

文化產業中的「文化」： 中國景頗族目瑙品牌的個案

何翠萍

摘 要

2003 年聯合國通過非物質文化遺產維護公約以來，全世界各地相關政策規劃如雨後春筍般展開，隨之而來文化產業的發展更是欲罷不能。中國的文化產業政策也在此時正式開啟。少數民族的物質或非物質文化面向都被網羅為民族與地方的標誌。從 1980 年始，凝聚中國景頗族以及跨中緬邊界景頗與克欽人民族意識的最重要機制——目瑙縱歌節，逐漸轉變為提升文化旅遊產業的目瑙「品牌」。本文呼應 John and Jean Comaroff (2009) 對當代族群品牌化之觀點，討論景頗目瑙品牌的新現象如何形塑民族、文化與認同間的關係。本文總結由於目瑙在中國發展的歷史，它在品牌化的發展上，有中國特色社會主義國家的「商品」以及國家化的「民族」特性，與 Comaroffs 的族群品牌化過程不同。而「民族」的特性又使得這個民族文化品牌有別與其他中國品牌，充滿了景頗人期待參與在目瑙的群眾舞蹈中，想像美好世界的情感。

關鍵詞：文化、民族、品牌、中國景頗族、目瑙縱歌

一、前言

2009 年，對於全世界比比皆是的文化商品化與族群品牌化的現象，John L. Comaroff 和 Jean Comaroff 夫婦（以下簡稱 Comaroffs）寫了一本相當重要，書名更是簡潔有力的《族群公司》（*Ethnicity, Inc.*）。他們認為當前的族群或民族的意義已經不只是文化與認同所創造的集體，而是混雜了文化、認同、品牌與市場的集體（Comaroffs 2009:1-5, 18）。Comaroffs 闡述 Chanock（2000）的說法，認為「文化，並不是人類學家一向認為是什麼的文化，而是一群認定彼此有集體主體性的人，把主體性客體、具像化（objectify）為市場上有賣點的物，此類物的裝扮就是文化」（Comaroffs 2009:18）。在這種認同經濟與文化產業的驅使下，就像 Chanock 所說的：「文化就像公司的品牌，必須要實質化……成功而能夠永續發展的文化正是品牌化最好的文化」。非洲 Tswana 老人更用商品市場的說法來說文化：「如果我們沒有自己的東西可以拿出來賣，那是不是意味著我們沒有文化？」做引申（Comaroffs 2009:18）。

2003 年聯合國通過「非物質文化遺產維護公約」以來，全世界各地相關政策規劃如雨後春筍般地蓬勃，而隨之而來文化產業上的發展更是欲罷不能。中國的文化產業政策也在此時正式開啟。民族地區少數民族的物質或非物質文化面向都被網羅為民族品牌與地區招牌的標誌。1980 年代初國家與民間共同費心打造的中國景頗族標誌——目瑙縱歌——大型歌舞與節日，從既有作為凝聚中國、甚至跨境景頗人民族意識的最重要機制，開始有了相當大的轉變，成為建立提升文化旅遊產業的目瑙「品牌」。目瑙成為景頗族的品牌，也是雲南省、景頗族聚居的德宏景頗族傣族自治州、德宏州唯一景頗族人口超越傣族人口的隴川縣，或是景頗人口集中的鄉鎮如卡場鄉等的地方品牌（圖 1、圖 5）。到了 2010 年代開始，景頗人更極盡努力地把目瑙打造成跨越中緬邊界的世界景頗族的品牌。¹ 本文呼應 Jean and John Comaroff（2009）對族群成為品牌之現象展開

1 世界景頗人口共有約 1,101,000 人（https://joshuaproject.net/people_groups/12401，2016-10-04 取得），主要分佈在緬甸北部的克欽邦與撣邦，中國雲南省以及印度北

研究，討論景頗目瑙品牌的新現象如何形塑族群、文化與認同間的關係。筆者認為雖然如 Comaroffs 所說，族群品牌化是一個新的全球化現象，但更突出的是作為民族認同標誌的目瑙文化在中國文化政策下的品牌化過程。Comaroffs 這個文化與認同經濟的說法，雖然相當程度解釋了不少當前中國民族文化產業的現狀與趨勢；但是，從景頗族目瑙品牌的案例中，筆者將指出 Comaroffs 的解釋適用於「後殖民時代」的「族群公司」，但在理解後社會主義時代的中國民族品牌發展中，國家的文化政策以及國家化的「民族」認同情感的驅動力是必須討論的。



圖 1 中緬邊界的德宏州、克欽邦與撣邦

部阿薩姆邦與 Arunachal 邦。緬甸景頗人的官方名稱為克欽，一般學者不認為有任何可靠的人口統計數字，但 Joshua 計畫統計的克欽人口為 102 萬 9 千人（https://joshuaproject.net/people_groups/12401，2016-10-04 取得）。中國雲南省的景頗人，官方名稱為景頗族，2010 全國人口統計資料有 147828 人（<https://zh.wikipedia.org/wiki/景頗族>）。印度北部景頗人被稱為新頗（Singpho），人口大約有 10,000 人（Sadan 2013:7），但 Joshua 計畫統計有 38,000 人。

1978年中國景頗族自發地開始規範、舉辦歌舞的目瑙活動，凝聚建立景頗族的自我認同。景頗「菁英」在民族節日的組織與參與的自發性在少數民族中，是相當超前而突出的。²所謂景頗菁英指的是在不同層級的黨與政府機構工作，並有清楚民族認同意識的景頗人。³本文所用民族誌材料，除了筆者田野所收之外，其餘都來自這些菁英所書寫出版的第一手資料，尤其是景頗民族目瑙最重要的發起與組織者張麼弄先生的著作。⁴張麼弄強調發起恢復景頗目瑙活動的理由是：「漢族有漢族的節日（作者按：春節），傣族有傣族的節日，我們景頗族也要有景頗族的節日」。⁵早在官方的民族節日訂定（1983）之前，當時在政府與黨委辦公室擔任公職的景頗菁英，包括隴川縣法院院長張麼弄、瑞麗縣檢察院院長高日干、盈江縣法院副院長金大晉，德宏團結報景頗文組長李向前，州文教局幹部奪石擁湯，州法院院長包通孔等人（金學文、張麼弄 2005:32）就開始籌劃目瑙活動了。⁶訂定統一目瑙的名稱以及設定正月十五和十六為景頗目瑙節之重要內容都來自他們的規劃。⁷1983年在國家民族節日

2 景頗菁英如何在改革開放才開始，即時抓住時機，倡議恢復目瑙的來龍去脈，張麼弄（金學文、張麼弄 2005:28-40；張麼弄 2007a:48-53）、岳品榮（2009）有非常詳盡的說明。

3 在本文具體提名道姓或引用相關著作的景頗菁英中，僅有一位不是國家民族識別意義上的景頗族。他在德宏景頗地區長大，滿口景頗語，有強烈景頗認同，並且視景頗文化傳承為志業。筆者認為他當然是名符其實的景頗菁英。

4 本文有關目瑙的材料主要來自筆者從1988年以來持續的景頗田野工作，以及1989年2月到今年（2016）2月之間多次參與德宏州不同市、縣、地區和鄉的景頗目瑙節活動（1989，1996，2001，2002，2008，2010，2012，2014，2016）。張麼弄著作多是第一人稱講述，再與他人商量後用漢語執筆（金學文、張麼弄 2005；張麼弄 2007a），非常有價值。2007年《瑙雙神韻》一書，封面作者是張麼弄，封底書目訊息作者卻是高日干。全書除了圖繪部分外，內容基本上來自張麼弄先生，高日干亦列名為主要繪圖人。在澄清作者端倪之前，筆者仍暫以張麼弄先生為作者。

5 1989年2月19日在隴川訪問張麼弄先生。

6 德宏團結報是中國共產黨德宏州委員會（簡稱州委）的機關報，1955年創刊。目前出有漢文、緬文、傣文、傈僳文、景頗文與載瓦文六種文字的版本。

7 目瑙活動從1978年開始發起到現在，有不少從親身參與，甚至發起人的角度寫的出版品（金學文、張麼弄 2005；張麼弄 2007a；瑞麗市史志辦公室 2014；岳品榮 2009；何勒崩 2006；石木苗、閔建國 2000；盈江縣景頗族發展進步研究學會 2010）。

政策支持之下，明訂目瑙縱歌節為景頗族的民族節日，每年正月十五日前後舉辦慶祝活動。從此以後，這個節日就逐漸發展為以集結舞蹈人數最多著稱的節日。⁸ 景頗目瑙縱歌舞場上所用的音樂，有很清楚的鼓點與鉦響。激昂的配樂與歌聲，不但相當振奮人心，同時激起人們跳舞的慾望。1996 我去參加隴川縣的目瑙活動時，景頗官員曾高興地把目瑙縱歌界定為一種「大型舞會」（圖 2）。2012 年，德宏景頗族傣族自治州首府芒市舉辦「中國德宏景頗族國際目瑙縱歌節」時，即以「千人之舞」、「萬人之舞」申請金氏世界紀錄認證（圖 3、4）。



圖 2 1996 年隴川目瑙（何翠萍攝）

8 傳統目瑙本來就有期待集結越多人在舞場上越好的說法，因此即使是當代民族目瑙也不例外。我從 1989 開始參加過無數次的目瑙，總覺得是人群竄動最熱鬧的場合。但我永遠也算不出到底有多少人在舞場上。金學文與張麼弄（2005:88）提供了從 1980 到 1999 參加隴川縣級目瑙的人數，最少有 38,000 人（1981），最多有 66,900 人（1999）。這個人數除了舞場上的人以外，還包括來逛、來擺攤的人，而不一定到舞場跳舞的人。



圖 3 2012 芒市目瑙申請「千人之舞」金氏世界紀錄認證之預演（何翠萍攝）



圖 4 2012 芒市目瑙申請「萬人之舞」金氏世界紀錄認證現場（何翠萍攝）

德宏州的隴川縣是當代景頗族目瑙縱歌活動發展上最重要的縣。⁹2004 年隴川縣開始了一個重要的轉向，他們盤算把一向由黨、政府與民間共同舉辦的

9 金學文、張麼弄用四個理由解釋為什麼隴川是「中國目瑙縱歌之鄉」：隴川最早（1978）提出創新改革目瑙縱歌概念，最早（1979）向國家提出以目瑙縱歌作為法定民族節日要求，最早在縣城舉行目瑙縱歌活動（1980），同時還是堅持年年舉辦目瑙節活動最久（1980 年以來都有舉辦）的地方（2005:129-130）。

目瑙縱歌活動做成一個本縣的文化產業，打造隴川為「中國目瑙縱歌之鄉」，賦予目瑙縱歌節在地方經濟發展上的意義。2005 年縣黨委與政府辦公室公開宣布隴川縣目瑙縱歌的舉辦日期由原本全州目瑙節所訂定的農曆正月十五、十六改為中國農曆春節第一個星期間。也就是從旅遊市場，不是既有民族節日的角度，來訂定日期。



圖 5 雲南德宏景頗族傣族自治州各級目瑙縱歌場地點圖¹⁰

根據 2009 年 8 月 16 日藍玉芝在德宏隴川縣官網上發佈的一篇文章，隴川在 2006 年更改過去由政府舉辦的目瑙節，為通過市場機制的舉辦模式。目瑙相關活動被包裝為一個方案在市場上競爭招標，希望從此更進一步促成隴川縣外商投資意願與觀光業。第一個由保山市亮點策劃廣告有限公司得標的目瑙節活動在 2007 年舉辦。報導中指出，「由市場參與到市場運作的轉變，……開創了

10 本地圖僅列出本文提及的幾個目瑙場地，並以所屬行政單位的層級來做標示。

企業進入文化產業的思路，為培植全縣文化產業提供了肥沃的土壤」。藍玉芝把景頗族的目瑙縱歌節日活動稱之為「支撐隴川縣文化旅遊產業的金字招牌」，顯示如 Comaroffs (2009) 所說族群品牌的現象（金學文、張麼弄 2005:126-129; 藍玉芝 2009; 岳品榮 2009:103-107）。

在全球化的趨勢下，當文化是需要仰賴有市場價值的「物的裝扮」來呈現時，關鍵問題是我們必須要問裝扮這個文化內容的人是誰？他們如何選擇文化的裝扮？而在實際運作上，誰又是這麼「一群認定彼此有集體主體性」的人？這群人的認同有什麼條件與彈性？第二節即討論 Comaroffs《族群公司》的理論觀點及其在中國的適用性，指出人類學對商品化研究取徑的重要性，並對既有中國對民族文化產業相關文獻做回顧。第三節概述當代中國景頗族目瑙縱歌的發展史，第四節概述隴川縣如何產業化、品牌化民族節日為民族觀光產業，並分析討論此品牌化過程。最終總結目瑙縱歌有做為中國特色社會主義國家的「商品」和「民族」的特性，但劃定目瑙縱歌民族品牌商品化界線的最終量尺，卻在於它的群眾以及國家都不容易左右的自發群眾情感。這個「民族」與民族情感的特性所構成的品牌化即造成其與 21 世紀「新中國」品牌化過程的差異。

二、文獻回顧

Comaroffs (2009:26) 認為在當前大眾消費的年代裏，當族群開始通過文化商品化的方式再重新建構認同時，表演者與觀眾，生產者與消費者之間的界線不斷反覆。「市場／人／文化彼此相互製造／再製和再重製。……文化商品化，商品也文化化了……認同成為一種可以被品牌化，可以被買賣的財產」（同上引:28-29）。這樣的文化與認同之間的關係，是 Comaroffs 認為全球化時代「民族／族群公司」的特性。

在後殖民時代，培力（empowerment）意味著獲得市場、金錢和致富

的特權。就族群來說，它就是尋找他們自己的，而且只有他們有所有權的文化「精華」或「本質」（essence），（具象化它為商品）在市場上販賣。換句話說，族群成為一種品牌（brand）。（John and Jean Comaroff 2009:15。括號內文字為筆者所加）

當我發現《族群公司》（*Ethnicity, Inc.*）的觀點對景頗族當代目瑙縱歌節的現狀有很好的解釋力而要運用它時，我直覺地認為從中國少數民族研究的角度，「民族公司」比「族群公司」的翻譯更恰當些。這也正是本文**批判性地運用** Comaroffs 觀點的出發點。

「民族」在中國語境的使用意義非凡。學者早就論證說明中國的「民族」，無論是「中華民族」（Durara 1993; 沈松僑 1998; Leibold 2006）、「漢民族」（沈松僑 1998; Dikötter 1996）或「少數民族」（Harrell 1995; 王明珂 2003; Cheung 2003），都是政治性的概念。在中華人民共和國，「民族」的話語更是普遍，「族群」只有少數學術界的人使用。如下文景頗案例所顯示的，中國民族文化的品牌化是國家的市場政策全力推動的。這個市場與 Comaroffs 所說的市場並不一樣。「民族品牌」的翻譯本身已經存在與 Comaroffs 談「族群品牌」品牌化過程間很不一樣的特性。在 Comaroffs 的架構下，他們強調的是後殖民社會以及全球市場力量所左右的品牌化過程。中國「民族品牌」的品牌化過程則充滿國家化的**民族**與國家眼光的市場之間的張力。

國家與市場之間的張力正是研究中國在改革開放，尤其 2001 年進入世界貿易體系（WTO）之後「品牌」發展的焦點（如 Wang Jin 或王瑾的研究）。¹¹Wang Jin（2003）提醒我們，對於正式進入世界貿易體系後開始發展的中國文化產業，尤其是媒體研究，最不能視為當然的議題是：中國如何界定「市場」？她認為「即使在全球化的脈絡下，文化不僅依據市場原則，同時還是國家政府以

11 筆者很感謝評論人之一建議討論 Wang Jin 對中國品牌的研究。這個角度豐富了本文的討論，同時也凸顯中國「民族品牌」與王瑾所說的「品牌新中國」或「新中國」品牌不同的重要性。

