

南 華 大 學

教育社會學研究所

碩士論文

「我們是西螺」一齣集體記憶爭奪的戲碼

--- 對西螺大橋觀光文化節慶的探討

A contesting drama of collective memory, “We are Hsiluo” - to

explore the Hsiluo Bridge Cultural Festival

研 究 生：李雅文

指導教授：楊弘任博士

中華民國 九十五年 十二月 二十八 日

南 華 大 學  
教育社會學研究所  
碩 士 學 位 論 文

「我們是西螺」—齣集體記憶爭奪的戲碼—對西螺大橋觀光  
文化節的探討

研究生：李雅文

經考試合格特此證明

口試委員：蔡秀美  
翁清光  
楊弘仁

指導教授：楊弘仁

系主任(所長)：郭川雄

口試日期：中華民國 95 年 12 月 28 日

## 誌謝

一本論文的完成不是只靠研究者一個人單打獨鬥，而是需要許多人的幫忙與協助。筆者是一位在職生，感謝任教的學校准以每週一天的公假進修，在這過程中，受到校長、主任以及同事間的幫助與鼓勵。尤其當我面對困難與瓶頸時，嘉靖老師、秀珍老師、玉珠老師、思宏老師、浩平老師，真的很感謝您們即時的幫忙，給予建議及點子，讓我在論文寫作過程中有柳暗花明又一村的感覺。尤其要特別謝謝億載老師，有您的熱情與協助，才能讓我免去許多不便，順利蒐集到許多資料，以及感謝讓我受訪的人員，有您們的參與才有這些田野素材。

感謝我的指導教授楊弘任老師在論文指導過程中，給予的思想啓迪、架構概念的指導，您不厭其煩的諄諄訓誨，讓學生受益良多。感謝蔡秀美老師、齊偉先老師在論文口考時的詳盡指導與觀念的釐清，讓論文更加嚴謹。在學期間，受到翟本瑞老師、蘇峰山老師、周平老師、鄒川雄老師、賀德芬老師、蔡其蓁老師等多位老師的指導，讓我所學良多、受益非淺；感謝瑞霞姊辛苦地為我們處理許多的行政工作；以及同窗的教社所同學和一起修課的同學們，感謝研究生的生涯有您們的陪伴和課業上的互相扶持。

最後要感謝我的家人，尤其是母親，在進修期間非常關心我的身體，時時提醒我要喝雞精補充體力，以及那熱騰騰的愛心宵夜，在此將這份欣喜及榮耀與我的親人及關心我的人共同分享。

2007 年元月

南華

**論文題目：「我們是西螺」一齣集體記憶爭奪的戲碼**

**---對西螺大橋觀光文化節慶的探討**

**校 系 所：南華大學教育社會學研究所**

**指導教授：楊弘任博士**

**研 究 生：李雅文**

## **摘要**

本研究的目的是以在地人的觀點探討：不同的集體記憶如何在西螺這個大社區呈現「我們是西螺」爭奪的情形，看似多元紛亂的集體記憶，在一個嚴格的狀況下可能敵對對立，是否可能進而共構集體記憶，翻新節慶？

以西螺大橋觀光文化節為個案，試圖用「集體記憶」與「發明的傳統」兩大理論，以及節慶與觀光、地方文化產業等相關文獻，採用參與觀察、訪談與次級資料分析等研究方法進行研究。筆者先剖析中央的地方文化政策發展的脈絡，回顧雲林縣社區總體營造運動發展軌跡，來看雲林縣每年舉辦的西螺大橋觀光文化節，承辦單位與民間團體、在地的西螺居民對西螺文化的記憶差異性在哪，藉著地方文化節慶的舉辦，進而探討社區意識的建立、活動與文化紮根的連結性、以及承辦者與攤商協商等問題。最後再根據研究結果給予建議。

西螺大橋觀光文化節是螺陽文教基金會為了保護西螺大橋免於被拆除，而創發的地方節慶。螺陽文教基金會從文藝季一直到大橋節歷屆下來，他們實驗過多種的作法，雖然目前還沒到成熟穩定節慶這樣的狀態，不過他們產生了非意圖的後果，這樣的過程刺激出跟他們不同走向的口店文史協會，以及意外的誘發傳統媽祖文化節慶的活化。這種有網絡基礎之傳統媽祖文化節慶的籌備者，適度吸納一些新元素進來，主動邀有文史概念與有策劃能力的人參與，這樣的結合將產生一個有意思的地方文化發展。

**關鍵字：集體記憶、發明的傳統、地方文化產業、文化節慶**

Title: A contesting drama of collective memory, “We are Hsiluo” – to explore the Hsiluo Bridge Cultural Festival.

School: Graduate Institute of Sociology of Education, Nanhua University

Professor: Yang Hong-Ren

Researcher: Li Ya-Wun

## **Abstract**

The purpose of this research is to explore the contesting situation-“We are Hsiluo”- of how the different collective memories are presented in Hsiluo from a local citizen. The collective memory which seems like diversity and tangle may oppose to or compose a same collective memory to renovate the festival in a strict condition.

This research uses Hsiluo Bridge Cultural Festival as a case study, and adopts two theories of “Collective Memory” and “Inventive Tradition” and related literatures of festival, sightseeing and local culture industry. This research adopts Participant Observation, Interview and Secondary analysis as research methods. First, the researcher analyses the development context of central local culture policy and reviews the development trace of Community Total Construction Movement in Yunlin County. This is in order to recognize the memorial difference of Hsiluo culture between the organizers and civic organizations, and local citizens in Hsiluo Bridge Cultural Festival which be held every year in Yunlin County. Then, It can further explore the construction of community consciousness, connection of activity and rooted-culture, the development of culture industry, and the negotiation of organizers and vendors by the holding local culture festival. At last, there are some suggestions to the actors according to the research results.

Hsiluo Bridge Cultural Festival is hosted by Loyan Cultural Foundation to protect the Hsiluo Bridge from being destroyed. Loyan Cultural Foundation has experienced many ways since they held the Festivals of Culture and Arts to Hsiluo Bridge Cultural Festival. Although they don’t have the situation of holding the mature and steady festivals, they bring the consequence unintentionally. The procedure of holding the festival stimulates the development of Kou-Dian Cultural and Historical Association which has different tendency, and brings out the activation of traditional Ma-Zu Cultural Festival unexpectedly. The planners who have the

relationship network of holding Ma-Zu Cultural Festival ingest some new elements moderately, and invite the people who have the concept of culture and history and the planning ability to participate the festivals. This kind of combination will bring an interesting local cultural development.

Keywords: Collective Memory, Inventive Tradition, Local Culture Industry,  
Cultural Festival

# 章節目錄

<b>第一章</b>	<b>緒論.....</b>	<b>1</b>
	第一節 問題意識與目的	1
	第二節 研究方法與架構	4
	第三節 理論文獻探討	11
<b>第二章</b>	<b>地方新造文化節慶興起之歷史時勢.....</b>	<b>23</b>
	第一節 新國家建構趨勢與文化政策轉型	23
	第二節 雲林縣大型文化活動的展開	27
<b>第三章</b>	<b>「我們是西螺」集體記憶的爭奪.....</b>	<b>30</b>
	第一節 集體記憶的論述	30
	第二節 螺陽文教基金會內部集體記憶的不同	32
	第三節 「橋」外的西螺文化集體記憶的爭奪	49
	第四節 小結	63
<b>第四章</b>	<b>大橋節的省思.....</b>	<b>69</b>
	第一節 社區意識的建立	69
	第二節 活動與文化紮根的連結性	71
	第三節 攤販可否成爲在地元素	80
	第四節 與傳統廟宇慶典熱鬧意涵的比較	83
	第五節 小結	85
<b>第五章</b>	<b>結論與建議.....</b>	<b>87</b>
	第一節 結論	87
	第二節 建議	90
	<b>參考文獻 .....</b>	<b>96</b>
	<b>附錄 .....</b>	<b>102</b>
	附錄一 訪談大綱	102
	附錄二 不同發聲者的訪談記錄	108

# 表目錄

表 1 - 1	訪談名單	7
表 1 - 2	研究架構	10
表 2 - 1	文建會 12 項計畫	24
表 2 - 2	行政院所屬各機關「社區總體營造」計畫總匯表	25
表 2 - 3	「挑戰 2008 國家發展—新故鄉社區營造」工作計畫	27
表 2 - 4	歷屆大橋節主辦和承辦單位 (2000 - 2006)	32
表 3 - 1	不同集體記憶的符號表徵	64
表 3 - 2	記憶群體或個人對西螺文化呈現的模式比較	65
表 3 - 3	記憶力量角勁與出線的原則	67
表 4 - 1	傳統民俗節慶與新興地方節慶的相異處	85
表 5 - 1	理想的節慶設計	93



## 圖目錄

圖 3 - 1	2001 年大橋節橋上的咖啡雅座、人像素寫、提琴演奏	36
圖 3 - 2	朱銘、楊英風等雕塑大師在 2001 年大橋節橋上的作品	37
圖 3 - 3	和大橋同樣鐵材質的雕塑品	38
圖 3 - 4	橋下的風箏秀及吉普車表演	39
圖 3 - 5	大橋石碑與中美合作標誌	41
圖 3 - 6	當初興建於大橋的情景與橋上的鐵軌	44
圖 3 - 7	橋頭前的路障與已荒廢的崗哨	45
圖 3 - 8	張老師平日的導覽場景	47
圖 3 - 9	橋下的西瓜田與橋頭的西瓜攤	50
圖 3 - 10	2005 年米食節的醬油缸（瓶）與橋頭的蔬果	51
圖 3 - 11	2006 年大橋節東市場的布置	53
圖 3 - 12	2006 年口店文史協會的路上划船活動及與耆老的座談會	56
圖 3 - 13	2003 年大橋節的七崁武術表演	58
圖 3 - 14	七崁公園與振興宮	60
圖 3 - 15	布袋戲與布馬陣表演	62
圖 4 - 1	大橋的塗色與寫生比賽	73
圖 4 - 2	2000 年大橋節雲科大師生的雕塑產業藝術展	77
圖 4 - 3	2001 年大橋節雲科大師生的雕塑產業藝術展	78
圖 4 - 4	2001 年大橋上販賣的東西	81
圖 4 - 5	大橋節熱鬧的攤販	82
圖 4 - 6	2005 年的大甲媽祖 & 2006 年的太平媽祖	84

# 第一章 緒論

## 第一節 問題意識與目的

### 一、研究動機與問題意識

還記得高中、大學在外地唸書，每逢寒暑假前夕，同學問起：「你們西螺有什麼好玩？可以招待我們去玩嗎？」筆者總是回答：「西螺沒什麼好玩，就一座西螺大橋，你們不要來啦！」總覺自己的家鄉好落後，沒有什麼發展性，以後也不想回來服務，對自己的家鄉沒有任何驕傲之情。

師範院校畢業後，因緣際會下回到家鄉任教，服務的學校有位資深的同事，對家鄉鄉土文化很有興趣，也擔任文物導覽工作者，在他身上筆者看到他對家鄉的熱愛，外地很多團體和民眾找他導覽家鄉文物。家鄉有遠東第一長橋，有全臺最大的石敢當，西螺七崁名號遠播，醬油、濁水米物產、人文史蹟之豐富，在全臺也是數一數二，看到自己的家鄉每年有一次的西螺大橋觀光文化節，很期待能以西螺大橋為經，鎮內古蹟、產業為緯，振興西螺之觀光文化產業，轉換農業市鎮為觀光休閒新市鎮，隨著鎮內的文化資源創造的特殊節慶，使其廣為人知，從而刺激產業銷售、繁榮地方、興利於民。

「西螺大橋 45 週年慶」活動「帶動全國關心西螺大橋的存廢問題，公部門從此正視西螺大橋的存在價值，而有「高灘地整治工程規劃案」與「西螺大橋觀光區規劃案」的產生<sup>1</sup>。三天的活動吸引近十萬人潮，一時之間，西螺大橋觀光休閒區規劃案受到全國矚目，近年來，螺陽文教基金會每年都在「西螺大橋」周圍舉辦文化活動<sup>2</sup>，忙翻一群公部門的人和許多默默耕耘的志工，此後，2000 年的「西螺大橋觀光文化節」也吸引很多人潮<sup>3</sup>，2001 年更是創下三十五萬的人潮<sup>4</sup>來參觀，可見得當年大橋節的人潮盛況。

<sup>1</sup> 參見螺陽基金會網站，<http://www.wuanchuang.com.tw/louyoung/index00.htm>

<sup>2</sup> 1997 年，螺陽文教基金會與文化中心共同舉辦「西螺大橋 45 週年系列活動」，2000、2001 年舉辦西螺大橋觀光文化節，2002-2004 年與彰化縣合辦西螺大橋觀光文化節，2005 年則由彰化、雲林二縣各自在大橋上辦理文化節，雲林縣改由鎮公所和農會承辦大橋米食文化節，2006 年則由雲林縣自行辦理西螺大橋觀光文化節。

<sup>3</sup> 西螺大橋觀光文化節第二天，異常好的天氣，風箏表演，彩繪番社街、健康養生宴、橋上舞蹈、音樂會一一展開，據聞西螺街上湧入數萬人潮，大街小巷停滿車輛，狀況更甚於大甲媽祖進香時……引自螺陽文教基金會（2000），《螺陽風土情社區報》27：25。

<sup>4</sup> 舉辦「2001 年西螺大橋觀光文化節」九天活動，估計有 35 萬人次參加。引自螺陽文教基金會（2001），《螺陽風土情社區報》30：24。

橋頭岔路，有招商而來的攤販，攤位上擺滿琳瑯滿目的商品，增添了活動的多樣性與熱鬧的歡樂氣息；橋上也規劃了攤位，販售紀念品、土產、小吃、飲料、咖啡；活動的重心是在橋的後半段，也就在橋心往南二分之一處之間，設有「韻動的大橋」表演廣場，每天舉辦不同的藝文活動，表演廣場往前則是「大橋雕塑藝術展」，陳列了楊英風、朱銘、楊奉琛、王秀杞等大師作品「創世紀展出」，也有一些雲科大在學學生設計的「雕塑產業藝術展」作品擺在其間。

儘管橋頭碑石下有不協調的垃圾，儘管橋頭樹下有襤褸流浪漢躺臥，儘管橋下有大甲媽祖剛過灑下的金銀冥紙——人潮來了！（伊吾，2001：24-25）

雖屢創參觀人潮，但每年都毀譽參半，批評聲不斷<sup>5</sup>，筆者更是想問：這些國際級雕塑大師響亮的名號，為大橋套上光環，為西螺披上藝術大衣，讓西螺的民眾親身體驗藝術的薰染，立意雖美，但外來的精緻文化是否能跟在地西螺文化結合，被當地人所認同？花費高額引進外地藝術家展覽而缺乏與本地相關藝術的互動和紮根教育，究竟是為誰而做？

每年文化節看到那麼多的攤販，彷彿置身於夜市中，哪裡有活動，攤販就往哪裡跑，難道攤販來了，文化就跑了？攤販本身是不是一種庶民文化？但明顯的，攤販總讓人有種雜亂、不易協調的利己主義者印象，不統一設攤讓他們販賣，他們就在活動外圍各自擺攤，更造成環境的污染和交通的混亂，也因為觀光客都會光顧，生意超好，所以節慶活動攤販蜂擁現象難以抵抗。辦了這麼多年的大橋節，「攤販」和「文化」兩則有沒有辦法從矛盾轉為協力？螺陽文教基金會、鎮公所等團體又是如何在文化態度上定位攤販？在節慶行政處理上與攤販的協調是失敗還是成功呢？

雲林縣歷屆的「西螺大橋觀光文化節」，2005年改由鎮公所和農會承辦，改名為「西螺大橋米食文化節」，主打「米食」文化，西螺米可是在日治時期被選為「獻納米」<sup>6</sup>，名噪一時呢，但呈現出來的主題內容卻不夠搶眼，風采在橋頭，即被五顏六色蔬果占盡風頭；大橋上的咖啡雅座、醬油缸、醬油瓶、農村古農具等都比米食令人心動<sup>7</sup>。農會

<sup>5</sup> 臺北遊客（2001，4月4日），〈雲林藝術節恍若置身夜市——攤販流竄、垃圾飛揚、大傷遊興〉，中國時報。

<sup>6</sup> 日治時代進貢給日本皇室的食用米。根據程大學等（2000），《西螺鎮志》第五章 17 頁中學出的老照片，當時的西螺米收割時會有日本和尚或道士先舉行儀式，四周有日本兵戎護（或協助收割），而作為貢田的區域，則另以「驅邪淨域」的白色幡布區隔該區域。

<sup>7</sup> 參見奇摩消費情報（2005年，4月2日），〈西螺大橋米食節 蔬果打前鋒 有好吃更好看〉，2005/09/17，取自 [http://tw.money.yahoo.com/money\\_news/050404/5/1nvbp.html](http://tw.money.yahoo.com/money_news/050404/5/1nvbp.html)

所要呈現的是怎樣的西螺文化？和之前螺陽基金會所要呈現的西螺文化有何不同？

翻閱每年的活動宣傳單，都有鎮內古蹟踏訪的項目，但是大部分的民眾都不知道集合時間，往往錯過良機。來參與的遊客從文化節中又對西螺了解多少？我們一向自傲擁有的文化在哪裡？有讓眾多遊客分享，想要認識瞭解的管道嗎？投注大筆經費在辦理活動，有帶動文化產業（鎮內古蹟、地方產業）的發展嗎？而程見勝（2002：1-2）檢討西螺大橋觀光文化節活動的成敗因素，表示最大的關鍵在於西螺鎮民認同感，許多周邊民眾表示文化節活動熱鬧過後，只留下滿地垃圾與居民的不便，況且對於西螺鎮的助益並不大，倒是外來攤商因此賺了不少錢，街上商家沒有人受惠。辛苦辦活動的目的之一就是獲得居民的認同，難道連續辦這麼多年的文化節都沒有獲得民眾的認同？

臺灣各地的文化造節活動紛紛如煙火般起此彼落地綻放，光彩絢麗，讓人目不暇給，可是當光芒瞬間即逝，熱鬧繽紛落盡，這一幕幕所謂的「文化節」，令人感受到的大都是曇花一現式的風采，沒有激起太多共鳴與感動，沒有留下深刻的回憶和感動。這種節慶不可長可久、難共襄盛舉是因為什麼原因，使得原本的地方特色反變成沒特色？如果帶動地方發展，現實經濟利益需被考量，那地方文化被商品化的過程又該如何被形構？

因此，本文的研究問題為：

1. 是什麼樣的歷史促使雲林縣文化節活動的興起，而催生了西螺大橋觀光文化節？其推行政策的過程又為何？
2. 原先造節團隊（螺陽）、後來加入地方文化節的團隊（農會、武術團隊等等）、新成立的地方文史協會（口店）、在地居民，他們記憶中的西螺文化各是怎樣的圖像？
3. 西螺大橋觀光文化節所形塑的地方文化意象為何？遭遇哪些困難呢？有讓居民達到區域認同的強化與帶動經濟發展？
4. 西螺大橋觀光文化節所呈現的文化有落入文化工業的操作方式？如何是有文化基礎的文化節？

## 二、研究目的

本研究的目的是以在地人的觀點探討：不同的集體記憶如何在西螺這個大社區呈現「我們是西螺」爭奪的情形，藉著地方文化節慶－西螺大橋觀光文化節的舉辦，進而探討社區意識的建立、活動與文化紮根的連結性、以及與攤商協商的問題。看似多元紛亂

的集體記憶，在一個嚴格的狀況下可能敵對對立，有沒有可能進而共構集體記憶，翻新節慶？

## 第二節 研究方法與架構

本研究採用質性研究方法來解答本研究的問題，主要以個案研究為主，執行的方法筆者使用質性研究法中的三種方法，包括：人類學田野調查中的訪談法、參與觀察法以及次級資料分析法。以下分別說明本研究使用的研究方法在應用上的適當性以及研究對象外，並呈現其研究架構。

### 一、 研究方法的適當性

#### （一）個案研究法（case studies）

個案研究法是一個單獨的個人、團體或社會，所進行的個殊式檢視。它主要的目的雖然是在於描述，但也可以嘗試提出解釋（Earl Babbie, 2004 [2001]: 456 - 457）。個案研究系統性地研究個人、團體、組織或事件，以獲得最多的資料。當研究者欲瞭解或解釋某個現象時便常運用個案研究法（Roger D. Wimmer & Joseph R. Dominick, 1995 [1993]: 208）。

基本上，個案研究法主張每個研究對象都是一個獨特個體，每個獨特個體都有獨特特質，而個案研究法就是透過多面向的方式，深入瞭解被研究對象的經驗世界。通常研究者必須是在自然的環境下，對研究對象採取全面式、深入的瞭解，並透過厚實的描述過程，再現被研究者的生活經驗（潘淑滿，2003：251 - 252）。

本研究以西螺大橋觀光文化節為個案，研析多元集體記憶在西螺地區是否有共構的可能，對西螺三類主要行動者極具參考性。

#### （二）訪談法（interview）

本研究兼採訪談法，希望能透過面對面的提問與討論，補足觀察法只能蒐集被研究者外顯行為的缺憾，達成更完整的資料蒐集。訪談可視為一種會話及社會互動，它的目的在於取得正確的資訊或瞭解訪談對象對其真實世界的看法、態度與感受。訪談法是有特定目的的會話—是研究者和資訊提供者（informant）間的會話，會話的焦點是在資訊提供者對自己、生活、經驗的感受，而用他/她自己的話表達。

這種訪談是訪問者與受訪者之間針對研究的概略計畫所作的互動，而不是針對一個

特定的問題組，必須使用一定的字眼與順序的方式來作反應。單純的觀察與聆聽相信已經可獲得不少資料，但是若從更主動的角度而言，許多事情真相未必如眼見一般，因此利用訪談將可獲得許多更不一樣的訊息。

在訪談方面，本研究採取半結構式訪談，先以電話聯繫聯絡方式取得受訪者的同意，並於事前擬好一份訪談大綱，在訪談過程中，根據此份問題大綱及受訪者的回答延續問題作深入的探討，這種方式可結合結構式訪談與非結構式的訪談的優點，使訪談的過程更具彈性。實際進行訪談時並不一定按訪談大綱順序進行，而視現場訪談實際需要調整或補充問題，除了在訪談時記錄外，也採用錄音方式進行。

基此，本研究乃利用訪談法訪問了最先的造節團隊螺陽基金會、後來加入的團隊（鎮公所、武術團隊、農會）以及口店文史協會、在地的耆老、居民和參加大橋節的藝術工作者。盡可能把西螺地區的集體記憶更完整蒐集起來。

### （三）參與觀察法（Participant Observation）

參與觀察法源自於人類學家研究的田野調查。文化人類學家的田野調查方法之應用，應該是從號稱美國人類學家之父的鮑亞斯（Franz Boas, 1858 – 1942）開始，此研究方法論幾乎適用於所有人類存在的研究。田野調查是一種對研究客體最直接的調查研究方式，透過研究者進入田野現場的文化接觸、社會互動、資料蒐集、參與觀察等等，進行一種較客觀、科學的體驗觀察。

參與觀察法，簡單的說，就是研究者進入研究對象的環境中，與研究對象發生面對面的社會互動，經過一段期間，以漸進的、有系統的方式蒐集資料之科學調查方法。其目的是從每日真實活動中，發掘人類生活在實質上和理論上的真相（Jorgensen, D.L., 1999 [1995] : 14）。

透過參與觀察法，我們可以描繪出發生什麼事？誰或什麼事物涉入？發生在何時何地？如何發生？以及為什麼這件事會在其特殊情境中以此方式發生？這至少可以反映參與者的觀點（Jorgensen, D.L., 1999 [1995] : 12）。

參與觀察的方法論是由研究的原則、策略、步驟、方法及技術構成。在此，可用下列七項基本特徵定義參與觀察法（Jorgensen, D.L., 1999 [1995] : 13 – 14）：

1. 一種著重解釋和瞭解人類生活的理論和理論化形式。
2. 一種開放式的、靈活的、適時的研究邏輯和程序，要求根據從情境中所蒐集到的事

實，隨時重新界定其研究問題。

3. 深入、質化、個案研究取向和設計。
4. 扮演何種或哪幾種角色，涉及研究者與研究情境成員關係的建立和經營。
5. 使用直接觀察和其他方法來蒐集資訊。

筆者接觸多次西螺大橋觀光文化節以及張老師的導覽活動，在撰寫論文期間，也參加了口店文史協會成立晚會以及所辦的活動，實際觀察他們是如何建構西螺的集體記憶。

在參與觀察中，現場有機會遇見承辦、協辦單位的團隊以及參與活動的遊客，所建立的一些訪談互動，以下就連同特地約時間做訪談的受訪者名單，一併整理為表1 - 1：

表1 - 1 訪談名單

訪談對象	代號	受訪時間	備註
螺陽文教基金會	A1	2006.05.22	螺陽文教基金會的核心幹部之一
	A2	2005.11.22	螺陽文教基金會的核心幹部之一
	A3	2005.05.19 (參與觀察) 2005.11.23 (訪談)	擔任平日導覽工作，為導覽團團長
	A4	2006.04.12	螺陽文教基金會的核心幹部之一
	A5	2006.07.25	螺陽文教基金會的核心幹部之一
鎮公所	B1	2005.11.10	公所的核心幹部之一
農會	C1	2005.12.12	2005米食文化節的核心幹部之一
口店文史協會	D1	2005.11.27	口店文史協會的核心幹部
在地西螺鎮民	E1	2005.11.18	在地埔心人
	E2	2006.07.08	東市場的附近居民
	E3	2005.11.20	延平路居民
	E4	2005.05.25	研究七崁文化的耆老
	E5	2006.07.08	2006年西螺大橋觀光文化節現場遇見的一個小孩
	E6	2006.07.19	擔任過西螺大橋觀光文化節的民俗藝文業者
	E7	2006.07.22	國小教師，對家鄉文化有熱忱
	E8	2006.07.21	大學教授，對家鄉文化有熱忱
展智規劃顧問公司	F1	2006.07.08	2006年西螺大橋觀光文化節在東市場的工讀生
武術團隊	G1	2006.07.08	七崁武術表演者之一



#### （四）次級資料分析法（secondary data analysis）

次級資料分析是將別的研究者資料收集和過程再分析的一種研究法，而和原有研究者是不同的目的（Earl Babbie,2004〔2001〕：426）。

次級資料分析的目的是針對先前的資料與結論做出新的解釋。有時候研究者會利用所蒐集的過去文獻，以一種新的思考方式，去重新考慮與解釋這些資料（Rebecca B.Rubin, Alan M.Rubin, Linda J. Piele,1997〔1994〕：298）。

次級資料包括不同的資料來源，以及由其他研究人員所蒐集的資料或不同形式的檔案。這些資料包括政府部門的報告、工商業界的研究、文件記錄資料庫、企業組織資料，以及圖書館中的書籍及期刊等。次級資料提供一個相當便捷及經濟的路徑以回答不同的問題。次級資料更包含一個重要的意義，就是將原始研究所蒐集的資料，作新的方向分析（David W. Stewart、Michael A. Kamins,2000〔1998〕：19）。

次級分析具有省時、省錢、又省力的優點。它可以使研究人員從複雜辛勞的原始資料蒐集工作中，以及單調、枯燥的數據登錄、輸入等工作中解脫出來，以便能集中更多的時間和精力來分析他的資料（袁方主編，2002：385）。

本研究的次級資料來源有（1）文建會、雲林縣縣立文化中心（文化局）及縣政府、西螺鎮公所、螺陽文教基金會等有關社區總體營造的資料、特別是文化節政策的擬定（2）西螺大橋觀光文化節活動計畫書、文宣、出版品、活動照片、報導及網路相關資料（3）西螺鎮歷史的相關書訊，如地方文史資料、西螺鎮誌。

#### （五）研究限制

本研究有以下三方面的限制：

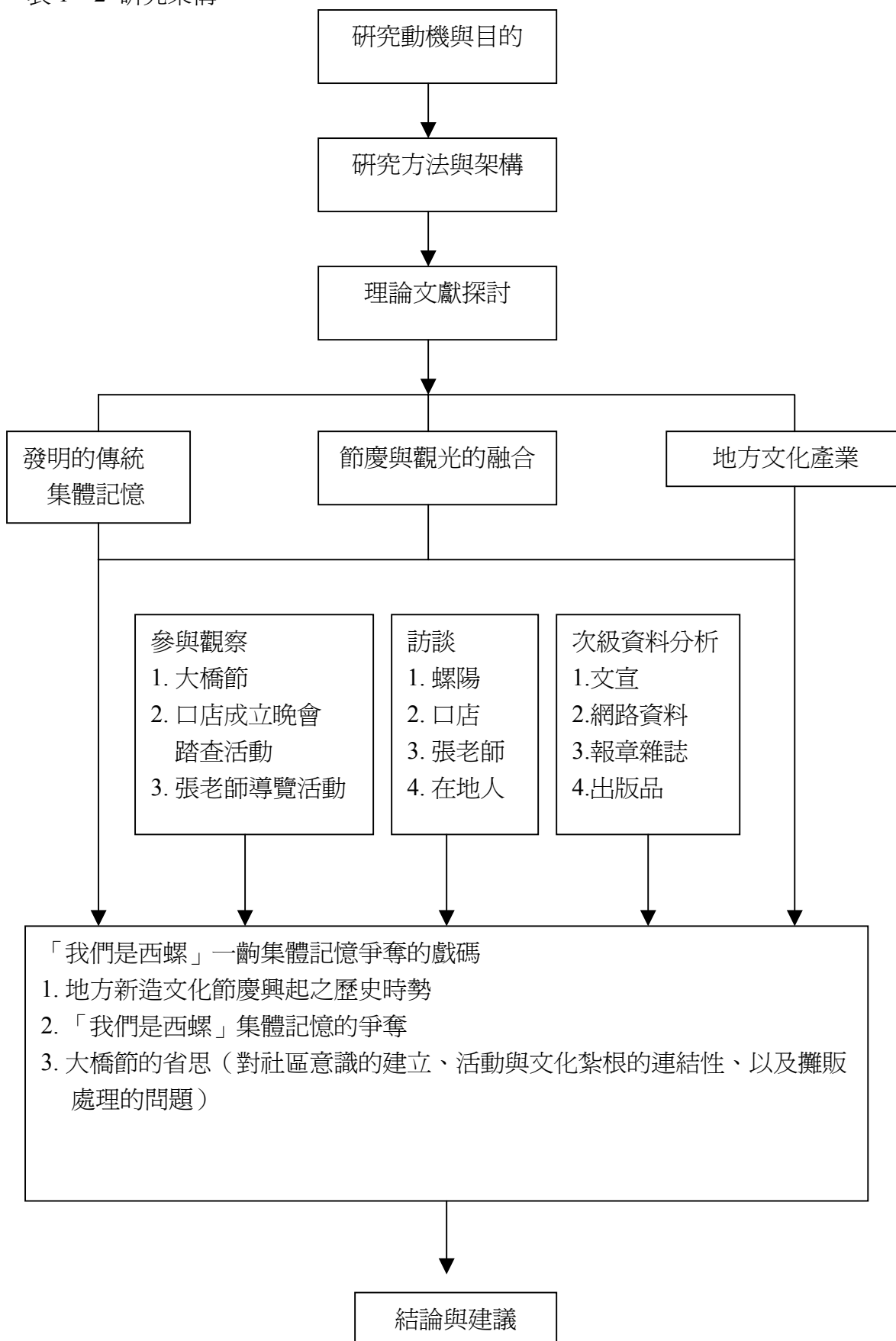
1. 主、客觀因素限制：由於每個人對文化節慶所呈現的看法不同，研究者的觀察力、參與程度與詮釋將會影響研究內容的形成。
2. 訪談因素限制：本研究主要是從在地人的觀點，去看不同集體記憶爭奪西螺的情形，訪談對象為西螺大橋觀光文化節（以下簡稱為大橋節）主要的策劃與承辦單位、口店文史協會，以及滾雪球式訪問到參與大橋節的藝術業者以及在地居民，調查樣本無法涵蓋所有參加大橋節的單位與在地民眾。
3. 參與觀察因素限制：雖是參與觀察大橋節現場，但並非每一屆的大橋節都能實際參與，且因活動時間不只一天，無法將約一週的活動現場全程都觀察到。

## 二、 研究架構：

筆者試圖用「集體記憶」與「發明的傳統」兩大理論，以及節慶與觀光、地方文化產業等相關文獻，用參與觀察、深度訪談與次級資料分析等研究方法進行本研究。先剖析中央的地方文化政策發展的脈絡，回顧雲林縣社區總體營造運動發展軌跡，來看雲林縣西螺鎮每年舉辦的大橋節，承辦單位與民間團體、在地的西螺居民對西螺文化的記憶差異性在哪，進而探討社區意識的建立、活動與文化紮根的連結性以及攤販處理的問題，最後再來給予地方節慶建議。本研究架構如表 1 - 2：



表 1 - 2 研究架構



### 第三節 理論文獻探討

本研究以大橋節為研究對象，來看不同集體記憶如何形塑地方文化特色，然而這種新造的地方節慶融合觀光行銷，與傳統的節慶意涵不同，以下就分述各種理論與相關的概念。

#### 一、節慶與觀光行銷

##### (一) 節慶的起源

陳柏州、簡如邠（2004：9-13）提到以往臺灣農業社會，人們常以節慶作為劃分時間的座標，例如春節、端午、中秋、冬至，平均分布在春、夏、秋、冬四季裡。傳統節慶是生活中重要的部分，具有「祈福」、「消災」、「天人合一」、「團圓聚會」的特質、更有「休息」的意味，可說是農業社會中農民生活的假期。傳統節慶也配合耕耘與收成的節令，例如「春節」是在冬季無法耕作的時間，「元宵」是新年假期的結束，「清明」介於春耕與夏耕之間，「端午」是在第一次收成之後，「中元」是在大暑不宜耕作時，「中秋」是一年最後一次收成之際，「重陽」是準備進入冬天，「冬至」則是陽氣初萌、寒冬已盡的日子。傳統節慶根植於地方的自然與社會環境，人們隨著季節、時間和物候轉移，開展為特定主題的風俗、紀念意義的社會活動，與農業社會文化有密切的關係，而且多半有祭祀的儀式。

然而臺灣從初級產業經濟為主的農村社會，變遷到以製造、貿易為動力的工商社會，造成農村大量勞動移入城市工商部門，家庭形態、人際關係，因為工作上的地理遷移產生變化，原本從事土地耕作的人，進入陌生的大都市謀生後，人際關係變得冷漠、自私、投機，對地方事務的參與缺乏熱誠，對新移入的地區更未建立共同意識，缺乏土地的認同。另外原本凝聚鄉里庄頭的傳統常民文化，因為社會經濟快速轉型，無力對抗資本主義的政經、科技優勢而日益萎縮，尤其在大量工業化、標準化取向下，各地方的獨特性開始消失，固有的文化藝術不再是凝聚社區向心力或突顯不同社群間認同的標誌。所以經過四、五十年的變化，原本傳統節慶的味道已逐漸變薄、變淡。

##### (二) 觀光的發明

「觀光」(tourism) 這個字約在 1760 歐洲大旅遊時代被延伸出來的。1763 年以來，歐洲國家簽訂巴黎合約，終止反覆持續將近一世紀的戰爭狀態，英國新興的中產階級無

視於英法之間的重燃戰火，純粹爲了樂趣、越界去旅行都有越來越多的趨勢。後來工人階級也被允許參加，他們往返美國東岸，於是旅行轉變爲觀光。旅行和觀光作個簡單的區別，旅行者是第一次到達某個地方，並爲觀光客標示路徑，也就是說每一個世代都有旅行者做爲觀光客的前鋒，旅行者不只是發明旅途的途徑，他們還寫下驚人的文本，這會使觀光客慕名而來。他們形塑一個故事，故事的魅力引領人們追隨其腳步。

巴黎和約於 1763 年終結七年戰爭，在那之後直到 1796 年拿破崙入侵義大利爲止，大旅遊都是由英國人所主導。三十年後，羅馬核發給英國觀光客的護照在數量上遠超過其他國家的總和，約是五比一的比例。他們總是跟上流行帶著一本「旅行指南」和一片克萊德玻璃去看風景，這種染上金棕色的鏡子將眼前的景色映照下來，彷彿就如以散發金棕色光澤著名的克勞德風景畫。

觀光的意義不停變動。觀光客不停地出發前進。最初的大旅遊者由於非常富有，因此他們有充裕時間旅遊。年輕人無論如何都得將古蹟視爲開放大學，在其中遊歷學習。中產階級及其令人困窘的夥伴（更窮的小中產階級），則只能從工作裡播出較少時間。就 1960 年代的新詞彙而言，他們也是去「停留」（stay）。他們休假、逗留、在度假勝地與有水的地方（海濱）度假。

這是一種新型態儀式的來臨，一種社會景觀，在歐洲每一處度假勝地都競相仿效。人們爲了能到那裡成爲假日遊客，而拼命工作以能夠休閒，然後在無憂無慮地成爲他人妒羨的對象。這些就是現代魅力價值的起源，一種最奇異卻也最熟悉的重要價值，同時也是造成消費主義的興起（Fred Inglis, 2002 [2000]: 78）。

### （三）節慶與觀光的結合

隨著觀光型態的多元化，文化觀光（cultural tourism）也逐步興起，成爲各國觀光重要的一環，通常文化觀光被認爲是文化產業的範圍內，所謂的文化觀光即是遊客以文化體驗爲主，其中包括如參與文化節慶、參訪特定文化場域，或參與特定的文化活動，如文學協會研討交流、歌劇、畫廊、考古遺跡、原住民部落等。

在文化觀光之中，文化節慶（cultural festival）就扮演一個相當重要的角色。這裡所謂的文化節慶大都意指具有觀光功能的文化節慶，而非僅是艱澀而很少觀眾參與的文化表演。臺灣在經濟結構變遷下，許多縣市開始著重觀光文化節慶，也同樣基於振興地方經濟、促進地方文化發展的思維。

遊客常因節慶活動具備有文化、教育、觀光等特質而參與該性質之活動，節慶活動除了上述的特質外，尚具有以下特性（葉碧華，1999：22）：

1. 不可觸摸性（intangibility）的魅力：

Christine Smith 於 1998 年指出不可確定、無法掌握、瞬間即逝是特殊事件或節慶的另一項魅力所在。若其屬於經常性年度舉辦的活動，肯定無法吸引全球大眾矚目的焦點以及琳瑯滿目各式媒體大幅熱切報導。

2. 為主要或附屬的觀光活動：

節慶可以專門設計成一項主要的觀光活動來吸引遊客的到訪，而節慶活動也可以指示遊客觀光旅遊行程的附屬行程，但遊客藉由節慶活動的觀賞或親自參與，確實可以豐富且擴大旅程的內容，增加遊客的興致與印象。

