

場域、身體感、文化形塑： 從浪漫台三線藝術季到世界客家博覽會

黃星達*

一、前言

從理解、存續到創新的文化歷程，包含傳承與形塑，且應持續以不同的方式實踐並推展之。以客家文化為主軸的「2023 浪漫台三線藝術季」取花啦嘍啲（客語讀音 Fa la bid bog）為題，代表繽紛多彩的意思，呼應臺三線曾見證族群的共生與衝突、生活的變遷與穩健、文化的衝擊與包容；同樣扣合客家文化的「世界客家博覽會」取「Travel to Tomorrow 天光日个客家」，代表「未來的客家」，以族群作為聚焦與串聯世界的核心意義，容納客家族群的遷徙與榮景、多元敘事的回溯與融合、客家文化的在地化與全球化。

浪漫臺三線融合客庄多元文化，引藝術、設計、飲食計畫入題，讓既有文化底蘊被更清晰的體現於大眾視野，更透過當代群眾的入域體驗藝術季搭建的文化架構，讓客家文化因而被更具體的描繪與容納，客家博覽會則從客家族群的遷移史與如何擴散到世界各地，以及在個體與群體間如何與政治、經濟與社會互動的影響勾勒出讓觀眾能較深入理解的輪廓，其中涉及族群認同和集體的族群性，將客家族群放入世界的敘事中，也表露世界進入客家文化中的凝聚視野。

兩場盛事看似屬性不同，一個以觀光旅遊型態強化文化體驗，一個以博覽會¹型態建構知識體系，相輔相成間聚焦在客家文化與當代社會的關係探討，且以規劃初衷、推展效益或文化建構面來看，具有文化再形塑的意義。為進一步探討涵蓋於兩者的可能意涵，本文引社會學家皮耶·布迪厄（法語：Pierre Bourdieu，1930年8月1日—2002年1月23日）《文化再生產理論》（Cultural Reproduction Theory）的框架進一步解析之。該理論探討社會文化建構歷程，主要研究社會和文化的相互關係的問題，其理論建構的基礎，包括三個方面，即社會背景、生活及教育歷程、思想基礎（布爾迪厄 1997）。雖該理論於上世紀提出，然其框架清晰，且迄今仍有國內外學者持續研究或重新理解之，對於本文用以分析客家文化面向

* 國立臺灣博物館組長、中華民國博物館學會秘書長。

1 博覽會（exhibition）源自 18 世紀末歐洲的工業及藝術展示活動。與之相關的概念如博物館，2022 年國際博物館協會提出新定義，博物館提供啟發人的省思等意義。

有所助益。客家文化之於臺灣而言屬重要文化。臺灣是個多族群的社會，因文化多樣，造就其多元而豐富的面貌；其中的客家文化即是「文化臺灣」重要元素之一（行政院 2018）。文化會因為與當代社會的互動而有兼容並蓄的新樣貌，可謂文化再生產的過程。文化再生產的過程中，教育起了最大的作用，透過教育培養文化愛好、品味、鑑賞力或情趣，同時也是一種文化實踐，是現代人的一種行為風格和作風（劉曉春 2017）。對於能代表臺灣的重要文化，藉藝術季與博覽會舉辦相繼推展，可視文化形塑或再生產的意義。

文化再生產理論包括三個重要概念，「慣習」（Habitus）、「場域」（Field）、資本（Capital）。隨著不斷的實踐過程中，造就新的「生活風格」與品味（黃俊、李超 2019）。本文藉上述三個概念理解浪漫臺三線與客家博覽會的文化形塑樣貌，並進一步反思兩者的關係與連結脈絡。

二、從感知到認知：探析「慣習」面向

布迪厄詮釋 Habitus 不只是一種習慣或習性，是綜合了行動者或當事人的歷史經驗和接受教育的結果，加上在不同的行動場合下不斷創新，隨時隨地在制約性的社會條件影響下發生變化（高宣揚 2004）。傅銘偉解讀「慣習」的性質是可教化（inculcated）、結構的（structured）、可衍生（generative）、可轉換（transposable），以及持久的（durable）。「慣習」是受到社會化的機構如學校、家庭；客觀條件的社會環境以及個人的生活經驗等三面向的影響，而不斷產生變化面向的影響（傅銘偉，2006）。可知慣習於文化中，提醒既有社會養成的文化輪廓與個人經驗的交互作用之間可能被生成，如此，文化展演活動在其間即有教育的概念存在。

浪漫臺三線將客家傳統飲食的文化與智慧融入企劃，如以時間與保存智慧的專案「浪漫罐罐」²，以及試圖轉化既有元素，讓其帶領創意飲食定位的「或者安醬」³，這些從生活萃取的客家傳統飲食元素，透過藝術祭的轉化，再回歸體驗活動者的生活，讓慣習透過轉換為被體驗的型態，再成為一種品味，也讓傳統文化轉譯為一種新的美學型態或語言表徵。

