

跨越族群邊界：探討越南新住民 小吃店之文化意義與文化認同

Transcending the Ethnic Boundaries: Discovering the Cultural Implication
and Identification of Vietnamese New Residents' Food Stands

洪淑容 (Hung, Shu-Jung)

政治大學國家發展研究所博士生

摘要

越南新住民小吃店裡，聚集許多來自越南的新住民，她們彼此說著共通語言，交換感受與心情，並一解思鄉之苦。小吃店外也吸引許多臺灣老饕，越南牛肉河粉、越南春捲等異國料理，讓愛好美食的臺灣人慕名而來。飲食連結越南與臺灣，而越南新住民小吃店則隱含重要的文化意義與文化認同。

越南新住民來臺已近三十年，過去我們探討歧視與教育等問題，卻忽略族群邊界下文化接觸所帶來的影響。越南新住民小吃店所具有的文化意義，過去總被認為是滋生社會問題的來源。然而其中包含的家鄉味，創造族裔消費的空間，卻形成越南新住民特有的文化場域；小吃店對外開放經營的特性，也讓臺灣與越南在文化上有更多的交流與接觸機會，這是文化展演的重要場域，小吃店內外如同邊界內外，容易突顯文化特色，也易展現文化衝突，善用並跨越族群邊界推動文化發展與交流，將是我國推動新南向政策與面對全球競爭的重要能力。

關鍵詞：族群邊界、越南新住民、文化意義、文化認同、新南向政策

Abstract

So many Vietnamese new residents in Taiwan get together in Vietnamese food stands, where they can talk with their own language and share their feelings to cure homesickness. The Vietnamese new residents' food stands also attract Taiwanese gourmets to taste their exotic dishes, just like Vietnamese beef pho, spring rolls, and so on. As mentioned above, we can find diet is a linkage between Vietnam and Taiwan. Vietnamese food stands imply crucial cultural implication and identification.

Vietnamese new residents have come to Taiwan for nearly thirty years. In the past, many researches on Vietnamese new residents always focused on the issues of discrimination and education. We ignored the influence of cultural contact under the ethnic boundaries. The Vietnamese food stand has its own cultural meaning but has always been considered as a source of social problems. However the hometown flavors in Vietnamese food stands form an ethnic space of consumption and a unique cultural field. On the fields, both Taiwanese and Vietnamese can realize and show their different cultures. Vietnamese Food stands are like ethnic boundaries. In the area, we can easily highlight cultural characteristics and recognize the differences. Crossing ethnic boundaries and promoting cultural exchanges are essential capacities to facilitate New Southbound Policy and face global competition.

Key words: Ethnic Boundary, Vietnamese New Residents, Cultural Implication, Cultural Identification, New Southbound Policy

壹、前言

有關越南新住民研究，過往多著重於新住民來臺後的文化適應、歧視、經濟生活及教育等衝擊適應問題，然而自 1990 年代中期至今，新住民大量來臺，其對臺灣的文化環境適應，已從蜜月期的好奇與包容，歷經文化衝擊期的焦慮不安，轉而進入調適期的適應與精熟期的發揮長才。¹ 儘管並非所有的新住民都會完整經歷這樣的文化歷程，但仍可得知新住民來臺已有不同的文化經驗與改變，這樣的改變，從新聞報導中亦可得知，早期《中國時報》及《聯合報》之電子新聞報導，當時的新住民被稱作外籍新娘，歷經約莫 30 年，這群來自東南亞的新臺灣之子的母親，我們稱呼她們為「新住民」；新聞報導焦點，也從過去的不平對待、政府救援等議題，改為新生活與面貌的呈現，這貼近民生的時事演變，就是一種文化互動後的轉變。

因應政府推動新南向政策目的，我國與東南亞各國間往來頻繁，面對來自東南亞之新住民，我們更強調文化接觸後的新價值。如政府為推動新南向政策，藉由外交部協助推廣新南向國家旅遊，亦是藉由美食、廟宇等面向，展現文化融合的魅力，² 並且尊重新住民為臺灣帶來的新文化，積極以各種不同的政策來照顧新住民。³

依內政部統計處 2018 年第 14 週內政統計通報顯示，2017 年國人結婚統計，東南亞國籍自 2005 年統計以來，首次超過大陸地區配偶人數，其中以越南籍人數最多，⁴ 總計超過九萬人；如加上同期將近十七萬的越

¹ 吳功孝，「在臺灣越南人對臺灣小吃體驗之研究」，明新科技大學工業工程與管理系碩士論文（2017 年 6 月），頁 8。

² 洪瑞琴，「觀光新南向 臺南古蹟美食躍上菲泰熱門電視臺」（2019 年 10 月 30 日），《自由時報》，<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2962410>。

³ 蘇永耀，「蔡英文：新住民是臺灣的新驕傲！」（2019 年 12 月 16 日），2019 年 12 月 20 日下載，《自由時報》，<https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/3011141>。

⁴ 「107 年第 14 週內政統計通報（106 年與國人結婚登記之東南亞配偶計 8,569 人，自 94 年來首次超越陸配人數）」，2019 年 12 月 14 日下載，《內政部統計處》，https://www.moi.gov.tw/stat/news_detail.aspx?sn=13704。

南籍勞工，⁵ 總計超過二十六萬的越南籍移工與配偶在臺，這為數不少的越南新住民及其網絡，已與臺灣有著不可分割的連結關係，越南新住民擁有與臺灣人相同的權利與身分，不必居留期滿出境、不必因為違法而被遣返回國，她們努力經營自我生活，尋找最適場域、時機，以顯現其自身文化的認同與價值。越南新住民小吃店，擁有跨族群邊界及地理空間的群聚角色，在此場域除能展現自我文化價值，並能成為新移民的謀生工具，具有積極主動對抗污名及尋求社會認同的意涵。⁶ 這是非主流文化藉以存在於主流文化的事實，她們如何能在融入與保有自我文化間找到平衡點，是過去我們對新住民所忽略的文化性探索，當越南新住民文化與臺灣文化接觸，並不會有任何一方的文化因此消失，而是以不同的形式繼續存在與發展。

貳、越南新住民文化與族群邊界理論

有關移民者生活與問題研究，時間是導致移民者社會角色變化的重要因素，移民者對文化的熟悉與接受度，將隨時間的延續而逐漸演進。賴誠斌、翁陳綉針提出文化與個人的關聯性：「理解一個人，必須從她自己身處的社會文化脈絡來理解，而不是作個人式內在動機歸因」。⁷ 王仕圖也在研究中指出，個人與社會網絡的關聯性，個人社會支持網絡成員，有配偶、父母、親戚、朋友、鄰居、同事等，社會結構層級，則有家庭及社區，在家庭這一層包含了家人與親屬，社區含蓋鄰居、朋友、社團」，⁸ 因此說明個人與文化的關聯性，以及所處社會網絡的互相連結。新住民對臺

⁵ 「產業及社福外籍勞工人數 - 案國籍分」，2019 年 12 月 14 日下載，《勞動部勞動統計月報》，<https://www.mol.gov.tw/statistics/2452/2453/勞動統計月報/>。

⁶ 游美貴、楊榮宗、廖咏芳，「污名及其抵抗：媒體、社區與多元差異—陌聲既出：婚姻移民、多音繞舌、異文『化』空間(I)」(2014 年 10 月)，2019 年 12 月 15 日下載，《科技部補助專題研究計畫》，<https://www.grb.gov.tw/search;keyword=Multicultural%20spheres;type=GRB05;scope=1>。

⁷ 賴誠斌、翁陳綉針，新住民工作坊實務手冊—聽見飄洋過海的聲音（臺南：臺南崑山科技大學幼兒保育系，2009），頁 17。

⁸ 王仕圖，「個人社會支持的網絡結構：以快速成長的郊區社區為例」，臺灣社會學刊，第 23 期（2000），頁 149。

灣文化的影響，在李其榮、沈鳳捷的研究中指出：「移民者做為文化承載者和傳播者，通過自覺不自覺的活動，將更多不同的文化因素帶到了原有的系統中，增強了文化的多樣性，衝擊原有文化結構，並促進系統進化。對移民者來說，從自己的祖國移民到他鄉，並無法迅速脫離原有的民族文化而融入新的社會，相反的，他會受到原有文化的影響，在新的居住空間保存了祖國的傳統文化和生活方式」。⁹ 由此可見，文化具有一定的延續性，當面對不同文化時，新住民仍會保留既有文化特質，並隨著時間，緩慢的調適與改變。