3. 感受群眾熱鬧的氣氛：

節慶活動雖然不一定擁有經常性固定的硬體設備，但仍需要有一定的硬體環境，其對遊客最主要的吸引力卻不在其硬體上，而是周遭其他形成適宜的氣氛因素，例如群眾的活動及其他的娛樂設施與主辦單位所提供的服務項目。

4. 調節季節性觀光效應：

發展節慶活動可以在旅遊目的地旺季來舉行，以增加旅客旅程的可看性，也可以在旅遊淡季來舉行，增加觀光吸引力。因此節慶活動除了可以展現當地人文資源以外，亦可以以其獨特文化傳統提振當地觀光遊憩活動中所扮演的角色。

Watt（1998：66）從實務面的觀點認為節慶活動的目的在於：提供當地居民娛樂、增加當地居民的收入、增加工作機會、提升該地之知名度、加強該地之基礎設施、吸引更多的遊客參訪該地、促銷藝術品等。Getz（1991：32）則認為節慶活動應具有一定的重要依據：

1. 它對大眾公開。
2. 針對一特定的節慶或展覽之目的。
3. 通常每年一次、二次或數年舉行一次。
4. 它有事定訂妥開始與結束的日期。
5. 活動有一個主題。
6. 它活動設計包羅萬象。
7. 所有的活動皆在同一地舉行。

Getz (1991: 33) 指出，將地方傳統或文化以節慶的方式市場化，會有助於這些靜態、軟性的旅行型態進入大眾市場。而且保持歷史文化的真實性對地方而言雖然重要，但對旅遊發展來說，包裝出來的部分會比真實的更吸引觀光客，並且更助於塑造正面形象。Hinch (1996: 98) 也認為地方性的節慶不但能吸引觀光人潮，而且也是地方文化最直接、具體的宣導管道，將當地的文化特色明確地以展覽、表演的方式展現出來。

以西螺鎮來說，地方的傳統節慶是神明生日的慶典，有福興宮的太平媽與廣福宮的新街老大媽等等，每逢神明的生日慶典，街上遶靜的隊伍聲勢浩大，遶境會經過的住家門口前都有簡單的祈福祭拜。這種傳統的地方宗教節慶，不論是神明的生日或是廟宇的遶境，鎮上的居民不約而同的動員起來，是種在地的感同身受、內發性的，然而現今辦理的新興地方節慶，並非在這種脈絡下，而是無時不為節、無地不為節的一種以外來客為主的觀光文化節慶，本研究所要談的大橋節就是別於傳統的地方節慶，而是為了吸引外來客，每年舉辦一次的外塑性觀光文化節慶。

## 二、傳統的發明、集體記憶：

1994 年起，臺灣開始出現「社區營造」<sup>8</sup>的呼聲，希望就由文化藝術的實行方式切入，凝聚社區意識，建立屬於自己的文化特色，使生活空間獲得美化，生活品質提昇，文化、產業、經濟再行復興，進而打造新故鄉，形成新文化的理想（文建會，1995: 5）。1995 年行政院建設委員會正式提出「社區總體營造」理念，由文化活動入手，顯然更容易進入民眾日常生活領域，發揮凝聚民眾生活意識與共同意識，文建會提出「文化地方自治化」的構想，將過去文化下鄉的文藝季表演方式改由各縣市文化中心辦理，地方才是國家發展的力量所在，中央的政策要呼應全國各地方的需求。整個國家文化政策走向，應該決定於基層需求，由下而上，由地方到中央來形塑。地方強壯站立起來，整個社會發展才會正常化。「全國文藝季」在這種地方行政文化化、地方文化自治化的觀念下，結合社區總體營造由下而上，成為每一個地方根據各地特殊的人文社會條件，運用地方資源，展現系統化能力的新舞臺。1994 年「全國文藝季」活動在各縣市同年度推展，雲林縣也連年舉辦大型文化節活動，以發揚鄉鎮「傳統」文化。

這種藉著舉辦文化節慶來打造新故鄉，形成新文化所進行的社區營造，這些社區都隨著國家經濟、政治環境的轉變不斷地被改裝他們的形象。就如同 Eric Hobsbawm 所說

---

<sup>8</sup>這項理念的源頭，除了英國的社區建築（community architect）、美國的社區設計（community design）之外，最重要的正是日本故鄉再造風潮中的「造町」策略。參見陳華（1999: 129）。

的是一種傳統的發明，別於昔日的傳統節慶意涵，爲了團聚及延續一個社會人群，某些記憶可以被挑選出來重組成新的集體記憶，而背後的基本動機經常是現實人群的共同利益。Halbwachs 認爲與現世代的團體成員一起透過慶典集會共同參與，我們便可以將那些原本會在時間忙霧中逐漸消散的過去歷史，用想像的方式來反覆令過去歷史新生。甚至爲了這樣的目的，利用所謂「客觀的證據」，傳統是可以創造出來的（王明珂，1993：14 - 15；Lewis A Coser,1993 [1992]：29）。以大橋節爲例，西螺大橋是不同文明融合的見證，當初大橋完工時的慶典，何其光榮，副總統兼行政院長陳誠蒞臨剪綵，許多中外來賓來臺觀禮，橋上橋下都是人，連移動都很困難（李明儒，2000：41 - 42），如今交通功能衰退，面臨被拆除命運，當初西螺因橋而起，帶來快速便捷的經濟發展，卻也因橋落，造成年輕生產力的外流，所以螺陽文教基金會舉辦大橋節，想喚起大家對大橋的重視，且盼西螺這個農村社會以大橋觀光新風貌來重振西螺的經濟發展。每年舉辦的大橋節重複灌輸大家再重視西螺文化的豐富再生力，試圖要喚起西螺大橋在歷史上的表徵與意義，這種是人爲的（factitious）、近乎強制性的重複與過去建立起連續性。Robertson 也說到：這種「重造過去，或製造歷史的作爲，是發生在現在，而且是爲了現在的政治的、實用的計策；」歷史真正的對象不是過去，而是過去與現在的關連，或者說是過去、現在、以及未來之間的關連。他認爲傳統是一種和歷史再現的關係，而這些對過去的再現是被象徵地傳達的，不是自然天生的（Robertson,1991：5，37）。

Maurice Halbwachs 師承涂爾幹，被認爲是集體記憶的開創者，他在《集體記憶》(On Collective Memory)一書中諸如在空間、時間對集體記憶之關係，以及有關介於個人、集體與歷史記憶之間種種定義與適用性上差異的問題都有新的看法（Lewis A Coser,1993 [1992]：21）。

他主要的貢獻在於告訴我們，記憶是一種集體社會行爲，各種集體記憶都有其對應的社會群體，我們社會的許多活動，經常是爲了強調某些集體記憶，以強化某一人群組合的凝聚。每一種集體記憶依附在具有時空界限的團體組織之內（Halbwachs, M.,2002 [1952]：84），表示集體記憶都有其對應的社會群體，無論是社會階級、家庭、協會、法人團體，軍隊以及工會，都擁有各自團體成員所建構而成的獨特記憶。二十世紀初，許多社會學家、心理學家和社會心理學家都對於人類的記憶相當的有興趣，他們共同之處是：將人類記憶放在社會環境中探討，這就是「集體記憶」（王明珂，1993：6）。

Maurice Halbwachs 以社會群體的觀點來探討集體記憶，將分爲下列三點：（王明



珂，1993：14 – 15；Lewis A Coser,1993〔1992〕：26 – 32)

1. 族群凝聚：各種記憶體都有其對應的社會群體，共同的歷史對族群的凝聚是非常重要的。例如：自我宣稱的血緣關係、傳承的文化解釋等。
2. 認同變遷：歷史記憶可以凝聚族群，經由選擇性遺忘和記起，有了不同的認同，環境變遷導致人群認同變遷。
3. 民族體形成：民族亦由集體記憶來凝結傳遞，以創造和追溯共同的歷史記憶，以維持修正族群邊界。

以上的觀點說明集體記憶是群眾對群體、社會、民族和國家的認同。集體記憶在社會認同上，可以讓同一社會區域的居民，更能產生社會意識與團結的力量。

然而這些集體記憶有何特色？Zelizer（1995）曾系統性地整理出集體記憶的六大前提，我們也可以視為集體記憶的六大特色（引自翁秀琪，2001）：

1. 集體記憶是過程的，不是固定不變的。
2. 集體記憶是不可預測的：記憶並非線性、符合邏輯或全然理性。它與時間的關係也不是線性的，不同時代的人有不同的回憶，因此對於過去有不同的記憶。
3. 集體記憶是部份的，不可能是整體的。
4. 集體記憶是有用的，具社會、政治和文化聯繫的功能。
5. 集體記憶具特殊性和普遍性。
6. 集體記憶具物質基礎，它不只存在人們的腦海中，它也是具體存在於論述、日記、紀念碑、儀式、服裝、博物館、大眾媒介報導中的。

雖然純粹依「集體記憶」理論來看文化造節，解剖大家記憶中的西螺文化，只是對過去在心靈上再現的圖像，看不到實際歷史的復活。但訪談最重要的似乎在於由各種零碎、片段的記憶中，拼湊出相對完整的集體記憶的圖像，如同 Halbwachs 對於集體記憶做為一種社會性建構的真確詮釋，口述歷史做為一種追溯、回憶的過程，它的內在運作機制是對過去做理性化或合理化的解釋與重建，所奠基的不必然需要是個完整的事實。

以一個鎮來說，地方的集體記憶是怎麼來的？活動的舉辦想去營造一個社區意識，但是這個社區意識不可能以一群人、一座廟或是一個人（比如鎮長）來當主角，西螺社區的集體記憶是想要從哪些的層面來切入？西螺旁的濁水溪形成的肥沃沖積平原，孕育的物產（醬油、濁水米等）以及先民在西螺這塊土地生活形成的見證（地方技藝、地方

古蹟建築等），都是在地人維持、發展與傳遞他們對過去經驗的共同印象，這些正是他們集體記憶的來源。筆者就以大橋節的文化觀光為主軸來談西螺鎮的集體記憶建構問題。

### 三、地方文化產業

本研究以大橋節為研究對象，欲瞭解這個新造的節慶對地方文化產業，在經濟與文化層面之帶動效果與影響。在討論文化節產業與地方發展的關係前，我們先來談「文化」是什麼，進而成爲一種產業，在地方文化節被運用？

#### （一）文化與地方文化

文化領域的專家威廉斯（Raymond Williams）認爲「文化」是「英文裡頭兩、三個最複雜的字彙之一……因爲目前在許多不同的知識領域、以及許多殊異的思想體系裡，文化都是其中重要的概念」（Raymond Williams, 2003 [1976·1983]: 78-85）。

在英文早期的用法裡，文化這個字與動物、農作物的「培育」（cultivation），以及宗教崇拜有關，因此也與「教派」（cult）這個字有關。這個字開始泛指個別的心靈和個人的涵養經由學習而進步，大約是在 16-19 世紀，其意義是在改進農地作育力與農耕活動這種想法的隱喻擴充。而這段時間，文化這個字也開始和文明（civilization）成爲同義字，指涉社會整體的進步。隨著浪漫主義在工業革命中興起，文化開始用來單獨指涉精神上的發展，與物質和基礎結構（infrastructural）區分。隨著 19 世紀晚期國族主義（Romantic nationalism）發展，俗民文化（folk culture）和國家文化（national culture）這兩個觀念的出現，強調傳統和日常生活開始成爲它的面向之一（Philip Smith, 2004 [2001]: 1-2）。

威廉斯（Raymond Williams）對「文化」提出了三個廣義的用法。第一，文化可用來指涉「一個智識、精神、美學發展的普遍過程」。文化的第二個用法可指「一個民族、一個時期、甚或一個群體的某種特定生活方式」，最後，文化可用來表示「有關智識的成品與實踐，特別是指藝術活動的方面」。換言之，這些文本和實踐的主要功能在於表示意義、或者作爲意義生產的場域。像音樂、文學、繪畫、雕刻或戲劇等等例子。

1950 年代，人類學家克魯伯（Kroeber）和克羅孔（Kluckhohn）對於文化意義的研究裡，從一般和學術刊物裡找出 1871 年到 1951 年間對於文化的一百六十四種定義，分成六種主要的文化理解觀。但可以看出他們致力於文化的第二種用法，「文化是一種生

活方式」。Philip Smith 更是指出目前的文化主要核心用法有以下幾個主題：(Philip Smith, 2004 [2001]: 4-5)。

- 文化往往與物質、技術和社會結構相對立。
- 文化是觀念的、精神的和非物質的領域。人們將它理解成是由信仰、價值觀、象徵、符號和論述所構成的領域。
- 強調「文化的自主性」。文化不能只視底層的為經濟力、權力分配或是社會結構之需求的反應。
- 致力保持價值中立。研究文化不只侷限於文藝，而應當把文化視作遍及社會生活各方面與所有層次。文化的優越性（高雅文化）和文化低劣性（大眾文化）這種想法在目前的學術研究裡，幾乎不佔一席之地。

回顧威廉斯 (Raymond Williams) 的討論，目前盛行的文化理解方式結合了兩種看法：一是人類學家的文化研究取徑中，所採取的反菁英主義、價值中立和相對主義 (relativism) 的觀點；另一個則是將文化視為非物質性的觀點。

大體來說文化可說是一種生活方式，被視為社會或族群中歷經一段時間變遷下所累積的價值、思想體系與活動，且變成一種價值觀融入日常生活之中，並且產生一種社會制約式的風格、習慣，以利族群的成長、建立群族的特色。

在羅蘭·巴特的符號學論述中，強調符號的緣由來自文化，並且也釐清符號學涵構著語言學的角度詮釋文化。使我們瞭解生活的體驗，在於文化幻化為符號圖像，讓人們容易體會與使用。文化對於個人的約束並不是來自文化本身，而是來自群體的總體力量，這就是群體借助於各種象徵符號的勢能，讓成員們認識自我本身。即使是小規模的基本體(primary group)也可能會有自己的行為準則和象徵符號，憑此使得這個群體與他人的不同 (王雅芳，2004：12 - 13)。

社會或族群中的文化隨著時間的改變，形成一特定地域的特色，使其成為該地域具獨特性的文化，換言之，形成地方文化。地方文化與文化工業下所形成的大眾文化並不相同，因地方文化具有地域上的特殊自明意象，這種意象存在都市鄉鎮與村落中，不同的地方自然產生不同的地方特殊的性格。

## (二) 文化工業與文化產業

在談論文化產業前必須與法蘭克福學派所定義的文化工業有所區隔。文化工業 (culture industry) 是阿多諾 (Theodor Adorno)、霍克海默 (Max Horkheimer) 於1944

年代提出的概念，主要是批判資本主義體制內，傳統藝術成爲資本家的工具，他們由上而下宰制，按照市場交換原則，將藝術標準化且大量的設計成文化產品。傳統藝術無論是屬於精緻或是通俗的範疇，在阿多諾等人的想法裡，最後都只存在一種文化，就是所謂的「文化工業」，指涉大眾文化的產品和生產過程，所有的文化都以開創市場需求爲準則，策略應用配合完美的機械技術，不斷去創造微小的差異化，例如：不斷更新手機或手機吊飾刺激大眾購買，迎合特定的大眾。

葉智魁（2002：15）也指出，在文化工業產品的強力衝擊下，人們極易淪爲缺乏主體性、失去創造性之被動消極（甚至連存在價值也消失掉）的消費個體。而發展文化產業卻是人們與地方積極自發性的引導，以找到自己的一片天空、重建價值、開創未來的契機。文化工業將文化附庸化、庸俗化，使生活去人性化、將生命物化；然而文化產業卻是反方向將文化生活化、使生活精緻化，將產業文化化、優質化。

地方文化產業的概念，陳其南指出地方文化產業：完全依賴創意、個別性，也就是商品的特性、地方傳統性、地方殊異性，甚至是工匠或藝術家的獨創性，強調的是產品的生活性與價值精神內涵。而且文化的概念不應該侷限在消遣、娛樂、消耗的功能，其與實際經濟生活毫不相關，其實將地方產業作適時文化包裝，地方產業活動可以是具有精緻、品味、生產力，促進地方重新發展的新泉源（陳其南，1998：4）。所以地方的文化產業是將地方的文化產業化，而文化的產業化的意涵源自於文化所具有的特殊產業價值，這種價值主要來自於文化的結構性關係所致。文化產業則是強調地方的個別性、特殊性與創意性的營造來塑造別處不可得之體驗，透過地方消費的關係模式來創造經濟效益。

廣義的文化產業只要是在地歷史文化的發揮與活化所成的產業都可以算計在內，因爲即便其利潤未必回饋社區，也有波及效應的可能。但狹義的文化產業如果以操作型定義來看，可以說是以社區的居民爲共同承擔、開創與經營地方，並讓所得利益回饋地方，而地方文化產業的開發係以社區原有的文史、技術、自然等資源爲基礎，由地方居民對資源執行的發現、體認、活用等方法，將產業變成一個可以提供外界與自身瞭解、分享、體驗與學習社區生活、生態、生產、生命等的工具（黃世輝，2001：59-76）。

再者文化工業的操作邏輯與傳統經濟掛帥、競爭導向、利潤至上的操作邏輯其實大異其趣。文化產業屬於一種內發性、參與性、文化性及高度合作性（社會性）的產業開發與區域發展，它的生產型態則是屬於社區與地方的共同體生產模式（陳其南，1998：

19-20)，而這種生產型態，往往是以社區的、地方的、區域的生產組織與分工合作為主導。因為這種產業型態不是以量產，而是以傳統、創意、個性和魅力來取勝，要使少量而多元的地方產業能夠發揮其經濟效益，其社區性和區域性的整合度必須相當高才行。因此，文化產業離不開社區總體營造。藉著文化產業與社區整體營造的推動。非但可以重建地方文化、活化社區、甚至可以點燃地方的生機（陳其南，1998：10）。

### （三）文化產業化與產業文化化

葉智魁指出（2002：17-18），文化發展大致可以分為「文化產業化」與「產業文化化」兩種方式，這兩種方式絕對都不是現代資本主義新瓶裝舊酒的包裝手法，而是理想與現實調和之後，所產生的一種強調品質與在地產品的新產業型態。「文化產業化」與「產業文化化」兩種在內容上有所不同，前者乃是將在舊傳統的資本主義之利益導向發展模式之下，被忽視或犧牲的地方環境、傳統與特色等文化資源，重新賦予新的生命力，並且藉由創意、想像力與科技之協助，與以再造或重建、並在包裝之後使之成為文化商品，此舉使地方產業兼具文化價值與經濟利益。「產業文化化」則是將原來工商導向掠奪式、入侵式、剝削式的產業型態，以及失去競爭力與經濟價值的傳統農、林、漁、牧、礦、手工藝等一級產業型態，轉為內發性、設計性、與創造性的產業型態，除了部份真正過時的產業不得不捨棄之外，原本在地許多產業均可因為再注入豐富的文化內涵而提升其附加價值。

楊敏芝（2002：9）也說不論是文化產業化或是產業文化化，都是振興地方經濟的一項重要策略方法，它們的目的都是在創造地方的再生與活化。楊敏芝定義所謂的「文化產業化」就是將之定位把具有魅力的、獨特性與特殊性的地方文化，透過行銷的概念將之商品化，賦予其實體與心理價值，將地方文化作為一種產業，著重其在文化市場的經濟價值，換言之，文化經由企業化的經營創造市場的價值。「產業文化化」則是將地方的產業以地方文化特色來包裝初級產品，例如農特產品等，則可從農業一躍為服務性的休閒觀光事業，即因文化與創意而大幅提升產品的價值。產業文化化重視的是產品如何藉文化的賦予、創新、轉化，展現地方產業的文化特質、個性、特色與品質。

但是文化產業的發展，要特別注意到「人」的部分，要以在地居民為本的社造，才不會落入文建會主委邱坤良所言的 20 年的社造窠臼<sup>9</sup>，「空間做出來了，但裡頭的人

<sup>9</sup>參見 2006/07/25 中時電子報，李維菁報導（邱坤良籲以居民為本 再思社區營造），取自

呢？……觀光的主體是外來的人，而對生活在原地的人，這些改變對他們生活的意義是什麼？」大部分的地方文化造節的思維都在招攬外來客，但是除了活動外，在地人的想法與感情，這些人細膩的累積才是社造的重點。比如說去參觀西螺的醬油工廠，整個產業興衰的過程，重新開發的過程，這段時間裡人對整個產業的使命感，讓去參觀的人感受到他們為什麼堅持使用傳統的製造方法，而傳統古法的釀造主要仰賴人工，而當化學醬油廠一家一家在擴展，他們還是堅持用傳統釀造，讓居民去感受他們的使命感，他們為什麼要堅持，感受到他們對在地文化保存的熱情（在地 E7，20060722）。西螺醬油的名氣大，臺灣很多地方都可以買的到，若沒把這些人文的地方介紹出去，讓在地人對自己家鄉的產業有使命感、榮譽感，西螺在地的產業特色就只剩下簡單的產品行銷。

西螺的大橋節跟其他地區的地方節慶一樣，也是希望能藉著節慶活動的辦理來推銷家鄉的地方產業，但孫樹根、劉乃瑋（2005：567 - 568）批評這種地方造節活動硬把地方產業和節慶這種文化的名稱放在一起，是一種不公、不平、不正、不義的不當的起源，沒以正當基礎的權力結構，是無法永續發展和獲得廣泛認同。同時他也提到積極推銷地方產業，為了迎合大量觀光客的消費型態和需求，反創出不是原屬那裡的模樣，喪失原本的文化主體性，和其他地方盡趨於同質性，而地方的產業會吸引外人，進而刺激消費就是人類文化的「殊異性」，一旦相異的文化，同質性趨近，就減低了彼此間的神祕感和吸引力。

本來時代在變，農業社會轉向工商業社會，地方的文化傳統如果沒有跟上時代潮流轉型，發展適合現代人的需求，一定是荒廢在那，不用說隨時間被在地人遺忘，外來人更不知道該地區有哪些地方文化特色，以家鄉的西螺大橋為例，原本的交通機能已由新西螺大橋取代，所以若能封橋轉型為觀光橋樑，有效結合當地歷史、民俗、人文及產業的資源特性，才能再造西螺新風情。況且，文化商品化不必然違背社區總體營造的目標，想要讓文化、產業、經濟再行復興是需要現實的經濟考量，所以筆者認為地方文化產業一定要懂得行銷包裝，把地方的文化推銷出去，才能吸引人潮，進而帶動地方的發展，讓在地人引以為傲有異於其他地方的文化，增強在地感，才會更願意為家鄉的地方文化打拼。

同時孫樹根、劉乃瑋（2005：564）也提到把節慶本身文化的性質商品化，將會讓

地方面臨企業經營的沈重壓力(經費投資、人才培訓、市場調查、品牌經營、品質控管……等等)，而這種企業經營是地方所不能支應的工程，所以年復一年的地方造節運動，若商品化的產品沒辦法迎合消費者瞬息萬變的口味，節慶將被迫停辦。

想要促進社區活力的再現，本來就需要付出代價。不願意投資，哪來「與眾不同」的文化商品讓文化、產業、經濟再行復興？

筆者認為要發展地方的文化產業工作，提昇地方居民的社區意識是最重要的，讓社區的人心凝聚在一起，才有可能設計好「菜單」，端上僅此一家，別無分號的「文化特色」給那些挑嘴的外來客「品嚐」。然而要帶動地方的社區意識，真的是需要有人帶頭，所以地方政府、地方文史工作者要以對地方文化「專業」的態度來教導地方民眾如何為家鄉打造新文化，進而一起構思、計畫、討論、修改、辦活動、檢討、改進。當民眾的社區意識不夠，對這個社區沒有認同，如何期待「由下而上」的居民參與？

## 第二章 地方新造文化節慶興起之歷史時勢

在談雲林縣的大橋節之前，我們有必要檢視社區總體營造於臺灣興起的社會脈絡，以及雲林縣文化局（昔稱文化中心）以地方文化節慶作為「落實」文化政策之始末與過程。

### 第一節 新國家建構趨勢與文化政策轉型

臺灣在 1960、1970 年代創造了「經濟奇蹟」後，農村大量勞動力移入城市工商部門，家庭型態、人際關係，因為工作上的地理遷移產生變化，原本從事土地耕作的人，進入陌生大都市謀生後，人際關係變得冷漠、自私、投機，對地方事務的參與缺乏熱誠，對新移入地區更未建立共同意識，缺乏土地的認同。原本凝聚鄉里庄頭的傳統常民文化，因為社會經濟快速轉型，無力對抗資本主義的政經、科技優勢而日益萎縮，尤其在大量工業化、標準化取向下，各地方的獨特性開始消失，固有的文化藝術不再是凝聚社區向心力或凸顯不同社群間認同的標誌。因此，不僅造成城鄉失衡、農村價值崩解，傳統的地方產業沒落，生活方式改變，斷裂原來的文化創造，同時工業也使得自然環境遭受破壞，於是改善生活空間的工程，乃與傳統價值與文化的重建有所關聯。

早年農復會和內政部社會司等社區建設主事者所關心的是如何消除貧窮、改善民生，藉著「基礎民生建設」提昇鄉村生活，但是臺灣並非每個鄉鎮都能走向工商業化，因為不同的環境受到衝擊，使得各地方產業有不同的問題，不是只是單純加強農業科技提高產量、增加公共建設投資、農業補貼獎勵等農業改革政策所能解決的，農村地區人口逐年外流，1991 年省政府提出「富麗農村」的農業建設政策，省旅遊局配合提出「一縣市一特色、一鄉鎮一特產」的施政方式，希望藉此能促進地方發展，振興地方經濟。

當時臺灣也因為政治禁忌鬆動，有民間文史工作室深耕地方，重建鄉土歷史，對抗標準化和均質化，這些自主的民間活力促使各地自主意識抬頭，打著「臺灣本土化」熱潮以及地方認同政治表現，感染到社會中不同部門，發展出的各種文化發展模式的論述和思考，深刻感受到文化行政單位，開始審視文化的內涵。1993 年文建會提出的「社區共同體」深獲李登輝總統予以強化的臺灣意識，文建會擬出 12 項文化建設計畫報院預算審核定案，爭取了大筆經費，從 1994 年 7 月起到 2000 年 6 月止分年執行，以「充實省（市）、縣（市）計畫、鄉鎮及社區文化軟體硬體設施」為計畫。另一方面，這段



時間文建會副主委陳其南受邀至日本短期講學，吸收了日本多年來以「造街運動」與「地方文化產業」的概念和作法，凝聚民間自主力量，參與環境營造及活化地方經濟的作法有了更進一步的瞭解，於 1994 年確定以「社區總體營造」和「產業文化化」為行動主軸，整合組織文建會所提的 12 項建設，可歸納如表 2 - 1：

表 2 - 1 文建會 12 項計畫

主要計畫	1、社區文化活動發展計畫 2、輔導美化地方傳統文化建築空間計畫 3、充實鄉鎮展演設施計畫 4、輔導縣（市）主題展示館的設立及文物館藏充實計畫
輔導計畫	1、加強縣市文化藝術發展計畫 2、全國文藝季之策劃辦理與推動 3、輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動
相關計畫	1、古蹟維護與民俗活動 2、傳統戲劇保存與推廣 3、美化生活空間計畫

資料來源：行政院文建會（1995：12）

於是國家的文化政策從過去按照藝術類別提供文藝活動補助，轉變成針對社區縣市層級及社區層級提供文化軟硬體補助，而以「社區總體營造」為落實的文化政策。「社區總體營造」的政策方向是盼能從文化建設的角度切入，無論是城市或鄉村，有其具體目標—改善生活空間，使它成為舒適而具有風格、特色，子孫願意居住的地方。鄉鎮地區以振興地方社區的文化產業和產業文化為目標，市鎮地區則以社區環境空間的美化和生活型態的改善為目標；也有其抽象目標—從對基本生活空間社區的認同，建立起臺灣基層社區「生命共同體」意識。希望在生活環境、美學品味、社區秩序與產業型態上，可以為臺灣基層社區帶來一個全新的風貌。

**社區總體營造是以社區共同體的存在和意識為前提和目標，藉著社區居民積極參與社區公共事務，凝聚社區共識，經由社區的自主能力 使各社區建立屬於自己的文化特色 使生活空間獲得美化，生活品質獲得提升，文化、產業、經濟再行復興 進而促使社區活力的再現（行政院文建會，1995：5）。**

目前社區總體營造已成為各級行政機關的重要施政目標，同時也展現各地文史工作室、社區發展組織及地方民間社會對於臺灣這塊土地的認同與參與。1999 年文建會再

新增「地方文化產業振興計畫」，以辦理研習、研討、經驗交流座談會為主要工作，並輔導地方辦理文化資源的開發與再利用、文化風貌的規劃與營造、文化產業創新與學習、產業文化包裝與行銷為方向。事實上，除了文建會外，許多政府部門也陸續秉持社區總體營造的精神來提供行政資源，並從旁協助輔導社區總體營造的工作（如表 2-2）。

表 2-2 行政院所屬各機關「社區總體營造」計畫總匯表

執掌機關		計畫名稱
內政部	營建署	創造城鄉新風貌計畫
	社會司	社區組織籌備與社區工作
農業委員會	輔導處	現代化農村新生活圈規劃與建設 (農村新風貌計畫輔導補助作業要點)
	水土保持局	農村綜合發展規劃及建設
	漁業署	漁村綜合發展規劃及建設
	中部辦公室	農漁民住宅輔建計畫
	中部辦公室	環境綠美化計畫
體育委員會		推廣社區體育實施計畫
經濟部	商業司	改善商業環境 5 年計畫 (商店街、形象商圈)
	中小企業處	社區小企業輔導
	中小企業處	地方特色產業輔導
	水利處	河川高灘地綠美化及使用
教育部		社區大學設置推動中程施政計畫
		推展學習型家庭教育，建立祥和社會中程計畫
衛生署		推動社區健康營造三年計畫
環保署		生活環境改造計畫
文化建設委員會		社區文化活動發展計畫 (社區文化再造計畫)
		文化產業之發展與振興計畫
		社區藝文發展計畫：1.充實鄉鎮展演設施與主題館 2.輔導藝文活動之推展
		美化公共環境計畫

資料來源：愛鄉文教基金會 (2001: 8)

而地方政府、甚至是民間推動的地方文化節慶，就是以社區文史與民俗、鄉土環境改造以及地方文化產業作為營造社區切入點，推動「文化產業振興」、「生活文化活動」兩項計畫加以實踐有關。

其後行政院在 2002 年 5 月提出「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，並將「新故鄉社區營造計畫」提列為十項重點計畫之一（表 2-3），這種跨部會建立的政策整合平臺，需要透過各類社造專業經驗讓行政人員的知能也能進一步社造化，才能去引導縣市政府提出總體性與永續性的社造推動策略。其中「充實地方文化館」的子計畫，就是要以建立鄉鎮文化據點，別於之前以縣市機關所在地的文化中心（文化局）為文化設施的據點，考慮到偏遠地區也能把各鄉鎮的文化資源介紹給大家認識，促進城鄉文化交流及文化觀光旅遊之發展，帶動全面性國內文化休閒旅遊，將閒置空間活化利用為文化空間。自從 1995 年文建會提出「文化產業化，產業文化化」的構想後，並隨之成為社區總體營造的核心，新型態的國家政策配合 2008 國家發展重點計畫，文化產業的面向重新被擴大定義，不但加入資訊科技媒體欲呈現一個影音聲光的虛擬數位臺灣，更搭配觀光客倍增與文化創意產業計畫成為新式的文化觀光業，顯示臺灣經濟發展面臨轉型的殷切，已經是全國的共識。

表 2-3 「挑戰 2008 國家發展—新故鄉社區營造」工作計畫

四大工作	子計畫	
行政機制社造化	1.成立行政院新故鄉社區推動辦公室	
	2.培養地方政府文化行政人員	
	3.縣市社區營造培力計畫	
活用社區資源改善文化環境	1.社區環境改造計畫	
	2.閒置空間再利用	鐵道藝術網路計畫
		華山藝文特區計畫
		輔導與鼓勵地方政府推動閒置空間活化再利用工作
3.地方文化館		
振興地方文化產業	1.文化產業之發展與振興計畫	
	2.結合地方文化館輔導產品研發與經營	
	3.九二一地方文化產業開發計畫	
	4. 促進社區文化觀光產業	
社區營造人才培育	1.社區營造基礎人才培育	
	2.社區導覽解說人才培訓	
	3.社區藝文人才培育	
	4.文化服務替代役之訓練及運用	

資料來源：整理自行政院文建會（2004：187-199）

## 第二節 雲林縣大型文化活動的展開

林崇熙（2000：297）指出，以 1990 年代的社區總體營造運動為分隔，之前的雲林縣文化活動少有主體性，而是作為「復興中華文化」傳統認同為目標，並擔任社會教化的工具。雲林縣是一個窮縣，其預算自主性低，歷年來文化活動也不是施政主軸，因此，雲林縣文化局的重要業務多是承自文建會的文化政策方向與計畫經費。相當地，雲林縣地方文化團體並無法經費自主，而高度仰賴文化中心或文建會的補助，因此，也高度地受到官方文化政策的左右，雲林縣的地方文化僅以「民俗技藝」的形式存在，並無自主意識可言。

1993 年文建會調整過去中央集權的操作方式，基於由文化活動入手，顯然更容易進入民眾日常生活領域，發揮凝聚民眾生活意識與共同體意識，提出「文化地方自治化」的構想，將過去「派遣下鄉」的文藝季表演方式，交由各縣市政府文化中心辦理，所以

從 1993 年到 1994 年在全國各地全面展開文藝季，希望透過文藝季轉型，將過去由中央主控藝文資源、文化活動的發配權下放給地方，1995 年開始，文建會全國文藝季在各縣市同年度舉辦，希望透過社區特色的形塑，再造社區的認同和自主意識。

雲林縣推動社區總體營造工作與其他縣市一樣，大致都從 1994 年開始。文建會以新的概念與構想開始提出「社區總體營造政策」，社區總體營造希望藉由文化藝術的實行方式切入，凝聚社區意識，改善社區生活環境，建立文化特色，進而打造新故鄉，形成新文化的理想，雲林縣也在這股逐漸形成的風潮中開始投入社區總體營造的推動工作，許多社區居民、知識份子、學者專家等都主動或被動捲入家園再造的任務。於是有一些社區成為媒體關注的焦點，有一些學者成為社區著名的協助者，無論居民或學者，他們對於這塊土地的熱愛與關懷，都藉由社區營造活動顯露出來。

從 1994 年開始，隨著文建會全國文藝季在各縣市同年度舉辦，雲林縣也連年舉辦大型文化節活動。全國文藝季在全國各縣市舉辦，但「地方主題」不以縣市為主題，而縮小到鄉鎮甚至社區的單位。1994 年到 1997 年每年都有為數眾多的文化中心在文建會經費補助及行政壓力下，汲汲尋找文藝季的主題鄉鎮或社區，這四年雲林縣的全國文藝季的主題鄉鎮或社區每年分別在北港鎮、西螺鎮、褒忠鄉大廓村以及虎尾鎮，「從古笨港到北港」強調北港是全臺媽祖信仰中心的歷史淵源；「西螺演義」演出西螺拓墾史中的七崁俠義傳說；褒忠鄉的大廓村則以世代流傳的「跳鼓陣」來表達尚未褪色的「跳躍花鼓大廓情」農村文化；虎尾企圖以「虎溪躍渡大崙腳」重現昔日糖業重鎮的風采，（「大崙腳」是虎尾的舊名）。1998 年臺灣省政府文化處成立，積極籌劃全國性藝文活動，其性質與文建會所推動的文藝季大同小異，1998 那年有雲林縣文化局辦理北港「水香土長」臺灣文化節；1999 年辦理古坑「雲林好山水古坑竹鄉情」文化節，1999 年的雲林國際偶戲節」。2000 年由於精省原因，臺灣省政府文化處改為文建會中部辦公室，在經費方面不再像以往有文建會或臺灣省政府文化處直接專款專案補助，所有文化節由地方自行籌措經費（黃世輝、劉建成，2001）。

這些大型文化節活動的舉辦造成地方文化團體的誕生，螺陽文教基金會（西螺）、大崙腳文教協會（虎尾）、大廓花鼓文化促進會（褒忠大廓村）、庵古坑文史工作協進會（古坑）在當地大型活動前後應運而生，並逐漸擔任活動的承辦者。1998 年螺陽文教基金會成立後自己籌劃西螺大橋 45 週年紀念系列活動，2002 到 2006 年的西螺大橋觀光文化節（2005 年退出承辦）；大廓花鼓文化促進會之後辦理的花鼓節活動；古坑

鄉公所及相關社團亦成立庵古坑文史工作協進會，並且擺脫只辦文化活動的範疇，深入促成古坑鄉 13 所小學完成各自學區的鄉土教材。

除此之外也創造了地方文化重新被詮釋的機會，林崇熙（2000：316 - 323）認為雲林縣（1980~2000 年）的新文化就是在地文化新加的傳統認同，是對在地的歷史想像，表現在祖源符號的攀附、地靈人傑的風水觀，以及對於鄉愁的集體記憶呼喚。不論復興中華文化運動或社區總體營造運動過程中，主政者與居民雖然權力差異極大，但都參與了文化與歷史的撰造，雖然都是由政府首先提出與提倡，但是人們承接運動的思想並轉化為行動的意願與能力卻有所差別。

## 第三章「我們是西螺」集體記憶的爭奪

1995年，文建會主委鄭淑敏表示，該年度全國文藝季活動的兩大訴求之一就是：「結合社區總體營造施政方向……灌輸居民主動參與社區工作概念。」（葉顯宗，1995：5）而為了凝聚社區意識、營造各有特色的社區生活空間，地方的歷史建築與傳統文化也就成了重要的憑藉。所以必須掌握自己社區或地方的特色，在這個過程中，地區或地方的歷史是經由不同的人以不同的方式，有意或無意中加以建構和敘述的。但是在地方歷史文化已經遭受忽視和破壞的一些社區，要重尋風采，就必須求諸於居民的集體記憶（陳華，1999：131）。

每一個地區都有歷史都有文化，而生長的故鄉—西螺，曾經擁有的文化與記憶，近幾年來以西螺大橋觀光文化節（以下簡稱為大橋節）地方節慶的呈現，就是打著本土化、在地化「我們是西螺」的口號，想與舊的國族主義區分開來，幾年活動舉辦下來發現，原來西螺地區有不同的團體，有不同的集體記憶在爭奪西螺文化，但是這些不同的集體記憶要落實在活動中是有困難的，使得大橋節整個活動失去了焦點，西螺大橋觀光文化節儼然成為西螺大橋觀光夜市節！以下就不同的記憶群體是如何爭奪「我們是西螺」這塊場域。

