表演及古代結婚儀式，但我們卻很少看到各文化村以「單一族群」歌舞貫穿全場。換句話說，在1980年代魚池鄉九族文化村創立前，早已採用「文化拼貼」的表演，一次滿足外來遊客對於山地文化的想像。特別是烏來泰雅族歌舞原本就不發達，為了讓觀光客有獲得「(想像)真實」的傳統之感，從而留下鈔票(如購買藝品、觀賞歌舞、拍照合影、品嚐土產等)，所以只要觀眾喜歡、有賣點便會積極挪用他族文化。郭孟佳在烏來的田野調查，亦提到文化村業主表示「人客甲意看啥咪，我們就表演啥咪給伊看」，在沒有「傳統」與「對錯」的包袱下，什麼都賣、什麼都不奇怪。⁴³

弔詭的是，這種九族通包的安排，竟也是各文化村山地歌舞趨向「標準化」的原因。答案在於，在主題特色之外的配套歌舞，如迎賓舞、打獵舞、竹竿舞、大家來跳舞，盡皆成為文化村的共同戲碼。甚至到後來，民間的民族舞蹈比賽曲目內容也多有重複。Boorstin認為觀光本來就是製造一種「假事件」，因為觀光情境中經常精心製作人工舞臺，到處充斥著人工產物(MacCannell 1976)。⁴⁴ 紀駿傑(1998)強調，在觀光客「去只是為了到過」(而非深入瞭解文化)的企圖下，舞衣下的原住民是哪一族、穿法對不對，他們的生活、文化內容是什麼、不是什麼，都不是觀光客所感興趣的。畢竟，觀光客只是花錢來此「消費原住民」的，「反正山地人都一樣」。因此「族群仿冒」、「文化複製」都是因應消費邏輯而生的副產物。⁴⁵

各地文化村推出的相同「舞蹈套餐」塑造了外來遊客對於山地文化的認肯，它以阿多諾所批判的「標準化」姿態，透過「重複」或「相似」滿足了外來遊客們的預期性心理。而這些「重複」或「相似」的背後，是資本家們

43 郭孟佳：〈公主變女傭：觀光發展下的烏來泰雅族女性〉，頁4。

44 MacCannell D., *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley: University of California Press, 1976。

45 紀駿傑，〈從觀光原住民到原住民自主的觀光〉，《原住民文化與休閒觀光發展研討會論文集》(臺北：中華民國戶外遊憩學會，1998年)，頁26。

精心算計的結果。MacCannell 感嘆：「當一個民族開始出售自身民族，作為吸引觀光客的方式，這個民族便難以自然地發展」。「拼經濟」的結果造成了文化主體的游牧（nomadic）狀態，使得那些一度用來劃分族群文化的界線變得模糊不清。

肆、觀光唱片：紀念品與阿美化的舞曲

Graburn（1977）指出，幾乎沒有一個旅遊者從假期中返家時，沒有攜帶任何物品來展現其旅遊。Swanson（1994）定義紀念品為：能做為特殊事件或回憶提示品的具體物品，包括明信片、T 恤、當地手工藝品等等。而 Gordon（1986）亦指出，紀念品的存在，能夠幫助旅客對短暫的旅遊經驗有所探求及保持聯繫，遊客購買紀念品來做為自己去過旅遊地的證明。⁴⁶ 紀駿傑前引書中認為，觀光客到原住民居住地購買大量的「原住民紀念品」的現象，凸顯了當代消費者 / 觀光客「買只是為了擁有」的收集「文化戰利品」（cultural trophy）心態。

據了解，當時文化村所販賣的藝品包括幾類：1、現代新製的傳統器物，或許材質、技法不同，但仍具傳統形式與功能用途，如陶藝品、木製品、竹或藤製品、織品；2、純為裝飾、美感而製作的新藝術品或商品：如項鍊、戒指、皮包、瑪瑙、玉石、貝製品；3、供觀光客之需的紀念品，如唱片、手環、胸章、鑰匙環等等，藉由販售紀念品，原住民族女性得到經濟上的獲益，家計生活亦可改善。

跳舞場當然是我們的招牌啊，這是我們烏來有名的，那時候的

46 曾慈慧、沈進成、吳佩玲，〈紀念品觀光：以紀念品當作鄉村旅遊發展的重要媒介〉，《臺灣鄉村研究》第 10 期（2010 年 8 月），頁 3。

日本人來臺灣觀光，主要是臺北呀，到臺北會到陽明山、中正紀念堂、北投、也會到烏來呀。烏來是風景區啊，又有原住民表演，所以日本人很喜歡，他們喜歡看女孩子跳舞啊，像日本那種舞，有沒有？表演、跳舞還有拍照，那是我們女孩子可以賺小費啊，老闆當然希望客人可以買東西，這樣賺更多，負責賣東西的人，也是我們原住民啊，我們也會希望客人買東西，可以抽成啊，比跳舞好賺喔，賣東西可以抽成也有小費啊。⁴⁷

其實我們烏來的小姐，到最後都不太去跳舞了，因為很辛苦，錢比起來少很多。那時候日本觀光客很多，所以，賣東西很好賺啊，有底薪還可以抽紅。如果你去跳舞，一個月就只有薪水而已，有時候有小費，那個時候跳舞一個月頂多 1000 多塊。如果你是賣東西，哇，很好賺，可以賺到好幾千塊。所以，當然要去賣東西。（那沒有人去跳舞，怎麼辦？）當然找外面的人啊，但是我們堅持還是要原住民啦，因為我們就是原住民的表演。那時候錢很大喔，我們全家可以用 2 個月差不多喔，所以，我們烏來的女生當然要去賣藝品啊。⁴⁸

1960 年代，業者為了創造山地歌舞的附加價值，「擴大利基」賺取週邊利益，是山地「觀光唱片」販售的客觀環境。「山胞公司」與烏來婦女，將紀念品的販售視為重要收入來源。對於當地泰雅族婦女來說，紀念品的販售不僅有薪資、小費，還有抽成的收入。歌舞團員都深知大部分觀眾很少會再來第 2 次，因此，就充分利用機會賺取金錢，她們也不在意如此是否會將山地文化過分商業化。