而對越南新住民來說，各種文化傳承元素中，飲食往往是她們初到臺灣家庭最受關注的面向，在張婷婷、張翰壁研究中提到：「對越南籍婚姻移民來說，她們被夫家家庭視為是飲食文化具有異國風味的外國人，越南籍婚姻移民本身的族群認同與邊界也都是定位在越南人的國族基調上，食物是她們區分與在地文化以及強化自身國族認同的必要標誌」。¹⁰ 而在張坤州遊覽越南時的著作也提出：「如果到了越南，錯過了當地的道地美味；那麼即便是人文、景緻、風情一覽無遺，終究還是獨抱缺憾。」¹¹ 顯現越南飲食的獨到風味，也成為新住民的思鄉慰藉，如吳挺鋒的詮釋：「到家鄉小吃店去是帶有一定的文化性消費（cultural consumption）意味」，¹² 小吃是文化展現的面貌，其包含人情味、老闆手藝與個人特質等元素，小吃對於離鄉遊子來說，最能突顯其魅力所在，因為每當回鄉時，前往朝思暮想的家鄉小吃店是首要工作。¹³ 品嚐小吃是人與人之間互動的媒介，飲食場所可化解彼此距離，並製造彼此接觸的機會，這是一種跨文化的適應

⁹ 李其榮、沈鳳捷，「跨國移民與東亞現代化—以中、日、韓三國為例」，*社會科學*，第5期（2010年5月），頁28。

¹⁰ 張婷婷、張翰壁，「東南亞女性婚姻移民與客家文化傳承：越南與印尼籍女性的飲食烹調策略」，*臺灣東南亞學刊*，第5卷第1期（2008年3月），頁138。

¹¹ 張坤州，*情境越南—似曾相似的50年代臺灣*（臺中：生活家出版事業有限公司，2004），頁112。

¹² 吳挺鋒，「外勞休閒生活的文化鬥爭」，臺中：東海大學社會學研究所碩士論文（1997年）。

¹³ 武氏水，「越南人對臺灣美食小吃之體驗意象」，明新科技大學管理研究所碩士論文（2015年8月），頁19。

過程。而越南新住民來臺時，為因應家庭生活需要，對於臺灣料理必須迎合家人口味，卻也因此更瞭解臺灣文化與美食經驗。¹⁴

張春炎的研究中也指出飲食與空間場域的關聯性：「消費、飲食文化和消費場域內之行動者闡述和剖析，確實有助於臺灣社會深一層瞭解與我們生活日益緊密的東南亞新住民，不論是作為新來者或弱勢者之生活和處境，嘗試提出『局內人』的內在世界觀、情境實況」。¹⁵ 另因語言造就邊界的存在，儘管小吃店顧客包含臺灣人，她們仍得維持屬於自身的溝通模式，這是既存的族群邊界，如王志弘研究中提到：「族群間的交流互動，與族裔間的劃界區分，同時並存。邊界維持、劃界實踐及邊界意識的存在，並非理所當然是本質化之族群特質的產物，反而是在持續跨界交流下，必須要解釋的現象。」¹⁶ 越南新住民小吃店因具有族群邊界的角色，其互動與劃界交織下的結果，使其更具存在價值。

參、從族群邊界探索越南小吃店之文化意義與認同

一、族群邊界之意義與作用

（一）族群邊界的存在

族群邊界的確立，劃分出所謂的差異與相同性，在蔡珮指出：「族群邊界主要是社會邊界（socialboundaries），而不是地理（territorial）邊界；會改造社會生活，引起複雜的行為組織與社會關係，隸屬於同一族裔的人會分享同樣的評價標準，意即有共同的遊戲規則，以界定我群的邊界。」¹⁷ 族群邊界的形成，劃分我群與他群的差異，其與文化認同間產生無

¹⁴ 吳功孝，「在臺灣越南人對臺灣小吃體驗之研究」，明新科技大學工業工程與管理系碩士論文（2017年6月），頁40-41。

¹⁵ 張春炎，「從異鄉人到『藝』鄉人：中和區小緬甸美食街的文化景觀和象徵展演」，臺灣東南亞學刊，第8卷第2期（2011年），頁147。

¹⁶ 王志弘，「我們有多元文化城市嗎？臺北都會區東南亞族裔領域化的機制、類型與作用」，臺灣社會研究季刊，第82期（2011年6月），頁42。

¹⁷ 蔡珮，「澳洲布里斯本澳籍臺裔的離散認同研究」，人口學刊，第40期（2010年6月）。頁97。

法分割的連結關係，因為邊界的界定，讓族群成員瞭解展現自我的界域範圍，族群邊界運用於臺灣目前有關新移民、移工的研究來看，即形成特定的族群得聚集區，並發展出其特有生活樣貌與文化。

族裔消費空間的界線劃分，即形成所謂的特有文化場域，在張雪君對移民消費經濟研究指出：「如同臺灣都市火車站周圍如臺北、高雄、桃園等地，因交通便利之故，假日成為外勞的休閒場所，因應這些外勞的生活需求的東南亞店家 - 小吃店、雜貨店、美容院、攤商也開始出現」。¹⁸ 因此在這些外勞族群的聚集地，自然的形成族群邊界的劃分，其所顯現的族群特色，致使不同族群間產生了差異。

然而所謂的族群邊界也並非亙古不變，在王志弘對東南亞族裔領域的研究中指出：「社會群體並非穩定的『事物』，界定不同群體之存在的社會邊界和文化差異，也非封閉、穩固且明確，而是在互動中變化，並由日常實踐來維繫。邊界並非理所當然的固定存在，而是一種劃界、跨界、再劃界過程，亦即，領域化的過程」。¹⁹ 在文化互動的過程中，邊界會隨著彼此互動的結果不斷調整、改變，因為雙方立場與態度的不同，邊界也將越趨明顯或淡化。

（二）族群邊界與越南小吃店的關聯

有關族群邊界的研究中，移工所形成的族裔經濟與邊界，「家鄉味」所代表的思鄉情節，是族群消費經濟中的重點，在王志弘、沈孟穎、林純秀研究中，也提出族裔餐飲店的族群隔離概念：「族裔餐飲店是社群網絡核心，不僅供應家鄉食物，更是結識同族裔朋友的節點。在餐廳或雜貨店與同族裔者相遇，有時只需點個頭、說幾句話，便安慰了遠離家鄉的愁苦」。²⁰ 當移工或移民族群在熟悉的環境用餐時，餐館店內的互動，使用

¹⁸ 張雪君，「都市邊緣地區的行動者：東南亞女性店家文化涵化研究」，區域與社會發展研究，第4期（2013年12月），頁95-135。

¹⁹ 王志弘，「我們有多元文化城市嗎？臺北都會區東南亞族裔領域化的機制、類型與作用」，臺灣社會研究季刊，第82期，頁41。

²⁰ 王志弘、沈孟穎、林純秀，「族裔公共空間的劃界政治：臺北都會區外圍東南亞消費地景分析」，臺灣東南亞學刊，第6卷第1期（2009年1月），頁34。

相同的語言寒暄，那是在異鄉難得的一種暢談。在張春炎有關飲食互動研究中亦說明：「在享用食物的道地口味，以及店主與客人、客人與客人之間的享用與溝通互動中，讓食物的生產與消費之間，在一個故里相連的場域，得以創造出在他鄉中過著故里的生活姿態和氛圍」。²¹

因此我們可以看出越南小吃店對內提供相關族裔群體的空間，對外因與臺灣顧客互動，也能展現互動與交流。而在邱琬雯對越南女性店家網絡集結研究中也指出小吃店的矛盾與衝突：「越南小吃店兼具經濟與非經濟的功能，在逐漸形成網絡集結點的同時，也受到來自接待社會臺灣加諸給它們移民區病理的污名化，越南女性為了顧及東南亞人和臺灣人兩種客源，必須時時面對『移民區病理 vs. 網絡集結點』的矛盾，從中找出一定的平衡。」²² 穿梭邊界的越南小吃店，賺取足夠的利潤是永續經營的基礎，越南新住民小吃店，因具有不同本地的店面風格，來往穿梭的越南女性身影，皆容易彰顯越南新住民小吃店存在的能見度，且越南小吃店與其他東南亞小吃店的差別，在於越南小吃店會依顧客類型與需求來調整菜色種類與口味，比起印尼與泰國小吃店主要客源是印尼與泰國同鄉，其顧客群會有學生與上班族等臺灣顧客前來用餐，²³ 此將強化其族群邊界下的互動角色。越南新住民將家鄉的飲食文化帶進臺灣，食物的聚集地能維繫同族裔的情感，也將串起他們與臺灣社會的互動關係，這是新住民小吃店在族群邊界下所具有的雙重功能。