### 第一節 集體記憶的論述

集體記憶指的是一群人維持、發展與傳遞他們對「過去」經驗的共同印象之能力、過程與結果，以及其所參加的活動。「過去」可以用Maurice Halbwachs 在知識社會學的領域中所強調的：過去(the past)主要是透過象徵與儀式，以及歷史著作與傳記，才為人所知信(known) (Lewis A Coser, 1993 [1992] : 22)。Maurice Halbwachs認為個人的記憶是社會建構的，並且是社會現行的、共同的關懷引發人們對過去的回憶。如果按照這種社會建構論的推衍，可以說社會中的不同團體可能組織他們自己的記憶，而這些記憶也可能和社會上流行的歷史詮釋不同（蕭阿勤，1997：252）。我們許多社會活動的舉辦，經常是為了強調某些集體記憶，用以強化該人群組合的凝聚（Halbwachs, 2002 [1952] : 65）。團體內的成員因為擁有集體記憶，產生連帶關係，視彼此為共同體。當集體記憶在一群同質性團體中持續存在並不斷汲取作用力量之際，其實是做為團體成員的個體(individuals as group members)在做記憶。只要一個社會裡有多少不同團體

(Groups)與制度(Institutions)，就會存在有多少不同的集體記憶 (Halbwachs, 2002 [1952]: 40)。無論是社會階級、家庭、協會、法人團體，軍隊以及工會，都擁有各自團體成員所建構而成的獨特記憶。然而從大橋節可看出西螺地區不是只有單一的集體記憶，西螺地區有賴螺陽文教基金會、鎮公所、農會、民間團體和當地居民這些社會群體的集體記憶重現。

面對地方的集體記憶，如何代代相傳呢？事實上，過去發生的事永遠過去了，留下的是許許多多片段的，那集體記憶是如何被傳承運作？要回答這個問題前，要先瞭解集體記憶的特性，集體記憶就如 **Barbie Zelizer (1994)** 所形容的是「物質的」(蕭阿勤, 1997: 254)，它不只存在人們的腦海中，它也是具體存在於論述、日記、紀念碑、儀式、服裝、博物館、大眾媒介報導中的。作為傳達共同記憶的媒介，這些文化形式體現、維持、形塑人們對過去的意象和感受。為了凝聚及延續一個社會群體或文化時，某些記憶可以被挑選出來重組成新的集體記憶。文化造節中，一張張的老照片、古文物，都背負著許許多多的記憶，這些有形、可見的物件，所呈顯的更是一連串記憶的符碼，除了老照片、古文物做為記憶的表徵外，口述歷史在集體記憶重建中，所展現及代表的更是另一種形式的歷史或記憶的製作過程，它基本上建立在對民眾記憶的有效性之相對承認之上，不同個體主觀上重建了過去歷史或事件對它有意義的部份。重尋體會上一代與同時代人們具體的生活經驗，和這經驗所築構的世界，使人們有根土的感覺，特別能有一種愛鄉土的信念與依戀，形成共同的生活世界，各群體間深屬不可刻裂的關係。在生活者的眼光中，集體記憶不只是特殊懷舊的鄉愁，更是具體地於社會現實中，有歷史時間的凝視向度，面對新的時空情境，向子孫們似故事般地導遊著。簡言之，集體記憶體現於留存下的物品中、故事中、人物中、處於景觀之中 (李謁政, 2005: 9)。

然而記憶的可遺忘特質，使得團體為了維護正面形象，尤其當有不同團體記憶在爭奪一個文化場域時，更會造成團體的記憶以多重方式進行系統化扭曲，**Baumeister 和 Hastings (1997)** 在研究「集體記憶的扭曲：團體如何討好與欺瞞自己」時，相當系統性地整理出集體記憶的七種運作機制 (引自翁秀琪 2001)，我們可從七種集體記憶的運作機制來看不同團體的集體記憶，如何爭奪「我們是西螺」這個文化場域：

1. 選擇性遺漏：一個團體會從其記憶中消除過去不好的一面，留下的記憶大部分都是正面性的，如此一來可以為集體記憶提供一個良好的基礎。選擇性遺漏多在價值觀變化的時候發生。



2. 虛構：創造不實的記憶。但完全虛構的記憶是十分罕見，集體記憶仍是受事實所限制。
3. 誇大與潤飾：大部分群體在過去都會有某些實際的成就，藉由強調與潤飾這些成就，群體能夠引以自豪。
4. 連結與分離：將事件的焦點放於單一起因而忽略其他，以讓事件嚴重的偏向某一種詮釋方式。
5. 怪罪敵人：藉由怪罪仇敵將自己的罪行簡化最小，甚至將責任全部怪給仇敵。
6. 歸咎環境：藉由怪罪環境將自己的責任降到最低。
7. 化約：大部分歷史事件都包含高度複雜的因果網路，因此集體記憶無可避免地會將之簡化為簡單的詮釋，藉由選擇強調哪一個因果關係，人們可以將事件置於最迎合團體自我形象的特定背景脈落中。

大橋節的舉辦，發現有不同的集體記憶在爭奪西螺文化，他們可能彼此間的聯繫不強，在一個嚴謹的情況下可能有爭奪的情形、排除對方的訊息，以下就西螺大橋意象、導覽工作、地方特產、來往濁水溪南北兩岸交通樞紐、地方技藝這五方面來看集體記憶爭奪西螺文化的情形。

## 第二節 螺陽文教基金會內部集體記憶的不同

臺灣新興的地方節慶就是我們文建會在社區營造所要去轉向的，過去都是由公部門，甚至是專家插手所做的一些規劃，現在則是接給地方，因為交給地方，這些民間團體才會變成策劃的主角。文建會想輔助地方團體，而螺陽文教基金會所提的就是要把西螺大橋形塑成現代、休閒、藝術、觀光的橋樑，所以螺陽文教基金會所提的企畫符合了文建會社區營造的理念，獲得補助經費，而有西螺大橋觀光文化節的舉辦。

但是並非同一個群體強調的地方記憶就相同，張老師是螺陽文教基金會的成員之一，以下就螺陽文教基金會和張老師在西螺大橋意象以及導覽工作份量的不同做個區別：

### 一、「西螺大橋」意象的爭奪

#### （一）螺陽文教基金會

2000年第一屆的雲林縣西螺大橋觀光文化節，在2002年雲林縣政府首度和彰化縣合作辦理大橋節，從那年開始，公部門鎮公所加入活動的承辦單位，雲林縣的大橋觀光

文化節，除了 2005 年的米食文化節外，從 2000 年到 2006 年的大橋節，螺陽文教基金會都是擔任主要打造地方特色的承辦或是規劃單位。

表 2-4 歷屆大橋節主辦和承辦單位 (2000 - 2006)

年代	活動單位
2000	行政院文建會指導，雲林縣文化局主辦，螺陽文教基金會承辦
2001	行政院文建會指導，雲林縣文化局主辦，螺陽文教基金會承辦
2002	行政院文建會指導，雲林縣文化局主辦，鎮公所、螺陽文教基金會承辦
2003	雲林縣文化局主辦，西螺鎮公所、螺陽文教基金會、濁水溪日月文教基金會（後改名為七崁武術文教基金會）承辦
2004	雲林縣政府文化局指導，西螺鎮公所、螺陽文教基金會、七崁武術文教基金會承辦
2005	雲林縣文化局主辦，西螺鎮公所、西螺鎮農會承辦，螺陽文教基金會協辦
2006	雲林縣政府主辦，西螺鎮公所承辦，螺陽文教基金會企畫

螺陽文教基金會的前身是小草讀書會，因為搭上 1995 年全國文藝季的列車，正式掛牌成立。1995 年第一屆全國文藝季在全省各地陸續展開時，雲林縣文化中心挑定在西螺舉辦「西螺演義」，那時後是以籌備處的名義自告奮勇承攬部分工作，打響知名度籌夠資金，正式掛牌而成立。每一種集體記憶依附在具有時空界限的團體組織之內（Halbwachs, 2002 [1952]: 84），表示不同的集體記憶都有其對應的社會群體，因此西螺這個大社區可說是提供了不同集體記憶的架構，螺陽文教基金會這個地方文史團體首先用「西螺大橋觀光文化節」的地方節慶活動把他們認定的西螺建構出來。

螺陽文教基金會認為一個社團要經營的好，除了經費、人力問題外，需找出精確的目標，提出適切的公共議題，而西螺大橋的存廢問題就是他們關心焦點所在。1953 年開通的西螺大橋，在 1992 年溪洲大橋（或稱新西螺大橋）興建通車之後，臺一線便改由溪洲大橋取代，西螺大橋變成縣道 145，由省級位置降為縣級。交通功能逐漸被取代，鐵橋也因長年日曬、風吹、雨淋而斑駁銹蝕，更因每次的維修經費高達數千萬元，而一度傳出公路局有意拆毀西螺大橋。螺陽文教基金會當初聽到拆橋的消息，本以為是空穴來風，經過求正，確有此事。務農為主，菜金菜土的西螺，菜土的時間特別多，要脫胎換骨，一定要往觀光發展。如果不尋求轉型，西螺大橋將面臨被拆除的危機（螺陽 A1，20060522）。

1998年，正是西螺大橋通車四十五週年，螺陽文教基金會舉辦西螺大橋通車四十五週年慶，正式提出西螺大橋的存廢問題，帶出建橋歷史，更引出一般人對西螺歷史的興趣。縣政府與鎮公所就此正視西螺大橋的存在價值，而有縣政府「西螺大橋觀光區規劃案」與鎮公所規劃的「高灘地整治工程」的產生，而2000年之後螺陽文教基金會每年具體的「西螺大橋觀光文化節」的舉辦更是試圖要建構一個屬於他們的西螺集體記憶，大橋節的活動大都在西螺大橋橋上或周邊舉辦，一座長約2公里的鐵橋被分一半，橋中間第16拱以南是他們記憶中西螺文化的空間象徵範圍，而整座的西螺大橋就是西螺的器物象徵。他們更以辦理大橋節為榮，因為「幾年前交通部想把大橋拆掉，後來我們螺陽文教基金會辦理大橋觀光文化節，打開知名度後，幾次辦下來，後來交通部終於不拆了」（螺陽A3，20050519）。

因拆橋消息要保橋而促成的大橋節，就如Halbwachs所認為，我們對過去的集體記憶非常不完整，有些事件被遺忘，有些事件則被留存於記憶中，是當下的需求、問題和信念（護橋）決定對於過去的記憶，我們所記得的事件被選擇性地記錄下來。螺陽文教基金會這個肩負活化集體記憶之責的機構，透過選擇性的紀錄，對過去的事件賦予獨特的意思。大橋節以西螺大橋為主題，被選出來代表西螺地方的特色，就是有它對西螺人的特別意義，就如Schwarz主張被選出來紀念的事件一開始必須有某種事實的意義才有資格被紀念，意味著集體記憶同時包括過去漸進累積的(cumulative)及偶發插曲式的(episodic)建構。所以Schwartz藉著強調集體記憶的歷史持續性，以及指出過去對現在歷史理解的影響力（蕭阿勤，1997：268）。

那代表螺陽文教基金會的大橋文化應該如何被呈現呢？螺陽A1認為愛菲爾鐵塔和西螺大橋同樣都是鋼鐵建築，且有諸多的相似點，在愛菲爾鐵塔遠眺巴黎與塞納河風光，就如在西螺大橋上東眺二水山景，西望濁水夕照風情，巴黎愛菲爾鐵塔有巴黎眾多古蹟、文物與塞納河為基礎，發展它的觀光休閒事業，而西螺大橋，也有西螺鎮近三世紀的臺灣開拓史、古蹟文物以及臺灣最長的濁水溪為根本，所以殷切盼望能讓西螺大橋轉換成觀光橋樑，成為長達二公里的藝術長廊。

我有個夢，如果有一天西螺大橋變成一座觀光休閒橋樑，橋上隨處置放了許多中外著名的大雕塑品，散步橋上，除有藝術雕塑 曼妙音樂又有濁水溪的夕陽可供欣賞，走累了可停些於路邊的雅座，啜飲香醇咖啡，請人畫像，或可藉乘來往其中的三輪

車；甚至您可以盛裝搭乘馬車，輕赴一場橋上高尚餐廳的晚宴；倚窗輕撫濁水夕照，傾聽溪流低迴；冥想世代詩人吟詩的詩句成歌唱，靜心俯看淳淳長流與遠眺天空五彩幻化的美景，那種遠離塵世的清爽，非親身體驗，難言之萬一。西螺大橋橋下寬廣達 90 公頃的公園綠地，大小風箏點綴天空，煩人的風沙遠離了，沙石車不見了，人人重作溪河子民的樂趣，大人小孩在溪邊做「沙雕」、玩「土粿」，橋前廣場上狂妄少年的滑板，正以加速度，揮灑熱汗漆染著這片亮麗的土地。我的夢在巴黎旅遊時得到啟示。西螺大橋與艾菲爾鐵塔有諸多相似之處（廖登堂，2001：1）。

我們從歷屆的大橋節節目內容活動單來看，很明顯發現愛菲爾鐵塔上的咖啡雅座、曼妙音樂、藝術雕塑、畫家畫像、三輪車這些構成的元素，在大橋節上並沒有缺席（見圖 3-1）。咖啡雅座每年總是在大橋上獨領風騷。即使被很多人質疑西螺並不出產咖啡，螺陽文教基金會表示在橋上的咖啡雅座，配合提琴的演奏，晚風徐徐吹來，是種浪漫情調，他們想以一種優雅浪漫方式進行（螺陽 A2，20051122）。這是一種相當「西化」的大橋文化。



圖 3-1：2001 年大橋節橋上的咖啡雅座、人像素寫、提琴演奏  
資料來源：螺陽文教基金會提供

2001 年的大橋上有小提琴、爵士樂、詩詞吟唱、即興樂器演奏、專業人像素寫、並配合地區攝影協會於橋上作「濁水溪與大橋」幻燈片作品欣賞與臺語老片露天電影，搭配咖啡香營造浪漫異國風味。除了在兒童福利館有雕塑藝術家專題講座，更在橋上舉辦國際級的雕塑藝術展，以國際雕塑大師楊英風、朱銘、王秀杞、薩燦如等人的響亮名號為大橋套上光環，為西螺披上藝術大衣。雖然一般民眾對西螺大橋的印象只是交通的通道，很難與藝術文化結合在一起，但是螺陽 A4 表示，借重這些藝術家，為西螺大橋帶來藝術文化氣息，以後還是要續辦雕塑展。並期許到 2003 年時，希望透過邀請創作展的方式，留下藝術家的作品，作為將來大橋封橋時展覽之用。

西螺沒有著名的藝術家，西螺的振文書院就是擺在那邊，石敢當也是擺在那邊，老街也就在那邊，西螺的在地文化有什麼具體值得拿出來表現的嗎，沒有啊。把這些經費拿出來去請一些有名的雕塑家把他們的作品擺在橋上，吸引這些觀光客來看，立意很好啊，藝術的層次比較高（螺陽 A3，20051123）。

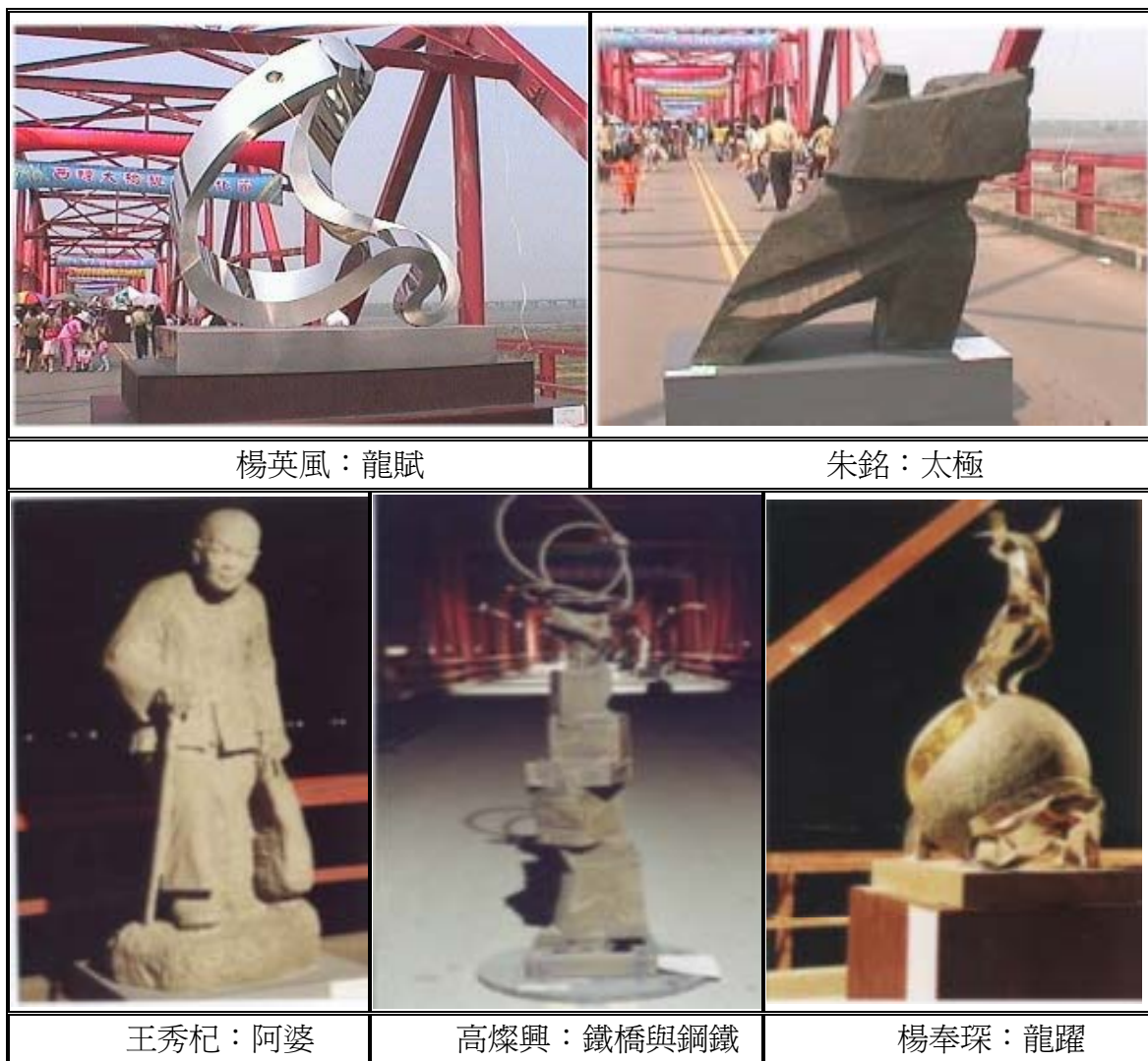


圖 3 - 2：朱銘、楊英風等雕塑大師在 2001 年大橋節橋上的作品

資料來源：螺陽文教基金會提供

2003 年適逢西螺大橋通車 50 週年，橋上有 5 位雕塑家的作品，其中鐵製紅色「雲州大鐵俠」，活動結束後放在大橋堤防石敢當旁邊，以及一隻「春牛」則放在西螺國中校園。這兩樣作品在 2006 年的大橋節也再一次被拿出來擺置。除了這兩樣之前保留下來的雕塑品外，也在大橋南面西側放置許禮憲和莊丁坤的雕塑作品，前者是以整片弧形的鋼板做成的「白鷺鷥」，用飛翔的鷺絲來象徵乾淨無污染的西螺農村，後者則是用鐵

片素材，做成孩童印象中的西螺就是臺灣「牛」，凸顯西螺的自然景觀意義。這種「鋼鐵」素材正符合西螺大橋「鐵」橋材質（圖 3-3）。



圖 3-3：和大橋同樣鐵材質的雕塑品

資料來源：螺陽文教基金會提供

而橋下活動不是風箏表演秀就是吉普車競賽（圖 3-4），2000、2001、2003 年的風箏秀<sup>10</sup>，是由螺陽文教基金會邀請雲林縣風箏大師候順政校長帶領風箏表演隊前來演出，而 2002 年和 2006 年的橋下吉普車競賽，則是公部門請吉普車協會來共襄盛舉。2003 年規模較大，螺陽文教基金會也邀請王秀杞等中華民國雕塑學會會員在濁水溪河床表演砂雕過程後，開放親子來參加比賽。但不管如何，這些活動正是爲了後來西螺大橋周邊高灘地整治後，從事活動前的暖身運動，就如螺陽 A1 在巴黎愛菲爾鐵塔旅遊得到的啓示，期待規劃後有一大片公園綠地，可在那邊放風箏，從事體能方面的運動。

幾年前西螺是不起眼的，但自從辦了大橋節後受到公部門的重視，西螺開始有橋下高灘地的整治計畫，之前橋頭下是養豬、養鵝場，現在已夷平在整治，且辦了大橋節後，兩縣才有互動，彰化縣以前是不辦大橋節的。大橋節應該往橋下延伸，好幾

<sup>10</sup> 廖淑玲（2000，4 月 3 日），〈西螺大橋上空秀，看大風箏上青天 - 十米長龍鳳凰風箏高飛，吸引二十餘隻大老鷹繞著盤旋，橋上數千人報以掌聲，陣陣陣咖啡香助興〉，自由時報，B7 版。

甲的河川空地，不能有高莖植物，所以可設置停車場、開闢綠地、花海、成為放風箏的場所，或開闢成水池成清水公園（公所 B1，20051110）。



圖 3 - 4：橋下的風箏秀及吉普車表演

資料來源：螺陽文教基金會提供

但是這種因為集集攔河堰的興建，濁水溪水量受到極大限制，在河面縮小而空出大面積的高灘地上放風箏、吉普車越野障礙賽等的圖像，卻與在地人 A3 小時候在橋下土地上嬉戲的意象不一樣。在地人螺陽 A3，回憶小時候，濁水溪的水都濁濁的，下大雨造成水很大衝擊橋墩形成浪花，十幾歲初頭的他們總是在橋頭附近玩水，僅管水深有半個人高，而在地 E1 更是述說他小時候在溪邊游泳、偷摘西瓜、吃西瓜、用西瓜洗臉、西瓜乘溪漂流的童趣，這些記憶都難以跟螺陽文教基金會要重作溪河子民的意象一致。

濁水溪的河床很長，以前的小孩比較沒有地方可以玩，都跑去河床上一丫丫沙子，現在都沒有辦法看到了，我們小時候，在溪底游泳，在溪邊一丫丫沙子，去偷摘西瓜，西瓜捧著要怎麼吃？每個人都有自己的方法，一個小孩子怎知道這顆西瓜好不好吃？怎麼剖？有的用ㄍ×ㄌ，有的有摔的（臺語），吃完就把臉洗一洗，這就是童年的快樂，西瓜要怎樣才好玩？就是把西瓜丟進溪裡，上游往下流流，流到溪底，我們再從溪底把它抱起來（在地 E1，20051118）。

2004、2005 年的大橋節公部門和農會紛紛加進來爭奪「我們是西螺」的集體意象，使得螺陽文教基金會幾乎退出大橋節活動的參與。但是螺陽文教基金會不改初衷，要把



西螺大橋變成一座觀光藝術休閒橋樑，也想把西螺大橋結合燈光魅影夢想<sup>11</sup>，讓每週末、日都能帶動觀光人潮進入西螺小鎮。於是在 2005 年九月中秋節前夕週六、日在大橋上舉辦觀光文化節——「韻動光廊慶中秋 BBQ」活動，大橋首次有夜間 360 度旋轉投射的燈光魅影和音樂旋律。

這次大橋節比較沒有我們的節目，我們就補辦中秋節烤肉那個活動，我覺也沒什麼，那個探照燈我快昏倒了，又沒什麼，還花那麼多錢，黑漆漆的，還好有人在賣藕冰比較亮，不然都不知道肉熟了沒？堤防也斜斜的，太危險了。聽說是請 2008 在大陸奧林匹克的燈光師來設計的，問題是你拿 30、40 萬叫人家來設計，能有什麼奧林匹克好幾百萬的品質，如果奧林匹克像這樣不就丟臉死了！虧本的生意有誰要做，30、40 萬還是有 30、40 萬的品質。從電腦的光碟看很漂亮，我那天，看了半天以為會有新的花樣，可是都是這樣，在那邊站到腳都酸了也沒有新的花樣，哈（螺陽 A2，20051122）。

但是這種夜間橋的燈光意象，並不是單純為西螺大橋增添夜間的光彩，螺陽文教基金會除了想扳回 2005 年大橋節被鎮公所、農會接手辦理的承辦權，實際上是一場政治宣傳會，要替裡面的成員競選造勢，文史團體已經泛政治化了。

螺陽文教基金會這種以法國愛菲爾鐵塔為藍圖的大橋文化，把大橋塑造可在橋上聽音樂、喝咖啡，結合朱銘、楊英風等大師的雕塑作品，夜間燈光魅影的夢想，仿若法國高雅的巴黎鐵塔般，是一個在地加入外來元素，可以走上國際舞臺，與全球較勁的高雅觀光休閒鐵橋意象。在 2006 年的大橋節，為了凸顯西螺大橋的興建辛酸史，藉由大橋特殊的鋼鐵建築場地，蒐集了世界與臺灣著名鐵橋同步在大橋上展出，集合全國各式用途鐵橋來闡述世界名橋之美，與西螺大橋興建的一頁滄桑，藉著三十三件的作品展覽，營造西螺大橋為藝術長廊意象。

## （二）張老師

螺陽 A3 是見證大橋啓建的那一個世代的代表，螺陽文教基金會這種在大橋節新發

<sup>11</sup> 該基金會執行常務董事何美慧說，縣政府曾經規劃西螺大橋的夜間燈光音響，但經費高達 8500 萬元，要不到上級的經費補助款，大橋活化計畫因此胎死腹中。最近一名臺商在大陸設廠為 2008 年奧運開幕式做燈光音響設計，何美慧轉述說，這位臺商對於西螺大橋夜間燈光一案，認為只要 850 萬元就可以做，經費差別 9 倍，才又重拾實現大橋夜間燈光的信心。引自雲林旅遊網 [http://yunlin.mmmtravel.com.tw/index\\_m.php?ptype=news\\_view\\_from&id=4039](http://yunlin.mmmtravel.com.tw/index_m.php?ptype=news_view_from&id=4039)

明的傳統，使得螺陽 A3 原先見證的大橋意象不見了。

螺陽 A3 述說著他記憶中的大橋，西螺大橋歷經日據時代、第二次世界大戰與光復後三個時代，橋墩是日據殖民政府興建的，鋼桁則得自於美國的援助，而辛勤奔走與施工監造的則為國人，這座橋可說是「三國演義」，歷經三個國家一起建造完成的。日本人和美國人參與大橋的興建就是看中西螺大橋在臺灣戰略以及運輸的重要性，大橋南側旁的石碑以及橋上的中美合作標誌都敘述著大橋的緣起與經過（圖 3 - 5）。



圖 3 - 5：大橋石碑與中美合作標誌

西螺大橋貫通濁水溪兩岸，我們現在說的濁水溪其實是北斗溪和虎尾溪匯流而成的西螺溪，但是現在大家都不叫它西螺溪，而以濁水溪為大家所熟知。濁水溪的支流共有三條，約在 17 至 18 世紀南岸的虎尾溪為主要幹流，但 1795-1898 年時又變成中間的西螺溪為主要幹流，而 1898 年的大洪水，幹流又變為北方的北斗溪，1912 年北斗溪與虎尾溪源頭的溪水被匯集到西螺溪，自此西螺溪變成為主要幹流。

早期西螺大橋尚未興建時，濁水溪南北兩岸的交通，遠在清代時期便設有渡筏站，以竹筏作為與北方交通往來的工具，西螺站是除了集集站外另一個重要陸路轉水路的主要驛站，臺灣的河川冬季時河水枯竭，因此溪面可供通行，清代時期常有商人與牛車利用枯水季節通過溪底，至日治時期便開始有車輛往來兩岸，但夏日雨季後，濁水溪水位

大漲，居民只得用竹筏來當交通工具，十分不方便，生命安全也受到威脅，但自從西螺溪爲主幹後，雨季使得溪水流量變多、流速變快，竹筏不能通行，造成民眾安全以及商業活動的限制，且因爲泥沙的大量淤積，使得河床日漸升高，甚至有高過西螺聚落的趨勢，爲了防範洪水氾濫的災害，促使地方人士有築橋的提議，而後讓日本當局在西邊興建堤防。

西元 1937 日本認爲地理上，濁水溪把臺灣割成北臺灣和南臺灣，考慮到臺灣在未來戰爭中，能有獨立自給自足的能力，基於戰略和運輸的需要，日本工程師開始設計勘查西螺大橋的建立，但是只能利用冬季枯水期施工，一直到西元 1940 年才完成 32 座橋墩。橋墩完成後，橋面鋼樑本可繼續建造，卻因爲發生珍珠港戰爭，日本急於南進，移往海南島修建碼頭，工程又告中斷停頓。

32 座橋墩做好了，後來日本發動東亞戰爭，第二次世界大戰，跟中國、美國戰爭，日本人就沒辦法繼續來完成，上頭的鋼料，在琉球運來的時候被美軍轟炸機炸掉而沈下去。後來戰局比較危險，日本人就不再做了，把這些鋼料都運到中國海南島，建造飛機廠，第二次世界大戰日本戰敗，日本人就回去，回去後剩下孤零零的 32 座橋墩在河水上（螺陽 A3，20050519）。

臺灣光復後，西螺大橋仍只有橋墩而沒有橋面，一直到 1949 年，地方的士紳認爲這座橋很重要，是南北交通要樞，此橋一日不完成，即一日有阻礙全省交通之慮，鎮長向政府建議這座橋的續建是刻不容緩，請求美國援助，而美國也是考慮臺灣具有軍事上重要的戰略地位，認爲建橋具有經濟和戰略的價值和功能，才願意援助興建這座橋樑。

後來有請一個美國工程師過來看看，美國工程師看了之後，說：「beautiful，橋墩都已經蓋好了，橋面應該是沒有問題的。」這位美國工程師就回報當時的美國總統 - 杜魯門總統，美國工程師向杜魯門總統說臺灣有座很漂亮的橋，希望美國能幫助他們，是因為後來韓戰即將爆發，總統認爲臺灣是個戰略很重要的地方，美國總統才答應，大橋的鋼樑是採華倫式的設計，H 字形的，鋼料在美國做好，運送來臺灣，1952 年 3 月開工，從西螺南端這邊做上去，溪洲那邊做下來，兩頭同時進行，就這樣一直進行到 1952 年底，1953 年 2 月 28 日開通……（螺陽 A3，20050519）

大橋的國防價值呈現在它的顏色以及旁的崗哨，「大橋剛建好時的顏色跟下面的濁

水以及沙子顏色一樣都是灰色的，所以大橋頭的北端和南端都有崗哨」，螺陽 A3 指著大橋旁已荒廢的崗哨（圖 3-7），「那是崗哨，以前有兩個阿兵哥站在外面背槍在顧，有狀況把人擋住、進行檢查。大橋很重要，怕被炸掉，溪洲那邊也有。」（螺陽 A3，20050519）螺陽 A3 要小朋友過去看崗哨，有一個人先進去裡面，之後才又陸續進去幾個，他們模仿自己是阿兵哥，舉槍射擊，輪流進出，用手指比作槍，在那邊玩，這些見證大橋啓建的記憶，儘管 A3 生動講述五十多年前當時令人驚嘆的造橋技術，但是對目前 10、11 歲的小孩來說，卻喚起不了他們的記憶，因為他們根本不屬於那個年代的群體，於是他們興趣缺缺，開始私下交談，離螺陽 A3 越來越遠，講話聲音越來越大，在哨子吹起「嗶—」聲後，才又繼續螺陽 A3 的大橋記憶述說。

技術非常的好，兩邊合起來相差不到 2 公分，橋墩都做好了，抓準，鐵丫排一排丫×∟起來，再做下去，很辛苦。我講其中的一個例子，橋頂高高，早期的機械沒那麼進步，工人爬上去，用那個鉚丁，像圖釘那種，把橋頂拴在一起。鉚丁燒得紅紅的，上頭的人戴帽子戴棉手套，下面的人用鐵夾住，燒得熱熱的，一二三丟上去，上頭的人接住，技術都很好，不簡單，丟上去，接住，穿進去，么 丫一么，鐵冷掉就不能么 丫一么，所以要趁熱，打鐵要趁熱（螺陽 A3，20050519）

橋上還有鐵軌？早期溪湖糖廠爲了運輸甘蔗及載運旅客方便，特地在大橋鋪設小火車鐵軌（圖 3-6），形成汽車與火車在橋上並駕齊驅的奇景，但雨天時，機車常因鐵軌打滑，造成翻車、摔傷的意外，被鎮民封爲「催命鐵道」，因此橋上的鐵道在 1971 年被臺糖拆除後，就再也看不到了。

早期溪湖糖廠的小火車直接通到你們溪洲那邊，沒有直接到西螺，那邊有一個南州國小，有一支鐵路，我這個老老師就是坐這樣的火車去虎尾中學讀書的，鐵軌是做什麼的呢？1950 年代、1960 年代，臺灣的糖業最興盛，載白甘蔗，順便可以載客人，後來到 1960 年代的末期，糖業不興盛了，糖不一定要用甘蔗，用化學原料也可以，糖業也不賺錢了，糖業沒落，火車就不跑了，之後你爸爸在騎的機車出現，糟糕，火車不跑，機車在跑，機車一打斜就滑倒，一分鐘內要趕快爬起來，不然車來就碾過去，時常發生車禍，不是碾到手就是腳，碾到頭就再見了。地方的人士就跟糖廠建議，請求交通部把鐵軌拿掉，因為現在糖廠火車已經不跑了，尤其冬天下雨，鐵軌都滑滑的，機車騎過很容易打滑，交通部認爲有理，鐵軌就拆掉了，所以

你們以後在紀錄片，看到西螺大橋火車在跑，不要以為很奇怪，橋上沒有鐵軌，火車怎在上面跑？55 歲以上的就有印象，知道橋上有鐵軌可讓火車跑，55 歲以下就較不知道（螺陽 A3，20050519）。

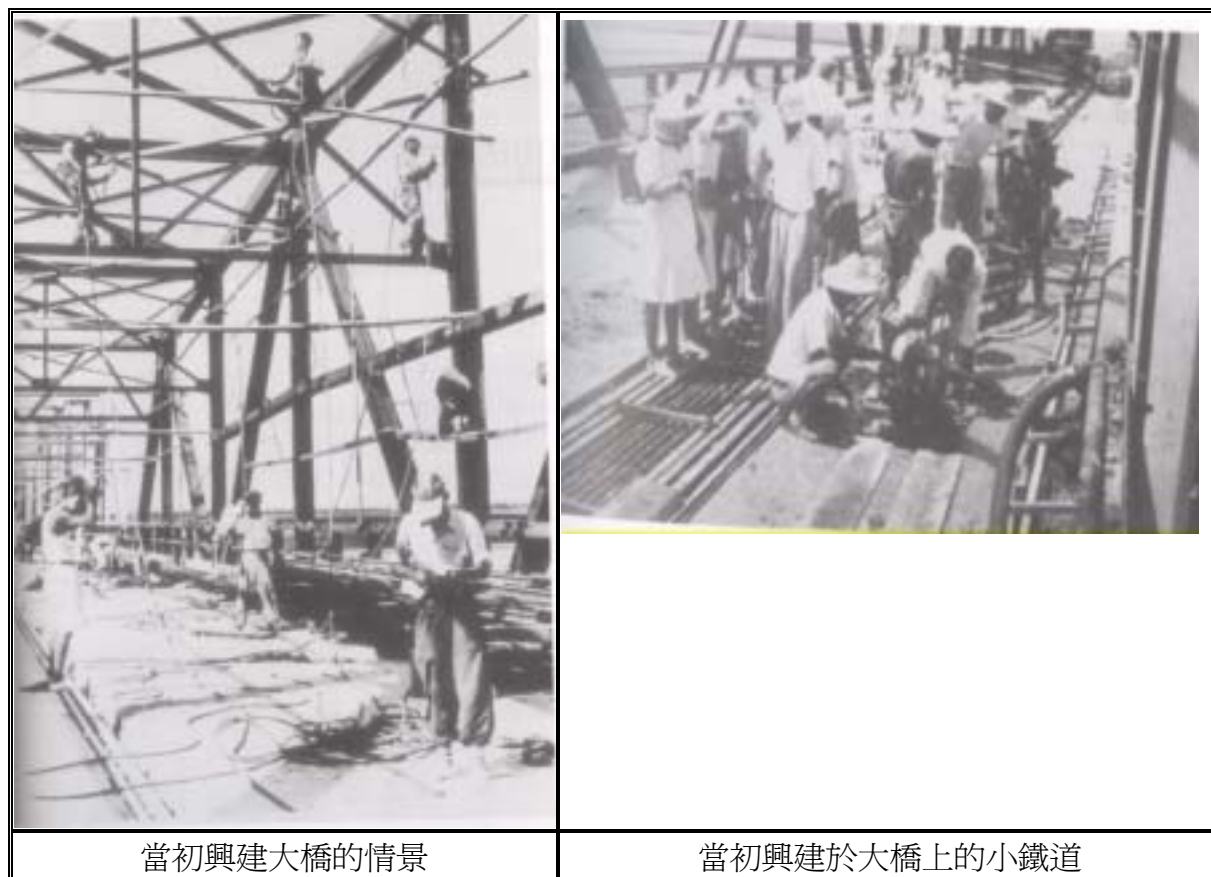


圖 3 - 6：當初興建於大橋的情景與橋上的鐵軌

資料來源：李明儒（2000：23，33）

風光了四十餘年的西螺大橋，但橋就像人一樣，年輕時的意氣風發也是會有道貌岸然衰老的一日，大橋年事已高，河沙沖刷又極為激烈，以致橋墩有下陷的現象，目前限制過橋車輛的載重重量須在 15 公噸以下，時數也限制在 25 公里以內，不能承擔大型車載重的負荷，公路總局考慮到大橋結構安全，在大橋兩側橋端有限高門架，但被撞毀很多次，之後改用連吊車才能移動的充水式護欄置於橋面中央（圖 3 - 7），僅容小行車通行，但還是傳出被蓄意破壞，水流空後被移到路旁<sup>12</sup>，蒼老的西螺大橋儘管載重能力已有問題，每天仍包容不少拼裝車、小轎車、機車、腳踏車經過。隨著南北交通流量的增加，政府陸續興建了替代橋樑，分散原西螺大橋的交通運輸量，造成西螺大橋的交通功

<sup>12</sup> 聯合報，2004.01.25 第 18 版

能逐漸被取代。

往那邊算過來有南雲大橋、彰雲大橋、中沙大橋、新的西螺大橋，我們這邊說是新西螺大橋，人家溪州那邊說是溪州大橋，好，我們繼續往那邊看，自強大橋，那邊就是你們彰化二林，再往最西邊的濱海大橋，就是往橋頭那邊，往六輕方向的一、二、三、四、五、六、七，總共有七座大橋了，所以我們西螺大橋的重要性就減低了，就如你們看到的，目前西螺大橋只有小車子能通過，大車子不能過（螺陽 A3，20050519）。