47 郭孟佳：〈公主變女傭：觀光發展下的烏來泰雅族女性〉，頁 49。

48 郭孟佳：〈公主變女傭：觀光發展下的烏來泰雅族女性〉，頁 50。

由於賣藝品開口或合照索錢的都是歌舞團員，遊客也就忽略了幕後老闆的操作，從而將「山地人」與「索錢」劃上等號。⁴⁹發展到後來，載歌載舞也比不上推銷商品的獲利，連帶使得舞蹈表演工作，不再受泰雅族婦女青睞。⁵⁰這時候，「轉包」跳舞工作給其他地區或非泰雅族的原住民族群，就變成一種因紀念品銷售而興起的「原——原」雇傭型態。而「文化村式」的山地歌舞在來來去去的原住民族團員交替中，也隨之傳播到非觀光區的各原住民族部落。

一、文化村與觀光唱片的互利共生

「觀光唱片」的出現，除了前述「創造山地歌舞附加價值，賺取週邊商品利益」的因素外，還有其「現代化」的現實考量：1、因應著觀光客倍增而增加的歌舞表演場次，為了使短暫停留的觀光客看秀並有時間消費，歌舞演出的段落必需更有效率，使用唱片歌曲伴舞，每首歌皆有固定幾分幾秒長度可以「計算」表演時間；2、為了避免傳統清唱造成主持人及舞者聲嘶力竭的吶喊，播唱片更可以省下伴奏樂隊的人事費；3、為了使文化村各項表演與唱片內容更有效的整合，特製表演舞曲唱片就成為必要的趨勢。

一般而言，唱片公司與文化村的合作模式，約兩種：第1種為「純代工」：主要代表為當時位在三重的「鈴鈴」唱片，負責幫忙錄音、壓製文化村版「觀光唱片」，公司並不過問歌曲內容，其主導權在文化村業主手中。我們可以將這種「觀光唱片」視為山地文化村跨足唱片工業的開端，同時也是「山地文化」對外拓展與輸出。第2種為唱片公司主導製作，文化村只是扮演「寄賣」的銷售管道角色。由於1960年代，山地唱片的族群音樂屬性特殊，只靠一般唱片行託售是難以永續經營的。因此，唱片業者不得不與山胞觀光市場形成伙伴關係，藉由這些穩定可靠的行銷通路來加強鋪貨點與曝光率。

49 謝世忠，《山胞觀光：當代山地文化展現的人類學詮釋》（臺北：自立晚報，1994年），頁78。

50 郭孟佳：〈公主變女傭：觀光發展下的烏來泰雅族女性〉。

底下以實際產品的生產概況對兩者進行說明：

(一) 觀光唱片的代工

這一類的產品中，「鈴鈴」唱片公司只是提供三重自強路的錄音室協助製作以及代工壓片。根據筆者目前所蒐集到的資料，1960年代在國際觀光風潮影響下，委託過「鈴鈴」唱片代工壓片的文化村有：烏來清流園、花蓮阿美文化村以及日月潭文化村3處。其產品的內容說明如下：

1. FL-1088《臺灣山地民謠第33集：烏來泰安族》（應為泰雅族誤植，1967/5/24

A面：烏來之夜、美麗山地、織布搗小米舞、採茶歌

B面：小女之情、豐收歌舞、歡迎歌、豐年舞

本片是由「烏來山地文物展覽中心提供」為民國56年（1967）5月24日再版，指揮者列名蔣喜雄。筆者2008年曾據此線索循線至臺東縣卑南鄉利嘉部落訪談蔣喜雄先生（卑南族）。⁵¹蔣喜雄表示，1963年他當兵退伍後，北上在碧潭遊樂園裡面的阿美文化村工作。當時烏來有一位政大畢業的泰雅族人吳文明，想要成立1家新的文化村而到碧潭觀摩，剛好巧遇了蔣喜雄，相談甚歡之下便邀蔣喜雄到烏來協助吳文明編導訓練舞者山地歌舞。吳文明的「泰耶魯山胞公司」位在「清流園」之上，景觀優勢搶走了「清流園」許多遊客，但後來因為公司未申請營業執照的關係，遭到當時烏來鄉長，同時也是其競爭對手周麗梅（清流園）兄長周志朗查封，周志朗也是「烏來山胞觀光公司」的股東之一。上述這張觀光唱片便是利用「泰耶魯山胞公司」被查封後的歇業空檔，率團至三重「鈴鈴」唱片公司灌製的。裡面的歌曲，部分摻雜泰雅族旋律，但主要仍為阿美族舞曲，只不過業者並不強調這一點，而是以「臺灣山地歌謠」名義進行銷售。

2. (1) 日月潭邵族文化村：FL-1529《臺灣山地日月潭民謠歌集1》

51 2008年10月13日，臺東卑南鄉利嘉部落蔣宅，筆者訪談錄音整理。

臺灣山地文化村、歌舞展演與觀光唱片研究（1950－1970）

A面：日月潭邵族、戀のサンモンデク、今夜は踊ろう、今夜もし、
泣き小鳩

B面：祭りの夜、農家樂しや、故里山の番社、少年的回思

(2) 日月潭邵族文化村：FL-1530《臺灣山地日月潭民謠歌集2》

A面：日月潭邵族、迎賓舞曲、日月潭風光、山地姑娘枕樂、拔牙
祭典

B面：歡樂過新年、獻花、杵石音樂舞、年終祭典、祭人頭

蔣喜雄在離開烏來的泰雅文化村後，老闆吳文明幫他安排至三重地區1家東南亞歌舞團上班。2個月後離職返回臺東，在臺東待業的時期，恰巧遇到了「鈴鈴」唱片老闆洪傳興至臺東採集歌謠，於是他便與陳清文、汪寬志等一行人跑遍東海岸，幫忙彈奏風琴。⁵²1965年左右，日月潭「邵族文化村」因為縣長林洋港對於舞者演出水準低落、服裝儀容不整，要求業者限期改善，蔣喜雄因而被「邵族文化村」老闆延聘去擔任舞蹈指導。蔣喜雄表示，當年日月潭的觀光客以日本人最多，而日本人遊客出手又大方，因此「邵族文化村」老闆便想要製作邵族觀光唱片，透過少女舞者兜售給日本人，因此產生 FL-1529、1530 這1套2張的唱片（圖5）。