二、越南小吃店存在的文化意義與認同

有關飲食與文化的研究，食物的準備及消費是與其他核心的社會生活牽連在一起，尤其在文化層面的討論，食物能連結至其他文化符號意義，

²¹ 張春炎，「從異鄉人到『藝』鄉人：中和區小緬甸美食街的文化景觀和象徵展演」，頁 160。

²² 邱琬雯，「移民區病理 vs. 網絡集結點」的衝突與克服：以在臺越南女性的店家為例」，教育與社會研究，第 13 期（2007 年 6 月），頁 115。

²³ 張雪君，「都市邊緣地區的行動者：東南亞女性店家文化涵化研究」，區域與社會發展研究，第 4 期（2013 年 12 月），頁 114-116。

及其個人或集體所具備的特殊文化。²⁴ 尤其對離開母國在他鄉生活的人說，食物對個人總有一份特別的味道，尤其當你處於異國時，這種對食物的味蕾更加明顯。²⁵ 這樣的飲食消費，有其文化上的象徵意義，而提供越南飲食的新住民小吃店，更彰顯出文化的認同與衝突的意義。

（一）越南新住民小吃店之文化象徵意義

探討新移民議題，以符號互動理論觀察，²⁶ 越南小吃店的存在是族群的展現以及文化認同的場所，如蔡珮指出：「形成一個共同體或集體認同的重要象徵符號，不只是在族群內部成員互動間有『趨同』的意義，也來自和外部社群互動人我差異區分中形成『區異』的意義」。在這裡所謂的象徵符號，是來自於認同的價值，因為瞭解自身與在地人的差別，更得以讓她們知道誰是自己人」。²⁷ 故象徵符號除了突顯認同，也隱含差異所造成我族的肯認與結合，以維護自我價值的存在性。

過往對越南新住民的想像，常以低文化水準、外籍幫傭進行描述，陳先才、陳兵對於臺灣新住民的研究也指出：「在移民原因上，宗教、政治迫害、經濟、婚姻皆是移民進入美國的因素，當中不少人是受教育程度良好和有一定經濟基礎者；而臺灣新住民卻有著高度的同構型，多因婚姻進入臺灣，絕大多數是女性，教育程度偏低、經濟地位不高」。²⁸ 甚至認為這些女子天生下來就是打算嫁給外國男子、打算以婚姻來改變生活條件。嚴國鉉研究新移民的婚姻故事也提到越南新住民專門的養成機構：「越南養媽是一種特殊行業，是越南女子嫁為臺灣媳婦之前必然停駐的另類中途

²⁴ Toby A. Ten Eyck, "Managing Food: Cajun Cuisine in Economic and Cultural Terms," *Rural Sociology*, Vol. 66, No. 2 (2001), p. 227.

²⁵ Heng-Chang Chi & Peter Jackson, "Thai Food in Taiwan: Tracing the Contours of Transnational Taste," *New Formations*, Vol. 74, No. 1 (2011), p. 79.

²⁶ 所謂的符號互動理論為人所展現之社會行為提供基本形式，在生活中透過各種語言或非語言的符號展現，可與他人互動並獲得符號背後所賦予的認定價值，如十字路口的紅綠燈或是交通警察的手勢，代表著意味通行或禁止通行。請見孫玲、蔡瓊，「符號互動理論指導下的跨文化溝通」，*企業改革與管理*，第3期（2010年），頁40-41。

²⁷ 蔡珮，「澳洲布里斯本澳籍臺裔的離散認同研究」，頁97。

²⁸ 陳先才、陳兵，「臺灣社會新住民問題研究」，*臺灣研究集刊*（廈門），第138期（2015年），頁35。

之家，越南女子在養媽處的開銷，由男方給付仲介的統包費用支付，養媽必須承擔越南女子嫁不出去的蝕本風險。養媽處的訓練，包含指點衣著打扮、傳授相親禮儀、教導烹調臺灣口味的家常菜以及簡單的國語會話（如老公、吃飯、洗澡、謝謝等）。²⁹ 而在張菁芳對外籍配偶適應臺灣的研究中又指出：「在跨國婚姻帶來的新移民浪潮下，外籍與大陸配偶離開母國進入臺灣，一方面背負著買賣婚姻的汙名，一方面媒體過度渲染誇大的報導，加上這群新移民女性多是自低度開發、經濟較落後的國家而來，更使他們處於種族、階級和性別的三重弱勢，造成其社會、經濟地位被邊緣化」。³⁰ 諸如此類的研究與想像，不斷指出越南新住民的負面形象。而越南新住民小吃店的存在，卻能展現出新住民獨立自主與打拼的能幹形象，如 2019 年 8 月 21 日《中時電子報》報導指出：

一碗牛肉河粉裝載著新住民飄洋過海打拚紮根的故事，澎湖「阿鳳越南牛肉河粉」變身在地招牌小吃，小小店面擠爆人潮，最正港越南美味擄獲老饕們味蕾。整天笑口常開的阿鳳驕傲地說，牛肉河粉滿載著偉大的愛、傳遞著包容的心、散播著新住民樂觀進取打拚生活的精神，她樂當澎湖人為榮。³¹

《中國時報》2003 年 10 月 15 日的報導指出，越南新住民因為自營小吃店獲得穩定收入實例，顯見越南新住民經營小吃店所獲得之經濟自主能力，與過往對新住民依賴老公寄錢回家的形象有所不同：

經濟不景氣中，兩姊妹經營的小吃店，最多一天有兩、三萬元進帳，讓姊妹倆笑得合不攏嘴，楊嘉慧與丈夫陳定南介紹的兩百多對聯姻，是小吃店的常客，只要越南新娘想家，懷念故鄉阿嬤的

²⁹ 嚴國鉉，*嫁來臺灣—新興移民的婚姻故事*（臺北：新新聞文化事業股份有限公司，2006），頁 66。

³⁰ 張菁芳，「臺灣地區外籍配偶適應生活之社會需求初探」，*中華行政學報*，第 5 期（2008 年 6 月），頁 169。

³¹ 陳可文，「正港越南美味，澎湖阿鳳名氣響噹噹」（2019 年 8 月 21 日），2019 年 12 月 20 日下載，《中時電子報》，<https://turnnewsapp.com/tw/yummy/122984.html>。

鄉土味，都會專程趕來品嚐一番，一解思鄉之苦，並順道買些來自越南食品罐頭。³²

越南小吃店的出現，強化越南新住民料理上的獨特風味，所謂的越南飲食，尤其以越南河粉更是越式料理的經典，口味偏酸辣，食用時加入新鮮生菜，再滴入檸檬汁等調味，非常美味。如在《聯合報》2013年4月17日報導即指出越南料理是多元文化不可或缺的象徵性文化：

越南籍新住民鄧艷媚、阮夢翠等人也到場幫助，料理越南咖哩、越南酸湯、越南粽子與越南河粉等美食。中壢市民代表賴立竹表示，新住民在中壢經營故鄉美食小吃店，帶給中壢人更多品嚐異國料理的機會，增添多元文化的特色。³³

《聯合報》2001年11月1日報導指出，會料理的越南新住民，是出自於良好的越南家庭，這是對廚藝的正面看法：

胡建東表示，太太娘家在越南是望族，岳母平時就很會做菜，他覺得越南菜口味特殊，可以滿足臺灣食客新鮮、好奇的感覺。兩人商量後，決定開一家越南小館，除了可以幫助改善生活，也能讓太太發揮手藝。³⁴

（二）越南新住民小吃店之文化認同價值

飲食對越南新住民的重要性，深深影響著其文化認同，張春炎從文化建構的觀點來看：「在東南亞風味飲食現象中，除了展現該社群在其族裔風味飲食場域的互動關係外，也使社群之外的行為者關注或想像，環繞在這個場所中的異鄉人的社群情感，及其對於遠方情感聯繫的特殊互動性」。³⁵ 飲食文化的特殊性，建構新住民對自我價值的認同，臺灣社會存