圖 3 - 7：橋頭前的路障與已荒廢的崗哨

約二年餘的施作時間，因為時空因素的緣由，整整拖了十七年，這樣殷殷期盼來的跨溪鋼橋，儘管目前臺灣內已經有許多橋樑的長度超過西螺大橋，對螺陽 A3 這個世代的人而言，它是地方的代表建築，是故鄉的圖騰，更是西螺人精神上與文化層次的象徵與寄託，它的地位和份量不是其他新的橋樑所能取代的。我們可從以下這段話得知：

過去我們西螺國小的小朋友，帽子圖案是西螺大橋，體育服裝的圖案是西螺大橋，書包的圖案是西螺大橋，連課本封面也是西螺大橋，西螺大橋是我們西螺的標誌，我們校長做了一個精神錦標，西螺大橋在下面，上面做個西螺的稻穗，我們西螺的小朋友吃西螺米長大的，畫一個小朋友表天真有活力，用不銹鋼做起來，放在我們活動中心的前面（螺陽 A3，20050519）

## 二、導覽份量在大橋節與平日有別

張老師（螺陽 A3）平日在螺陽擔任導覽的工作，實際帶民眾介紹西螺，不只去看大橋，他會帶民眾去看西螺的延平老街屋文化、廟宇文化、產業實際製作的過程以及張廖家族來西螺開拓的見證。整個西螺大社區都是他詮釋西螺文化的空間象徵，舉凡西螺大橋、振文書院、崇遠堂、石敢當、福興宮、延平老街街屋建築以及醬油、豆皮製造工廠都是他表達西螺文化的器物象徵（圖 3 - 8）。



圖 3 - 8 : 張老師平日的導覽場景



但是大橋節活動期間，導覽工作的地位似乎被矮化了，可從導覽的範圍和集合的指示兩方面來比較，每年的觀光文化節活動手冊都有「古蹟踏訪」一項，2006 年的手冊上更是標榜「螺陽文化古蹟一日遊」，但是事實上「只有假日 10:00 和 17:00 各一場，於大橋服務臺接受報名，平日要事先預約」，翻開螺陽文教基金會出版的西螺觀光文化導覽手冊，西螺的古蹟有西螺大橋、振文書院、全臺最大的泰山石敢當、福興宮、廣福宮、西螺的張廖氏族家廟崇遠堂、福善寺、延平老街屋、阿善師墓園、七崁武術牌樓，但是在大橋節那幾天，景點的選取只有大橋附近的幾個點，導覽的路線設計是西螺大橋—老街—福興宮—文化館—石敢當，採取步行的方式，所以只能在大橋附近的古蹟景點作導覽，平日有團體來參觀西螺，可依照遊客欲參觀的景點進行導覽，需要導覽費用，大橋節的導覽，螺陽文教基金會規定以 2 小時內步行的路程，所以侷限在大橋以及大橋附近，完全免費，不過若有其他路線安排則要收費。

筆者曾幾次在大橋節導覽活動進行前，特別注意活動的宣傳，即使手冊上有註明欲參加導覽此項活動在服務臺登記，但在活動期間，大橋上似乎看不到任何指示集合牌。

前兩次我都有請祕書在服務臺掛一個導覽集合站，這兩次大橋節的導覽活動宣傳似乎有點不夠，所以我請服務臺於活動前半小時再次廣播，但是時間到了，還是沒什麼人，願意來聽導覽的人很少，會來聽的大都是中老年人（螺陽 A3，20051123）。

因為大橋節導覽是採當日現場報名的，有一定的集合時間，也許沒有明顯的標誌，很多人根本不知道，平時才會有團體或個人現場報名或事先預約。公所 B1 也認為，其實 8 成的人都是走馬看花，真正願意深度認識的，只有會事先報名的團體（公所 B1，20051110）。2006 年導覽時間到了，服務臺前沒看到指示牌，也沒聽到任何集合的廣播，這項活動在大橋節對外的包裝似乎很欠缺。

由於延平老街諸多歷史建築，見證了西螺鎮商業繁榮及文化發展的歷史，配合政府保護歷史文物，成立地方的文化館的政策，許氏族人無償提供延平老街上的許捷發乾記茶莊老屋作為螺陽文教基金會「西螺延平老街文化館」。地方文化館成立的那年大橋節，螺陽文教基金會改變原先參加導覽的集合地點，移到延平路上的文化館，希望有更多人能來參觀文化館，但是一直不被重視的導覽集合地點，還想利用它來宣傳地方文化館，使得螺陽 A3 等了一個上午沒人報名的情況下，下午便親自去大橋服務臺前招攬遊客參加導覽。

好像是三年前(2000)阿亮希望大家能先到文化館來參觀文物,那時後許捷發茶莊整理布置好,有一些資料可以給人家看,就把導覽的集合地點改在文化館,那天真的很慘,來參加大橋節對文化有興趣的人真的很低很低,對景點發生興趣 100 人只有一兩個人,來大橋節這邊的人都是來看熱鬧買吃的,雖然有箭頭指引過來這邊,但是從 10 點等到 12 點都沒有一隻小貓,所以下午 3 點我就堅持要在大橋頭等客人。原本在大橋頭等客人就很少了,更何況還要人家從大橋跑來這邊等,每年導覽我在帶,又不是他在帶,西螺在地人知道的根本不想聽,外來的人想聽,但不知道文化館在哪裡,不要說外地人,連在地人也不知道文化館在哪,還要人家來這邊集合聽導覽(螺陽 A3, 20051123)。

一個熱愛導覽工作的人,平日為不同團體述說他對西螺大社區的記憶,連電視臺都有他的紀錄痕跡<sup>13</sup>,有民眾 E1 表示「我真的很景仰張老師,他真的有用心在耕耘西螺,別人來西螺,他都有帶大家去看醬油怎麼做,像豆箕粿、金瓜米粉,這些別地方沒有的,他都有會一樣一樣講給大家聽,」但是反而要讓外地人多認識西螺的大橋節,卻因主辦單位沒有整合地方資源,錯失「帶大家去吃豆箕粿」為地方創立觀光的商機,「若好吃,以後他們回去會帶朋友來吃,或經過西螺時進來吃個豆箕粿、金瓜米粉……。」(在地 E1, 20051118) 可以向外地人推銷西螺的大橋節,主辦單位卻忽略了這個重要的大好機會。

### 第三節 「橋」外的西螺文化集體記憶的爭奪

前面談過螺陽文教基金會內部在大橋意象和導覽工作不同外,本節就從橋外的西螺文化集體記憶談論,分別從地方的物產、濁水溪南北兩岸的交通樞紐以及地方技藝這幾方面來論述。

#### 一、地方特產的集體記憶爭奪

在地方物產集體記憶爭奪方面,又從農會的濁水米、公所的蔬菜、醬油、麻糬、地方小吃以及縣政府的各鄉鎮農特產、在地的竹編文化分別論述。

<sup>13</sup>公視 269 集下課花路米「西螺老街」、日本 JET 電視臺「瀨上剛在臺灣」。

### (一) 農會的濁水米 < - > 公所的蔬菜、醬油、麻糬、地方小吃

西螺大橋不僅是橋上的交通功能被取代，連橋下濁水溪河床砂地上所種的大西瓜（圖 3-9）也是，「在 1970 年代，農業發明了無子西瓜，很多的退伍軍人，也就是老又 V，把改良種拿來這邊種，又大又甜的無子西瓜」（螺陽 A3，20050519），西螺農會把無子西瓜推廣至香港，轟動一時，西螺西瓜就是在那時候開始有名。但如今已趨沒落，連農會都不願再推廣了，因為西螺地區西瓜盛產期約在農曆四、五月間，正值雨季，而農民種西瓜又以濁水溪底為主要地區，所以常遭天災雨害，導致無法收成，久而久之，農民種植意願就低落，加上，近來砂石場林立，對西瓜種植也造成重大影響。



圖 3-9：橋下的西瓜田與橋頭的西瓜攤

資料來源：程健麟等（2002：124）

農會不推廣大西瓜，那何種物產成為農會推廣足以成為西螺的代表？農會認為由濁水溪孕育的西螺米，是西螺最具有代表的農產品，西螺米可是在日治時期被選為「獻納米」，名噪一時呢，在 2005 年的大橋節是這種集體記憶最強的代表，2005 年文化局希望能藉助劍湖山遊樂世界，推展臺灣咖啡的成功經驗，把雲林縣特有的農產品行銷出去，讓西螺發揚米食，由農會和鎮公所承辦大橋米食節，將歷屆的「西螺大橋觀光文化節」改名為「西螺大橋米食文化節」，主打雲林縣特有的西螺獻納發芽玄米，農會把濁水米視為西螺最主要的代表，推展西螺獻納發芽玄米及其健康食用新主張，橋上的二、三拱橋由西螺農會提供系列講座、美食 D I Y、古農具展示區、西螺米展示區，但是鎮公所卻認為西螺是全臺最大蔬果集散區，且西螺又有「醬油王國」之稱，每天下午二時卅分安排蔬菜、醬油的義賣會，連橋頭布置應該以農會米食為重的，也被公所橋頭的醬油缸和蔬果搶走光采（圖 3-10）。

而西螺麻糬名氣雖然沒有醬油那麼響亮，但在活動期間一日到三日，九日到十日，五洲食品府提供 500 份麻糬免費供遊客品嚐，除了為自己商品作促銷，也是在為西螺物產記憶作加強。加上劍湖山業者要為自己打廣告，把兒童坐的小型遊樂設施搬上橋面，公所更是把鄰近鄉鎮高職的餐飲設計系列美食、花式調酒、西點等混為「西螺米食」，搬上屬於「我們是西螺」的場域，搭配之前螺陽文教基金會塑造的咖啡記憶，使得華山的咖啡業者也一併駐進大橋上，這樣混亂的主題內容，加上米食成品用保鮮膜包起來展示，有的還只是模型展，最具看頭的古農具一樣一樣被擺在橋上，雖然農會 C1 強調他們的古農具吸引好多人來參觀（農會 C1，20051212），卻少了說明，這樣的靜態展覽沒特色，沒有多大的吸引力，即使農會賣力宣傳西螺米的好，效果卻不大，導致雖名為米食節，卻感受不到很強的米食記憶。

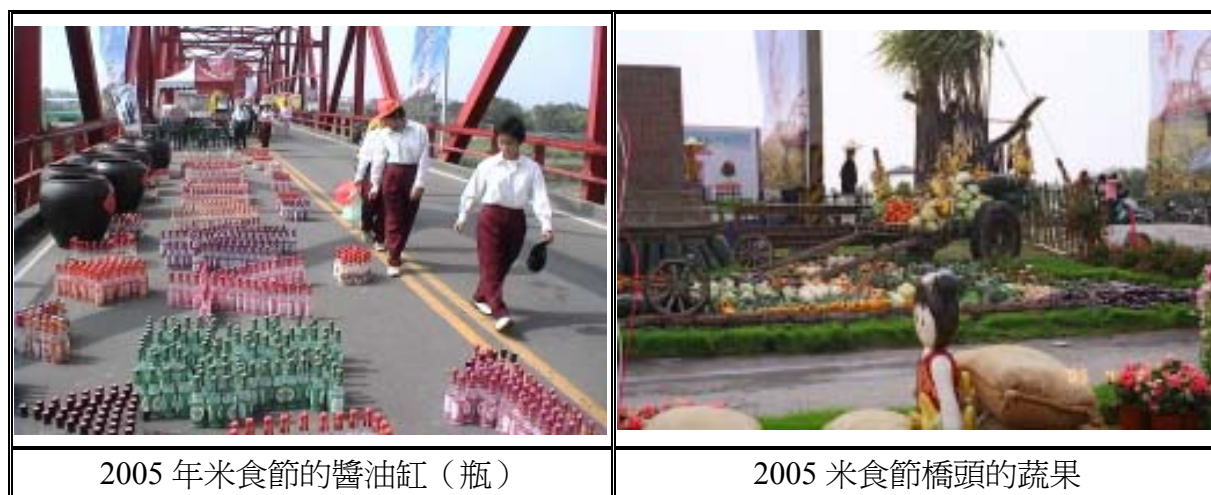


圖 3 - 10：2005 米食節的醬油缸（瓶）與橋頭的蔬果

即使是 2006 年的大橋節，農會還是主打濁水米的集體記憶，用稻草人布置成會場，在大橋周邊辦活動，舉辦發表會推廣西螺農特產（獻納米、黃金米、發芽玄米漿、米果、玄米黑糖糕、美容皂）。現場示範白米的誕生，把有殼的稻穗放進碾米機，我們平時吃的白米不是只經過一次的碾米次數，越多次的碾米次數，米色就越白。除此之外還有稻草編織、米漢堡的製作，供遊客親近西螺米。所以米製產品、稻草編織、碾米活動都成這次農會形塑西螺的器物象徵。

鎮公所在活動期間，還是主打麻糬、醬油、蔬菜這些西螺的集體記憶器物象徵，為配合發展西螺為觀光休閒小鎮，特別邀請西螺各特色商店開發新伴手禮，以饗觀光客需求，每日舉辦記者會發表一項西螺特產創意伴手禮（大橋餅、大醬干、柳丁醬油等）。然而這些伴手禮，其實就是西螺特產麻糬、醬油的新產品。而農會當然不干示弱，推出精選 100% 西螺在地米—帝王級的「黃金米」一較高下。

而蔬菜的空間象徵這次不在大橋上或是大橋周邊，而是改在延平路的東市場內（圖 3-11），除了用黃昏蔬菜特賣的方式進行西螺特產的行銷，地方小吃也是公所這次西螺文化的象徵器物。東市場的榮消問題在 2006 年的觀光文化節很明顯被提出討論，早期因為西螺農業發展，東市場是全鎮最早興設的公有市場，生意相當好，隨著延平老街沒落，市場也跟著沒落，如今只有零星的攤販在市場內做生意，頗為冷清，在展智公司規劃商場機制與場地整理規劃下，提出兩項創舉：一項是黃昏市場的特賣，一項是西螺小吃大排檔，前者由西螺果菜公司提供商品，日日提供特價果菜，限時限量特價供應，尋求東市場商業行為復甦，現場有職訓局中餐烹飪講師王麗珠免費教導民眾料理風味美食、免費贈送食譜，也在中和社區協會中心辦理泡菜、菜干醃製等教學過程，後者是匯集西螺各處著名的傳統小吃（麻糬、餛飩、麥芽糖、蔥油餅、米糕、碗粿等 20 個小吃攤），以小吃市集為商場定位，激發東市場商機。

為了吸引民眾到東市場消費，舉辦參加摸彩抽獎活動，這是歷屆大橋節的創舉，將活動地點脫離大橋附近，重視大橋以外的景點。不過這種創舉並沒有預期中成功，雖然低價吸引很多鎮內的婦人去搶購蔬菜，但對於外來遊客似乎沒多大的吸引力，東市場內冷冷清清，「這裡面比較不熱鬧，外面攤販那邊比較熱鬧」（在地 E2，20060708），2006 年 7 月 8 日一位西螺鎮民 E2 進來東市場的一句話，觸動筆者內心的感慨，「昨天傍晚來看還是美美古早味的場地布置，怎今天早上特地進來吃早餐，除了油蔥粿、肉舖的攤販外，其他的攤販都沒進來？是遊客都只停留在大橋附近，看完活動就開車離去？」（研究日誌，20060708）當天傍晚筆者又繞去東市場，還是一樣的場景，冷冷清清的，原來「攤販在昨晚進駐後想說這邊沒什麼人潮，在昨晚就撤走了」（展智 F1，20060708），只留下早上吃的油蔥粿和賣麻糬的兩家攤位，展智規劃顧問公司 F1 表示「其實早上一路陸續有人進來，約有五十個，有人也騎機車或腳踏車來看，但沒看到其他攤商，就又走掉了，真可惜，布置那麼漂亮，也許是我們外面沒有太大或明顯的招牌，吸引不到人潮吧！但是聽說大橋頭服務臺那邊沒有在幫我們作宣傳跟引導，人都在大橋上或附近，根本不知道要來這裡」（展智 F1，20060708），有人看到手冊知道這裡有活動進來，也有人因為要蓋滿活動紀念章進來，但是「東市場，讓人家去又沒做好，人家會覺得受騙」（螺陽 A5，20060725）。也許生意人總是現實的，也許大橋路兩旁長長的攤販才是焦點所在，大橋舞臺區表演的熱鬧聲和大橋上燈光的裝飾更是助長攤販成為人潮集中區。這似乎是每年大橋節入口前的場景，要進入「藝術長廊」前要先通過「觀光夜市」！



圖 3 - 11：2006 年大橋節東市場的布置

## （二）縣政府的各鄉鎮農特產

而雲林縣政府從 2002 年接手大橋節後，就把全縣農特產當作是展現整個雲林縣集體記憶的器物象徵，之後的每年大橋節大橋周邊一定都有各鄉鎮的農會攤位，進行農特產的簡單行銷。2006 年更是請臺北糖葫蘆文教基金會承辦雲林縣精緻農業特產，表達雲林縣要邁向精緻農業的決心。裡頭介紹雲林縣各鄉鎮的精緻農作物，西螺鎮則是醬油和濁水米，且有農業達人詳細說明栽種至收成的過程，也在展覽館設置帆布彩繪區，邀請縣內親子共同參與，畫出心中最美的雲林風光。除了免費品嚐一些精緻農產外，還有農藝教學，以及豐收米袋、書籤的親子 DIY 教學區。但是 8 日一場大雨後，大橋東側公園淹水，攤位都收起來了，只剩下雲林縣精緻農業特展，但也只有靜態的農業地圖、發展介紹以及實物產品，達人區的解說也未見達人，以農會友親子交流區、親子 DIY 教學區也都看不到。雲林縣農特展銷區有一天沒一天的，攤位疏疏落落。

## （三）在地的竹編文化

「我們的埔心竹編、竹籃是很厲害的」（在地 E1，20051118），西螺埔心人 E1 為自己家鄉厲害的竹編文化被遺忘叫屈，西螺的果菜市場是全臺最大果菜市場集散區，蔬菜要用大竹籃裝。

竹山的竹和西螺埔心的竹產業不同，西螺這邊是果菜市場，所以做出來就是裝蔬果的大竹籃。竹山那邊是竹筒，我們這邊是竹編，西螺這邊生產很多蔬菜、水果，在

還沒有出現塑膠前，我們都用「ㄇㄠ ㄉㄨㄛ」竹，就是那種大竹籃所用的材料，把一根竹劈成數條後，竹皮做什麼，竹肉做什麼，以前在我們埔心的前庄有很多人在做，現在久久也是有人出來做。竹山那邊的竹產業跟我們這邊是不一樣的，竹山那邊比較重視竹屋，都是一些ㄍㄨㄛㄆㄨㄣ竹做的東西。我們這邊的竹是大支的竹子，不是用來建房子用的，是用來做竹籃，稍微有個區分，竹山那邊是精緻竹業，把那個ㄍㄨㄛㄆㄨㄣ竹切塊做成竹筒飯，產業不一樣，所以衍生出來的也不一樣（在地 E1，20051118）。

這種在地的產業沒有被主辦單位在大橋節提出，被遺忘的不僅是竹編文化，連後面會提到的傳統地方技藝 - 布馬陣也徹底被漠視，全臺布馬陣的發源地在西螺埔心，但埔心這個地區在西螺文化的場域完全被遺忘，對外的西螺文化景點導覽圖尋不見它的蹤跡！

## 二、濁水溪南北岸交通樞紐集體記憶之爭

對全臺 50 歲以上居民來說，西螺大橋是西部平原交通的孔道，在 40，50 年前西螺真的很繁榮，開很多酒家和茶店，一個地方繁榮才有這些配套的產業，很多人很喜歡來西螺過夜，因為明天的行程還要從這裡過去，南北唯一的交通樞紐就是西螺大橋，這條兼負南北交通運輸的遠東第一長橋，讓西螺人感到好驕傲。

在我個人的印象中，西螺是很宏偉，很偉大的，也很美，因為小時候，書上寫著「西螺大橋是遠東第一大橋」，考試一定會考一題「遠東第一大橋是哪一座？」我們都以西螺大橋引以為傲，全臺灣讀書的人一定都會讀到這一句，所以去哪裡跟人家說我是西螺人，別人一定認識你，我們以西螺大橋為榮（在地 E1，20051118）。

但是早在未建西螺大橋之前，濁水溪南北交通只能靠竹筏，當時竹筏停靠的渡口就叫做「口店」，這個西螺渡站就是當初兩個重要陸路轉水路，集集站外的另一個。口店渡口是西螺的發跡點，它旁邊的一座土地公廟（現今西螺鎮永安里內）裡的土地公、土地婆和文武將軍，就是保佑當初往來民眾平安順利的在地神明，不管是大甲媽祖或是彰化南瑤宮媽祖渡溪來雲林，西螺鎮所有迎接陣頭總是在口店土地公廟前集結迎接，這座廟也就成為當時民眾一個信仰中心，它是西螺鎮第一間土地公廟，也是西螺唯一一間屬於「鎮廟」（程見勝，2003：157），雖然曾是西螺重要的出入口也是西螺的發跡點，但

因西螺大橋興建通車後，也失去往日交通上的功能，時間久遠幾乎為西螺人所淡忘，雖然現今看起來是一座非常不起眼的土地公廟，但卻是西螺歷史發展的見證，這座土地公廟後來成為「口店文史協會」形塑西螺集體記憶的象徵空間。

口店文史協會為何成立？2005年10月一群地方熱心人士認為西螺的文化缺少了人文的關懷，日據時代至今，西螺出現很多文人雅士以及政商界名人，出走他鄉的西螺人未對地方產生關懷，留在家鄉奮鬥的人士，未對地方產生情感，整個西螺的文化發展，人文顯得特別貧瘠，這幾年西螺朝向觀光小鎮邁進，大橋節活動並沒有喚起居民對家鄉的關懷與認同，任憑延平老街的街屋一棟棟凋零，鎮內街屋一棟棟被拆除，所以他們要改變方式，輔導社區居民共同關懷地方，推展家鄉產業，於是他們成立「口店文史協會」，做為大夥聚集討論、研究如何來促進地方產業發展的中心。以「口店」為名就是希望喚起西螺人對於口店土地公廟的記憶，由口店土地公廟開始尋找西螺鎮被遺忘的歷史。

當初大家坐在一起想成立一個社團，想取一個名字跟住的這塊土地相關，用產業取名，又覺得這樣跟農會很像，呵，濁水溪也被人家用過，也不想用螺陽跟人家重複，之後有人提到「口店」，就把「口店」整個故事說出來，才發現鎮誌都沒有說到西螺口店這一段，才想說去查廟的歷史，因為大橋何時建立，老街何時有的都有紀錄，去查才發現口店有200多年的歷史了，而西螺有這個部落是300多年前成立，這間廟應該在清朝就形成。名字取了但又未確定前，我們又去拜訪一些老人家，今天在幫我們講解石敢當的那位，他說他之前是在做針車的生意，接觸頂溪那邊的客戶（北斗，溪州那邊），客戶他們的祖先之前住在溪的中間，濁水溪的裡面，為何住在溪的裡面？以前的河床比較深比較窄，人家住在溪邊，後來河道改道，河床變得比較寬，人越移越出去。後來我們又陸續接觸到一些老人，更確定當初認定的沒錯。既然連文字都沒有的歷史，我們更有必要去做（口店 D1，20051127）。

他們認為西螺的文化就是要喚起大家對過去的歷史記憶，但是我們不可能活在過去那個年代，只能從文字去找尋，偏偏找尋到的大都是官方的紀錄，所以為了追溯一些被遺忘的歷史，他們必須走進民間，常和耆老談話，從談話中瞭解昔日的種種。

這些七八十歲的人，他們在西螺的貢獻很多，他們不是做官也不是有錢人，可是在西螺這塊土地，留下很多痕跡，很多技藝和功夫都出自他們的手（口店 D1，



20051127)。

就如 Halbwachs 所言，對於過去，老年人要比成年人更感興趣，老年人已厭倦勞碌奔波，因而從現在抽身而退，他們所處的位置最適宜喚起對過去事情的回憶。對於早年的日子，老年人是聚精會神的關注，他們享有閒適，使得可以跟其他老人從交流中去確定這些傳統的細節，並把這些傳統傳授給年輕人。他們閱歷豐富，擁有許多記憶，受人尊重，所以訪問老年人，可獲得較多的過去記憶講述 (Halbwachs, M., 2002 [1952]: 83-85)。

口店土地公廟是他們形塑西螺的象徵空間，而裡頭保存當初渡船時使用的錢幣，以及匾額上頭捐助的名單，我們可以指著名字說那是我的某某人，這都說明這座廟與西螺這塊土地是結合的。欣逢福德爺聖誕前夕，2006年2月口店文史協會在西螺永安里的「口店福德爺廟」前，以及旁邊外環道舉辦了象徵性、趣味性的陸上划船比賽 (圖 3-12)，就是要喚起民眾瞭解沒有橋之前，行駛濁水溪南北岸交通的工具，認識到西螺的遠古歷史。搭配在地人的特色表演 (錦城齋的北管演奏、武術、國樂)，以及在地人的藝文展示 (西螺風飛沙攝影、西螺人斗笠創意) 等系列活動，讓北管、七崁武術、在地農人討生活的器具，以及濁水溪畔的風飛沙，這些代表西螺意象的象徵物一併呈現。



圖 3-12：2006 年口店文史協會的路上划船活動及與耆老的座談會

資料來源：口店文史協會提供

這種在口店土地公廟附近舉辦的「口店祭」，要說明即使西螺大橋是大家對西螺的入口記憶，但是西螺不是只有一座大橋而已，活動的地點也不一定要在西螺大橋，讓大家除了認識大橋外，也能知道其他更豐富的文化資源。

不要每次辦文化活動都在大橋，可移到振文書院前面的廣場或是它前面的那座公園，附近也有中山國小，那是個很好辦活動的地點。或是可以移到鄉下的國小辦活動，不一定要在大橋附近，感覺上西螺只剩下一座橋而已。大橋節的文化活動要充實，不要每年都一樣（口店 D1，20051227）。

### 三、地方技藝集體記憶之爭

傳統技藝是文化遺產的一部分，文化遺產是任何一個文化最多、最基本、最重要的部分，傳承越多，文化的資產越豐富。文化的發展不能只是固守而已，必須有不斷新的成分加入，也必須不斷的吸收、消化、轉化這些成分，融匯成嶄新的型態。而在大橋節上我們看到「七崁武術」和「布袋戲」在爭奪西螺的地方技藝，其中「七崁武術」更有不同團體在爭奪，而「錦城齋的北管」和「埔心的布馬陣」則是被遺忘的地方技藝，「錦城齋的北管」有被口店文史協會重新尋回，但「埔心的布馬陣」則沒有那麼幸運。

#### （一）七崁武術

2003 年適逢西螺大橋通車 50 週年紀念，雲林縣與彰化縣政府於大橋兩側擴大辦理 2003 年大橋節慶祝活動，雲林縣這邊想讓西螺大橋推向國際舞臺，負責的團隊除了之前的鎮公所、螺陽文教基金會外，日月文教基金會也加入了大橋節的陣容，一起築構屬於「我們是西螺」的記憶。日月文教基金會在西側橋下的西螺七崁武術園區（圖 3-13），仿造水滸傳的綠林古代山寨，全用竹子、茅草搭建「七崁武館」，每天都有專業武師和舞蹈結合的擂臺表演，一旁還有練武之餘休憩的「七崁茶館」展示兵器及三千多冊的武俠出版品，另外還有說書人「戲說武術」，小朋友還可透過遊戲學到「十八銅人陣」等傳統健身武術，重現當年「西螺七崁」武術武館林立，習武風潮盛行的歷史風貌。



圖 3 - 13：2003 年大橋節的七崁武術表演

資料來源：郭成長老師網頁作品集（2003）

為了讓呈現的內容豐富，日月文教基金會結合逸文出版社及俠客行，共同舉辦「書劍江山」的展覽，有中國清朝到民國三十年間的武術古籍、善本，包括手抄本、手繪本、掛圖、舊印本、雜誌、文獻史料等，廣及各門各派，以及俠客行提供的古兵器展覽，包括雁翎刀、雙刀、柳葉刀、爪、叉等，這種有百年武術圖譜、書籍與兵器等史料文物，範圍涵蓋各門各派，這些堪稱是近年來罕見的武學圖書文獻展，呈現在屬於西螺的武術園區，似乎太牽強。且這些東西在大橋節七崁武術園區展現，讓人以為這些東西屬於七崁武術的一部份，有創造不實的記憶之嫌。

2004 年則有融入舞蹈動作由舞蹈社表演的武揚行棍及開口獅慶太平，還有國中小的忠義拳、武野館獅藝及少林連環拳，也邀請維多利亞雙語小學的外籍教師，表演打大鼓的技藝；七崁武術文教基金會（前日月文教基金會）的武術團並於現場教授「拳母」、「鼓藝」、「武術」，除了指導群眾如何出拳、防守、進攻等動作，也教大家如何敲打大鼓。

2006 年的七崁武術由雲林縣臺灣武術 Gung Fu 文化協會設有武術教學區，晚上五點到六點在舞臺上，把西螺七崁武術金鷹拳的招式一個一個親自示範、打套路，G1 表示大橋節他們要把金鷹拳介紹出去，不過被安排到使用舞臺的時段比較差，他們上舞臺親自示範時是大家在用晚餐的時間（武術 G1，20060708）。其他時段則是回到橋頭攤位作靜態展示，有 2005 年的西螺論武回顧、武術老師在美國開武館接受電視臺訪問、2005 年出去表演的影像以及套路示範的錄影。

西螺習武風氣風靡一時，西螺七崁保鄉衛民的故事是西螺的歷史特色，武術早期是保鄉衛民的工具，2003 年日月文教基金會設計武術學習、武術闖關遊戲等動態活動，由西螺七崁金獅館、勤習堂、振興社、鳳山館等四大源派武館以打擂臺賽的方式表演七崁武術，2004 年主要以學生舞蹈、打拳的娛樂性質呈現武術意象，整體說來日月文教基金會呈現的是比較有娛樂性質的舞藝，而 2006 年的臺灣武術 Gung Fu 文化協會則是在作武術拳路的推廣，與日月文教基金會爭奪西螺七崁武術的集體記憶。

對西螺七崁頗有研究的耆老 E4 則表示：

西螺七崁其實只是一部張廖家族來西螺的開拓史，張廖家族來西螺、二崙、崙背這個地方開墾，土庫到嘉義梅山一帶以前有土匪，會下山搶劫，所以要練拳保護自己，在當地分成 7 個地方，互相守望相助，西螺作為頭崁，而頭崁由阿善師創立振興拳社，之後共同集資於下湳修建宗祠後，輪流擴大祭拜舉辦祭祖及秋季祈安迎神賽會，而成為雲林區最熱鬧的盛典，因各地前來參觀熱鬧的人們非常多，『大家來去看西螺七崁大拜拜』得名流傳，隨著武術的興起，遠播全島各角落（在地 E4，20050525）。

但因 1972 年華視播放的「西螺七劍」連戲劇，以西螺七崁為背景改編的故事，打響西螺七崁的知名度，甚至連阿善師的身高都被誇大，160 幾公分的普通身高說成有 186 公分高，還好有參與撿骨的在地 E4 在訪談中修正這個傳聞。大量的觀光客跑來西螺廣興看阿善師的故鄉，而供奉阿善師的振興宮（圖 3-13）因此有了香油錢重新翻修，不過也扭曲了七崁的真正歷史意義。雖然如此，西螺的武術在那時候真是有名氣，外地人到臺北等地謀生，年輕人常常會被地痞流氓騷擾，西螺子弟們只要報出自己是從西螺北上討生活的，流氓便不敢來騷擾，目前很多人都打著是阿善師第幾代傳人的名號，販賣醫療跌打骨傷最好的膏藥。



圖 3 - 14：七崁公園與振興宮

## （二）布袋戲

2006 年大橋節螺陽文教基金會欲在大橋旁公園呈現的新興閣掌中戲，就是要重振西螺為布袋戲的故鄉記憶，早期西螺各村里每逢迎神廟會，除獅陣武藝外，各閣派間皆有「拚館」的風氣，各派無不全力以赴，以致西螺掌中戲劇蓬勃發展，鍾任壁為西螺新興閣第五代掌門人，十七歲即能獨掌日間主演，以演技精湛、道白清晰著稱，長期都在臺灣北部作布袋戲薪傳工作的「西螺幼獅仔」，在 2006 年四月受螺陽文教基金會禮聘返鄉授課，藉著 2006 年的大橋節讓螺陽掌中戲劇團及兒童布袋戲團展現學習成果，打著「薪傳獎」名號，大家看到手冊的時間排在 8 日晚上表演，抱持期待的心情來觀看布袋戲大師鍾任壁薪傳的掌中戲，卻撲了空。因故不能如期表演卻沒有在現場公布說明，當天筆者疑惑走在大橋上，也聽到小孩 E5 問他父親「今天不是有布袋戲嗎？怎沒看到？」（在地 E5，20060708）大橋節整個活動結束後才在鎮公所網站看到 12 日的公告表示，8 日的布袋戲改到當日的晚上表演，但已錯過！

## （三）北管

而北管樂曲表演，是源自清治時代西螺的在地藝術，西螺早期在農業時代沒有休閒活動的環境，西螺戲院和曲館（錦城齋）是西螺人重要的休閒場所，當年曲館每天晚上聚集許多民眾，有吹奏、有看熱鬧，大人小孩都喜歡，當然也孕育出不少戲曲人才，最有名的是家喻戶曉的布袋戲大師—黃海岱，年輕時也是在此學習奠定戲曲基礎。曾幾何時環境快速變化休閒方式巨大改變，尤其有了電視之後不但電影業沒落，每天鑼鼓聲不斷、門可羅雀的曲館，後來竟成了宗教場所，流傳已久的北管逐漸被民眾淡忘掉，尤其

年輕孩子提起北管音樂幾乎完全陌生，換言之，北管音樂至少在西螺可能失傳。口店文史協會的執行長 D1 在螺陽基金會當祕書時，就有去做重建的工作，現在也在做培訓的工作，不定期讓北管演奏表演。在口店文史協會成立的晚會、口店祭、鎮內廣福宮（新街老大媽）恭祝天上聖母老大媽聖誕以及 2006 年福興宮（舊街媽祖廟）大平媽文化祭，都可見到北管錦城齋的身影。

#### （四）布馬陣

西螺埔心有「樂元堂」、「樂安堂」布馬陣，是臺灣布馬陣表演的始祖，臺灣其他鄉鎮後來也紛紛仿效，將此一傳統技藝重新發揚與傳承。七崁武術、布袋戲與布馬陣幾乎是全臺獨一無二的傳統技藝，也是在地人昔日引以為傲的傳統技藝，但布馬陣的技藝，一般民眾較少知悉，唯七崁武術、布袋戲這兩項技藝人人知曉。

我們可以再用半天的時間去走埔心，麻煩他們在那邊做個「布馬陣」展示，這才是我們西螺真正的東西（在地 E1，20051118）。

布馬陣的原始狀態是以竹為馬，因此被稱為「竹馬戲」，後來用竹子做骨幹，周圍糊上紙，稱作「紙馬陣」，又因紙製品容易破損，改紙為布，而布馬是用竹子綁成馬的形狀，竹架外糊上布，再畫上馬頭，分成前後兩截，繫在表演者腰的前後，因此稱為「布馬陣」。布馬陣的表演是有故事性的，配合鼓、鑼、嗩吶和大小鈸等樂器演出，在音樂上所奏的是無曲名的，至於節拍的快慢強弱，完全看演出者的動作和場合。主要的角色不外就是騎馬者（扮演狀元），撐涼傘者（扮演侍從）或馬伕，還有搖槳的船伕，或是搖扇的丑婆，演員之間彼此調笑增加喜劇氣氛。情節內容很簡單，但表演動作的節奏卻是激烈、繁複，包括牽馬、洗馬、上山、下山、過河以及馬絆倒、踢人、跌入河流、陷入污泥，不肯前進等意外狀況，非常細膩滑稽（程大學等，2000：8-20）。其實，布馬陣的表演看似有如小朋們常玩的騎馬遊戲，人身獸體，即上半身為人，下半身為獸，但要以其表演出各種精采且不同的動作與特技，也是個十分有創意與特色的民俗技藝活動。在這次研究中訪談到在地 E1，才知這個被遺忘的地方技藝原來出自於西螺（圖 3-14）。



布袋戲大師—黃海岱

布馬陣—「老背少」

圖 3 - 15：布袋戲與布馬陣表演

資料來源：雲林縣文化局網站（<http://www.ylccb.gov.tw/ylccb.htm>）

## 第四節 小結

從以上討論可知眾多群體在為西螺文化發聲，筆者歸納出不同集體記憶的符號表徵（表 3 - 1），有七種不同集體記憶發聲者，從不同的時間起點，將他們所關注的焦點表達在具體物以及空間象徵觀念方面。（1）螺陽文教基金會想塑造的是一種結合咖啡、燈光魅影、藝術雕塑品，相當西化的大橋文化；（2）張老師則是擔任平時鎮上古蹟、產業的主要解說者，鎮上的古蹟建築以及產業工廠都是他形塑西螺的器物象徵；（3）2003 年是西螺大橋通車 50 週年，雲林縣政府想擴大舉行大橋節，那一年把七崁武術加進大橋節的活動內容，由日月文月基金會在大橋下的武術園區進行七崁武術的意象表達，2006 年則是由不同的武術團隊每天傍晚在大橋的舞臺上進行金鷹拳的教授；（4）2005 年雲林縣政府想把古坑咖啡成功的經驗運用在大橋節上，由農會承辦大橋節將西螺的米食文化發揚出來，不過這跟螺陽文教基金會當初的理念不合，因此螺陽文教基金會在那年退出了大橋節的承辦者；（5）2002 年公部門接手辦理大橋節，之後的每年都有雲林縣各鄉鎮的農特產攤位進行展售活動，而西螺鎮公所也把米食以外的西螺物產加進來在大橋上進行簡單的行銷；（6）地方人士有感螺陽文教基金會把西螺帶往觀光小鎮邁進，並沒有喚起居民的認同與關懷，於是在 2005 年底成立了口店文史協會，想與螺陽文教基金會做個區別；（7）而西螺在地的居民則認為西螺是全臺蔬果最大的集散地，所用的竹籠這種竹編文化以及全臺布馬陣的發源地都來自埔心，但是這些都被活動策劃者所漠視。



