

先農業、後文化— 太巴塌部落轉型

部落的轉型過程，似乎沒有一定的模式。

以太巴塌部落為例，他們便是由農業行銷作為起步，等到銷售打下一定的基礎之後，再由此來拓展部落文化。「先農業、後文化」，是一種值得參考的模式。

展銷最先啟動

太巴塌故事要從部落的行銷達人羅桂英談起，因為她的致力展銷，讓部落的特色作物有機會得以對外展現，並且因而打響了產業招牌。

羅桂英原本在台北有個高薪的工作，但先生因為出國，不放心她隻身一人在外地打拼，於是勸她回到光復老家來販售紅糯米。「賣了紅糯米以後妳會紅喔！」先生當初如此跟她勸說，回想這一段，羅桂英大笑著說，「我根本就被騙回來的！」

紅糯米是一種部落的獨特作物，全省只有太巴塌有，不但產量很少，也因為族人生性害羞，除了自己與親友分享之外，從來不曾對外販售過，外界因此對這種特殊作物知之甚少。

剛開始的時後，羅桂英拿著有部落特色的紅糯米與箭竹筍在路邊擺攤叫賣，相當出乎意料之外的，生意好得不得了，



展銷場中羅桂英憑著天性的熱情，向顧客詳盡解說。

生意好的時候有四、五萬的入帳，攤子外大排長龍，進而也引起了當時農業局長杜麗華的注意，認為這是一種原民特色作物，也夠具吸引力，於是便鼓勵她到台北作展銷，於是羅桂英展開了她的全省展銷之旅。

台北、高雄是她最常去的地方，幾乎每個禮拜都在外地，成為全省原住民中第一個作展銷的人。一開始時，都市人會覺得她賣的都是些「番仔菜」，但羅桂英憑著天性的熱情，向顧客詳盡解說，生意越來越好，一次可以賣到 200 斤之多。部落族人看到「羅大姊」生意如此暢旺，有的蔬菜託她賣、有的則是自己也出來作展銷，部落作物跟著逐漸地打開了知名度。



銷售提昇族人收益

羅桂英的努力，讓自己於 95 年獲得了「神農獎」，而她的展銷每個月都能賣到 30 萬元；後來更加入農會網路商城，展開宅配的銷售模式，幫原住民特色作物穩固了知名度，同時也為太巴塢部落的農產開拓了通路與商機。

因為有了通路，部落耕作的意願也增強了。羅桂英估算，在沒有展銷前，部落中只有 3、4 個人在種紅糯米，面積合起來不到一分地；如今則因為銷路暢旺，種植面積最多時曾達 40 公頃，就連漢人都在種。更重要的是，光豐農會於五年前開始與農民契作紅糯米，保障了農民收益，使得更多人有意願種植紅糯米。

至於另一種特色作物箭筍，最早只有種植 1、2 分地，而如今面積則是成長到 200 公頃，太巴塢部落婦女採收箭筍，也成為每年固定的農業活動，箭筍販售所得是部落重要的額外收入之一。

花蓮農改場 協助箭筍採後處理

花蓮區農業改良場關心部落產業，曾派場內顧問師組團，前往大巴塢部落了解狀況並給予輔導。當時場長黃鵬也隨團前往關切，當他看到箭筍為部落重要生計後，主動提議由農改場協助製作 DM，為此並派員前往部落採訪且製作了詳盡的 DM，讓族人在做展銷時能更形便利。

除此之外，由於箭筍在販賣前都須先行去殼，因此在採收後很容易便萎凋、皺縮的情況，不利長途運送販售。針對此一情況，花蓮農改場助理研究員劉啟祥也研發了一套箭筍保鮮方式，將保存期延長了一倍以上。

羅桂英作展銷做到接受電視採訪（左圖）。紅糯米與黑糯米都是部落中的特色產物（右圖）。



他表示，農民一般將去殼後的箭筍保存在 5℃ 的冷藏，約有 5 ～ 7 天的保鮮期；但若能將冷藏溫度調到 0℃，再加上覆蓋 PP 材質的塑膠袋，除了有效抑制箭筍的褐變反應之外，還可將保存期延長至 10 ～ 12 天，如此便可讓都市民眾也能一嚐箭筍這春季的鮮甜。

箭筍剝殼機 速度快八倍

除了延長保鮮期之外，農改場專利研發的「箭竹筍剝殼機」也發揮了功效。此一研發還獲得經濟部智慧財產局國家發明創作獎中的「創作金牌獎」，速度比人工要快上八倍，節省成本及時間高達 88%。

過去箭竹筍採收後處理方式，大多以人工來剝殼，既費時又費工；之前西部曾設計出一台箭筍剝殼機，不過 70 萬元的價格，卻令農民吃不消。花蓮農改場場長黃鵬認為，機械價格過高有礙箭竹筍的推廣，因此指示研究員設計一台價格親民的剝殼機。

