

客家映臺灣

—族群文化與客家認同

●張維安、劉大和 主編●



客家映臺灣： 族群文化與客家認同

張維安、劉大和 主編



國家圖書館出版品預行編目資料

客家映臺灣：族群文化與客家認同 / 張維安，
劉大和主編。-- 初版。-- 苗栗縣三灣鄉：桂冠，
2015. 11

面；公分

ISBN 978-957-730-637-1(平裝)

1.客家 2.產業 3.文集 4.臺灣

536.211

104022741

客家委員會補助出版

客家映臺灣：族群文化與客家認同

主編——張維安、劉大和

出版——桂冠圖書股份有限公司

地址——35241 苗栗縣三灣鄉中山路2號

電話——037-832-001

傳真——037-832-061

郵政劃撥——01045792 桂冠圖書股份有限公司

Email——laias.laureat@msa.hinet.net

法律顧問——端正法律事務所

永然聯合法律事務所

初版——2015年11月

978-957-730-637-1 定價—新台幣450元

本書若有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回調換

主編序

近十年來，臺灣的客家研究能量有相當的累積，臺灣的客家族群文化論述也逐漸深化。本書《客家映臺灣》共兩冊，分別包括「族群文化與客家認同」、「族群產業與客家意象」。劉大和教授命名此書時，指出「映」字的多重意義，「映」字具有 in, project, reflect 的意義。書名說明文章與近年來客家族群的關係，也說明了這兩本書的特質。

一門學術知識要成為有系統的學科，必需要有教科書，期刊，學會，以及更多的學術專著。一兩年前，劉大和教授跟我提到《臺灣客家研究概論》已經出版多年，建議另外出新版或進階版，以有助於對客家研究之進行與教學之參考，也有助於客家學術知識之推廣。從臺灣的客家研究學術人口與知識市場來看，有這樣的需要，從客家文化推廣與客家族群論述的角度來看，持續出版客家研究專著也有其意義。

這個理念的後續步驟陸續的在進行，大和教授向客家研究學界徵稿之後，陸續得到迴響，兩書共計有20篇論文。這些論文中，有些尚未發表過，有些則已經在期刊發表刊登，由於行政事務的處理龐雜，拖延了好一段時間，未出版問世。幸得桂冠圖書公司賴阿勝先生，允諾協助。最後，本書兩位編者決議以作者自行負責方式接受這些論文，論文內容的正確性、觀點的爭議性、已在他處出版的論文授權等，均由作者自行負責。這樣大大的增加了這類專書出版的可能性，有助於來年繼續整理徵集相關論文，成書出版以促進客家論述之進行。

本書各篇文章原為不同的目的而寫，如今匯集起來，做為臺灣客

家研究的參考資料，對於進一步思考臺灣客家的相關問題，具有重要的意義。簡略介紹如下：

第一冊，《客家映臺灣：族群文化與客家認同》，分兩個主題，共收十二篇論文。「族群文化與客家認同」部分，張維安的〈族群文化產業發展與客家文化的未來〉，認為發展產業，發展客庄經濟拯救客家族群的想法，可能太過於一廂情願。特別是對於當地生態的破壞、語言的流失等等，不能說是非預期的結果，對於文化發展，將會推進與物質利益或產業發展有關的符號，甚至是創新與物質利益有關的文化符碼，日常生活底蘊的文化將日漸萎縮。林本炫的〈台灣各族群宗教信仰的比較〉論文，針對臺灣幾個族群之間在宗教態度、宗教行為、術數行為方面進行比較分析，通過比較的角度，可以認識客家與其他族群在這幾個方面的異同。許維德的論文，〈從「素樸文化認同」到「制度化政治認同」〉，對客家認同的內涵有更細緻的分析，該文從生命史的角度來思考，指出素樸文化認同在客家運動發生之前，便以某種方式存在於客家族群之中，這種認同和後來浮現的制度化政治認同，在內涵上有一些變化，其解析和其他論文的發現時有不同，客家如果不先作為有文化認同的群體，可能不易有後來浮現的制度化政治認同。

張藝曦和劉勝權兩位的論文所討論的對象不在臺灣，但對於思索臺灣客家議題，也具有重要的意義。張藝曦教授的〈從陳寅恪與羅香林的一段交涉看民初客家論述的形成〉，精彩的地方，是關於羅香林與陳寅恪兩位民初知識份子對於客家、漢人與族譜的討論。劉勝權的論文則是以中國廣東始興客家話為討論對象，對於客家語言的理解提供了更大的視野。

