

客家委員會補助大學校院發展客家學術機構

國立高雄師範大學「立基臺灣，揚帆南下：臺新馬的客家社會與文化」

子計畫 4：

超越地方性——

臺灣客家物件之鑲嵌與脫鉤研究暨青年扎根計畫

成果報告

實施期程：民國 106 年 1 月 1 日起至民國 106 年 11 月 30 日止

計畫主持人：洪馨蘭副教授

聯絡信箱：lanerbox@hotmail.com

聯絡地址：高雄市苓雅區(80201)和平一路 116 號

連絡電話：(07) 7172930 分機 2541

摘要

「超越地方性——臺灣客家物件之鑲嵌與脫鉤研究暨青年扎根計畫」乃國立高雄師範大學 106 年度「客家委員會補助大學校院發展客家學術機構」整合計畫中的子計畫四。計畫初始即邀集兩位曾經選修本校通識課「客家社會與文化」成績優秀的大學生，參加計劃過程，包括進行初步資料蒐集、文獻閱讀、每月進行研究討論，並執行田野訪查。目的在彙整當代臺灣六堆客家文創發展的歷程，較少關於客家物質文化的的地方性與流動性討論。本研究為學習型獎助生培養計畫，從物質文化的技術史和從業史角度，對特定物件本身對應之歷史性與物件流動所呈現的地緣政治和跨國社會空間，採取歷史人類學角度進行初步探討。由於關於文創品的討論過去較著重技術之應用與開發，致使較難想像物質文化本身如何可在未來發展出自己的文化表現體系，以及物件和臺灣客家族群性鑲嵌的時代感。今年選擇臺灣客家重要文創意象：紙傘、藍衫，與華南客家文創酒釀為例，整理這些「客家物件」在日殖時期臺灣自 1920 年代以後的鑲嵌與脫鉤過程。本計畫結合研究生帶領通識課大學生進行青年扎根規劃，除加強本所研究生客家物質史之相關研究的深度，同時也因為本所為獨立所，藉此可透過師生共同研究，將客家研究課題與大學生共同研討並推廣。筆者在本校長期擔任通識課程「客家社會與文化」的授課教師，每學期分別接觸和平校區（文學院、教育學院、藝術學院）與燕巢校區（理學院與科技學院）的大學生，因此此計劃遴選了在 105 年曾選修通識課程「客家社會與文化」成績優秀之大學部學生，與主持人及研究生共同工作，推動共學機制，研讀相關文獻並進行研究會，同時對照計畫主持人提供之華南田野素材，深化高雄師範大學客家研究機構之向下扎根。

關鍵詞：物質文化、紙傘、藍衫、酒釀、客家文創

一、研究動機與問題意識

本研究希冀透過文獻回顧與多點田野，彙整當代臺灣六堆客家文創發展的歷程，以及目前在關於物質文化相關的地方性與流動性，面對歷史想像斷裂的困境。此困境主要來自文創品的研究，目前多透過技術文化（民族藝術）的取徑切入，著重其技術發展，但對物件本身相對應的歷史性及其在物件傳播與流動上所呈現的獨特與弔詭，似乎缺乏歷史人類學研究者透過歷史重建（歷史建構）方面的研究投入，致使較難理解物件本身的物質文化如何可以往後發展成一個文化表現體系，與物件共同呈現臺灣客家族群性和時代感。舉例來說，藍色布衫並非客家獨有的穿著，在嶺南其他如潮汕人及部分少數民族的生活中，是一種平民日常穿著的典型樣式，但某種形式的藍色布衫已經變成當代臺灣客家文創意象中，十分重要的圖樣、色彩、構圖、甚至形象圖騰的創發依據之一。要找出其間的鑲嵌關係，事實上並不容易說清楚。該特定樣式的藍色布衫在 20 世紀上半葉引入臺灣，不僅涉及藍染作物與裁縫技術的跨海引入，還必須討論六堆客家人當時的服飾流行學、經濟學、透過服飾產生的族群意識，才能理解何以成為流行進而在美濃此地出現排他性。究竟，藍衫變成臺灣客家女性的象徵性穿著，這個鑲嵌需要的條件究竟有哪些？為了做此解答，本計劃認為藍衫作為臺灣客家重要物質文化象徵之一，相關的物質文化體系研究並未完成。再舉本計劃選擇之例紙傘，該物件在南臺灣客家地區的引入，除了涉及當時潮傘在對岸（中華民國）民國初期作為外銷品的流行學，還必須談到臺灣因總督府實施酒類專賣而引起的釀酒工坊失業潮。