表 3-1 不同集體記憶的符號表徵

	螺陽文教基金會	張老師	七崁武術團隊		農會	公部門		口店文史協會	在地的西螺居民
			日月文教基金會	Gung Fu 文化協會		鎮公所	縣政府		
時間起點	1998 西螺大橋通車 45 週年	1998 年	2003 大橋節	2006 大橋節	2005 大橋節	2002 大橋節	2002 大橋節	2005 大橋節之後	2005 大橋節之後
空間象徵	西螺大橋	西螺大社區	大橋下的武術園區	大橋上的舞臺區	西螺大橋上	西螺大橋上	西螺大橋周邊	口店土地公廟	埔心
器物象徵	藝術雕塑、咖啡雅座、風箏秀、三輪車、弦樂、夜間燈光	鎮內古蹟、產業工廠	武學圖書文獻、古兵器	金鷹拳	濁水米、古農具、米製品、碾米機、稻草編織	蔬果、醬油、麻糬、小吃、吉普車	雲林縣各鄉鎮農特產	西螺生態風吹沙、斗笠、陸上划船賽	竹編
	布袋戲		七崁武術					錦城齋北管	布馬陣

不同的集體記憶爭奪西螺文化表現在五種不同的場域（表 3-2）。（1）在大橋意象方面，張老師見證大橋啓建的那一個世代，看到的是一座不同文明一起完成的交通運輸長橋，這與螺陽文教基金會想塑造的觀光、休閒、藝術長廊意象不同；（2）張老師平時的導覽工作在大橋節是受限的，螺陽文教基金會規定只在大橋附近進行解說，因為大橋才是大橋節的主角，鎮上其餘地方則是被忽略；（3）地方特產方面，2005 年農會強調的米食記憶，被公所的蔬菜、醬油等物產搶走光采，西螺在地的埔心竹編文化則是被主辦單位所漠視；（4）濁水溪南北兩岸的交通樞紐方面，西螺大橋未興建之前的交通主要靠竹筏，這是口店文史協會所要重建的歷史記憶，與每年大橋節想炒熱的西螺大橋想做個區別；（5）在地方技藝方面，西螺的七崁武術是大家所熟悉的，北管樂曲方面還好有口店文史協會在做重建的工作，布袋戲則是有螺陽文教基金會聘請鍾任壁大師返鄉教授，在地居民的布馬陣則沒那麼幸運，是被遺忘的。

表 3-2 記憶群體或個人對西螺文化呈現的模式比較

場域	集體記憶
大橋意象	螺陽（觀光休閒藝術長廊）<->張老師（不同文明的遠東第一長橋）
導覽工作	螺陽（大橋節：大橋或附近）<->張老師（平日：鎮內各古蹟景點、產業工廠）
地方特產	農會（濁水米）<->公所（蔬菜、醬油、麻糬、地方小吃）<->埔心人（竹編）
濁水溪南北岸交通樞紐	螺陽（西螺大橋）<->口店（渡船口）
地方技藝	七崁武術團隊（七崁武術）<->口店（北管樂曲）<->螺陽（布袋戲）<->在地居民（布馬陣）

螺陽文教基金會一心想把大橋轉型成觀光橋樑，將大橋塑造成有大師的雕塑品、燈光魅影之藝術長廊，但是只靠在橋上放煙火、伴隨音樂、燈光投射的新發明傳統還是不夠的，所以有了農會、公所、武術團隊的加入，以及促成後來口店文史協會的成立。最原先強調「西螺大橋」的主題，增添很多元素進來，大橋節成爲以這座橋爲名在橋上辦活動的節慶，主題內容不再單一，而是多元的集體記憶。

從前面所提的七種集體記憶運作機制來看大橋節的活動，這些發聲者看似情境式個別展演，但事實上影響集體記憶意涵的建構有賴有權者的主導，大橋節想塑造一種場域，排除其他的聲音，使得強者還是強，無聲者還是無聲被排除掉。

雖然眾多發聲者的集體記憶，在一個嚴格的狀況下，可能會產生敵對、對立的狀態，但是目前看這些集體記憶在西螺這個大社區是處於多元並置、模糊紛雜的狀態。在這樣

的狀態下是否有人或有團體真的能代表所有人的聲音？我們試著去比較這些發聲者何時、何情境之下何種記憶較有力，且記憶力量角勁與出線的原則又是什麼（表 3-3）。

螺陽文教基金會被賦予西螺文化傳承的文史單位，大橋節這種大型文化節活動由他們最先發起，而螺陽文教基金會是整個大橋節活動的策劃和主要承辦的關鍵團隊，所要塑造的大橋文化是相當西化的，堅持大橋為一座觀光休閒藝術長廊的意象，始終都沒有改變，但那畢竟只有幾天的「光采」，平日的西螺大橋並非是一座封橋供人行走的長廊，而是小型車、菜車來往雲林、彰化兩縣的通道，所以螺陽文教基金會結合大師的雕塑品、營造聽音樂、喝咖啡、看夕陽的浪漫情懷，甚至呈現夜間燈光魅影的觀光橋樑，在平日根本不可能看見。

雖然為期約一週的大橋節，是屬於螺陽文教基金會建構新西螺集體記憶的有力舞臺，但是每年的大橋節過後，這種新發明的傳統，集體記憶力量對西螺這個大社區而言卻是薄弱的。平日的西螺要深度瞭解，主要仰賴張老師的導覽解說，除了口述歷史，西螺發展的見證建築、地方產業都能現場實地被瞭解，西螺集體記憶的建構絕對少不了他，儘管在大橋節受螺陽文教基金會只偏重在大橋及附近進行解說。

七崁武術則是由兩個團隊在進行意象的爭奪，日月文教基金會比較偏向表演、欣賞方面，Gung Fu 文化協會則是重教授、傳承的工作；在 2005 年的大橋米食節，農會所要呈現的米食意象，除了西螺內部公所的蔬菜、醬油等的物產意象爭奪搶走光采外，還有外部的因素要考慮，劍湖山早在西螺米食節未辦理之前就先辦了臺灣米食文化節，西螺這邊敵不過他們的商業企畫；公部門雲林縣政府這邊，每年各鄉鎮的農特產展售攤位似乎是例行公事，交差了事的感覺，2006 年鎮公所把地方小吃統一集中在東市場販賣，不過人潮沒有被好的引導，都集中在大橋以及附近，沒有被吸引過來。

走入民間拜訪耆老、想找回未興建大橋前之渡口歷史的口店文史協會，這個團體的成立與螺陽文教基金會有很大的關係，口店文史協會認為螺陽文教基金會把西螺帶往觀光小鎮多年以來，並沒有讓西螺的居民對家鄉產生關懷與認同的心，任憑延平老街的街屋一棟棟凋零，鎮內街屋一棟棟被拆除，所以他們改變方式，欲輔導社區居民共同關懷地方，推展家鄉產業為宗旨（口店文史協會成立晚會資料，2005），但是自成立至今，除了重建地方傳統技藝，還未看到推廣家鄉產業的具體行動，錦城齋北管演奏在廟會活動有了發展的空間，西螺是宗教活動興盛的鄉鎮，所以未來可能與宗教結合文化活動成

為發展目標；而在地居民認為的竹編文化與布馬陣地方技藝則是被大橋節所排除掉的。

表 3 - 3 記憶力量角勁與出線的原則

	螺陽文教基金會	張老師	七崁武術團隊		農會	公部門		口店文史協會	在地居民
			日月	Gung Fu		鎮公所	縣政府		
時間起點	1998	1998	2003	2006	2005	2006	2003	2005	2005
情境	西螺文化最早傳承、大橋節主要策劃、承辦的團隊。塑造大橋成為觀光藝術長廊，免於被拆除的危機。	見證大橋啓建那一世代的代表，西螺古蹟、產業導覽解說團長。	擴大大橋節規模，發揚七崁武術意象。	發揚七崁武術意象。	推廣濁水米為主要物產，以古農具、稻草編織、米食品DIY 吸引人潮。	延平老街再造計畫—東市場榮消問題被提出。	大橋節民間團體辦得不錯，把握機會推銷各鄉鎮農產品。	有感螺陽帶領西螺走向觀光小鎮，並沒有喚起居民對社區關懷與認同之感。	全臺布馬陣發源地、裝菜竹編產業來自埔心，卻被漠視。

表 3-3 (續)

力量角勁的原則	結合咖啡、燈光以及楊英風、朱銘等大師藝術品，欲塑造巴黎高雅文化鐵橋之意境。	帶領有興趣的人們實際深度文化導覽。	七崁武術意象偏表演、欣賞。	重教授、傳承。	濁水米是西螺的精緻農業。	低價蔬菜限時搶購、在地小吃集中販賣。	各農會展售自己鄉鎮的農產品。	走入民間拜訪耆老，找回未興建大橋前的渡口歷史，重振北管演奏。	
力量出線的原則	西螺文化不該只有鐵橋文化而已，且平日的大橋仍有車輛通行，非封橋供人行走。	大橋節活動期間受限螺陽規定，只在大橋及附近景點的解說。			競爭不過劍湖山臺灣米食文化節的商業企畫。	人潮習慣在大橋附近，吸引不過來。	每一鄉鎮例行出一攤位，交差了事	2006/10 止未見具體輔導家鄉產業的初衷，嚴格說偏向與宗教活動結合的集體記憶。	

這些發聲者中的螺陽文教基金會、口店文史協會與張老師，可說是擅於作計畫和論述、較能得到公部門賞識的行動者，而農會、武術團隊在這方面是比較缺乏的，或者說他們現在談論出來的東西比較不能獲得公部門的賞識。好的建議是這種能作計畫和論述的行動者，可以更積極主動去看到已經在發聲的元素。讓這些看似紛雜、多元並置的集體記憶間有更好的連結，進而共構地方文化，使得社區更有自己的特色個性。

## 第四章 大橋節的省思

臺灣在經濟結構變遷下，許多縣市開始著重觀光文化節慶，也同樣基於振興地方經濟、促進地方文化發展的思維。所謂「地方文化」的意涵並非指一般習稱的本土性文化，而是意旨紮根於地方土壤的各種文化藝術形式，如手工藝品、地方民俗或節慶活動等，經過了社區總體營造的實踐，使原有的地方傳統展現了活力，注入地方特有的心思和創意，呈現了地方性與地方魅力，而地方文化藝術活動也不一定要既有的、傳統的，它可以是創新的，重新賦予了地方魅力。文建會推動「社區總體營造」的目標之一在於讓各地方性社區建立屬於自己的文化特色，藉由地方文化來帶動區域經濟發展。換言之，文化的「在地化」、「地緣化」是文化藝術形式用來促進地方和產業發展的祕密武器。以下本章節從三方面來探討這幾年大橋節形塑之地方文化的意象：(1) 居民社區意識建立的情形；(2) 活動呈現與文化的紮根性；以及(3) 主辦單位如何定位攤販與處理攤販等問題。

### 第一節 社區意識的建立

#### 一、延平老街居民沒有參與

2003 年適逢西螺大橋通車 50 週年，雲林縣政府與彰化縣於大橋兩側擴大辦理慶祝活動，並辦理 2003 大橋節，除了促進觀光產業外，也想讓這座西螺大橋推向國際舞臺。雲林縣這邊，縣府統籌聯繫這次的活動，請鎮公所、螺陽文教基金會、日月文教基金會三個團隊各負責一部份工作。

(2002 年) 翁金珠彰化縣長跟我們西螺同時辦理大橋節，以產業為主，有年(2003 年) 文化局把錢分給三個團體，螺陽、公所、七崁武術團體，公所在大同路和延平路那邊一個舞臺，螺陽在橋頭一個舞臺，七崁武術在橋下一個舞臺，好處就是各有特色，公所是以音樂為主，螺陽以學校表演為主，七崁以武術為主，來自各處的武術團體來打擂臺(螺陽 A3, 20051123)。

雲林縣政府有鑑於第一年合辦提出兩個大缺失，一是兩縣重視程度不同，雲林縣是以一個西螺鎮辦理觀光文化節，而彰化縣卻是以一個縣的方式來處理文化節，所以將 2003 年的大橋節提昇為全縣的活動，在參與表演、開幕或是各項慶祝活動，納入了雲

林縣其他鄉鎮的文化特色及產業特色外，期許不僅要凝聚西螺人的共識，更要讓全縣縣民有共同參與感與榮譽感。二是未能有效落實在地民眾參與，讓西螺大橋附近的中和、永安、福興等里對於大橋節舉辦有微詞。延平老街的保存一直是螺陽文教基金會努力的目標，所以 2003 希望把活動延伸到延平老街上，提出在延平路、公賣局前設個舞臺，邀請地方各演藝團體支援表演，有國樂、舞蹈、音樂、特技活動，而在延平老街舉辦雲林縣農產品展售，邀請雲林縣 20 個鄉鎮市農會或是蔬果生產合作社參與，並以鄉為單位，由各單位利用表演舞臺空閒時，配合農業局統一印製的農產品簡介，自行進行農特產促銷。另外也規劃在東市場和延平老街有西螺特產（醬油、麻糬、粉圓、花生糖）讓民眾現場親自製作，想要加深遊客對西螺特產的印象，增加對產品的購買率（西螺鎮公所，2002：1）。

只是延平老街的民眾及店家似乎對此規劃並不接納，他們認為把活動攤位擺到他們住家或店家門口，造成他們出入不方便，連他們原本的客人要停車進來消費都要把車停好遠，且也不是賣他們家的東西，對他們而言沒受惠外還徒增困擾。而 2003 年原本規劃要在延平路東市場內展覽的西螺老照片展，之後也改在橋上展覽。

記得有一年，我們接到問卷，里長很高興跑來跟我們說這是他的意思，想要把大橋節活動延伸到老街來，問卷發給延平路兩旁的住家，大概的意思就是要把延平路封起來，看攤販是要擺一邊還是兩邊都擺，大部分的住家都不同意，認為只會妨礙他們做生意，最後的結果，竟然是那條路封起來成了停車場。那天我客人要來店裡，車子進不來，罵得要死（在地 E3，20051120）。

## 二、在地小吃沒受惠

在地人希望藉由大橋節吸引觀光客進來消費，把錢留在西螺，受惠的層面可能有在地小吃店、旅社、加油站、醬油和麻糬等名產店，然而民以食為天，在地小吃可能是最有可能承受者，但是問鎮上建興路幾家的小吃攤位，辦這種觀光文化節對他們有什麼好處，他們的回答總是「遊客不會來這邊吃，對我們並沒有好處，錢都給主辦單位和買攤位的那些人賺走了」，因為遊客肚子餓了或口渴，會就近跟攤販解決民生問題，既方便、選擇性又多。所以地方小吃店家認為，如果沒有攤販，遊客勢必會進入街上吃飯，要把人潮引到西螺街上，錢才會留在地方。但是這種觀光文化節只是大橋附近在熱鬧，外來的小吃攤販區人潮最多，鎮內的西螺就跟平常一樣沒什麼特別的。

建興路那邊吃的都有它們的特色，只是主辦單位沒有用心去挖掘出來而已，九層糕、油蔥粿，店家都賣了 40、50 年了，在別的地方要賣到 40、50 年是很了不得的，我們可以邀請他們（觀光客）沿路走過來建興路這邊，也可配合那邊的福州師，他在那邊賣了 50、60 的意麵，就在老少小籠包對面那邊，早上他們有在賣，他們賣麵已經是第三代了，還有旁邊的賣米腸、麵、魷魚粿，他們都賣很久很久了，你把那些整頓好，我們西螺也有我們西螺吃的特色啊，西螺的糕真正出名，因為我們西螺生產米，做出來的肉粽、米糕、大腸很好吃，……要把臺灣的在地文化延續下來，延續的動力就是金錢，所以要讓在地的西螺人有錢可以賺（在地 E1，20051118）。

地方的美食在 2006 年有被規劃營造，那年在東市場成立美食小吃街，就是希望能把西螺各處著名的傳統小吃統一集中在東市場，建立一個提供鎮民與觀光客飲食的地方。但是店家在原本的店面營業，在地人都知道地方去光顧，實在沒有誘惑力讓店家到一個已經沒落的市場去做生意，且離大橋還有點距離。在沒有很好的引導下，外來觀光客根本不知道有這樣一個地方，他們的民生問題在大橋頭的攤販區已經獲得解決，所以 2006 年要將地方美食小吃推銷出去的美意終告失敗。

每次逛大橋節，人潮總是在攤販區最多，遊客把「車停在福善寺，去大橋逛完就離開，他們沒進來西螺鎮內，連在西螺加個汽油也沒有」（在地 E1，20051118）。顯然的，在地小吃實際評估後，他們並沒有受惠，反倒給外來的小吃攤販受惠，就如前面第三章提到的大橋節企畫本身不夠細心，沒有整合地方的資源，錯失為地方小吃創立觀光消費的商機。其實文化節企畫本身可以藉這個機會讓在地小吃有個簡單的提升。以鶯歌老街為例，遠遠看到「老煙囪」地標就知道鶯歌老街在哪裡。除了享受陶藝的薰陶、親自捏陶的樂趣外，它是一條結合美食與陶藝的老街，附近的攤販店家營業的商品都與「陶瓷」相關，除了吃豆花、喝飲料可以把盛裝的陶瓷品帶回家外，還有與陶藝結合的陶瓷餐廳。鶯歌老街也把地方小吃美食宣傳出去，以致於有去鶯歌不能不吃的地方小吃：阿婆壽司、鶯歌肉圓等之宣稱。

## 第二節 活動與文化紮根的連結性

### 一、熱鬧有餘、在地不足

大橋節的開幕當晚總是很熱鬧，有開幕前的踩街造勢，煙火鞭炮增加聲勢，舞臺是



一個活動的主要靈魂，也許不想只是開幕當晚有動態表演，2003 年之後的大橋節，每晚都有不同主題的演出，炒熱活動氣氛。

每年的舞臺表演團體除了一些鄰近的學校機關團體、外來團隊，幾乎就是在地的學校（鎮立托兒所、文昌國小、中山國小）以及在地的舞蹈團（程暉傑、小豆豆、咚咚舞蹈社等）。以 2006 年大橋節為例，鎮立托兒所把小朋友的畢業典禮活動移到學校外面的舞臺呈現，對他們來說是項創舉，鎂光燈照個不停，家長們充當人數的場面，更為大橋節增添人潮光采，在他們子女表演後便迅速帶孩子離開，看似完滿的句點。但是跟辦大橋節的主題相關性似乎很薄弱，不是在地的團體出來表演就是有在地性，舞臺活動不該只是炒熱氣氛而已。而外來團隊表演的內容是以在地的文化主題為重，還是只是來宣傳？以 2005 年的米食節為例，從開幕式一日到五日，以及九日的星期六晚上，都有劍湖山的舞團秀以及可愛玩偶的同樂，以他們為先的舞臺表演後，才有其他節目的進行。

一個地方節慶不應該為了符合一般大眾的口味，使得活動偏離主體，除了炒熱氣氛的娛樂活動外，更應該重視文化產業的在地性特質。地方文化產業的在地性，應該是參混著地方歷史、文化、地理、產業等特色，融入在地人的情感、人情與技術，依據楊深耕（2006：2）的研究中，在地性的文化產業有三種特徵：（1）凝聚了地方生活的文化與先人智慧；（2）它可能是手工、少量生產的；（3）具有地域的獨特性，這種在地性的價值並非侷限於文化產品本身販賣的價值，而在於它所衍生的附加價值。楊深耕（2006：9）又提到社區的歷史與文化是具有地域和產品文化的真實性與獨特性，從地方歷史與文化出發的地方文化產業，能累積集體象徵資本（collective symbolized capital），以臺灣的古法手工釀造醬油的城鎮，多數人會認為西螺鎮比臺中市具有更多的古法醬油釀造廠，那麼西螺鎮就是比臺中市具有集體象徵資本，具有集體象徵資本者愈易形成區辨標記（mark of distinction），此區辨標誌具有無法複製的價值，具有獨特性、特殊性的宣稱。

西螺鎮內有延平老街建築、全臺號稱最大的石敢當、三級古蹟振文書院、以及在地的地方技藝布馬陣、竹編文化、純手工釀造的醬油工廠……等，然而這些具有真實性、獨特性的地方文化產業，在大橋節那天並沒有隨著觀光客的人潮而被認識。這些文化產業真正要落實在大橋節上可能有問題，有的可能原先就被排除，有的是曾經執行過但反應不佳。在文化產業化方面，以古蹟導覽為例，問到曾帶過導覽工作的 B1，他表示來參加大橋節的人，大都只會在大橋逛，很少人會到其他地方。因為真正想認識西螺古蹟

的單位或團體，不會專門在大橋節那幾天才對古蹟有興趣。

其實 8 成的人都是走馬看花，真正願意深度認識的，只有事先會先報名的團體。他們會先在大橋前集合，我們再帶他們到螺陽文教基金會看老照片、到鎮上的古蹟景點走走（公所 B1，20051110）。

加上導覽活動的不被重視，大橋節的鎮內導覽活動很蕭條。大橋節只重視大橋本身的文化包裝，除了大橋外，幾乎就沒有文化產業。就大橋本身的藝文活動來說，大橋古今幻燈片或是照片展覽，這些作品由雲林攝影俱樂部提供居多。另外跟大橋本身有關的文化比賽，如大橋寫生比賽（圖 4-1），大橋攝影比賽，前者為鎮內的國小學童參與繪畫比賽，後者主要交由雲林攝影俱樂部承辦，邀請愛好攝影人士共襄盛舉，比較可惜的是得獎作品都沒即時在活動期間展覽。2003（大橋通車 50 週年）那年之後大橋上看不到有關大橋的照片展和相關資料解說，2004 年螺陽文教基金會幾乎退出活動，西螺大橋當年通車典禮紀錄片、螺陽風土情攝影展則在地方的文化館呈現。

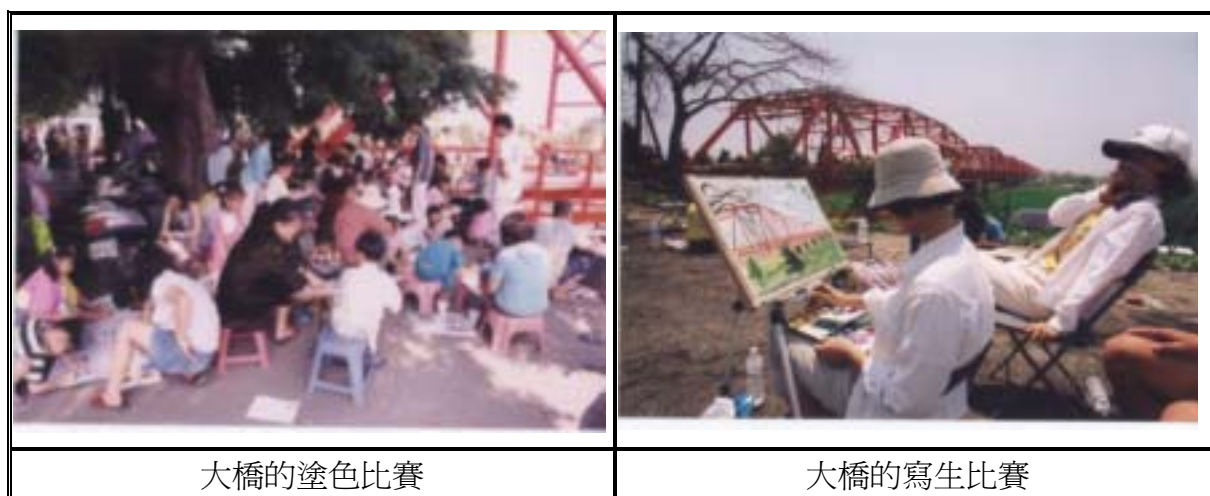


圖 4-1：大橋的塗色與寫生比賽

資料來源：螺陽文教基金會提供

2003 年有擴大舉行，經費比較多，橋上有老照片展，之後就沒有了。老舊照片有放在螺陽文教基金會展覽，因為在橋上搭棚子也要經費，也要有人在那邊管理（公所 B1，20051110）。

一直到 2006 年的大橋節，爲了凸顯西螺大橋的興建辛酸史，藉由大橋特殊的鋼鐵建築場地，蒐集了世界與臺灣著名鐵橋同步在大橋上展出，集合全國各式用途鐵橋

來闡述世界名橋之美，與西螺大橋興建的一頁滄桑，藉著三十三件的作品展覽來營造西螺大橋為藝術長廊意象。主辦單位立意很好，但是呈現的手法太過粗糙，直接把圖片印在帆布上，掛在橋拱上，加上光線有點暗，雖然帆布的材質透光，晚上抬頭看上頭的圖片和文字還是有點吃力，不如翻閱手冊的圖片既清楚又輕鬆，欲呈現的效果沒有出來，是很可惜的一點。

今年(2006年)的定調應該是在整個鐵橋的歷史重新再認識，既然以這個為主軸，可是我在整個文宣，整個包裝廣告的過程裡面，看不到(主辦單位)主打的這個部分，我們進去那裡，迎面而來的還是夜市攤販，這是最遺憾的地方。立意是不錯啦，但是要深耕一點，主辦單位，尤其是公部門，我比較會建議他們社區文化的部分還要再加油(在地 E7, 20060722)。

除此之外，2006年的大橋節也營造了讓民眾重溫西螺大橋初建成年代的情事，在大橋附近的福善寺停車場，播放與西螺大橋同年齡的臺灣老電影，在電影播放前十分鐘有四、五十年代的新聞紀錄片，這個活動若要跟西螺大橋扯上關係，就是影片的年代與大橋初建時的年代相似，裡頭有雲林兩座大橋通車的紀錄片，但這部紀錄片因颱風來襲取消。這個活動設計主要是吸引跟大橋同年代的人來懷舊，「不錯唷，還有王哥柳哥遊臺灣、我們可以來看洪一峰的電影」(在地 E8, 20060721)。

在產業文化化方面，第三屆2002年的大橋節活動開始，雲林縣政府藉著西螺大橋節推銷雲林縣各鄉鎮的產業，但除了每年各鄉鎮的農產品展售外，都沒有特別的產業文化活動，而西螺鎮也不知道要主打什麼產業，只是籠統說西螺的產業有麻糬、醬油、濁水米……等。雲林縣是個農業縣，2004年大橋節把大橋上塑造成一個雲林縣的農業風貌，結合業者搭配當地農特產品、旅遊、小吃、手工藝等特色產品，進行農產品情境的行銷。但是臺灣農村的原始風貌若不是雲林縣特有，要怎樣呈現雲林縣的農村生活與其他縣市的不一樣應該是重點，以「原始新風貌」的展示區來介紹農村食、衣、住、行，無法讓遊客對雲林縣的農村生活有深刻印象，加上「民俗工藝及小吃」區，展示各式傳統手工藝品，介紹兒時傳統民俗小吃，好像在其他縣市也都能看到這些民俗工藝和小吃。所以2004年的大橋節所要訴求的「期能使遊客深入了解當地之地域特質及人文文化」，似乎沒讓遊客因為來到這邊就深入感受到雲林縣之美。

而2005年的大橋節，對外宣稱是主打「米食」文化，濁水溪上游帶來的褐色土

壤黏性高，配合濁水灌溉，便產生香 Q 的濁水米。

西螺若以土地的等級來看，在全臺灣算是土質最好的土地，在日本時代西螺是不可以隨便發展的，只能做農田耕作，在日本人佔領臺灣時，他們已經有區分出來了，他們派他們很先進的測量團隊來測量過，我們西螺適合種水稻，每樣都可以種，但就是水稻種起來最好、最好吃。像古坑只適合種些比較乾旱的東西，虎尾種些甘蔗（有虎尾糖廠）土豆這樣而已，因為他們土質不好，只有我們西螺可以種出水稻，這麼好吃的米來（在地 E1，20051118）。

但是鎮公所與農會對西螺特產集體記憶的爭奪，使得主題失去焦點，加上雲林縣古坑的劍湖山遊樂區搶先在西螺大橋米食文化節前辦理了第一屆臺灣米食文化節，打造臺灣稻米文化主題的「稻米故事館」，並蒐集全球四十一國、二百七十二種稻米，述說淵遠故事，搶盡了西螺大橋米食文化節的光彩。

這次的大橋米食節人會那麼少原因之一，是因為劍湖山在我們米食節開始一個月前就開始介紹了。人家那邊有專業人才，尤其游國謙老臺視的節目主持人點子多，很有生意的腦筋，因為劍湖山在古坑，就近跟古坑咖啡配合起來，每個月都有節目，畢竟他們是私人單位，投下多少資本就會想要有所回饋，他們會算（螺陽 A3，20051123）。

2006 年產業文化的規劃有比較用心，農會主打親近西螺米專題，除了作物的銷售外，也有產業的延伸活動（碾米活動、稻草編織、米漢堡製作）。延平老街再造計畫經過經濟部商業司的「小鎮商街再造計畫」評審通過，展智規劃顧問公司藉著 2006 年的大橋節，主打西螺米食的商品行銷，由雲林科技大學視覺傳播系承辦西螺米文化商品設計賽，選出多樣西螺米文化商品包裝得獎作品，也針對地方農特產品，規劃精緻化伴手禮盒，誘發消費者購買慾望，提升傳統農特產品形象，鎮公所在活動期間，每日舉辦記者會發表一項西螺特產創意伴手禮（大橋餅、螺水糕、大醬干，柳丁醬油、素人抱、竹炭花生、農會米果……），現場除了特賣推廣外，也規劃成立網路商場。大橋節一心要將西螺大橋打造成藝術長廊，花很多心思在大橋本身的裝飾上，比如橋上的雕塑品展覽、咖啡雅座、燈光秀，但是在活動的設計上，大橋、產業、古蹟三個元素並沒有太多的聯繫，且大橋節呈現的產業文化，只停留在產業的本身促銷活動，

甚至連產業本身延伸的活動都很少，就算有也是靜態的展示，除了 2000 年和 2001 年外，產業的文化藝術活動很欠缺，另外也沒有把地方產業文化的可能性充分的發揮，像西螺名產的醬油，可透過製作過程，讓人家知道遵從古法與化學製造的醬油有什麼不一樣，此時傳統產業才能呈現不同的意義。縱使有很好的解說員生動的介紹說明，但是景點的選取，只是侷限大橋附近步行到的幾個地點，產業文化或是其他更多的文化古蹟景點並沒有被設計進去，使得西螺獨特的地方文化沒有有效的被介紹，是一個欠缺深化地方觀光文化內涵的地方巡禮。

可以規劃更好的話，可以接納地方的東西的話，他們可以讓來的人坐產業公車，來個西螺半日遊，帶他們去看現做的麻糬或是醬油，去埤源社區看如何碾米。甚至可以帶他們去埔心，請一些當地人做竹編，讓外來客目睹當場劈竹、當場烤竹、當場編竹的實況，這種把竹變成竹籃，就是竹編文化。還有我們西螺有全臺最大的果菜市場，這些都集結在這裡——但是都沒有把我們西螺的一些產業文化真正表現出來（在地 E1，20051118）。

若西螺大橋觀光文化節是要將地方的產業及文化觀光推銷出去，有一些活動，筆者覺得有些活動的舉辦與促進地方文化產業相關度很低，比如 2006 年慈愛醫院於三級古蹟振文書院辦理的兒童寫生比賽，內容是「社區用藥安全暨反毒宣導活動」，難道因為比賽地點是臺灣的三級古蹟，就可以說「響應西螺地區全民藝術提升活化運動」？螺陽文教基金會主辦的「臺灣茶席在螺陽」活動，「延平老街文化館所在地為舊許捷發茶莊，臺灣飲茶文化悠久，為近年來漸被西方的咖啡飲品所取代，藉這次大橋節辦理各式茶席，盼能喚起民眾茶飲文化記憶，並重振飲茶風氣。」（西螺鎮公所，2006：31）茶葉不知跟西螺又有何關係，難道因文化館前身是茶莊，在西螺辦一個茶飲文化記憶，就可以把不是西螺的「茶葉」特產推銷出去？另外鎮公所請西螺鎮老人會承辦的西螺鎮「鎮長盃」槌球比賽，「鼓勵長壽者養成運動習慣，以球會友，增進老人聯誼活動」（西螺鎮公所，2006：32），諸如此類的活動好像不用專門在文化節辦理，不過這種現象在之前的幾年也有，2001 和 2002 年的交通安全著色比賽，邀請地方學童參與，訴求是除了讓學童增加交通安全常識外，更能達到親子同樂與增進美術觀摩學習機會。2005 年在西螺地方文化館的湯老師美術班作品展，福善寺旁的雲光攝影聯展，內容跟那年米食的主題也沒關係。

## 二、外來藝術與在地文化的紮根教育

外來的元素可能有很強的大師或工匠的技術、技藝，有足夠的資源和補助，或者有很多的徒子徒孫，完成一項很棒的作品。在地的素人藝術家可能只是編個竹籠之類的，然而不能用對外來藝術的評判方式來評判在地的藝術作品，這兩個評價方式是不同的。雖然外來與在地有不同的評價方式，但在地本身也能評價好與不好，總不可能每個人隨便捏出的土都是藝術，素人藝術和草根藝術一定有他可得評價的標準，也許可藉著大橋節的活動，刺激這些團體讓在地的自我評價標準出來，有一定的程度敢跟外來對話。

幾屆的大橋節辦下來，我們可發現螺陽文教基金會比較偏向大師級的作品，雖然螺陽文教基金會在 2000 年和 2001 年都有與雲林科技大學工業設計系的師生採取合作的方式，用雕塑的方式將西螺的產業呈現出來，結合當地相關藝術的方式，讓在地的藝術有揮發的空間（圖 4-2、圖 4-3）。但是除了這兩年外，就再也沒看到雕塑產業藝術展。

2000 年在西螺大橋的南邊，即西螺鎮運動公園，有露天的展示雕塑產業藝術系列。承古傳今榨麻油為題的作品，所有人物全以古代的麻布袋縫製而成，讓老一輩的人們湧現思古幽情，日據時代二次大戰期間，臺灣物資缺乏，許多窮苦人家在寒冬之際，買不到毛織衣物，就靠穿麻布衣暖身過活。利用木條釘作成的龍形西螺大橋，頗富創意。2001 年則把產業雕塑作品呈現在大橋上，以描繪西螺鎮的民情、風俗習性、生活點滴、景物……等為主題，雕塑品的材料都是就地取材的鄉土器物。



圖 4-2：2000 年大橋節雲科大師生的雕塑產業藝術展

資料來源：螺陽文教基金會提供



圖 4-3：2001 年大橋節雲科大師生的雕塑產業藝術展

資料來源：螺陽文教基金會提供

2001 年螺陽文教基金會高額引進臺北漢雅軒楊英風、朱銘等國際大師的雕刻藝術品，在兒童福利館有雕塑藝術家專題講座，讓民眾有機會親近藝術家的創作理念；2003 年邀請王秀杞、楊奉琛等中華民國雕塑學會會員在濁水溪河床表演砂雕，大橋西側堤防的郭少宗的「雲林大鐵俠」；以及 2006 年許禮憲和莊丁坤西螺農村意象的雕塑品、臺北紙雕藝術家洪新富的紙藝教學，這些外來聘請的大師，他們的技藝與名聲是大家有目共睹的。尤其楊英風的作品，藝評家謝理法認為：「臺灣戰後只有楊英風的雕刀為臺灣早期的鄉村及人民生活，作了一個詳細的見證<sup>14</sup>。」楊英風的作品可視為「鄉土系列」的藝術，可假設當初承辦大橋節活動的關鍵人不是隨便找一些藝術品放在橋上增加展覽內容，就如同 2006 年在大橋南面西側放置許禮憲和莊丁坤的雕塑作品，「白鷺鷥」和「牛」兩樣作品，就是用來象徵乾淨無污染的西螺農村及辛勞耐操的農作生活。

地方文化節慶雖然有他們的參與，讓地方蓬筦生輝，但是屬於地方的素人藝術作品更應該被展現，他們的手藝與理念應該藉由地方節慶的機會被規劃，與外來的對話，為地方爭光。換言之，在地的藝術應該是主體，外來的藝術可以呈現，但不能反客為主，讓節慶失去地方性。

另外在地的藝術家有機會與國內外的藝術家一起為西螺打造成藝術小鎮<sup>15</sup>，應該把

<sup>14</sup> 楊英風數位美術館 <http://yuyuyang.e-lib.nctu.edu.tw/>

<sup>15</sup> 2006 年三月間，由出身西螺的旅外藝術家李朝倉與前董事長廖登堂研擬於成立「西拓藝術協會」，經過甄選出五位國內外的藝術家，在大橋南橋頭閒置的營房成立「大橋藝術兵營」進行創作，打造西螺藝

較精準的「在地味」發揮出來，但是 2006 年大橋節的橋上，樹枝和古早味布幔構成的藝術創作，帶給遊客的是好奇心窺布幔裡頭除了燈泡還有什麼外，卻不知這樣的藝術品跟西螺有何相關，文化要能傳承就要有解說，少了解說，就等於失去讓遊客與地方文化紮根的機會。

在地的藝術家應該藉由大橋節展現自己的技藝，同時把地方的特色展現給外來客認識，但是這方面似乎沒被處理得很好。2002 年之後的大橋節，橋上都有民俗藝文攤位，每個地方都可看到相似的民俗攤位，如何別於在其他地方節慶所看到的民俗東西？答案就是要有「地方識別」，展現出來的民俗藝品要有地方味。西螺大橋節上的民俗攤位展覽的藝術品或是賣的東西：陶土、馬賽克、黏土、蛋糕花蠟燭、壓花等製作，似乎與別處的民俗攤位看到的沒多大不同，藝術品要專為地方作地方識別需要時間，倘若大橋節有要持續辦下去的打算，讓藝術家專為西螺這個地方作屬於西螺的藝術品是值得投資的，一方面藝術家可以為自己打知名度，一方面可讓這個活動贏得口碑，遊客願意明年再來，藝術家與大橋節是共生的關係。但是大橋節似乎不願意作這種文化的累積，筆者詢問一位曾經來大橋節作過藝文推廣的在地藝術家，他表示主辦單位第一年免費邀請他們上橋推廣，第二年就要收租金八千元，第三年租金加倍，作地方識別需要時間，但還來不及做這樣的動作就被逼上要兼賣飲料做生意，與原先的理念不同，而退出大橋節的藝文推廣。

不想參加，因為跟原本想推廣的不一樣，效果不好，來大橋節的人大多是在地人，在地人哪會對在地的東西感興趣。而在地人來看的心態就是來逛夜市的，看鬧熱吃東西的，我覺得沒有必要再參加了。你現在跟人家收錢，誰要上去啊，第一年免費，第二年 8000，第三年我們還是等招商後才知道要 16000，我們問他為何要漲價，帳棚還不是一樣，他們回答多了幾張桌椅，問題是桌椅還是給來橋上休息的人坐啊，第四年不太想去了，我覺得比較不合理，我上來表演藝文活動還要花錢，那我什麼心態來這裡啊。因為大橋節給我們的感覺是名聲已經搞壞了，就像信用指數已經弄壞了，銀行不想借錢給你。我們去大橋節的效果不好，出門一趟需要花錢，員工的薪水、車資、設備啊、運費這些都要花錢，他們有補助 3000，可是 3000 不夠，人員至少要 3 個人，不然能看嗎？，每個人的費用，還有運費、材料， 3000



真的不夠。坦白來說，很現實啦，一個利來談，這個活動對我而言有什麼幫助？不是說藝文團體本身就應該付出，不能生存就絕對沒辦法，生存除了名以外，還要有利，沒有名、利，就沒有人會去了，都沒有名和利了，我還要掏錢去那邊辦活動（在地藝術家 E6，20060719）