「族群文化與客家認同」部分，也包括了蔣淑貞的〈反抗與忍從：鍾理和與龍瑛宗的「客家情結」之比較〉，以及段馨君的〈情與法：客家戲與跨劇種研究〉兩篇文章。蔣淑貞的論文分析兩位客籍文

學家鍾理和與龍瑛宗所代表的客家情結，雖然都是客家意識，卻有不同的客家意象。客家文學和戲劇的解析，提供了認識客家文化的一個視窗。

第一冊的第二部分是「客家女性與日常生活」，共有五篇論文，童養媳曾經是認識客家族群的一個角度，羅烈師的〈阿蘭買屋：一個北臺灣客庄分戶的故事〉論文，通過訪談重建童養媳阿蘭的生命史，指出傳統客家宗族中的女性角色。另外，也是通過訪談，通過歷史的縱深，連瑞枝教授的論文〈被送出去的女人：客家女性與邊陲性〉，則是以「被送走」的身份流動來分析客家女性與其所在的社會關係，表達出客家社會中庶民社會的倫理與實相。簡美玲教授的〈殖民、山歌與地方社會：北臺灣客庄阿婆生命史敘事的日常性(1930-1955)〉一文中，阿婆生命史敘述，則是另外一篇關於客家婦女的生命史敘事，所處理的是日治後期到戰後初期苗栗客庄的在地社會。

王俐容、楊蕙嘉的〈當代台灣客家流行音樂的族群再現與文化認同〉論文，以分析當代臺灣客家流行音樂與客家族群意象和生活經驗的再生為主題，可視為客家流行音樂與族群認同的討論。日常生活的議題中，陳君山、何春媛的〈客庄老年生活風格與日常生活世界之空間差異探究〉論文，探討了客庄老年生活風格與日常生活世界，是一篇運用地理資訊系統，跨領域的結合時間地理學的氛圍分析。

第二冊《客家映臺灣：族群產業與客家意象》，包含九篇論文。黃紹恆教授之〈日治時期新竹客家地區地主資本積累之研究〉，是一篇關於日治時期新竹客家地區地主資本積累之研究，研究的內容為關於客家人在臺灣早期開墾過程中，累積家產方式之分析，是一篇臺灣客家族群經濟史分析的範例。張翰璧與徐幸君的〈「客家區域」與「客家經濟」的動態關係：以鳳山溪茶產業為例〉論文，是一篇關於新竹縣鳳山溪茶葉（產業）的分析，該文解讀了茶園作為自然地景到作為文化地景的轉變，有經濟史的味道，也有長期社會經濟轉變的理

解。胡愈寧、林錫霞的〈後龍河流域傳統農業之轉型初探：以獅潭鄉泉明蠶業農場為例〉論文，集中討論泉明蠶業農場，除了可以瞭解泉明蠶絲產業的發展外，也指出該產業在苗栗的發展史，更是一個農業轉換成文化觀光產業的範例。

接下來，本書收錄三篇與桐花祭相關的論文，分別有不同的關心：王雯君、張維安的〈客家文化與產業創意：2004年客家桐花祭的分析〉論文，是一篇關於2004年桐花祭活動的分析，通過向文化借力、被發明的傳統等概念，指出桐花祭的創意思索。該文除了桐花祭的分析外，也呈現了當時所蒐集到的客家文化內涵，這些早期的觀察，可作為後來發展的比較對象。孫榮光的〈傳統與社群媒體建構的桐花祭意象分析〉論文，從傳統媒體與社群媒體建構的桐花祭意象開始，分析了社會媒體與傳統媒體所建構的桐花祭意象，提出在桐花祭中運用媒體深化客家文化的方向。李威靈、羅原廷的〈桐花祭廣告中的在地化情境與符號呈現：俗民文化模仿與符號學分析考察〉論文，分析了桐花祭廣告中的在地化情境與符號呈現，探討了桐花祭系列廣告中，以客家為行銷標的族群意象操作，分析了通過桐花祭廣告來重建客家文化的想像。