事實上臺灣客家文創有許多意象是不斷被民間與官方重複強化與運用。上述的藍衫與紙傘即是其中佼佼者。據筆者實際經驗，海外研究機構近年也對臺灣客家文創產業充滿高度興趣——不僅希望透過文創物件本身的技術與美學來作為認識臺灣客家的窗口，同時也好奇何以是該些物件來代表（臺灣）客家。他們期待瞭解的不僅是技術在臺灣的發展過程，還希望知道彼此之「鑲嵌」過程是如何進行的。

臺灣的客家研究過去針對藍衫、紙傘已有豐富的技術文化研究以及相關文創推廣的應用性研究（見以下初步文獻回顧）。這項計畫除了鼓勵學習型獎助生就「技術」層面去探索物件傳入與發展的軌跡，並開啟對於這些「客家意象」背後，是否牽涉到哪些關於「人群」的遷徙，以及物質文化採借的時代性和族群性。「物質文化研究」本身，其意義不僅在「物」的技

術本身，它還包括物性（materiality）的歷史與社會經濟條件；涉及符號交換（殖民時期底下對廣義漢人認同的孺慕）；物的象徵化與物在不同文化中的（特殊）位置、甚至是在臺灣成為客家象徵化之後，如何將真正的關懷置於客家文化本身；失去社會生活舞台的物（不論紙傘、藍衫還是酒釀都已經不在當代臺灣客家的社會生活裡），失去的、或再現的是什麼樣的心性（mentality）。人類學家認為，透過由「物」切入所做的研究，對於被研究的社會其文化的理解，是有機會透過長期的研究提供新的觀點。¹

根據目前現有的研究，筆者看到紙傘、藍衫與酒釀在臺灣的發展與命運，歸結在某個關鍵時刻：1920-1940 年代。所以這個計劃想嘗試同時透過物質文化研究與歷史人類學取徑，加強本所（高雄師大客家文化所）研究生對 20 世紀上半葉客家物質史之相關研究的深度，同時也藉由筆者在本校長期擔任通識課程「客家社會與文化」的授課教師，每學期均分別接觸和平校區（文學院、教育學院、藝術學院）與燕巢校區（理學院與科技學院）的大學生，希望徵求每學期各兩名大學部學習型獎助生，與研究所學習型獎助生一起工作，推動共學機制，深化高師大客家研究的向下扎根。本研究探究藍衫與紙傘在華南的「非客家性」，對照在臺灣出現客家性的鑲嵌；同時探究酒釀文化在當代華南被強烈建構出的「客家性」，對照臺灣客家酒釀文化因專賣制度而來的失傳。本研究以人類學知識理論以美濃紙傘、藍衫與失落的酒釀為例，讓文創從事者有更多的「敘事」可以成為創發的元素，也對客家研究的應用提出貢獻。

二、 相關文獻探討

客家文創的發展與臺灣族群運動之開展呈現正相關。因應族群象徵產業——指移墾時期之特定農業生產——在生態環境變遷與面臨國內／國際自由市場環境緊張的衝擊，政府透過政策欲鼓勵客家人／客家地區在既有文化的／產業的基礎上，以創新的思維，配合社區化／企業化等不同的策略，進行產業加值，協助客家鄉鎮或村落改良其生計產業，引入產業轉型與升級。² 在臺灣，客家文創產業之興起與發展，是客家意識提升的直接展現。將文化創意進行產業化（或文化產業創意化），目的在使有意願者得以藉此導入旅遊和觀光，迎上全球