### 第三節 攤販可否成為在地元素

大橋路兩旁長長的攤販區每年都是焦點所在，尤其在 2001 年，它讓大橋節形成一種很強的對比，一端是楊英風、朱銘的雕塑作品，一端是攤販。若把其中一端稱作高雅文化的秩序美感，另一端則是非正式的混亂人群場合。

這種吸引大量人們前來的攤販在文化學者威廉斯（Raymond Williams）主張裡是種通俗文化，一種「廣受許多人喜愛的文化」。威利斯（Paul Willis）和費斯克（John Fiske）更是提出這種通俗文化跟人們消費的商品以及商品化實踐有關，是人們從文化工業產品製造出來的（John Storey，（2003〔2001〕：20），而文化工業（culture industry）的概念，主要是批判資本主義體制內，傳統藝術成為資本家的工具，他們由上而下宰制，按照市場交換原則，將藝術標準化且大量的設計成文化產品。傳統藝術無論是屬於精緻或是通俗的範疇，在阿多諾等人的想法裡，最後都只存在一種文化，就是所謂的「文化工業」，這種由法蘭克福學派的阿多諾（Theodor Adorno）、霍克海默（Max Horkheimer）於 1944 年代提出指涉通俗文化的產品和生產過程，所有的文化都以開創市場需求為準則，策略應用配合完美的機械技術，不斷創造刺激微小差異性，就是為了迎合特定的大眾。

大橋節的攤販第一年很少，2001 年攤商聞聲而來，攤販區從建興路兩旁一直延伸到大橋上，場面真是浩大，2001 年的攤販不只在建興路上，連橋上也有，橋上除了咖啡攤位外，也有賣醬油、麻糬、蒟蒻、奶油酥餅、玉米、臺灣珍豬肉等攤位（圖 4-4），建興路的攤販更不用說，2001 年 4 月 4 日臺北遊客在中國時報投書表示：雲林藝術節恍若置身夜市—攤販流竄、垃圾飛揚、大傷遊興。



圖 4-4：2001 年大橋上販賣的東西

資料來源：郭成長老師網頁作品集（2001）

但是相對的，攤販也帶來熱鬧的感覺（圖 4-5），若把攤販從節慶中切掉，一個節慶失去了熱鬧就不叫做節慶，人潮可能會失去很多。

臺灣辦的節慶活動一定會有攤販，因為吃喝是民生所需，來參加的人口渴或是肚子餓才有東西可以吃，且攤販在節慶裡是扮演增加「熱鬧」的角色，攤商的盈餘也會支付舞臺表演的花費，對大橋而言，攤販和大橋節的關係是共生的（公所 B1，20051110）。



圖 4-5：大橋節熱鬧的攤販

資料來源：郭成長老師網頁作品集（2003、2006）

行動的參與者都在尋求節慶的特色與焦點，但是忘了從多元的記憶去捕捉，不知不覺中就會往高雅文化那邊投降。主要承辦者不想讓大橋節成為夜市節慶，或者說夜市節慶太日常生活化了，這樣的節慶走不出一般夜市的差異性，2006年的大橋節就是一個例子，蘋果日報和自由時報（2006.07.11）報導，在大橋東側公園規劃為西螺新伴手禮以及推廣雲林縣農業特產品所設置的 180 個展銷攤位，外包給得標廠商規劃設置，其中

30 個攤位為免費撥給鎮公所與主辦單位運用，其餘 150 個攤位對外出租，但是實際上發現農特產品展不到 10 攤，攤位上販賣種類倒是琳琅滿目，不是小吃攤就是彈珠臺、拍賣場，還遭民眾檢舉承包活動公司偷接電使用。

其實活動為期 10 天，不見得每天生意都很好，可能只有假日生意比較好，加上租金是事先繳交的，遇到天候不佳，颶風或下雨的，租金是照算，所以之前來擺的攤商有不太想來的趨勢（公所 B1，20051110）。

2006 年就是因為颶風來襲，戶外活動提早結束，部分攤商抗議活動提早結束，損及權益，12 日下午有 10 餘名代表前往西螺鎮公所陳請。可見得主辦單位在節慶行政處理上和攤販的協調不是很成功。

攤販要如何成為節慶裡的在地元素，而不顯得突兀？我們一般在夜市看到的攤販大都是娛樂飲食類，然後這種夜市般的攤販跟活動的主題相關性低、沒有地域性，哪裡有活動都可以看到這種攤販。地方節慶要是搭配這種夜市般的攤販，區域的特殊性就顯現不出來。所以攤販要融入地方節慶成為在地元素，攤位的設計和販售的東西要跟活動的主題相關，不過這並不容易，尤其當攤販外包給廠商，品質更難掌控，很容易流於夜市般的攤販形式。

最好的方式還是文化節慶企畫單位訂下原則性的規定，控制每種類型的數量，比如說攤位的東西一定要跟活動主題相關，自己發揮創意巧思，可以是娛樂飲食類，可以是藝術創作類……等，一些相關的規定公告給大家。每個攤位補助一筆費用（例如三萬元），讓有能力、有意願的團隊來報名，企畫單位再來評判、嚴選出適合參加文化節的攤販團隊，在活動期間也做評筆的動作，作為活動結束的獎勵或是下次參加入選的籌碼。這樣的方式應該可以吸引適宜的攤販團隊前來（有錢賺又能為自己打知名度），融入在地文化元素，為地方文化節慶增添助力，讓地方文化節慶是為「文化藝術節」，而非「觀光夜市節」。

#### 第四節 與傳統廟宇慶典熱鬧意涵的比較

居民與社區之歷史的、心理的連帶，藉著廟宇的活動而建立起來。而祭祀活動背後存在的社會組織，如頭家、爐主的輪流、遶境、建醮、廟宇興修、神明生等公共事物的參與，形成在該神明轄境區域內居民情感的結合與對區域的認同感。在西螺鎮裡，延平

路上的福興宮即為西螺鎮人民的信仰中心。

西螺鎮內的福興宮媽祖（太平媽）自康熙五十六年（1717）由福州來臺，巡狩轄內西螺鎮堡內五十三庄，即今之西螺鎮、溪洲鄉、荊桐鄉、林內鄉、崙背鄉、二崙鄉、虎尾鎮等鄉鎮，在國曆 10 月份福興宮的太平媽會開始尋狩進行 10 多天的遶境活動，明華園的歌仔戲表演、大橋旁的百萬煙火，吸引鎮民在大橋堤防守候，等待媽祖起駕離開西螺大橋的施放。太平媽要回駕的當天，從下午 1 點多，各地的陣頭佔據整個西螺鎮的道路，住家都會擺上貢品，點香迎媽祖，一直到晚上 11 點多，炫麗繽紛的煙火還在西螺的夜空中綻放，這種神明出境的慶典，熱鬧程度比農曆過年還要熱鬧。而每年 3 月大甲鎮瀾宮以慶祝媽祖誕辰，接鑾祝壽的遶境活動，徒步伴隨大甲媽祖出巡到嘉義新港奉天宮進香，橫跨臺中、彰化、雲林、嘉義中部四個大縣，中途遶境會經過西螺福興宮，數十萬的人潮湧進西螺鎮上（圖 4-6），鎮上的信徒爭鑽轎腳祈求平安，人們似乎很自然而然的，循著一種秩序感，不約而同自發去參與這種凝聚鄉里庄頭的傳統常民文化，在一點小紛擾中還是分工完成，居民不需要大規模去協調，每年時間一到，在地居民都知道有這樣的活動，這樣的傳統範疇已經凝聚了居民對地方的認同及互為往來之所在。



圖 4-6：2005 年的大甲媽祖 & 2006 年的太平媽祖

大橋節這種新興的地方節慶所帶來的熱鬧意涵與傳統的廟宇民俗慶典是不同的。民俗廟會淬取人民的生活習慣，與宗教信仰的精華，經歲月薪傳發酵成為民間文化的結晶。雖然隨著社會經濟快速轉型，臺灣從初級產業經濟為主的農業社會，變遷到以製造業、貿易為動力的工商社會，但「實質的傳統」(substantive tradition) 方面卻變化不大，

主要在於宗教信仰與民俗生活方面仍保存極強的民間自主性格，而成爲一種內發性的發展（endogenous development）（汪玉頻，2004：10）。

根據孫樹根、劉乃瑋（2005：566 - 567）的研究，傳統民俗節慶與新興的地方節慶有以下的相異處，筆者用表 4 - 1 表示出來：

表 4 - 1 傳統民俗節慶與新興地方節慶的相異處

類別	傳統民俗節慶	新興地方節慶
節慶特色	1.地方廣大住民共同創造	1.少數人操作（政府、地方文史工作者）
	2.有自然形成的環境與要件	2.人爲或經濟的因素爲先
	3.在地人的感同身受，內在的、自身的	3.大量觀光客的湧入，外在的、他人的

資料來源：整理自孫樹根、劉乃瑋（2005：566 - 567）

所以傳統民俗節慶是根植於一個地方的自然與社會環境，社群中的每個人隨著季節、時間和物候轉移，開展爲特定主題的風俗、紀念意義的社會活動（陳柏州、簡如邠，2004：8）。人們主動自覺地投入節慶民俗活動中，是種內發性，融入到這個社會中，與以外來客爲主要考量設計的地方新興節慶的外塑性不同。新興的地方節慶可能爲了給外來客方便所以興建停車場，爲了迎合一般大眾口味，所以有娛樂飲食攤位。這種拼命開發一些原本地方沒有的東西，卻忘了從地方原有的文化記憶去尋找，保存原有的地方文化特色，以致於失去地域性，留下文化節的活動名稱卻少了文化深層的內涵。

## 第五節 小結

大橋節這種外塑性的新興地方節慶，與傳統內發性的廟宇民俗節慶意涵不同，到目前看來，大橋節對社區意識的建立效果似乎不大，延平老街的居民沒真正有效參與，地方節慶應該以振興地方的經濟發展爲考量，在地人受惠的面向最直接的承受者是在地的小吃攤位，但實際評估反倒被外來小吃攤位賺走，在地小吃沒受惠，大橋節難得到在地人的認同。

在活動與文化紮根的連結性方面，整體來說，舞臺上的表演是熱鬧有餘，但與西螺在地文化關聯性低，大橋節在活動的設計上，大橋、產業、古蹟三個元素並沒有太多的聯繫，且大橋節呈現的產業文化，只停留在產業的本身促銷活動，產業的延伸活動很少，就算有，大都也是靜態的展示。西螺獨特的地方性文化並沒有有效介紹給大家，是一個

欠缺深化地方觀光文化內涵的地方巡禮。

螺陽文教基金會比較偏向大師級外來的作品，但是外來與在地藝術有不同的評價方式，不能以外來藝術的評價標準來看在地的素人藝術家。然而在地藝術自身也有評價的標準，應該藉由大橋節活動的刺激讓在地的自我評價標準出來，一定的程度敢與外來的藝術對話。有外來元素參與的確讓地方蓬筍生輝，但是地方的文化節慶應該以在地的藝術為主體，素人藝術作品及理念更應該藉由這樣的機會被規劃，把在地性顯現出來。

2001 年大橋節形塑的地方特色，給人極端的對比印象：一邊是高雅文化的藝術品，一邊是迎合大眾口味的攤販夜市。幾屆大橋節辦下來，加入大橋節的行動參與者，所要形塑的地方文化不全然是高雅文化，所以 2005 年改名為米食文化節，只是他們在尋求節慶的特色與焦點時，卻忘了從多元的記憶去捕捉，不知不覺中就會往高雅文化那邊投降。加上攤販在大橋節沒有融入活動主題被適當的處理，使得大橋節給人的感覺是：年年有活動，但主題不明顯，雕塑品非每年有，吃喝娛樂攤販年年有。

節慶的位置應該處於高雅文化的展覽和熱鬧大眾文化的夜市之間。如何設計雅俗共享的新節慶活動，結合當地文化與新藝術發展，適時加入創新元素，創造長遠持續模式。讓部分高雅文化融入活動中，加以提昇活動品質又有在地性；攤販能被規劃在活動主題內，又不太混亂，在最後一章，筆者會試著對大橋節如何重建好的文化給予建議。

## 第五章 結論與建議

### 第一節 結論

本文從：(1) 集體記憶下的舊傳統新發明 (2) 西螺文化目前的狀態 (3) 大橋節的省思及非意圖後果這三方面的探討，作為本研究的結論。

#### 一、集體記憶下的舊傳統新發明

節慶的興起與自然環境及人民的生活習慣、文化特色有密切關係，同時反應人與人之間的聯繫。傳統地方節慶主要因應農業社會的生活習性而產生，通常具有宗教或歷史文化的淵源，與社區總體營造意涵下臺灣各地一連串的觀光文化節慶不同。這種人為的創發傳統，舊傳統必須為了新目的而有新的型態。新興的地方節慶則是與國族主義區分的本土、在地聲音，它們是近十年來社區總體營下創發的傳統，隨社會的商業化、工業化而更加豐富多元。西螺一座因交通功能逐漸衰退的鐵橋也搭上這個時代的潮流，螺陽文教基金會為了保護這座橋免於被拆除的命運，結合咖啡、楊英風、朱銘大師級的雕塑品，仿若巴黎愛菲爾鐵塔般的高雅鐵橋因而誕生，以它為名的「西螺大橋觀光文化節」舊傳統新發明的地方節慶，建構起「我們是西螺」的集體記憶舞臺。

Halbwachs 認為集體記憶是立足於現在而對過去的一種重構 (Halbwachs, M., 2002 [1952]: 59)。社會現行的、共同的關懷引發人們對過去的回憶，植根在特定群體情境中的個體，就是利用這個情境去記憶或再現過去的。因為交通功能衰退，只能尋求轉型的西螺大橋，早期肩負南北交通重要使命，更為南北兩岸城鎮之經濟運輸命脈，西螺因橋而起，帶來快速便捷的經濟發展，卻也因橋而落，造成年輕生產力的外流。螺陽文教基金會這個團體，企圖以觀光藝術橋樑，帶動西螺的觀光事業，增加在地的就業機會，減少人口外流。但是只靠一座在橋上放煙火、伴隨音樂、燈光投射的新發明傳統還是不夠的，所以有了農會、公所以及武術團隊後來的加入，大橋上不再只是楊英風、朱銘的藝術品，除了地方物產濁水米、醬油、蔬菜、麻糬進場外，也有地方傳統技藝——七崁武術、布袋戲的上演。除此之外，一些被壓抑的在地人聲音也出來，表達家鄉的文化被漠視，然而這座新發明的觀光橋樑，帶領西螺朝觀光小鎮邁進，卻難喚起群眾對西螺的關懷與認同，於是造成一群地方人士組成口店文史協會，也進來參與西螺這個大社區的集體記憶建構。



## 二、西螺文化目前的狀態

這幾年活動的舉辦讓我們看到不同團體的不同集體記憶在爭奪西螺文化，分別在大橋意象、導覽工作、地方技藝、地方物產以及來往濁水溪南北岸的交通樞紐這五方面進行爭奪。首先我們先來釐清目前這些從器物、深層期待的不同發聲者，他們所要建構的集體記憶，共同凝聚的西螺文化是怎樣的狀態？是屬於大眾文化還是高雅文化？

由阿多諾（Theodor Adorno）和霍克海默（Max Horkheimer）提出的文化工業，就是指涉大眾文化的產品和生產過程，所有的文化都以開創市場需求為準則，不斷去創造刺激微小的差異化，迎合特定的大眾，例如：不斷更新手機或手機吊飾刺激大眾購買。顯然大橋節形塑的地方文化不是大眾文化，直接落入文化工業的操作方式，生產同質化的文化產品，以刺激微小差異性來吸引大眾的地方節慶。但它也不是全然去尋求一種高雅文化的狀態，即使有過一小段曾像螺陽文教基金會的楊英風或是名氣很大的藝術家文化，但是事實證實並不成功，才會產生後來的米食文化以及口店文化。

西螺文化現在正共同在凝塑當中，這些行動者、元素都進場了，這樣出來的文化就符合了人類學者所說的「文化是一種生活方式」，而不是文化就一定是高雅文化，文化也不是一定要被操作成商品化，成為沒有集體記憶的意涵。

但是文化是很抽象的東西，文化是一種生活方式要如何具體呈現？勒華拉杜里（Le Roy Ladurie）在《蒙大猶》提到一個法國南部村莊裡充滿異端信仰的山村，有很多地方以具體的象徵物、時間和空間觀念來表現他們的生活方式。依筆者的看法，很多影響生活方式的觀念是物質的呈現，所以傳遞下來是一種物質的觀念，最重要的是一種關於物質的觀念，所以本研究是從這方面來考察。牧羊人為了轉場放牧所建立的臨時住所——窩棚，不但是製造乳酪的地方，也是牧民們流動的交叉點和交換遙遠家鄉消息的場所，所以窩棚這個實際物代表的就是居民生活的重心，更是牧民們人際關係聯繫的重要所在，扮演著緩衝宗教歧見和不同文化的力量。而既是廚房、麵包房又是羊圈的牲口圈，不但和窩棚同樣扮演文化交融的角色，同時也是牧民生活和牲畜緊密連結的一個鮮明例子。然而「抓虱子」這種舉動成為蒙大猶表達友好關係的一部份，加強或是顯示家人親近溫存的關係。「給某人的手上倒水」是一種禮貌和友好的表示，因為他們很少洗澡，即使梳洗，也不管肛門和生殖器，只侷限於祝聖、製造或吞咽食物的身體部位（手、臉、嘴）。在時間觀念方面，以秋收、採葡萄、收割小麥等物候、農事活動或是萬聖節、聖誕節、

狂歡節、封齋節等宗教活動來區別一年中的不同時間。在空間概念則是以身體當作測量的基本工具，特別是手和臂（Le Roy Ladurie, 2001 [1975]: 171 – 198, 231 – 254, 505 – 540）。

另外埃文思-普里查德（E.Evans-Prichard）對非洲部落努爾人的田野研究指出，努爾人生活在傳統部落裡，物質文化非常的簡單，高度依賴於他們的環境。他們是牧民，他們唯一感興趣的勞動就是照顧牛，牛是他們心愛的財產，他們靠牛來獲取許多生活必需品，對牛的態度表現在一出生取名到成長過程中的各種儀式上以及血仇械鬥上，他們大部分社會活動是與牛有關，所以要瞭解努爾人的生活方式，就需要先掌握用來指涉牛群生活的語詞，尤其是這種價值如何與環境條件相聯繫

（E.Evans-Prichard, 2001 [1940]: 1 – 20）。所以文化最好呈現的方式就是存在於物、時間與空間的觀念裡，或是關注的興趣焦點上，即一種特殊的物表現在他們注意力之焦點等等。努爾人的傳統部落可能造成大家很同質性、一致性都在注意牛，可是西螺畢竟已經是一個分歧性、複雜化的社會，不單只有一項的關注興趣之焦點，所以各發聲者的集體記憶才會表現在不同的器物、時間與空間象徵觀念裡頭。

這些發聲者的集體記憶，在一個嚴格的狀況下，可能會產生敵對、對立的狀態，但是目前看這些集體記憶在西螺這個大社區是處於多元並置、模糊紛雜的狀態。然而這些發聲者中的螺陽文教基金會、口店文史協會、張老師是屬於擅於作計畫和論述的行動者，所呈現的計畫和論述比較能獲得公部門的賞識。好的建議是這種能作計畫和論述的行動者，可以更積極主動去看到已經在發聲的元素。這樣才可以把地方這些看似紛雜、多元並置的集體記憶進而共構地方文化，讓社區更有自己的特色個性。

### 三、大橋節的省思及非意圖後果

大橋節並沒有造成居民有效的參與，居民參與社區的切入點還在找尋。在地人希望藉由大橋節吸引觀光客進來消費，把錢留在西螺，在地小吃是最可能的承受者，但是實際評估後在地小吃受惠並不大，反倒是被橋頭大長排的外來攤販受惠，所以大橋節難喚起地方的社區意識。在活動與文化紮根方面，大體來說是熱鬧有餘、在地不足。照理說，早在大橋節辦理之前，承辦單位會有一段時間與學校或表演團體聯繫表演的相關事宜，為了呈現一些跟大橋意象相關的活動，應該會有一些平日的接觸和培訓，但是活動給人的感覺卻像是急救章，表演團隊的培訓以及跟承辦單位之間的聯繫似乎不夠，不然怎沒

爭對在地的文化主題進行表演！文化產業沒有被適度好的發揮，有些活動對促進地方文化產業的相關性很低。承辦單位在節慶行政處理上與攤商的協調不是很成功，攤販的產生雖然可增添活動的熱鬧氣氛，但若沒有簡單的提升，很容易落入夜市般的節慶。

要做好文化產業的工作，首要之圖是社區意識的建構，而社區意識的建構可從集體記憶來建立，雖然西螺大橋原本是一座交通運輸功能的鐵橋，但是當下的我們可以去創造一種表徵，在群體之中是有意義而取得共識的，這種集體表徵是可以成爲一種新的集體記憶。所以大橋節的確是可以被適度改造成向心力的中心。

即使螺陽文教基金會從文藝季一直到大橋節歷屆下來，他們實驗過多種的作法，至目前還沒達到成熟穩定的節慶狀態。不過在這過程中，產生了非意圖的後果，有多元不同的聲音出來，使一些行動者、元素紛紛進場，螺陽文教基金會刺激了口店文史協會的產生，也誘發了媽祖文化祭這個行動的主體。從這些行動者可歸納出兩大類，一類是很會作計畫和論述的，一類則是很有地方號召力，這兩大類行動者將來若能有機的連結，進而形構地方文化，就能翻新地方節慶。

## 第二節 建議

2006年福興宮的太平媽祖文化祭帶動不少人潮，活動的舉辦更融合螺陽文教基金會、口店文史協會、農會以及武術團隊的加入，是西螺在地的的大規模宗教活動。雖然每年農曆三月的大甲媽祖遶境會經過西螺，但那畢竟不是自己在地的宗教活動。也許一個外塑的節慶比較好的狀態是跟傳統的節慶，以比較有生命、有機的一個連結。因爲這種新發明的傳統節慶在宗教信仰與民俗生活方面仍保存極強的民間性格，成爲一種內發性的發展，時間一到，人們社區意識很自然而然就會凝聚起來，將此活動當作社區的大事。

大橋節意外的誘發出媽祖文化節慶，而且也看到許多的行動者進來協助，從這裡可以讓一些其他的元素活化起來。像農會是產業文化活動的主角之一，其爲與農民接觸最爲密切的地方基層機構，扮演著輔導地方農業運作的行動者，照理來說，產業文化活動是農會發揮的舞臺之一，藉此協助農民產銷以提升農民種植的意願。所以除了濁水米外，農會是可以輔導農民其他產業的可能。這樣是把行動者發成兩大類，一大類是擅於提計畫和論述（文史團體），另一類是跟地方生活很綿密的連在一起，有很多傳統基礎的號召力行動者（廟宇、農會）。而縣政府、鎮公所公部門這方面，則是擔任活動參與者間的主要協調工作，是運用媒體，大力爲地方節慶造勢行銷的最佳單位。

人潮來了，地方的特產店、小吃業或是旅館等可能成為直接的受惠者，在地居民有受惠，才會表現出對社區的貢獻心，共同築構社區美好的未來。此時地方的民間團體與社團，就可以規劃一些在地記憶的創意活動，藉此為地方文化產業行銷。以下是筆者從眾多的多元記憶去找尋，當外來客參觀西螺的媽祖文化節慶，也可認識其他的在地文化產業，達到行銷西螺之效果的理想節慶設計表（表 5 - 1）。

西螺因土地肥沃與灌溉系統的便利，受到早期拓墾移民的青睞，加上是與一溪之隔的彰化縣進出交通的出入口，延平路於 1723 年（雍正初年）即形成街廓，此地的市街建設時期可視為在 1800 年初期（嘉慶至道光年間）已開始。由於延平路是位居濁水溪最近的聚落城市，大橋未落成之前，今堤防旁的渡口（口店廟附近）是濁水溪南來北往、集集之外另一個重要陸路轉水路的驛站，由於是人潮聚集的地方，雖然是一個以農業為主的鄉村都市，但許多的商業空間也因應而生，當時車水馬龍、商業繁榮的景象，是南北雜貨交易的重要場所。街頭附近的店家與東市場成為最熱鬧的地段，街道大都有 15 米半寬，店舖多為頗具洋風的二層樓建築，東西向長度約在 1.2 公里左右，從東邊開始又分成街頭、街肚、街尾三部分，街頭從引西橋開始到東市場，街肚從東市場到福興宮（太平媽），街尾從福興宮（太平媽）到平和路止，現今延平路上所呈現的街屋面貌，就是當時商業活動的黃金地段（程健麟，2002：84 - 85）。

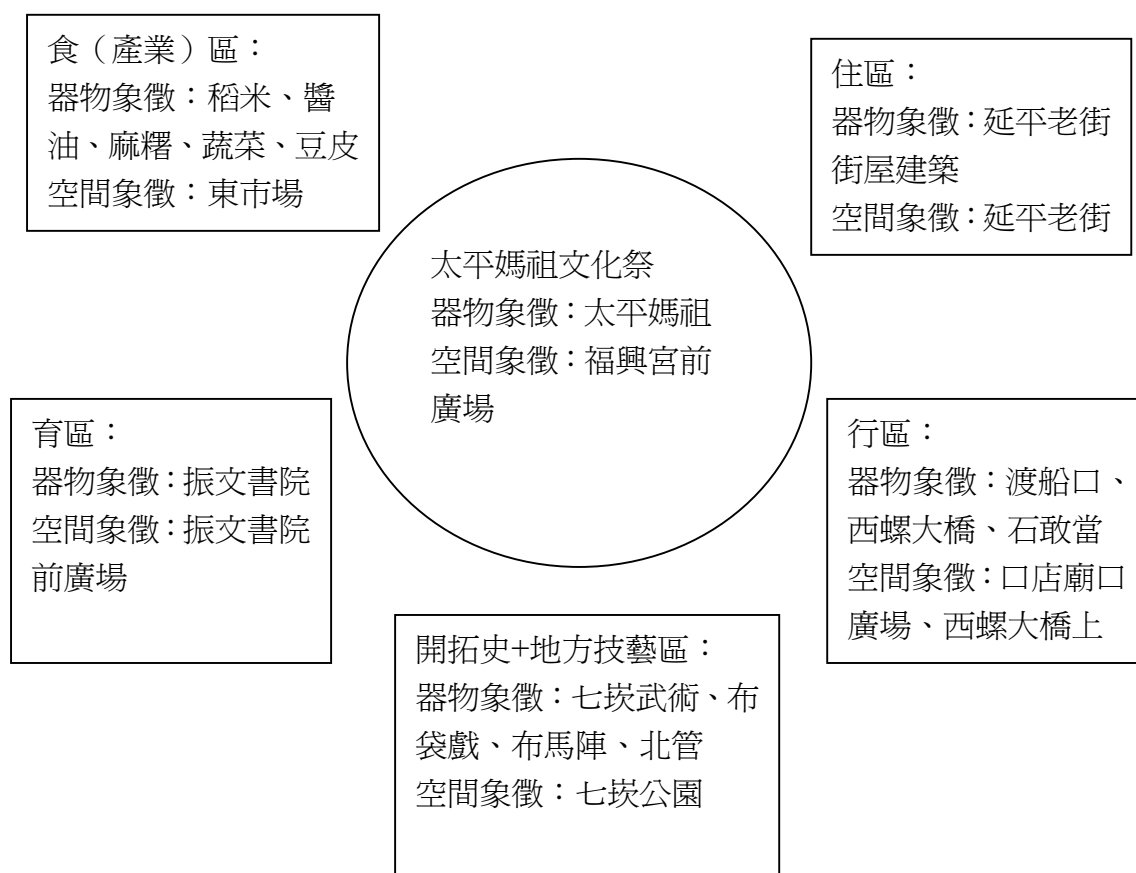
地方的傳統技藝是先民在西螺這塊土地的生活見證，要不是有張廖家族遠從大陸來西螺開墾，就沒有「西螺七崁武術」在臺響叮噠的名號。家喻戶曉的布袋戲大師—黃海岱學習的北管樂曲演奏，說明「布馬陣」和「布袋戲」故鄉的西螺更不能少「北管」這項西螺在地藝術的加持。農會和公所爭奪的西螺物產記憶，不管是農會的稻米，還是公所認為的蔬菜、醬油……，其實都是濁水溪孕育的產物，另外造就西螺成為全臺最大的蔬菜集散地，所用的竹籃更是不可遺漏。而濁水溪南北兩岸交通的樞紐，不論是大橋未落成之前堤防旁的渡口（口店廟附近），或是不同文明興建的西螺大橋，都與濁水溪這條溪密不可分，西螺的歷史文化發展與這條溪河無法切割，說穿了，西螺文化就是濁水溪文化，濁水溪孕育了什麼給西螺，就如人類四大古文明都是發生在大河流過的區域一樣，因為河流從山上帶來大量泥沙，形成肥沃沖積平原，最適合農業發展。

西螺位於濁水溪下游，它的興衰和濁水溪密不可分，濁水溪長 176 公里，從中央山脈奔流而下，河道數度變遷。西螺四千公頃的農地就是依賴濁水溪的溪水灌溉，西螺的產業跟濁水溪有很大的關係，西螺有「嘉南穀倉」之稱就是拜西螺之母—濁水溪所賜，

濁水溪上游帶來的褐色土壤黏性高，配合濁水灌溉，便產生香 Q 的濁水米；濁水溪孕育的西螺米，造就了黏度高的圓糯米，是製造麻糬的最佳材料；而水質是醬油釀造的三個重要條件之一，加上獨特的傳統釀造法，使得西螺醬油有了今日臺灣「醬油王國」之稱；西螺的水質富含石灰質，製作豆皮易於凝結，且結出來的皮結實、薄又重、斤兩夠、嚼感佳，易於做成各種加工品，又因西螺是穀倉之鄉，碾米工廠多，粗糠是製作豆皮的最廉價燃料，取得容易，所以豆皮也自然發展成西螺特產之一；濁水溪的水質和沙質更是造就西螺成爲全省重要的蔬菜生產地之一，也是大臺北地區蔬菜的主要供應地。然而雲林縣碩果僅存、位於西螺東南郊的振文書院也是全臺的三級古蹟，雖然沒有被活動參與者所納入，但它是西螺鎮首學，不僅曾在教化興學上貢獻良多，於肅清煙毒上亦有相當貢獻，雖然現今少有學子前來書院讀書，但每逢考季來臨時，書院的供桌上，便可看到成堆的准考證，祈求文昌帝君保佑子弟，考試順利平安，可見書院對民衆的影響。所以「濁水溪文化」在西螺這個大社區就是一種多元共構的集體記憶，可以用來翻新節慶的意涵。

以「濁水溪孕育西螺人」的內涵爲主軸，把西螺大社區分成食（產業）、住、行、教育、歷史地方技藝幾大區，每個區塊裡頭都有象徵物的擺設，可以是大師的雕塑品，可以是學生的藝術創作，區塊之間可靠接駁車接送，隨車有導覽解說。西螺的米、醬油、麻糬、蔬菜、竹編產業方面放在「食」區；延平老街建築放在「住」區；濁水溪南北岸交通樞紐之爭，大橋未建之前的渡口歷史與西螺大橋的不同文明交通意象放在「行」區；臺灣三級古蹟振文書院，也是雲林縣唯一的書院放進「育」區；「歷史和地方技藝」區則把張廖家族「生廖死張」的源由以及來西螺的開拓史，搭配七崁武術、布袋戲、布馬陣、北管這些地方技藝以故事性方式呈現。讓每一區都有相關的藝文活動設計，將該區的特色展現出來，讓來參加西螺地方節慶的人除了參加一項主題活動外，也能有其他的活動可以選擇。

表 5-1 理想的節慶設計



食（產業）的部分，可將東市場規劃成產業區，那米食、醬油、蔬菜等產業要怎樣呈現才有特色？農會可把指導小學生在學校做的稻米成長的一生，從選種、播種到收割拍成紀錄片，真實紀錄種稻的過程及要注意的地方，現場實際碾米去殼，再以西螺米用「爆米香」的方式，讓小朋友創造可愛的卡通造型圖案，優勝的還可以贈送稻草編織品。古農具除了現場展示，要能解說何種情境下使用何種工具，也可在現場進行竹編教學、稻草編織。西螺這麼多家醬油工廠，可進行吃醬油猜是哪家口味的遊戲，最後歸納各家醬油的特色。另外設計乘坐產業列車的活動，到果菜市場、醬油、麻糬、豆皮產業工廠，現場了解果菜現場進貨、理貨、拍賣、領貨的拍賣作業流程以及產業實做的過程，然後來個簡易的DIY製作。亦可以把過剩的蔬菜乾燥處理，水分沒了，但營養成分還是在。西螺地區很多住家旁都是菜園，可設計逛菜園，體驗拔菜的感覺。在地的特產小吃可在裡頭規劃設攤，一定是地方特產才能進來。

住的部分，可以請張老師從延平老街的街屋設計以導覽的方式，帶大家認識當初西螺最熱鬧商業活動的情景，觀看延平老街的建築特色：水泥藝術處理、女兒牆、建築的識別（堂號與姓氏）以及立面裝飾的多樣性。最後走進延平路的一兩家小吃店，品嚐在地特色美食做個休息。

行的部分，在口店廟前的廣場，邀請果陀劇場將大橋未建前，先人來往濁水溪南北岸、因水患而建的石敢當以及建橋的來由、經過，都以行動劇的方式呈現，這條孕育西螺的濁水溪非常重要，將「石敢當」這種象徵物搬上舞臺，引出「這種東西以前在住家的家裡頭」之在地記憶，點出濁水溪對西螺的影響。另外大橋上可布置成休閒的觀光橋樑，邀請藝術家或設計科系的師生，設計與西螺意象相關的藝術品，進行大橋上一些相關的藝文活動。

育的部分，雲林縣碩果僅存的書院—振文書院是臺灣的三級古蹟，可以此辦書院的歷史隧道，書院歷史沿革、建築特色解說，彩繪書院比賽。把鎮賽的語文競賽移到這個時候來比賽，以家鄉為題材的相聲以及國語、閩南語說故事比賽，或是不同組別的詩詞吟唱比賽都可藉文化節的活動呈現。

開拓史與地方技藝部分，可以西螺七崁頭崁的廣興地區為代表，七崁牌樓、七崁公園、阿善師墓園、祭祀阿善師的振興宮都齊聚在廣興，可選其中一地分時段來展演西螺開拓史和地方技藝（七崁武術、布馬陣、布袋戲、錦城齋北管）的來由以及特色介紹。各中、小學的武術評鑑可在西螺文化節時段辦理，讓學子有機會在大眾面前呈現這年來武術學習的成果。武術團隊每年教授不同的拳路，讓遊客除了觀看別人打拳也能現場學習。建議用布馬陣、布袋戲、北管演奏表演的方式把西螺開拓史與七崁源流（張廖家族、七崁箴規、張廖宗祠）呈現，以有獎徵答方式吸引大家觀賞，中間穿插魔術或小表演達到寓教於樂的效果。

市容方面也可以打造屬於西螺的特色，街上街燈的圖案可設計成有家鄉特色的造型，加深遊客來西螺的印象，比如說西螺鎮素有「羽球搖籃」美譽，可在西螺運動公園把近代羽球歷史的文化呈現出來，運動公園附近的街燈改成羽球形狀，遊客來西螺就會想到西螺羽球很厲害，加深他們對西螺羽球的印象。或是農會附近的街燈改成米的造型，有一區是西瓜類，有一區是其他家鄉象徵物等等。

一個完善的節慶設計，能夠勾起在地居民的情感，使經濟與文化產生交集，這也是一個新節慶生生不息的原因。大橋節刺激出這樣意外的後果，刺激出口店文史協會這樣

的團體，它也刺激出傳統媽祖節慶籌備者，適度吸納一些新元素進來是相當好的，所以有網絡基礎的人，就主動來邀有文史概念、有策劃能力的人，等於是產生一個有意思的發展，才能為地方產業帶來振興的新契機，真正落實文化紮根，讓地方有自己的發展特色，當居民本身對在地產生更強的認同感時，才能帶動地方的繁榮。



## 參考文獻

### 一、 中文部分

#### (一) 論文與專書

- 王明珂 (1993)，〈集體歷史記憶與族群認同〉，《當代》，91：6 - 19。
- 王雅芳 (2004)，《地方文化與集體記憶之探討---以犁頭店「麻荳文化」為例》，逢甲大學都市計畫研究所碩士論文，未出版，臺中市。
- 王雅玲 (2002)，〈從超級特展探討博物館與傳播媒體之互動 - 以「黃金印象—奧賽美術館名作」與「兵馬俑·秦文化」特展為例〉，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 行政院文建會 (1995)，《社區總體營造簡報資料》，臺北：編者。
- 行政院文建會 (2004)，《2004 文化白皮書》，臺北：編者。
- 李明儒 (2000)，《探訪西螺大橋的流今歲月》，雲林：財團法人雲林縣螺陽文教基金會。
- 李謁政 (2005)，〈建構社區美學：邁向臺灣集體記憶之空間詩學〉，《環境與藝術學刊》，3：1 - 12。
- 沈佩儀 (2002)，《當代觀光凝視的建築—以鹿港古蹟旅遊為例》，東海大學社會學系碩士論文，未出版，臺中市。
- 汪玉頻 (2004)，《民俗節慶活動運用整合行銷傳播之研究：以大甲媽祖文化節為例》，世新大學傳播研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 林崇熙 (2000)，〈文化撰造與歷史想像〉，《南臺灣鄉土文化學術研討會論文集》，行政院文化建設委員會，297-323。
- 邱映慈 (2000)，《整合行銷傳播在選舉行銷上之運用--以 1998 年臺北市長選舉為例》，輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文，未出版，臺北縣。
- 夏瑞媛 (2002)，《誰的社區、誰的政治—社區文化導覽圖中的再現、權力與文化想像》，雲林科技大學文化資產維護研究所碩士論文，未出版，雲林縣。
- 孫樹根、劉乃瑋 (2005)，〈臺灣鄉村地區「造節運動」現象之研究—農產品銷售事件為例〉，《休閒、文化與綠色資源論壇—思想、理論與政策研討會》，557 - 572。
- 袁方主編 (2002)，《社會研究方法》，臺北：五南出版社。