³² 陳世宗，「越南姊妹花 滿足故鄉老饕胃」，《中國時報》，2003年10月15日，第C3版。

³³ 劉愛生，「越配開店，姊妹淘料理家鄉味」，《聯合報》，2013年4月17日，第B2版。

³⁴ 賴福順，「越南女在臺灣尋到一片天」，《聯合報》，2001年11月1日，第19版。

³⁵ 張春炎，「從異鄉人到『藝』鄉人：中和區小緬甸美食街的文化景觀和象徵展演」，頁147。

在的多元社會價值，雖使臺灣民眾容易接受不同的文化面貌，但卻也容易造成文化間不易察覺的文化較勁，江玉琴對多元文化的描述中提到：「多元文化主義無法解決移民和主流族群的差異認識和差異政治，也就無法真正做到和而不同。多元文化主義已經成為了一種多民族國家爭奪政治權力的策略，並不能解決因少數族群與主流族群的深層次衝突」。多元文化主義已經成為了一種多民族國家爭奪政治權力的策略，並不能解決因少數族群與主流族群的深層次衝突」。³⁶ 越南新住民來臺人數，已在東南亞國家中占多數，維持其特有的文化認同是重要的文化價值，因此在飲食文化上，她們堅持所謂的道地精神，因為食物背後所隱含的，是一個更廣泛有意義的系統，飲食行為的改變，其中牽引著更多行動與文化的脈絡。³⁷ 他們堅持原鄉原味的料理，打造越南文化的小店設計，在《中國時報》2003年10月15日的新聞報導：

楊嘉慧草寮搭建的正宗越南小吃店，位於沙鹿鎮，外觀破爛不起眼，屋頂上還懸掛一面越南星旗，代表她們越南新娘飲水思源莫忘本，更加凸顯出東南亞小村莊的情境；越南道地口味讓人齒頰留香，其中牛肉麵、春捲、大腸，還有酸辣湯，與臺灣口味不盡相同，春捲還加來自越南的生菜。連靜宜、弘光的學生都慕名而來，品嚐道地越南風味的小吃。³⁸

然而為能維持飲食文化的傳承，越南新住民也會因應文化適應而調整，但仍保持特有的料理風味。如臺灣婆婆認為魚露味道濃郁不好聞，禁止他們料理時使用，對越南新住民來說，卻是越南風味不可缺少的重要佐料。因此突破對越南飲食風味的偏見，常成為她們的潛意識目標，她們會使用不同方式，讓越南菜悄悄爬上臺灣餐桌。新住民進入臺灣家庭，多數

³⁶ 江玉琴，「論多元文化主義的悖論與超越：以移民流散文化為例」，深圳大學學報（人文社會科學版），第28卷第3期（2011年5月），頁26。

³⁷ Fabio Parasecoli, "Savoring semiotics: food in intercultural communication," *Social Semiotics*, Vol. 21, No. 5 (2011), p. 655.

³⁸ 陳世宗，「越南姊妹花 滿足故鄉老饕胃」，《中國時報》，2003年10月15日，第C3版。

會調適自己適應臺灣菜，而因為臺灣屬模糊與脆弱的飲食主體，在雙方彼此調適過程中，逐漸加入越南新住民的飲食習慣，臺灣家庭能採納新住民的口味，形成一種共存的飲食文化。³⁹ 此也影響越南小吃店之經營模式，為了吸引顧客群並保有自身飲食文化，經營者也會因應顧客特性而調整料理，在高郁婷、王志弘 2018 研究中發現，東南亞飲食店以越南和泰式餐飲店為主，因其能接近臺灣口味，數量眾多且滲入臺灣社會，不同其他如印尼、菲律賓飲食店，則較聚集於外籍移工較多的特定地點。⁴⁰ 《自由時報》2019 年 11 月 10 日報導也指出越南小吃店，因應臺灣料理特色的調整與適應：

來自越南的阮氏蓓，「越式酸魚湯」是她從小吃到大的家常菜，很受越南人青睞的家常菜，食材可以使用吳郭魚、河鰻甚至雞肉，但她在臺灣料理大多使用鱸魚。⁴¹

邱淑雯 2007 年訪談越南新住民老闆娘時提到，臺灣人吃不慣越南口味，如越南鴨仔蛋讓人望之怯步。所以老闆娘強調「菜單在地化」，保留越南風味但不刻意強調越南口味的「道地」，因此增加許多臺灣顧客，也多了與臺灣人交流聊天的機會，讓她們覺得終於有臺灣人肯正視她們，她們也比以往更融入與瞭解臺灣。⁴²

越南小吃店的存在，創造了臺越雙方互動交流的管道，藉以展現越南新住民賢慧巧手的形象，反而逐漸改變臺灣社會對越南文化的看法，並在社區引領不同的浪潮。在《聯合報》2015 年 4 月 6 日新聞報導指出：

³⁹ 林承彥，「越南籍女性新住民來臺後飲食調適歷程」，高雄餐旅大學臺灣飲食文化產業研究所碩士論文（2013 年 1 月），頁 28。

⁴⁰ 高郁婷、王志弘，「展演道地：臺北族裔風味餐廳個案研究」，地理研究，第 69 期，頁 40。

⁴¹ 蘇福男，「廣福社區開辦異國文化廚房 新住民姊妹端出私房好菜」（2019 年 11 月 10 日），2019 年 12 月 20 日下載，《自由時報》，<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2973491>。

⁴² 邱淑雯，「移民區病理 vs. 網絡集結點」的衝突與克服：以在臺越南女性的店家為例」，頁 113-115。

女兒出生後，先生與婆婆認為學越南母語將來用不上，不贊成她教女兒越南母語，後來開了越南小吃店，來店的越南同鄉漸多，她的先生、婆婆瞭解多學外語的好處，不再排斥陳觀嬌教女兒越南母語了。⁴³

而 2016 年 1 月 25 日《中時電子報》也提到新住民小吃店的飲食調適，並進而發展成為當地的飲食特色：

老闆娘會依客人需要調整佐料，對初上門的臺灣客她還會貼心減低辣味。她引領越南料理風潮，也有不少越南鄉親趕來一解鄉愁，近來繼光街越南小吃店也開始流行法式麵包配越南咖啡，整條街都搶著仿效，她靠著好手藝，吸引臺越兩地鄉親聞香上門，小吃店也發揮磁吸效應，將繼光街變成異國美食街，她也靠著美食在新故鄉生根。⁴⁴

（三）族群邊界下之文化衝突與調適

在林彩岫等人對新移民的文化適應研究中提到：「她們會採取有利於自己在現實生活中得以生存的文化特質，縱使碰到不合理的對待、汙名化甚至歧視，也會暫時接受，作為一種以退為進的迂迴策略。這些跨國移民運用其對家鄉的記憶，在臺灣社會尋找母文化認同的情境。」⁴⁵ 另外張雪君對新住民店家文化涵化的研究中也指出：「當個人遭受因文化差異所帶來的文化衝擊，受影響的一方，通常是少數的弱勢族群或者移民，當自己感受到與原熟悉環境有所差異或格格不入時，則必須在個人的態度與行為上

⁴³ 顏彙燕，「大姊的麵店越配第二個家」，《聯合報》，2015 年 4 月 6 日，第 B2 版。

⁴⁴ 馮惠宜，「新住民翻轉人生，引領越南小吃街風潮 失婚不失意 家鄉菜扎根新故鄉」（2016 年 1 月 25 日），2019 年 12 月 19 日下載，《中時電子報》，<https://www.chinatimes.com/newspapers/20160125001067-260102?chdtv>。

⁴⁵ 林彩岫，葉憲峻，許世融、薛雅惠、張雪君、鍾才元、林惠蘭、許麗日、賴莞玲、錢富美、林政逸，多元文化教育—新移民的原生文化與在地適應（臺北：五南圖書出版股份有限公司，2012 年），頁 88。

作改變，以在新環境中生活」。⁴⁶ 文化適應過程中，因為好奇與模仿，會逐漸調整原生文化以適應新環境，但並不表示短暫的調適會遺忘既有文化的價值。

在文化接觸過程中，因差異所帶來的文化衝突時常發生，更甚有因為居住地的改變與不適應，對越南新住民小吃店的負面批評，在東南亞族裔消費空間，王志弘 2011 年研究中指出，當地居民和部分商家對於移工聚集多表達喧鬧、垃圾、攤販衛生等負面反應，另有部分受訪者對族裔飲食的特殊味道飄散產生反感，並暗指經營色情行業的指責等，然而這些指責，卻時常來自於感受到原本自有領域的改變。⁴⁷ 而張雪君 2013 年訪問臺灣人對東南亞小吃店看法時，受訪者認為該類小吃店是東南亞移民聚集地，卻是臺灣民眾不願前往消費的場域，並直覺認定這些小吃店不注重衛生、製造髒亂，另外還有小吃店附設卡拉 OK，噪音也很嚴重。而在《關鍵評論網》上，亦有針對越南小吃店經營者的訪問提到，飲食差異所造成的負面印象：