1 參閱黃應貴主編，《物與物質文化》（臺北：中央研究院民族學研究所，2004）。

2 相關討論可參考俞龍通，《文化創意、客家魅力：客家文化創意產業觀點、策略與案例》（臺北：師大書苑，2008）。關於客家族群象徵性產業的討論，延伸可參考同一作者，《客家族群象徵產業的當代新風貌》（臺北：師大書苑，2014）。

LOHAS（樂活）風潮以轉型生計經營模式。並嘗試發展社區支持性農業（CSA）或社區互助經濟，包括鼓勵非營利或非政府組織（NPO/NGO）進行小額集資建置社會企業，以自主經營的方式取代過去長期依賴申請政府補助的經營型態。重點都在於鼓勵客家村落以特色文化產業（或產業文化），透過文創化形成永續發展。希冀重建客家人（客家文化）在臺灣的存在感與自信心。

當產業希望加入客家文化元素時，在臺灣稱為「加值」，也就是增加其實際價值與附加價值。這中間最常使用於加值的策略包括改良包裝、增加宣傳、創造體驗、研發文創商品（紀念品販售），以及說一個精彩的故事。「故事的力量」成為不管是傳統還是創新的產業，亟欲在客家文化中找到一些元素，讓這些產業中的特色產品或主力產品，「說一個屬於他們的故事」。此舉涉及對客家文化的挖掘、詮釋、紀錄、轉化、重構、創新，甚至發明——推到極致很多關於產業與客家文化之間的「關聯」，其實是創發的（*invented*）。有些人或許會以批判的角度認為此種「創發」其之商業性目的很難保有原來的文化性目的，然而，亦有人主張真正友善的、具永續發展的創發傳統（*invented traditions*）也絕對不是「無中生有」，它的創發仍然必須奠基於族群的集體記憶（*collective memory*）、歷史的文化元素，而新創的各類活動季（*festival*）或文化祭（*まつり*，*matsuri*）也通常要透過創意以及社區營造的過程，使其創發的意義在建構的同時，對客家文化進行反身性建構，增加客家文化本身的動能，並鼓勵更多願意投身客家文化細緻傳承與多元創新的能動者（*agent*）——例如工藝師、展演家、文化經理人、文創商鋪投資者與經營者、體驗型農業的分享者、住宿與美食（*B & B*）在地經營者，甚至是長期接待家庭（*host families for long stay*）的養成。

分析過往經驗，臺灣客家文化產業確實有看似「移植」（*transplant*）或「接枝」（*inarching*）的部分。最常提起的例子，莫過於「客家擂茶」。臺灣客家庄裡大量出現觀光性擂茶（提供遊客體驗自製擂茶粉），事實上是最近二十年的事情。或許對於較為「傳統主義派」的客家文化工作者來說，看到「擂茶」已經變成目前都市人進到客家鄉鎮最醒目的「客家文化特徵」就是擂茶，在心情上頗為糾結與矛盾，因為它一直以來都不曾是在臺灣任何一地的客家人，從日常生活發展出來的一部分，後來變成了商業、甚至在詮釋上也多了很多穿鑿附會。追溯其脈絡可能與來自廣東省陸豐縣的某「外省客家」（非清代時期來臺客家後裔）有關，是在很晚期才隨著陸豐移民帶來臺灣；而且在作為飲食的文化內涵上，陸豐的「擂茶」與臺灣現在許

多客家觀光地區所端出來的「體驗經濟：擂茶」，本質上是有非常大的不同的。³ 換句話說，當代臺灣的客家文化中，除了刻板印象外，還有許多「嫁接印象」或「發明的印象」，揉雜成為「臺灣客家」這個新的概念與類屬，而這背後之社會動力，主要還是來自於前文所提到的：臺灣客家族群意識的提升，讓客家人有著極大的企圖，對於找到足以識別的族群特徵，建構族群意識（ethnicity），加上經費與資源的整合與挹注，從政策擬定到民間活動，莫不大力透過客家文化產業，強化客家與他者（others）之間的「不同」，而非「同」的那一面。