因為產品訴求的消費對象是日本觀光客，所以內容除了有日文介紹邵族的歷史由來以外，並在內外包裝上標記「觀光唱片」字樣。此外，蔣喜雄還援用演出的原住民旋律，改填日本歌詞，而創作出〈戀のサンモンデク〉、〈今夜は踊ろう〉、〈今夜も寝し〉、〈泣き小鳩〉、〈祭りの夜〉、〈農家樂しや〉等以日語演唱的山地歌曲。而這2張唱片同樣是在「鈴鈴」唱片公司三重的錄音室製作。

52 陳清文（卑南族）、汪寬志（阿美族）熟悉多樣樂器，並曾經擔任正東電臺樂手，兩人是當年臺東地區協助鈴鈴唱片 FL 系列錄音製作的重要協力者。當年的這一群採集者當中，蔣喜雄是目前碩果僅存的一位。



圖 5：「鈴鈴」FL-1529、1530「臺灣山地日月潭民謠歌集」，出版年代未註明。
資料來源：作者翻攝

（三）花蓮阿美文化村

阿美文化村所委託「鈴鈴」唱片代工的產品是 7 吋的黑膠，總共 4 片，出版日期為 1967 年 3 月 20 日、1968 年 3 月 1 日。唱片的封底直接標註為「阿美山胞文化村」，右上方並附有「阿美歌舞節目表」12 首，茲轉錄如下：1. 歡迎嘉賓舞；2. 農家樂；3. 祭神舞 / 祭神舞之二 / 祭神舞之三；4. 站在高崗上；5. 聯歡舞；6. 獨唱；7. 豐年舞；8. 跳月舞；9. 竹桿舞；10. 獨唱；11. 打獵舞；12. 大家來跳舞。右下方則有「自由中國臺灣阿美族簡介」，其中並強調「她們曾經多次應邀參加拍電影，並在第 11 屆亞洲影展獲得最佳舞蹈獎」。這

2張專集主辦單位為「阿美族建設協會歌舞研究社」，指導者正是財力雄厚，後來選上花蓮縣議員的文化村女老闆林春瑛。

我們從所附節目表看到，1967年文化村表演曲目增加了周藍萍的作品〈站在高崗上〉，這首歌最早是1957年香港新華影業《阿里山之鶯》（1957/03/22首映）的電影插曲，由1949年逃難到香港的上海音樂人姚敏作曲、司徒明作詞，原唱者姚莉。

從文化村繼〈高山青〉、〈臺灣好〉之後，陸續挪用國語流行歌曲做為歌舞展演中自我文化表達的一環，不禁讓人聯想到法國理論家 Certeau, M.de 所說的「儘管大眾文化的消費者不能控制它的生產，但卻能創造性地使用它們」。⁵³ 也就是說被支配集團的接受者，可以在大眾文化使用過程中顛倒其功能，使之部分地符合自身的利益。這種「將就著用」式的文化採借與及實踐，也「弄假成真」地形構了這些「國語山地歌」與「原住民」主體之間彼此的疊合，一直到晚近張惠妹的全球巡迴演唱會，〈站在高崗上〉仍被視為是符合她的族群身份「原住民」，所傳唱的1首經典國語歌曲。

二、自主製作與寄售：「鈴鈴」唱片 RR-7001、7002、7009

（一）鎖定目標市場的精選集

在文化村委託代工的觀光唱片外，利之所趨下，負責代工的「鈴鈴」唱片在1971年左右，也由任職文藝部的翁源賜，策劃了3張題材極為類似的觀光唱片，放在文化村寄售。不同的是，這些歌曲皆由當時走紅的阿美族歌后盧靜子擔綱，而更值得注意的是，基於市場考量下，這些「山地民謠」全數以「阿美族舞曲」為大宗，這也是山地歌謠在大眾消費市場中，經過市場篩選、「類型化（舞曲）」生產的開端。

1968年度假美軍帶來了阿哥哥的舞曲風潮，連帶影響臺灣社會土風舞

53 de Certeau M., *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, CA: University of California Press, 1984.

的盛行。在救國團及各教育單位的推動與競賽下，社會各界對於山地土風舞舞蹈的配樂需求量逐年增加，再加上阿美族人口居各族之冠，花蓮、臺東、恆春一帶各部落的豐年祭典繁多，這一類的「山地舞曲唱片」需求量也大，早已潛在市場的基本盤。因此，「鈴鈴」唱片在翁源賜的策劃下，製作了既可「外銷」又可「內用」的 RR-7001、7002、7009 3 張以阿美族舞曲為主的觀光唱片。唱片的「外銷」意圖，清楚地印製在觀光唱片的封面包裝上，從下圖 6 我們看到幾個饒有意義的符號：TAIWAN ABORIGINAL MELODY、紅衣盛裝的阿美族少女（盧靜子）、寫著「旅行的回憶」字樣的標題，還有標示著幾個山地鄉：臺北烏來、臺中、日月潭、高雄、臺東、知本、花蓮（文化村）的臺灣島圖等等，緊緊扣合著產品的特性：一種為「旅行市場」而設計的「體驗性產品」（experience good）。



圖 6：鈴鈴唱片 RR-7001/7002 「臺灣山地旋律：旅行的回憶」封面，出版年代未註明。

資料來源：作者翻攝

Urry（2007：204）指出，一旦我們披上觀光客的外衣時，五花八門的觀光符號其實是象徵其他東西的「隱喻」，如出現在「地中海俱樂部假期」的「好玩」兩字暗指「性愛」。而臺灣以文化村紅衣短裙少女所建構成的「旅行的回憶」，實際上也不無「異族色相」的味道。特別是烏來泰雅族婦女針對以男性為主的日本觀光客，為了推銷紀念品所充滿的摟腰、按摩、熱情的敬酒、倒茶、親密的合照等動作，這些令客人「滿意」的服務，也反應在日本觀光客出手購買的大方。高額消費力使得泰雅族女性對日人充滿感激，甚至認為，那是日本政府離開臺灣後，仍然繼續照顧原住民的表現。⁵⁴

（二）阿美族（舞曲＋演歌）的風格唱片

這3張專輯從內容上來分，大致有兩個範疇：1、阿美族舞曲；2、日本旋律的阿美族歌曲：如〈加路蘭港之戀〉、〈愛愛乾杯〉、〈檳榔村之戀〉等。前者活潑輕快的旋律，呼應了原住民族「能歌善舞」的既存印象，後者日曲原唱（日曲旋律，原語演唱）文化混雜的演歌曲風，更觸動並召喚了日本觀光客（以及不少原住民）的殖民記憶與鄉愁。負責製作這套專集的翁源賜表示，為了顧及日本遊客對品質的要求，當時特地邀請了莊啟勝編曲，租用「和鳴錄音室」錄音，並聘請國賓大飯店的樂隊伴奏，算是當時「鈴鈴」唱片少有的大手筆投資。