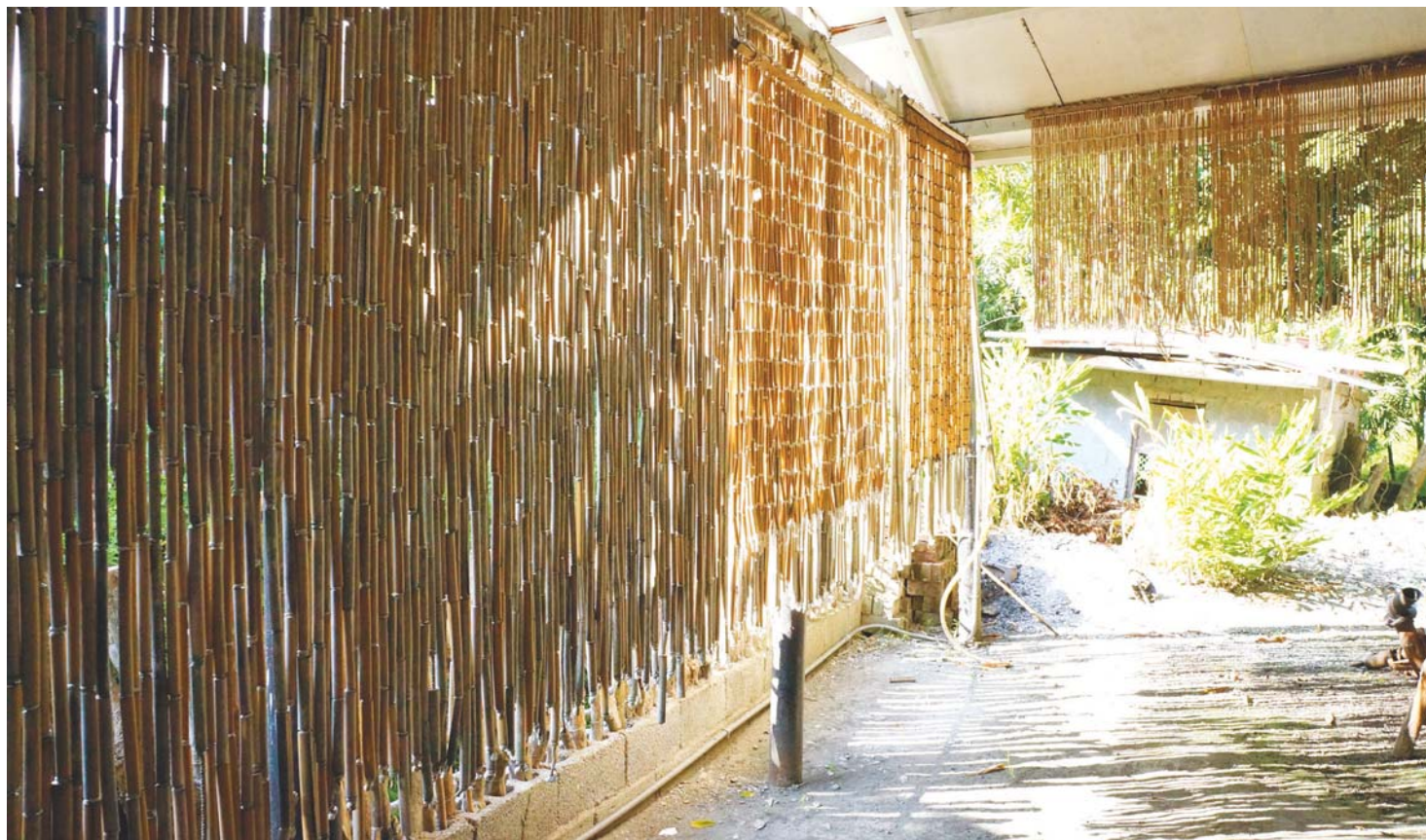


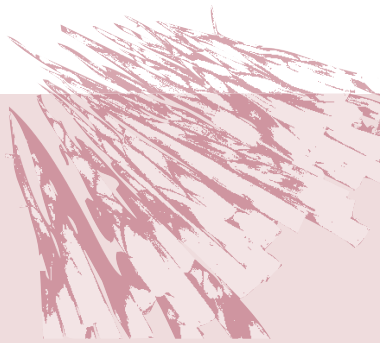
農改場舉行箭竹筍剝殼機的觀摩會，由場長黃鵬（左二）主持，施清田（左一）解說（左圖）。研發者施清田親自示範如何操作箭竹筍剝殼機（右圖）。

農機實驗室主持人施清田於是朝著「桌上型」剝殼機來著手研發，雖然後來出來的成品必須裝設水槽，無法做到真正桌上型，但整體的結構簡單，確實得到「桌上型」的精神；更重要的是，由於構造簡潔，因此價格也壓低至 10 萬元左右，讓一般的農民也買得起。

此一箭竹筍剝殼機的原理，主要是由馬達帶動兩組向內旋轉的剝殼滾筒，在運轉過程中讓殺青後尚未去殼的箭竹筍，順著筍尖斜向導入兩剝殼滾筒中，讓拉力、上下分離的摩擦力，將筍尖外殼壓破分離，以達到快速剝殼的目的，所以效率頗高。此一機器不只是效率高而已，「剝殼機的使用必須經過殺青，而殺青就等於殺菌。」施清田表示，經過此一程序的箭竹筍，「不但能順勢將澀度去除，還可以延長保存時間」。一舉數得，嘉惠許多農民。

