

地理學的文化經濟與地方再現

Cultural Economy and Cultural Representation of Place in Geography

梁炳琨*

Bang-Kuen Liang

張長義**

Chang-Yi Chang

Abstract

After the 1990s, cultural economy has become an important issue in social science. Cultural economy is not only a form of industrial production and a style of living, but also an important strategy for local or regional (re)development. Representation via symbols, images, discourses, languages etc. is usually used to promote local or regional cultural economy, and it causes cultural representation of place. Thus local cultural economy is an important issue for geographical research. After its cultural turn, geographical research has made considerable progress in developing new perspectives on cultural economy and cultural representation of place. This paper aims at clarifying these perspectives.

There are four major parts in this paper. The first part explores the evolution of cultural industry to cultural economy and the dimensions of cultural economy in geographical research. The second part analyzes the multiple perspectives of culture and economy. The third part combs through the concepts of 'culture' in new cultural geography through the dialectics between new and old cultural geographies. The last part discusses the relationships among place, culture and economy in terms of global culture, state cultural policies and local cultural economic strategies. This research seeks to offer feasible perspectives for the study of cultural economic activities, especially in Taiwan.

* 中臺醫護技術學院通識教育中心副教授

Associate Professor, Center for General Education, Chungtai Institute of Health Sciences and Technology.

**國立臺灣大學地理環境資源學系教授

Professor, Department of Geography, National Taiwan University.

Keywords: cultural turn, cultural economy, new cultural geography, new economic geography, cultural representation of place.

摘 要

1990 年代以來，文化經濟成為學術研究的重要議題。文化經濟不僅是一種產業、一種生活方式，更是地方或區域再造的重要策略，而當地方推動文化經濟時，常常使用再現（符象、影像、論述、語言等）的策略，進而肇致地方的再現，成為地理學關注的議題。文化轉向後的地理學，對於地方、文化、經濟與再現的研究觀點，都有相當程度的進展，本文主要在釐清此學術領域。

本文主要分四個部分，首先探討文化產業到文化經濟的演變，以及地理學文化經濟研究的趨向；其次，分析文化 - 經濟研究的多元觀點，以及其認識論的移轉；第三，藉由新舊文化地理的辯證，梳理新文化地理學對於「文化」的詮釋；第四，從全球文化、國家的文化政策、到地方文化經濟的策略，論述地方、文化、經濟的關係。本文亟盼為各地風起雲湧的文化經濟活動，及未來文化經濟的研究議題，提供可行的觀點。

關鍵字：文化轉向、文化經濟、新文化地理、新經濟地理、地方再現

前 言

1970 年代因受全球經濟再結構，和資訊科技網絡發展的影響，突破原有地方性的文化空間蕃籬，形成全球文化 (global culture)，進而肇致地方文化的危機與再發展的契機。襲產保護、傳統空間再生、振興地方經濟等，成為地方回應全球文化壓力、與重新尋求全球網絡定位的方式。另一方面，全球文化也給了文化相對地自主性，致使文化（或語言、論述再現、符號、影像、思維觀念等）在社會生活（包括經濟與政治結構和過程）中扮演積極的角色。觀之近十年學術研究的衝擊，由經濟轉變到文化的研究 (Sayer, 1994)；城市營建的重要思想，由原來的政治經濟 (political economy) 研究、和符象經濟 (symbolic economy) 研究，轉變為文化和權力的詮釋與相互穿透 (Zukin, 1996)。緣此，後現代資本主義的地方文化經濟，地方、文化和經濟是相共生，並以新的有力形式再現 (Scott, 2000a)。

地方文化經濟的推動，從歐洲到臺灣，從中央政府到地方社群，從基於文化保存到經濟發展的不同考量，形成一股風潮。臺灣地區從 1990 年代起，隨著政治民主化與本土文化的發展，喚醒了地方自主性的文化意識，並且推動地方文化發展的策略。中央有文建會推動社區總體營造，強調社區文化再造、文化產業化；經濟部推動形象商圈計畫，塑造具有形象特色的現代化商圈，帶動地方經濟繁榮；農委會因應 WTO 開放對臺灣農業的衝擊，積極建立農業區的調整政策，推出一鄉一特產等。地方政府在面對外在變局，追求發展及定位時，重新思索如何透過文化再現地方，如臺中市爭取古根漢博物館的設立、宜蘭國際童玩藝術節、花蓮的石雕藝術節、屏東的黑鮪魚文化藝術節；而地方更是風起雲湧地推出文化經濟活動，如三義木雕文化、新竹市的玻璃藝術、蘇澳的白米木屨等。尤其九二一大地

震之後，文化經濟被視為地方重建的重要手段。

這些臺灣各地方興起的現象，提供地理學者研究的物質，而在文化轉向後的地理學知識，也提供地理學者思索如何回應這些物質，進行理論與實踐。地理學在文化經濟的研究趨勢如何？文化與經濟之間除了文化產業的觀點之外，存在哪些多元的觀點？文化轉向後的新文化地理學，如何看待文化 - 經濟中「文化」的詮釋？並且如何在文化經濟過程中理解地方再現？是本文主要審視的問題。

地理學的文化經濟研究趨向

(一) 文化轉向與文化產業概念的演變

1980 年代出現一系列轉向的名詞，有視文化為符號與意義體系的語言轉向 (linguistic turn)、重視「社會建構」論的社會轉向 (social turn)、或強調理論認識論的顛覆或轉變的後現代轉向 (postmodern turn)。文化轉向 (cultural turn) 一詞大約開始於 1990 年代中期，對於人文地理的影響有 (1) 重燃文化地理的研究，尤其是受文化研究影響的英國地理學；(2) 文化相關概念擴及人文地理各領域，重視社會生活的論述建構、地理的再現、想像的地理、認同和認同政治；(3) 文化超越學術，影響當代世界，例如經濟地理中，文化產業在資訊與服務為基礎的資本經濟中，扮演重要角色 (Johnston, 2000)。文化轉向這一思潮影響了文化地理、人文地理、及學術外的當代世界，當然也改變了文化產業的概念。

文化產業 (cultural industry) 一詞，不僅肇致文化研究的興起，影響地理轉向的研究視域，同時一直牽動著文化與經濟的關係。首先，文化產業一詞是由法蘭克福學派 Adorno 於 1947 年所提出，關注於大眾文化的研究。爾後有關文化產業的研究，有關心文化產業在消費商品與服務美化所扮演的角色；藝術的行政、基金和經濟；創意產業；都市和區域再發展策略的活動角色等 (Power, 2002)。初期文化產業作為對大眾文化的批判，直指科技將文化活動商品化，致使文化滑入交換法則，傳統文化價值與其意義被數量化，遺忘文化的價值及其意義，文化生活與經濟生活陷入緊張¹。到了 1980 年代後文化產業驅動的消費文化及全球文化影響，使得人類擁更多的共同特徵以及生活秩序，因而在全球社會中一些層面上可以相互理解，文化自主性相對提高。文化相對自主性讓原有文化與經濟的緊張關係趨於緩和，文化可以變成經濟的資源，而經濟也可以成為文化的一種形式，改變文化與經濟間的關係 (林信華, 2002)，也逐漸增強文化的影響力道。

(二) 新文化地理與文化經濟

文化地理的研究，到了 1980 年代有了新的轉變，不同於傳統的 Sauer 學派研究取向。Cosgrove 和 Jackson 於 1987 年，在倫敦大學 (UCL) 的社會地理研究社群 (Social Geography Study Group) 會議中，發表「文化地理的新方向 (New direction in cultural geography)」一文，清楚地為「新」文化地理命名，並且引爆新、舊文化地理的學術論辯 (Price and Lewis, 1993; Kong, 1997; Jackson, 1997)。文章指出新文化地理的研究，深受英國伯明罕文化研究中心文化研究取向的影響 (Cosgrove and Jackson, 1987)。新文化地理的文化經濟轉向明顯，Gregson 指出社會和文化地理學似乎撤守了「社會」，意義、認同、再現和意識研究取代了性別、階級、種族、性和能力差異的研究 (Jackson, 2002)，進一步傾向

