

行政院客家委員會獎助客家研究優良博碩士論文精要

一、論文名稱

戰後客家流行音樂的發展與形構

二、作者

劉榮昌

三、獎助年度

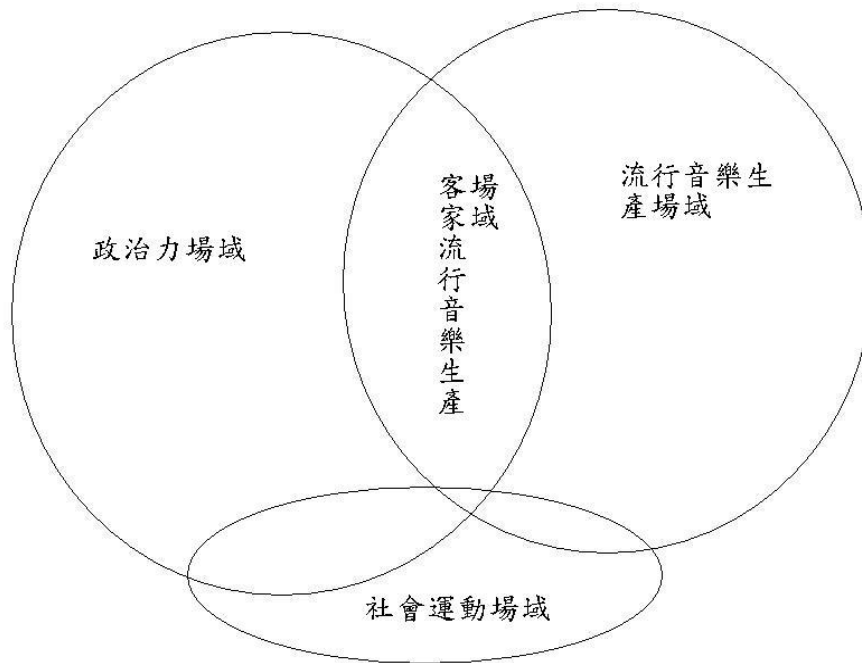
100

四、獎助金額

4 萬元

五、研究過程(含研究方法、研究對象、研究工具等)

台灣客家流行音樂有幾個特色，首先是傳統音樂元素的保留，其次是詞作強調族群特色，以及自成一格的市場發展。到底客家流行音樂究竟是如何發展現在的模樣的？本論文將 1981 年迄今的客家音樂發展當作書寫重點，將客家流行音樂生產場域過程中的人、事定義出來並且分析場域中詞曲以及唱片公司的生存慣習。另外分析場域外作用在在他們身上的影響力，流行音樂生產及政治力這兩個背景因素，圖示如下：



本論文分析作用於客家流行音樂的力量，並建構客家流行音樂生產場域的生產慣習，討論生產慣習如何形構客家流行音樂。為此訪談許多音樂工作者以及從業人員，發現此場域內的生產慣習隨時改變。在時代變遷下，客家音樂工作者因為自己的出身背景有不同方式來面對環境的改變，並且找出方法持續在客家流行音樂場域中競爭資源，以下從幾個層面做分點簡述。

（一）流行音樂生產場域

1980 年代，台灣唱片進入了整體企畫分工的階段。從歌手形象設計開始，挑選歌曲，之後隨著宣傳人員一起跑遍各媒體。羅大佑、李恕權、林慧萍是其中的例子。此時期也開始了音樂錄影帶宣傳的方式，飛碟唱片以二十萬元為歌手王芷蕾拍攝音樂錄音帶，算是首開先例，此後台灣的流行音樂紛紛採取大預算的行銷宣傳模式，這個時期的唱片業銷售量仍持續成長，1990 年代台灣唱片業的銷售榮景也在此時期奠定基礎。1981 年吳盛智出版首張客家流行音樂專輯，是戰後首見大量運用西洋搖滾元素錄製的客家專輯。

1990 年代，解嚴後閩南語歌曲除了葉啟田、陳雷銷售量甚佳之外，原來演唱國語的歌手也開始出現在滾石這類唱片公司演唱閩南語歌曲，跳脫了原來承襲自日本歌曲的風格，創造了全新的閩南語歌曲風格。而「LA BOYZ」也在歌詞中使用了大量的閩南語搭配 rap 曲風，在主流唱片圈已經可以接納閩南語時，客家歌曲也開始出現在台北的主流唱片公司，謝宇威在飛碟唱片、陳昇與黃連煜組成「新寶島康樂隊」，讓客家歌曲走入主流唱片的行銷體系，雖然份量稀少，但卻是日治時期以來僅見。

2000 年後，由於音樂檔案數位化複製容易之故，2007 年的總銷售金額已不及 1997 年的六分之一，台灣主流唱片生存困難，唱片市場持續低迷，唱片出版量減少。平均編制低於十人的小唱片公司興起，產出各式各樣不同的音樂型態。部分客家流行音樂工作者由於理念不合或是市場狹小，不見容於主流唱片公司，紛紛獨力發行自己的音樂作品。戰後迄今（2011），台灣社會經歷了彷彿天翻地覆的改變，唱片業隨著台灣的政治經濟變遷而改變，客家流行音樂當然隨著整體唱片業的興衰而有所轉變，在時代中不斷變換生存型態與法則。