及社會治理的目的與方式。文化與政府治理之間彼此構成的關係，並非只是中國的現象，……在加拿大、歐洲以及美國，國家和他的文化政策法令積極參與在他們國家文化市場的保護中，……。也就是說，文化成為市場經濟中的一環但也是國家規範管理、貿易經濟政策的一環；文化可以是可交易的物品，但並不一定像任何其他的可交易物品」（Wang 2003:4）。市場中交易的是可以商品化的文化，中國怎麼區分可商品化與不可商品化文化是很關鍵的問題。本文要面對的也正是這個問題：景頗人如何區分可商品化與不可商品化的文化？

Comaroffs《族群公司》的討論，是在後殖民社會自由主義經濟發展的前提下提出的。雖然對中國民族品牌的討論似有不適用之處，但由於《族群公司》點出的族群品牌是全球相當普遍的現象，筆者認為我們反而應該更深入地討論它的三個理論觀察（2009:22-59）並澄清到底那些是屬於不適用或適用的面向。Comaroffs 從三個理論角度討論為什麼當代的族群會成為公司：一是文化的本質，它的觀念，所有權，流通和商品化。當族群性等於「文化的」加「認同」時，這文化就是族群意識的核心。二是當前族群性的本體論。三是在 21 世紀政治主體性、認同、國家與越來越多形態的全球、跨國自我形象連在一起時的意義。筆者認為除了第二個族群本體論的議題是從「文化屬於資本範疇」的前提出發（同上引:37-38）而不適用外，文化商品化以及文化的主體構成都是我們需要特別深入討論的面向。

文化商品化的議題，是 Comaroffs 討論民族品牌中非常重要的理論議題（同上引:22-37）。過去某些人類學家夢想找到前商品往來所創造的「自然」社群，或是自然社群當然應該是文化原生的社群；而文化是這些人所創造、共享，通過彼此的（親屬）關係一代傳一代的看法，在當代已經不能如此定義了。當一群人可以通過文化產業的創造，在全球、全國、全省，甚至只要是跨出他們面對面的生活圈外，找到可以呼應他們想法之人時，或是認為他們的東西有價值之時（無論是市場價值或是人與人間溝通所創造的價值），這些文化遺產就不只是屬於某些人的，而有普遍的、可以訴諸全球的市場價值。Comaroffs 以為在某些個案研究中，「文化商品化的過程形成了一股自我價值的

肯定，以及人的價值（humanity）的肯定。……與從前認為抽象會帶來異化，商品化會帶來腐敗的看法完全相反」（Comaroffs 2009:25）。

2015年8月一個下午茶延續到晚餐的場合，昆明一位景頗友人用無比喜愛又帶點小抱怨的語調描述上一晚熬夜聽景頗網路平台上的傳統對歌。她說本來只是來自中國德宏瑞麗的一位老媽媽在唱，之後一位盈江的女性加入對唱，最後一位昆明年長男性加入對唱。聽說他們一直唱過了子夜。這種傳統人際關係建立的對唱，從前只有聽得懂的人共享；當聽得懂的人逐漸消逝了，唱的人也不見時，社群也就消逝了（何翠萍 2010）。但當它成為一種被珍惜的文化遺產時，它就構成我群或民族／族群品牌上最有價值的東西。完全沒有脈絡的對唱，多數人都聽不懂的對唱，卻在一群彼此不見得相識但如 Comaroffs 所說「認定彼此有集體主體性的個人」之中，「獲得再生，重塑認同，再創文化主體性的生命」（同上引:18, 25, 26）。Comaroffs 認為這是一種「疏離之後自我認識與擁有」的文化認同（McLuhan 觀點引自 Comaroffs 2009:25）。

文化商品或文化主體構成，都是人類學相當經典的議題。商品不可化約為市場，而主體更無法化約為個人。但是筆者以為，在突出他們訴諸市場價值的族群品牌觀點下，Comaroffs 卻刻板化了人類學對於禮物與商品對立的研究，而迴避檢視了一些更相關的議題。包括人類學文獻中既是禮品又是商品的糾葛的物（如 Nicholas Thomas 有關於 entangled objects 的研究）或金錢／貨幣的研究（如 Bohannan 1955, 1959; Bloch & Parry 1989; Robbins & Akin 1999，以上皆引自 Ho 2007），以及人與物在人觀形塑上的構成關係如何影響到主體性議題的討論（Strathern 1988, 1993; Lattas 1993 引自何翠萍 2004:293-321）。這些研究告訴我們錢並不是只會帶來關係的異化或毀滅，而是創造新的等級交換的範疇（spheres of exchange）（Bohannan 1959），創造區分個人性再生產以及社會性再生產的領域（Bloch & Parry 1989）。要了解錢的效應，我們必須對各種物的交換、交易或共享等範疇所標誌的關係類別，他們的交換方式以及各自交換

的物件價值都有所瞭解，才足以明白這些等級範疇產生的過程。¹² 人的關係構成本質以及物與人在人觀形塑上相互構成關係的研究取徑，不但是美拉尼西亞區域文化的特性（Robbins & Akin 1999; Bloch & Parry 1989），也是中國景頗人觀的特性（何翠萍 2004）。作為關係表徵的物件，無論是禮物、糾葛的物或是商品，它的往來與文化脈絡，以及往來方式的關係界定意義是我們需要了解的（Valeri 1994; Thomas 1991 引自何翠萍 2004:315-321）。因此對於族群品牌化過程的研究必須考慮這些品牌物件與文化及其地方脈絡的連結關係，才可能明白品牌物件與族群認同的關聯。品牌化的目瑙縱歌是否或如何能凝聚景頗認同的關鍵，在理解其如何在商品與認同標記的價值之間取得平衡。中國品牌的研究中，王瑾（Wang Jin）所強調理解國家與全球化市場的共謀與協作關係的重要性，就細究了當代中國商品文化特性的面向。這對民族品牌的發展有重要的引導性。

王瑾告訴我們從新自由主義經濟的角度界定的「公」與「私」（市場），並認定「公」的（如公視）是為公眾利益設立的範疇，如歐盟國家或加拿大的文化政策模式，並不適用在中國這個一向認為「公」就是「國家」的脈絡（Wang 2003:14）。他認為社會主義的文化商品經濟有一個特殊的市場眼光（同上引:11）。*Brand New China: Advertising, Media, and Commercial Culture*（Wang 2008），中文翻譯《品牌新中國》（王瑾 2012），告訴我們這個「市場」是如何界定的。¹³

12 Robbins & Akin (1999) 更明確地提出如何尋求更切實地敘述禮物與商品，文化與市場，地方與國家貨幣交會過程所造成社會變遷的方法論。他們認為不同地方社群對於有更大流通價值的錢或國家貨幣，都有焦慮（的抗拒）和渴求的面向。當錢的流通同質化了不同類別的關係而超出人們可以控制的關係範圍時，他們會焦慮而設下各種流通的障礙。筆者曾在〈克欽財富所有權的再思考〉一文（Ho 2007）中採用此角度與方法探討二十世紀初期景頗對於財富的概念已經有「個人所有物」的轉變，而不再只是家的財富，如牛隻。筆者以為惟有釐清這種個人財富所有權的發生，十九、二十世紀間普遍在支丹山克欽／景頗社會發生的「革命」才能有進一步的釐清（亦見何翠萍 2016a）。

13 《品牌新中國》描述 2001 中國進入世界貿易體系（WTO）前後，整合進入全球市場的廣告媒體與品牌製作行銷發展的過程。多數的觀察家都認為中國進入世界

世界貿易組織要求自由化的市場，但並沒有規定中國在廣告媒體的**內容**必須自由化（Wang 2008:249。黑體為筆者所加）。國家的法規原則從文化安全的考慮把**內容**分為可以商品化、不可以商品化以及介於中間者。在這個並不是所有文化物件都可以在市場做交易的前提下，國家不斷地從可商品化與不可商品化的角度區分哪些文化物件可以市場化、全球化，哪些不行。分類的標準不斷地在變。這種做法使得一般媒體的企業精神得以蓬勃運作，但黨的紀律仍舊維繫（同上引:271）。「在中國的媒體組織，由於有**文化安全**的顧慮，所以是資本主義的身體和社會主義的面貌和靈魂的複合體。媒體市場的蓬勃成長，並沒有導致國家力量的萎縮，只是創造了一種在兩類規範下繼續運作的新遊戲」（Wang 2008:271，黑體為筆者所加）。王瑾認為社會主義中國品牌化過程的特徵正是「國家政策促進市場開放，然後緊縮，再重新調整後部分開放，如此循環往復……」（王瑾 2012:253）。

這種國家與市場力量在可商品化及不可商品化界線上推拉過程的理解正是上述 Robbins & Akin 對錢幣效應研究要提醒我們，而 Comaroffs《族群公司》理論討論中卻沒有談的。國家與市場不斷地在可商品化與不可商品化的文化界線之間推拉，造成市場開放又緊縮，又再調整的循環過程，正如同 Robbins & Akin 所說的商品、貨幣與文化和地方脈絡連結而延續或創新關係的過程。如王瑾所說，中國的廣告品牌化過程是由國家與市場持續不斷地共同調整而界定的；那麼景頗族目瑙縱歌這種文化物件的品牌化過程是什麼？

Comaroffs 總結他們對《族群公司》的理論觀察時說：

在這個認同產業中，使用價值與交換價值，特殊性與普遍性，生產者與消費者，土著和觀光客都混同在一起，不容易區分。所謂的《族

貿易體系之後，由於資本天生具有的解放性力量，全球化市場驅動的媒體，會造成國家的解體；也有另一種看法則認為中國的威權仍舊不會有一絲動搖（Wang 2008:285）。但王瑾認為 2001 後的中國是「深受全球夥伴的意識形態影響，但又極力不願意成為像美國一般的中國」（Wang 2008:2）從中國的案例中，我們看到的是國家與市場的共謀、協作關係，而不是對立關係（同上引:248）。

群公司》就是文化主體投入市場和法律的計劃，把文化化約為（天生版權所有的）智慧財產，用法理學來取代區分的政治後果。（同上引:59。黑體為筆者所加）

在這個文化商品或認同商品，或是「被物質化的族群意識」（Comaroffs 2009:33）所有權的議題上，Comaroffs 的看法雖然非常有啟發，但當他們一味地討論有市場價值的文化或屬於資本範疇的文化時，也呈現其出自後西方殖民社會新自由主義經濟為立論前提的不足。¹⁴ 從 Comaroffs 對人類學商品研究的忽略，連結到王瑾對中國商品文化之研究，筆者認為我們在運用族群品牌的理論觀點時需要對族群品牌化過程的二個理論討論－文化商品化與文化主體構成－有批判性的追究。我們要問的更重要問題是，這個「文化主體」是誰？他們是什麼樣的「土著」或「民族」？¹⁵ 誰被賦予和擁有文化的「所有權」（Geismar 2005）？誰對這個文化的定義有發言權？

其實，學者有關文化遺產、產業或族群品牌的討論，都認為國家的角色非常重要；後社會主義的中國或其他亞洲太平洋國尤其如此（Carrier 2010; Henderson 2003; Oakes 1996; Picard and Wood 1996; Leong 1996）。在族群或民族文化產業的研究上，由於牽涉到觀光市場，文化遺產議題是最常見的焦點。學者各自從批判文化遺產、文化遺產的政治與開創性，以及文化治理的角度做切入。

Comaroffs 也提到文化遺產。他們認為全球化的影響已經普遍造成土著天生就有他們文化所有權的想法，而聯合國非物質文化遺產概念與公約的提出更是最強的催化劑（2009:36）。聯合國教科文組織、國家、政府與群眾的不同

14 也就是說，我們在探討中國認同產業現象時，可以如 Comaroffs 般將認同產業建立在「全世界後殖民式的反轉」、「全球性的原住民運動」以及「新自由主義經濟」的「文化異質性」以及跨境的「多元政治文化主義」的氛圍前提中嗎（同上引:46-47, 52）？

15 「全球性的原住民（土著）運動」與中國少數民族發展論述之間的關聯性非常有限，但近年來已經開始在環境議題上有些牽連（見 Hathaway 2010）。

觀點與角力一向都是研究焦點（如 Hafstein 2009; Bingaman 2009; Smith and Akagawa 2009; Marrie 2009; Peters 2013; McKhann 2010 等）。批評文化遺產概念不遺餘力的 Laurajane Smith 認為文化遺產的概念事實上是被用來在當前的社會與文化價值和意義中，建構、再建構以及妥協認同之用的，遺產是使得動態的現象靜止化的一種「論述」，而且是一種「審定核准的遺產論述」（authorized heritage discourse）或是西方審定核准的遺產論述（2006:11-12）。而國家作為世界申遺單位的現實與政治（Askew 2010），以及世界文化遺產地位所能衍生的觀光價值，在全球追求觀光利潤的驅使下（Yang & Wall 2014:15-18），不僅發生在國際之間的競爭，還延伸到每個國家內部的文化遺產政策上（如 Hafstein 2009; Kearney 2009）。在中國，更創造了一個吸引各級地方政府單位趨之若鶩爭取的標的（Kang 2009; Sutton & Kang 2010; Yang & Wall 2014）。中國、香港或臺灣文化遺產的研究（Su & Teo 2009; 廖迪生 2011; 胡家瑜 2011; 馬健雄 2011; 楊文正 2011; 趙玉中 2011; 何兆華 2013; Liu 2013; 陳文德 2014）都有相當出色的對文化遺產的實質化與簡化，以及文化遺產政治的研究。

而在批判文化遺產以及討論文化政治之外，Comaroffs 面對族群品牌所再造的文化、價值與認同的研究面向，在中國研究上也有不少學者重視。基於中國無論在文化上、歷史上根深蒂固的垂直上下政治層級（scale）關係，很多與民族相關的研究都指出（歷史上或是當前）處於邊陲的民族，通過旅遊或文化產業建立了超越地方的國家想像與自我價值的重新定位（如 Oakes 2005, 2006; Schein 2005, 2006）。除了經濟上能讓地方政府、官員或財團，甚至還能讓當地人致富的層面（Peters 2011）外，Timothy Oakes 與 Louisa Schein（2005）更強調文化產業會讓某些地方的人跟中國不同層級的地方有更多的連結，也會因此有更多廣闊的關係，創造出不同的自我價值。當族群品牌、產業能夠超越地方社群，創造超越地方層級的全國性、全球性價值時，對於族群的自我認同、自我價值的提昇都有無比正面的影響。僅從批判文化遺產的角度出發相對錯失了對於這種新的自我價值創造的面向。

另有學者則從文化治理角度探討文化遺產與國家的互動過程。學者們發

現一個國家不同時期必然也會由於國家文化政策的變動而有相當不同的文化資產、文化遺產、文物以及文化行政機構組織的變動（如古明君 2013; 馬健雄 2011:408-411; 楊文正 2011; Wang & Bramwell 2012; Yang, Wall & Smith 2008; Yang & Wall 2014）。古明君指出，我們對於文物政策、機構組織的討論，最重要的還是在觀察政治權力與市場之間角力關係的過程（古明君 2013）。Yang Li & Geoffrey Wall (2014:31) 指出九十年代以來，中國都市化、移民、經濟與文化發展的現代化等等，都使得族群觀光的研究不能只從觀光角度做討論。「管理」之外，更需要更進一步了解在政府、觀光業者、少數民族和觀光客之間如何在族群觀光、少數民族文化保護以及提昇族群自我形象之間取得平衡的計劃、張力以及應對策略做討論（Yang & Wall 2014:x）。「文化主體」並不是此類研究的重點。¹⁶

綜上所述，正如 Comaroffs 所說全球化以及文化遺產政策果真助長了土著天生具有文化所有權的想法，但在理解中國民族觀光、品牌等認同產業的課題上，筆者以為此類文化主體性是天生的說法，不能視為當然，而需要更深入探討。不但國家所扮演的角色需要有更多的著墨，同時對於文化商品化與民族認同變化的過程如何發生，其與地方文化脈絡之連結需要有更細緻的討論。創造文化品牌的文化主體是誰，他們的主體性如何產生，他們的文化、認同與國家之間的關係如何彼此相互影響，不是「天生」就具有的，而是有一建構過程的。景頗目瑙的案例正足以說明國家、群眾與文化品牌的價值追求，在他們認同上的關鍵地位。本文認為目瑙縱歌品牌是**民族化的景頗族主體**投入市場的計劃。推動景頗目瑙文化商品化、品牌化的是站在經濟發展角度的國家，而拉住文化商品化步伐的是目瑙縱歌集體舞蹈背後深厚的景頗民族情感與想像。也就是說，這個市場並不是新自由主義經濟的市場，而是國家規範的民族產業市場；而到目前為止景頗目瑙品牌的發展，群眾的參與意願仍舊是此品牌是否成

