

# 香港流行音樂文化

文化研究讀本

Neway

S 04 最新力作

## 雪4好玩

2012-2013 01-09/2004

租務

6220 6888

NEW ZEALAND NATURAL

大子

Kelly Chan

全新新之城開業



穗

馮應謙

# 香港流行音樂文化

文化研究讀本



麥穗

馮應謙

# 香港流行音樂文化：文化研究讀本

馮應謙

出版及發行：麥穗出版有限公司

香港紅磡鶴園街2G 恆豐工業大廈4樓A1室

電話：2627 1661 傳真：2627 1662

網址：[www.wheatear.net](http://www.wheatear.net)

製版：友誼分色公司

地址：香港鰂魚涌船塢里10-12號長華工業大廈11字樓B座

電話：2811 4778

印刷：陽光印刷製作有限公司

地址：香港柴灣安業街3號新藝工業大廈6字樓G及H座

電話：2558 6229

香港印刷 · Printed in Hong Kong

©2004 Wheatear Publishing Company Limited

2004年5月初版

988-97490-2-5

## 香港流行音樂文化：文化研究讀本

流行音樂大概是香港流行文化中最「流行」的一部分，研究流行音樂基本上離不開研究歌星的形象、演出、歌曲，以及報章雜誌所報道的逸事和緋聞。不知是否主流社會和政府不敢面對流行文化，還是不懂「流行」為何物，抑或認為流行歌星不能登大雅之堂，故此社會文化科的教科書往往沒有提及周杰倫、F4、Twins和「四大天王」等等，或者單純地把流行音樂歸納為「偶像崇拜」這個較負面的層次上。然而，流行音樂對我們的成長很重要，是不可或缺的一部分。

為了道出我及其他年青人的文化，以及伴隨著我們成長的重要元素（尤其是音樂元素），我決定整理「文化研究與流行文化」的講義，將它們結集成此書。

讀者千萬別誤以為這是本關於歌星資料的「八卦」雜誌，又或是他們的寫真集。實際上，本書旨在透過十二個本地有代表性的香港歌手或組合包括 Twins、劉德華、鄭秀文、王菲、梁詠琪、郭富城、張學友、容祖兒、謝霆鋒、陳慧琳、黎明和楊千嬅，以解釋屬於我們的流行文化現象。這些歌手既是對年青人舉足輕重的偶像，也是我所尊重的藝人，並且是當代香港流行文化的標記。本書選取這一批歌手，並非指其他歌手不流行，而是他們代表了很多人的成長，也代表著流行文化與政治經驗環境的高度結合。透過研究以上的歌手，可具體地勾劃出香港流行音樂的面貌，從而描繪出自九十年代起香港流行文化的特質和變化。

—

究竟甚麼是流行文化呢？相信仍有部分人沿用 Storey (1996) 的定義去解釋流行文化：

- 一、所有不知名的社會現象和其意義；
- 二、一些比較低等的趣味 (inferior work) ；
- 三、邊緣性的現象 (marginal phenomena) ；
- 四、它是主流文化現象的「他者」 (otherness) ；
- 五、跟所謂高級文化相反的文化；
- 六、民俗或風俗文化 (folk culture) ；
- 七、大眾文化 (mass culture)，即大量生產的文化產品；
- 八、一般娛樂消遣。

只要細心想一想，以上的定義存有不少漏洞。第一，

流行文化不是一些混亂而不可解釋的社會事情和現象。我們看到電視劇《流星花園》及F4（著名台灣組合，流星花園的主角們）這麼受歡迎並不是沒有原因，相信一般觀眾看罷《流星花園》會覺得此劇很有創意，女主角杉菜突顯了現代女性的主動和自主性，反觀F4的四位男孩卻異常地軟弱和被動。假設一般電視劇中的女性角色是男性的陪襯，即是社會學上所謂的「第二性」（second sex），《流星花園》在某程度上改變了兩性的位置，男性變成女性以外的「第二性」，這種性別現象或多或少更貼切地反映當代的小男人、大女人家庭，故此劇當然會受到一般女性觀眾的歡迎。這並不表示每個人都支持上述的理由，但具體來說，《流星花園》和F4能夠成為流行文化的一部分並非一般人所指「不可解」的社會現象。