關心文化 - 經濟，並且鼓勵超越經濟和文化的兩元性，理解當代商業文化和相關的物質形式 (Jackson, 1997)。近年更認為必須重新結合傳統文化地理的物質文化 (material culture) 觀點，將物質的實踐、與論述的意義形構與分析，置放於文化經濟研究的中心位置 (Jackson, 2000)。

(三) 新經濟地理與文化經濟

經濟地理經歷 1960 年代的區位分析，1980 年代的政治經濟學²後，到了 1990 年代，受到文化轉向的影響，開始質疑政治經濟學忽略了認同、再現 (representation) 或意義等概念，紛紛提出新的研究方向。Scott 指出當代三個有趣的新主題，是影響經濟地理的文化地理 (文化研究更普遍)、區域經濟的再現、及全球化的支配 (Scott, 2000b)；Wills 和 Lee (1997) 認為「新」經濟地理，包含文化與社會建構的經濟地理、全球化的浮現、不均發展的新形式和調節實踐，同時指出最近經濟地理學者研究的流行主題，是新的消費形式、經濟的認同和再現、金融資本、全球化；Thrift 和 Olds (1996) 檢視經濟地理的發展，發現經濟已經很難和社會、文化、政治、性、香水、賭博、園藝、音樂等名詞區分開來，必須對經濟地理中的「經濟」作重新的理解，主張應該要擴張經濟地理關鍵字的定義。至此經濟地理的學術研究，如同 Sayer (1997) 所言，經濟地理所關心的議題，不僅是數字的演說，已經趨向更多認同的和自我 (selfhood) 的內視 (inward-looking) 議題 (Scott, 2000b)。因此文化詮釋的經濟視域，以及關注文化研究中的認同、再現、全球化等議題，正是新經濟地理開展的新領域。

此外，與文化經濟有關，探討空間與經濟間關聯的符象經濟 (symbolic economy)，起於 1960 年代，盛於 1980 年代的房地產業及藝術市場，認為投資藝術，可以提高名望，可以促成社會空間位置的流動；並且確信藝術的符象經濟，經由空間生產和符號生產，可以促進城市經濟的成長。1990 年代進一步認為以藝術塑造地方，必然伴隨地方認同的建立，地方符象經濟的可見性及可行性，在地方創造上扮演重要的角色 (Zukin, 1996)。

文化地理學和經濟地理學的演進歷程，由於受文化轉向的影響，有了新的研究趨向，共同關注文化經濟。然而，對文化經濟關注甚深的新經濟地理，一方面雖然擴大了「經濟」的定義，強調了文化解釋經濟的重要性，但另一方面仍是側重經濟理性的導向。緣此，本文首先擬將文化經濟 (cultural economy) 拉開為文化 - 經濟的關係，審視相關的文化 - 經濟研究觀點，擴大文化 - 經濟研究的思考層面；進而梳理文化轉向 (cultural turn) 後的「文化」理解，重新定位「文化」在文化經濟中的位置。

文化 - 經濟研究的觀點

文化 - 經濟的研究觀點，大致可分三階段，第一階段延續於文化產業的研究傳統，以馬克思主義為主軸，包含經濟決定文化、經濟操作文化，強調經濟影響文化；第二階段，盛於 1980 年代的政治經濟研究傳統；第三階段以 1990 年代文化轉向影響的新文化地理、及新經濟地理的新研究傳統，有經濟鑲嵌於文化、經濟再現文化、及經濟的文化物質化三者。另外，文化 - 經濟的關係也可區分為經濟理性，及文化自主性兩個向度思考，經濟決定文化、經濟操作文化、政治經濟偏向經濟理性的思考，經濟鑲嵌於文化、經濟再現文化、及經濟的文化物質化則偏向文化自主性。

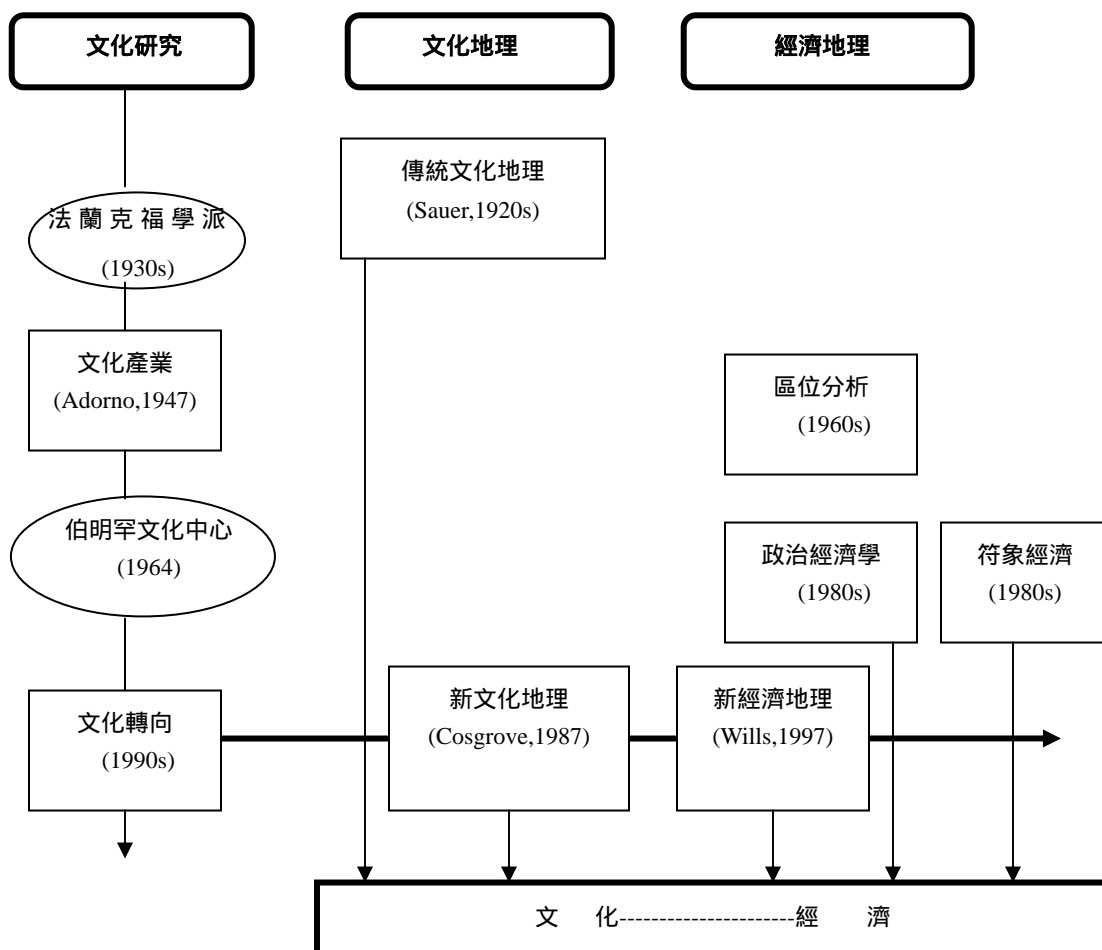


圖 1 文化經濟與文化研究、文化地理、經濟地理的演變關聯

(一) 經濟決定文化

一般是指底層經濟結構 (infrastructure) 決定上層文化結構 (superstructure)，政治經濟的過程可以用來解釋文化經驗和文化形式。Harvey (1989) 的後現代的境況一書 (postmodern condition)，認為後現代的文化形式可透過時空經驗追蹤，時空經驗將他們轉化進入政治經濟系統、和成為資本主義的時空宰制，並繼續在系統中產生時空經驗。換言之，資本主義政治經濟經由時空經驗，可以支配文化形式。但如同 Williams 對底層經濟結構決定上層文化結構的批判一樣³，Harvey 的資本主義政治經濟 - 時空經驗 - 文化形式的邏輯，同樣遭受質疑，三者是分離的嗎？文化形式置身於經驗之外嗎？資本的空間