16 但馬健雄論文（2011）是個例外。全文對拉祜神話「牡帕密帕」被淨化為民間文學，到省級非物質文化遺產過程的敘述，清楚鋪陳此神話在社區儀式中的展演脈絡。正是有此種脈絡做基礎，我們才理解文化主體的內涵。

功的最終量尺。

三、1978年以來景頗當代目瑙縱歌的發展與流變

「目瑙」(*manau*)與「縱歌」(*zumko*)的字義都是群體舞蹈，前者是景頗支系語言，後者是載瓦支系語言。目瑙起源的故事有很多種講法。最普遍的是從太陽宮中舉辦的目瑙開始(岳品榮 2009)，或是鳥類從太陽宮中學會如何跳目瑙再傳給人類說起(金學文、張麼弄 2005; 岳品榮 2009)。負責牽頭申報景頗族目瑙縱歌非物質文化遺產項目申請劉永恩的說法是「目瑙縱歌起源于景頗先民祭祀太陽神 *medai* (木代) 的活動」。申遺成功之後，自然也成為目前最簡潔統一的說法。¹⁷ 這些說法各自解釋為什麼要榮耀太陽神靈木代，為什麼要打扮如此華麗，為什麼有這樣的舞姿以及隊伍等等。

我在田野收集到為什麼要榮耀天 *nat* 木代的故事，有不盡相同的焦點。他們的重點在 *nat* 宇宙觀的基調中，人與天 *nat* 神靈相互構成的關係。木代把女兒和穀種給了人類，並囑咐人帶著女兒與穀種回到凡間後，好好繁衍子孫；豐收時，豎起目瑙柱請天上神靈來參加。也就是說，人和穀物的繁衍都來自於天 *nat* 靈力的禮物。這是一個天上神靈與人之間聯姻交換與祭獻的故事。¹⁸ 重要的是，從傳統舉辦「木瑙」的記錄我們可以很清楚的看出，木瑙是為了榮

17 2015-12-18 訪問劉永恩。2004-2011 劉永恩任職隴川文化體育局副局長、2011-2013 為隴川黨委宣傳部常務副部長及社科聯主席。2004 年他負責牽頭申報景頗族目瑙縱歌非物質文化遺產項目之申請，並在 2006 年獲國務院批准。本文所引劉永恩文字來自我們在 2015 年 8 月的訪問錄音，以及 2015-12-3 到 2016-1-14 的通信。每一本講述景頗族目瑙的書都會提到目瑙起源的故事，如金學文、張麼弄 (2005)、張麼弄 (2007a)、瑞麗市史志辦公室 (2014)、岳品榮 (2009)、石木苗、閔建國 (2000)、盈江縣景頗族發展進步研究學會 (2010)。內容都是大同小異。

18 類似說法也出現在上述專門討論目瑙的著作(石木苗、閔建國 2000:64; 岳品榮 2009:48-49)，以及早期景頗作家沙紅英 (1994) 在《景頗民間故事集》發表的一則故事。

耀人的繁衍，感謝天 *nat* 的「靈力」或其他有靈力的他者給與他們五穀豐收、人畜興旺的綿延而舉辦的榮耀靈／人的饗宴。這個饗宴最重要的內容是犧牲與集體歌舞。犧牲是傳統景頗人在與大自然各種不同靈力做協商約定，建立「我是人」的存在時的榮耀交換方式（楊永生 1986; 何翠萍 2002, 2016b; 吉田敏浩 2016）。¹⁹ 所有景頗傳統有關於人的繁衍的榮耀與祈願，都必須通過身體的舞蹈來進行。無論是戰爭前後或喪葬、分家時，都會舉辦不同形式的祭獻與集體舞蹈的木瑙。

景頗文化中集體舞蹈最重要的形式就是木瑙。從前用犧牲與集體舞蹈的方式榮耀主辦木瑙者的綿延、繁衍與昌盛。從 1978 年景頗菁英份子的倡議到 1980 年真正被政府允許恢復舉辦的目瑙，則是一種「改革創新」的目瑙（金學文、張麼弄 2005:29, 31-38）。²⁰ 與從前木瑙最大的差別在於它的去祭祀化與民族化。主辦者是中華人民共和國國家行政體制界定下民族自治州、縣、市、鄉鎮或村的集體，因此是一種「民族目瑙」。用張麼弄的話來說，「舊社會的目瑙是，某個山官主持舉辦的，現在的目瑙是政府或地區的群眾自主主辦的」（張麼弄 2007a:18）。前隴川縣民宗局局長，也是景頗族的岳品榮則總結「1980 年以來所舉行的目瑙縱歌在繼承傳統的基礎上，主要考慮群眾性和廣泛性。因此，稱之為『祝榮文邦統肯目瑙』，即景頗同胞傳統目瑙」（2009:105）。從此犧牲只能非常小心、低調地進行；目瑙場上的歌舞成為目瑙最主要的面向。

19 我區分兩類景頗語 *manau* 的中文書寫：「木瑙」與「目瑙」。「木瑙」指的是「*nat* 宇宙觀下有權利祭祀 *medai* 天神的頭人或有钱人舉辦的大型祭祀饗宴，他們通過犧牲祭獻和舞蹈，與天地山川河流各種精靈 *nat* 協商，以換取人類的平安富饒，其中最關鍵的是掌管所有財富與子孫繁衍的木代。「目瑙」則指基督徒的克欽／景頗人所舉辦的目瑙慶典活動，以及中國改革開放後舉辦的目瑙縱歌民族節日活動」（何翠萍 2016b:50）。

20 德宏民族出版社社長，也是景頗人的勒佗督早堅收錄了一份司拉山在 1980 第一次恢復目瑙活動時的發言稿（2013:127-138），非常珍貴。從這個發言稿中，我們可以看出此次活動舉辦時的敏感政治氛圍以及大家戰戰兢兢的心情。

(一)簡史

整體而言，自從 1980 中國景頗族在菁英領導之下開始重新恢復、建立目瑙節活動以來，緬甸北部的克欽與中國的景頗之間，由於彼此語言、文化與社會的相互關聯性，而在景頗族目瑙節的歷史上，扮演非常重要的角色（Ho 2016）。中國目瑙縱歌的歷史有從中緬邊地歷史理解的必要性。從中緬邊地歷史的角度，當代景頗族的目瑙節歷史可以分成三個階段來理解：第一個階段是在 1980 到 1990 年代中期的「民族目瑙」建立時期，第二階段是 1990 年代中期到 2000 年代中期「民族目瑙現代性」的建立時期，第三個階段從 2000 年代中期到今日，是全球化與世界目瑙品牌建立的時期。²¹ 景頗「民族目瑙」建立時期（1980-1990 年代中期），一方面見證中國的改革開放政策，景頗人提出了「改革創新目瑙」以符合新社會主義精神的民族目瑙，簡單來說，就是不搞封建迷信—犧牲，不是為某上層階級的頭人、而是為普遍大眾所做的目瑙。另一方面中國停止對緬共的支持而中緬國家關係開始「正常化」，邊境貿易開始發展，但同時克欽仍與緬甸對峙，中緬邊地仍舊動盪。克欽與景頗之間以跨境邊民身分相互往來。這個階段強調通過目瑙來恢復中國政治極左時期所中斷的景頗音樂、舞蹈、服裝與凝聚中國景頗族的認同，建立民族自信心；通過克欽與景頗邊民的相互性，在目瑙文化上以及財務上彼此交流，學習克欽的文明目瑙；同時也逐步規範化景頗目瑙縱歌節的形式。²² 從 1990 年代中期開始，中緬邊地的

21 筆者在別處（Ho 2016）已詳細陳述這個景頗目瑙節的歷史與中緬邊地政治經濟關係的脈絡。

22 張麼弄認為從景頗文化傳統既有的多種目瑙形式來說，這個階段的目瑙，是一種為了提倡傳統歌舞、服裝、音樂的目瑙。因此他們稱之為“Wunpong Htunghkun Manau.” Wunpong 是中國景頗人對於所有境內、境外克欽、景頗或新頗人的總稱；htunghkun 是傳統習俗的意思（張麼弄 2007:6-7）。張麼弄說，「通過目瑙改革創新來搶救挖掘恢復景頗族優秀傳統文化，……」（金學文、張麼弄 2005:50）。在一張很難得一見的 1980-1999 目瑙統計表中（同上引:88），就記錄「參加人數」、「飲食攤點」、穿「景頗女裝」的人、穿「景頗男裝」的人的四類數字。顯示了他們當時最在意的幾個數字。非常戲劇化的是女裝的數字。1980 年僅有 50 位女性可以找到傳統景頗較正式的禮服——有些許銀泡點綴的黑絨上衣與織花紅統裙（有些還是從緬甸親戚那裏借來的），到了 1999 年卻有 2,955 人穿著了。當時，由於傳統景

政治經濟環境有了很大的轉變。克欽與緬甸政府在 1994 年達成停火。克欽與景頗之間不再只有邊民親友身份的往來，而開始有政府機構正式的交流往來。此階段的目瑙（1990 年代中期 -2000 年代中期），一方面強調這時期的國家發展政策——社會主義精神文明的呈現——而深入所有景頗縣與大多數景頗鄉的層級，建立永久、固定的場地與壯觀的目瑙柱為標記的民族化目瑙；同時開始與雲南旅遊政策連結，增加目瑙活動的表演性。另一方面，通過克欽與景頗的正式接觸，彼此展開對於景頗文字文化研究的交流以及在目瑙場週邊建立景頗語文學校推廣景頗文的學習，增加目瑙活動的可看性，如選美活動。²³ 這個階段的現代性追求有中國社會主義精神文明的現代性，也有深受基督教影響下的克欽文明現代性（尤其突出的是文字、學校的推廣與創辦）。第三個階段大體出現在中國文化產業政策開始推行，並大力鼓吹在全國各級省、州、縣市推展呼應聯合國的「非物質文化遺產」的調研，建立傳承項目、傳承人、傳承點的工作之時（如 Harrell 2013; Heather 2013; Liu 2013; Tenzin 2013; 何兆華 2013; 趙玉中 2011; 楊文正 2010）。2006 年景頗族的目瑙縱歌被納入第一批中國「國家級非物質文化遺產名錄」，隴川縣在新的縣府所在地章風推動的目瑙狂歡活動則是旅遊文化產業的一環。他們開始打造目瑙為民族旅遊的一個品牌。全球化的同時，各種地方化的目瑙也蓬勃發展，包括 2008 年盈江太平地區慶祝基督教傳道、建校及教堂落成的目瑙，2013 年盈江縣目瑙縱歌盛會則是以整套獻祭犧牲儀式為目瑙活動祈福。也就是說，從 2000 年代中期開始，景頗族目瑙有了全球化、多元化以及商品化的傾向。我稱之為「全球化／地方化的目瑙」時期。但也正在這個時期，克欽緬甸關係越來越糟，戰爭也在 2011 年再度開打。克欽人

頗「盛裝」是恢復、搶救的重點，強調它可以提升民族自信心，因此更重要的文明學習對象是沒有經過國家極左政治運動對自己文化摧殘的跨境的克欽人。張麼弄說，1980 年來參加隴川目瑙的 250 名穿著盛裝的女性，有 200 位都是境外的克欽人（金學文、張麼弄 2005:114）。

23 語文學習方面包括克欽商人 Bawngwang La Raw 從 1999 年開始捐款在朋生辦景頗語學校、提供師資薪水等（張麼弄 2005:83-84），La Raw 夫人 1999 年捐款辦選美（同上引:96-97），這是中國景頗族第一次辦「選美活動」。

最多的城市密支那，大家沒有心情跳舞，從 2012 年就不再舉辦目瑙；相對的，德宏的目瑙卻越跳越盛，還有不少克欽人來參加。²⁴ 克欽與緬甸戰爭所牽動的中國緬甸外交關係觸動了中緬邊地（包括雲南省與德宏州）不安的神經。官方、民間都企圖對目瑙這個文化品牌表演性的打造上不斷地投注更多的籌碼。景頗人通過目瑙與在目瑙活動中發展的「文化」與「中國性」論述，展開他們在中緬邊境上的人民「外交」（Ho 2015, 2016; 朵石擁湯 2014a, 2014b; 李向前 2008; 張建章 2006; 趙學先 2013; 岳文相 2014）。

當我們把目光集中在目瑙縱歌節舉辦的現場時，目瑙場上的景觀也因為不同時期國家與市場力量的拉扯，而有了不同。中國改革開放政策之後，國家力量從一般人生活領域退出。1989 政府正式將景頗族 nat 信仰歸類於民族習俗，而允許進行。小規模家戶 nat 信仰視各村狀況逐漸恢復，但大規模的年度村社祭獻活動，各地不同。在潞西（今芒市）社區層面 nat 信仰從 1990 年代後期才開始普遍恢復（何翠萍 2013）。國家政治力量退出的同時，也帶進市場的開放以及目瑙開始逐步神聖化、具象化、物質化他們起源傳說英雄的時期。1995 隴川朋生目瑙場第一次為開天闢地英雄—寧貫瓦塑像，各地逐漸從表演角度更加講究祭祀舞蹈領舞者「瑙雙」以及大隊領舞者「瑙巴」的衣著、步伐；祭獻天 nat 木代降臨的木代房也逐漸開始出現，甚至包括一些簡化的祭獻儀式。²⁵ 早已去脈絡化的木代房或祭獻，更多是為節慶或旅遊中文化傳統的展演，不是為信

24 密支那（Myitkyina）是緬甸克欽邦的首府，緬北最重要的貿易中心，目前在緬甸政府的管轄下。2015 緬甸大選之前，政府在密支那再辦目瑙，企圖通過目瑙攏絡克欽民心，總理登盛還參加了。德宏州政府以及以下各級政府仍然用景頗學會的名義組織團隊去參加，以免破壞中緬官方友誼，但卻沒有多少克欽人或是中國景頗人願意主動去參加。而相對的，無論是隴川、瑞麗或是芒市目瑙都有不少克欽人來參加。2012 年芒市目瑙的官方接待人員告訴我，他們邀請的克欽民眾人數就有 400 多人。

25 瑙雙（*naushawng*）是目瑙群眾舞蹈前的儀式領舞者，瑙巴（*nauba*）是大隊領舞者。他們是民族目瑙中「傳統」恢復、發掘的核心。其中牽涉到心中默念的傳統目瑙儀式情節、步法與舞蹈路線，也是所有有關於景頗族目瑙縱歌文獻中，除了目瑙柱外，最常見的討論內容（如金學文、張麼弄 2005; 何勒崩 2006; 還國志 2007; 張麼弄 2007a; 盈江縣景頗族發展進步研究學會 2010）。

仰。標示民族傳統的祭獻儀式，包括 2001 盈江目瑙在配合昆明第二屆國際旅遊節行程而為觀光客舉辦的祭獻惡靈 *sawa* 和殺牛祭獻太陽 *medai* 的儀式；以及在各地舉辦目瑙時都逐漸開始公開做埋小魚乾的立柱儀式以及帶盾牌做清除目瑙場地的舞蹈儀式（如筆者在 2002 年看到的五岔路鄉級目瑙之前置作業）。到 2010 在芒市舉辦景頗族國際目瑙縱歌節時，已經開始有「祭木代神、剽牛儀式、目瑙授冠儀式」等神聖性的、再脈絡化的文化表演場面，以及殺牛椿、瑙雙冠帶等文化物件。重要的是，通過在國家允許範圍內目瑙縱歌節日上這些物件與儀式的再脈絡化與神聖化，nat 信仰重新構成不少景頗族主體性的一環，再次以景頗文化傳統的光環得以重生。儘管意義並不相同。誦師 *dumsa* 董薩文化成為表徵景頗族的文化傳統而傳承。董薩的知識重新開始被尊重。²⁶ 芒市至少從 2011 年就開始把董薩列為景頗文化傳承人，2012 年開始芒市西山鄉就舉辦了董薩訓練班，其他鄉鎮或縣市也都陸續跟進。雖然這民族主體不是如 Commaroffs 所預設的新自由主義經濟下的主體，但他們所說的在「族群主體與文化物件間有著開放性的辯證關係，不斷相互影響」的關係（2009:46）是明明白白地存在的。