第二，有說流行文化是多數人喜歡的文化，並以「數量」（quantitative）作為準則。這絕對是誤解的，意大利男高音Pavarotti在電視節目中的演出，現場觀眾人數絕對不少於任何一個流行音樂的演唱會，難道Pavarotti是流行文化嗎？

第三，流行文化既不是與高級文化對立，也不是主流文化的「他者」。事實上，流行文化與主流文化的邊界十分模糊。有時候，流行文化也可轉化成高級文化，例如張學友的情歌是流行文化的一部分，但當他與香港管弦樂團一同演出〈你的名字，我的姓氏〉的時候，大家便覺得此曲格調很高，證明文化是流動性的（fluid）。而我相信，所謂低級與高級只是某些階級的感覺而已。

第四，有人貶低流行文化為大眾文化，認為流行的東西都是平價貨。事實上很多日常生活中的必需品，甚至一些高消費品都是大眾文化的一部分。所謂大眾文化就是大量生產的東西，所有產品都是單一及標準化的，而且消費的模式都甚為相似。這些產品包括我們日常用的電器、CD、肥皂、護膚品，以至名貴房車都同屬大量生產的文化產品，但這些名貴房車絕非所謂的廉價東西。故此組成流行文化的材料是有平有貴，並非單純是便宜的東西。

第五，有學者引用部分來自民間或工人階段的流行文化，來否定流行文化的價值，這是不正確的。當然我們不能否定很多流行文化元素是來自民俗文化或工人文化，例如香港著名樂隊 Swing 正正代表著草根階層的聲音。但我們不能因此便否定流行文化的價值，一些所謂次文化 (subculture) 其所謂「次」的原因是源於當權者對這些文化的不滿和排斥。換句話說，次文化的次等地位不是因為這些流行文化的素質比主流文化低，而是流行文化偏離了主流文化的軌跡，所以流行文化往往被主流文化所邊緣化，以至被某些人認為是沒有價值的。

由此看來，流行文化不是一些毫無意義，只供大眾消遣娛樂的產品。它除了呈現屬於該流行文化本身的外在特質、形態或功能外，也包含了各群體的意識型態 (ideology)、社會價值觀，甚至跨國界的文化元素。

## 二

一般而言，研究流行文化可分為三個大方向：第一，流行文化可以是一種知識、人文或美學上（intellectual, spiritual or aesthetic）的發展與過程，例如研究樂與怒音樂的發展過程，可反映出不同年代的社會意識；研究愛情歌曲的歌詞發展，可反映出不同年代女性的地位與角色等。第二，可集中分析一個群體在某一段時間的生活模式與行為（culture practices），這些生活模式反映出某時某地某群體的取向和價值。第三，我們可視流行文化的內容、創作和文本為社會結構的象徵，於是了解流行文化就可以洞察社會的特質。

從傳播學的理念上來看，流行文化產品的誕生，一般要經過三個程序：第一，要經過生產者的資金投入，以及加入自己的創作元素和意識型態，這是文化的生產（production）。第二，經過不同創作人、製作人付諸意義後，製作將變為信息，從文化的角度看，這是一種文本（text）。以歌曲為例，文本涵蓋了歌詞、歌曲本身、音樂錄影帶（MTV）、形象包裝，以至歌手的演繹和舞台演出。最後，文本經過不同的媒介和「分銷」渠道，被送至觀眾眼前，被觀眾消費（consumption）。觀眾作為個體，對文本的接收不是被動的，而是對文本的一種再詮釋。針對以上三個程序，本書將集中從三個方向覬覦流行文化——流行音樂的生產過程、歌曲與歌詞的內容和歌手的形象，以及觀眾或歌迷對以上文本的詮釋。