筆者認為，發生於當代的擂茶與臺灣客家的「接枝」，是因為擂茶引進的同時，就以觀光或文創商品被旅遊點販賣，並沒有進入日常生活中。相對的，紙傘與藍衫某種程度上在美濃（臺灣客家）也是一個流動與引進的過程，但卻曾經在臺灣這塊土地上鑲嵌入日常生活，所以它們的地方性更為真實，也扎扎實實地變成臺灣客家的「傳統」。遺憾的是，現今紙傘或藍衫文化成為標籤以及裝飾，距離真實的客家民間生活已經脫鉤，或在價格與價值中受到研發侷限，價值與價格已無法反映客家人的文化特色。文創化的文化於是面臨迎合通俗與大眾的口味，或是走精緻路線成為禮盒或擺飾品的兩種擺盪。例如：今日已難看到油紙傘的使用，購買者多以居家或賣場擺設為主；藍布衫要重新穿上身，考驗的是炎熱的夏季以及材質與剪裁的創新，目前多是透過舞蹈團的展演，推廣著某些新製藍衫的創意；⁴ 原本作為儀式音樂的八音，也因儀式主事者的意願與經費考量，日漸消失在歲時祭儀的現場。⁵ 筆者認為，客家文創品要做到提升，很多地方要面對的是生活設計的工藝技術已經消失許多，且從日常生活現場退隱，還有就是本研究強調的，要讓物件本身就擁有跨越單純地方性的歷史敘述。

臺灣的客家文創產業有著濃厚的地方性（locality），此與臺灣本土化運動之後社區總體營造政策推動的方向有關。歷經日本殖民統治與國民政府現代化政策的推動下，以農養工的產業轉型方針，把鄉村青壯人口擠壓至工業部門，客家文化的母土鄉村凋零迅速，也造成語言流失加快。其中，文化重要的繼承者：女性，因同樣大量離村離農，鄉村人口結構的質與量都產

3 見黃智絹，〈遠渡重洋的美食－臺灣客家擂茶的流變〉（桃園：國立中央大學客家社會文化研究所碩士論文，2011）。另見黃一民，〈文化與商品：擂茶的社會學考察〉（三峽：國立臺北大學社會學研究所碩士論文，2004）。

4 見林銘堯，〈「藍衫樂舞團」展演客家樂舞之形式及文化意涵〉（屏東：國立屏東教育大學客家文化研究所碩士論文，2009）。

5 例如原本支撐著客家八音樂團的婚喪喜慶，被現代錄音設備所取代，加上脫團成員組成單人的DJ，後兩者所需的費用都低於聘請一團人，因此傳統音樂產業從就業市場中逐漸消失，變成藝術展演市場的表演者。見謝宜文，〈美濃地區客家「還神」祭典與客家八音運用之研究〉（臺南：國立臺南大學臺灣文化研究所碩士論文，2007）。案例討論參見該冊論文頁22-24。

生劇烈變化。這個時期，族群身份認同與族群意識的低落，令一些臺灣客家知識菁英憂心忡忡。努力彰顯族群經濟活動在臺灣歷史與社會的貢獻，不僅在都市區的客家人有此心理需求，對在鄉村區保衛家園的留鄉菁英來說，同等重要。透過民國 83 年（1994）文化建設委員會推動之社區總體營造政策，「文化產業化、產業文化化」及後續「一鄉鎮一特色（產業）」都呼應此需求，促使臺灣各地的客家鄉鎮與轄下村莊，在經費補助與撰寫企劃的指導下，依其能力與意願，規劃不同規模不同進程的地方文化盤點，對迅速流失中的鄉村客家文化，進行文化產業重新發展的資源整備。因此，臺灣的客家文化產業一直以來都有著濃厚的地方性——也就是說，客家文化產業大多都是發展於客家人密度較集中的鄉鎮或部分都市街巷。