（二）目瑙縱歌節舞場活動簡述

當代景頗族的目瑙縱歌節最具民族認同以及市場價值的是在目瑙舞場上的活動。除了前一天的迎賓外，正式活動的主要內容是開幕式，上下午各一場的群眾舞蹈，晚上的表演或群眾活動以及閉幕式與送客。白天的活動基本上從

26 同樣在芒市舉辦的國際目瑙縱歌節，2010 年只是很簡化而表演性的剽牛儀式，2016 年芒市新蓋了一個標榜世界最大的目瑙場以及最高的目瑙柱而做目瑙縱歌慶祝活動時，卻動員了緬甸克欽、德宏盈江、潞西十多位祭儀專家扎扎實實地做了數十場的祭獻。我參加了 2016 年的目瑙，目睹祭儀專家的認真祭獻以及景頗網路社交團體陸陸續續的討論，我完全感受到這次的祭獻不是為了吸引市場注目的眼光而做的犧牲的表演，而是結合一群對 nat 神靈祭獻靈力與效力仍有信仰的人，和沒有信仰但卻對傳統文化傳承誠心尊重的人的心力共同完成的。主辦單位的用心是令人欽佩的。

1980 年代民族目瑙時期就逐步建立了。若是縣級的目瑙節活動，迎賓與送客都牽涉到各個鄉鎮村或他縣、州、省以及他地（如「貴州代表團」、「海外代表團」、「臺灣代表團」等）來的祝賀代表團，其中鄉鎮村代表團同時也是開幕式以及群眾舞蹈中的「方塊隊」。他們各自穿著一式的服裝，手上通常也帶有一種景頗樂器、工具、裝飾性的刀子、農具或扇子、手帕等來延展舞動的姿態。此類方塊隊的服飾、動作、道具隨著主辦單位的財力，一年比一年豐富，也更有表演性。開幕式由主辦單位主持，直屬長官（包括省級、州級、縣級的直屬黨與政府領導）致辭，而代表團就一致排在司令台前。一般群眾則環繞在目瑙舞場外圍。開幕式結束後，馬上開始目瑙最重要的舞蹈。儀式性的舞蹈隊伍由儀式領舞者瑙雙領前，其次則是引領大隊群眾的領舞者瑙巴，緊接著是黨、政領導，方塊隊，最後則是一般群眾。儀式性與群眾舞蹈隊伍雖然同在場上，但各有舞蹈的內容、路徑與目的。²⁷ 群眾舞隊在舞場人口時就分成兩隊，領舞者負責帶領這二股綿延不絕、湧入人數越來越多的舞蹈隊伍走著畫在目瑙舞場中間四根高高矗立目瑙柱上的路徑圖紋。最關鍵的，是在追求群眾舞場人口數量增長期望的同時，不可以讓隊伍陷入舞蹈人群擁擠的困境跳不出來；或是隊伍中斷，不知所從的混亂局面。由於景頗目瑙的舞蹈動作並不張揚，只要能達到腳步踩在鼓點上的走路即是。因此每次目瑙大會宣稱這次有幾萬人參加目瑙，或是幾千人到上萬人在目瑙場上共舞等等，都不誇張。正如 2012 德宏州府芒市目瑙成功達到「萬人之舞」的世界金氏記錄登錄一般，群眾舞蹈的確是景頗目瑙的最重要特性。景頗目瑙展現的正是一個富饒的、光鮮亮麗、歌舞昇平的壯大景頗社群。在聚集了這麼多人的節日中，90 年代後期以來，晚會的設計成為必然。通常晚上有小眾圍著篝火跳象腳鼓舞的活動，各種舞台的表演活動或競賽，有能力、財力的主辦單位還會安排室內的表演晚會，包括各類選美活動等。

27 見註 26 及何翠萍（2002）。

（三）籌辦目瑙縱歌節活動

很明顯的，集結如此眾多人數的民族節日，群眾是核心。雖然景頗菁英組成的各級景頗學會或協會，多位對文化傳承有使命感與熱情的菁英份子，是實際推動工作與協調的骨幹，但是即使是改革開放的中國，沒有黨的批准，黨及政府注入的資金、人力與組織力量，秩序、安全都會是很大的顧慮。多年參與隴川目瑙實際籌辦與研究工作的前縣民宗局局長與隴川景頗文化發展協會副會長岳品榮（2009）對此有很詳盡的敘述。²⁸ 對於隴川目瑙從 1980 年以來能夠不間斷地舉辦，他認為除了隴川景頗學會（協會）對於各類民間傳統的探索與文藝隊的培訓外，抽調黨、政府直屬機關人員（其中責無旁貸的是景頗族職工），組成目瑙領導小組，組織性地完成「籌備」工作是任何目瑙最重要的成功關鍵。換句話說，在德宏州、縣、鄉各級的目瑙節活動，景頗菁英、黨與政府各級辦公室的介入是不可或缺的。

國家、地方民族幹部與民族節日交互成就彼此。在節慶經費上，目瑙節具體的花費因規模大小，各地不一。2000 年代初期之前，大體的原則都是從「本民族幹部、職工」、「社會各界」以及「縣財政」各募得一些經費，同時由縣黨委與政府領導「動員和號召縣直機關各部委辦局都支援一些建設基金，並用這些經費建設了目瑙場地所需要的設施」（金學文、張麼弄 2005:116-117）。

在目瑙節慶活動上景頗菁英協調在國家與地方之間，但更重要的是他們還需要協調在代表國家的地方政府以及群眾之間。目瑙節慶活動最重要的內容——群眾舞蹈，除了自發的民眾（見下文）外，方塊隊是構成群眾舞蹈人口中相當重要的一環。前隴川文（化）體（育）局副局長劉永恩從還是城子鄉鎮副鄉長時（1999 年）就開始參與在組織目瑙節活動中。他說，「方塊隊的動員

28 書中第四章「目瑙縱歌節日籌備知識」，以及其中的「說說『籌備』」與「節日領導小組的工作職責」小節都提供詳盡的訊息（2009:57-67），也告訴我們景頗文化協會或學會在目瑙節活動中所扮演的重要角色。篇幅所限，本文無法細數這些組織細節。但網路隨手可得的李樹燕論文（2014）對目瑙縱歌節籌備的組織結構提供一個相對簡化的整理。

這個事情不難。我們通過黨委政府，發個文件下去，到各個鄉鎮負責管文藝的副鄉鎮長，讓他們召集轄區的村委會、村民小組開會，就把你們那個村的，不管他是什麼民族，他喜歡目瑙縱歌、會跳目瑙縱歌的人，當然體型、儀表要比較好的人，我還限定年齡，要服從管理，這樣就組織起來了。」²⁹他說在 1999 年他在朋生（隴川最早的定點目瑙場），就用這個方式找到了 450 人做方塊隊的隊伍。由於劉永恩負責目瑙組織方案撰寫，對於方塊隊的組成，他更是熟悉：「我們根據不同的場地、不同的年份，除了來賓參與、群眾參與以外，我們可以設定需要多少人。在這個地方（筆者按：隴川首府章風），我們最多抽調過 1200 個人參加文藝方塊隊（至少可以有九到十個方塊隊）。……各個鄉鎮明確一個領隊，還有文化站的同志，你就管好你的方塊隊。一定要服從管理，從始至終，步調一致。」這樣的組成模式，適用在每個縣市、鄉鎮；同時也適用在全州性的目瑙，州縣之間彼此支援。如從民族目瑙創立以來，不同形式的方塊隊就是群眾舞蹈中不可或缺的。全州性的目瑙，要展現「州」層級的氣勢，就需要各縣抽調的方塊隊來共襄盛舉。隴川是全州景頗人口最多的縣份，有四萬六千多人。因此劉永恩說：「州裏面辦大型目瑙，如果沒有隴川的參與，它是沒有辦法辦成的」。2012 年德宏州府芒市辦國際目瑙縱歌節時，以「千人刀舞」申請金氏世界紀錄認證成功。「千人刀舞」雖然有抽調自德宏各縣的青壯年人，最多的仍是來自隴川。

最後談談景頗學會或協會的角色。景頗菁英所構成的各層級學會或協會是具體籌備、規劃、執行目瑙縱歌活動的靈魂人物。我在田野中不時聽到民族菁英在籌備目瑙縱歌節活動期間的心情。雖然大家都喊累，但同時也非常自覺地不斷提醒彼此，這活動牽涉到的是「自己民族的事情」，不能輕忽。在少數民族地區，不同民族都有各自的國家法定節日，是當地的年度大事，辦得好辦不好，全州、縣、鄉的民眾都在看。只要是國家法定節日，意味的就是如上述國家會在場地、交通、行政、財政上做適度支援，而具體協調工作一定落在民族

29 訪問劉永恩（2015 年 8 月 15, 17-18 日）。

幹部上。民族地區不同民族之間的較勁，使得任何民族幹部都無法不竭力舉辦節日活動。

目瑙節是國定的民族節日，因此各政府機關都按規定放假。³⁰ 推動、決定目瑙縱歌節活動與內容的是景頗菁英、黨委與地方政府，以及他們背後的國家政策。這是個國家政策、景頗菁英與群眾共同創建的民族節日，也是個從來沒有脫離過景頗／克欽民眾所處的中緬邊地區域脈絡的節慶。

總之，在當代中國景頗族目瑙發展歷史上，從改革創新的民族目瑙所凝聚中國景頗族的民族意識與文化認同，到 21 世紀初目瑙作為景頗族認同與文化的品牌而不斷加強它眩目的表演性，吸引境內的景頗人或外地遊客，也吸引了跨境的克欽人。一向作為景頗目瑙現代性模仿對象的克欽，反轉向中國隴川、芒市等地學習中國目瑙狂歡活動的表演節目。³¹ 這個民族品牌的建立過程呈現的是如 Comaroffs (2009:26) 所說的「集體自我意識的再凝聚」、「重新認識、掌握」他們自己的存在，「重塑認同」、「重新創造文化主體性的生命」嗎？以下將以隴川目瑙品牌的發展為主要案例，同時輔以其他景頗族地區的發展作說明。

四、目瑙品牌化發展分析

當我開始展開景頗目瑙節作為一種品牌的研究時，心裏是坎坷不安的。景頗目瑙節是一個何其集體的慶祝形式，怎麼可能成為一種市場左右的品牌？怎麼可能把目瑙活動承包給得標公司讓他們去操作？當我一點一滴地從景頗朋

30 如 2015 年 2 月 13 日州政府網站發佈「德宏州人民政府辦公室關於 2015 年目瑙縱歌節放假安排的通知」<http://www.dh.gov.cn/Web/Detail.aspx?id=15394>，2015 年 9 月 4 日。

31 2005 或 2006 年開始，緬甸密支那連續六年派人來隴川學習目瑙狂歡活動的舉辦方式（訪問劉永恩）。此類交流顯然在克緬戰爭再起之後，也仍繼續進行。如德宏州文化體育新聞局在 2014 年 10 月 13 日發佈緬甸密支那文邦藝術團員在隴川的培訓畢業演出新聞。http://xxgk.yn.gov.cn/Z_M_001/Info_Detail.aspx?DocumentKeyID=DE55F6A688394650A7981B5B8D9613AC，2015 年 2 月 18 日。

友那裡得知其實即使在目瑙品牌開始發展的同時，隴川縣從來沒有間斷過原來在朋生舉辦的目瑙。也就是說，他們每年起碼有兩個目瑙，有人說一個是「政府」目瑙，另外一個是「民間」目瑙。我釋懷了不少。或許景頗目瑙正像全世界成為文化遺產的項目一樣，開始有了如 Comaroffs 所說對外發展觀光配合觀光客的消費口味所做的設計，對內則延續既有的精神或形式（Comaroffs 2009:18-20）。可是當我做了一些比較深入的理解之後，我發現這種對內和對外的二分方式，簡化了中國景頗族的主體性和他們的目瑙現象。³²

（一）目瑙節與目瑙狂歡活動

上述一般人稱隴川的「政府」目瑙指的是在新縣城章風辦的目瑙，「民間」目瑙指的是在全國第一個固定的目瑙縱歌場地朋生辦的目瑙。³³ 劉永恩不認為「民間」與「政府」目瑙的區分是正確的，而用「節慶類」與「表演型」目瑙來做區分。他強調，從黨與政府的立場，從來沒有間斷地在朋生舉行的目瑙是「目瑙節」活動；它是國家的法定民族節日，在農曆正月十五日前後舉行。章風舉辦的則是表演性的目瑙縱歌，官方發佈的名稱都是「目瑙狂歡」活動，不應該稱它為目瑙節活動。³⁴ 二者的舉辦日期是錯開的。黨委政府都介入二者活動的規劃，但層級與參與程度有些區分。

表演性與節慶性的目瑙活動內容最大差別在前者晚上的舞台表演中所強調的創新、為旅遊開發的表演性，以及白天更加精心設計的群眾舞蹈中方塊隊的表演性。並不是說節慶式的目瑙就沒有晚上的舞台表演或方塊隊。筆者 1989 年在朋生參加目瑙時，就看到由村公所等號召、組織的各村「村寨業餘文藝隊」表演的晚會，同時，還在白天群眾舞蹈時看到各鄉鎮或村的代表團組成的方塊

32 如 Mueggler (2002)、何兆華 (2014) 研究也呈現的。

33 隴川兩個最重要的目瑙場，老縣城城子鎮臨近的朋生目瑙場，以及 1998 年搬遷的新縣城章風鎮的目瑙場。1981 年的景頗目瑙就開始在朋生舉辦。有關建立固定目瑙基地所牽涉到的土地規劃與水利建設等問題，金學文、張麼弄書上有很詳盡的記錄 (2005:79-88)。

34 當然各種網路媒體的用法並沒有如官方預期的嚴謹、一致。

隊，參加開幕式和群眾舞蹈。³⁵ 只是，比較起後期光鮮豔麗的方塊隊，這個時候能夠被組織成的方塊隊，更重要的是有多少人能夠穿著從頭到腳整套的景頗盛裝。1996 筆者第二次參加隴川目瑙時，方塊隊的人數增多了，服裝也有了變異性。景頗盛裝以及從緬甸進口的、有新穎克欽紋樣的機織布所做的筒裙是最重要的打扮。方塊隊開始區辨不同地方方塊隊的裝扮，即使是簡單的白衣、黑裙，但是由於它帶有現代性標誌的景頗機織紋樣，因此也可以是方塊隊的打扮。也就是說，他們開始講究群眾打扮的對外形象以及多樣性。

因此所謂表演性目瑙活動的確是經過設計訓練而轉變的。而這個轉變，是依據表演性、觀賞性增強的原則而發生的。照劉永恩的說法，這個轉變是從 1999 年開始的。

從 1999 年開始，結合省的旅遊文化發展政策，我們開始嘗試如何讓目瑙活動更有觀賞性。……我們有意識地把傳統目瑙往表演性的目瑙（不包括瑙雙、瑙巴）發展，在目瑙隊伍的設計上，在瑙雙，尊貴的貴賓和瑙巴的後面，從不同的鄉鎮、不同的村寨有組織地開始了方塊隊的設計。

劉永恩說：「99 年之後，（我們）有計劃的讓不同的方塊隊抬不同的道具、不同的動作、不同的表演形式。……每個方塊，都有不同的舞蹈動作，道具、服裝都不相同，形成一塊一塊的。除了基本舞步動作相似外具體動作都不相同。」由於需要具有觀賞性的動作，所以當然得有訓練。這些訓練，不一定是歌舞團的人做，「鄉鎮都有文藝骨幹，縣里面還有文化館，還有民間傳承人，這些大家心裏都有譜的，在當地大家都清楚。……之後我們發現方塊隊在不破壞目瑙的基本形式上，增加了可看性，色彩性，也使得整個目瑙沒有那麼教條