1. RR-7001 臺灣山地旋律——盧靜子唱集（1971/06/20）

A 面：阿美族迎賓舞、山地鈴聲、青春舞曲、山地鐘聲、烏來之夜

B 面：馬蘭之戀、檳榔，香菸，酒、烏來美麗山歌、豐年舞、阿丁舞

2. RR-7002 臺灣山地旋律——盧靜子唱集（1971/06/20）

A 面：邵族迎賓舞、臺灣好、媽媽請保重、阿美三鳳、高山青

B 面：打獵舞、檳榔村之戀、杵石臼歌、愛愛乾杯、加路蘭港之戀

3. RR-7009 臺灣山地旋律第3集——盧靜子（1972/06/25）

54 郭孟佳：〈公主變女傭：觀光發展下的烏來泰雅族女性〉。

A 面：歡樂歌、熱情的少女、我有情人、何時有情人、媽媽許我吧、黑森林打獵舞

B 面：馬蘭捕魚歌、加路蘭港之戀、歡樂嫁娶、初戀、夜半歌聲、馬舞

讀者或許會納悶，「鈴鈴」公司這些以阿美文化村為銷售主力的同性質唱片，難道不會與文化村自製的同性質產品打擂台嗎？筆者訪問「鈴鈴」唱片老闆（洪傳興）的女婿，本身也是「朝陽」唱片公司老闆的廖初男，關於這一段合作歷史梗概。廖先生表示，洪傳興與阿美文化村老闆許木碇兩人交好，當時唱片價格定價為 30-40 元，但他的岳父批發給許木碇的價格只有 12、13 塊。價格落差如此大的原因，是因為阿美文化村是「山地唱片」的大客戶與重要通路，彼此間的互惠合作很重要。

關於這一點，我們亦可從當時的觀光唱片封底（下圖 7），皆以阿美文化村的各種演出照片或圖騰為主可以印證。換句話說，文化村賣「鈴鈴」唱片除了抽成的利潤以外，也等於藉此打免費廣告，擴大事業版圖的社會能見度。甚至，當年「鈴鈴」公司所有庫存的山地唱片，也多半交由許木碇的文化村代為處理，文化村除了透過歌舞團員推銷給美、日觀光客以外，許木碇夫婦帶領歌舞團巡迴臺灣各地，甚至於日本、東南亞演出時，團員們也要推銷這些沒有打印出版日期「紀念品」。⁵⁵

55 廖初男先生表示，當時因為擔心山地唱片印上日期倘若滯銷，會被消費者看出是「過期很久」的產品，因此刻意不打上出版日期。但此舉也造成出版順序上面考據的困難，特別是「鈴鈴」唱片的編號順序，並沒有時間先後的對應關係。

臺灣山地文化村、歌舞展演與觀光唱片研究（1950－1970）



圖 7：鈴鈴唱片 RR-7001/7002「臺灣山地旋律：旅行的回憶（盧靜子唱集）」封底，出版年代未註明。

資料來源：作者翻攝

伍、山地歌的文化 / 僵化詮釋

「觀光唱片」設定的對象是以外國人為主，有營利兼文化推廣的用意，因此專輯封底的歌名、歌詞皆有中、英、日文併陳對照，並附有山地文化、民族性情以及歌曲大意的解說，如：「他們民情純樸、擅長歌舞，歌聲柔美動聽，舞姿曼妙動人，處處表現豪放、灑脫，使您陶醉在歡愉的氣氛裡」。更重要的是，由於「外銷版」觀光唱片走的是「異國情趣」（exotic）的販賣，因此，「原質」、「原真」、「純樸」、「真實」就變成唱片公司特別強調的重點。

我們知道由於文明進展、人群互動及社會變遷等因素，過去的原始部落社會已經進入了後殖民時期，也都受到資本主義全球化的影響，因此在藝術表現上，多半呈現出融合外來文化等多元混雜的現象，而非僅是停滯在過去孤立、封閉的原始形貌。⁵⁶ 在文化變遷之下，原住民族的當代音樂是否繼續使用「傳統」、「原始」音樂來指稱不免受到質疑。然而「原始」(primitive)的文化意象，卻是觀光唱片行銷的主軸：

他們的由來，充滿著神秘傳奇的色彩。有人說臺灣原住民，是天神智魯達的後裔，也有人說是婦女李鬧和他兒子的孩子，更有說是男神阿普拉洋的愛情結晶，另一種的說法是他們乃為南洋土著，在海上捕魚遇到颶風被漂流到臺灣而繁衍的。臺灣山地民族分為阿美、雅美、泰雅魯、布農、八社、排灣、曹、邵等八大族，亦稱高砂族。～(RR-7001、7002 封底)

這些文字簡介，以人類學者約翰尼斯·費邊(Johannes Fabian)所述「時間差分」(temporal difference)的詞彙，諸如「神秘化」、「遠古化」的強調來強化「原住民」相對於文明(civilized)的「距離感」，遊客是站在現代的「今日」，卻將所觀察的在地人扔到原始的「古代」。最經典的具體代表，可以從「鈴鈴」唱片RR-7001、7002封面《臺灣山地歌旋律：正宗山地歌特選22曲》(圖8)的「正宗」兩字可以看出。⁵⁷

56 許功明，〈博物館與原住民文化的展現〉，《原住民文化會議論文集》(臺北：行政院文化建設委員會，1994年)，頁47-56。22

57 這張專集標明：作曲、作詞、採曲全部由陳清文、汪寬志、蔣喜雄、孫大山、邱德東先生負責提供，但真相仍有待釐清。



圖 8：臺灣山地歌旋律：「正宗」山地歌特選 22 曲封面，出版年代未註明。

資料來源：作者翻攝

讓人遺憾的是，這種種族優越或者漢人中心本位的說法，竟然還是來自原住民自己。筆者親自訪問「鈴鈴」唱片的企劃人（兼撰稿人）的翁源賜（翁具有一半的卑南族血統），這些解說的參考來源為何？翁源賜表示，有的是看文化村的簡介，其他則是參考報紙、雜誌或者自己隨意編造。特別是他並非阿美族人，所以許多歌曲的解說文字，都只是揣摩大意「應付應付」而已，並不求精準，且「在當時也沒有人會在意」。