來自南越的新住民老闆，曾遇見來店消費的母親告誡孩子：「生菜髒，不要吃。」也曾有人問她：「生菜洗過幾次？真的乾淨嗎？」但她卻想問「當你們吃起美國的生菜沙拉，你們會嫌髒嗎？」，當開啓這話題時，老闆亦提及曾有臺灣電視臺採訪其他越南美食店，面對鴨仔蛋這道料理時，主持人極其誇張地形容它噁心、不文明。老闆表示，即便是節目效果，也很傷他們的心。⁴⁸

另外，亦有許多有關越南「小吃店」的地下經濟負面報導，如《中國時報》2004 年 11 月 8 日報導指出：

⁴⁶ 張雪君，「都市邊緣地區的行動者：東南亞女性店家文化涵化研究」，頁 107。

⁴⁷ 王志弘，「我們有多元文化城市嗎？臺北都會區東南亞族裔領域化的機制、類型與作用」，臺灣社會研究季刊，第 82 期（2011 年 6 月），頁 63-72。

⁴⁸ 顧世瑜，「她想對誤解越南美食的人表示：『我不需要贊同，但至少不要批判』」，《關鍵評論》（2019 年 8 月 21 日），2019 年 12 月 20 日下載，<https://www.thenewslens.com/article/123731>。

過去從事婚姻仲介，男女雙方都抱持單純心態以結婚為目的。最近亂象頻傳，不斷傳出以假結婚、真賣淫的例子。臺灣從南到北，打著越南女性經營的「小吃店」如雨後春筍般出現，究竟是否都因迫於經濟才下海養家，很難查證。⁴⁹

《聯合報》2007 年 11 月 4 日新聞報導：

高雄市小港區一位里長說，曾有越南小吃店向他探聽外籍配偶生活適應班開班訊息，再派店裡小姐去上課；業者通常慫恿對方先「兼差」嘗些甜頭，再慢慢讓她「撩下去」。生活適應班由社會局或民政局委外辦理，一度因此被「汙名化」，承辦單位費心防範，適應班才漸建立口碑。⁵⁰

《中國時報》2007 年 5 月 4 日新聞報導指出：

鐵皮屋被人用來開賭場抽頭的案例也不少，北縣不少偏僻山區，常可見鐵皮屋外停放雙 B 名車，不像工人的人出出入入，還有人把風，可以想見裡面輸贏很大，也很容易發生「黑吃黑」。另外，都會區周邊一些鐵皮屋掛羊頭賣狗肉，暗藏春色，許多越南「小吃店」就隱身其中。⁵¹

除上述負面評價外，亦有部份研究指出臺灣顧客對小吃店的正面評價，在高郁婷、王志弘 2018 研究中，訪談至越南新住民小吃店用餐的臺灣顧客發現，當小吃店經營簡單，口味如能被臺灣人所接受，一樣能夠高朋滿座並給予正面的評價。⁵²《聯合新聞網》2017 年 4 月 30 日報導：

在中壢火車站附近有種置身在東南亞國家的感覺，因為外籍勞工多，因而開了許多東南亞的商店、餐廳，其中有一間越南人開的

⁴⁹ 林偉妃，「跨國婚姻商品化各有所圖」，《中國時報》，2004 年 11 月 8 日，第 A3 版。

⁵⁰ 謝龍田、邱英明，「潛進識字班，拉同鄉齊下海」，《聯合報》，2007 年 11 月 4 日，第 A3 版。

⁵¹ 林家群，「藏汙納垢其來有自」，《中國時報》，2007 年 5 月 4 日，第 C1 版。

⁵² 高郁婷、王志弘，「展演道地：臺北族裔風味餐廳個案研究」，《地理研究》，第 69 期，頁 48。

越南料理餐廳，店內用餐環境乾淨、衛生，氣氛也很好，提供菜色比想像中豐富，不只外籍人士喜歡來這裡用餐，連很多臺灣民眾也慕名前往。「每到用餐時間總須排隊等待，這是當地名店，顧客多是附近上班族。這家店『CP 值高』、『味道好』，或肯定其道地的保證：『滿越南的口味，酸辣的……老闆越南人』」。⁵³

另外，越南新住民小吃店經營者的態度影響著小吃店的評價，當其積極經營並努力改善飲食風味，往往能造成正面評價，如吳雅玲、楊美玲在 2018 研究中針對越南新住民進行訪談中指出，越南新住民經營小吃店，她們會透過服務顧客之經驗累積來改善自己的技能，比如透過顧客的回饋，她們會改良越南小吃店調味或烹煮方法。⁵⁴ 而《中時電子報》2016 年 1 月 25 日報導指出：

開店前老闆娘不斷反覆練習製作各種越南料理，直到做出媽媽的味道，才敢推出讓大家品嚐，現在她每年回去越南 3、4 次，向媽媽學習做菜，她一路走來接受很多臺灣人幫助，相信只要努力堅持，沒什麼事做不到。⁵⁵

《中國時報》2005 年 3 月 23 日的新聞報導指出：

就像越南菜要迎合臺灣口味一樣，越南新娘來臺灣更需要調適。麥玉珍、廚師關秋莉和會計陳重欣，都是十年前嫁到臺灣的。昔日外籍新娘少，國人接受度低，她們出國之前也沒學過臺灣話、國語，更不曉得這個陌生的國度「圓或扁」。剛來那幾年，三人吃足了苦頭。後來慢慢調整觀念、學習語言習俗、適應先生和公

⁵³ 「必訪！生春捲、咖啡一應俱全 鳴心越南牛肉河粉」(2017 年 4 月 30 日)，2019 年 12 月 17 日下載，《聯合新聞網》，<https://udn.com/news/story/7206/2418067>。

⁵⁴ 吳雅玲、楊美玲，「在臺移民女性之自僱性就業經驗與影響因素的關係模式建構」(2018 年 10 月)，2019 年 12 月 17 日下載，《科技部補助專題研究計畫》，<https://www.grb.gov.tw/search;keyword=Taiwanese%20career%20women;type=GRB05;scope=1>。

⁵⁵ 張立勤，「越南單親媽靠廚藝 開 3 店月收百萬」(2016 年 1 月 25 日)，2019 年 12 月 15 日下載，《中時電子報》，<https://www.chinatimes.com/newspapers/20160125001146-260107?chdtv>。

婆。融入這個社會的同時，這幾個越南新娘找機會見面，講媽媽的話、一起煮故鄉口味、唱越南歌。⁵⁶

另外從洪淑容 2007 年針對越南新住民之就業歷程研究中也發現到，當臺灣人出現在小吃店中與越南新住民互動時，周遭越南新住民容易存有戒心與警覺，她們會以一種不信任的姿態緊盯「外來客」，並以你所不懂的越南語言互相溝通。但當小吃店老闆娘從中協調與溝通，會發現多數新住民會卸下心防，有些甚至會加入一起交談，以不流利的中文，訴說來臺的辛苦歷程。⁵⁷ 觀察各研究中，有關臺灣人對新住民小吃店的印象與觀感，存在著正面與負面評價，有些是民眾想像、有些則是因為經營者態度，但因為越南新住民小吃店所具有族群邊界之開放特質，若能藉此機會互相瞭解與互動，將能減少文化衝突的發生。

三、探討族群邊界與文化交織下越南小吃店之存在意義

（一）情感的支持與聯繫

在龔宜君 2019 年針對越南新住民訪談中發現，多數的越南新住民女性認為，臺灣飲食、氣候、環境等因素，可以隨著時間獲得適應，唯有思鄉的情緒，是很難完全克服。⁵⁸ 所謂情感的支持與聯繫，是有層次上的差異，在王仕圖有關網絡關係的研究中提到，關係的親密與否，是提供情感支援的重要考量因素，其中女性在情感支援網絡中則是主要的提供者。⁵⁹ 從《中國時報》新聞資料中歸納，多數越南小吃店都是越南女性新住民所經營，她們在小吃店無話不談，且用母語交談，她們定期找機會見面，一起煮家鄉口味，唱唱越南歌。在林承彥 2013 的研究訪談指出，多數越南新住民在接受訪談時容易感到陌生與防衛，但提到飲食與作菜時，卻總能