35 張麼弄說「從 1988 至 1990 年期間的目瑙節日中，我們每年輪流安排一兩個鄉鎮的農村業餘的節目演兩晚上演通天亮都演不完。……由於報名的多，時間不夠，所以從來沒有演完過。」（金學文、張麼弄 2005:113）。可想而知，農村業餘文藝隊在普及景頗族文化意識與提升民族自尊心上有重大意義（同上引:111-113）。

性。……在這個基礎上，我們開始考慮晚上的活動。……除了跳目瑙大隊舞蹈以外，是不是還有其他的形式可以結合旅遊形式的發展？……」³⁶除了上述政府直接介入目瑙表演性的發展方向外，在節日活動的安排上，也為文藝表演創造「晚會」的舞台。

本來在朋生（目瑙節活動中），晚上就是民間自己跳跳象腳鼓舞，（主辦單位）放些電影，自娛自樂。後來我們感覺群眾太多了，要充分考慮它的觀賞性。所以我們想到了歌舞團，想到了各鄉鎮的文藝骨幹，所以有了晚會的形式。同時還常常採取比賽的形式。在朋生也弄過純民樂比賽，民歌手、民間歌舞的比賽。³⁷

此類表演，除了在隴川當地外，還有更大的超越縣級、州級的省級表演舞台。1999年，昆明辦「中國昆明第一屆國際旅遊節」，隴川縣政府就組織了很多當時在目瑙縱歌時訓練的人去參加。劉永恩說，「連續六年我都帶著去參加。少的時候有四十個人，多的時候多到200人。」因為加強了觀賞性、表演性，景頗「文化」的名聲也被打到隴川、德宏之外，而能夠在省上也有立足之地。

逐漸地，這些為旅遊開發的創新表演，一步步地結合了燈光、音效、舞台設計效果。2002年隴川歌舞團第一次在章風的「景頗文化節」或「章風旅遊節」中，從農村培訓100多人演出景頗歷史的大型景頗歌舞劇《景頗魂》，得到非常好的口碑。³⁸無論是昆明、德宏的景頗菁英，或是德宏一般民眾，沒有

36 如2012-06-20由「56我樂」視頻轉貼在百度視頻上，在芒市舉行的「2012年景頗族萬人目瑙縱歌狂歡（芒市）」以及2013年（具體日期不知）貼在「酷6網」上由甘元忠拍攝的章風「2013年隴川目瑙縱歌節」實況錄製，其中呈現穿著打扮眩目動作整齊的方塊隊以及充分的舞場空間感與秩序的內涵。芒市目瑙：<http://baidu.56.com/watch/08068436482237633730.html?&recFrom=site&list=4&&page=videoMultiNeed>，2015年8月23日；隴川目瑙實況：http://v.ku6.com/show/NATFtE465iMGHaRaoCJeCA...html?st=1_9_1_1&nr=1，2015年9月1日。

37 2015年8月15日訪問劉永恩。括弧內文字為筆者所加。

38 《景頗魂》的演出場合有不同的說法。岳品榮說是，2002年在體育運動場由雲南省旅遊局、德宏州主辦，隴川承辦舉行了一次「中國雲南德宏隴川目瑙縱歌狂歡活

一個我認識的景頗朋友不喜歡這個晚會。他們認為這是他們看過最好的景頗表演，而且驕傲的說：「沒有想到我們景頗人也可以做出這樣的表演！」一位景頗老師說，「這個舞劇，無論是歷史、文化、樂器的使用、表演都非常全面」。³⁹從這個晚會開始，包括耿馬、芒市、盈江、緬甸的目瑙晚會都採取類似的形式。每一場晚會現在都已經發展為聲光效果炫目，表演專業的室內文藝晚會。⁴⁰目前最紅的五人組「景頗男兒」樂團 2011 年才正式成立，⁴¹即在「隴川目瑙縱歌會」上做演出。⁴²2015 年隴川的表演還包括「景頗創意服飾展」以及「景頗好歌手好歌曲優秀作品展」等，外加網路上隨時容易取得的絢麗宣傳海報。⁴³

由於旅遊開發的目的，主辦單位通常會在目瑙舉辦之前，之後或是晚上，另外加上參訪德宏產業的活動，如珠寶玉石業界舉辦的賭石體驗活動。即使在目瑙群眾舞蹈進行的同時，文化產業，如景頗織錦、竹藝、景頗菜餚的各類比賽或展銷活動，或是文化交流活動，也一年一年地增加。當然，更有趣的是，80 年代到 90 年代中，只能悄悄進行或是小規模（用小魚乾或雞做犧牲）進行的祭獻活動，後來竟然成為目瑙縱歌儀式表演化的一個焦點；原本儀式領舞者的瑙雙穿著服裝和充滿各種與目瑙起源相關神話傳說的頭冠，愈見華麗；舉

動」（岳品榮 2009:35）。但網路資料看到的是「景頗文化節」或「章風旅遊節」。無論是「文化節」、「旅遊節」或是「狂歡活動」都是創造目瑙品牌的不同說法。

39 但是由於某些仍不清楚的原因，這個晚會的內容曾經停擺了幾年，到 2005 年才又再辦。據劉永恩說民眾對這個停擺有很多的批評。

40 在芒市舉辦的「文邦聖亞之夜——2014 德宏景頗族國際目瑙縱歌節」顯示他們在燈光、舞蹈、服裝、音樂表演效果上都極致講求舞台效果。http://www.56.com/u87/v_MTE4NzE0NjI4.html，2015 年 9 月 7 日。

41 2011 年即參加雲南省青年歌舞賽，在金獎從缺下，獲得流行組二等獎。2015 發行 MV。景頗男兒是德宏州委、隴川縣委與政府以及景頗學會全力支持的青年流行音樂團體。

42 見 2011 年（日期不知）evabessman 上傳至「酷 6 網」上的「隴川目瑙縱歌會」http://v.ku6.com/show/B64a9k-zrx53H4jA.html?st=1_9_2_1

43 如貼在百度「雲南吧」上的 2015 年隴川目瑙狂歡活動海報：<http://tieba.baidu.com/p/3488512844>，2015 年 8 月 27 日。此資料亦見於 2014 年 12 月 25 日貼在隴川官網上的「中國雲南隴川第九屆（2015 年）目瑙縱歌狂歡活動日程安排」<http://www.zhglc.com/content/gov/tz/2014/12/20141225-13594.html>

止、步法愈見規範；一直發展到後來則愈趨神聖化。2010、2012 年芒市的目瑙縱歌節活動即包括特別闢出的祭「木代神」的剽牛儀式，以及由黨政領導者給儀式領舞者的「授冠」儀式。⁴⁴

與上文張麼弄所述目瑙節的財源相似，目前整個德宏的目瑙舉辦無論是節慶或表演性的活動，都需要有三方面的財源，一是黨委政府，二是社會人士民間贊助，包括省、州及各縣市、鄉鎮的景頗學會，三是企業贊助。各級目瑙因場合不同，贊助來源傾向也有差異。本文一開始提到藍玉芝所報導的把目瑙活動包裝為一個方案在市場上公開競標的做法，就是在這個與旅遊掛勾的目瑙表演的需求下發生的。舞台、燈光、音響、舞蹈編排都由目瑙組織委員會規劃安排時，財力、人力都是很大的消耗。⁴⁵

劉永恩是這麼告訴我這件事情的來龍去脈：

他們在考慮是不是有方法可以減少政府的壓力，同時又可以促進旅遊文化的發展？……2007 孔勒干縣長任內，為了節約開支，所以希望試試看是否可以用商業演出的方式進行？報到、邀請、（整個）晚會的演出都採用公司化的運作。……報到、邀請函都由公司出錢自己去

44 除此之外還有郵票發行簽名儀式、新聞發佈會（在芒市會堂）、開幕式與晚會（芒市體育中心體育場）、民族大聯歡（芒市廣場）、賭石體驗與講座、景頗族水酒及八大名菜評選大賽、綠葉宴（勐巴娜西珍奇園）、世界景頗小姐大賽決賽、景頗族織錦大賽，2012 年加辦了千人刀舞申報世界紀錄、萬人之舞—目瑙縱歌申報世界紀錄、景頗族文化交流會（請克欽人來，交流用景頗語進行）等。目前整個德宏只要有財力的層級，目瑙節活動都有往表演性目瑙、以及地方文化及產業結合方向舉辦的傾向。如 2012 列在芒市目瑙縱歌節活動日程上的還有招商引資簽約儀式、德宏民族文物展、德宏民族圖書展、德宏少數民族影像庫、德宏民族出版物業展、民族品牌商品（包括遮放貢米、后谷咖啡等）產銷活動，都已經成為相當普遍的活動內容了。如州府芒市委宣傳部在 2015 年 3 月 2 日公佈的「2015 年芒市景頗族目瑙縱歌節活動日程」即可見一般。

<http://www.mengbanaxi.com/content/news/gg/2015/03/20150302-9218.html>

45 藍玉芝在隴川官網上指出由官方以及外包公司舉辦目瑙縱歌活動花費的確有較節省。她說：2007 年第一個由保山公司得標舉辦的目瑙縱歌活動，「結果政府只花了 130 萬元錢，比往年節約經費 120 多萬元錢」。

印，我們提供渠道以及邀請單位與個人名單做分發。文藝組織活動都採取公司化運作，公司負責晚上的演出。……當時還售票，加強公共秩序。第一年晚會演出還請到了（全國知名的流行音樂巨星）汪峰來。時尚性的表演和景頗的傳統文化表演放在一起，但大家覺得效果不太好。第二年就把二者分開成單場演出。……但售票群眾意見很大。兩年做下來，雖然都發現目瑙中的確有很多文化產業可以挖掘，可是歸根結底，目瑙傳統的核心還是群眾。結果證實狂歡那幾場沒有辦法由商業操作，民俗也沒有辦法由商業操作。（2015年8月，訪問劉永恩，括號內文字為筆者所加）

因此，隴川於2007、2008年以外包商演方式主辦目瑙縱歌活動做法，沒有繼續下去。之後改為燈光、音響、舞台設計外包，其他晚會表演部分是否用商演形式，仍由目瑙組委會來決定。也就是說，白天在目瑙場上的活動，或是民俗表演活動，甚至部分晚會的表演內容都保持由目瑙縱歌節組委會規劃決定。由於是「傳統民族節慶活動」，市場還無法有主導性的地位。⁴⁶

但這種表演式目瑙的發展已經出現在各種旅遊產業中。有的是政府主導的，也有政府與旅遊開發公司共同主導的。如較早出現的是，2009年隴川縣旅遊局就在廣山景頗文化生態村規劃了「十・一」旅遊黃金週期間的目瑙縱歌活動。內容除了有在少數民族旅遊格外普遍的篝火晚會、體育競技、民俗活動、民族服飾、織錦展演外，還有就是從景頗目瑙縱歌節發展出來的「景頗迎賓儀式」和每天兩場的目瑙縱歌。這個目瑙縱歌「組織廣山群眾200人（含瑙雙、瑙巴），村委會代表隊若干，遊客和群眾主動參與」（隴川縣旅遊局2009）。近來還出現在以自然村為基礎、原生態旅遊的文化產業案例中。2014年3月27日貼在「56我樂」視頻上的「2014年芒良目瑙縱歌」就是最清楚的由鄉與村政府——芒良村民小組——與旅遊開發產業共同主導的目瑙表演。這個團體

46 訪問劉永恩。

是策劃「芒市西山鄉『文邦聖亞』景區」的文化產業者。⁴⁷目瑙縱歌表演中，除了所有樂隊人員與歌者戴白手套，連儀式舞者與大隊領舞者都戴白手套，方塊隊舞蹈都跳的中規中矩，腳步格外抬起。影片中有一些重要指引觀眾的政治性標題，如掛有「弘揚民族文化共建偉大中國夢」布條的神聖化的「芒良村木代房」，在那裏舉行的「祭祀舞蹈」以及司令台上掛著文創標誌鮮明的「芒市西山文邦聖亞營盤芒良第二屆目瑙縱歌盛會」，與彰顯原生態意味的地方集體「西山鄉芒良村民小組第二屆目瑙縱歌盛會開幕式」的紅布條。⁴⁸這些布條呈現主辦單位的文化產業企圖，而這個企圖又是在呼應全國「共建中國夢」的氛圍下做經營。這個文化產業有很具野心的景區開發項目仍在公開招商中，但他們已經有系統地出版了「文邦聖亞」系列叢書與光碟，一方面很有市場意識地「向國家工商總局成功註冊了『文邦聖亞』商標」，同時結合政府與民間把歌曲文邦聖亞「定為西山鄉鄉歌」（排木崩 2015）。

但是這樣的旅遊與產業連結的目瑙，在打造目瑙品牌的全國或國際名聲的同時，是否仍舊是景頗人的目瑙？2012 年我在參加芒市目瑙時，我很熟悉的住在山上的景頗親人也高興的、自發的準備要去舞場跳舞。但是結果很落寞地，他只進舞場十分鐘就出來了。因為人太多了。表演性的目瑙，本來就有旅遊創收的目的，表演的方塊隊有「工作證」，官員、工作人員以及各種宣傳所吸引的遊客有「貴賓証」，優先進場。等到他有機會進場的時候，才跳十分鐘，那一場也就跳完了。有人說，隴川縣之所以會辦兩個目瑙，是因為在章風的政府目瑙總是讓那些穿著盛裝的人優先進場，而把穿著簡單、平常的擋在外面；但朋生目瑙場就不會有這個問題。主辦單位則強調是先後入場的問題：「先讓文藝方塊隊入場」，而「不存在穿著簡單的被擋在外面」的問題。⁴⁹民族目瑙剛興起的 80、90 年代，當民族服飾是彰顯民族文化認同最重要的標誌時，張麼弄曾經宣

47 2011 年 12 月 6 日，雲南招商網在世界華商投資促進會登有「芒市西山鄉『文邦聖亞』景區」招商項目 <http://www.wsmip.org/Html/tjxm/201112064755149.shtml>，2015 年 8 月 25 日。

48 http://www.56.com/u86/v_MTEwMzQ0MDY3.html，2015 年 8 月 23 日。

49 劉永恩，2015 年 12 月 8 日電子郵件訊息。

稱沒有穿著適當景頗服裝的，不可以進場。目瑙「保衛組」最重要的職責之一就是執行這個規矩。雖然就隴川目瑙縱歌發展的現狀看來，我們必需慶幸的是擠不進去章風縣級目瑙場的群眾，仍舊可以去參加朋生目瑙場上的目瑙。⁵⁰ 但是我們需要進一步討論當穿著適當的景頗民眾只能進入舞場這麼短暫時間時，是否意味著這個目瑙縱歌所宣稱的「文化」已經脫離了景頗族群眾？

（二）討論：國家政策、文化品牌價值與民眾情感

在 Comaroffs 後殖民、新自由主義經濟社會前提下，曾討論把當代族群產業與歐美現代性中有關於智慧財產權、版權、專利的概念放在一起時，會有什麼結果（Geismars 所研究的太平洋 Vanuatu 木雕所有權糾紛的個案以及 Strathern 對於 Malangan 喪禮人像雕刻所有權的個案）。他們認為儘管專利或版權的意義在歐美或原住民文化中有不同的意義，但在所有的文化知識已經被從外來的資本企業壟斷控制時，堅持自己對於「專利」或「版權」的價值是不夠的（2009:33-38）。Geismars 對發生了多起有關於 Vanuatu 木雕版權糾紛處理方式的研究，告訴我們 Vanuatu 人如何以既有的等級方式來規範版權歸屬與轉讓的問題（Geismar 2005）。儘管我們已經可以很明白地看出景頗族目瑙縱歌相關的文化產業性質並不像 Comaroffs 所預設的一般，尚未發生文化「所有權」、「專利」或「智慧財產權」的糾紛，但如上所述，已經有相關產業做了版權登記的第一步，也有人開始盤算申請文化紋樣所有權的問題。因此，我們需要更具體的探討幾個問題：誰擁有目瑙的所有權？所有權的範圍到底包括什麼？