由他主筆下「內部東方主義」式的原住民文化介紹，充滿「否定同時共代」（denial of coevalness）的特性。筆者推測這與他個人對於父系（漢人）的認同有關，這種漢人的凝視（gaze），施加在唱片市場的販賣與操作，處處可見的是一種與「熱情」、「豪放」、「狂歡」、「情慾」扣連的民族/音樂意象。例如〈山地迎賓舞〉的歌曲解說：「當來賓光臨阿美族部落時，全部落的男女青年均熱烈歡迎，並以最歡悅虔誠的心聲，唱出這首阿美族迎

賓舞曲」；或〈山地馬舞〉：「八月十五日是豐收節，也是男女青年求愛季節，秋華月滿，對對愛侶，狂歡達旦，在良宵美景互訂終身之約」。

這些歌曲與文字的互文，強化了聽眾對於音樂的強烈共鳴，於是乎一個雜揉著原始傳統、刻板印象的歌曲詮釋，經由唱片工業的傳播管道不斷地再繁衍、再生產，同時也窄化了大眾對山地歌曲的多樣性認知。

陸、結論與討論：「山胞觀光」與原住民族文化的變異

李素馨、侯錦雄（1998）表示，大部份的研究及評論對於觀光造成原住民族文化之影響，都是負面多於正面。⁵⁸ 這些論述多以原住民為「主體」，述及了觀光對於原住民族經濟、土地的掠奪、⁵⁹ 自然棲地的破壞、文化的傷害、語言的流失、⁶⁰ 原始部落社群與政治結構的瓦解等等。⁶¹ 雖然許多問題並不全然是觀光所帶來的結果，但不可諱言的，觀光客的凝視，造成了當年山地文化村文化展示的「自我東方化」。

58 瓦歷斯·尤(諾)幹，《荒野的呼喚》（臺中：晨星，1992年）；瓦歷斯·尤(諾)幹，〈對立與瓦解〉，《島嶼邊緣》，第5期（1992年）。

59 瓦歷斯·尤(諾)幹，《荒野的呼喚》（臺中：晨星，1992年）；瓦歷斯·尤(諾)幹，〈對立與瓦解〉，《島嶼邊緣》，第5期（1992年）。

60 孫大川，〈遲我十年：Lifok 阿美族的讀書人、民間學者與文化的傳承者〉，《遲我十年：Lifok 生活日記》（臺北：山海文化雜誌社，2000年）。

61 裘亞飛，〈臺灣原住民的政治經濟學涵義〉，《島嶼邊緣》，第5期（1992年10月），頁44-50。

一、觀光的凝視：民族的塑形

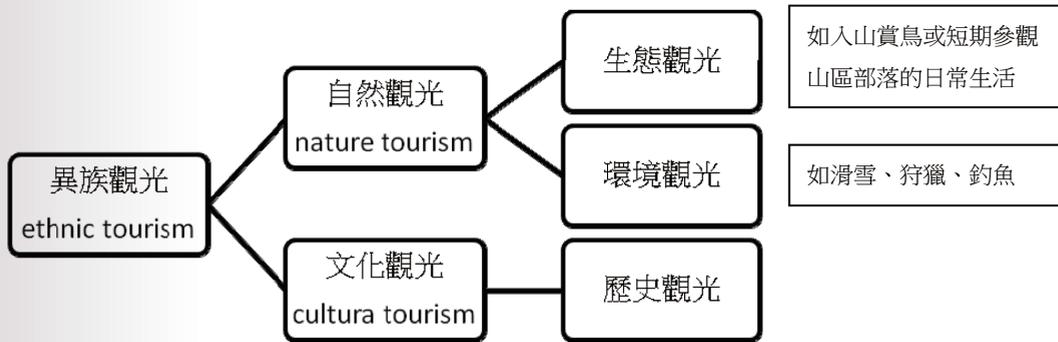
表 3：山胞與山地文化展示模型

山胞與山地文化展示模型	
人	1. 黥面紋身；2. 鮮豔盛裝；3. 丁字褲；4. 呼喊聲加上熱烈的唱跳； 5. 老婦織布；6. 短裙少女
地	1. 原住民住地（花蓮、日月潭、瑪家、烏來） 2. 山光水色之地（魚池、日月潭、瑪家、烏來）
物	1. 寫實與抽象山地圖案；2. 獨木舟；3. 草木石板建築； 4. 狩獵，耕種舊式用具；5. 蛇、鹿、山豬等動物圖像；6. 雕刻
活動	1. 唱歌跳舞；2. 祭神飲酒；3. 取火、織布、擊杵； 4. 迎賓與大家同樂的行為（假設中的山地人熱情表現）
飲食	1. 有山地名稱的料理；2. 山溪特產

資料來源：劉可強、王應棠，〈觀光產業對原住民文化的衝擊與對策芻議——社區自主的觀點〉，《原住民文化與觀光休閒發展研討會論文集》，（臺北：中華民國戶外遊憩學會，1998年），頁38。

經濟面向的考量（文化能抓緊觀光客目光等），使「山胞觀光」捲入了協助資本主義勞動再生產的國際分工。而從上表的整理顯示，文化村所展現的內容配合文字解說強調的「傳統、自然、真實、熱情或原始」，成為當前臺灣山地文化的基本文化造型，原住民被刻板化為一分佈於山高水深之處，以打獵捕魚為生，少女熱情、老婦黥面，天天跳舞飲酒的無憂原始民族。而「傳統」的被凸顯，似乎反映了各地的異族觀光活動中，「傳統」已成為保證觀光得以繼續的關鍵條件。⁶² 不過，除了刻板印象之外，原住民族文化展演也在這個流動的現代世界與新游牧時代中，隨著遊客的選擇及消費實踐，對文化生產（to make culture）和地域文化想像（cultural imaginary）產生新的變化，「流動」使得文化不再固著不變，下面我想再以觀光客（tourists）、及「文化的再生產」等面向進行延伸討論。