經濟被隔絕於思想、信仰、以及文化表達之外嗎？同時 Harvey 的經濟決定也弱化了他的文化分析。

(二) 經濟操作文化

Bourdieu 探討社會空間時，將經濟的比喻概念應用到文化實踐的文化場域 (cultural field)，如資本、價值、積累等 (Crang, 1997)。主要有三個論調，首先，美學和道德評價的文化實踐並非中立，而是受社會再生產的影響，支配者藉由不斷社會再生產，塑造區別，鞏固自己在社會空間的位置；其次以經濟資本、文化資本、社會資本、符象資本的交互關係，解釋文化生活與經濟生活複雜的交換關係，同時指出經濟資本可以再生產文化資本⁴；第三，認為利用文化創意可以擴大經濟資本，並且文化商品和商品的意義在場域中有生產、轉換和消費/使用的經濟邏輯，亦即追求利益、工具性、和控制的資本邏輯。

雖然 Bourdieu 確立、以及擴張了文化資本的解釋，同時提出符象資本，企圖跨越使用價值和交換價值的蕃離，但終究落入資本的解釋邏輯，如此又滑入 Adorno 的文化產業概念。當操作文化創意擴大經濟資本、或藉由文化資本啟動地方經濟時，肇致外在交換價值戰勝內在的使用價值，文化生活也變成文化產業。

(三) 政治經濟的文化經濟觀點

反對文化轉向者，堅持政治經濟的分析，認為應該關心物質的實體而非想像的地理 關心成本 (cost) 而非文化 (culture)、關心社會活動而非文本、關心世界 (world) 而非文字 (word)，直指文化與經濟不同，各有邏輯。Sayer (1997) 指出文化實踐是內在本質的 (intrinsic)、是目的性的，是引導社會行為的意義和規範價值；經濟活動是工具性的、由手段到目的，其目的是社會生活的再生產，兩者邏輯不同。其實 Sayer 所指出的文化與經濟的邏輯，即是 Adorno 所指的內在本質的使用價值和外在目的交換價值。但這樣的邏輯，在全球化資本主義中，資本不僅穿透進入商品，同時也進入意義的生產、循環、和消費的所有過程，生產商品也生產意義，商品與意義相互穿透，肇致經濟與文化相互融合。

此外，政治經濟分析，強調資本主義的經濟剝削和不均發展。Harvey (2000) 表達了對於文化研究擠壓政治經濟研究的憂心，認為「在許多的例子，文化分析取代了政治經濟，對於嚴肅世界和壓榨的資本主義剝削而言，前者是較後者有趣」，「嚴肅和真實的政治經濟，被有趣的性別、種族、性、人類慾望、宗教、族裔、殖民支配、環境或相關其他問題的研究取向，所稀釋」。Marcus 也警告經濟地理要避免整個被迷幻的經濟文化形構所誘惑，要努力維持對資本主義剝削特性的分析 (McDowell, 2000)。McDowell (2000) 針對這些論調，指出地理學仍應注意物質的不公、不均發展、剝削和排他等議題，但是可採用新的理論，不必執意於嚴肅的政治經濟觀點，例如對於少數團體議題，文化結合正義是重要的新方向，認為後現代結構主義和後現代理論的正義，是對判準的不同基準和不公平之間的關係提問，挑戰氾濫的階級意義假設。

(四) 經濟鑲嵌於文化

文化和經濟關係理論的主要方式之一，是鑲嵌 (embeddness) 概念。經濟社會學家 Granovette (1992) 提出「經濟鑲嵌理論」(embeddness theory)，認為「經濟」行為在一定的社會結構中進行，因此，經濟活動的形式必須放在社會關係和社會結構的脈絡中，加以理解。1990 年代以來，東亞新興工業國

家興起，尤其是亞洲四小龍、以及日本，西方學術興起一股以文化解釋東亞經濟現象的潮流，而解釋的文化因素，常歸結為儒家倫理為基礎的工作倫理、中國的家族倫理、及中國人追求利潤的強烈慾望，構成經濟發展的主要文化解釋（張維安，1995）。同樣地，Thrift 和 Olds (1996) 對社會文化鑲嵌的研究，也指出東亞和東南亞國家經濟的成功，來自個人關係的持續建立，個人關係是建立於互惠的符號，禮物模式 (gift model)，這不同於西方，無關個人接觸的商品模式和市場機制。

其次，經濟人類學著重當事人的社會文化視野，如何與客觀環境條件互動，而發展所謂的「經濟」活動，亦即「經濟」的詮釋應鑲嵌在地方的社會文化脈絡。這裡我們以傅君 (1998) 二段，針對臺東縣布農部落屋和屏東縣排灣族部落教室，部落經濟的論述來理解：

反映在部落屋的「經營」上，部落屋並沒有要積極推銷任何一項「商品」，「如果您有一顆愛心、同情心，您就會接受我們的東西。」白牧師如是說。顯然，在白牧師的眼中，部落屋和遊客之間，進行的並不是一般習以為常的「市場」交易。...「布農文化」和主流論述「文化商品化」中的「商品」不盡相同。與其說它是「商品」，不如說它是「慈善」或「宗教」志業的媒介

撒古流構想以「文化產業化」將「文化」轉化成「商品」，對來部落體驗的人而言，他們來消費「文化商品」；對部落的人，「商品」等於「文化」，但撒古流和部落民眾對於「經濟」運作的模式和「市場經濟」又明顯的不同：「商品」以「傳統」的方式生產，「利潤」以傳統的方式分配

這裡對「經濟」的認知遠離新古典主義經濟學對「經濟」狹隘的定義，也就是不必然著眼於市場經濟的思維，而必須安置於地方對「經濟」的認知，經濟認知的構成可能來自於不同的行動者，援引不同的知識系統，構成在地的「社會文化脈絡」。如此呼應了 Thrift 和 Olds (1996) 所呼籲的，新經濟地理重新理解「經濟」的定義，並且與文化研究產生扣連。

再者，一些學者也從不同尺度分析文化對經濟的影響。如個體尺度，經濟理性可能源自於個人社會化和文化化的廣泛經驗；組織和公司尺度，經濟理性可能不是建立在共享價值和規範的組織文化，而是組織認同的建構；地方和區域尺度，文化與經濟形式的差異，可能來自於地方和區域制度再生產的社會和環境的想像；國家和政治調整的跨國尺度，經濟理性可能置放於不同的法律和制度環境中 (Crang, 1997)。

文化鑲嵌的研究，若單純藉由文化差異來解釋不同地方的經濟，如此可能滑入純粹的文化決定論。另一方面，鑲嵌於地方文化社會脈絡的「經濟」理解，提醒我們必須注意地方的差異以及尊重多元的文化本質，提點我們進一步反思單一的新古典經濟學的市場經濟思維。

(五) 文化再現經濟

文化再現經濟，強調如何將地方本身形塑成為文化的營建 (cultural construction)、和如何置放文化營建，和如何幫助建構一系列的其他經濟體，形成經濟 (如勞力、工作、家、收穫、利益等) (Crang, 1997)。文化再現經濟的簡單形式，有修辭設計和利用隱喻再現商品的經濟方式。經濟是人類會話的一部分，經由表達的方式和分析的工具，可以讓實質的物體，在外表風格上顯得更加的生動，同時可以建構物體本身。

在空間方面，文化再現經濟的看法，有 Barker 所指出，文化扮演經濟的角色：有文化充當城市的商標招牌、文化產業、及提供商業聚會和旅遊消費空間的博物館、餐廳、商店、戲院等 (Barker, 2000)。

Zukin (1995) 則認為文化是經濟的基礎，指出文化是一個生產符象 (symbols) 的系統，為所有的服務業，提供符象、類型、和意義的基本資訊，試圖說服人們購買商品，文化在經濟方面是提供產品和革新觀念，供應「軟體 (software)」的部分。Hall (1997) 提出文化產業對地方經濟和都市政策，具顯著重要性，以及具有明顯的經濟和文化效益。在 70 年代西方城市更逐漸體認必需動員「文化」作為「資本」的誘因，積極結合企業領袖與都市計畫專業，擴充藝術基礎設施 (the arts infrastructure)，降低大量失業人口。換言之，藝術與文化的想像 (images) 與創造，可以直接轉譯為地方經濟的發展。