1980 開始改革創新目瑙後，所有目瑙的舉辦，無論是經費來源、組織資源、組織方式都有不同層級的黨委政府介入與協調，但同時也必須有景頗群眾的支持。傳統私人性的目瑙早已完全不被允許，但德宏所有的目瑙，不論是隴川章風表演性的目瑙或是朋生節慶性的目瑙，沒有一個是全然政府的，或是民

50 事實上，當縣黨委政府開始年年在章風辦目瑙狂歡活動後，朋生目瑙的主辦單位就不再是縣，而視當時的行政區劃有的時候是城子鎮，有的時候是景坎鄉，有的時候是賽號鄉。也有的時候是景頗學會。

間的。參與在目瑙節慶活動中不同年齡層、不同生長背景（農村或都市）、不同想法的景頗人對於「文化」有不同的執著。到底誰可以舉辦目瑙？誰可以設計目瑙的內容？誰可以改動那些目瑙的形式？是製定民族節日、民族旅遊、民族文化產業政策的國家與官員，還是「目瑙領導小組」或是「目瑙縱歌節組委會」，還是景頗族群眾？

1. 政策與效應

儘管目瑙縱歌活動恢復之初標榜的是提升民族意識，1990 年代以來，目瑙縱歌的相關活動，已經開始與雲南省級的文化旅遊政策牽連在一起了。如上述，當方塊隊的訓練已經到一個地步時，政府就會安排他們到州、省上去參加各種表演活動。劉永恩也說過帶團到省上去做表演時，每年還都帶樂隊上去。當縣的樂隊人力不夠時，還可以請求政府協調「從外縣抽調幾個」。經費籌措也是有不同層級的政府單位去想辦法：「去國際旅遊節的錢，依照文件上的規定。通常往返的車旅費由州裏面出，在隴川組織排練的費用由當地縣委政府出，然後到昆明的費用是由省出。另外也有參加昆明的世界園藝花卉博覽會（1999 年）以及昆明民族村等活動」。⁵¹

顯然，這些發展與中國國家主導的觀光、旅遊及文化產業的方向息息相關。其實雲南省政府在 1980 和 1990 年代就曾經設定以民族旅遊為省的經濟政策方向。但是一直到 2000 年代中期，國家的文化產業政策在雲南與民族旅遊政策掛勾之後，這個發展方向才大幅度地展開。中國文化產業的發展過程，與制度上設立文化局，以及後來進一步將文化體育結合成一個單位，最後又在文化、體育上加入媒體廣電單位的發展，也有千絲萬縷的關聯。中國在 2003 年就倡議簽署了聯合國文教基金會的「非物質文化遺產保護公約」（Convention for Protecting the Intangible Cultural Heritage）。2003 年末，雲南省政府在文化部設立了文化產業辦公室。2004 年初，文化產業計劃就在各級黨委和政府文化局的支持下，開始展開；同時也開始雲南相關的文化旅遊或產業的發展。2005 年

⁵¹ 訪問劉永恩（2015 年 8 月 15、22 日）。括號內文字係筆者所加。

讓各級政府成立非物質文化遺產辦公室做調研。這些辦公室踴躍地展開調查、研究，選擇提出各級政府的「非物質文化遺產」項目與傳承人名冊供上級政府裁奪。2006 年景頗族目瑙縱歌被列入國家級非物質文化遺產名冊。也就是說，表演性目瑙所走過的每一步，都亦步亦趨地跟著國家文化發展政策——商品化，以及相關的體制——產業單位，調整聯結在一起。其中每一個舉動都有黨委宣傳部的全權支持。⁵²

金學文和張麼弄告訴我們這個地方與國家在文化品牌與文化旅遊政策接軌的狀況和在地開展的效應。

中共隴川縣委、縣人民政府因勢利導、卓有遠見地打出了「中國景頗族目瑙縱歌之鄉——隴川」的文化品牌，為隴川縣的政治、經濟、文化等各項事業的發展進步與騰飛奠定了良好的基礎。（金學文、張麼弄 2005:116-117）

經驗豐富的劉永恩告訴我即使目瑙花費不少，但是作為文化品牌對於地方經濟發展以及民間經濟的活絡都是有確實價值的。他說：

我認為從目瑙活動的宣傳、策劃、組織和舉辦過程中，它帶動了一些東西。例如服裝。當民眾知道什麼時候要辦節日時，他們肯定要為節日準備盛裝。在章風、朋生地區，一場目瑙，可以創下絕對不止五百萬元的服裝銷售，大家自掏腰包來置裝。……越做越發現各方面捐助的量多了很多，黨委政府的投入可以少些。⁵³

……全省民族文化的挖掘、……旅游文化市場繁榮、大批從事旅游文化的老百姓收入，增加了大量就業崗位。……在以德宏為代表的邊境地區僅一場大型目瑙縱歌帶動各項收入超過人民幣一千萬元。……邊

52 有關於雲南文化產業的發展過程，請見江楓（2013）。

53 訪問劉永恩（2015 年 8 月 15 日）。

境各縣都差不多，各縣一場總收入不下一千萬，據統計每場飲食收入近四百萬，服飾手藝收入二百萬左右，其他各項四百多萬。⁵⁴

2. 全球、全國文化品牌的價值與組委會

21 世紀開始之後，原來目瑙縱歌節作為建立民族自信心、凝聚民族認同的目的，開始往跨民族／族群，以及全人類普同性的情感抒發為目的。這種全球、全國文化品牌的價值，讓景頗菁英引以為傲。在隴川官網上，記者訪問省委常委、省委統戰部長景頗族的黃毅先生，他這麼說：「來到目瑙縱歌現場，彷彿感受到了德宏多彩多姿的神韻，再次感受了景頗族古老而又神奇的遷徙文化、祭祀文化、舞蹈文化和服飾文化以及各民族團結和諧的氛圍，恢宏的場面簡直是一幅德宏與世界和諧共融的畫卷」（藍玉芝 2009，黑體字為本文作者所強調）。

景頗民族目瑙的老將張麼弄和金學文，對於申報目瑙縱歌為全國性的「非物質文化遺產」，與發展目瑙品牌，也就是把隴川申報為「中國目瑙縱歌之鄉」的方向毫無保留地支持。這個目瑙品牌的方向，很重要的特性當然是在拉抬隴川的旅遊與產業發展。但民族目瑙老將對表演性目瑙的支持，除了因為他們對隴川的認同，更是因為在他們心目中，目瑙縱歌有跨越族群、性別、年齡一起舞蹈的「歡欣」情感，是成千上萬人參加的「宏偉壯觀舞蹈」，有「斑斕奪目」、「璀璨閃爍」的景頗服飾與舞蹈以及治安最好的目瑙舞場（金學文、張麼弄 2005:130, 135）。

除了對他們在隴川目瑙縱歌文化推展所獲得的成就外，更讓這些目瑙老將驕傲的是，這個自我價值的肯定以及景頗認同與文化的宣揚還跨到全省、全國和國外：

近二十年的努力，景頗文化的發展有了新的突破，不但每年目瑙縱歌節日盛況播放於中央電視台、雲南電視台，而且早在九十年代，

⁵⁴ 劉永恩通信（2016 年 1 月 12 日）。

就把目瑙縱歌文化運用到舞台，曾到廣州「中華百絕博覽會」，到日本和國內北京，昆明等全國性各種民族運動會上展演，……（岳品榮 2009:39）

通過舉行景頗族傳統目瑙縱歌節活動，大大提高了隴川的知名度。知名度的廣泛性，不僅只是全州、全省的部分地區，……來參加隴川目瑙縱歌節文化活動的地區和國家（很多）……（金學文、張慶弄 2005:116-117）

這是全國、全省對於景頗文化價值在全縣、全州地位的肯定。如既有研究指出的，這種跨越地方層級的名聲所帶來自我價值的提升，在中國的民族文化產業上尤其有獨特的重要性（Oakes 2005, 2006; Schein 2005, 2006）。用 Comaroffs 對族群品牌價值之語言（2009:25）來說，發展目瑙品牌正是在產業或觀光市場中找到可以「對自我價值加以肯定的東西」，「在全球國際、國家公共領域中宣傳認同與文化的」東西。

但是除此之外，對景頗族而言，更細微但也更深層的思考是牽涉到中國民族政策下民族間競爭與合作關係的情感。在德宏這個民族自治州裡，雖然傣與景頗族並列在州名中，但實際人口相當懸殊。根據 2011 年資料，傣人口有 34.03 萬人，占總人口的 31.87%；景頗族 13.05 萬人，占 12.22%。⁵⁵ 因此在州的發展政策上，要把景頗族凌駕傣族之上，是一個景頗族「只（敢）想不敢說，更不敢做」的大原則問題。即使在唯一一個景頗人口比傣族人口多的隴川縣，景頗菁英的認知也是如此。他們說：「從根本上講，傣族歷史文化確實比景頗族歷史文化悠久而文明進步，但現實是我們德宏的傣族文化已經無法追趕西雙版納已成型快速發展著的傣族文化品牌、品位。」他們認為隴川縣委書記柳五三所提出的「隴川要弘揚景頗族優秀文化」的原則時，是一種「『異軍突起』

55 資料來源：中文百科在線「德宏傣族景頗族自治州」辭條。網路資源 <http://www.zwbk.org/MyLemmaShow.aspx?zh=zh-tw&lid=117865>，2011 年 2 月 10 日。

的換位思維方式」，是一個「樹立一種文化，帶動其他文化；確立一種品牌，帶動其他品牌；定位一種品位；帶動其他品位。最終將體現整個德宏民族文化同步發展發榮的『大戰略』與『小戰術』的完美結合的問題」（金學文、張麼弄 2005:126-7）。

國家的民族政策，使景頗族可以與傣族平起平坐，激起了當初張麼弄等人要建立恢復目瑙節慶的動機。現在國家的旅遊及產業發展政策，又為景頗目瑙爭取到代表隴川、德宏宣揚發展的先機。作為一個從 1978 年就持續領導建立景頗民族目瑙活動最重要的人物，一輩子都為提昇景頗意識奉獻的張麼弄而言，他並不認為目瑙表演中的文化就是景頗族的傳統文化，但他以及其他組委會成員，更在乎的是讓景頗「文化」在全省、全國與全世界可以宣揚的價值，不是其他。⁵⁶ 景頗菁英對目瑙品牌發展的支持，如 Comaroffs 對認同經濟的說法一般，充滿了當代景頗族的「情感、慾望、激情和興趣」（2009:25）。

3. 群眾：Oh Ra（快樂與公正）的民眾情感

對照於品牌目瑙群眾舞蹈——方塊隊——所呈現整齊、光鮮亮麗的表演性，民族節慶目瑙，雖然也有美麗的方塊隊，但是，更突出的是沒有編入方塊隊的大批群眾。

這些只為到舞場跳舞而來的群眾，有從 80 年代民族目瑙時期來過節的景頗族和跨境克欽邊民，到 2000 年代中期全球化目瑙時期開始來自全國、世界越來越多景頗族以外的人口。1989 年，民族化的目瑙活動已經舉行了將近十年，我

56 張麼弄對當前表演性的目瑙介入不深。訪問時，我問他對於未來目瑙的發展有什麼看法？他說，現在他在乎的是如何發展「國際性的目瑙」以及如何糾正當前大眾對於一些目瑙認識上的錯誤，如錯把群眾目瑙的路徑說成是景頗族的遷徙路徑。另外他還強調景頗服飾並不就是景頗傳統。他說，「htunghkeng（傳統或習俗），包括語言，服飾，穿戴，生活方式。相當狹隘的理解認為只是衣服，太簡單了。……生活方式更具體的說包括：景頗菜餚中的春菜、撒撒中的『苦』的製作，……以及上下、男女、長幼、mungmo（丈人種姑爺種）的禮節更重要，因為條件沒有了，所以更難維繫。如送禮用塑料袋實在太簡單了。我們需要用竹筒，葉子，但是條件也沒有了。……」上段引言中，「上下、男女、長幼、mungmo 的禮節」的用字，是我訪問時希望他更進一步談什麼是生活方式而提出的說法。張麼先生馬上同意呼應，並用「更重要」來強調。張麼弄相當明白過去的沒有辦法再挽回。

看到朋生目瑙場上很多為著跳舞而去參加的景頗人。他們有帶著小孩，舞著扇子、手帕的中、老年婦女，也有舞得陶醉的男人。他們可能年紀大了，沒有人要選他們參加代表隊去受訓；或是家裡已經有中、青年人做代表團了，他們必須帶孩子。他們不屬於鄉、村政府的代表隊，沒有全套炫目的銀泡泡裝飾，可能只有縫在衣襟上的銀幣鈕扣的上衣；他們在舞場上擺動著身體，舞著手，踏著鼓點的腳步，看與被看，對看，相視而笑。



圖 6 快樂的跳舞（何翠萍攝於 1989 龐川目瑙）



圖 7 我們一起來跳舞吧！（何翠萍攝於 1989 隴川目瑙）

2002 年我順路去參加芒市舉辦的目瑙。女士們有的打扮的時尚華麗，有的穿著最具民族特性的景頗全套或半套禮服，撐著五顏六色的陽傘、舞動著扇子、手帕；更有的穿著混搭的景頗筒裙、頭巾配上最時尚的緊身上衣和厚底休閒鞋或是高跟鞋。男士或女士，帶著孩子，他們精心打扮而來，也總是跳的開心。2014 年，德宏舉辦表演性的目瑙已經十多年了。我們仍舊可以看到不屬於方塊隊的群眾，穿著不一致但也整潔的裝扮，大步抬腳、躍擺開心的模樣，讓所有在場上的人都感受到那份歡愉。⁵⁷ 當他們結夥而來，幾個人會不時一起呼喊

57 儘管芒市是州府舉辦的目瑙，但在沒有特殊情況下，二天或四天的目瑙節，除了第一天可能因為參加的官員較多，秩序需要格外維護外，其他時間的群眾舞蹈也可能因為人數較少，空間比較不擁擠了，在秩序控管上不會那麼嚴格。如 2014 芒市目瑙縱歌 <http://baidu.56.com/watch/07611419462928634886.html?&recFrom=site&list=7&&page=videoMultiNeed>。2014 年 3 月 12 日由「56 我樂」貼在百度視頻上，2015 年 8 月 23 日取得。

或一致跳出難度較高的舞步來（但沒有脫離大隊行列的範圍）。另外舞場一定也會有穿著隨意、日常，只是一定要來跳舞；或是不會跳，只是一定要跟人群擠在一起的男女老少。這些人通常沒有被訓練，或是不被訓練。懂或不懂，或是緊跟大隊行徑路線，或是跳得忘形脫了隊，甚至還有領著跳出小隊伍的狀況（何翠萍 2016a）。近年來，幾乎每人手上都有手機，溢出舞蹈路線之流外拍照的，更是比比皆是。但在有經驗的目瑙「保衛組」成員操盤舞場大局下，也都不會出事。⁵⁸ 節慶的氛圍，格外親切。⁵⁹ 越來越多不是景頗人的民眾、觀光客擠進舞場，聽著樂聲、隨著鼓點踏步，搖擺，感受屬於這場上一員的歸屬感（鍾明德 2015）。

從目瑙縱歌標準化以來，每次辦目瑙或是二天，或是四天，每天都會安排兩場長達 90 分鐘的群眾舞蹈。很多人都會跳了一場又一場。跳不過癮時，還會與朋友呼朋引伴到別的市、縣或是鄉甚至村辦的目瑙去跳。我在訪問張麼弄時特意問他「為什麼景頗民眾這麼喜歡跳目瑙？」，他說，「關鍵在『Oh Ra』兩個字！……O 是快樂、高興，Ra 是平等、公正，就好像晚上放著的水，平平的。凡是跳的舞蹈，高高興興地去跳，就是 O。……跳舞的時候用 O Ra 的歌聲籠罩所有的人，所以大家喜歡。」Oh Ra 表面上是景頗目瑙歌唱音樂中最主要的歌及調子；在訪問時，他用「情感」來說它。⁶⁰