「族群產業與客家意象」議題的最後幾篇文章與媒體分析有關的論文，李美華的〈網路媒體中的客家意象建構：「好客 ING 客家影音網路平台」之分析〉一文，關心的是網路媒體中的客家意象建構，以「好客 ING 客家影音網路平台」為對象，分析其再現與產製的客家文化意象。黃世明、黃宏至的論文，〈地方特色產業與客家飲食文化的化成凝現：以苗栗縣公館鄉紅棗為例〉，以苗栗縣公館鄉紅棗為個案，分析客家地區的特色產業和飲食文化，進而提出文化產業實務操作的邏輯，對於研究個案以及更廣的文化產業價值之打造，具有參考價值。最後一篇壓軸的是新竹地區客家餐廳的文化研究，劉大和教授的〈客家飲食文化：新竹地區客家餐廳的文化研究〉，是一篇結合

「客家文化研究」與「文化產業」的研究。以新竹地區的調查資料為基礎，除了討論客家飲食的內涵外，也解讀客家餐廳以文化加值的策略。

這次出版的兩冊《客家映臺灣》，在性質上屬於寬鬆的主題式論文集形式，範圍包含比較廣泛，我們希望這些論文的彙集與出版，有助於客家研究、教學，甚至於考試之準備所需，符合客家學界多重目的使用目標，也希望透過主題式論文集形式出版，一方面達到彌補長期散置於不同期刊、會議的單篇客家研究論文的現象，一方面藉相關論文的彙集出版，彰顯、提升客家研究的能見度與影響力。

張維安

國立交通大學客家文化學院院長

國立交通大學人文與社會科學研究中心主任

2015-6-23 竹北六家

作者簡介

- 王俐容 國立中央大學客家學院客家語文暨社會科學學系教授。
- 何春媛 國立聯合大學客家研究學院經濟與社會研究所碩士。
- 林本炫 國立聯合大學客家研究學院文化觀光產業學系教授兼系主任。
- 段馨君 國立交通大學客家文化學院人文社會學系副教授。
- 張維安 國立交通大學客家文化學院院長。
- 張藝曦 國立交通大學客家文化學院人文社會學系副教授。
- 許維德 國立交通大學客家文化學院人文社會學系副教授。
- 連瑞枝 國立交通大學客家文化學院人文社會學系副教授。
- 陳君山 國立聯合大學客家研究學院資訊與社會研究所助理教授。
- 楊蕙嘉 中壢市元生國小教師。
- 劉勝權 新生醫護管理專科學校專任助理教授。
- 蔣淑貞 國立交通大學客家文化學院人文社會學系副教授。
- 簡美玲 國立交通大學客家文化學院人文社會學系教授。
- 羅烈師 國立交通大學客家文化學院人文社會學系副教授。

(依姓氏筆畫排序)