62 劉可強、王應棠，〈觀光產業對原住民文化的衝擊與對策芻議——社區自主的觀點〉，《原住民文化與觀光休閒發展研討會論文集》，（臺北：中華民國戶外遊憩學會，1998年），頁38。



二、觀光客的消費差異

1950年代，駐臺美軍開啟了臺灣觀光的大門，在1960年代之後，國際間來臺的觀光客，不僅數量上有所成長，結構上更有所轉變。邁入「已開發國家」的日本，基於前殖民地與臺灣物價低廉之故，紛紛來臺灣觀光。這不僅與日本經濟復甦有關，更重要的是因為在這段時間裡，臺灣被納入新國際分工體系，許多日本商人來臺發展勞力密集產業，「業務觀光」使得來臺的日本觀光客，逐年成長。⁶³ 快速增加的日本觀光團人數，逐漸取代美國的觀光客。日本觀光團大量湧進烏來，將烏來的觀光產業推向最高潮。而1970年代，受美軍撤臺、臺灣退出聯合國，以及1974年能源危機的衝擊，對於臺灣觀光影響更為嚴重，來臺國際觀光客成長率逐漸減少，就在觀光發展出現瓶頸的同時，臺灣社會因為工業化、都市化的成長收入增加，國民觀光旅遊的人口大增，為疲弱不振的山胞觀光注入了強心針。從郭孟佳對於烏來觀光活動中，泰雅族女性勞動的研究，提供了我們一個謝世忠在《山胞觀光》

63 徐世怡，〈烏來觀光旅遊空間的社會分析〉（臺大土木工程學研究所碩士論文，1988年）。

一書中，所沒有的「土著觀點」，⁶⁴ 這些土著觀點有助於我們理解「山胞觀光」的歷程中，不同時期遊客消費行為的差異。

在烏來泰雅人眼中，不同國情遊客的消費習性各有差異。對於「已開發國家」的觀光客而言，早期美國遊客至烏來傾向於戶外踏青、溪邊釣魚、觀看清流園跳舞場為主（環境／歷史觀光），購買紀念品者多是高齡眷屬。而越戰大兵則「要回越南打仗」，因為一般多給予原住民小費，購買紀念品多是為了贈予伴遊的臺灣吧女。而日本觀光客，則是因曾經統治臺灣的殖民情結，除了偏好以泰雅族女性為包裝的「山地文化饗宴」外（歷史觀光），也是購買觀光唱片等紀念品的主力群。日本人在烏來花錢大方的消費能力，令當時從事觀光行業的泰雅人懷念，除了尊稱為「大客」外，更認為「日本人就是我們國的人」。⁶⁵ 而相對於國際觀光客，1970年代的臺灣客人在原住民的眼中是「拍照看風景，很少買東西」（生態觀光）。⁶⁶ 徐世怡前引書中解釋，對於剛進入工業化社會的臺灣國民而言，「落後」的原住民生活並非觀光動機，反倒是象徵文明科技的纜車凌空飛行，滿足了國人對於現代化的嚮往，「山胞觀光」反倒是可有可無的。

64 報導人1：美國人比較不會買東西，日本人就很容易買喔！比較照顧我們原住民啦！……美國是那種軍人喔，先來，之後也會有一些老先生跟老太太來。（所以，美軍都不會買東西嗎？）不是啦，他們會買啊，買給送給那種陪他來的女生，就是 bar-girl 有沒有？送禮物給她們，那她們就會很高興啊，美軍自己不會買啦！……可是之後的美國老先生老太太，那種就會買東西了，他們會買紀念品回家，買我們泰雅族的東西回去。

報導人2：美軍喔，他們不會買紀念品，很容易想Y，他們要回去越南嘛，要打仗阿，但是他們會給我們小費，會給美金喔！都是給一塊錢比較多，運氣好，遇到有人給十塊，十塊美金嘍，那換成臺幣，好幾百塊，比薪水多，可以用好久喔！給十塊的人很少，我記得我拿過二次，哈哈，那時候，大家都會很想呢！

報導人3：那時候臺灣人也會到烏來來玩，可是跟日本人不一樣。（什麼不一樣啊？）很小氣阿，（大笑）臺灣人不會來看我們山地人原住民表演啦，他們都是去瀑布，拍照，山上的雲仙樂園玩，不會到表演場這邊。

報導人4：臺灣人喔，對雲仙樂園和纜車比較有興趣啦，可能是說喔，因為我們原住民對臺灣人來講很平常啊，也沒有什麼特別的，臺灣人也不想花錢看我們跳舞，也不會花錢買東西啦，他們覺得沒有什麼，他們不懂啦，不像日本人，他們懂我們的文化的東西，就覺得我們的東西很好。

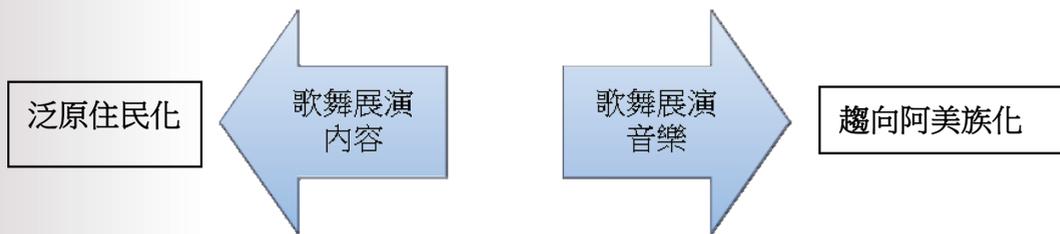
以上訪談記錄，引自郭孟佳：〈公主變女傭：觀光發展下的烏來泰雅族女性〉。

65 郭孟佳：〈公主變女傭：觀光發展下的烏來泰雅族女性〉。

66 由於山胞觀光兼具自然與文化觀光兩種屬性，消費活動一般都是複數進行，此處不同國籍遊客的歷史觀光、環境觀光、生態觀光的強調，主要是以當地居民的觀感做出發，並非未強調的其他觀光型態就不存在。

三、觀光與原住民族文化「再生產」

包括 Adams 與 Nason、Van den Berghe 和 Keyes 在內的異族觀光研究報告，都指出透過觀光情境的運作，被觀光地之住民的族群界線（ethnic boundary）有被維持、轉換及再創的可能性。觀光是族群關係的一種特殊形式，它也適時扮演了重塑族群意識或族群性（ethnicity）的角色。⁶⁷ 在臺灣的「山胞觀光」歷程中，這種傳統文化的維持、轉換及再創，明顯呈現在：「歌舞展演內容的泛原住民化」，以及「歌舞展演音樂的趨向阿美化」，兩種相反的文化發展方向。