⁵⁶ 陳志成，「越南同鄉會 廚房開賣嘍！」，《中國時報》，2005 年 3 月 23 日，第 C2 版。

⁵⁷ 洪淑容，「彰化縣越南裔新住民就業歷程之初探」，國立中正大學勞工研究所碩士論文（2007 年），頁 90。

⁵⁸ 龔宜君，「格格不入：來臺越南女性婚姻移民的雙重缺場」，《臺灣社會學刊》，第 65 期（2019 年 6 月），頁 100。

⁵⁹ 王仕圖，「個人社會支持的網絡結構：以快速成長的郊區社區為例」，頁 168。

侃侃而談，她們經營越南小吃店，不只是為了賺錢維生，更有著延續原生文化認同的軌跡，在這個場所裡，聚集相同文化背景的人，可以毫無顧忌拋開外頭的無形限制，以自己的語言分享與溝通；回到家庭，亦可藉由親友間習得不同國家的飲食面貌，促進臺越文化交流。⁶⁰

就新住民來臺的處境來說，《中國時報》2003年10月15日的新聞報導指出：

每位嫁來臺灣的越南新娘，背後都有一段感人的故事，她們為了改善家裡的生活，或是追求她們的幸福，離鄉背井嫁到臺灣，面對無法預期的未來，有人結婚生子，一家和樂融融，有人卻被推入火坑，靠賣皮肉維生。⁶¹

面對如此陌生的生活環境，無助是讓新住民打從心底不想面對的，而熟悉的語言與味道，則容易讓她們卸下心防，彌補對家鄉的思念。在《中國時報》2007年6月25日的報導中提到：

黃美蓉（越南配偶），8年前嫁到臺灣至今，育有1子，目前在潭子加工區附近開設越南小吃店，成為一些姊妹抒發思鄉心情的管道。我總是規勸她們，臺灣男人多數都是不錯的，既然已結婚又有孩子，就要多忍耐，畢竟臺灣是有人情味的地方，只要不放棄，永遠都有希望。⁶²

《聯合報》2015年4月6日新聞報導指出：

馮玉英，22年前從越南嫁來臺灣，經營越南牛肉河粉店，不只能填飽肚子，也是新移民們的心靈充電站。她說，幾年前有位剛嫁來臺灣的姊妹，常和丈夫發生爭執，有天半夜夫妻又因細故口

⁶⁰ 林承彥，「越南籍女性新住民來臺後飲食調適歷程」，高雄餐旅大學臺灣飲食文化產業研究所碩士論文（2013年1月），頁90-98。

⁶¹ 陳世宗，「越南姊妹花 滿足故鄉老饕胃」，《中國時報》，2003年10月15日，第C3版。

⁶² 曾秀英，「《早安中臺灣》不放棄就有希望」，《中國時報》，2007年6月25日，第C1版。

角，姊妹想打電話訴苦，但她手機關機，不久接獲通知，姊妹想不開喝農藥自殺，搶救後宣告不治，讓她覺得很自責，現在的她為能開導姊妹，不敢漏接任何一通電話。⁶³

經營小吃店的越南新住民，是有著比其他新住民相對穩定的收入，在堅持原味的特色下，只要能迎合顧客習性，有固定客源，基本上不需再去適應工作環境與同事，經營小吃店讓她們接觸的人較多元，也能提供同鄉的姊妹更多參考的意見。這些經營越南小吃店的新住民，有著比一般新住民更多的勇氣與毅力，她們負責任並且容易與人為友的特質，讓她們容易融入臺灣社會並成為新住民姊妹依賴的對象。

（二）資訊的交換與連結

在王志弘等人的研究中指出：「相對區隔於主流經濟，對應於同族裔社群，所以這些族裔店家空間本身不僅是經濟場域，還是族裔群體的文化場域，成為人際交流、協力互助、生產和使用文化資源，處理公共事務的族裔公共空間或公共領域。」⁶⁴ 研究中指出族裔店家的功能性，然而這裡所謂的族裔店家，是普遍指東南亞的店，並以泰籍配偶居多，且著重於店家的群聚性所形成的族裔化地方，強調該類商店與泰籍勞工間的連結關係，且其地理位置上有其群聚性，多座於工業區或外籍勞工較常消費的地區。

對於越南新住民而言，越南小吃店也擔負這樣的功能，但小吃店的價值，與過去族裔店家的差異在於越南小吃店的東南亞籍顧客多是越南新住民，她們沒有所謂的工作年限，其身分是臺灣公民，所以這裡所謂的資訊交流，著重於生活適應與文化融合的探討，坊間經常出現的新住民家暴事件，有些越南小吃店老闆娘結合越南同鄉會，提供諮詢與協助，《中國時報》2005年3月23日報導提到，小吃店因為經營模式可適時提供同鄉必要的協助：

⁶³ 顏彙燕，「大姊的麵店越配第二個家」，《聯合報》，2015年4月6日，第B2版。

⁶⁴ 王志弘、沈孟穎、林純秀，「族裔公共空間的劃界政治：臺北都會區外圍東南亞消費地景分析」，頁34。

彰化縣越南同鄉會廚房廿二日開張，理事長麥玉珍說，主要是爲了讓越南新娘有個地方聚會，再則賺點小錢，有了同鄉會做後盾，接到越南新娘求救的訊息，能夠勸和的便勸和，否則便轉向社會局、警察局求助，避免悲劇發生。⁶⁵

《中國時報》2004年10月18日報導：

阮豔娟（越南籍，小吃店老闆娘），其表示來臺灣這麼久了，現在經營一家越南小吃店，接觸的人多，加上本身懂得一點法律，所以許多受到委屈的外籍新娘或勞工都會來找我幫忙。看多了外籍新娘遭受不合理對待的事件後，我深深覺得，與其在傷害後幫她們，不如在婚前教她們保護自己，甚至來臺前先告知有哪些法律上的權利與保護，即使結婚之初是被選擇，自己也要懂得選擇。⁶⁶

因為經營小吃店，接觸的顧客多元化，在與顧客攀談間，自然就能獲得不同的資訊，且部分的越南新住民也是本身條件較佳的情況下，才以經營小吃店協助家裡經濟的支出，在《聯合報》2012年12月10日新聞報導中：

雲林越南同鄉權利協進會理事長陳觀嬌，在法院擔任通譯，負責越南案件收件最多，收入也最多，加上陳觀嬌開了越南小吃店，來店的越南同鄉漸多。⁶⁷

另外《聯合報》2009年4月6日新聞報導也提到：

吳翠燕是越南新住民，嫁到和美鎮，夫家開修車廠，她則開越南小吃店，兩年多前她們同時考取負責越南業務的外勞諮詢人員，

⁶⁵ 陳志成，「越南同鄉會 廚房開賣嘍！越南新娘聚會好所在」，《中國時報》，2005年3月23日，第C2版。

⁶⁶ 王曉鈴，「《外籍新娘的話》用真心共同規劃婚姻」，《中國時報》，2004年10月18日，第D7版。

⁶⁷ 梁雅雯、曹馥年、劉金清，「賺到？沒用？學不學母語 外配子女兩樣情」，《聯合報》，2012年12月10日，第B1版。

縣府有 5 名外勞諮詢人員，負責泰國、印尼、菲律賓業務的都是臺灣人，只有她們是越南人。⁶⁸

從上述報導中發現，資訊讓越南新住民擁有更多的機會，藉由小吃店的經營，因為網絡關係的建立，得以散播資訊給自己同鄉的姊妹，林育陞 2016 分析東南亞配偶網絡，發現其聚集地除政府和民間單位的外，越南小吃店是形成越南新住民的網絡聚集地，如果能提升這些據點的功能與支持度，可以強化她們對外的發展。⁶⁹ 如像獲得越南業務的外勞諮詢人員工作資訊、擔任法院通譯等工作，勢必依賴臺灣家庭的就業資訊提供，或小吃店顧客的介紹。然而這些掌握臺灣法規制度的新住民，即能藉由越南小吃店的經營，幫助自己同鄉的姊妹。

（三）新住民家庭經濟支柱的來源

分析越南新住民經營小吃店的原因，部分因為獨立負擔家計，而以小吃店當作唯一的經濟來源，另外則是夫妻共同經營，在《中國時報》2005 年 8 月 24 日新聞報導指出：

5 年時間，尹翠鳳已沒有生活的適應問題，但她是越南人，當想起家鄉，說著家鄉話，穿起家鄉衣服，更常遭到異樣的眼光，對一個才 29 歲的女子來說，丈夫去世，自然會讓人想到是否再婚？尹翠鳳說她沒有想到這麼多。但為了生活，她與很多臺灣女子一樣，擺設檳榔攤賣起檳榔，未來正思考開個越南小吃店，讓同為越南的鄉親，有聊表鄉情的機會。⁷⁰