無論文化是扮演經濟的角色、或提供軟體部分、或視為資本的誘因，擴充地方藝術基礎設施、導向實質縝紳化效益、建立地方文化符象等，都直接、間接再現地方經濟的發展。然而，再現的過程不再是如鏡象般反映實在，而是發揮了建構實在的作用，如此建構的再現，涉及權力的問題，誰的文化被再現、誰來再現文化，背後隱藏權力的關係。

(六) 經濟的文化物質化

Lash 和 Urry 強調經濟和文化逐漸去差異，經濟是逐漸受文化的影響，文化是逐漸受經濟的影響。文化與經濟之間存在互惠關係，文化變得更商品化，商品則更加美化、更具文化性 (Lash and Urry, 1994)。Crang (1997) 也指出，文化產業的美學性 (aesthetic reflectivity)、服務性的談話 (talk of services)、觀光消費形式等既是文化性又是經濟性，彼此結合。

Scott 認為文化經濟 (cultural economy)，包含媒體的廣泛技工產業 (artisanal industry)，和生產集體認同符象財貨 (symbolic goods) 的部門；服務的目的至少是個人啟發、娛樂、裝飾、自我確認 (self-affirmation) 等，而商品和服務的生產都加注了美學和符號的內涵 (Scott, 2000c)，並且具備短中期流行、資訊和娛樂的價值，和具備社會指標 (social marker) 的優點 (Scott, 2000a)。文化經濟生產基地，有工匠生產的傳統中心、旅遊勝地中心、以及文化生產中樞的大都會區三類型 (Scott, 2000a)。

經濟的文化物質化，無論是文化的物質化或經濟的文化化，一方面強調了文化物質化的經濟理性，但更重要的另一方面關心經濟的文化化、或文化物質化所提升的生活水準、或文化認同。

上述文化 - 經濟豐富的多元觀點，有側重經濟解釋的經濟決定，也有偏重文化理解的文化鑲嵌；有側重市場經濟策略的文化再現經濟、文化物質化，也有尊重地方文化脈絡的「經濟」詮釋，突顯文化與經濟之間決定或自主關係的認識論移轉。這些觀點不僅可以作為理解地方文化經濟的先前理解 (pre-understanding)，同時並置 (juxtaposed) 的多元文化經濟觀點，也提供發展地方經濟的策略思考。其次，文化和經濟不同的組合觀點，彰顯文化的自主性，讓文化自主地與政治、經濟，彼此成為共構的關係。如此的「文化」意義就不同於傳統的文化概念，文化在文化轉向 (cultural turn) 後被賦予了新解，以下擬進入新文化地理中檢視「文化」的新意，以辯明文化 - 經濟中「文化」應有的位置。

新文化地理的「文化」詮釋

文化地理是地理學的一個分支，處理人類文化所決定的活動，特別是不同文化群體對地景剝削、形式和個性的不同衝擊 (Johnston, 1981)。

文化地理是人文地理學的次領域，關注人類文化對自然環境和對人類空間組織的衝擊，人類文化

包含物質和非物質的文化 (Johnston, 1986)。

文化地理是人文地理學傳統的次領域，關注人類文化與自然環境關係的類型與互動，人類文化包含物質和非物質的文化。今日「文化地理」涵蓋多樣的研究範圍，但與傳統研究關係薄弱。不同文化理論影響不同的研究取徑 (Johnston, 1994)。

文化地理有長遠的學術傳統，和多元的當代表達。今日許多人文地理都具有文化關懷和文化內涵的特性，任何單一或明確的文化地理定義，都可能造成誤導....，今日文化地理在相當不同的理論位置和方法論上受人注意 (Johnston, 2000)。

人文地理辭典不同時期的文化地理定義，顯現了文化詮釋的移轉，與研究取向的斷裂與分歧。地理學術的進程，歷經人文主義 (有機論和描述取向) 和實證主義 (系統論、功能論和量化取向) 的糾纏，並移轉到結構主義和後結構主義思潮對於前兩者的批判。文化地理在此學術洪流中自是無法迴避。1980 年代新文化地理的崛起，即是建立於對傳統 Sauer 文化地理的人文主義取向，及計量革命量化取向的批判，但承襲空間計量，重視空間而非環境、及重視理論告知的遺緒；並且回應當代歐美都市社會的多元文化主義，和後現代主義對於他者 (other) 聲音的重視 (Johnston, 1994)。1990 年代起，新文化地理受女性主義，及後殖民主義的影響，重新啟動 Sauer 所關心的生態與民族誌的研究傳統，檢視當代自然和文化的雙元性關係，及後殖民理論中文化生態的意義；並且回應全球化中所產生的文化產業、文化雜生 (cultural hybridity)、文化政治等議題 (Johnston, 2000)。

(一) 新舊文化地理的對話

文化重新的理解，在新舊文化地理間有深度的論辯，極具啟發性。緣此透過檢視新舊文化地理的對話，藉以梳理新舊文化地理的差異，並釐清新文化地理的文化概念。新文化地理認為傳統文化地理是迷戀古物的拜物主義 (object fetishism) (Duncan, 1990)；不具備理論立場，懷抱天真的經驗主義，以人工物質作為觀看文化群體的鏡頭 (Demeritt, 1994)；研究範圍侷限於歷史的、鄉村的和遺跡的景觀詮釋 (Jackson, 1989)；並且過分強調人工景觀的描述，忽略賦予物體意義的過程，和景觀的權力 (Demeritt, 1994)。文化的概念是單一的、是物質的、是物化 (reified) 的、是人們所擁有的部分。這樣的文化概念，是由於研究者置身於穩定的、先現代的 (pre-modern)，和優勢農村社會的結果 (Cosgrove and Jackson, 1987)。

新文化地理傾向放下 Sauer 喜愛的登山鞋，換上有專利的皮鞋，興趣進入咖啡店和藝術博物館的體驗 (Cosgrove and Daniels, 1989)。顯然地，新文化地理著眼於都市文化生產與再生產的社會關係，此研究趨向其實反映了都市人口與空間增加的現象。新文化地理主張文化生產的過程是主動的社會建構、再現和詮釋的過程，而文化意義的定義，是充滿爭執 (Demeritt, 1994)，視文化為不斷協商和形構的多元文化，文化是生產於實踐過程，應關注實踐過程中爭執的意義本質。新文化地理在拒斥傳統文化地理的缺乏理論，固著於超機能 (superorganic) 的文化觀點時，指出新文化地理的研究：應該注重當代與歷史並重、根植於經驗調查的理論告知 (theoretically informed)、關心人文地理的其他概念而非僅關注景觀、關心具有文化政治 (cultural politics) 意涵的文化範疇 (Jackson, 1989)。這樣的研究觀點，除了保有傳統文化地理的遺緒外 (如歷史的、經驗的等)，主要來自於當代文化研究的刺激，源自 Williams (理論研究)、Gramsci (意識和文化霸權理論)、Hall (流行文化) 與其伯明罕文化研究中心

(COCS) 的研究 (Cosgrove and Jackson, 1987)。

1990 年代, 新文化地理進行反省, 並重新審視傳統文化地理的遺產。承認他們在概念上和理論上, 與傳統文化地理學的差異, 認為應重新分享共同的主題和領域, 尤其是在文化與自然環境之間的理論化部份。

(二) 回返文化與自然兩元性

文化 (人文) 與自然兩元性, 近年不僅是文化地理的重要議題 (Cosgrove, 1992; Demeritt, 1994; Matless, 1995; 1996; 1997), 在人文地理進展中也備受關注。Massey (2001) 指出人文與自然兩元性, 以前由於研究對象的廣泛, 往往喪失研究主體性和特定性 (specificity), 但時至今日兩元性反成為學科本身的重要特性。(1) 跨界研究的今日, 廣泛的自然與人文地理研究領域, 提供我們探索自己內部未知領域的機會; (2) 自然與人文地理兩元性, 提供一個發展理論的特殊立場, 提醒我們在長期以人類為中心的棲息中, 人類不是世界的唯一作用者; (3) 自然與人文地理兩元性的論辯, 可以克服鏡像實在主義和極端社會建構主義的僵局。