（一）歌舞展演的「泛原住民化」

如果說「林班歌」是戰後原住民由「部落」走向「泛原住民」歌謠的象徵，那麼山地文化村的舞蹈，大概就是另一種「泛原住民」文化、藝術的「建構」類型。阿美族民間學者，也是音樂人的黃貴潮（Lifok），在一次接受孫大川訪問時，這樣子表示：「你們年輕人創造出的新名詞『原住民』，嘿，我實在不瞭解你的明白（笑）。誰是『原住民』？在我看來恐怕只有『原舞者』才勉強稱的上是『原住民』，因為他們每次表演都到各族、各部落下田野，他們每一個人都可以唱或跳不同族群的歌舞，『原住民』在他們身上才比較具體，有血有肉……這種『綜合』，是要時間和想像力的，那是一種新

67 謝世忠，《山胞觀光：當代山地文化展現的人類學詮釋》（臺北：自立晚報，1994年），頁7。

的東西，一種創造」。⁶⁸

由於觀光客對「奇風異俗」窺奇的好奇與一次性滿足的娛樂需求，加上對於文化真實性的「不求甚解」，「顧客至上」的消費實力促使山地文化村在「主題特色」節目以外，同時也必須提供「九族化」的其他舞蹈商品，以滿足觀光客的預期心理。「泛山地歌舞」的新生（畸形）兒，它背後所反映的是原住民個人的認同已經變得更流動，不再固定，所以組構而成的文化是混雜的，並且是多元開放的：阿美族的頭飾、泰雅的刺青、鄒族的上衣，卑南的褲片，唱國語山地歌，跳蘭嶼勇士舞，最後影響了原住民族人自身音樂美學上的價值判斷，形成了一種「好像是，又好像什麼都不是」的混淆現象。弔詭的是，漢人觀眾從文化村或媒體再現取得靈感，整合融入在真實生活中加以應用的結果，便是一幕幕漢人模仿、拼裝原住民族歌舞在各社區、學校或舞蹈競賽上演的景況。也就是說，現代原住民形象再現的拼裝，除了原/原交混以外，漢/原的想像交混也擴充了山地歌舞的符碼定義。而有趣的是，這種「文化拼裝」卻經常被挪用為臺灣本土文化的展現及主體建構。

（二）唱片音樂的阿美化趨向

相異於跳舞場的節目內容「九族化」的走向，戰後臺灣原住民的山地唱片，卻是朝向一種「阿美族化」的現象，而其中，更值得注意的是，在所謂「阿美族化」下，其實是一種更為狹窄的「舞曲」類型為主要代表的型態。之所以會造成這樣的情況，一方面是阿美族熱鬧活潑的「舞曲」有娛樂助興的功能，進而延伸到文化村其他的服務販售。例如從事文化村歌舞編導十餘年的蔣喜雄（卑南族）在接受筆者訪談時表示，為何文化村都要有〈大家來跳舞〉？目的就是為了和遊客達到歡樂共融後，期望遊客在「意猶未盡」的情況下掏錢購買周邊商品，否則歌舞表演一結束，遊客上車就走了，對經營

68 孫大川，〈遲我十年：Lifok 阿美族的讀書人、民間學者與文化的傳承者〉，《遲我十年：Lifok 生活日記》。臺北：山海文化雜誌社，2000年。

者來說是一大損失。遊客下場跳舞時，文化村的攝影師會用拍立得等照相機幫遊客們拍照索費，有了這層共舞的體驗，稍後女舞者也比較容易在遊客合照過程中兜售紀念品索取小費。透過短裙少女的異族色相作為推銷，山地文物（包含觀光唱片）的購買消費，成為遊客們曾經「到此一遊」的證明，換言之，它是一種族際間商業交易的「潤滑劑」。

但除此之外，我們還必需回到文化工業的源頭，來做多層次的檢視。根據筆者訪談鈴鈴唱片文藝部企劃翁源賜的結果，翁表示，當年山地唱片的本土消費市場極為小眾，當時臺語歌星 1 次壓片約一至兩萬張（甚至更多），但山地唱片 1 版卻只有 1000 張，會集中於「阿美族」歌謠的生產，除了前述阿美族人口較多，具內需消費潛在實力以外，當時「鈴鈴」唱片沒有出版達悟、布農、鄒、賽夏、魯凱或其他族群音樂，最主要的還是基於商業成本及市場規模的考量，這些族群的消費人口數太小，而且音樂型態「並不討喜」，例如「達悟族歌謠曲調緩慢而沈悶，在市場上根本就賣不出去」，當年沒有人會在觀光區購買那些「大概只有人類學家」才會喜歡的音樂商品。而這種出版源頭的篩選及阿美化，也導致了臺灣民眾、甚至是國際觀光客，對原住民族歌謠的印象朝向阿美族傾斜。紅衣少女、熱情歌舞、歡樂慶典，凌駕多元的原住民文化類型，最終勝出成為觀光客難忘的回憶。

參考書目

- 瓦歷斯·尤（諾）幹，《荒野的呼喚》。臺中：晨星，1992年。
- 瓦歷斯·尤（諾）幹，〈對立與瓦解〉，《島嶼邊緣》，第5期（1992年）。
- 伍湘芝，《李天民——舞蹈荒原的墾拓者》。臺北：行政院文化建設委員會，2004年。
- 江冠明，《臺東縣現代後山創作歌謠踏勘：現代後山創作音樂調查計畫》。臺東：臺東縣立文化中心，1999年。
- 吳明義，《娜魯灣之歌：阿美歌謠選粹120》。臺東：交通部東海岸管理處，1993年。
- 紀駿傑，〈從觀光原住民到原住民自主的觀光〉，《原住民文化與休閒觀光發展研討會論文集》。臺北：中華民國戶外遊憩學會，1998年，頁21-36。
- 徐世怡，〈烏來觀光旅遊空間的社會分析〉，臺大土木工程學研究所碩士論文，1988年。
- 高棹，《中國民族舞蹈》。香港：海潮出版社，1960年。
- 孫大川，〈遲我十年：Lifok 阿美族的讀書人、民間學者與文化的傳承者〉，《遲我十年：Lifok 生活日記》。臺北：山海文化雜誌社，2000年。
- 郭孟佳，〈公主變女傭：觀光發展下的烏來泰雅族女性〉，世新大學社會發展所碩論，2005年。
- 殷寶寧，《情慾·國族·後殖民——誰的中山北路？》。新店市：左岸文化，2006年。
- 許功明，〈博物館與原住民文化的展現〉，《原住民文化會議論文集》（臺北：行政院文化建設委員會，1994年），頁47-56。
- 陳俊斌，〈Haiyan (g) / 海洋——試論當代臺灣原住民音樂的文化綜攝〉，