另有一部分夫妻共同經營者，可以發現其經營小吃店的原因在於美食的分享，這部分的案例，總顯示出夫妻感情融洽的共同特色。在《中國時報》2005 年 6 月 16 日新聞報導指出：

⁶⁸ 唐復年，「專解疑難越配公務員超人氣」，《聯合報》，2009 年 4 月 6 日，第 C2 版。

⁶⁹ 林育陞，「東南亞外籍配偶來臺社會網絡發展與分析之研究」，社區發展季刊，153 期（2016 年 5 月），頁 436。

⁷⁰ 楊秀員，「融合臺灣，外籍配偶心酸多」，《中國時報》，2005 年 8 月 24 日，第 C5 版。

黃至裕夫妻決定回竹東老家。但該如何營生呢？與太太商量後，發現越南美食是個不錯出路。決定後在關東市場內開小吃店，不少民眾從好奇變接納。⁷¹

《聯合報》2001年8月22日新聞報導：

三重市長元街二十五號最近新開一家越南小吃店，越南裔老闆娘以略生澀國語歡迎客人進門，手裡還忙著切菜，老闆張進和端送熱呼呼麵食，邊幫客人結帳，忙碌夫妻洋溢著幸福。張說，他們貸款經營小吃店，希望將道地的越南美食獻給老饕。⁷²

另《聯合報》2015年3月10日新聞報導：

44歲阮明賢來臺後先後到螺絲工廠、電子工廠上班。起初中文不流利，如今住在頭份客家庄，連客家話也難不倒她，去年興起開小吃店念頭，丈夫原心疼店租、成本會讓妻子喘不過氣，起初不贊成，但見妻子興致勃勃，索性自己也到店裡幫忙。⁷³

《自由時報》2019年10月21日報導指出：

曾經是鐵工的顏銘男原以為自己像鐵一樣剛硬，未料一場口腔癌幾乎讓他喪失生機，然而面對稚嫩的3個小孩，他和越南籍妻子丁氏緣開小吃店賣臺越美食，每天工作12小時，勇敢迎接生命的挑戰。⁷⁴

⁷¹ 陳愛珠，「美食情報員 - 提容小吃，道地越南風味」，《中國時報》，2005年6月16日，第C4版。

⁷² 沈旭凱，「夫妻同心經營越南小吃店」，《聯合報》，2001年8月22日，第19版。

⁷³ 黃婕，「越配小吃店，臺客一試成主顧」，《聯合報》，2015年3月10日，第B2版。

⁷⁴ 廖淑玲，「跨過生死線擁抱家人成最大幸福 癌男與越妻開小吃店養3子」（2019年10月21日），2019年12月20日下載，《自由時報》，<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2952908>。

肆、結語

越南新住民在臺要形成定居聚落有其困難，原因在於她們是分散進入臺灣家庭，因此家鄉飲食、母語使用及與同族裔的人互動等文化性的消費與需求，逐漸導致東南亞族裔化場域的形成。⁷⁵ 越南新住民小吃店，就是越南裔新住民聚集的場所，其所具家鄉小吃與異國飲食之雙重經營特質，創造出文化認同與族群邊界的價值意義。

文化認同價值下，越南新住民小吃店有助改善過往對越南新住民的負面評價，經營者堅持道地並適應臺灣顧客的細心調味，開啟越南獨特的飲食技巧與努力持家的優良形象；小吃店的邊界內特質，成為越南新住民解決鄉愁，並提供情感聯繫與資訊交換的場域；越南飲食與過往東南亞族裔飲食之差異，在於新住民進入臺灣家庭後，事先能瞭解雙方飲食文化的差異性，導致多數越南新住民小吃店擁有臺灣與越南顧客群，也正因為此多元文化的接觸，更加強化小吃店族群邊界的特性。

文化的接觸與調適過程，衝突的發生在所難免，分析多數研究有關臺灣人對越南新住民小吃店之看法與觀感，呈現正反兩極意見，部分受訪者認為有環境衛生、治安等疑慮，導致臺灣顧客不敢上門消費；部分則認為對飲食講究，並注重整潔與創新料理；存在其中之差異來源因素眾多，包含經營者態度、所在地理位置與社區互動差異等，但無論正反意見，可以發現小吃店的存在，更加突顯越南文化存在於臺灣社會的能見度，並開啟臺越雙方文化交流的機會。新住民來臺，原不易形成特有的社區網絡，但小吃店卻具有集結的特性，若有外部力量的協助，將有助文化的聯繫、交流與發展，如胡欣遠針對新竹米粉產業研究時提到，外部地方制度力量，可影響該產業的未來發展與方向。⁷⁶ 特定族群所經營的店家，會因為在地

⁷⁵ 王志弘，「我們有多元文化城市嗎？臺北都會區東南亞族裔領域化的機制、類型與作用」，臺灣社會研究季刊，第 82 期（2011 年 6 月），頁 45-46。

⁷⁶ 胡欣遠，「新竹米粉產業所形塑的地方飲食文化」，國立臺灣大學地理學系碩士論文（2017 年 1 月），頁 41-43。

人的投入與支持，使其族群特色料理成為在地社會發展活化的泉源。⁷⁷

臺灣每 10 個國中新生，就有一個來自於新住民家庭，而國小的比例更高，每 8 位就有 1 位是所謂的新臺灣之子，整體人口的組成結構已經改變，他們給予臺灣新的文化機會，也建立更緊密的血緣與文化。⁷⁸ 因此跨文化的學習與適應刻不容緩，其中更重要的價值在於創造出更具競爭力的多元文化，跨越族群邊界下的越南新住民小吃店，正以一種特定的文化影響力，改變著我們的社會，此也回應我國推動新南向政策之立場，重視文化交流與人民互動，進而激盪彼此的文化認同，就能在下一個世代中，具備參與全球競爭的能力。

(108 年 11 月 6 日收稿、108 年 12 月 11 日 / 12 月 30 日修正、109 年 1 月 2 日接受)

參考書目

一、中文部分

專書

林彩岫，葉憲峻，許世融、薛雅惠、張雪君、鍾才元、林惠蘭、許麗日、賴莞玲、錢富美、林政逸，2012。多元文化教育 - 新移民的原生文化與在地適應，臺北：五南圖書出版股份有限公司。

張坤州，2004。情境越南 - 似曾相似的 50 年代臺灣，臺中：生活家出版事業有限公司，頁 112。

賴誠斌、翁陳綉針，2009。新住民工作坊實務手冊 - 聽見飄洋過海的聲音，臺南：崑山科技大學幼兒保育系。

嚴國鉉，2006。嫁來臺灣 - 新興移民的婚姻故事，臺北：新新聞文化事業股份有限公司。

⁷⁷ 邱琬雯，「移民區病理 vs. 網絡集結點」的衝突與克服：以在臺越南女性的店家為例，頁 100-101。

⁷⁸ 關鍵評論，「你我都是瑪麗亞：來自東南亞的新住民，給了臺灣新的文化機會」，《關鍵評論》(2019 年 3 月 7 日)，2019 年 12 月 17 日下載，<https://www.thenewslens.com/article/114960>。

論文期刊

- 王仕圖，2000。「個人社會支持的網絡結構：以快速成長的郊區社區為例」，臺灣社會學刊，23 期，頁 141-178。
- 王志弘，2011/6。「我們有多元文化城市嗎？臺北都會區東南亞族裔領域化的機制、類型與作用」，臺灣社會研究季刊，第 82 期，頁 31-84。
- 王志弘、沈孟穎、林純秀，2009/1。「族裔公共空間的劃界政治：臺北都會區外圍東南亞消費地景分析」，臺灣東南亞學刊，第 6 卷第 1 期，頁 3-48。
- 江玉琴，2011/5。「論多元文化主義的悖論與超越：以移民流散文化為例」，深圳大學學報（人文社會科學版），第 28 卷第 3 期，頁 24-29。
- 吳雅玲、楊美玲，2018/10。「在臺移民女性之自僱性就業經驗與影響因素的關係模式建構」，《科技部補助專題研究計畫》，<<https://www.grb.gov.tw/search;keyword=Taiwanese%20career%20women;type=GRB05;scope=1>>。
- 李其榮、沈鳳捷，2010/5。「跨國移民與東亞現代化—以中、日、韓三國為例」，社會科學，第 5 期，頁 21-30。
- 林育陞，2016/05。「東南亞外籍配偶來臺社會網絡發展與分析之研究」，社區發展季刊，153 期，頁 426-439。
- 邱淑雯，2007/6。「移民區病理 vs. 網絡集結點」的衝突與克服：以在臺越南女性的店家為例」，教育與社會研究，第 13 期，頁 95-120。
- 高郁婷、王志弘，2018/11。「展演道地：臺北族裔風味餐廳個案研究」，地理研究，第 69 期，頁 31-60。
- 張婷婷、張翰壁，2008/3。「東南亞女性婚姻移民與客家文化傳承：越南與印尼籍女性的飲食烹調策略」，臺灣東南亞學刊，第 5 卷第 1 期，頁 93-145。
- 張春炎，2011。「從異鄉人到『藝』鄉人：中和區小緬甸美食街的文化景觀和象徵展演」，臺灣東南亞學刊，第 8 卷第 2 期，頁 139-170。
- 張雪君，2013/12。「都市邊緣地區的行動者：東南亞女性店家文化涵化研究」，區域與社會發展研究，第 4 期，頁 95-135。
- 張菁芳，2008/6。「臺灣地區外籍配偶適應生活之社會需求初探」，中華行政學報，第 5 期，頁 165-174。
- 陳先才、陳兵，2015。「臺灣社會新住民問題研究」，臺灣研究集刊（廈門），