目錄

主編序 張維安 i

作者簡介

第一篇 族群文化與客家認同

第一章 族群文化產業發展與客家文化的未來 張維安 3

第二章 從「素樸文化認同」到「制度化政治認同」
：以某「焦點團體訪談」資料分析「客家認同」的動態發展過程
許維德 19

第三章 台灣各族群宗教信仰的比較 林本炫 59

第四章 從陳寅恪與羅香林的一段交涉
看民初客家論述的形成 張藝曦 89

第五章 移民歷史與方言分區：
從始興方言檢討粵北客家話的分片 劉勝權 117

第六章 反抗與忍從：
鍾理和與龍瑛宗的「客家情結」之比較 蔣淑貞 149

第七章 情與法：客家戲與跨劇種研究 段馨君 181

第二篇 客家女性與日常生活

第八章 阿蘭買屋：一個北臺灣客庄分戶的故事 羅烈師 213

第九章 被送出去的女人：
母女關係、家庭勞動力與歷史記憶 連瑞枝 227

第十章 殖民、山歌與地方社會：
北臺灣客庄阿婆生命史敘事的日常性 (1930-1955) 簡美玲 259

第十一章 當代台灣客家流行音樂的族群再現與文化認同
王俐容、楊蕙嘉 299

第十二章 客庄老年生活風格與日常生活世界之空間差異探究
陳君山、何春媛 329

第一章

族群文化產業發展與客家文化的未來

張維安*

摘要

關於文化和經濟的學術討論，一直是學術界重視的議題。客家研究方面，對於這個議題的討論，大多放在文化如何加值產業，族群文化如何發展經濟產業。關於文化與經濟的另外一個議題則討論比較少：以發展產業為基礎的思考邏輯，對文化發展帶來了怎樣的影響。本文希望通過三個觀點來檢討產業發展為主軸思考下的客家文化發展：1. 客家文化產業下的客家文化：以客家文化產業中的客家飲食為例，客家餐館與飲食中的客家文化只是歷史的記憶，不再是取自於當下客家族群的生活脈絡。2. 文化觀光與文化創意產業的客家文化：以博物館或建築形式為例，某一客家地區的建築或飲食特性，被引用為普遍的客家文化形象，此時豐富的客家文化遭到忽略或被簡化。3. 發展文化產業活化客庄：營造地方生態景觀、創造或揀選地方特色產業，引進消費者，活化客庄。結果帶來地方文化的流失和生態的破壞，經濟產業的繁榮，換來地方族群文化的式微，特別是外地來的投資對當地文化的影響。通過以上三個思考，本文希望能喚起學界及行政單位留意發展產業的思考下客家文化所可能面臨的危機。

關鍵字：族群文化產業、客家文化

* 張維安係國立交通大學人文社會學系教授兼客家文化學院院長。

一、前言

張維安在《台灣客家族群史產經篇》^①的〈導論〉中討論台灣客家與文化產業時指出，因為發現有許多客家人從事文化工作，覺得客家族群產業的討論應該將文化產業包括進來，並將其分為三種形式：一是客家背景的人士從事文化性質的產業，例如客家籍的老闆經營書店等與文化相關的產業；其二是客家籍老闆經營與客家文化相關的產業，例如客家米食中心，客家菜餐廳等，某個角度而言，客家文化作為一種消費的對象；第三種形式是以發揚客家文化理念為目的之文化產業，例如客家電台、客家電視台等，有些受訪者曾經提出其創業的目的就是體會到客家文化、語言流失的危機。其中第二項，可進一步說明為經營客家文化加值的產品，以達成經濟之目的，第三項則是指以發揚客家文化為目的之文化產業。雖然前述的第二種形式也有發揚客家文化的功能與意義，而第三種形式的產業，也有以客家文化為消費營收的現象，這樣分類仍有助於釐清客家文化產業的類型。

發展產業可以是個純粹的經濟行為，如果以文化為基礎的產業發展，則牽涉到對文化因素的認識、選取、經營、詮釋，乃至於相關符碼的操作、設計與運用，這些過程對於文化的發展將有一定程度的影響；相同的，如果一個以發展文化，推廣文化為目的之企業，其行為與結果也將對文化的發展有一定程度的影響。「發展產業與客家文化」所關心的議題屬於前者。

針對發展產業對客家文化所帶來的影響之討論，本文以下將分成三個部分來討論：一、向文化借力與發明傳統：文化作為一門生意或通過文化創意產業方式，使文化加值於產業；二、經濟邏輯下的文化發展：在文化產業的思考下，文化之發展可能受到經濟邏輯的思考所影響，這部分將以和河合洋尚論文對話的方式展開，並以2010年台灣特色客家產業資料為分析對象；三、活化客庄及其對客家文化影響：引進文化產業活化客庄，帶來人潮與外來資本，對地方的影響值得思考，這部分將以南庄的田野調查資料為分析基礎。

① 張維安 2000 《台灣客家族群史產經篇》（作者：張維安、黃毅志、黃紹恆、張翰壁、洪馨蘭、馮建彰、陳玉蘋）。台灣省文獻會出版。

二、向文化借力與發明傳統

文化與經濟產業方面，最直接的是在文化作為一種產品、一種產業，就像馮久玲所說的「文化是一門好生意」，^②文化直接促進經濟活動的發展，例如歷史文化古蹟、世界文化遺產，人們因為對文化的興趣進而衍生出的活動，帶來具體的經濟收益，文化越豐富、越迷人，人潮越多。許多文化活動本身，不帶有經濟收益的設計，但是卻帶來經濟收益的效果，例如台灣的故宮所蒐藏的歷史文物，或京都、奈良的世界文化遺產，甚至是印地安文化、原住民文化、客家文化作為一種觀光的資源者，應可屬之。只要把文化經營好，由於文化的魅力而與經濟收益產生關連。這種以保存或發展文化為目標的作法，還可以延伸到生活、生態園區的經營與發展，以進一步活化某一個地方文化或一種地區性的族群文化之特色。