58 對於很多規訓嚴格的景頗人來說，如果此類「出軌」的人物太多，會造成舞場空間太過擁擠。他們會覺得非常「不好跳」。但是，相對地，如果秩序太死板，掌管空間的「糾察」太多，同樣的，他們也會覺得跳的很不開心。「保衛組」分負責公安治安工作的公安局及派出所，以及負責「檢查落實」舞場群眾是否有「違背景頗族的風俗習慣」或「是否按規定秩序舞蹈」的景頗舞場工作人員（金學文、張麼弄 2005:35）。他們通常都會散佈在舞場各處，非常小心地觀察群眾舞蹈的路線與秩序。任何因為人群擁擠或口角衝突出事的意外，都是必須防範的。

59 2013 年「隴川朋生目瑙縱歌實況」是最好的例子。如 2013 隴川朋生目瑙縱歌 <http://v.baidu.com/watch/1835573252615602394.html?&recFrom=site&list=8&page=videoMultiNeed&framehost=baidu.56.com&inner####>，2015 年 8 月 23 日（2013 年 3 月 17 日由「56 我樂」貼在百度視頻上的）。

60 張麼弄有一本專書《目瑙哦然》專門討論目瑙的 Oh Ra 歌、調與意義。相對的，在訪問中，他也區分目瑙的 Oh Ra 與喪禮時的「Oh Rang」。他說，「……O Rang 是喪葬的情感，老人死的時候表示勝利的意思。」但在書中，他又提到喪葬的調子是

就是這個快樂、歡欣的 Oh Ra 情感，使得目瑙有最根本的群眾基礎。不但他們會自動自發的踴躍參加，劉永恩還告訴我，當他在規劃組織方塊隊時，只能輪流在全縣抽調農村組織方塊隊。表演性的目瑙用的方塊隊人數較多，節慶性的朋生目瑙人數較少；若是隴川景頗學會主辦，經費較少，還得壓縮規模。儘管朋生目瑙比較偏向「儘量照顧周邊農村的群眾」，但抽不到方塊隊的農村或民眾，常常會找他抱怨，為什麼沒有安排他們參加。為什麼目瑙如此令人嚮往？

雖然不是所有目瑙起源故事都會描述太陽宮，可是，大家都說目瑙是從太陽宮或是天 nat 所在的地方起源的。有的更清楚地講述了這原來跳目瑙的地方——太陽宮是無比美麗的地方，那兒有金銀做的大房子、無數的珠寶、好看的花朵、水塘，悠遊自在的各種禽鳥、蝴蝶等等（金學文、張麼弄 2007:2; 岳品榮 2009:5）。太陽宮不是人類居住的地方，是個想像的美好而富饒的世界；那裡的目瑙是愉悅的，鳥類從太陽宮習得然後傳到人類的目瑙，更是美麗的。倘若我們用最基本的，視外交為以有禮節的方式及言語解決潛在雙方或多方的對立與衝突（這雙方或多方可能是當前最普遍的國與國間，或是任何群體之間，甚至人與超自然的靈力之間）；那麼景頗傳統木瑙的犧牲與舞蹈就是人界與他界的外交饗宴。⁶¹ 傳統頭人舉辦的求「財」木瑙就是人界與天界的外交饗宴；而一般人喪禮的木瑙則是人界與死者將要邁入的他界之間的外交饗宴。在中國舉辦的國際目瑙節上，景頗請克欽人來。他們一起跳目瑙榮耀景頗、克欽

「O Lo」（張麼弄 2007b:15）。這部分需要進一步瞭解。

61 從比較寬廣的對於外交的定義，Rosita Henry（2011）認為「外交是一種政治的約定，在此約定中的各方，為了避免公開衝突的危機，運用不同的禮儀表演技巧，對利害攸關的事做出權利聲明」（p. 179）。因此他在討論澳洲原住民禮儀表演與政治的論文中，論證舞蹈表演如何是一種政治禮儀和外交禮儀的實踐。運用此觀點，筆者以為景頗目瑙的材料更進一步對上述引文所說的「各方」從人的本體論觀點做了引申景頗人是運用木瑙／目瑙的禮儀表演在人與外界力量之間做外交的溝通。此觀點發表在 2015 年 5 月 25 日筆者在政治大學民族學系〈中國景頗族的「目瑙」與「外交」〉演講中。2015 年 2 月 2 日筆者在民族所週一演講發表〈Dancing Diplomacy〉一文時，講評人郭佩宜提供了 Rosita Henry 這篇與筆者文章同名的論文做參考。筆者十分感謝。

人的想像的、可能的美好未來。

作為一個展現景頗民族氣勢、現代性與國際性的目瑙，壯大的群眾舞蹈場面、氣勢磅礴的音樂和歡欣、快樂的情感流露，吸引無數景頗人和遊客。吸引景頗人的當然是張麼弄說的快樂、平等情感，或是共享在目瑙舞場中所體會的（如太陽宮中的）充滿光明的愉悅世界。1989年以來，我參與景頗族的景頗目瑙縱歌節多次，由於它的豐富面向，每一次我總是忙於研究、觀察、拍照、訪問或與親友社交。一直到2012年芒市要申請「萬人之舞」金氏紀錄，我全心想要成為這萬人之舞中的一員，沈浸在舞場的音樂、鼓點中與大家一起跳舞，不打算做任何工作。這個體驗讓我深刻體會到參與在舞場中的魔力以及 Victor Turner 所說的交融（*communitas*）的情感、溫暖和感動，久久無法褪去。從景頗族目瑙發展的脈絡，無論是在民族目瑙時期對民族平等與認同情感的追求，現代性時期對文明與富饒的嚮往，以及全球化時期對爭取國際地位、為跨境克欽同胞聲援心意的表達，或為自我的地方認同發聲的願望，我們看到景頗族、德宏、雲南、中國甚至跨境的克欽這四十年來相當劇烈的生活變動和人們永不疲乏地參加目瑙的熱情。似乎生活越是忙碌、失望，越想要去參加目瑙，在目瑙場上集體跳舞。他們用盛裝或是忘情的舞步、人與人間面對面的笑顏榮耀一個想像美好世界的希望，凝聚實現這些希望的勇氣。這個追求快樂、高興、平等的情感，無疑是一種人類普同性的情感價值，因此吸引很多不是景頗族的遊客與群眾。在目瑙場上，人們固然會高興看到光彩炫目的服裝，打扮和動作整齊劃一的方塊隊，但對有著不同現代性定義的人們、或並不在乎什麼現代性的群眾而言，群眾舞蹈中更扣人心弦的，應該是參與在一大群人當中（無論穿著如何）開心、怡然的情感體會與交流。⁶²

62 有關於參與在目瑙舞蹈本身的情感，筆者以為需要更深入地從景頗人更廣泛的對於集體舞蹈的情感、意義與價值中著手探討。臺灣劇場表演理論學者鍾明德（2015）對目瑙提出頗有意思的看法。他一方面認為由於脫離傳統目瑙的犧牲「有神」脈絡，當前的目瑙是「歡愉但無神」的（同上引：143）。但另一方面，他認為目瑙舞蹈是一種「走路式的舞蹈」，正是波蘭劇場大師 Jerzy Grotowski 所說的一種「力量的走路」（*walk of power*），是一個「超越語言」，「追求生命本源的身體行動方法」

Jill Dolan 在《演出中的烏托邦：在劇場中追求希望》一書中提出這樣的觀點。⁶³ 他說，「現場演出為所有聚在一起的人提供一個地方，一個共享創造意義和想像的地方，一個熱情的地方。演出者與觀眾共同捕捉一個溫暖而美麗世界的片刻」。他認為從劇場演出中我們會「發現一種讓我們再打起精神打造一個不同未來的勇敢的片刻。一個充滿了希望和新的、更有人文生氣的未來」。他從不同的演出中尋找這種可以激發觀眾彼此依靠、慰藉的情感和感動的潛力。他認為「演出中的這些片刻對觀眾有更寬廣、無限的意義；在那些片刻中，社會是從人類潛力可能實現的角度做鋪陳，不是從無法超越的障礙角度做論述」（2005:2）。一批批的景頗人樂此不疲的參加了一場又一場、一個地方又另一個地方的目瑙。好像目瑙舞場有一種共同創造希望和類似 Jill Dolan 所說的「烏托邦」世界的魔力。

正是因為如此，隴川縣表演型章風目瑙出現的同時，見證的是朋生目瑙更蓬勃的群眾生機，表演型與節慶型目瑙之共生。

五、結論

目瑙品牌化的過程與現狀，呈現了如 Comaroffs 對全球各處比比皆是的認同經濟案例類似的現象。當代景頗人在產業或觀光市場中找到可以讓他們宣稱

（2015:141, 155）。用 Grotowski 的話來說，這個源頭的追求，是讓人體會到「你不是浪人，你是某人之子」的存有意義（引自鍾明德 2015:156 註釋 30）。另外研究舞蹈的還國志（2007:41, 52）認為目瑙的身體動作和體態是延續日常生活中的上山與登山的腳步。

- 63 感謝評論人之一介紹這位作者與觀點給我。劇場是我一向有興趣的研究領域，《演出中的烏托邦》所用到的關於表演研究的理論也是我熟悉的，尤其有關於 Victor Turner 的體驗觀點。但礙於方法論上的障礙我很少運用。從 2016 年 2 月開始我加入了一個景頗族的微信群——火塘群。當初我加入時才一百人多些的微信群，現在已經擴展為 500 人上下。目瑙的音樂、相片，大家參加各地舉辦目瑙的熱情，永遠是最激勵人心的話題。Dolan 這個從演出中共同追求希望的觀點，放在景頗目瑙舞場上成千上萬人的參與中，實為貼切。

是「珍惜的集體文化遺產」，可以「對自我價值加以肯定的東西」，同時還是「可以在全球國際、國家公共領域中宣傳他們的認同與文化的東西」（Comaroffs 2009:25）。但不同的是，在中國民族認同經濟的發展中，國家扮演的角色非比尋常。的確我們看到如 Comaroffs 所說的「當代文化認同的本質是以共有的實質（essence）和自己設計（self-fashioning）出來產品（product）的方式來體驗的」，同時我們也看到「在族群商品，認同收編和族群性存在間有很明瞭的共生關係。……族群主體和文化物件之間開放地辯證，不斷地影響彼此」（Comaroffs 2009:45-46）。但景頗目瑙的品牌卻不是在 Comaroffs 所說的新自由主義經濟下發生的。景頗目瑙的案例告訴我們他們共有的實質有很大成分是來自景頗族菁英與國家共同形塑的改革創新目瑙；同時，所謂的族群主體也與新自由主義所預設的主體不一樣，而是中國國家化的民族主體。

也正是這個國家化的民族意義在景頗菁英生命歷程上的重要性，使得任何會挑戰一個景頗族整體意義的文化物件，會造成張力。如 1990 年代到 2000 年代初我在做田野時常常會聽到在芒市與隴川舉辦的目瑙，對於盈江代表團領舞時常出現脫隊自成小隊伍的跳法所引起的抱怨與衝突（何翠萍 2016a）。反之，當這個表徵民族認同的文化物件可以使得景頗族的名聲更為遠播時，也就是說，讓各地方的人更知道景頗族時，即使與最基本傳統性別秩序不合的文化物件，也可以被不少人接受。如景頗女性筒裙紋樣在文化產業——傘面的運用。⁶⁴

從 2000 年代中期開始一直到當前，很多景頗族目瑙活動的發展基本上就處在一個全球化、在地化和商業化的複雜力量糾葛之間的階段。但是，同時，目瑙也是一個國家認定的表演舞台。景頗人可以用這個舞台和他們作為中國景頗族幹部之地位，在克欽和緬甸政府 2011 年重新開戰的局面下，為中國和緬甸的外交關係扮演一個角色（Ho 2016）。在國家所允許他們開創的市場空間中，景

64 運用景頗女性筒裙織紋在傘面上的作法，某些景頗族男性菁英是反對的。他們認為這是違背傳統不可將筒裙曬在公共空間的習俗，是顛倒了文化傳統上下秩序的。筒裙是穿在女性身上的，不是頂在頭上的。也有些比較不在意的男性認為那些有筒裙紋樣的傘，女性可以拿，但男性不會拿。他們同時也認為應該選擇比較中性的圖紋，例如傳統房子竹牆的圖紋會比較好（2015 田野）。

頗民族幹部通過目瑙重新創造民族主體性的生命，再凝聚他們的集體意識，並且重塑認同。這是在 Comaroff's 的討論中，沒有涉及的面向。也許這就是有中國特色的社會主義國家中「商品」的特性。

如果說中國改革開放後的民族政策是支持 1980 年代開始的景頗族目瑙縱歌最重要的脈絡，它所成就的民族情感的凝聚是非凡的。即使說目瑙成就了中國景頗族的主體性，而使之有別於克欽或印度的新頗（Singhpo）的認同，也不為過。總的來說，從 1950 年代之前，人們通過目瑙建立「我是人」，有別於「非人」，的存在意義與宣稱（何翠萍 2002）；1980 年代後的改革創新目瑙建立了「我是景頗族」，有別於中國其他的民族如傣族、漢族，的存在意義（同上引）。21 世紀中期以來，表演性目瑙建立了「我是中國景頗族」，有別於世界其他民族，甚至可能包含緬甸的克欽或印度的新頗，存在之價值與意義。在跳舞當中，他們呈現彼此的「文化」認同，通過這個舞蹈和在節日中附加的種種活動，他們與外界——中國和緬甸，宣稱他們的關係。這是景頗、克欽與中國的「外交」關係，克欽、景頗與緬甸的「外交」關係。景頗人藉此表達他們對中緬外交關係發展的期望。景頗族的族群主體是有它歷史過程的文化基礎的。

景頗品牌是民族化的景頗文化主體投入市場的計劃。但是這個市場並不是新自由主義經濟的市場，在中國規範這個市場的仍舊是國家；是國家「要充分挖掘民族文化，把文化資源轉化為資本，最終實現文化富民」的文化產業政策促成了景頗品牌。⁶⁵ 景頗目瑙的案例告訴我們中國的國家政策可以更動目瑙的內容；設計目瑙的文化主體包括必須考慮黨與政府政策氛圍的組委會，在職和退休的景頗族菁英。組委會成員雖然也有市場取向的個人，但民族意識取向的集體仍發揮舉足輕重的角色。從隴川目瑙縱歌的案例看來，景頗目瑙品牌的發展，群眾的參與意願仍舊是此品牌是否成功的最終量尺。與王瑾所描述的新中國品牌不同，這個群眾參與目瑙縱歌的情感，與國家基於「文化安全」的理由

65 雲南省文化廳長 2015 年到德宏視察文化產業發展現狀時之講話。資料來源：德宏州文體新聞出版局網站 2015 年 4 月 12 日發佈訊息 http://xxgk.yn.gov.cn/Z_M_001/Info_Detail.aspx?DocumentKeyID=CD1E7DB09AE443E4A7786F967BA3348B。

對商品化內容劃界的做法無關；而是參與在目瑙縱歌的音樂與舞蹈行列中，快樂與公正的情感互動引發共同追求美好世界新希望的想像與體驗。也就是說，景頗族目瑙縱歌品牌的個案研究提醒我們在中國品牌化的研究中，民族的生活現實與情感在品牌化過程上的重要驅動力量。

當代中國景頗族目瑙的發展，從 60 年代以來的全面禁止，改革開放後開始再脈絡化於國家的民族節日中，到 21 世紀以來再一次脈絡化到政府推動的文化產業民族品牌的塑造裡；它由祭獻變為節慶再變為表演。這個局面是國家的民族與文化產業政策，景頗菁英和景頗群眾跳目瑙的情感共同造成的。國家文化產業政策下所創造出來的文化商品，在中國，雖然也造就了品牌化的民族商品與認同經濟，但是中國多年來的民族政策所促成的民族生活的現實與民族凝聚情感以及目瑙舞場上美好世界的想像，自發地界定文化不可商品化的面向，為目瑙發展留下未來更為蓬勃的生機。

參考書目

王明珂

- 2003 羌在漢藏之間：一個華夏邊緣的歷史人類學研究。臺北市：聯經出版社。

王瑾

- 2012 品牌新中國：廣告、媒介與商業文化。何朝陽、韋琳譯。北京市：北京大學出版社。

古明君

- 2013 文物之用？刊於權力資本雙螺旋：臺灣視角的中國／兩岸研究。吳介民主編，頁 212-261。臺北市：左岸文化。

石木苗、閔建國

- 2000 景頗族目瑙探源。昆明市：雲南民族出版社。

吉田敏浩

- 2016 克欽的精靈信仰。民族學研究所資料彙編 24:59-80。蔡蕙光、何翠萍譯。

江楓

- 2013 雲南文產十年：交出優異成績單。網路資源，http://yn.yunnan.cn/html/2013-07/29/content_2823611_2.htm，2014 年 11 月 3 日。

朵石擁湯

- 2014a 景頗族歷史源流脈絡架構。刊於景頗族歷史文化研究。瑞麗市中緬邊境文化交流協會編，頁 21-36。芒市：德宏民族出版社。
- 2014b 世界景頗人的祖籍是中國。發表於「景頗族國際學術交流大會」，雲南省社會科學院、雲南民族大學雲南省民族研究所、瑞麗市中緬邊境文化交流協會主辦，雲南瑞麗，2 月 20-23 日。

李向前 Li, Xiangqian (or Htoi Man)

- 2008 (video) 走遍中國之德宏系列：解密景頗族。中國中央電視台。

李樹燕

- 2014 景頗族「目瑙縱歌」節慶與村落發展——基於中國雲南省德宏州隴川縣的調查。ICCS Journal of Modern Chinese Studies 7(1). <http://iccs>.

aichi-u.ac.jp/archives/report/044/538c09ea72854.pdf. 2015 年 5 月 12 日。

何勒崩

2006 景頗族目瑙縱歌圖譜。潞西市：德宏民族出版社。

何翠萍

2002 中國景頗社會結群的圖像表徵。發表於「人類學的比較與詮釋－慶祝陳奇祿教授八秩華誕國際學術研討會」。國立臺灣大學人類學系主辦。4 月 26-27 日。臺北市，臺灣。

2004 從景頗人體圖像談人與物的關係。刊於物與物質文化。黃應貴編，頁 261-333。臺北市：中央研究院民族學研究所。

2013 變動中的親屬倫理：二十世紀晚期中國山居載瓦家屋人觀的案例。臺灣人類學刊 11(2):89-145.

