

臺灣漢堡

——刈包！

刈包，是一種相當本土的路邊攤食品，它是一塊蒸熟的麵皮，對摺後在中間夾上燻肉、酸菜之類的佐料。最近在一個路邊攤上竟然看見它的招牌寫著：「臺灣漢堡！刈包」。

這個現象當然代表了（以漢堡為象徵的）新殖民主義文化對（以刈包為象徵的）本土文化的侵略。

對於這一種飲食形式的文化侵略，有人沾沾自喜，認為無需考慮，因為據說西方的漢堡、薯條、炸雞……等等都味同嚼蠟，根本比不上中國食物。

但是食物絕不僅是「可以吃的東西」；食物就是文化。

食物不僅預設了一套烹飪及材料選擇的規矩（例如，狗肉對西方人而言就不是「食物」），還預設了一套價值觀及一種生活方式。易言之，食物就是文化的構成部分。

如果今天漢堡是以「烏干達牛肉餅」的名稱，在傳統小吃店和其他中國食物一道出售，而沒有強勢文化和跨國公司的雙重推銷，它就不可能有多大的市場。事實上，當人們在吃漢堡時，他們吃的是「國際的麥當勞／美國感覺／中產氣氛／現代時髦……」等等一大串「味道」。這些味道之所以會對

某些人是「香」或「好吃」，是因為伴隨著漢堡的其他新殖民文化（電影、音樂等娛樂文化、工作制度與倫理、休閒文化）也一齊在改變本土的文化生態。

換句話說，飲食文化的改變不是孤立發生的，它對生活空間全面的改造；臺北越來越像美國，臺灣人越來越像美國人，而臺灣人吃漢堡則既是「臺灣與美國相似」的結果，也是原因。

但是刈包以「臺灣漢堡」的面目出現，不但呈現新殖民主義的強勢，也舉起了本土飲食文化抵抗侵略的戰旗。

這類本土飲食文化業者在跨國經濟的壓力下並沒有轉業加入正式部門，以「美以美」這類小型漢堡三明治速食店的方式趕搭便車。相反的，這個刈包的例子巧妙地挪用文化侵略者的名稱來保存並推銷自己，本土的刈包於是在新的招牌下繼續販售，繼續傳承。

新殖民文化對本土文化的侵略往往也包含了階級的成分在內。賣刈包的路邊攤服務的是中下階級的民眾，使用「臺灣漢堡」的名稱，當然是利用中下階層對象徵中產階級生活的「漢堡」之羨慕心理，可見這種反侵略手段表示已經依附或接受了侵略所造成的現實，如：「漢堡是好吃的」，而刈包之所以好吃只因為是臺灣的漢堡。

另一方面，中下階層仍多在非正式部門、傳統行業中工作，也多半以傳統方式進行休閒，保有較多的中國文化。中上階層則較西化，他們的工作場所多已為西方制度所管理，生活方式及休閒文化也相當程度地為新殖民文化所滲透。因此，新殖民文化對本土文化的侵略也成為中上階層對中下階層的支配優勢之一。（就這一點而言，常見的中上階層對中國文化的敵視態度有相當複雜的階級因素。）

即使如此，在新殖民主義之下受益較少的中下階層，仍然以其有限的方式來肯定自我，肯定本土文化；他們吃刈包，不買漢堡，但是去麥當勞上廁所。