- 陳其南（1998），〈文化產業與原住民部落振興〉，《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。
- 陳柏州、簡如邠（2004），《臺灣的地方新節慶》，臺北：遠足文化。
- 陳湘東（2000），《節慶活動與企業贊助動機之研究》，朝陽大學休閒事業管理學研究所碩士論文，未出版，臺中縣。
- 陳華（1999），〈集體記憶與社區歷史的建構〉，《臺灣風雲》，49（3）：127-155。
- 程大學等（2000），《西螺鎮誌》，雲林：西螺鎮公所。
- 程見勝（2003），《西螺演義》，雲林：雲林縣文化局。
- 程健麟等（2002），《螺陽風華》，雲林：雲林縣政府。
- 雲林縣發展史編纂委員會（1997），《雲林縣發展史》，雲林：雲林縣政府。
- 黃世輝（2001），〈社區自主營造的理念與機制〉，《建築情報》，59-76。
- 黃美傳（2001），《社會網絡與地方產業文化發展—白河蓮花節與官田菱角節之比較研究》，臺灣師範大學/地理研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 愛鄉文教基金會（2001），《社區營造草根工作者培訓營文獻集》，臺南：編者。
- 楊敏芝（2002），〈地方文化產業與地域活化互動模式之研究—以埔里文化產業為例〉，臺北大學都市計畫研究所博士論文，未出版，臺北市。
- 楊深耕（2006，5月），《地方文化產業的理論內涵分析：歷史社會學與文化經濟學的視角》，論文發表於雲林科技大學文化資產維護研究所舉辦之「山海關發表議程」學術研討會，雲林縣。
- 葉智魁（2002），〈發展的迷思與危機〉，《哲學雜誌》，38：4-25。
- 葉碧華（1999），《大型觀光節慶活動效益評估之研究—以臺北燈會為例》，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 葉顯宗（1995），《西螺演義—八十四年全國文藝季雲林縣活動成果編輯》，雲林：雲林縣政府。
- 廖丑（1998），《西螺七崁開拓史》，臺北：前衛出版社。
- 臺灣省政府建設廳手工業研究所（1995），《社區總體營造—社區總體營造的理念與實例》，臺中：編者。
- 潘淑滿（2003），《質性研究：理論與應用》，臺北：心理出版社。
- 蕭阿勤（1997），〈集體記憶理論的檢討：解剖者、拯救者、與一種民主觀點〉，《思與言》，

35 (1) : 247 – 296。

## (二) 網頁與報刊資料

- 李維菁 (2006, 7 月 25 日), 〈邱坤良籲以居民為本 再思社區營造〉, 中時電子報, 2006/07/29, 取自  
<http://news.chinatimes.com/Chinatimes/newslist/newslist-content-forprint/0,4066,110513+112006072500320,00.html>
- 奇摩消費情報 (2005 年, 4 月 2 日), 〈西螺大橋米食節 蔬果打前鋒 有好吃更好看〉, 2005/09/17, 取自 [http://tw.money.yahoo.com/money\\_news/050404/5/1nvbp.html](http://tw.money.yahoo.com/money_news/050404/5/1nvbp.html)
- 翁秀琪 (2001), 〈集體記憶與認同構塑—以美麗島事件為例〉, 《新聞學研究》, 68, 117-149, 2006/09/14, 取自 <http://www.jour.nccu.edu.tw/Mcr/0068/06.html>
- 郭成長老師網頁作品集, 2005/12/23, 取自 <http://www.tivs.cy.edu.tw/kcc/90ichu/silou1.htm>
- 雲林旅遊網, 2006/03/21, 取自  
[http://yunlin.mmmtravel.com.tw/index\\_m.php?ptype=news\\_view\\_from&id=4039](http://yunlin.mmmtravel.com.tw/index_m.php?ptype=news_view_from&id=4039)
- 雲林縣政府文化局網站, 2006/09/12, 取自 <http://www.ylccb.gov.tw/ylccb.htm>
- 黃世輝、黃建成 (2001), 〈雲林縣社區總體營造實踐的回顧與分析—從雲林縣文化局的社造推動來看〉, 取自  
<http://www.yuntech.edu.tw/~gha/publish/teachers/hwangsh/2001/1/2.htm>
- 廖登堂 (2001), 〈有夢最美〉, 《螺陽風土情社區報》, 29 : 1, 雲林: 螺陽文教基金會。螺陽文教基金會網站 <http://www.wuanchuang.com.tw/louyoung/index00.htm>
- 伊吾 (2001), 〈雨聲裡的警效〉, 《螺陽風土情社區報》, 30 : 24-25, 雲林: 螺陽文教基金會。
- 西螺鎮公所 (2002), 《慶祝西螺大橋通車五十週年—2003 大橋觀光文化節企畫書》, 未出版, 雲林。
- 西螺鎮公所 (2004), 《2005 西螺大橋米食文化節企畫書》, 未出版, 雲林。
- 西螺鎮公所 (2006), 《2006 西螺大橋觀光文化節 Has Fun 企畫書》, 雲林: 編者。
- 李政道 (2006, 7 月 11 日), 〈西螺文化節, 被轟像夜市〉, 蘋果日報, B4 版。
- 李靜芬 (2006, 7 月 11 日), 〈西螺文化節, 有廠商私接電〉, 自由時報, B7 版。
- 郭春輝 (2006, 7 月 4 日), 〈跨國藝術家, 打造西螺藝術小鎮, 中國時報〉, C2 版。

程見勝（2002），〈西螺大橋觀光文化節省思與檢討〉，《螺陽風土情社區報》，33：1-2，  
雲林：螺陽文教基金會。

雲林縣口店文史協會成立晚會資料（2005），未出版，雲林。

雲林縣政府文化局（2004），《2004 西螺大橋觀光文化節手冊》，雲林：編者。

雲林縣政府文化局（2005），《2005 西螺大橋觀光文化節手冊》，雲林：編者。

雲林縣政府文化局（2006），《2006 西螺大橋觀光文化節手冊》，雲林：編者。

廖淑玲（2000，4月3日），〈西螺大橋上空秀，看大風箏上青天——十米長龍鳳凰風箏高  
飛，吸引二十餘隻大老鷹繞著盤旋，橋上數千人報以掌聲，陣陣陣咖啡香助興〉，  
自由時報，B7版。

廖淑玲（2006，7月12日），〈西螺文化節，工藝達人展手藝〉，自由時報，B7版。

廖淑玲（2006，7月13日），〈西螺文化節，戶外提早撤展〉，自由時報，B8版。

廖淑玲（2006，7月7日），〈西螺東市場，鎮長親自叫賣〉，自由時報，B7版。

臺北遊客（2001，4月4日），〈雲林藝術節，恍若置身夜市〉，中國時報，A15版。

螺陽文教基金會（2000），〈八十九年度活動日記〉，《螺陽風土情社區報》，27：25。

螺陽文教基金會（2000），《2001 藝術文化年——西螺大橋觀光文化節計畫書》，未出版，  
雲林。

螺陽文教基金會（2001），〈九十年活動日記〉，《螺陽風土情社區報》，30：24，雲林：  
編者。

螺陽文教基金會，《西螺社區文化導覽手冊》，雲林：編者。

## 二、 英文部分

### (一) 英文中譯

- David W. Stewart、Michael A. Kamins 著 (2000 [1998]) / 董旭英、黃儀娟譯,《次級資料研究方法》,臺北:弘智文化。
- E.Evans-Prichard 著 (2001 [1940]) / 褚建芳等譯,《努爾人—對尼羅河畔一個人群的生活方式和政治制度的描述》,北京:華夏。
- Earl Babbie 著 (2004 [2001]) / 李美華等譯,《社會科學研究法》,臺北:時英。
- Fred Inglis 著 (2002 [2000]) / 鄭宇君譯,《假期:愉悅的歷史》,臺北:韋伯文化出版社。
- Halbwachs, M.著 (2002 [1952]) / 畢然、郭金華譯,《論集體記憶》,上海:上海人民出版社。
- Hobsbawm, Eric 著 (2004 [1983]) / 顧杭、龐冠群譯,《傳統的發明》,南京:譯林。
- John Storey著 (2003 [2001]) / 李根芳、周素鳳譯,《文化理論與通俗文化導論》,臺北:巨流。
- Jorgensen, D. L.著 (1999 [1995]) / 王昭正、朱瑞淵譯,《參與觀察法》,臺北:弘智文化。
- Le Roy Ladurie 著 (2001 [1975]) / 許明龍譯,《蒙大猶:1294-1324年奧克西坦尼的一個山村》,臺北:麥田。
- Lewis A Coser 著 (1993 [1992]) / 邱澎生譯,〈阿伯瓦克與集體記憶〉,《當代》,91:20-39。
- Philip Smith 著 (2004 [2001]) / 林宗德譯,《文化理論的面貌》,臺北:韋伯文化出版社。
- Raymond Williams 著 (2003 [1976·1983]) / 劉建基譯,《關鍵詞:文化與社會的詞彙》,臺北:巨流。
- Rebecca B.Rubin, Alan M.Rubin, Linda J. Piele 著 (1997 [1994]) / 劉心陽譯,《傳播研究方法:策略與來源》,臺北:亞太圖書。
- Roger D.Wimmer & Joseph R.Dominick 著 (1995 [1993]) / 李天任、藍莘譯,《大眾

媒體研究》，臺北：亞太圖書出版社。

## （二）英文書籍

Bartlett, F. C. (1932). *Remembering: a Study in Experimental and Social Psychology*. London: Cambridge University Press.

Getz, D. (1991). *Festivals, Special events. And Tourism*. New York: VNB.

Gulliver, P. H. (1955). *The Family Herds*, London: Routledge & Kegan Paul LTD.

Hinch, T. D. (1996). Urban Tourism: Perspectives on Sustainability. *Sustainable Tourism*, 4 (2), p.95-100.

Minichiello V., Aroni, R., Timewell, E. & Alexander, L. (1996). *In Depth Interviewing* (2<sup>th</sup> ed.) South Melbourne: Addison Wesley Longman Australia Pty Limited.

Robterson, Jennifer (1991). *Native and New Comer: Making and Remaking a Japanese City*. Berkeley, CA: University of California Press.

Watt (1998). *Event Management in Leisure and Tourism*. Wesley Co. p.60 – 74.

## 附錄一 訪談大綱

### 一、西螺在地居民 E1

1. 您對西螺觀光文化節的印象如何？
2. 我想請問您看到大橋節的攤販有什麼感覺？
3. 您記憶中的西螺文化是怎樣的圖像？
4. 大橋節的舉辦對西螺在地方經濟和產業文化方面有何影響？
5. 攤販在大橋節所扮演的角色？攤販有文化嗎？攤販對西螺文化的影響？
6. 文化造節活動使得地方文化被商品化，失去原本地方文化特性？

## 二、農會 C1

1. 米食節橋上的五大展示區：(1) 民俗小吃、傳統手工藝品 (2) 農特產之美：米食產品 (3) 夕陽咖啡情 (4) 田園懷舊：農民務農之成果，蔬菜、水稻 (5) 兒童歡樂區 (針對 2005 年米食文化節活動手冊)：
  - 劍湖山遊樂設施咖啡是西螺的特產嗎？
  - 為何每年都有橋上咖啡？劍湖山遊樂設施的出現，扮演角色是？
  - 米食產品、蔬菜、水果的呈現有別於其他農村地區的特色嗎？凸顯西螺在地的米食文化？
  - 民俗小吃、傳統手工藝品套用到其他地方是否也可行？
2. 您記憶中的西螺文化是怎樣的圖像？



### 三、張老師 A3

1. 老師您導覽的經驗裡，大橋節那天和平時是哪些人跟您申請要導覽？有區別嗎？
2. 導覽的地方是來參觀的人指定還是由老師您自己選的？您會選擇外來客去看哪些地方？您為何會選擇這些地方作為導覽的景點？
3. 來參加大橋節大都是哪些人？您認為他們為何會來？
4. 您覺得歷屆的大橋節在舞臺區的表演、大橋上的展示區、攤販區有哪些地方是不錯的？哪些需要改進？【拿出 2000-2005 的節目表】
5. 咖啡勝過西螺在地產業嗎，為何每年都有？
6. 楊英風那年國際級的雕塑作品在大橋上展覽，代表的意思是什麼？跟西螺在地文化有關嗎？
7. 延平老街是西螺重要景點，且也離大橋不遠，為何在大橋節活動都沒被規劃內？大橋節活動為何一定要在大橋上及周圍？用接駁車讓外來者到鎮上有在地特色的點實地去瞭解可行嗎？
8. 為何不把活動範圍延伸到鎮上西螺小吃？西螺小吃的九層粿、油蔥粿、金瓜米粉…不是很有名，大橋節怎不把遊客引導到鎮上的西螺小吃？讓在地西螺人也受益？
9. 西螺的有全臺最大的果菜市場，現場交易情形是別鄉鎮絕對看不到的，埔心的竹編，豆箕、醬油、麻糬、碾米的製作過程都是西螺在地的產業文化，怎不把這些產業文化呈現出來？
10. 辦了這麼多年的大橋節，「攤販」和「文化」兩則有沒有辦法從矛盾轉為協力？螺陽文教基金會、鎮公所等團體又是如何在文化態度上定位攤販？在節慶行政處理上協調攤販？是失敗還是成功呢？
11. 您記憶中的西螺文化是怎樣的圖像？
12. 大橋節有建立在地居民的社區意識？活動與文化紮根的連結性為何？有將文化產業的發展（鎮內古蹟、地方產業）推銷給外來客瞭解知道？
13. 大橋節是否能建構大家的共同記憶 以及增進地方的認同，依此來看這樣的節慶是否地方化？還是大橋節只是純商業考量的活動？
14. 怎樣才是真正的西螺在地方文化活動？地方節慶該如何把西螺地區文化呈現出來？

## 四、口店 D1

1. 口店文史協會是由哪些成員？背景為何？您們的目的也是為地方文史工作努力，口店和螺陽有何不同？
2. 是如何去發現口店土地公廟是西螺歷史最早的土地公廟？
3. 口店文史協會以口店為名，要找尋西螺鎮被遺忘的歷史，您認為什麼才是西螺的文化？
4. 您們要如何輔導社區居民來關懷社區？如何推動家鄉的產業？
5. 口店文史協會成立的晚會內容一些疑問：
  - 場次 4 的北管樂曲表演，源自清治時代西螺的在地藝術。市仔頭錦城齋我知道在哪，但是街仔尾新樂軒在哪？為何只去追錦城齋的歷史，沒提新樂軒？
  - 場次 5 和 6 都是西螺的歌謠，在地歌謠不證自明，只是詞曲誰作？他們的身份是？
  - 若場次 4—6 是屬於西螺在地的藝術文化表演，那場次 1、2、3 的表演在口店文史協會的歸類上又是屬於哪方面？
  - 節目的安排過程中有無衝突的地方？如何協調？

場次	節目	性質	表演者
1	慶開幕 繽紛世界 舞動的精靈	舞蹈	咚咚舞蹈社舞團
2	陽明春曉 預別 農春酒歌	中國笛、 二胡	高中生
3	紫竹調 天賜歡樂 放學回家的時候 草蜢弄雞公 甜蜜家庭	陶笛吹奏	小學生

	快樂頌		
4	娛樂昇平 懷春曲 南部夜曲	二胡演奏	北管傳人廖正道 師傅
5	螺陽感懷 中秋賞月	歌謠吟唱	詹振漣
6	西螺歌謠大合唱 西螺大橋落成誌感 西橋夕照 阮若打開心內的門窗 阮是西螺人 阮懷念的西螺	合唱	團隊、現場觀眾
7	活動預告	踏訪「口店」古老渡船頭	

6. 延平老街是西螺重要景點，且也離大橋不遠，為何在大橋節活動都沒被規劃內？大橋節活動為何一定要在大橋上及周圍？用接駁車讓外來者到鎮上有在地特色的點實地去瞭解可行嗎？
7. 為何不把活動範圍延伸到鎮上西螺小吃？西螺小吃的九層粿、油蔥粿、金瓜米粉……不是很有名，大橋節怎不把遊客引導到鎮上的西螺小吃？讓在地西螺人也受益？
8. 西螺的有全臺最大的果菜市場，現場交易情形是別鄉鎮絕對看不到的，埔心的竹編，豆箕、醬油、麻糬、碾米的製作過程都是西螺在地的產業文化，怎不把這些產業文化呈現出來？
9. 咖啡勝過西螺在地產業嗎，為何每年都有？
10. 楊英風那年國際級的雕塑作品在大橋上展覽，代表的意思是什麼？跟西螺在地文化有關嗎？
11. 辦了這麼多年的大橋節，「攤販」和「文化」兩則有沒有辦法從矛盾轉為協力？螺陽文教基金會、鎮公所等團體又是如何在文化態度上定位攤販？在節慶行政處理上協調攤販？是失敗還是成功呢？
12. 大橋節有建立在地居民的社區意識？活動與文化紮根的連結性為何？有將文化產

業的發展（鎮內古蹟、地方產業）推銷給外來客瞭解知道？

13. 您記憶中的西螺文化是怎樣的圖像？
14. 大橋節是否能建構大家的共同記憶 以及增進地方的認同，依此來看這樣的節慶是否地方化？還是大橋節只是純商業考量的活動？
15. 怎樣才是真正的西螺在地方文化活動？地方節慶該如何把西螺地區文化呈現出來？
16. 文化造節活動使得地方文化被商品化，失去原本地方文化特性？

## 附錄二 不同發聲者的訪談記錄

受訪者： E1（在地居民）

受訪日期：2005年11月18日

---

問：你對於大橋節的看法？

E1：本應該尊重地方民意的聲音，但他們一意孤行，浪費資源，「產業文化化，文化產業化」，這兩個是不一樣的東西喔。

問：恩

E1：產業文化化就比如我們的醬油產業可以把醬油製作的過程介紹給大家，而文化產業化就像把我們的振文書院這樣的文化古蹟包裝行銷出去。

問：喔，就是說把地方文化商化品的意思。

E1：恩，89~94五年了，他們站在高崗上，都沒尊重民眾的聲音，大橋節是給人家看「雞屎啦」

問：什麼「雞屎」？

E1：攤販像夜市，垃圾隨風飄，飄進大橋河床上，之前橋下未改建，豬和鵝糞的臭味，沒尊重西螺當地人民的聲音，產業文化沒出來，只給人家看到髒和臭，比如說他們東西賣那麼多，他們有賣我們西螺的東西嗎？

問：可是人家有賣醬油和米啊？

E1：那是別人說的，如果他們可以規劃更好的話，可以接納地方的東西的話，他們可以讓來的人坐產業公車，西螺半日遊，帶他們來看現做麻糬或是醬油，讓他們看如何碾米，甚至可以帶他們去埔心，讓他們來看竹編，

問：埔心那邊有竹編喔，我都不知道

E1：有啊，埔心那邊有，把竹變成竹籃，就是竹編文化，還有我們西螺有全臺最大的果菜市場，這些都集結在這裡。

問：可是他們都沒有呈現出來

E1：對啊，都沒有呈現出來，他主辦單位不屑把這些東西跟他們放在一起。

問：不屑喔，他們是認為這些比較低階嗎？

E1：嘿啊，大橋文化節的主事者以前是螺陽文教基金會。

問：恩，以前是螺陽文教基金會。

E1：然後承辦單位後來為縣政府文化局來主辦，他們層級更高，他們一味撥那些錢，就是專款專用，都沒有把我們西螺的一些文化產業表現出來，剛剛說的是產業文化，現在說的是文化產業，我們西螺有西螺七崁，我們西螺文風鼎盛，有很多有文化的東西，別人來這，他們都沒讓帶大家去瞭解、去看，一樣沒把文化產業發揚出去，他們就是不做這些事情，他們就是想說有做就好，像在西螺大橋上面賣咖啡的確是不對。

問：對啊，我也覺得怎每年在大橋上都有咖啡。

E1：在西螺大橋上頭賣咖啡的確是不對，因為我們西螺不出產咖啡，我們西螺大橋上也沒有地方去賣咖啡，大橋上風那麼大，像那天颶風下雨，那些攤位都吹的東倒西歪。

問：恩恩。

E1：如果要這個橋，我們可以像國外，把大橋裝飾起來，一個禮拜來辦個活動，讓大家來逛街，或規劃活動，像是直排輪或是慢跑、長跑之類的都很不錯。

問：我覺得你很有文化的素養耶，早知道早點來問你，我就不用那麼辛苦了（呵）

E1：每個人的角度不同，我們西螺產業的落後，文化的落後，是比別人還要糟糕，我們目前這個鎮長比較有在注意這些，以前都沒有，我們西螺人號稱是「民主的聖地」，結果都沒有達到民主的素養，大家都亂亂來，亂亂做。

問：有嗎？我們西螺有被號稱是「民主的聖地」？

E1：我們西螺在我們臺灣一直被號稱是「民主的聖地」，因為民進黨都比國民黨強，黨外的色彩很大。

問：恩。

E1：所以螺陽這幾年辦的只是看到我們的「腳底皮」，沒讓我們西螺人應該得到的光榮與服務。

問：「腳底謎」是什麼？

E1：腳底皮，我們腳底下的皮，比喻比較差的。

問：難怪我校長都說我們這些年輕的，臺灣俗語要多認識一些。（呵）

E1：我舉個案例，我們歷年來的主辦單位，都很不用心辦，比如說去年第一次和彰化縣合辦，大橋心螺水情，人家真正把精華都拿出來，他們竟然可以在溪底找到砲彈，

問：砲彈？

E1：我們的上游在林內那邊，那邊有個砲區，在那邊練習打砲，一些未爆彈或是彈殼往下流走，我們這邊算是中流，流到我們這邊，在濁水溪床上農作撿到這些，處理這麼多東西，

問：他們把這些未爆彈和彈殼在大橋節上呈現出來？

E1：恩，對，而我們根本就只會做一些表面工夫，我再舉個例子，以前溪底有一些承租戶，他們可以拿到好幾年前的承租戶的範本，相當於地契，溪底上頭也有住家，也有住址，濁水溪上頭有門牌號碼，他們也都有辦法去拿出來，真真正正叫做文化產業。也有一些以前在挑西瓜的扁擔，還有裝西瓜的東西，因為大西瓜一個人只能拿一個，他們摘完西瓜就先放在溪邊，然後裝好在用扁擔挑起來，連大臺和雙臺（如現今的重型的機車，裝菜的腳踏車）的腳踏車都拿出來，這些都是先人在溪底生活艱苦，在他們的辛苦、產業、使用東西變化過程中，瞭解我們先人以前是如何在濁水溪底生活賺錢，這才是真正的濁水情，我們這邊只知道濁水溪孕育我們，吃什麼東西，這都是表面工夫，你應該知道我的意思。

問：恩。

E1：就像你的叔叔以前在送油條，你也知道以前生活不好過，吃油條、蕃薯纖（臺語），你跟現代的孩子說吃蕃薯纖（臺語），他以爲你在跟他說薯條，哪知道什麼感觸，但是現在的老一輩的你跟他說蕃薯纖（臺語），說不定還會眼眶紅紅，感觸良多，這才是真正的用心。

問：剛提到爲何大橋上頭都要有咖啡座，難道咖啡是我們西螺的特產嗎？

E1：沒有啊。

問：另外劍湖山遊樂設施的出現，你覺得如何？

E1：怎樣出現我是不知道，但那個的出現是不搭嘎的地方，可能是主辦單位欠經費，要求贊助，或是有一些相互幫忙，共生的情況出現。

問：米食產品、蔬菜、水果的呈現有別於其他農村地區的特色嗎？凸顯西螺在地的米食文化？

E1：那種東西叫做「交差」。

問：交差了事的交差。

E1：恩，原因在縣政府發文去每個公所、農會叫他們每人要出一攤位，他們公務員就隨便擺一擺，可以交差就好了，他們沒有真正把人家在做藕粿ㄎ一么、米糕、大腸

給那些離鄉孩子回來吃的情感，根本只有交差，沒有真正的味道，媽媽做藕粿ㄟ一  
么的那種感情，他有放愛心進去，孩子吃就會懷念媽媽做的那些米糕、菜頭粿…

問：被你這麼一說，突然有點懷念。

E1：你等下不要哭出來呢，最重要口水不要留出來勒。

問：(呵)不會啦。民俗攤位在別的鄉鎮也都可以看到，放在大橋節上，有這個必要嗎？

E1：沒有必要，是沒有必要，但是各個地方的產業必不相同，我剛不知有沒有跟你說  
到一句話，我們的埔心竹編、竹籃是很厲害的，

問：真的喔。

E1：對，有夠厲害，竹山那邊是竹筒，我們這邊是竹編，何謂的竹編、竹籃就是說我  
們這邊生產很多蔬菜、水果，在還沒有塑膠出現前，我們都用ㄟ一 力一 竹，  
就是那種大的竹籃，

問：喔，我知道了就是我們在裝菜的那種大竹籃

E1：恩，把一根竹劈成數條後，竹皮做什麼，竹肉做什麼，以前在我們埔心的前庄就  
很多人在做，現在久久也是有人出來做，

問：恩。

E1：竹山那邊的竹產業跟我們這邊是不一樣的，竹山那邊比較重視竹屋，都是一些ㄟ  
ㄨㄟ竹做的東西，我們這邊的竹是大支的竹子，不是用來建房子用的，是用來做竹  
籃，稍微有個區分，這樣你知道嗎？

問：恩，竹山那邊是竹屋，我們這邊是竹籃。

E1：竹山那邊是精緻竹業，把那個ㄟ ㄨㄟ竹切塊做成竹筒飯，產業不一樣，所以衍生  
出來的也不一樣。

問：那我們這邊是果菜市場，所以做出來就是裝蔬果的大竹籃。

E1：黑啊，就是從這邊衍生出來的。

問：我想問一下我們大橋節每年橋下都會辦一個風箏表演秀，為何每年都要特別強調？

E1：因為第一年在那邊辦，他們就有想要在溪底整治……，我們這有第一條堤防和第  
二條堤防，河床和河床間有很多的高灘地，

問：喔，河床和河床之間。

E1：之間叫做高灘地，這條比較靠近我們西螺街這邊，另一條比較靠近溪底那邊，現  
在把水趕過來這邊，這樣就可以在西螺爭取好幾百甲出來，



問：我們現在在西螺提防走的是這條，那另一條在哪？

E1：那條是新的，已經建好了

問：那從我們這邊看到嗎？

E1：從東邊的提防看過去可以看的到，那邊已經開始在整治了，就是我們說的整治高灘地，以後是我們新的運動的地方

問：聽說要蓋成清水公園？

E1：恩，就是清水公園，可以放個風箏，帶個小狗去逛一逛，他們現在就是先做一步。

問：喔，原來是這樣，我一直在疑惑為何每年都要在那放風箏。

E1：西螺溪底比較空曠，在我們西螺比較找不到那麼空曠的地方。

問：在你的印象中，西螺是個怎樣的圖像？像我高中在臺中唸書，我同學都知道西螺這個地方，但不知到西螺是在臺中的上面還是下面，知道西螺大橋、西螺七崁，但除此外，我也不知怎麼跟我同學介紹，因為我覺西螺沒什麼好玩的，所以我想知道在你們的印象中，西螺是個怎樣的西螺？

E1：在我個人的印象中，西螺是很宏偉，很偉大的，也很美，因為小時候，書上寫著「西螺大橋是遠東第一大橋」，考試一定會考一題「遠東第一大橋是哪一座？」我們都以西螺大橋引以為傲，全臺灣讀書的人一定都會讀到這一句，所以去哪裡跟人家說我是西螺人，別人一定認識你，我們以西螺大橋為榮，加上西螺米實在是太好吃了，西螺大橋的偉大，西螺米的有名，去哪裡說我們是西螺人，大家都認識你，但後來因為生活的變遷，西螺大橋被取代，冷了下來，西螺就成為落後的象徵，不然以前南北唯一的交通樞紐就是西螺，從南部要去臺北一定要通過西螺，從臺北要去南部也一定要經過西螺。

問：這麼偉大啊！

E1：小時候西螺真的很繁榮，開很多酒家，在40、50年前，西螺開很多家酒家，一個地方繁榮才有這些配套的產業，西螺開很多的酒家和茶店，因為很多人很喜歡來西螺過夜，因為明天的行程還要從這裡過去，有這個西螺大橋才有辦法從這邊過去，不然以前都要涉水。

問：我都不知道這些。

E1：你說西螺美嗎？西螺真美，西螺若以土地的等級在全臺灣算是最好的土地。

問：是指土質嗎？

E1：恩，土質最好的土地，在日本時代西螺是不可以隨便發展的，只能做農田耕作。

問：可是這樣也……

E1：就是土地太美太好，它才會被限建。

問：從哪裡可以證明土質是很好的？

E1：在日本人佔領臺灣時，他們已經有區分出來了，他們派他們很先進的測量團隊來測量過了，我們西螺適合種水稻，每樣都可以種，但就是水稻種起來最好、最好吃。

問：我有翻鎮誌，裡頭有說到獻納米，日本皇帝吃的……

E1：像古坑怎只適合種些比較乾旱的東西，虎尾種些甘蔗、土豆這樣而已，因為他們土質不好，只有我們西螺可以種出水稻，這麼好吃的米來，所以在我印象中，西螺有遠東第一大橋，西螺有這麼好吃的米，還有我們西螺出過臺灣國的總統廖文藝，

問：對對。

E1：還有很多很有錢的人都在西螺，我們現在看到的延平老街就是 40、50 年前很多富人住的仿洋樓，我這樣的答案你滿意嗎？

問：滿意（呵呵）。

你認為我們大橋節是個有文化的節慶嗎？

E1：就如剛剛所說的，交給那些外人、專業的人來辦活動，他們就是認為賺錢最重要。

問：可是螺陽不是很多是在地的西螺人？

E1：就像我剛說的，我們西螺，人家一進來就塞車。我們沒有空曠的地方可以容納那麼多的車子，你應該來做個接駁公車，比如說把車子停在學校裡面，我們用接駁公車來接送。第一點我們不要讓他們看到我們西螺的擁擠，第二在開辦以前就要整理我們西螺街，市容整理好了之後，來辦個西螺半日遊，比如說西螺大橋觀光文化節，看一下我們西螺的產業文化，接駁公車把他們接去那邊，去那邊走走看看，然後再來個半日遊，做個延平老街的規劃。我們西螺有條真正美的延平老街，然後建興路那邊吃的都有他們的特色，只是主辦單位沒有用心去把他們挖掘出來而已，建興路那邊有個九層粿、油蔥粿，他們都賣了 40、50 年了，在別的地方要賣到 40、50 年是很了不得的，我們可以邀請他們（觀光客）沿路走過來建興路這邊，也可配合那邊還有個福州師也是在那邊賣 50、60 的意麵。

問：我好慚愧，都不知道這些。

E1：就在老少小籠包對面那邊，早上他們有在賣，他們賣麵已經是第三代了，還有旁

有賣腸、麵、魷魚粿，他們都賣很久很久了，你把那些整頓好，我們西螺也有我們西螺吃的特色啊，西螺的粿真正出名，因為我們西螺生產米，做出來的肉粽、米糕、大腸很好吃。

問：恩恩（口水快流出來了）

E1：這是別人跟不上的，可是我們都不去重視這些，只是交差了事，我們可以再用半天的時間去走埔心，麻煩他們「布馬陣」在那邊做個展示，也可以請他們一些當地人來做竹編，請大家來看當場劈竹、當場烤竹、當場來編竹，這才是我們西螺真正的東西，然後再來廣興庄來看西螺七崁的發源地在哪裡，還有我們西螺有條很美的木棉道，你知道在哪裡嗎？

問：不知道。

E1：真是可惜，在廣興國小前面西邊的木棉道，木棉花開時，一朵朵紅紅的，實在很美很美。就是沒辦法到帶小姐去約會，不然就帶小姐去那邊……

問：就是要轉進去農園那邊嗎？

E1：對對，就是要轉進農園的西邊，要進廣興庄墳墓那邊有一排的ㄈㄨㄛ、厝，那有一排很漂亮的木棉道

問：大概幾月會開？想去看看

E1：我忘記了。

所以我們可以規劃一個行程，去埔心那邊後可以繞去全臺最大的果菜市場，讓他們看一下我們蔬果當場的交易情形，應該要把我們西螺特殊的東西呈現出來，然後走去頂湳進廣興庄去看西螺七崁，再去埤源社區看碾米，這樣逛一圈把西螺的精華全部呈現出來。

問：跟他們建議都無動於衷？

E1：因為他們認為這樣要費時費工，他們要的只有五天。

問：你講的這些東西也可以在五天弄呀，時間上不會很長啊？！

E1：這些最主要的是常態性的東西，你讓遊客來西螺旅遊，一年 365 天又不是只有那 5 天的觀光文化節，他們只想在這 5 天把 400 多萬的經費消耗掉這樣子，我的意思就說你來這裡是「要來下雞蛋，不是來放雞屎的」。

問：你的意思就是他們每年一定都有這筆經費，然後把它消耗掉？

E1：他們都會去找這筆經費，然後把它消耗掉。

問：政府每年都會補助每個鄉鎮辦活動嗎？

E1：最近這幾年一直在開發，每一鄉有一個特產，他們找不到特產辦，就先走入觀光文化節，實在是要將觀光文化節改為觀光夜市節，只有去逛夜市而已，剛我說的這些東西是否曾經做過，例如豆箕的製造是否曾去看過？

問：有啊，張老師有帶我們去看。

E1：那只有你們而已，其餘的有帶人去看過嗎？

問：你的意思就是說那 5 天辦一辦就好了，我第一次知道有大橋節我很期待，因為我一直認為西螺很落後，難得有大型活動，長期都在外地唸書，同學想要利用寒暑假來西螺玩，我都跟他們說西螺沒啥好玩的。

E1：西螺有很多地方可以玩，比如說小時候去偷摘西瓜，那也很有趣，濁水溪的河床很長，以前的小孩比較沒有地方可以玩，都跑去河床上一丫丫沙子，現在都沒有辦法看到了，我們小時候，在溪底游泳，在溪邊一丫丫沙子，去偷摘西瓜，西瓜捧著要怎麼吃？每個人都有自己的方法，一個小孩子怎知道這顆西瓜好不好吃？怎麼剖？

問：不是就ㄉ一丫、ㄉ一丫、ㄉ一丫、？

E1：每個孩子小時候都會ㄉ一丫、ㄉ一丫、ㄉ一丫、，小孩子那時後手裡都沒有工具，要吃西瓜，要怎樣去剖西瓜？

問：用捧的？（臺語）

E1：有的用ㄍㄨㄥ、有的有捧的（臺語），吃完就把臉洗一洗，這就是童年的快樂，西瓜要怎樣才好玩？就是把西瓜丟進溪裡，上游往下流流，流到溪底，我們再從溪底把它抱起來，

問：好好玩喔！

E1：這都是小時候的情景。我們西螺鎮農村竟然看不到螢火蟲，阿球二、三年級 7 月份的時候帶他們去溪底抓了 2 年的螢火蟲，晚上 11、12 點去溪底像小偷一樣躲起來，每人拿著手電筒、補蟲網，就是讓他們童年也有過，這就叫做西螺，螢火蟲一兩隻飛出來，我們就在後面追，現在的家長沒有人要這樣做。

問：恩恩。我接下來想問的是你認為攤販在文化節所扮演的角色如何？

E1：我認為是負面的，就是負面而已。

問：那為什麼強調要有，而且還這麼多？

E1：就是主辦單位的想法跟看法都是歪七扭八的，如果沒有攤販遊客勢必會進入街上吃飯，把人潮引向西螺街上，在辦文化節的期間，我都會去鎮上的小吃攤位，問他們辦這種觀光文化節有什麼好處，十個有八、九個會罵，說都沒人來吃，對我們並無好處，結果得到的是跟主辦單位買攤位的那些人，錢也由主辦單位亂用掉了。

問：我有問過他們，他們認為那是種共生，說例如舞臺表演也要費用，需要經費的來源，攤販的設置對辦活動而言也是增加熱鬧。

E1：這種做法是錯誤的，應該要展現的沒展現出來，你用快舞熱舞，全部都是別人的文化，拿別人的東西在西螺，那一場音樂會即使辦的再好，有什麼用，也可以用於別的地方再辦，你有把西螺的文化推發出去嗎？應該要將西螺的一些產業文化保留下來，把好的展現出來。辦這五年的觀光文化節，對西螺根本沒有正面的幫助，只有負面的影響，第一年說將近有百萬人，文化局的網站被罵到臭頭，整個河川垃圾如山，累死那些清潔人員，只有清垃圾都好幾十輛，人來看到河床的髒亂和聞到豬糞的臭味，車停在福善寺，去逛夜市（大橋節）後就離開來，他們沒進來西螺鎮內，連來這裡加油也沒有，來這只有塞車，對西螺的印象只會壞。越辦越被人笑我們西螺，說到現在都沒有講到一句好話，感觸很多。

問：螺陽應該都是關心地方文史的人，怎會那麼商業？

E1：應該說格調不一樣，螺陽那裡的人都是出生在很好的家庭，不知道什麼叫做產業，他們叫做文化人，我們叫做產業人，我們是做農、做工來，才知道東西做起來辛苦，讀書人只有聰明創作。

問：這樣子。

E1：你不覺他們都天花亂墜，只會特別強調有多少人來，那麼多人來，有十分之一進來我們街上嗎？

問：像他們請來那些國際級的雕塑作品來，吸引很多人來。

E1：請那些來幹麻！

問：可是這樣會讓我們蓬筆生輝，有這樣國際級的雕塑作品在我們西螺。

E1：楊英風這些國際級的作品，結果一些雕像被小孩子用沙子丟，破壞成那樣，成了國際的笑話。每個人的觀點不同，實在是多辦多丟人。

問：喔。

E1：我真的很景仰張億載老師，他真的有在用心在耕耘西螺，別人來他都有待大家去

看醬油怎麼做，像豆箕粿、金瓜米粉，這些別的地方沒有的，他都有會一樣一樣講給大家聽，但是這些主辦單位不屑他，說什麼紅燒豆箕，他只屑別人的東西，像楊英風、咖啡，都是別人的東西，怎麼不把楊英風那些錢，好幾十萬，不用在那5天，而去承租埔心，找一些耆老，5個或6個一組，週六週日在那邊剖竹給人看，讓人家知道我們西螺裝菜是這樣來的，像楊英風錢拿走了，對我們西螺有什麼貢獻嗎？不然也給西螺5、6個家庭有個溫飽，讓那些錢留在西螺人的口袋。帶大家去吃豆箕粿，若好吃，兩三個月後，以後他們回去會帶他們的朋友來吃，或經過西螺也來吃個豆箕粿、金瓜米粉、福州師的意麵，他們怎不這樣做，產業文化最重要目的就是要把文化好的地方保留下來，這是第一個要務。第二個要務就是要把臺灣的在地文化延續下來，延續的動力就是金錢，所以要讓在地的西螺人能有錢可以賺。