製作和製作人的理念和目的、製作機構的經營模式、製作環境的政治經濟文化等限制往往是最神秘的。本書透過政治經濟學的基本研究方法，包括機構和創作人的深度訪談、對機構和文化工業的生產環境的資料搜集等來探討製作的過程。本書分析劉德華的民族形象的建構、王菲自我的女性形象、張學友高等文化的表徵，以及郭富城商業形象的打造，都是沿用政治經濟學來分析和解構流行文化製作的方法、策略和發展。

本書在分析Twins的年青人性格、鄭秀文非男非女的形象、梁詠琪的童話故事和謝霆鋒的新世代青年價值觀等都是偏重歌詞的文本分析。其實文本分析亦包括對歌星本身形象和服飾、媒介報道和表演方式等。本書最後的幾個章節正是透過更深層來解釋陳慧琳、黎明和楊千嬅的後現代形象。總括來說，解構文本最主要是幫助我們理解流行文化背後的意識型態、社會和文化結構，以及創作者的政治經濟目的。

「觀眾分析」即研究受眾如何接收、解讀和詮釋文本的內容，這是本書其中最重要的其中一個研究方法，也是貫穿本書的基本方法之一。假如沒有觀眾接收，所有文本和製作也會變得沒有意義了。觀眾分析源於傳播學和文化研究的基本理論，主要是通過作者直接深入的訪談、參與觀察，甚至以長期與歌迷一起活動的民俗誌形式來洞悉觀眾的認知和態度。

## 三

從八十年代的四大天王到今時今日的偶像，由實力派到偶像派，由少男少女喜歡的歌手到萬人尊重的天王天后都包括在本書之內，相信對你個人而言，他們可能是陪伴著你成長的歌手，或者其中一兩首歌曲曾令你刻骨銘心、有至死不渝的感覺，又或者是屬於你和情人的旋律，令你感動。除了個人感受外，本書的另一重點是探討這十多位歌手和組合對整個文化和社會的影響和沖擊。文章的編排是根據這幾類文化研究關注的文化範疇作有系統的解釋。

Twins 和劉德華是本書的導論，他們代表了年青人到成年人文化，刻劃了整個從歌迷個人、群體、組織到社會、市場和國家的文化脈絡。從觀眾，到文本，由製作孕育出流行文化的經濟和政治氣候作一全面的解釋。第二部分的重點在於女性思潮和流行文化的社會象徵意義。其中鄭秀文的貢獻，在於她突破男女二元對立的形象。王菲在商業建制內堅持自我，自主的女性思潮形象也點綴了當代的女性運動。雖然她們的文化政治並不代表（也不等同）主流社會整體性的女性主義的高漲，但至少她們為女性主義的抗爭提供了一種媒介和文化的資源。

第三部分涉及流行文化中資本主義的商品化和高崇化環境，當中包括梁詠琪所表達的個人「美」的現象，隱含在郭富城形象的商品價值及張學友所生產的文化品味，這些存在於後工業社會下，在大眾商品本身價值以外的一種附加價值。即今日的流行文化已與整個商業文化的融合，

前者需要有市場，後者拉闊了市場。第四部分集中討論流行文化的主要消費者，即年青歌迷。從容祖兒所表徵的青春文化到謝霆鋒所反映的反成年文化的新世代，都是講述青年文化在四周極度壓抑的環境下所爭取出來的文化空間。

本書最後一部分有探索未來文化的意味，以後現代性貫穿了陳慧琳、黎明和楊千嬅，從而帶出了流行文化和產品意義。這部分與前幾部分相比起來可能比較抽象，以及更理論化和更富哲學意味。我希望透過陳慧琳對虛擬世界的論述、盼望和幻想，黎明用科技打破時與空阻隔的概念，和楊千嬅的形象，以其差異性和混雜性的特徵，來說明現在我們身處於香港文化中的矛盾。

此書的出版，必須感謝對香港流行文化有興趣的學生、課程的助教鄭慧心和冼韻姬、整理初稿的陳寶玲，以及協助整理和校對文字的陳潔貞——她們都是年青人。

馮應謙  
二零零四年一月  
香港中文大學

本書所述之研究項目由香港特別行政區研究資助局全數資助  
(項目編號：CUHK1056/99H)

## 參考書目

Althusser, Louis (1971) *Lenin and Philosophy and Other Essays*. London: New Left Books.