（二）政治力影響—公部門與社會運動

流行歌曲受到政治力影響主要可以分成兩個層面來談，首先是公部門政策，其次是社會運動的影響。這兩股力量對文化都有一定程度的影響，身為大眾文化一部份的流行音樂當然也是，筆者先從公部門的政策談起。

解嚴前，文化事務在公部門的主導下，政府的角色於 1945 至 1987 年間的文化政策有著決定性並且強制性的作用。1966 年中國發生文化大革命，1967 年 7 月 28 日，蔣介石總統成立「中華文化復興運動委員會」，這是政府希望以行政力量塑造國家文化階段的開始，也影響了各種流行歌曲的發展。自 1970 年起，藉著消極的禁止與積極的鼓勵兩種方式來形塑。禁止的手段透過審查歌曲與查禁歌曲等等。而積極鼓勵方面，1971 年開始由內政部主導的「淨化歌曲運動」，透過媒體與創作者的動員寫出了符合政府標準的歌曲。在政府審查標準下許多歌曲必須更改歌詞內容才得以問世。譬如吳盛智作曲涂敏恆作詞的〈我是中國人〉，最

早是寫成〈捱係客家人〉，修改歌詞後才得以發行。

社會運動也有可能影響流行歌曲的發展，受到解嚴以及其他社會變遷的影響，客家族群運動在此時期興起，直接間接也影響了投入客家流行音樂的音樂工作者數量，以及客家族群接受客家流行音樂的機會與程度。政黨輪替後，在本土化的趨勢下，社會氛圍起了相當大的變化。對客家族群而言，2001年6月14日行政院客家委員會的成立，自此以後，中央政府有了專司客家族群大小文化問題的單位。由於公部門資源的介入，客家族群各方面的事務皆受到影響。對客家音樂而言，面對2000年後台灣唱片市場日漸萎縮，客家後裔母語能力普遍不足的情況，客家音樂工作者在市場貧弱的環境下，來自公部門的資源與支持愈形重要。可預期的是，公部門對於發放資源的標準與喜好將會左右客家音樂的樣貌。

（三）客家歌曲與族群認同

在客家族群運動後，台灣的客家人需要一種共通的整體性「客家」族群概念。族群相對於其他團體的認同，最獨特之處，在於它是以強調成員之間的「共同來源」或「共同祖先」(common descent)，做為區分「我群」與「他群」的標準（王甫昌 2003：10）因此客家族群運動必須開始找出所謂客家人與他人有什麼不一樣的特徵。

客家運動後，開始大量出現客家流行歌曲創作，特別是凸顯客家族群的歌詞寫作，最有名的就是在台灣大小選舉場合或是有客家主題的政治活動中必唱的一首歌曲——〈客家本色〉。這首〈客家本色〉由已故客家流行歌曲創作者涂敏恆所作，歌詞中書寫的是唐山過台灣的客家人「咬薑啜醋」、「勤儉傳家」、「不忘祖宗言」，此類耳熟能詳的美德，藉由吳伯雄等政治人物的推廣，以及山歌班社團的傳唱，在客家族群中算是頗受歡迎的歌曲，這樣子的詞意唱出了台灣許多人認知的客家文化意象，重複著「咬薑啜醋」、「勤儉傳家」之類的族群特徵。其實原本這首歌曲填寫的是國語歌詞，後來因為有所需要而改填客家歌詞，並且廣為流

傳。新埔義民廟¹是台灣重要的客家信仰中心，在這裡的客家認同需求以及客家相關文物需求最強，在這裡的客家流行音樂出版品，大多數以強調客家族群印象為主，〈客家本色〉這首歌曲也被翻唱了數次，在許多不同唱片公司²都有，顯見的確有龐大的市場需求。

綜上所述，我們可以知道這些充滿族群特色的客家流行歌曲是以下列進程所生產出來的。

客家運動-----客家意識-----客家認同需求-----族群特色客家流行
歌曲

除了族群特徵外，對客家族群傳統文化的掌握也是獲得認同的方式，譬如：使用俚俗語言、書寫農業社會景況、運用傳統音樂特色等等。透過生產此類文化產品可以拓展群眾認同並且提高自己的生產地位。

此外，傳統農村生活也大量地反映在當代客家流行歌曲的創作之中，農民、田埂、圳溝、河流、月光下在禾埕唱山歌，這些在歌曲中不斷出現的題材，一再顯示台灣客家人曾經生活在這樣的環境中，創作的歌詞也多半與這些早年生活有關係。這些鄉愁式的吟詠歌曲，獲得了相當程度的認同，譬如陳永淘的”鮮鮮河水”、顏志文的”大夥房”都是代表。，這些懷舊鄉愁式的客家歌曲可以視為一種鄉愁的投射，遷居都市的第一代客家人可以在裡面找到記憶中的場景。他們曾經在歌曲中的場景生活、成長，度過物資貧乏的農業時代，並且在歌曲中找到認同。