在文化保存與活化之外（之後），文化與產業的相關性可另外討論，例如文化創意產業、向文化借力來經營某一項產品等，並非本文分析的重點，本文的主要議題是診斷發展族群產業或族群文化產業之下的「文化發展」。

產業或文化產業在政府政策中的定位，可以在馬英九總統的客家政策中看出，他指出：重視客家文化，並非因為我是客家人，而是因為客家文化的重要。針對這個客家文化，「政府的客家政策秉持三個重點：傳承語言與文化，使客語成為重要公共語言；發展具客家特色產業，儘快繁榮客庄經濟；跨越族群及地理隔閡與海外建立連結，打造台灣成為全球客家文化與產業交流中心」。^③所謂的客家文化似乎只有語言，從後兩項來看，產業要比文化重要，在過去的成绩單裡，有一項是辦理「海外客家美食料理研習班」。^④的確，「客家菜」在客家文化產業的地位是不可忽視的一環。

飲食與其他的行為一樣都具有實用與表達 / 象徵的兩個面向，食物的實用意義包括讓人飽足、營養、口味與生產供應等，而其象徵意義則是

② 馮久玲 (2002) 《文化是好生意》，臺北：臉譜出版公司。

③ 客家政策，<http://www.president.gov.tw/Default.aspx?tabid=1092> (2010/11/30)

④ 客家政策，<http://www.president.gov.tw/Default.aspx?tabid=1092> (2010/11/30)

一種延伸的表達，包括其社會文化、價值、宗教、身分階級等面向。^⑤客家餐館受到重視，某個角度也是客家文化的能見度增加的指標，在我們所訪談的南庄、內灣與北埔，不論是推廣客家人的生活環境與素材的客家菜館，或後來新加入的客家擂茶、柿餅與野薑花粽子，都和客家文化的詮釋息息相關。每次的客家活動，大都要有「客家美食」做為吸引力，客家文化園區，也要規劃「客家美食餐廳」。^⑥學者認為客家飲食習性反映了客家社群傳統所居處的地域與自然環境，並與其從事的生計活動有關（山居生活、務農為主的生產活動），這些飲食習性的三個特色：1. 食材容易取得；2. 食物的製作與烹飪以簡單作為原則；3. 以醃製、日曬的方法來儲存食物，賦予食物特別的風味。^⑦這些具有客家文化的客家美食有些是日常生活的一部份，例如福菜湯、蘿蔔湯、梅干扣肉，但是大部分均屬於農忙、節慶、祭典才會準備的食物，水坂、米萇目、年糕、九層板、粽子、封肉、薑絲大腸、紅板，甚至是客家小炒不一定在日常生活中可以享用。相當程度來說，客家美食除了一部分日常生活的記憶之外，相當大的部分是以慶典與節慶時的筵席化作為日常生活來享受。

從這裡來看，日常生活方式與文化特質將得到詮釋，並且以節慶時節的特色來代表客家文化，關於後者，在近年的客家文化復甦過程中，受到重視與重構，常喚起年長客家鄉親的「記憶」，並傳給年輕人。這些具有「族群文化」的飲食在現代餐廳中有成為「文化創意產業」的機會。在北埔一家客家菜館中，有原來服務於新竹市某一大飯店的經理，製作的湯圓加進了五行養生的概念，甚至超越地方取材：「五行湯圓中，除芝麻以外，都從澳洲進口，因為品質好無汙染」。^⑧

客家美食，朝著食物的新式、精緻方式處理，一位網友這樣記錄著她在一家著名客家餐館用餐時所點的「客家菜」：^⑨「薑絲大腸不像一般的

⑤ 莊英章(2003)〈客家社會文化與飲食特性〉，於楊昭景編，《客家飲食文化輯》(台北：行政院客家委員會)，頁10-17。

⑥ 參見六堆客家文化園區的規劃。

⑦ 林淑蓉(2006)，〈食物、記憶與社會生活：再探客家文化遺產〉。行政院客家委員會研究計畫成果報告。

⑧ 本計畫北埔商店調查紀錄。

⑨ 客家菜，<http://barbara1001.pixnet.net/blog/post/1127485>