

地方博物館與產業文化保存

江詔瑩

國立藝術學院傳統藝術研究所教授

前言

八十四年文建會策劃全國文藝季主題從「造街」開始，到地方文化產業特色發掘、深耕的「文化·產業」系列，以「藉由社區總體營造運動，來活用各地豐富的地方產業與文化資源，賦予傳統產業新的文化特色，期使地方及社區獲得生機與活力」為主旨；從此時起，「文化產業、產業文化」竟成為流行的文化術語，許多社區博物館、主題特色館等地方性博物館，也紛紛成立或破繭而出。

社區營造的風潮正如潮湧般的展開之後，新的文化元素因與社區傳統產業或民藝未有脈絡上的關聯，卻被設計進去的調適性與價值觀、社區文化藝術發展的軌跡是否符合社區的生態和期望，有待從社會文化變遷理論和操作技術來加以通盤檢討。從事社區營造的途徑，依每個社區或地方各別特色而有所不同；若要討論地方博物館，社區意識是建構成為「地方」網絡的立基點。

一、社區概念與在地意識

本文所指稱的「社區」概念可視為一個社會群體 (social groups) 中的初級團體，彼此之間有相互的結構關係的一群人 (即結構性的社會單位)，具有同一文化、居住或生活在某個地理區域、可能組織不太嚴密，卻常常會面對面，其關係是直接而且持久的，也是無可選擇的。過去農業社會中的社區，有極強的「俗民、鄉民社會」的性格，可能由一個宗族或數個家族

為核心所構成的村落、街廓或聚落，固著於共同土地之上的空間範圍裡，有共同的勞務、責任和信仰關係，而形成一個祭祀圈的緊密「共同體」。社區涵括的地域範圍愈大，則社區的概念就愈模糊，惟有「共同體」的意識因外在的原因刺激時才會驟然再生「社區意識」。所以社區的概念是會隨著社區本身的歷史發展與變遷而有不同的意義。

若論及社區發展即是指：一群因有認同 (目標、利益、問題和需要) 而產生共同「社區意識」的人們，不論性別、年齡、階層他們組織動員起來，互助合作，並以集體的「社區行動」來共同謀求社區的發展，這些人自然的形成一個非契約規定的「社區共同體」；當這些「人」轉化為「法人、社團」時，即成為社群關係的「社群共同體」，宜蘭縣的「(宜)蘭博(物館)家族」成員，即是極為難得的社群共同體。

社區居民的意識是社區改造的原點。社區意識的凝聚因對地域歷史的認同、對居住鄰里和土地的歸屬感的產生才易於達成，也就是透過「文化認同」的策略，藉由社區參與的過程，透過重新面對自己的出身、環境和歷史記憶的塑造、以及日常生活意義得以實踐的「表現形式」中，逐漸建立社區意識。所謂「日常生活 (everyday life) 的意義，是不同於大型歷史敘述架構賦予地景的意義，日常生活意義是生產於社區居民日常食衣住行等的活動經驗中，且存在於居民的記憶裡；這些意義的實踐