¹ 隨著時代的變遷，義民廟的遊客數量也日漸縮小，連帶影響唱片銷售量跟著萎縮，不過新埔義民廟仍是至今（2011）全台灣中收集客家流行音樂出版品最容易的地方，對照過去容易在普通唱片行找到許多客家流行音樂的情況，客家音樂現在的通路可說是大不如前，呈現一種在特定地點、特定地區才能購買到的情況。

² 桃竹苗以出版客家歌曲為主力的唱片公司，如：全成、吉聲、上發、龍閣、嘉應、漢興等。

綜上所述，我們可以知道這些充滿懷鄉特色的客家流行歌曲是以下進程所生產出來的。

時代變遷-----客家意識-----客家認同需求-----懷鄉特色客家流行歌曲

六、主要研究發現

台灣客家流行音樂的發展，在時代下被主流市場影響又保有自己獨特的個性，茲述如下：

1.被主流影響的客家流行音樂內容

台灣的客家流行音樂總是被時代潮流影響，主要是國語閩南語流行音樂以及政治力兩股力量的影響，筆者先從流行音樂方面談起。首先，國語流行音樂唱片產業的潮流影響客家流行音樂相當大。從戰後的翻唱日本曲風潮開始，之後又受到「新台語歌曲」運動影響許多客籍音樂工作者開始創作曲風題材更為創新的客家流行歌曲。基本上，客家流行音樂在台灣是依附著主流唱片的潮流在走的，許多客籍音樂工作者多半帶著自己在國語或是閩南語流行歌曲的工作經驗與美學來製作客家流行音樂。

其次，與國語閩南與歌曲相同，客家流行音樂一樣受到國外音樂元素的影響，從吳盛智到劉劭希等人都是大量接觸了國外音樂後，再把這些音樂元素用來創作客家流行歌曲。另外還有交工樂隊這種大量融合傳統樂器與西洋搖滾樂的嘗試，也是創新的不同變貌。

2.主流之外的獨特發展

因為政治力的影響也間接帶來了客家流行音樂不同發展，1960年代因為政治操作成立的中廣苗栗台舉辦山歌比賽開始，客家唱片的主流就是山歌以及小調

伴唱，讓客家音樂有自己自成一格的市場行銷手法。透過客家族群群聚的山歌班，客家族群為主縣分的夜市還有新埔義民廟都是客家唱片的獨特銷售管道。1980 年代後的客家運動讓客家族群認同變成非常重要的議題，這種趨勢也反映在客家流行音樂詞作上，因此「客家本色」的鼓吹族群認同的歌詞詞作需要不斷的被創作出來，但其中有相當大是呼應市場需求而生的。

客家流行音樂場域中要爭取資源按照年代的不同可以分為兩期，作為生產者非常重要各有不同的慣習需要掌握以其在場域內獲取資源。這些慣習形構了戰後客家流行音樂的樣貌。1980 年代以來客家運動在客籍知識份子以及部分客家族群間帶起了高度的客家意識，為了回應這種客家認同需求，因此產生相當多族群特色客家流行歌曲。主要是歌頌族群特色以及傳統農村生活的書寫，有許多流行的客家歌曲詞作都是在這個範疇內創作。已爭取更多客家鄉親的支持，進而購買唱片或是其他形式的支持。

客委會成立後適逢唱片業不景氣，因此爭取客委會資源變的十分重要，這個慣習也變成客家音樂生產的重要原則。一般而言，與客家有關係的音樂獎項分為金曲獎、母語創作大賽、各縣市所舉辦的客家流行歌曲創作比賽以及山歌比賽，或是電視台的歌唱選秀節目等等，客委會也會根據申請者的知名度以及得獎成績，做為給予音樂工作者補助以及曝光演出機會的指標。此時，申請者的得獎成績就變成一個很重要的研判標準。公部門認可客家流行音樂工作者的條件主要有下列兩個項目：

1.金曲獎以及相關音樂獎項，2.在客家音樂領域外的工作肯定以及知名度

在這種情況下，慣習影響生產美學因為爭取的是公部門的支持，甚至客家流行音樂場域外的音樂工作者挾其客家音樂領域外的知名度來爭取客委會或其他公部門的客家資源。客家流行音樂與真正的客家族群關係漸行漸遠，過去仰賴客家認同所建立的群眾連結漸漸薄弱，也讓客家流行音樂漸漸與市場拖勾。

七、結論及建議事項

專輯的數量才有可能增長，也可以讓這些客家流行音樂歌手有曝光與打歌的機會。

希望公部門可以提供助力給予真正從事文化事務的人，提供許多細膩的政策，讓活水可以流到這些人身上。僅僅是消極的保護政策或舉辦金曲才大張旗鼓的表揚，不太可能讓客家流行音樂茁壯成為文化輸出的文創商品。