

Panel 標題：蚵仔地景：彰化西南沿海的土地政治、技術變遷與觀光文化

本文題目：產地蚵業到觀光蚵村——王功蚵仔成為彰化文化象徵的歷程

投稿人：蘇碩斌（台大台文所教授）

摘要

本文探討王功「蚵仔」成為彰化代表文化的「符號經濟」(symbolic economy) 之社會學意義，說明採蚵已有百餘年歷史的王功，在 1990 年代的地景由產地蚵業「升級」為觀蚵村之間快速變遷，並解釋其背後的台灣產業轉型之人為建構過程。

蚵是低技術的養殖產業，台灣西南沿海至少已有二百年歷史，但在 1970-1980 年代彰濱工業區增建大量工廠、壓迫蚵架養殖空間、迫使蚵產量下跌的同時，卻也激發出「保存」蚵文化的轉彎。1990 年代以來，蚵仔已非彰化最重要的漁產種類、王功也不是彰化大量的蚵仔產地，然而「王功甦醒」卻在 1996 年於縣長阮剛猛成為彰化縣全國文藝季的重心，此後二十年帶領了漁村文化的轉型，陸續運用各級政府資源一再開辦活動，包括富麗漁村、再造王功等計畫，利用文史調查資料，將王功由「蚵仔產地」塑造為「蚵仔故鄉」，甚至召喚古籍中的彰化八景「王功漁火」，提出觀光化的作法，並自 1996 年後帶動王功漁火節、蚵之頌等「現代節慶」活動，由地方政府、地方社團結合進行地域活化工程，成功營造「蚵仔的故鄉」作為王功的代名詞，三年間即吸引近二十萬觀光人潮進入王功地區。

本文將以 John Urry 及 Scott Lash 等人的符號經濟 (symbolic economy) 概念切入，亦即以符號學論證的表意之任意性、強制性 (arbitrariness and constraint of signification) 二項原則，說明彰化選取王功為代表性景觀、王功選取蚵仔為代表性產業，並非理所當然的自然現象，而是以人為性的符號地景來替換自然地景之歷程。以王功為 1990 年代以來台灣觀光地景建構的典型，背後的符號經濟特質、對地方的鄰里社區及經濟發展，都帶來不可預期的變遷與危機。

關鍵字：蚵、觀光、地景、現代節慶、符號經濟。