2 透過長時間保存食物的傳統文化醃、醬、曬的融合，傳承愛惜食物精神，慢食亦表述為一種生活裡的浪漫。從食物保存智慧、公路生活到食材的代表性選擇，都是專案中巧妙融合的元素，包括這些外帶概念的產品使用臺三線上的柑橘、筍乾、梅干菜、野薑花、花椰菜乾、蘿蔔乾、柿餅、紫蘇等。

3 罐裝系列食品「油封紫蘇煙燻鴨」和「油封野薑花小卷」，「安醬」取自諧音客語「很漂亮」的意思，本商品企圖讓醬料不再只是簡易配菜或當作調味料，而是希望能夠激發食慾、創造有趣用餐體驗的選擇。

同樣也有結合飲食元素的藝術作品「同在同一路上⁴」，以淺山概念出發進一步探討生態、族群、記憶等議題，回扣臺三線的區域多樣性。其中，烏克蘭藝術家的「石頭麵包⁵」作品，將對戰爭的感觸與念想寄情於作品中，結合自己家鄉的麵包飲食文化，透過藝術創作表達對世界和平的企盼，包括臺灣原、客、閩等族群間的歷史衝突與和平期許，也藉由作品理念被彰顯與提醒。



圖1 烏克蘭藝術家的「石頭麵包」作品與烏克蘭的麵包圖像對照（資料來源：黃星達攝）。

上述例子透過將生活中的飲食元素透過藝術創作或設計導入，轉化為嶄新的文化面貌，並提醒透過文化藝術的轉化再思我們當所處的環境。藝術季的美學思考透過設計結合至參與者身體在空間中體驗的一環，以行走、呼吸、覺察等進程以經驗之，在看似日常的慣習空間中，巧妙融至設計者的思考，這樣的結合恰成為內外感知的新舊訊息交織。若藝術季在其間轉化的意義是讓生活元素被更精確的

4 來自臺灣、日本、美國、澳洲、阿根廷、菲律賓、烏克蘭等 50 位藝術家，共同打造今年藝術季的策展計畫。

5 烏克蘭人會以圓形麵包迎接客人，一種歡慶的象徵，藝術家有感於戰爭現況，期待回歸美好生活，更希望留住對家鄉的記憶，因此從河中撿取石頭，製成烏克蘭人日常生活食用的麵包狀態，以藝術轉化對生活的感受與期待。

提煉並與參與活動的群眾再溝通，那麼接續登場的客家博覽會則有收束觀點並提供更詳盡文化訊息的功能，博覽會一般定調為具教育價值的展覽場所，本次從環境、族群等議題涵蓋客家文化的介紹，提列客家特有的料理、食材處理、族群遷徙史與持續延續的文化意義，讓參觀者透過觀看進而更深入理解之，從藝術季的身體感⁶參與到世客博的觀看，更像是一種從感知到再認知的過程，這過程也回應前開「慣習」，透過教養逐漸積累擴實文化的飽和度與可能的新樣貌。

三、從文化象徵到文化認同：探析「資本」面向

布迪厄認為資本是需要時間累積的過程，並以客觀化或具體化的形式去累積。資本除了經濟利益，還有文化資本⁷（cultural capital）、社會資本⁸（social capital）及象徵資本⁹（symbolic capital）（Bourdieu 1986；1997）。本文聚焦在非經濟學所談利益最大化的交換資本，將文化、社會與象徵資本做一綜合論述整合對應活動。

浪漫臺三線已辦理至第二屆，對於其融入藝術、文化與產業、生活等範圍界定明確，對一場盛事的理解常常隨著群眾的先備認知與參與感知被定調，也則涉及內化在群中心中的客家文化為何？藝術季型態為何？甚至對於浪漫詞彙運用的思考為何？大眾參與的喜好程度更與活動建構方式、群眾習慣參與文化活動類型有關，而參與活動所代表的意義或表述個人在社會的參與意義，都是成就浪漫臺三線讓群眾持續參與的無形資本參照結構。從兩年活動在網路上評價的觀察，可以看到以藝術形式導入群眾參與是適切方向，透過藝術型態的文化活動參與讓民眾能相對自由的感受空間，如東勢客家文化園區展出的「野生產銷班」作品，創作靈感來自臺中東勢區的豐富果樹資源，梨子更有吉利的象徵，代表家庭團圓和美好的祝福，以農民剪下的嫁接梨穗，垂吊排列創作而成。該作品除了富含藝術家的個人記憶，更承載族群的整體文化意義，透過藝術的轉化形成另一種文化象徵，讓更多人透過參與解讀而持續被轉譯。