文化與自然兩元性一直是文化地理的重要傳統。在新文化地理初期, 文化與自然兩元性的主要論述, 主張自然與環境是社會的建構, 可以提供解決環境問題 (Johnston, 1997)。但是最近文化地理中, 有許多重建 Sauerian 自然與文化敘事的計劃, 認為純粹自然和環境的社會建構的論述, 缺少考量非人類作用者的部分, 而被逐漸掏空。Demeritt (1994) 指出環境歷史學者, 認為「自然是一個歷史的行動者」, 批判持文化建構自然的論者, 忽略自然本身的作用, 認為所有景觀都是自然與文化互動而成。女性主義者認為文化如同男性, 自然如同女性, 但世界的作用者 (agency) 不能分割為自然或文化, 所有的環境和景觀都是自然 - 文化的共同產品。Matless (1997) 認為文化景觀涉及社會環境的生產, 包含自然的和想像的力量, 環境不是單純的社會行動背景, 而是需要被建構, 但是社會建構中的「社會」, 不單是「我們」而已, 包含人類與非人類等面向。上述的論述主要主張, 自然的社會建構中應包含有自然本身的力量。除此之外, Cosgrove (1992) 也看到在全球化文化中, 除了有文化論述建構自然, 都市生活重視體驗自然外, 如研究不同階級及種族的都市婦女, 對於自然與綠色空間的體驗, 另外有環境主義者及女性主義者推動綠色文化, 形成一股綠色文化地理。因此全球化中文化學者與自然學者關心的議題, 也出現共同的交集。

傳統文化生態的理論體系, 曾試圖努力架構二元論, 但也許沒有達到預期效果 (施添福, 1980)。傳統文化生態在後殖民理論中, 被重新省思, 認為再現被殖民者的研究, 和支持生活於先現代的、常民文化的原住民, 維持與自然和諧共處的論調, 其實是殖民者的操弄, 藉以有效維持文化殖民的地位 (Johnston, 2000), 如此文化生態在重新反省中受到注目。文化生態經歷新文化地理的洗禮, 在重建文化與自然兩元性中, Lightfoot 和 Mathewson (2002) 重拾文化生態的概念。認為 (1) 文化生態已經意識到和注意到關心理論; (2) 文化生態不僅是文化 - 自然二分的橋樑, 重要的是它達成某些避免簡化的融合; (3) 它重視解釋 (explanation)、詮釋 (interpretation) 和理解 (understanding); (4) 它努力歸納和理論化, 都建立於經驗紮根和田野收集的資料; (5) 它不僅研究小規模社會的維生活動, 更隱含為大規模的、工業的、市場指向的優勢全球生產模式, 提供反例; (6) 文化生態, 無論是傳統形式, 或更政治性的方式, 都有效地連結經驗文化地理和社會理論地理, 持續對文化關心。

文化與自然兩元性在地理思潮中，歷經主流、揚棄、回返。文化與自然的彼此關係，也由強調文化建構自然，到重視文化的自然性，亦即文化的建構應存有自然的觀念；同時促成新文化生態觀點的勃興。

(三) 文化景觀的再現與詮釋

傳統文化地理主張文化是作用者 (agent)，自然區是媒介，文化景觀是結果，景觀是被動的呈現。新文化地理學者在文化景觀的研究，強調社會的建構、再現、權力和衝突等面向 (Johnston, 2000)。James Duncan 將文化景觀視為文本 (text)，認為景觀的意義 (meaning) 受社會論述的制約，社會論述的建構來自特殊社會實踐的描敘、概念和意識。因此可藉由社會記號 (socio-semiotically) 的詮釋，挖掘文化景觀背後的多元聲音，揭露設計和詮釋的政治意圖，以及應將景觀放置於社會過程的核心位置檢視。Daniels 將文化景觀比喻為肖像 (icon)、文本、壯觀場面 (spectacle)，描述景觀是如何傳達意義，關注不同政治意識如何投射於景觀的表達。Cosgrove 視景觀為觀看的方式 (a way of seeing) 和戲院，強調景觀觀點的改變，指涉資本主義的改變，認為景觀具有意識的概念，神秘化社會關係，而經濟是唯一衝突的真實場域，可以作為觀看方式的解釋 (上述各位學者的景觀隱喻觀點見 Demeritt, 1994)。上述的景觀隱喻 (metaphor)，強調了景觀並非消極的呈現，而是積極的表達，無論建構者或閱讀者的表達或閱讀，都受到地方脈絡的影響 - 地方政治的、經濟的文化論述過程。但文化景觀的隱喻也遭受到批判，認為過於強調社會建構，忽略非人類作用者的部分，認為應該包含景觀的物理形式、意義和再現作整體性的考量。

文化景觀的隱喻涉及再現的權力，以及詮釋的過程。Mitchell 強調景觀的重新審視，已經由名詞變成動詞，並非僅是被看的一個物體，或被讀的一個文本，而是一個社會的和主觀的認同形成的過程 (Matless, 1995)。景觀再現是一個文化過程，被國家或資本的論述，所重新攫取，重新塑造的過程，涉及權力。再者，文化景觀的重新閱讀或詮釋方面，景觀文本的閱讀，不應僅閱讀文獻，而拋棄歷史的、社會的、政治的過程 (Duncan and Duncan, 1988)，亦即文本的閱讀，應置放於廣泛的地方脈絡；另外景觀意義的詮釋，也不應只根據外在文本的參考 (extra-textual field of reference) (Duncan and Ley, 1993)，亦即不應只考慮作者和詮釋者，共同可見的外在景觀 (或世界)，應進一步參考作者的內在文本，包含所依據的理論或內在在世界。

(四) 文化的隱喻與地方

最後，我們回到幾個新文化地理慣常引用的「文化」用語，並檢視與地方鍵連的可能。首先「意義地圖 (maps of meaning)」，Jackson (1989) 認為文化是意義的地圖，是群體建構社會關係的方式，因此群體如何建構社會關係，可經由意義地圖得以經驗、理解和詮釋。J. S. Duncan 也提出類似的用語，認為文化最好以「表意的系統 (system of signification)」來理解，並與 N. Duncan 共同使用「論述的社區 (communities of discourse)」或「文本社區 (textural communities)」闡述表意實踐 (signify practice)，認為論述的社區 (communities of discourse) 或文本社區 (textural communities)，是指一群人對一個文本、演說或閱讀有共同的理解，並如劇本般地演出，來組織他們的生活 (Duncan and Duncan 1988)。換言之，「文化」無論是地圖、文本、或系統的隱喻，都是作為意義的庫藏。如此，對地方內部而言，地

方意義的庫藏，蘊藏地方住民共同的理解與規範，約束了地方可能發生的社會實踐，導致地方的實踐，必然形塑出特定的地方文化形式；同時地方形塑的過程，必然充滿爭執與衝突，意義的庫藏適時提供社會實踐中，一個可被共同理解與溝通的支撐。對地方外部而言，地方特定的表意實踐，不僅再現一個獨特的文化形式，提供他者 (others) 想像之外，地方意義的庫藏 (地方文化) 也成為外在世界，認知本地的途徑。