Castells, Manuel (1997) *The Power of Identity*. Malden, Mass: Blackwell.

Castells, Manuel (2000) *2nd The Rise of the Network Society*. Malden, MA: Blackwell Publishers.

Fung, Anthony (2002) *Women's Magazines: Construction of Identities and Cultural Consumption in Hong Kong*. In *Consumption, Markets and Culture*, 2002 Vol.5.

Giddens, Anthony (1991) *The Consequences of Modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Giddens, Anthony (1979) *Central Problems in Social Theory: Action, Structure and Contradiction in Social Analysis*. Berkeley, CA: University of California Press.

Hennion, Antonie (1990) [1983] "The Production of Success: An Antimusicology of the Pop Song," in Simon Firth and Andrew Goodwin (eds.), *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*. (London: Routledge), pp. 185-206.

Jenson, Joli (1992) *Fandom as Pathology: the Consequences of Characterization*. In Lisa Lewis(ed.) *The Adoring Audiences: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge.

Lévi-Strauss, Claude (1968) *Structural Anthropology*. New York: Basic Books.

Radway, Janice (1998) *Reading Reading the Romance*, in John Storey ed. *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*. London: Prentice Hall.

Simmel, George (1971) *On Individuality and Social Forms; selected writings*. Edited and with an introd. by Donald N. Levine. Chicago: University of Chicago Press.

Simmel, George (1997) *Simmel on Culture: Selected Writings*. Edited by David Frisby and Mike Featherstone. London: Sage Publication.

Storey, John (1996) *Cultural Studies and the Study of Popular Culture: Theories and Methods*. Athens: University of Georgia Press.

Thorstein, Veblen (1994) *Theory of Leisure Class*. New York: Penguin.

# 目錄

香港流行音樂文化：文化研究讀本 i

## 導論

Twins——形象和青年身分認同 2

劉德華、民族主義與流行文化 20

## 女性思潮

非男非女與性別關係 44

女性主義與王菲 62

## 商品化

梁詠琪的美麗童話 80

郭富城與商品文化 94

文化品味與張學友 108

## 青少年

容祖兒的青春文化 118

謝霆鋒與 X 世代 130

## 後現代

虛擬空間與陳慧琳 146

黎明與現代的「時」與「空」 157

後現代與楊千嬅 165

# 導 論



無論你是在七十年代出生，或是在九十年代成長，大概都有過聽流行歌過日子的時候。不管你是劉德華的一代，還是Twins的一代，你都是追著潮流的尖端。因為直到二零零四年，他們都是非常受歡迎和具影響力的歌星。



## Twins——形象和青年身分認同

「學業要緊，我會小心，喜歡的他卻在左近，聊聊天竟比考試更專心……」這就是一般少女所謂「戀愛大過天」的心聲，這種滋味和情感由兩位少女偶像組成的 Twins 唱出來，效果彰顯，廣受大眾尤其是年輕一輩的支持和認同。

### 雙生兒的音樂歷程

Twins 的兩位成員蔡卓妍 (Charlene) 及鍾欣桐 (Gillian)，由出道至成為炙手可熱的當紅組合，只是用了短短半年時間，這一切皆與她們的形象設計、定位得宜有莫大的關係。Twins 於二零零一年六月出道，第一首主打歌為〈明愛暗戀補習社〉，在電視上兩人總以打側手翻來演出此曲，充份展現活力無限的一面，加上兩人樣子甜