6 指人們經驗身體內在與外在環境的感知項目（categories），這些身體感項目常由一項或數項不同的感官知覺結合而成，與我們的日常生活密切相關，人們要能夠於每天的生活中適當地發揮功能，需依賴個人身體對內在與外在環境的經驗感受所傳達的訊息余舜德（2005）。

7 包括內化、客觀化與制度化的形式。

8 由社會關係所構成的形式。

9 一種無償、非利益型的形式。



圖 2 東勢客家文化園區展出「野生產銷班」作品（資料來源：黃星達攝）。

客家博覽會展區不僅以顏色對應文化分區，如臺三線客庄展區盛產柑橘，取橘色對應，代表客家人好客熱忱，更規劃獨立縣市展區各自以自身特色轉化於現場展示中，這些元素的解讀或被看見，都是經過長時間的累積才有的溝通語彙，世界館更設置環形沉浸式劇場，結合 AI 科技的藝術生成技術，將客家音樂元素生成圖像，產生 18 公尺的環狀浮空投影，透過民眾互動體驗讓客家文化在流動中傳遞與被理解。除了文化意象與生活化的展示安排，該會更呈現當代客家文化研究典範轉移¹⁰（Paradigm shift）進程，包括從地方主義研究視角到族群互動視角、臺灣客家與原鄉比較到臺灣客家與全球各個他鄉的全球比較典範轉移等，強化大眾從無形到有形文化，再到抽象思考與想像的文化認同感，觀看或參與的過程亦從一種作為他者的理解，到文化共感的實踐，文化認同或創造於焉而生。

10 展示引用蕭新煌教授見解。



圖 3 世界館竹編環形劇場（資料來源：黃星達攝）。

四、從展演到反思：探析「場域」面向

場域可以理解為一個特定的社會環境，也可以是指更為抽象和更廣泛的領域，如政治領域、教育領域。「場域」也成為一種關係的配置，一個作用力，結合了其中的物體（高宣揚 2004）。浪漫臺三線跨北桃竹苗中五縣市，在文化集結的範疇選定相對廣也特定，且串聯自然地景與人文景觀，也包含文化館所；客家博覽會在桃園青埔舉行，以機場捷運、高鐵站為核心區，並串聯如橫山書藝館等館所，更在國際原住民族文化創意產業園區展示原客文化議題，透過原住民及客家文化異同創造藝術，呈現異族群文化融合之美。從場域串聯可看出皆企圖以相對宏觀的高度來論述或實踐客家文化的包容與融合態度，浪漫臺三線在部分作品間的距離不算近，然而透過接駁專車的安排與 LINE 帳號的設置，企圖讓有形場域轉化相對整體的無形場域連結，客家博覽會則將展區分為世界館與臺灣館，透過族群遷徙、文化傳遞、研究轉向等展示，並設計民眾互動體驗表達對於客家文化的想法，如積木互動展區設計讓親子觀眾透過積木堆疊打造對客家文化的印象，整體展示企圖超越有形時空限制，讓展覽場域晉升為客家文化思考及共創平臺，進而對應探索個體與群體的連結關係。



圖 4 用積木堆疊出客家印象的互動展區（資料來源：黃星達攝）。

總結而言，浪漫臺三線表述一種在地轉譯的文化實踐，客家博覽會透過展示客家文化的多元，彰顯教育與反思的中介意義，甚至結合桃園彰顯智慧城市的理念，將過去、現在、未來的時間象徵結合的更加順暢，這個思考歷程更像是一處從具象文化展演到抽象的文化反思場域，讓場域從富含地方感逐步概念化為一文化的相對整體。

五、結語

透過布迪厄的理論檢視浪漫台三線藝術季和世界客家博覽會，我們得以從慣習、資本和場域層面了解兩盛事彼此呼應的文化歷程，透過將生活中的飲食元素轉化為藝術品或設計，讓慣習成為一種品味，並且將傳統文化轉譯為新的美學型態讓大眾體驗並重新認識或界定。這兩場盛事積極累積文化、社會和象徵資本，形成了對客家文化的無形資本，推動認同及社會參與。場域的選擇和配置更展現了對文化的高度理解，從宏觀到微觀，透過有形和無形場域的連結，建構出一個從實體場域到具有文化反思平臺的境域。

許多文化原本即存在著，然而有意識的存續或詮釋方能讓其與當代社會環境有所交互作用，並帶給大眾嶄新省思，讓文化在動態存續中被活化，兩場盛事的檢視可作為文化再生產脈絡的思考，然不能否認，大眾以不過度沉重的藝術季體驗方式進入視野，更讓藝術季作為大眾品牌的共識感，博覽會的教育意義結合成