上述新文化地理對文化的重新理解，揭露五個方向。首先，新文化地理的文化包含多元文化、多元認同，視文化為不斷協商和形構的多元文化，文化是生產於實踐過程，應關注實踐過程中爭執的意義本質。其次，新文化地理關心都市生活中的社會生產與再生產，並重視邊緣社會少數團體的文化政治 (cultural politics) 問題；研究方法上，強調注重當代與歷史並重、根植於經驗調查的理論告知 (theoretically informed)。第三，回返重視文化與自然兩元性，認為自然是文化社會的建構，但文化具有自然的作用及特性，並重新檢視文化生態、政治生態的議題。第四，文化景觀不是消極的呈現，而是涉及權力的再現，景觀的閱讀，不應僅是文獻的閱讀，應置放於地方的政治、經濟脈絡；同時景觀的詮釋，除了外在景觀的詮釋之外，也應進入作者的主觀世界，包含理論部分。最後文化是地方意義的庫藏，提供對內的地方特性、地方認同的形塑，及對外的地方想像再現。緣此如何在文化經濟的地方實踐中，落實於新文化地理的文化理解；揭露地方文化的庫藏；尊重文化多樣性、文化認同；對於地方再現位置與權力的反思，是文化經濟活動中亟望思考的問題。

文化、經濟、地方再現

社會關係的全球化是一種地理不均發展的根源，亦即地方特殊性的根源。個別的地方正是各有差異地座落在這種關係的全球網絡裡，並且這一切關係都會和當地所累積的歷史互動，而產生更進一步的特殊性 (Massey, 1993)。換言之，地方性 (locality) 的建構，是透過全球社會網絡、與地方歷史積累的互動而成。Scott (2000a) 將全球社會網絡關係縮焦於文化經濟活動，認為地方的特殊性常是基於每個地方的獨特歷史，和地方文化經濟不斷生產，所形塑而成。換言之，座落在全球社會網絡的特定地方，是以文化經濟活動扣連在地與全球。如此全球網絡的地方再現，涉及全球、國家、地方的文化 - 經濟的政策與關係。

(一) 全球文化

全球化情境下衍生兩個重要的文化潮流，一為文化經濟 (cultural economy) 的發展，另一為文化多樣性的尊重 (林信華, 2002)。全球化情境下的文化經濟發展，一方面給了地方發展的機會，地方可以運用文化策略推動經濟發展，再造地方，凸顯地方在全球競爭的優勢。但另一方面全球化也正挾其媒體文化傳播的勢力，以及資本和商品流轉全球的均質化力量，造成地方文化的負面衝擊和侷限，肇致文化多樣性的抹除，或者刻意塑造和保持特定多樣性，迎合資本的需求或觀光客的想像。如此，文化經濟發展下，各種象徵符號的自我衍生和流傳各地，有其經濟和政治利益的複雜糾葛，而各地方的文化與福祉，經常是被選擇性的，被全球化的流動邏輯所收編或排斥。

其次，全球化情境中文化的參與，對於建構地方認同，尊重文化多樣性是重要的。因為全球化支

架的資訊網絡，肇致時空壓縮，地方差異縮小，並且地理的時間與空間被不斷生滅的符號與資訊所充斥，導致認同的深度與廣度降低，並且認同不斷的流動。如此地方的認同已經不拘於傳統的面對面的、情感的、有共同文化價值的生活秩序，常常是居於某時某地、某一利益導向的共同參與實踐的認同。

換言之，全球化的市場經濟大傘下，文化經濟給了地方發展的機會，但地方也必須接受開放資本操作壓力的矛盾；資訊網絡的建立給了地方文化參與的機會，但也改變傳統地方認同的方式。因此，在全球化情境下，如何提高地方的文化能力和福祉，端視國家文化政策的擬定、以及地方制度厚度 (thickness) 的建立。

(二) 國家的文化政策

國家的文化政策有著時代的意義，對地方的文化與經濟更有深遠的影響。自 1963 年中華文化復興運動委員會成立，強調復興中華文化的文化政策，政治作戰文化在臺灣，統領著當時臺灣文化生活形式，為當時政府建構大中國主流文化於臺灣的一個重要霸權計畫，制壓了臺灣鄉土意識，也窒息了本土常民文化生活之發展 (劉還月, 1986)。國家的文化政策，到了 1990 年代有了重大轉變，即是社區總體營造的提出，將社區文化、社區意識、與生命共同體的觀念相結合，強調地方居民的主動參與與地方文化認同；文建會於 1996 年進一步將社區文化與文化產業相結合 (行政院文化建設委員會, 1998)，同時許多的地方政府設立文化局取代原有的文化中心。換言之，文化的概念超越傳統文化情感的文化認同，或地方襲產保護，而是視文化為活絡地方經濟的資源。如此為地方創造許多經濟發展的機會。但社區營造、文化產業化和結合觀光風潮，也使得許多地方的社會與文化生活，進一步被納入市場經濟的範疇，尤其是原住民地方 (傅君, 1998)。因此，如何在尊重文化多樣性的原則下，避免地方文化被商品化，成為資本家積累的文化資本⁵，應該將「經濟」的詮釋還給地方，將「經濟」的理解置放於地方的文化社會脈絡，而不必強加於市場經濟的主流論述。當地方住民有能力設計和管理文化的更新與重組，地方自主地營建文化生活時，「經濟」可能是一種生活重建的手段，不同於設計師營建的文化商品形式，用以刺激文化的消費，如此為去商品化提出可能。這樣一來，國家在發展文化產業化政策所扮演的角色，不再是資源的分配者，而應投資在地方的人力與知識資本，培養地方參與文化經濟事務的能力，並賦於地方住民取得社會權利與認同。

(三) 文化經濟的地方再現

相關地方再現的敘述，有以文化經濟作為再造地方的策略 (Hall, 1997; Paradis, 2000)；有認為地方感是透過各種地方再現 (如特殊的紀念建築、自然與人文景觀等) 而存在 (王志弘, 1995)；地方的文化再現 (Cultural representation of place)⁶是地方代理人、商業者等對地方，經由經驗與想像構築的地方文化再現，成為地方外在標籤 (Bauder, 2001)；地方文化再現 (cultural representation of place) 的地方概念，是一個可衝突、可爭執的概念 (Agnew, 1993)。換言之，文化經濟的地方再現，指涉了地方經濟的發展策略、內在地方感的建構、外在地方想像的標籤、及地方的再現權力。

1. 地方的文化經濟發展

文化策略如何創造地方經濟的發展，可以利用直接、間接的方式 (經濟的文化物質)、潛在的方式 (經濟鑲嵌於文化) (Dziembowska-Kowalska and Funck, 2000)，及伴隨的空間和象徵生產 (文化再現經濟)

的方式。

首先，文化或藝術的服務被生產和銷售，直接對地方的經濟作出貢獻；同時創造許多額外的需求（如零售、餐廳、飯店等，和運輸及運輸相關的服務）。如宜蘭親水公園的國際童玩節，2002 年活動期間入園人數達 83 萬人次，帶動宜蘭總經濟流量約 13 至 15 億⁷。

其次，文化服務或活動，如果提供免費或較低的價格，可以創造外在利益（external benefits），間接地對零售部門的產品行銷或觀光產業等，做出貢獻，如各地的博物館、公園等帶來人潮的潛在商機。但創造經濟發展的文化物質，應強調衍生於地方，擴大經濟比較利益（competitive advantage）的壟斷，因為地方經濟的生產、消費與循環過程中應該包含有地方特有的物質，就是地方文化的文化性，才能使地方經濟產業具備符碼，而擴大衍生效益。

再者，經濟鑲嵌於文化，文化成為地方經濟的潛在利基。地方的文化再現（Cultural representation of place）是外來者對地方經驗與想像的構築，成為地方外在標籤，潛在影響地方經濟。文化再現除了廣告媒體的再現魔力外，實質的地方文化生活品質與環境，才是行銷地方和改善外在世界想像的基盤，此則有賴政府部門的營造。

最後，文化的推動涉及文化空間的生產、與符象（symbolic）的生產，帶動地方經濟。文化空間的生產，經由土地計畫或房地產系統，將經濟設施帶入地方，帶動經濟繁榮，同時由於物質資源和象徵資源的重新部署，可能改變地方經濟位置（Hall, 1997）。符象生產是促進商業交易的流通和社會認同的語言，由於都市的中產階級興趣於高級的文化商品消費，藉以區別特殊的社會位置，符象的生產成為經濟創造的軟體（Zukin, 1995）。