受訪者： A3（見證大橋啓建那一世代的代表，螺陽文教基金會的導覽團團長）

受訪日期：2005 年 11 月 23 日

---

問：大橋節那天和平時導覽工作的情形是怎樣的？

A3：大橋節那天不是事先預約的，是採現場報名的，平時才會有團體或個人事先預約。

問：來報名導覽的人多嗎？

A3：前兩次我有請祕書在服務臺掛一個導覽集合站，這兩次大橋節的導覽活動宣傳似乎有點不夠，所以我請服務臺於活動前半小時再次廣播。

好像是三年前（2000）阿亮希望大家能先到文化館來參觀文物，那時候許捷發乾記茶莊布置好，有一些資料可以給人家看，就把導覽的集合地點改在文化館，那天真的很慘，來參加大橋節的人對文化有興趣的人真的很低很低，對景點發生興趣 100 人只有一兩個人，來大橋節這邊的人都是來看熱鬧買吃的，雖然有箭頭指引過來這邊，但是從 10 點等到 12 點都沒有一隻小貓，所以下午 3 點我就堅持要在大橋頭等客人，在大橋頭等客人就很少了，更何況還要人家從大橋跑來這邊等，每年導覽我在帶，又不是他在帶，西螺在地人知道的根本不想聽，外來的人想聽根本不知道文化館在哪裡，不要說外地人，連在地人也不知道文化館在哪，還要人家來這邊集合聽導覽。

問：導覽的地方是來參觀的人指定還是由老師您自己選的？您會選擇外來客去看哪些地方？

A3：平常的時候有兩種情況，一種是對方指定想看哪裡，另一種是我們來安排。如果是大橋節那天，基金會有規定只有大橋附近幾個景點，大橋、老街、石敢當、文化館、福興宮。因為其他的太遠了，用走的不方便，時間以兩個小時為內。一天兩個時段，早上人比較多，下午比較少。

問：那天來報名聽導覽的都是哪些人？

A3：大都是中年人，他們比較有懷舊的心情。

問：剛剛有說到宣傳不夠，不像彰化他們的花博會，電視一直在宣傳，連高速公路都插滿旗子，幾乎把全臺的人都吸引過來了，您認為來參觀大橋節的人為何會來？

A3：我們大橋節辦的時間差不多是清明節那個時候，會回來西螺掃墓，祖先就是西螺人，利用清明節回來掃墓人潮比較多，有空留下來的就來看，當然外地的也有，

住附近的村莊也會來，像二崙、虎尾。

問：您覺得歷屆的大橋節內容在舞臺區的表演、大橋上的展示區、攤販區有哪些地方是不錯的？哪些需要改進？（拿出 2000-2005 的節目表）

A3：搭舞臺表演需要經費，若有經費，讓地區的社團和國中、國小來表演是不錯的。學生的安全問題若有家長和學校的配合是可以的，這是地方的盛事。橋上的攤位不要太多，太多顯得很雜亂，也不要太少，第一橋拱屬於我們螺陽文教基金會資料展覽，接著是咖啡座，吸引小朋友的那種耍寶的攤位就不用了。我們比較希望是優雅浪漫的方式。

問：老師您剛說到大橋上不要有其他攤位，那大橋路那邊有攤位就沒有關係嗎？

A3：大橋路那是公所辦的。

問：一直都是公所辦的嗎？

A3：不，早期是螺陽辦的，之後改為公所辦，辦的模式跟我們不太一樣，基金會辦的模式早期是跳蚤市場，在建興路上，規模比較大，為的是吸引人潮。建興路一半都包起來了，但是附近居民反映出入不方便，比較吵，老人家有狀況要看醫生也不方便。之後有改進，改在橋上，橋上的主題是咖啡雅座，以一些展覽品為主，之後因為北岸封橋的問題，大橋北岸沒封，我們這邊封橋辦理大橋節，隔一年翁金珠彰化縣長跟我們西螺同時辦理大橋節，以產業為主，之後有年文化局把錢分給三個團體，螺陽、公所、七崙武術團體，公所在大同路和延平路那邊一個舞臺，螺陽在橋頭一個舞臺，七崙武術在橋下一個舞臺，好處就是各有特色，公所是以音樂為主，螺陽以學校表演為主，七崙以武術為主，來自各處的武術團體來打擂臺。

問：那年是不是大橋通車 50 週年？

A3：恩，50 週年那年比較盛大，51 週年是產業，52 週年是米食節，文化局希望能仿造古坑咖啡節那樣，讓西螺發揚米食，由農會承辦，螺陽退出改為協辦，我們螺陽沒什麼參與到，連遊街才 7、8 個人，董事長本身有豆皮事業，也不太關心，執行祕書也很忙，理、監事也都有自己的職業，沒有多餘的時間去處理這個活動。

問：咖啡勝過西螺在地產業嗎，為何每年都有？

A3：我們西螺不產咖啡，文化節辦過也是有人這樣問我，說我們西螺不產咖啡為何要推銷咖啡，這是我們阿亮的點子，他認為在大橋上喝咖啡是件很浪漫的事情，就這樣而已。



問：您們大橋內容的規劃不是大家一起開會討論的嗎？

A3：原則是阿亮寫一寫、報告，我們再來修改。他點子比較多。

問：楊英風那年國際級的雕塑作品在大橋上展覽，代表的意思是什麼？跟西螺在地文化有關嗎？

A3：那也是阿亮的點子。他的程度比較高，西螺沒有著名的藝術家，西螺的振文書院就是擺在那邊，石敢當也是擺在那邊，老街也就在那邊，西螺的在地文化有什麼具體值得拿出來表現的嗎，沒有啊。阿亮的意思就是把這些經費拿出來去請一些有名的雕塑家把他們的作品擺在橋上，吸引這些觀光客來看，立意很好啊，藝術的層次比較高。我們也有留一座史豔文銅雕放在石敢當那邊。

問：延平老街是西螺重要景點，且也離大橋不遠，為何在大橋節活動都沒被規劃內？

A3：很難規劃，現在就是在想辦法要規劃。明天我要參加一個會議，如何讓西螺小鎮發展的說明會。

問：老師，那明天可以幫我錄音或是有資料幫我帶回來？

A3：沒有問題。

問：大橋節活動為何一定要在大橋上及周圍？用接駁車接送外來者，到鎮上景點實地去瞭解可行嗎？

A3：我們有去考慮過，有跟劍湖山接洽，本來說可以，但是交通警察說這種車不能在街上跑，只能在遊樂區跑。第一次和第二次劍湖山在這邊宣傳，想說等客人大橋節後會去劍湖山玩，但是這邊離劍湖山遠又沒有接駁車，過去那邊還要花計程車的錢，所以劍湖山一兩次後就不在這邊贊助了，且還跑在我們之前先辦了米食文化節，這次的大橋米食節人會那麼少也是這個原因。他們在我們米食節開始一個月前就開始介紹了。人家那邊有專業人才，尤其游國謙老臺視的節目主持人點子多，很有生意的腦筋，因為劍湖山在古坑，就近跟古坑咖啡配合起來，每個月都有節目，畢竟他們是私人單位，投下多少資本就會想要有所回饋，他們會算。米食節辦完就是咖啡節又有茶藝節。

問：西螺有全臺最大的果菜市場，現場交易情形是別鄉鎮絕對看不到的，埔心的竹編，豆箕、醬油、麻糬、碾米的製作過程都是西螺在地的產業文化，怎不把這些產業文化呈現出來？

A3：不要慌，人家只是動作比較快，我們西螺慢吞吞。高雄市社會局的局長有過來，

我有帶他去參觀西螺果菜市場交易情形。帶導覽也很多人表示想看醬油釀造的過程。

問：要吸引外地人來一定要有地方的產業特色，要喝咖啡人家去古坑就好，幹麻千里迢迢跑來西螺這個沒出產咖啡的地方喝，咖啡廳裡頭也都有音樂啊，我覺得地方的特色沒有出來？

A3：我在導覽時也是很多人跟我反應這一點，為何大橋節都要在橋上擺咖啡雅座，可是那是阿亮的意思啊，他認為這樣很有情調，我們沒有美國時間去管這種事。

問：我很感動老師之前帶我們去參觀豆皮、醬油和麻油如何製造，不然活這麼多年也不知道到底這些東西是如何製造出來的。為何不把活動範圍延伸到鎮上西螺小吃？西螺小吃的九層粿、油蔥粿、金瓜米粉……不是很有名，大橋節怎不把遊客引導到鎮上的西螺小吃，讓在地西螺人也受益？

A3：問題出在攤位要租，在地的都不願意，因為他們在地方都有營業的攤位，他們不願意花錢來租攤位，觀光客有車看完就走了，我們小吃街停車不方便，上次瀨上崗來，也帶他去天送那邊，原先他想吃小籠包，結果繞了一大圈沒停車位才又回到天送。有個人的想法和我不謀而和，大橋到聯合辦公室有條路，搭像鹿港不見天的棚子，旁設攤位，賣西螺在地小吃，紅燒豆莢……，主辦單位水和電都牽好，週休二日固定的夜市，讓晚上和白天大家都來這邊吃，像臺北、高雄都有這樣的設計。現在社會上失業的人那麼多，公所可以事先調查看看，應該設計讓他們租個攤位，加減賣。

問：有活動難免有攤販，既然是我們地方的節慶就應該要有我們地方的特色出來。

A3：可以成立西螺特色的小吃街，肉圓、碗粿、九層粿、麻糬、漢光果菜市場來個生菜沙拉還是潤餅乾，漢光果菜市場可以派兩個人過來啊，生產有機蔬菜可以來包春捲，當飯吃啊，醬油廠也可以賣醬油，認真講我們有特色的有十幾樣，一個月前華視有過來，我有推銷麻油、醬油、碗粿、麻糬、麥芽酥，哈，因為我帶過來所以也有送我一瓶麻油、一包麥芽酥。

問：剛提到西螺會塞車的問題，有人建議是否可以讓他們把車子停在學校，然後用接駁公車載他們到西螺的各個點，不然那麼多車都進來一定擁擠。

A3：觀光節我們有在構想，上次不就有三輪車在接駁，也有小火車，劍湖山那種遊園車不能在街上用，會發生危險，所以我們用三輪車接駁，可是三輪車接駁速度慢，

跟旗津那邊的三輪車的一樣。

問：如果那跟遊覽公司配合呢？

A3：那還是一樣，因為人那麼多，遊覽車那麼大臺一定造成交通更擁擠。應該像嘉義火車站那邊要去衣蝶那種接駁公車（香蕉車）的大小。

問：辦了這麼多年的大橋節，「攤販」和「文化」兩則有沒有辦法從矛盾轉為協力？螺陽文教基金會、鎮公所等團體又是如何在文化態度上定位攤販？在節慶行政處理上協調攤販？是失敗還是成功呢？

A3：攤販是爲了應付觀光客吃的玩的這樣而已，湊熱鬧。在行政上沒有什麼衝突，就繳了租金提供水電，帳棚、桌椅、清潔費，主辦單位所賺不多。

問：您記憶中的西螺文化是怎樣的圖像？

A3：西螺早期是農業社會，農業社會的狀況是比較保守，不容易突破，我們西螺人以農人爲大多數，大都保持農業的狀態，要突破傳統農人狀態比較困難，地方的知識份子也很保守，對文化事業不感興趣、不積極，像廖文藝的資料我花那麼多時間整理也沒有人去關心，不管什麼資料連那個茶莊的資料也沒什麼人在看，沒啥用，在地人也不會去看。公民權、文化權，我們西螺不管是農人不關心，連知識份子也莫不關心，地方事也莫不關心，教育機關也很少帶學生去看什麼的，幾年前的瑞農貝類博物館，萬豐老師也灰心，街上那麼多的學校沒有人要來捧場，他不是要來賺錢，他說他費那麼多的心血擺了一萬多種的貝殼，就只有我張老師每年帶學生來這邊上課。

問：有啦，我讀幼稚園時有去參觀過，

A3：你念幼稚園也沒有什麼印象，應該要上國中的時候，我是教到六年級講到地層。

問：我讀東南（中學）時，學校也帶我們去過。

A3：應該很少，就算有，也不是每年都有，50 幾班，每天一班也會很熱鬧。但是沒用，沒什麼人去，我是固定去，他（貝類博物館）就搬走了，不然我一定帶客人過去看，萬豐老師就說沒有人要看，他只好搬走。

問：大橋節有建立在地居民的社區意識？

A3：有啦，多少有，時間一到，就知道有這個文化觀光節。

問：大部分會去看一下

A3：恩，去關心一下，現在又有景觀公園在蓋，環境有所改變，會更好。

問：活動與文化紮根的連結性為何？

A3：有些影響，但不會很大，比如說西螺資料的展覽，另外在導覽時，年輕的有些會問，為何橋上有鐵軌以前有火車，現在沒有。有興趣參加導覽工作的印象才會較深刻。尤其那些大學生清明節回鄉參加導覽，我都會跟他們說，回去多跟同學介紹我們西螺的景點，值得看的點還蠻多的。這樣會發生一點墨點的效果。

問：有將文化產業的發展（鎮內古蹟、地方產業）推銷給外來客瞭解知道？

A3：古蹟有，但產業比較差。頂多買醬油，丸裝醬油裡頭有 powerpoint（簡報）會介紹釀造的過程，也會帶人實地去看醬油缸，現在就要跟工業司和經濟司申請經費，等於說要把工廠的生產要跟遊樂用在一起，工廠不能停，工廠提供人作為參觀的一個點，經濟司在推行這樣的工作，每年都有專業補助，再請專家來協助與指導，關的工廠一定不能申請，工廠老闆也要準備一些錢來投資，部分的硬體要拆要整理，上面再給你點子，配合你的環境考核及格再補助錢下來，成功有五家，花蓮的大理石現在改為石頭夢，用大理石做奇奇怪怪的小玩意，可放在辦公桌的小東西有藝術價值，藝術和生產力就提高了，芬多精香精也有人在開發。

問：大橋節是否能建構大家的共同記憶 以及增進地方的認同？

A3：有啊，西螺大橋代表我們西螺的地標，建橋的人有在地人，越老感觸越深。

問：依此來看這樣的節慶是否地方化？

A3：有啦，目前有啦，米食節。

問：還是大橋節只是純商業考量的活動？

A3：差不多一半一半，把西螺米推銷出去就是商業的考量，在大橋辦就是把大橋的可愛介紹出去。

問：米食節有特別把西螺的東西介紹出去嗎？

A3：現在超商很普遍，行銷的通路很開通了，那天展覽的東西其實就可以在自己家鄉的街上買到，比較沒什麼稀奇。除非是有新產品的介紹，平常就有在推銷，只是當天集中整理起來，農會對大活動比較沒有經驗，頂多把樓上的農具搬下來而已。

問：怎樣才是真正的西螺在地方文化活動？

A3：當然是以在地的資料為主啊，食衣住行都以西螺在地的為主，不要有其他的。

問：文化造節活動使得地方文化被商品化，失去原本地方文化特性？

A3：會喔，攤販不要太多，要以本地的小吃為主。

問：藉由節慶活動，地方特色該如何被包裝行銷？

A3：用大的看板把各個景點寫出來，先把人吸引過來，美工人才、點子多點的人來幫忙想，一進橋頭就看到大看板，人家才知道來到西螺。我們有東西但欠缺行銷人員。

受訪對象： A5（螺陽文教基金會的核心幹部之一）

受訪日期：2006年7月25日

---

問：您對這幾年大橋節的看法是怎樣的？

A5：每次呈現出來都是外來的文化，都不是西螺的文化，內容想要有名，問題是那些外來不用來西螺就可以看的到。外來不是說不行，但不能反客為主。

他們沒有方法，想法太過浪漫。西螺大橋不通車，走在上頭寧靜的感覺也很美，水流的声音，欣賞自然的變化，晚霞的變化也很美，就如柚子講的一首詩歌，我覺上頭有咖啡，其實也不錯，品味高一點，不要有垃圾，坐下來靜靜的也不錯，看看夕陽喝喝咖啡其實比在那邊胡亂辦還有意義。西螺大橋肯定可以辦，大家都在辦文化節是個趨勢。我們是有東西可以辦，不是沒有東西的。

問：那我們可以拿什麼東西出來辦文化節？

A5：每年都要精心的策劃幾個，地方的文化產業真的就要這樣做，就算地方的教育也是，弄得那麼複雜，目標用的那麼高，辦不到。活動要把時間拉長沒有關係，但是要有主題，不是只有那座橋，西螺大橋觀光文化節～觀光擺前面，那就是觀光比較重要，文化是其次，觀光就是走那座橋～哈

問：所以您認為大橋節的主題應該擴大，不該只是一座橋？

A5：嗯。

問：那您的建議是？

A5：大橋的過程是時間的累積知識，是文化的一種，既然主題是大橋的話，不過我把大橋廣義的解釋，大橋不只是一座西螺大橋，大家只在大橋沒來西螺街上，那是主辦者沒做好推廣，侷限太小，我有給建議，以前沒走過，現在來走的確有意思，不過走久了就覺沒什麼了，我把大橋解釋成整個螺陽這個區域，大橋是背景，你要辦這個節有沒有讓西螺區域的居民認同？若只是在上位者辦活動，地方居民不認同，哪會有什麼文化，居民認同，不是說要向他們拿錢，人、事、物就會出來，沒錢但有人、事、物，這三種撐著沒關係，有遊客來了，把他當成自己家的客人，吃東西都打折，展現我們西螺的親和力，讓遊客感受我們的待客之道。

像我到日本，吃東西打折，沒有廁所到人家家裡，他們是歡迎的；口渴了，他們倒一杯水給我們喝，讓我們覺得很有親切感。所以我們文化節應該把人引導到鎮上

來，用走的也可以，或是用接駁車，或是搭馬車也都可以，整個動線用出來，像去北海道坐三輪車繞一圈花個三千塊，帶動區域的人賺錢，我認爲不足的就是還沒把我們應該有的展現出來，沒有把西螺居民帶進來，另外就是人爲的因素，若親和力不夠，人家就不願意出來幫忙。

問：活動結束不是會開檢討會？都怎麼進行？

A5：螺陽不太會開會，討論不起來，開會雜亂無章，主事者要我們只是去背書，不會開會要會引導啊，每次辦起來都很累，反正都有義工可以幫忙，大橋節可以辦，這麼多年累積了一些經驗，但也有很多不足的地方，公所老闆會換人，都會有一群人，有新的花樣，但不管如何大橋節要辦一定要結合地方的認同，這樣才有新的點子，不然幾年之後那些人認爲都是你們在辦，跟我沒有關係。大橋節辦了七年，每次都沒在檢討，開會大家各自說各自的，開會有開，但開會沒有開到主題，聽了以後有沒有執行也很重要。

問：今年（2006）企劃書活動內容很多元，可惜颱風來襲，很多節目都被迫取消。

A5：今年從原本四月變成七月，變得太快了，七月有沒有考慮到很多的問題，比如說這次的颱風，只要碰到一次整個計畫就白費了，颱風就是每年這個季節會產生，還在這個時間辦，且時間是十天，機率增加了五倍，爲何是七月，有經過大家討論嗎！？

問：東市場那邊今年有被設計進去，您覺得效果怎麼樣？

A5：東市場，讓人家去又沒做好讓人家覺得好像受騙。時間一定還要再商榷，既然構成那些點，既然跟商人配合就要聽他們的，東市場附近的居民要好好配合，沒有認同難做好。

問：除了活動時間從以往的三、四月移到暑假辦理時間不對，以及東市場的點沒做好外，您認爲還有什麼不同的？

A5：今年的大橋節感覺還是沒有讓遊客得到什麼，太草率了，看板只是把資料印上去而已，今年想辦事情，但是天候不佳。東市場有東西，若把音樂放進去開演唱會是很好的露天音樂會，可是太安靜了，古早味的東西有辦沒辦，人家還是可以去吃啊，攝影展只是應付應付，不過老舊的電影還不錯，那是給老一輩的，要吸引的族群有去探討嗎？東市場想誘惑誰去看，老一輩的回來的少，外來的只知道西螺大橋，你把音樂響起來，是不是就會誘惑年輕人進來。針對內容跟執行面，今年應該有很好

的表現，但是找一個莫名其妙的時間，時空不同了，四月涼涼的，毛毛雨，貿然改成夏天，學生放暑假為何會來，會來也是只有假日，沒來的因素有考慮嗎？今年不能有千分之一的失敗，人家會拿新舊任的鎮長來比較。規劃者叫人家來做，有來看執行者需要幫忙的地方嗎？

2006 的實際時間表，時間排太近，舞臺表演跟魔術秀時間太近，舞臺表演先開始，要過去大橋看魔術已經「火滅了」，然後就只剩下黑黑靜靜的大橋。

問：今年的表演活動都在晚上，有一天我想去看布袋戲的表演，可是那天晚上大橋上好安靜，沒看到布袋戲，問了服務臺的人，他們也不知道。

A5：辦事的人每一樣的環節不是辦好就好，要重視客人的感覺，即使是時間的改變，（鍾任壁布袋戲表演延到十二日晚上表演）有沒有應急的改變，服務人員其實也很熱心，但是沒人教他，人家來問是你的光榮，不能擺架子，服務人員形象要出來。

問：您給大橋節未來的建議是？

A5：從第一屆辦到現在已經七年了，現在大橋高灘地還有附近的景觀都做起來，若每年辦完活動都沒有留住，那就沒有文化，日本人在辦文化節，假設在西螺西部辦文化，就會借助來這邊參觀的力量，把西部這邊的錢拿來蓋東西，藉由外資來補硬體的不足。

西螺近代的文化，體育是很重要的，是很好的發揮點，如果把這條街的頭燈都改成羽球的形狀，這些年輕者來西螺就會想到西螺羽球很厲害，加深他們對西螺羽球的印象，農會的附近可以全用成米的形狀，強調西螺米很好吃，西螺大橋附近頭燈全改成西瓜，不要說這樣不好看，除了照明外這也是一種廣告，就像看版就是一種廣告，不是說要商業化，但這可提醒人家這是我們地方的，我們的文化從周遭生活中建立，來看不用錢，無形中達到廣告的效果，你就不用說沒有錢來做廣告，整個街道有不同的景觀燈，就算當初南投有個地方的看版，全都一樣大小弄得很漂亮，之後大家都模仿，但是如果別的地方也都願意把米的燈景掛起來那也不錯啊，幫我們打廣告，他們應該不會用西瓜吧，他們應該會用橘子，不過原先的 ideal 的原創也是來自我們！我們羽球很強，你可以把羽球歷史的文化寫成一套啊，東西可以延伸啊，不是擺個靜態的東西在那邊，看你怎麼去活用它，還有現在溪水也不深了，迎媽祖可以走一次給人家看，以前沒有橋時的媽祖是這樣走的，媽祖老一輩的都會信啊，尤其我們這邊百分之九十五不是佛教就是道教，就算是基督教也是在這邊土生



土長，也會來看這個，這樣可以跟宗教結合啊，每年不是都有大甲媽祖文化節，也可以相輔相成啊，我想福興宮不會反對，一定會相輔相成，不會反對，沒有錢沒有關係，人、事、物可以出來配合，他（福興宮）也會有名。

你設計了很多東西，你要能「潑水能根檔」，比如說你請農會來幫忙，農會願意幫忙，這樣西螺會成爲全縣最獨特的，燈景最有特色的，不過這是我的想法，你要引進來也要讓人家認同啊，你要邀請人來幫忙，你一定要有他來幫忙的動機，你要有誘因給他。

大橋是靜態的，你要藉助其他的角度，讓老一輩的去講，文化不是像時鐘停擺在那樣，要傳承下去，也可以沿溯前面，沒有前面哪有這座橋，當時的狀態有去考據嗎？對周遭的貢獻，是否有延續下去，顧客的需求在哪裡，不脫離商業的考量，周遭的環境，也要去注意，教育居民，不可隨地吐檳榔汁。

他們認爲，只有西螺大橋不夠好，還要有一些大家認爲比較有名的東西來，但是那只能當配角，不然要看楊英風的作品和糖葫蘆的東西不用來西螺看，我覺得每年帶出一些西螺的東西出來，這些理、監事聽到世界級的就好，但是這些對西螺的文化沒有傳承，他們的思考邏輯不正確，「眼頭較高」，他們應該做問卷來問每年辦的情況如何，資金資源是有限的。

受訪對象： D1（口店文史協會核心幹部之一）

受訪日期：2005 年 11 月 27 日

---

（筆者曾參加過 2005/10/29 口店文史協會成立晚會以及 2005/11/27 口店廟的踏查活動）

問：您們怎會想成立口店文史協會？同樣是文史單位，跟螺陽有什麼不同？

D1：以前我們西螺的文化工作都寄望在螺陽文教基金會，但我們等了一年又一年，我們實在很著急，很多田野調查的事都不去推。我們跟基金會的事一定要區隔，不要重疊，重疊對我們也沒什麼好處，我們也不用去跟他爭什麼。所以我們就從田野調查、民間裡面的這部分，用心去做。大家有比較強的使命感，我們大家又不是沒有能力、沒有理想，為什麼我們就要被一個人綁起來，不能伸手腳，想做的事這樣不行那樣不行，那不如我們自己來用，我們要用也不會去跟他們爭啦……

問：所謂的「民間」是指？

D1：民間的部分就是指人的部分，你若有機會跟他們這些人聊天，你會發現這些 70、80 歲的人，他們在西螺的貢獻很多，他們不是做官也不是有錢人，可是他們的技藝，他們的功夫，在西螺這塊土地留下很多他們的痕跡。還有古早在鄉間還能採集到的故事，我們不要盡是寫些那些政治人物、那些有錢人、文學家，那些都已經成爲「家」，那些人物大家都知道，就不需要去寫他。草根上頭這些微小的人物，當大家在回憶西螺還是有這個人的。

我最近有種想法，我去大菜場有些婦女拼成這樣有像是女人嗎，把自己當作是男人在用，想要來辦一個漂亮媽媽創意服裝秀，鼓勵這些平常勞動的媽媽，讓她們很勇敢秀出來，利誘她們來參加這個活動，且去限制她們的年齡。比較年輕時會去打扮，30 幾歲後她就不想打扮了，她有經濟壓力，孩子要吃，甚至先生比較沒規矩的，她就拼得不像個女人。另外現在有很多問題家庭，我們可以來鼓勵一些模範家庭，讓他們走出來，對一些單親家庭做一些服務。常走進這些人群裡頭才知道哪些是我們要來做的。

問：您們當初怎會想用「口店」這麼名稱？

D1：當初大家坐在一起想成立一個社團，想取一個名字，想說能跟住的這塊土地有相關，剛好住在口店的阿聰就想用這個名字，那時候五六個名字在選，本來想用產業但又覺得這樣跟農會很像，呵，又提到濁水溪也被人家用過，也不想用螺陽跟人家

重複，之後有人提到口店就把口店整個故事說出來，才發現鎮誌都沒有說到西螺這一段，才想說去查廟的歷史，因為大橋何時建立，老街何時有的都有紀錄，去查才發現口店這 200 多年的，西螺有這個部落是 300 多年前的事了，這間廟應該在清朝就形成，名字取了但又未確定前，我們去拜訪一些老人家，今天在幫我們講解石敢當的那位他說他之前是在做針車的生意，都做去頂溪(臺語) ，

問：嗯。

D1：他接觸那邊的客戶就是北斗，溪州那邊，他們說他們的祖先之前住在溪的中間，濁水溪的裡面，為何住在溪的裡面，以前的河床比較深比較窄，人家住在溪邊，後來河道改道，河床變得比較寬，人越移越出去，後來又陸續接觸到一些老人，很確定我們的想法沒錯。我們本來就是想去追溯一些被遺忘的歷史，既然連文字都沒有，我們更有必要去做，文化其實就是民間很自然形成的東西，所以西螺的文化就是過去的那些東西，過去的那些東西我們不是活在那個年代，只能從文字去找尋，但找尋到的很多都是官方的紀錄而已。

問：喔～以前口店廟是渡船口，沒有大橋前是坐船的。

D1：對啊。所以我們現在就是要走入民間，常跟他們聊天，從他們在講和形容中，知道一些歷史。我講一件來說，西螺溪分成三個河道，中間有兩個沙丘，坐竹筏要過去分兩站，等於是換車，從第一站坐竹筏到第二站花 1 元，從第二站到第三站要 3 元，接下來再換的第四站要 1 元，從溪的這岸到另一岸要花 4 元，4 元是在他們那個年代，第一站到第二站只要一個人撐船就可以，第二站到第三站中間這站比較遠，水也比較急比較深，兩邊都要有人去撐，所以價錢比較貴，因為要用到兩個人力，且也比較危險。那時候他們來西螺看醫生或是做什麼的，西螺比較繁榮，溪州那邊沒有私塾，連唸書也要到這邊來，彰化，鹿港那邊發跡得很早，這些東西是去跟他們聊才聽到的，所以他們這些老人如果家裡還有什麼文物能拿出來是更好。

問：今天去踏訪出現的許多老人家，他們應該都是在地的耆老。

D1：前天有個場面我很感動，比今天來的還要熱心，說之前西螺這些房子是誰蓋的，誰設計的，廟在民間做什麼工作……那天在理事長的家，因為是週五早上，不然就叫你過去，那天去就是在談西螺的事情，不談私人的事情。口店文史協會的成員之前在文史工作方面就有投入過，也很期待大家能趕快有所長進，我們今天去踏訪的第一步就是把那些年紀大的住西螺，有在重視這方面的人 call 來。

問：嗯，週五是上班日比較不方便。

D1：廟上頭捐助的名單其實跟今天來的人都有關係，你看就有人指著名字說那是我的誰誰誰，所以廟跟這塊土地一定是結合的。去臺中參觀時，是一個小朋友在做導覽，他很會講解唷，經過廟時，「龍柱上頭有刻名字，會知道是誰捐獻，我阿公捐多少在這邊，我爸爸捐多少。」還有去參觀附近一個小學，他跟我說「我阿公讀這間小學，我爸爸讀這裡，我也是讀這間小學，」你看文化就在你的生活裡面，文化的遺跡是你自己在那裡傳承，那是一個活的文化，不是供起來的，我們不是說古老的就好，我們還要創新，文化的走向你要有人文的關懷，你不要去歸類這是社會福利的事，跟我們沒關係，我們是做人文紀錄的，不能這樣講啊，什麼叫做社區總體營造，身心靈要一起營造啊。

問：口店成立晚會那天發的資料，有提到想要輔導居民對家鄉產業的發展，有更具體的想法嗎？

D1：如何輔導產業我們也還在想，我們為何想去做輔導的角色，就是先投入進去學習，因為社區大家都只顧著自己的生活，鄰居你過你的，我過我的，比較沒什麼交集，一個社團跳出來，比較超然的立場。

問：嗯。

D1：所以我們要先去學習，像我們參加社區規劃師的課程，有幫助社區發展的我們都去學習，去學的第一個好處，我們可以知道更多的東西，第二我們可以發現很多的人才，請他們來幫忙，我們先去做，那個形象有出來的話，大家會來肯定你，你要來帶他們會比較簡單，社區跟社區之間，里跟里之間會較勁，里長跟里長之間會有較勁，目前的成員就是我們這裡的正興里，正興里的里長，還有邀請大園里社區展的理事長。

我甚至有個希望能在西螺開社區營造的課程，讓每一個社區發展協會裡頭的幹部就近來學習，不然我們都要去斗六或虎尾去上這種課，問題是人都不走出去啊，你就是用國民黨那種老里長的方式，對於社區要發展很困難。

舉個例子，我們中正路整條我想請園藝專家來評估看要怎麼做，這是一個方向，再來一步一步跟他來溝通，我們想要讓這條街路變成怎樣，平常我們前面有在停車嗎，若沒有讓它變成怎樣，覺得如何，有做過溝通以後，我們再去看最近有個什麼案子，我要如何去申請經費，我要去哪裡找人才來幫我們做設計，我要花多少時間

來跟居民溝通，之後我來開個說明會，請專家把他做過的案例來分享，充分的這樣準備後再來推一個事情，就會水到渠成，比較好做。你千萬不能說你們是什麼角色，都要聽我的，我每戶發給你們多少補助，你就要怎樣做怎樣種，我們要驗收之類的话。我們不是官方，過去官方這樣做的缺點就是，你要驗收時的那些項目都有啊，門口要有花，事實上也有花，但是一個月後就只剩下盆子，(呵)不可以有個心態，採用召集的方式，想要做什麼就通知你要來跟我開會，除非你的角色是大家都很認同才有辦法這樣。

問：接下來有一些口店文史協會成立晚會手冊裡頭的一些疑問。(拿手冊)有提到錦城齋的重建工作，那新樂園呢？

D1：錦城齋我們有去 call 一些人來組一個北管，有去做重建工作。新樂園那邊頂多兩三個，最多不會超過四個，就是職業的，進香時去吹喇叭的，剩下很簡單的。錦城齋北管我有去 call 人組起來。街尾就是以前的遠東戲院，再進去裡頭有間古廟(伽藍爺廟)，新樂軒以前就是在那邊練習。

問：您們成立晚會的表演節目蠻有在地味道的。(指著手冊)若場次 4-6 是屬於西螺在地的藝術文化表演，那場次 1 的表演在口店文史協會的歸類上又是屬於哪方面？

D1：我們那時候的考慮就是只要是西螺的子弟，你有什麼才華、才藝，我們提供你舞臺，「慶開幕」這個節目是咚咚舞蹈老師為我們這個成立晚會編的，他們這個舞蹈社有活動就盡量鼓勵孩子都能上去，像裡頭就有唐氏症的孩子，裡頭也有個氣喘的孩子，越跳越進步，所以咚咚舞蹈社我們也有邀請他來作顧問，舞蹈社都有師資在做長期舞蹈的培訓，所以藝文的活動，交情有到，跟他說，都會來幫忙。像那天我們給表演的小朋友每個人一個福袋，一針一線都是我們各自負責一部份的，也拿去土地公那邊過香，希望大家平平安安。

邀請的大原則就是要跟西螺有關，所以表演的都是西螺的子弟，西螺的寶寶。

問：那天看到小朋友拿漂亮的福袋，心裡也好想要一個，可是我又沒有上臺表演。

D1：呵。這個金色的給你。

問：謝謝。場次 2 呢？表演中國笛和二胡的學生是怎樣被邀請的？

D1：西螺出名的西部花車，葬儀社，他們的孩子都有特別去學國樂，

問：場次 3 那些吹陶笛的小學生？

D1：陶笛的東西在西螺推廣，老師本身在斗南國小任教。

問：節目的安排過程中有無衝突的地方？如何協調？

D1：衝突還好，邀請第一句話就是可不可以熱情贊助，我們沒有表演費，他們都很樂意。

問：延平老街是西螺重要景點，且也離大橋不遠，為何在大橋節活動都沒被規劃內？

D1：居民不歡迎，因為你搭棚子就妨礙他們做生意，抱怨連連，有一年想擺在延平路的中間，那時候已經是公所接過去了，擺了就被居民罵，說他們車子要出入都不方便，後來第二年要擺的時候，我跟里長說你可能要跟里民開個會，要跟居民溝通至少要有六成以上的人同意才可以，結果公所強制要在那邊擺，可是阿力那個代表表示要在這條路擺可以，但是布棚都要租他的，但他的布棚是傳統式的布棚，延平路攤位的布棚有別人承包去了，就發動人去抗議，所以公所就說延平路那邊就不要考慮了，以後就都改在大橋路那邊，那邊就不會造成居民的不方便。有人也提出批評，因為若在延平路那邊搭布棚，人家就看不到延平老街的建築。

問：為何不把活動範圍延伸到鎮上西螺小吃？大橋節怎不把遊客引導到鎮上的西螺小吃？讓在地西螺人也受益？

D1：我們想去做西螺小吃的調查，這有在我們的計畫中，資料一定要做出來，很想去辦一次美食的比賽，西螺辦桌、餐廳這種比較正餐的美食，或是小吃的部分讓民眾來評選，但不是評第一名和第二名，而是評出它的特色是什麼，它的特色讓我們可以想起什麼事情，還是說這種味道就是我們傳統的什麼，把這種特色弄出來。還有素食的部分，西螺很多素食，甚至臭豆腐，臭豆腐有的人也有做的很有特色啊，這些都把它列入計畫，但這些要做一定都要有經費，把噱頭弄出來，讓大家去看西螺的小吃有幾百攤出來，這一定要弄，透過一些方法，西螺有需要規劃出一個農產特區，或是一個西螺名產的特區，我們都蠻零散的。

問：辦了這麼多年的大橋節，「攤販」和「文化」兩則有沒有辦法從矛盾轉為協力？

D1：現在已經變成是一種政策了，文化局跟鎮公所最近兩三年都讓鎮公所做主要的承包，我們就看他們怎樣跟文化局溝通的結果，螺陽那時候承接招商，先給雲林縣攤販來擺，之後才讓外面的進來，我們這樣的一個原則是，也不見得大家會去感受的到，因為雲林縣都很晚才來登記。

文化節慶攤販一定要，因為攤販是吸引人潮的一部份，但是不能全部都是，3年前在大橋辦橋上的攤販一定要跟藝文有相關，你擺的攤位自己一攤，但是旁邊一定要

有一個是藝文活動，展覽或是教人家做什麼的，那時候有特別規定哪些種類可以上橋，一般攤位就擺在大橋路。

其實辦活動，文化局 2 個月前會通知鎮公所和比較大的社團，螺陽也沒有很熱心想去參加，去那邊就只是捶桌子，嫌東嫌西，回來就罵的要死，螺陽就派阿明、阿儀、阿憲三、四個人去，每次去就是在那邊相罵，之後就不想通知我們了。之前的籌備會去文化局，確定方向後就換在西螺鎮公所，攤販那部分我是認為我們沒什麼能力去做改變。

問：大橋節有建立在地居民的社區意識？

D1：我們的居民對於文化節，大部分人認為對他們並沒有好處，人潮對他們而言是種困擾，沒有好的影響，那個特約商店一直都推不出來，要跟商店訂契約，拿參加文化節的活動觀光護照來店裡就打折，門面要整裡得很乾淨，拿兩根旗子來店門前擺著，要繳 1 千元，他們也不要，我覺得是溝通不夠，你叫人家這樣做，要讓人家有好處，誠意度不夠。

問：活動與文化紮根的連結性為何？

D1：ㄗ ㄚ 不進去，活動的性質跟所要呈現出來的很難搭嘎，只有那個形式，但活動的內容做不出來跟主題有什麼關係，辦米食節也是看到夜市的攤位。

問：藉由節慶活動，地方特色該如何被包裝行銷？

D1：西螺的文化不但要把它挖掘出來，整個精髓的根要把它找出來，後面傳承的工作一定要做，文化傳承的延續絕對不是表現在活動，它要變成一個生活的影響，讓品質提升起來。

先去分節慶的性質，不能將全部心思花在文字工作上面，比如說去搭廟裡的什麼事、去搭社區的什麼事……，要跟人家本來有的東西稍加配合一下。若藝文的東西獨立出來，藝文給人的給感覺是一種表演、呈現的、展覽的，我們去做結合，人家將沒關係啊，但我們要讓人家將藝術化；廟會要賺錢沒有關係，我們可以有藝術鑑賞或是社區表演之類的。我們要打破每年只有一次，且把大橋和老街主角的角色轉移，你來參加這次活動還可以去參加其他的活動，比如說你來看老街，也可以來振文書院看成年禮，也可以去看看西螺大橋，輕重把它分出來，在西螺辦些不一樣的。