為一個在地轉譯的文化實踐。這樣的文化再生產歷程，深層地影響個體和群體的文化認同感，藝術季從文化認同感出發到一種品牌¹¹認同的意義，博覽會則透過展示敘事歸整出思考總體文化融合或遷徙的角度，接下來會如何透過身體感的場域參與，並將客家文化如何形塑與延續，將是我們應該持續關注之處。

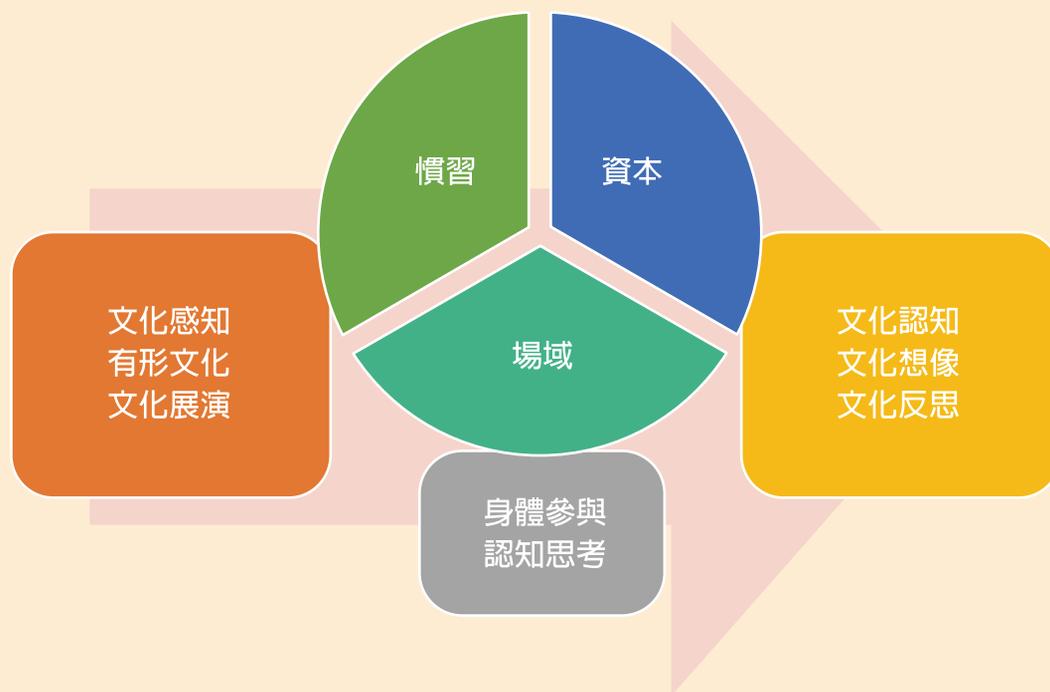


圖5 透過布迪厄理論架構檢視後之思考路徑（資料來源：黃星達繪）。

11 本文所稱品牌係指藝術季不單純歸於客家文化的代表，而是當代群體活動的溝通意義。

參考文獻

- 布爾迪厄（Pierre Bourdieu），包亞明譯，1997，。《文化資本與社會煉金術——布爾迪厄訪談錄》。上海：上海人民出版社。
- 行政院，2018，〈建構客語友善環境〉。《行政院官方網站》。9月7日。 <https://www.ey.gov.tw/Page/5A8A0CB5B41DA11E/fdd09c42-f5ab-4165-b365-387ee9487b3c>。取用日期：2023年12月27日
- 呂紹理，2009，〈博覽會〉。《臺灣大百科全書》。9月24日。 <https://nrch.culture.tw/twpedia.aspx?id=3796>。取用日期：2023年12月26日
- 孟昭棟，2023，以布迪厄文化再生產理論分析 傅培梅烹飪電視教學。實踐大學管理學院創意產業博士班博士論文。
- 高宣揚，2004，《布迪厄的社會理論》。上海：同濟大學出版社。
- 傅銘偉，2006，《媒體奇觀與認同政治：談臺灣男同志運動的影像建構》。國立臺南藝術大學音像紀錄研究所碩士論文，國立臺南藝術大學。
- 黃俊、李超，2019，《布爾迪厄文化再生產理論導論》。北京：社會科學文獻出版社。
- 劉曉春，2017），〈布迪厄的「生活風格」論〉。《民俗研究》4：5-15。
- Bourdieu, P.,1986, The Forms of Capital. Richardson, J., *Handbook of Theory and Research for The Sociology of Education*, Westport, CT: Greenwood, 241 - 58.
- Bourdieu, P.,1997,The Forms of Capital. A.H. Halsey, *Education: Culture, Economy and Society*, Oxford: Oxford University Press, 241-258.
- ICOM,2022,” ICOM approves a new museum definition.” In *ICOM* ,16 August. <https://icom.museum/en/news/icom-approves-a-new-museum-definition/>（Date visited:February,28 2024）