第 138 期，頁 30-36。

游美貴、楊榮宗、廖咏芳，2014/10。「污名及其抵抗：媒體、社區與多元差異一陌聲既出：婚姻移民、多音繞舌、異文『化』空間 (I)」，《科技部補助專題研究計畫》，<<https://www.grb.gov.tw/search;keyword=Multicultural%20spheres;type=GRB05;scope=1>>。

蔡珮，2010/6。「澳洲布里斯本澳籍臺裔的離散認同研究」，人口學刊，第 40 期，頁 91-155。

龔宜君，2019/06。「格格不入：來臺越南女性婚姻移民的雙重缺場」，臺灣社會學刊，第 65 期，頁 69-125。

學位論文

吳功孝，2017/06。在臺灣越南人對臺灣小吃體驗之研究。新竹：明新科技大學工業工程與管理系碩士論文。

吳挺鋒，1997。外勞休閒生活的文化鬥爭。臺中：東海大學社會學研究所碩士論文。

林承彥，2013/01。越南籍女性新住民來臺後飲食調適歷程。高雄：高雄餐旅大學臺灣飲食文化產業研究所碩士論文。

武氏水，2015/08。越南人對臺灣美食小吃之體驗意象。新竹：明新科技大學管理研究所碩士論文。

洪淑容，2007/1。彰化縣越南裔新住民就業歷程之初探。嘉義：中正大學勞工研究所碩士論文。

胡欣遠，2017/01。新竹米粉產業所形塑的地方飲食文化。國立臺灣大學地理學系碩士論文。

報刊

王慧瑛，2016/8/14。「越南姐妹花開店 把客人當家人款待」，《聯合影音網》，<<https://video.udn.com/news/542417>>。

王曉鈴，2004/10/18。「《外籍新娘的話》用真心共同規劃婚姻」，《中國時報》，第 D7 版。

沈旭凱，2001/8/22。「夫妻同心經營越南小吃店」，《聯合報》，第 19 版。

林家群，2007/5/4。「藏汙納垢其來有自」，《中國時報》，第 C1 版。

- 洪瑞琴，2019/10/30。「觀光新南向 臺南古蹟美食躍上菲泰熱門電視臺」，《自由時報》，<<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2962410>>。
- 唐復年，2009/4/6。「專解疑難，越配公務員超人氣」，《聯合報》，第 C2 版。
- 馬瑞君，2003/7/10。「《人物側寫》越南新娘賣家鄉味粉道地」，《中國時報》，第 C2 版。
- 張立勳，2016/01/25。「越南單親媽靠廚藝 開 3 店月收百萬」，《中時電子報》，<<https://www.chinatimes.com/newspapers/20160125001146-260107?chdtv>>。
- 梁雅雯、曹馥年、劉金清，2012/12/10。「賺到？沒用？學不學母語 外配子女兩樣情」，《聯合報》，第 B1 版。
- 陳世宗，2003/10/15。「越南姊妹花滿足故鄉老饕胃」，《中國時報》，第 C3 版。
- 陳可文，2019/08/21。「正港越南美味，澎湖阿鳳名氣響噹噹」，《中時電子報》，<<https://turnnewsapp.com/tw/yummy/122984.html>>。
- 陳志成，2005/3/23。「越南同鄉會 廚房開賣嘍！」，《中國時報》，第 C2 版。
- 陳愛珠，2005/6/16。「美食情報員 - 提容小吃，道地越南風味」，《中國時報》，第 C4 版。
- 馮惠宜，2016/01/25。「新住民翻轉人生，引領越南小吃街風潮 失婚不失意 家鄉菜扎根新故鄉」，《中時電子報》，<<https://www.chinatimes.com/newspapers/20160125001067-260102?chdtv>>。
- 曾秀英，2007/6/25。「《早安中臺灣》不放棄就有希望」，《中國時報》，第 C1 版。
- 黃婕，2015/3/10。「越配小吃店，臺客一試成主顧」，《聯合報》，第 B2 版。
- 楊秀員，2005/8/24。「融合臺灣，外籍配偶心酸多」，《中國時報》，第 C5 版。
- 廖淑玲，2019/10/21。「跨過生死線擁抱家人成最大幸福 癌男與越妻開小吃店養 3 子」，《自由時報》，<<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2952908>>。
- 劉愛生，2013/4/17。「越配開店，姊妹淘料理家鄉味」，《聯合報》，第 B2 版。
- 賴福順，2001/11/1。「越南女在臺灣尋到一片天」，《聯合報》，第 19 版。
- 總統府新聞與活動，2019/12/13。「國宴宴請諾魯總統，總統盼未來臺諾在各領域都能持續分享經驗，為雙方合作發展共同努力」，《總統府新聞與活動》，<<https://www.president.gov.tw/News/25115>>。
- 聯合新聞網，2017/4/30。「必訪！生春捲、咖啡一應俱全 鳴心越南牛肉河粉」，《聯合新聞網》，<<https://udn.com/news/story/7206/2418067>>。

- 謝龍田、邱英明，2007/11/4。「潛進識字班，拉同鄉齊下海」，《聯合報》，第 A3 版。
- 顏彙燕，2015/4/6。「大姊的麵店越配第二個家」，《聯合報》，第 B2 版。
- 關鍵評論，2019/03/07。「你我都是瑪麗亞：來自東南亞的新住民，給了臺灣新的文化機會」，《關鍵評論》，<<https://www.thenewslens.com/article/114960>>。
- 蘇永耀，2019/12/16。「蔡英文：新住民是臺灣的新驕傲！」，《自由時報》，<<https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/3011141>>。
- 蘇福男，2019/11/10。「廣福社區開辦異國文化廚房 新住民姊妹端出私房好菜」，《自由時報》，<<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2973491>>。
- 顧世瑜，2019/08/21。「她想對誤解越南美食的人表示：『我不需要贊同，但至少不要批判』」，《關鍵評論》，<<https://www.thenewslens.com/article/123731>>。

政府統計資訊

- 內政部戶政司全球資訊網，2019/12/14，「各縣市外裔、外籍配偶人數按國籍分與大陸（含港澳）配偶人數」，《內政部戶政司全球資訊網》，<<https://www.ris.gov.tw/app/portal/346>>。
- 內政部統計處，107/04/07，「107 年第 14 週內政統計通報 (106 年與國人結婚登記之東南亞配偶計 8,569 人，自 94 年來首次超越陸配人數)」，《內政部統計處》，<https://www.moi.gov.tw/stat/news_detail.aspx?sn=13704>。
- 勞動部勞動統計月報，2019/12/14，「產業及社福外籍勞工人數 - 案國籍分」，《勞動部勞動統計月報》，<<https://www.mol.gov.tw/statistics/2452/2453/> 勞動統計月報 />。

二、英文部分

- Chi, Heng-Chang & Peter Jackson, 2011. "Thai Food in Taiwan: Tracing the Contours of Transnational Taste," *New Formations*, Vol. 74, No. 1, pp. 65-81.
- Ten Eyck, Toby A., 2001. "Managing Food: Cajun Cuisine in Economic and Cultural Terms," *Rural Sociology*, Vol. 66, No. 2, pp. 227-243.
- Parasecoli Fabio, 2011. "Savoring semiotics: food in intercultural communication," *Social Semiotics*, Vol. 21, No. 5, pp. 645-663.