另一方面，除了探究文化如何建構地方經濟外，在全球化中地方文化經濟，如何滲透進入全球網絡，並回還重塑地方性格，其間過程關係，是全球化中地方文化經濟實踐的重要議題。Scott 以巴黎為例，描述之間關係：

- (1) 由無數互相依賴的小公司組成，彼此專業又互補。
- (2) 大公司選擇性的滲透，文化經濟下集體行動，進行跨國的擴張。
- (3) 互相依賴的網絡或複合體中，經常建立靜態或動態的循環效益，例如，加強彈性轉包機會、學習和創新、垂直和水平互補機會外部化，增加副業機會等，導致對個別生產者都有利。
- (4) 如此讓生產者趨向集中於都市系統內的專業區，同時地方勞力市場的進入也進一步強化該專業區。
- (5) 大部份完成的類型，都是持續擴大可轉化為商品的地方符號，和同時改變消費者對那些商品的概念和他們的地方特質（Scott, 2000c）。

緣此，選取標的文化（target culture）進行全球接軌，建構地方公司間的互補網絡，並轉化商品成為地方的符號，形塑地方特質。

2. 文化經濟再現地方

文化經濟再現地方，指涉內在地方感建構、外在地方想像標籤的再現過程，及再現的政治與正義。

首先，當地方建構了獨特的文化認同和經濟秩序，經由濃縮而再現於地方景觀時，如此可以強化地方文化想像的壟斷，在國家和國際競爭市場中，強化地方文化商品輸出的比較競爭利益（Scott, 2000a），衍生經濟的效益。此外，文化經濟再生產的廣告宣傳和景觀具體化，是再現地方的過程，共

同定義一個文本社區 (textural community), 提供活動參與者共同分享閱讀, 再現地方 (Duncan and Duncan, 1988)。因此地方的文化經濟, 不僅強化商品的國際競爭比較利益, 塑造地方的外在想像而已, 在再現文本的表意實踐中, 同時也在建構文化認同, 進而再現地方。這樣的論述過程, 似乎看到取自地方的文化生活, 生產形成文化經濟, 具體再現成為地方的景觀或文化商品; 另一方面, 地方的景觀或商品成為新的文本形式, 提供民眾閱讀或實踐, 進而轉譯為地方的社會文化生活。如此的文化迴路, 文化在循環過程中不斷地被再生產。

其次, 地方再現是權力的過程。Spivak (1988) 指出再現可區分說及 (speaking of) 和為誰說 (speaking for) 兩者, 說及是或多或少對他者實在 (reality) 識覺的自我反映, 涉及以再現者為中心的觀看; 為誰說近似為他者政治的委託, 兩者方式雖有不同, 但彼此相關, 都涉及權力的問題。例如地方如何選取文化經濟的標的文化時, 面臨誰有權利再現、誰的文化被再現、如何再現等權力問題。如此連串的思考進入文化政治的範疇, 亦即應允許文化的意義被協商, 支配與受支配之間關係可以重新定義和衝突; 同時也應避免滑入文化決定論的思考, 認為文化的活動就是好的, 必須注意文化正義的問題, 才能發展自主的地方文化經濟。

結 論

臺灣地區於 1990 年代起, 吹起一股文化經濟再造地方的風潮, 從中央到地方、從漢族到原住民, 正提供地理學者研究的物質。在文化轉向後的地理學知識, 也提供地理學者思索如何回應這些物質, 進行理論與實踐的研究。

在 1980 年代末, 人文地理學在人文主義地理學與政治經濟地理學之外, 浮現文化轉向的研究取徑。文化轉向風潮擴展到新經濟地理, 強調文化經濟的研究, 但仍側重於經濟理性的思考。緣此, 本文擴大檢視文化 - 經濟研究的觀點, 包含偏重經濟理性的經濟決定文化、經濟操作文化、政治經濟, 及偏重文化自主性的經濟鑲嵌於文化、文化再現經濟、經濟的文化物質化三者。

對文化轉向後的「文化」重新理解, 藉由新舊文化地理的辯證, 及對新文化地理學進展的了解, 釐清文化為不斷協商和形構的多元文化, 是生產於實踐過程, 應關注實踐過程中爭執的意義本質; 及重視邊緣社會少數團體的文化政治 (cultural politics) 問題; 同時認為自然是文化社會的建構, 但文化具有自然的作用及特性; 文化景觀的再現涉及權力的問題, 文化景觀的閱讀, 應置放於地方的政治、經濟脈絡; 文化是地方意義的庫藏, 提供對內地方認同的形塑, 及對外的地方想像再現。在地方文化經濟的實踐中, 應思索如何落實新文化地理的文化理解。

全球化文化重視文化經濟與文化多樣性。文化經濟的發展, 以尊重各地文化差異為前提, 給了各地文化自主的空間, 同時文化經濟的價值著重創新與創造力、及重視大眾生活品質, 緩和了文化與經濟的緊張關係, 並在地方經濟活動中給與文化活動應有的空間。國家文化政策由原來的德行訴求、到文化認同, 以至今日的文化產業化, 趨向文化經濟策略; 並且文化政策應朝向權力下方於地方, 培養地方個體參與文化經濟事務的能力, 賦於地方住民具有成員權 (citizenship)。如此, 地方發展文化經濟時, 住民得以參與和更新重組文化符號, 免除一味外來設計, 達到文化去商品化的可能。

當地方獨特的文化認同和經濟秩序建立, 並再現於地方景觀時, 深化了地方文化想像的壟斷, 強

化了地方商品在國際競爭的比較利益。同時，地方再現不僅塑造地方的外在想像而已，在再現文本的表意實踐中，進行建構地方認同，進而重現地方。

謝 辭

感謝地理學報匿名審稿人及周素卿教授所提供的寶貴建議。

註 解

1. 1947 年文化產業 (culture industry) 概念，首先出現於霍克海莫和阿多諾出版的「啟蒙的辯證」一書。據阿多諾的回顧，用文化產業一詞，取代大眾文化 (mass culture)，是要避免附和大眾文化捍衛者慣常的詮釋：認為所謂大眾文化是從群眾中自然生成的文化，也就是當代的大眾藝術形式 (Adorno, 1991)。
2. 起於 1970 年代的政治經濟，主導了 1980 年代的人文地理學，主要學者有 Harvey、Castells 及其跟隨者，發展脈絡在於 1970 年代初期，北美、英國、及其他歐洲國家經歷資本、勞力、和工業生產的全球再結構，勞力資本轉進第三世界國家，肇致傳統工業的萎縮。
3. 在文化研究中，威廉斯提出「文化唯物主義」，堅持文化本身就是一種物質的觀點，反對馬克思基礎 / 上層建築的兩元分化，及文化被看作僅僅是反映“經濟基礎”，並受其決定的簡單形式，它們沒有自身社會功能的經濟決定論。同時反對經濟和文化兩者是分離的。威廉斯認為文化文本 (小說、電影、電視節目等) 不單是現實的反應，或扮演仲介的角色，相反是形成和改變現實的主要方式。
4. 有家產者會傾向把部分可以傳承給後代的資產，轉投資到下一代的教育上，也就是經認可的文化資本 (文憑)。
5. 筆者在訪談中也發現南投縣信義鄉東埔村發展觀光業時，布農族文化被視為重要的文化資本，觀光地圖中列入保存較為完整的東埔一鄰作為觀光景點，並將布農族的兩次尋根文化活動納入觀光活動中，但這不是東埔一鄰原住民所要的「經濟」活動 (訪談於東埔一鄰，2002 年 6 月 30 日)。
6. Bauder (2001) 以文化的角度切入，借引列斐伏爾所提出空間的再現 (representation of space)、再現的空間 (space of representation) 概念，對應提出文化的地方再現 (Cultural representation of place)，和地方感情結構 (Local structures of feeling)，前者是反應地方分類居民的外在標籤，後者是地方內的文化實踐。地方住民經由對地方感情的結構，進行地方內文化實踐，再現地方，而地方施為者、商業者等對再現的地方，經由經驗與想像構築文化的地方再現，成為地方外在標籤。
7. 1996 至 2001 年之間，宜蘭親水公園的國際童玩節活動，入園人數約達 230 萬人次，總經濟流量約 27 億，<http://www.folkgame.org.tw/>。