2015 中國景頗族的「目瑙」與「外交」。政治大學民族學系演講，5 月 25 日。

2016a 文化產業中的「歷史」與「文化」：從中國景頗族目瑙縱歌談起。景頗族文化傳承與創新發展暨紀念景頗文創制 120 周年學術研討會。中國德宏景頗族國際目瑙縱歌節組委會。德宏州，雲南，2 月 20 日。

2016b 木瑙紀實：〈克欽的精靈信仰〉中譯文序。民族學研究所資料彙編 24:49-56。

何兆華

2013 當「做花」成「做人」：施洞苗族非物質文化遺產之傳承與變遷。民俗曲藝 185:51-114。

沈松僑

1997 我以我血薦軒轅——皇帝神話與晚清的國族建構。臺灣社會研究季刊 28:1-77。

沙紅英 提供，梅冬 採錄

1994 目瑙柱。刊於景頗族民間故事選。石銳、劉更生編，頁 54-56。潞西市：德宏民族出版社。

金學文、張麼弄

2005 中國景頗族目瑙之鄉。潞西市：德宏民族出版社。

岳文相

2014 三角洲上空的太陽。發表於「景頗族國際學術交流大會」，雲南省社會

科學院、雲南民族大學雲南省民族研究所、瑞麗市中緬邊境文化交流協會主辦，雲南瑞麗，2月20-23日。

岳品榮

2009 景頗族目瑙縱歌歷史文化。潞西市：德宏民族出版社。

胡家瑜

2011 非物質文化遺產與臺灣原住民儀式：對於遺產政治和文化傳承的一些反思。刊於非物質文化遺產與東亞地方社會。廖迪生主編，頁201-228。香港：香港科技大學華南研究中心、香港文化博物館。

盈江縣景頗族發展進步研究學會 編

2010 景頗族目瑙縱歌簡介及舞步圖譜。昆明市：雲南民族出版社。

馬健雄

2011 從儀式神話到國家非物質文化：作為拉祜族文化標記的〈牡帕密帕〉。刊於非物質文化遺產與東亞地方社會。廖迪生主編，頁393-420。香港：香港科技大學華南研究中心、香港文化博物館。

排木崩

2015 芒市西山鄉將於3月26-28日舉辦目瑙縱歌盛會。網路資料，<http://news.jingpo.org/newsshow.asp?id=310>，3月20日。2015年5月20日取得。

陳文德

2014 文化產業與部落發展：以卑南族普悠瑪（南王）與卡地布（知本）為例。考古人類學刊 80:103-140。

張建章

2006 景頗尋根。潞西市：德宏民族出版社。

張麼弄

2007a 瑙雙神韻。潞西市：德宏民族出版社。

2007b 目瑙哦然。潞西市：德宏民族出版社。

勒佗督早堅

2013 景頗族現代史。芒市：德宏民族出版社。

楊文正

2011 文化產業發展語境下的非物質文化遺產：以「瓦爾俄足」與「苗年」展演為例。刊於非物質文化遺產與東亞地方社會。廖迪生主編，頁

375-392。香港：香港科技大學華南研究中心、香港文化博物館。

楊永生

1986 [1957] 蓮山縣支丹山景頗族木腦腦情況紀實。刊於中國少數民族社會歷史調查資料叢刊，景頗族社會歷史調查（四），頁 114-124。昆明市：雲南人民出版社。

瑞麗市史志辦公室 編

2014 瑞麗景頗族。芒市：德宏民族出版社。

廖迪生

2011 「傳統」與「遺產」：香港「非物質文化遺產」意義的創造。刊於非物質文化遺產與東亞地方社會。廖迪生主編，頁 259-284。香港：香港科技大學華南研究中心、香港文化博物館。

趙學先

2013 景頗族流源探究。刊於景頗族研究（第三輯）。奪石當編，頁 10-17。昆明市：雲南民族出版社。

趙玉中

2011 非物質文化遺產、國家與地方社會：以雲南大理白族「繞三靈」的申遺過程為例。刊於非物質文化遺產與東亞地方社會。廖迪生主編，頁 335-350。香港：香港科技大學華南研究中心、香港文化博物館。

還國志

2007 「目瑙縱歌」節日文化中的舞蹈形態研究。中央民族大學舞蹈學碩士論文。

鍾明德

2014 一個萬人參與演出的「溯源劇場」：目瑙縱歌的身體行動方法（MPA）研究。戲劇學刊 21:135-158。

藍玉芝

2009 「目瑙縱歌」效應引發的觀念衝擊波：隴川打造支撐全縣文化旅遊產業「金字招牌」紀實。隴川網 <http://www.zhglc.com/content/travel/zx/2009/08/20090816-42.html>。2009 年 8 月 16 日。

Askew, Marc

2010 The Magic List of Global Issues : UNESCO, World Heritage and the Agendas of States. *In* Heritage and Globalisation. Sophia Labadi and Colin

Long, eds. Pp. 19-44. New York, NY : Routledge.

Bingaman, Eveline

2009 What is Culture in Lijiang?: Discourses and Life in a Tourism Setting in Southwest China. M. A. Thesis. Institute of Anthropology, National Tsing Hua University.

Bloch, Maurice, and Jonathan Parry

1989 Money and the Morality of Exchange. Cambridge: Cambridge University Press.

Bohannon, Paul

1955 Some Principles of Exchanges and Investment among the Tiv. *American Anthropologist* 57(1):60-70.

1959 The Impact of Money on an African Subsistence Economy. *Journal of Economic History* 19:491-503.

Carrier, James G.

2010 Part 2: Tourism and Culture: Presentation, Promotion and the Manipulation of Image. *In* *Tourism, Power, and Culture: Anthropological Insights*. Donald V.L. Macleod and James G. Carrier, eds. Pp. 107-115. Bristol: Channel View Publications.

Comaroff, John L., and Jean Comaroff

2009 *Ethnicity, Inc.* Chicago: University of Chicago Press.

Cheung, Siu-woo

2003 Miao Identities, Indigenism and the Politics of Appropriation in Southwest China during the Republican Period. *Asian Ethnicity* 4(1):85-114.

Dikötter, Frank

1996 Culture, "Race" and Nation: The Formation of National Identity in Twentieth Century China. *Journal of International Affairs* 49(2):590-605.

Dolan, Jill

2005 *Utopia in Performance: Finding Hope at the Theater*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Duara, Prasenjit

1993 Deconstructing the Chinese Nation. *Australian Journal of Chinese Affairs*

30:1-28.

Geismar, Haidy

- 2005 Copyright in Context: Carvings, Carvers, and Commodities in Vanuatu. *American Ethnologist* 32(3):437-459.

Hafstein, Valdimar Tr.

- 2009 Intangible Heritage as a List: From Masterpieces to Representation. *In* Intangible Heritage. Smith, Laurajane and Natsuko Akagawa, eds. Pp. 93-111. London; New York: Routledge.

Harrell, Stevan

- 1995 Introduction: Civilizing Projects and the Reaction to Them. *In* Cultural Encounters on China's Ethnic Frontiers. Stevan Harrell, ed. Pp.3-36. Seattle: University of Washington Press.

Hathaway, Michael J.

- 2010 Global Environmental Encounters in Southwest China: Fleeting Intersections and "Transnational Work." *The Journal of Asian Studies* 69(2):427-451.

Henderson, Joan

- 2003 Ethnic Heritage as a Tourist Attraction: The Peranakans of Singapore. *International Journal of Heritage Studies* 9(1):27-44.

Henry, Rosita

- 2011 Dancing Diplomacy: Performance and the Politics of Protocol in Australia. *In* Made in Oceania: Social Movements, Cultural Heritage and the State in the Pacific. Edvard Hviding and Kunt M. Rio, eds. Pp. 179-194. Wantage: Sean Kingston Publishing.

Ho, Ts'ui-p'ing

- 2007 Rethinking Kachin Wealth Ownership. *In* Social Dynamics in the Highlands of Southeast Asia: Reconsidering Political Systems of Highland Burma by E.R. Leach. François Robinne and Mandy Sadan, eds. Pp. 211-255. Leiden: Brill Publishing Co.
- 2015 How Policy and Politics Impact Chinese-ness in the Jingpo Community? Workshop on Minorities in Himalayan and Yungui Plateau, University of Strasbourg, Strasbourg, France. 2015-10-28.

- 2016 People's Diplomacy and Borderland History through Chinese Jingpo Manau Zumko Festival. *In* War and Peace in the Borderlands of Myanmar: the Kachin Ceasefire, 1994-2011. Mandy Sadan, ed. Pp. 169-201. NIAS press.
- Kang, Xiaofei
- 2009 Two Temples, Three Religion and One Tourist Attraction: Contesting Sacred Space on China's Ethnic Frontier. *Modern China* 35(3):227-255.
- Kearney, Amanda
- 2009 Intangible Cultural Heritage: Global Awareness and Local Interest. *In* Intangible Heritage. Smith, Laurajane and Natsuko Akagawa, eds. Pp. 209-228. London; New York: Routledge.
- Leibold, James
- 2006 Competing Narratives of Racial Unity in Republican China From the Yellow Emperor to Peking Man. *Modern China* 32(2):181-220.
- Leong, Laurence
- 1996 Commodifying Ethnicity: State and Ethnic Tourism in Singapore. *In* Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies. M. Picard and R. Wood, eds. Pp. 71-98. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Liu, Tzu-kai
- 2013 Re-constructing Cultural Heritage and Imagining Wa Primitiveness in the China/Myanmar Borderlands. *In* Cultural Heritage Politics in China. Helaine Silverman and Tami Blumenfield, eds. Pp. 161-186. New York: Springer Press.
- Marrie, Henrietta
- 2009 The UNESCO Contention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage and the Protection and Maintenance of the Intangible Cultural Heritage of Indigenous Peoples. *In* Intangible Heritage. Smith, Laurajane and Natsuko Akagawa, eds. Pp. 169-192. London; New York: Routledge.
- McKhann, Charles F.
- 2010 Naxi Religion in the Age of Tourism: Persistence and (Re)creation. *In* Faiths on Display: Religion, Tourism, and the Chinese State. Tim Oakes and Donald S. Sutton, eds. Pp. 183-210. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield

Publishers.

Mueggler, Eric

- 2002 Dancing Fools: Politics of Culture and Place in a “Traditional Nationality Festival”. *Modern China* 28(1):3-38.

Oakes, Timothy

- 1996 Ethnic Tourism in Rural Guizhou: Sense of Place and the Commerce of Authenticity. *In* *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies*. M. Picard and R. Wood, eds. Pp. 35-70. Honolulu: University of Hawaii Press.
- 2005 Land of Living Fossils: Scaling Cultural Prestige in China’s Periphery. *In* *Locating China: Space, Place, and Popular Culture*. Jing Wang, ed. Pp. 31-51. London and New York: Routledge.
- 2006 The Village As Theme Park: Mimesis and Authenticity in Chinese Tourism. *In* *Translocal China: Linkages, Identities, and the Reimagining of Space*. Tim Oakes and Louisa Schein, eds. Pp. 166-192. London and New York: Routledge.

Picard, M., and Robert Wood

- 1996 *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies*. M. Picard and R. Wood, eds. Honolulu: University of Hawaii Press.

Peters, A. Heather

- 2013 Dancing in the Market: Reconfiguring Commerce and Heritage in Lijiang. *In* *Cultural Heritage Politics in China*. Helaine Silverman and Tami Blumenfield, eds. Pp. 115-142. New York: Springer Press.

Robbins, Joel, and David Akin

- 1999 An Introduction to Melanesian Currencies: Agency, Identity, and Social Reproduction. *In* *Money and Modernity: State and Local Currencies in Melanesia*. David Akin and Joel Robbins, eds. Pp. 1-40. University of Pittsburgh Press.

Sadan, Mandy

- 2013 Being & Becoming Kachin: Histories Beyond the State in the Borderworlds of Burma. Oxford: Oxford University Press.

Schein, Louisa

- 2005 Ethnoconsumerism as Cultural Production?: Making Space for Miao Style. *In* Locating China: Space, Place, and Popular Culture. Jing Wang, ed. Pp. 150-170. London and New York: Routledge.
- 2006 Negotiating Scale: Miao Women at A Distance. *In* Translocal China: Linkages, Identities, and the Reimagining of Space. Tim Oakes and Louisa Schein, eds. Pp. 213-237. London and New York: Routledge.

Smith, Laurajane

- 2006 Uses of Heritage. London; New York: Routledge.

Smith, Laurajane, and Natsuko Akagawa

- 2009 Introduction. *In* Intangible Heritage. Smith, Laurajane and Natsuko Akagawa, eds. Pp. 1-9. London; New York: Routledge.

Su, Xiaobo, and Peggy Teo

- 2009 The Politics of Heritage Tourism in China: A View from Lijiang. London; New York: Routledge.

Sutton, S. Donald, and Xiaofei Kang

- 2010 Making Tourists and Remaking Locals: Religion, Ethnicity, and Patriotism on Display in Northern Sichuan. *In* Faiths on Display: Religion, Tourism, and the Chinese State. Tim Oakes and Donald S. Sutton, eds. Pp. 103-126. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.

Tenzin, Jinba

- 2013 The Eastern Queendom Dispute and Grassroots Politics on the Sino-Tibetan Border. *Modern China* 39(5):511-540.

Wang, Jing

- 2003 Framing Policy Research on Chinese 'Cultural Industry': Cultural Goods, Market-State Relations, and the International Free Trade Regime. web.mit.edu/newmediaactionlab/www/conference1/jingwang.pdf
- 2008 Brand New China: Advertising, Media, and Commercial Culture. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Wang, Yi, and Bill Bramwell

- 2012 Heritage Protection and Tourism Development Priorities in Hangzhou, China:

A Political Economy and Governance Perspective. *Tourism Management*, 33(4):988-998.

Yang, Li, and G. Wall

2014 *Planning for Ethnic Tourism*. Farnham: Ashgate.

Yang, L., G. Wall, and S. Smith

2008 Ethnic Tourism Development: Chinese Government Perspectives. *Annals of Tourism Research* 35(3):751-771.