文化藏在日常之中。曬乾的箭筍枝也能做成窗簾。





太巴塢與馬太鞍同為阿美族的故鄉，是個極具族群文化特色的地區。（翻拍自太巴塢社區營造協會）



農業之後 文化登場

農業收入的穩定成長，為太巴塢部落的部落轉型奠定了契機。「農產的行銷模式建立之後，由於收入增多，願意回鄉的年輕人也跟著變多了。」太巴塢社區營造協會理事長那麼好・阿讓表示，有了經濟基礎之後，部落最想要做的是「保存下自己的文化」。

太巴塢與馬太鞍同為阿美族的故鄉，是個極具族群文化特色的地區。不過這樣一個文化重地，一樣敵不過現代社會的衝擊，4、50 歲以下的族人已經不會母語，部份族人開始意識到自己文化有可能消失的危機性。

於是一群關心阿美族文化的年輕人，自力組成了「太巴塢社區營造協會」，為了保存部落傳統的生活文化，多年來推廣織布、籐編、木雕等課程，並著手整理部落史料。

他們並成立了「太巴塢文化園區」，以阿美族文化為主軸來發展傳統木雕與皮雕，同時申請政府的「多元就業方案」，以此僱用部落青年人從事木雕技藝且訓練技能創作，希望在保存傳統技藝之餘，還能增加在地就業機會。

「將阿美族傳統以文字化的方式來與以保存，則是我們目前主要的努力方向。」那麼好表示，為了達成這個目標，去年他們集合了族裡 75 歲以上、「老鷹階級」的老人家，除了留下影像之外，並且一一紀錄下他們的口述歷史，希望能以此來延續文化，減少「文化消失」的危機感。



協會找來會傳統技藝的婦女，希望能保留下一些文化特色（左圖）。
僱用部落青年人從事木雕技藝且訓練技能創作，成品還能夠展售（右圖）。



那麼好理事長認為，有了經濟基礎之後，部落最想要做的是保存下自己的文化。

語言為文化之根

一個具體的例子是，協會將阿美族代代相傳的歷史傳說，編成了繪本「發光的女孩」，內容以中文與阿美語拼音同時呈現，圖片則是由部落小朋友用貼畫方式貼出來，試圖以繪本的方式記錄下阿美族的淵源傳說，未來還會陸續有頭目、祭祀…等傳統文化相關的繪本問世。

「我們將口述傳說畫起來，是因為圖畫的張力很強，也較具感染性。」那麼好說，協會發展木雕的用意也是在於此，希望能「藉由木雕來說故事」，將阿美族的文化用各種方式給傳遞下去。

除了紀錄下口述歷史之外，協會目前也正致力推動族語教學；此外，也勸說族人將母語運用在自己的門牌或是馬路的標誌上，雖然都



協會將阿美族代代相傳的歷史傳說，編成了繪本「發光的女孩」。

是小地方，但希望能累積部落共識，讓母語能落實到生活的各個層面上。畢竟，語言是為文化之根，通曉語文，才能了解這個族群的生命力。

目前各個部落皆普遍面臨現代化衝擊、文化凋零的情況，但是會主動著手重建文化的部落並不多；而且若想等待政府的投入，得到的可能也只是片面，因此協會期望藉著主動進行，能逐步還原太巴塢的文化之美，讓下一代也能看到。

「雖然我們的速度很緩慢，但至少大家都有在努力，也會繼續持續下去。」那麼好認為，阿美族的根源是在文化，過去大家迫於經濟而無人注意到這一塊，因而逐漸被淡忘，現在必須要有人出面來整理復原，無論在過程當中是如何不易，部族的生命力始終是在文化，因此絕對會堅持下去。



將阿美族的傳說畫下，讓實際的圖畫自己來顯示文化。（翻拍自太巴塢社區營造協會）

「找到的米」紅糯米

紅糯米在阿美族中原本稱為「紅粟米」，花蓮縣光復鄉目前是台灣唯一紅糯米產地，是阿美族祖先移居花蓮時，攜帶而來，再經由後代相傳栽培至今。紅糯米頗為珍貴，即使是在產地，一樣被族人視為珍品，平時難得享用，只在婚喪喜慶或重要祭典時才會拿出來食用。



紅糯米的營養價值很高，所含的維生素 A、E、鐵質及蛋白質，均高於一般白米，是虛弱療養者或是產後極佳的滋補食品。此外，紅糯米是屬於香米的一種，煮熟後會散發濃烈香味，「部落中每次一煮紅糯米，600 公尺之外就聞得到。」羅桂英因此形容，「根本沒辦法偷偷的煮！」。

由於紅糯米具有這麼許多特色，與一般的米都不一樣，所以它在太巴塢部落中又被暱稱為「找到的米」，意思就是這種米只有部落有，而且到哪邊都找不到這種特別的米了。

紅糯米頗為珍貴，即使是在產地，一樣被族人視為珍品，平時難得享用。