引用文獻

- 王志弘 (1995) 空間的社會分析 (授課講義)，臺北。
林信華 (2002) 文化政策新論建構臺灣新社會，臺北：揚智文化。

- 周素卿 (2000) 空間研究的文化潮與“城鄉所”，陳光興主編，文化研究在臺灣，臺北：巨流圖書公司，71-74。
- 施添福 (1980) 地理學中的人地傳統及其主要的研究主題，臺灣師範大學地理學研究報告，6: 203-242。
- 張維安 (1995) 文化與經濟韋伯社會學研究，臺北：巨流圖書公司。
- 傅君 (1998) 活化部落經濟生機振興原住民族經濟及產業發展之研究，行政院原住民委員會。
- 劉還月 (1986) 為病重的民俗曲藝把脈，葉石濤等主編，臺灣在轉捩點上，臺北：聯合出版社。
- 行政院文化建設委員會 (1998) 文化白皮書，臺北：行政院文化建設委員會。
- Adorno, T. (1991) Culture industry reconsidered. In: Bernstein, J. M. (ed.) *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, London: Routledge, 85-92.
- Agnew, J. (1993) Representing space-space, scale and culture in social science. In: Duncan, J. S. and Ley, D. (eds.) *Place/Culture/Representation*, New York: Routledge, 251-271.
- Barker, C. (2000) *Cultural Studies Theory and Practice*, London: Sage.
- Bauder, H. (2001) Culture in the labor market: segmentation theory and perspectives of place, *Progress in Human Geography*, 25 (1): 37-52.
- Cosgrove, D. (1992) Orders and a new world: cultural geography 1990-91, *Progress in Human Geography*, 16 (2): 272-280.
- Cosgrove, D. and Daniels, S. (1989) Fieldwork as theatre, *Journal of Geography in Higher Education*, 13: 169-183.
- Cosgrove, D. and Jackson, P. (1987) New directions in cultural geography, *Area*, 19 (2): 95-101.
- Crang, P. (1997) Cultural turns and the (re) constitution of economic geography introduction to section one. In: Lee, R. and Wills, J. (eds.) *Geographies of Economies*, London: Arnold, 3-15.
- Demeritt, D. (1994) The nature of metaphors in cultural geography and environmental history, *Progress in Human Geography*, 18 (2): 163-185.
- Duncan, J. (1990) *The City as Text: the Politics of Landscape Interpretation in the Kandyan Kingdom*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Duncan, J. and Duncan, N. (1988) (Re) reading the landscape, *Environment and Planning D: Society and Space*, 6: 117-126.
- Duncan, J. and Ley, D. (1993) Introduction: representing the place of culture. In: Duncan, J. and Ley, D. (eds.) *Place/culture/representation*, London: Routledge, 1-21.
- Dziembowska-Kowalska, J. and Funck, R. H. (2000) Cultural activities as a location factor in European competition between regions: concepts and some evidence, *The Annals of Regional Science*, 34: 1-12.
- Granovetter, M. (1992) Economic action and social structure: the problem of embeddedness. In: Granovetter, M. and Swedberg, R. (eds.) *The Sociology of Economic Life*, Boulder: Westview, 53-81.
- Hall, T. (1997) (Re) placing the city cultural relocation and the city as center. In: Westwood, S. and Williams, J. (eds.) *Imagining Cities*, New York: Routledge, 202-218.
- Harvey, D. (1989) *The Urban Experience*, Oxford: Basil Blackwell.
- Harvey, D. (2000) *Spaces of Hope*, Edinburgh: Edinburgh University press.
- Jackson, P. (1989) *Maps of Meaning*, London: Routledge.
- Jackson, P. (1997) Geography and the cultural turn, *Scottish Geographical Magazine*, 113 (3): 186-188.
- Jackson, P. (2000) Rematerializing social and cultural geography, *Social and Cultural Geography*, 1 (1): 9-14.
- Jackson, P. (2002) Commercial cultures: transcending the cultural and the economic, *Progress in Human Geography*, 26 (1): 3-18.

- Johnson, R. (1986) The story so far: and further transformations? In: Punter, D. (ed.) *Introduction to Contemporary Cultural Studies*, London: Longman, 277-313.
- Johnston, R. J. (1981) *The Dictionary of Human Geography*, Oxford: Blackwell.
- Johnston, R. J. (1986) *The Dictionary of Human Geography*, Oxford: Blackwell.
- Johnston, R. J. (1994) *The Dictionary of Human Geography*, Oxford: Blackwell.
- Johnston, R. J. (2000) *The Dictionary of Human Geography*, Oxford: Blackwell.
- Johnston, R. J. (1997) *Geography and Geographers*, London: Arnold.
- Lash, S. and Urry, J. (1994) *Economies of Signs and Space*, London: Routledge.
- Lightfoot, D. and Mathewson, K. (2002) Introduction, *Journal of Cultural Geography*, 19 (2): 1-8.
- Kong, L. L. (1997) A 'new' cultural geography? Debates about invention and reinvention, *Scottish Geographical Magazine*, 113 (3): 177-185.
- Matless, D. (1995) Culture run riot? Work in social and cultural geography, *Progress in Human Geography*, 19 (3): 395-403.
- Matless, D. (1996) New material? Work in cultural and social geography, *Progress in Human Geography*, 20 (3): 379-391.
- Matless, D. (1997) The geographical self, the nature of the social and geoaesthetics: work in social and cultural geography, *Progress in Human Geography*, 21 (3): 393-405.
- Massey, D. (1993) Power-geometry and a progressive sense of place. In: Bird, J., Curtis, B., Putnam, T., Robertson, G. and Tickner, L. (eds.) *Mapping the Futures: Local Cultures, Global Change*, London: Routledge, 59-69.
- Massey, D. (2001) Geography on the agenda, *Progress in Human Geography*, 25 (1): 5-17.
- McDowell, L. (2000) Acts of memory and millennial hops and anxieties: the awkward relationship between the economic and the cultural, *Social and Cultural Geography*, 1 (1): 15-24.
- Paradis, T.W. (2000) Main street transformed: community sense of place for nonmetropolitan tourism business districts, *Urban Geography*, 21 (7): 609-639.
- Power, D. (2002) "Cultural industries" in Sweden: an assessment of their place in the Swedish economy, *Economic geography*, 78 (2): 103-127.
- Price, M. and Lewis, M. (1993) The reinvention of cultural geography, *Annals of the Association of American Geographers*, 83 (1): 1-17.
- Sayer, A. (1994) Cultural studies and the economy, stupid, *Environment and planning D: Society and Space*, 12: 635-637.
- Sayer, A. (1997) The dialectic of culture and economy. In: Lee, R. and Wills, J. (eds.) *Geographies of Economies*, London: Arnold, 16-26.
- Scott, A. (2000a) *The Cultural Economy of Cities*, London: Sage.
- Scott, A. (2000b) Economic geography: the great half-century, *Cambridge Journal of Economics*, 24: 483-504.
- Scott, A. (2000c) The cultural economy of Paris, *International Journal of Urban and Regional Research*, 24 (3): 567-582.
- Thrift, N. and Olds, K. (1996) Refiguring the economic in economic geography, *Progress in Human Geography*, 20 (3): 311-337.
- Spivak, G. (1988) Can the subaltern speak? Speculations on widow sacrifice. In: Nelson, C. and Grossberg, L. (eds.) *Marxism and the Interpretation of Culture*, London: Macmillan, 271-313.

Wills, J. and Lee, R. (1997) *Geographies of Economies*, London: Arnold.

Zukin, S. (1995) *The Cultures of Cities*, London: Blackwell.

Zukin, S. (1996) Space and symbols in an age of decline. In: King, A. D. (ed.) *Representing the City*, New York University Press, 43-59.

91年10月5日 收稿

92年11月20日 修正

92年11月30日 接受