- 《第四屆國際青年學者漢學會議：多元族群觀點下的漢學研究論文集》
（花蓮，東華大學，2005年），頁16.1-16.19。
- 曾慈慧、沈進成、吳佩玲，〈紀念品觀光：以紀念品當作鄉村旅遊發展的重要媒介〉，《臺灣鄉村研究》，第10期（2010年8月），頁1-25。
- 張人傑，《臺灣社會生活史：休閒遊憩、日常生活與現代性》。板橋：稻鄉，2006年。
- 蔡瑞月口述，蕭渥廷、謝韻雅、龐振愛訪談、記錄，《臺灣舞蹈的先知：蔡瑞月口述歷史》。臺北：行政院文化建設委員會，1998年。
- 裘亞飛，〈臺灣原住民的政治經濟學涵義〉，《島嶼邊緣》，第5期（1992年10月），頁44-50。
- 劉可強、王應棠，〈觀光產業對原住民文化的衝擊與對策芻議——社區自主的觀點〉，《原住民文化與觀光休閒發展研討會論文集》，（臺北：中華民國戶外遊憩學會，1998年），頁38。
- 盧梅芬，《天還未亮：臺灣當代原住民藝術發展》。臺北：藝術家出版社，2007年。
- 謝世忠，《山胞觀光：當代山地文化展現的人類學詮釋》。臺北：自立晚報，1994年。
- 謝世忠，〈觀光過程與「傳統」論述——原住民的文化意識〉，《原住民文化會議論文集》。臺北：行政院文化建設委員會，1994年，頁1-18。
- Cohen E., Primitive and Remote: Hill Tribe Trekking in Thailand. *Annals of Tourism Research* 16(1), 30-61, 1989.
- Carpenter E., *Oh, what a blow that phantom gave me!* New York: Holt, Rinehart and Winston, 1973.
- de Certeau M., *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, CA: University of California Press, 1984.

- Gellner E. 著、李金梅譯，《國族主義》(Nations and Nationalism)。臺北：聯經，2000年。
- Hinch T. and Butler R., Indigenous Tourism: a common ground for discussion. In R. Butler and Thomas Hinch (Eds.), *Tourism and Indigenous Peoples* (pp.3-19). London: International Thomson Business Press,1996.
- MacCannell D.,*The Tourist : A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley : University of California Press,1976.
- Mansvelt, J. 著，呂奕欣譯，《消費地理學》。(Geographies of consumption)。臺北：韋伯，2008年。
- Said, E., *Orientalism*, Vintage Book, 1979.
- Urry, J. 著、葉浩譯，《觀光客的凝視》(*The Tourist Gaze*)。臺北：書林，2007年。
- Zeppel H.D. ,Touring aboriginal cultures : Encounters with aboriginal people in Australian travelogues. *Tourism, Culture and Communication*, 2(3), 123-141,1999.

Research on Mountain Tribe Cultural Villages, Tourist-Targeted
Performances and Records (1950-1970)

Kuo-chao Huang*

Abstract

This study focuses on the cultural modeling connection between ‘mountain tribe cultural villages’ and ‘aboriginal records’, which were popular tourist attractions in 1950,60s. Through the rarely noticed aboriginal ‘tourist-targeted records’, I try to look at how ‘vocal’ shaped the relative positions for different race groups in the development of Taiwan’s ‘mountain tribe tours’ post civil war. Aboriginal ‘tourist-targeted records’ emerged after 1950s, responding Taiwanese government opened tourism to US and Japan. Local record industry, then the main production zone was in Sanchong city, Taipei County, brought out this specialized kind of product for entertaining tourists from US and Japan. This kind of product created economic value and emphasized those records would preserve ‘the memory of travelling in Taiwan’. However, after tourism has been popular among Taiwanese people since 1970s, those ‘tourist-targeted records’, most were joyful dancing music, interacted with the dancing and singing shows performed within mountain tribe cultural villages, and reinforced the stereotype of ‘aborigines talented for dancing and singing’ in the Taiwan mainstream. This phenomenon needs further investigated.

‘Mountain tribe cultural villages’, a product of Taiwanese tourism industry, the selling point was ‘(aboriginal) race group culture’. Like the mass culture movies, newspapers and museums, mountain tribe cultural villages provided an important channel for public to experience aboriginal lives, dances and songs, and established the images of aborigines in the process. For many local

governments, promoting tourism was an important strategy to develop economy; therefore, those cultural villages conveniently condensed the cultures of different aboriginal tribes in one place. In representing the cultures, the villages showed an image of ‘inner orientalism’ everywhere within the sites. The traditional dances, songs and worship ceremonies arranged for tourists were molded an ‘exotic alternative’ inside Taiwan Island. ‘Mountain music records’, for which cultural villages were an important distribution channel, then extended the memory of exotic scene. The non-aboriginal people in Taiwan main society tried to intimate aboriginal dances and songs at that time. The phenomena related to the cultural diffusion done by the cultural villages.

This article uses the literature from tourism institutes, journal reports and secondary studies to study the history process and make an argument. Also, it includes the narratives from the workers in the cultural villages, core concerns were the awareness to the ‘ethnic touristic’ activities during interviews, to analyze the following questions in the context of Taiwan ‘mountain tribe tours’: 1. the background of the emergence of those cultural villages and how the consumption practices affected the aboriginal images to be formed; 2. how cultural villages and tourist-targeted records reciprocated each other; 3. What were the results the influences from the ‘catalogued’ producing dancing musical ‘tourist-targeted records’?

Keywords: aborigine, mountain tribe cultural village, travel, record, dancing and singing performance

* Assistant Professor, Department of Taiwanese Literature, Providence University