客家傳統村莊所發展出來的產業，大多與其特有的生態環境有關，因此當生態環境遭到都市化或老年化衝擊時，產業與文化同時將面對基礎流失的危機。例如臺三線上的油桐樹生態、筍乾的製作、草莓園的發展、桃子李子等果樹的栽種，都是與客家人居住的緯度位置、地形環境、日照雨量等生活資源息息相關。歷史性的文化產業，也有許多是鑲嵌於特定的地理條件上，例如臺灣中央山脈西側的採樟焗腦產業⁶、植茶烘焙產業(例如關西紅茶與北埔東方美人茶等)⁷、採集並熬焗香茅的產業(例如苗栗大湖)⁸、專賣作物菸草的申請與種植的聚集經濟(例如包括高雄美濃與屏東高樹)⁹等，都與特定植物的生長與栽培有關。另外，也有因為原料條件聚集而成的二級製造業，像是木材加工業（例如三義木雕）¹⁰、陶瓷窯燒產業(例如新竹金山面、苗栗公館)¹¹，前者為木材集散地有豐厚的木材來源，後者即與當地出產瓦斯可能有關。氣候、地理、土壤、水文、資源等促成了客家人與這些產業的某種鑲嵌關係，在不同地方深刻地影響了當地客家人的生活方式、甚至風土民情。

6 可參考賴怡瑾，〈苗栗樟腦產業的鑲嵌與轉型-以東華樟腦廠為例〉(苗栗：國立聯合大學經濟與社會研究所碩士論文，2010)。陳正哲，〈臺灣樟腦業製腦空間中的區域性格與生產方式——客家產業及其文化研究〉(臺北：客家委員會 97 年度獎助客家學術研究計畫成果報告，2008)。溫紹炳，〈臺灣樟腦產業與客家人社會地位提升之研究〉(臺北：客家委員會 93 年度獎助客家學術研究計畫成果報告，2004)。

7 可參考張翰璧，〈桃、竹、苗茶產業與客家族群經濟生活間的關係〉。收錄於張維安等編纂，《臺灣客家族群史：產經篇》(南投：臺灣省文獻委員會，2000)，頁 87-121。

8 可參考邱嫻誼，〈香茅產業的興衰與發展——以苗栗縣大湖鄉為例〉(苗栗：國立聯合大學客家語言與傳播研究所碩士論文，2011)。

9 參見拙作〈屏北平原「臺灣菸草王國」之形成：以《台菸通訊》(1963-1900)為討論〉，《師大臺灣史學報》3(2010.1): 45-92。

10 可參考黃世明，〈苗栗地區族群文化與地方行銷之研究——以三義鄉為例〉(臺北：客家委員會 96 年度補助大專院校發展客家學術機構計畫——國立聯合大學「客家文化的傳承與發揚：文化產業的觀點計畫」子計畫成果報告)。

11 可參考張維安、鄧淑慧，《苗栗裝飾陶瓷產業》(苗栗：苗栗縣政府文化局，2006)。

文化、產業、歷史、創意，形成了文化產業再造的元素，臺灣客家文創產業重要的興起背景，很大部分與旅遊發展相互鑲嵌。例如：穿過客家鄉鎮的臺鐵支線：內灣線，原是運送當地出產物品的具體功能，後來產業沒落，內灣線失去經濟價值¹² 而面臨轉化，而今變成觀光客喜愛的觀光點，沿線車站形成懷舊商圈，販售著一種時間停格的時光感。目前這些人潮正鼓勵著沿線鄉鎮發展特色文化產業，因為消費市場傾向找尋一種地方的「代表性」，因此如何找到（找回）代表性的文化產業，某方面的意義來說，也是一種族群意識的辯證——包括哪段歷史、什麼文化、哪些產業可以代表這個地區的客家生活，需要不斷地辯證。

筆者認為臺灣客家文創品不應該脫離「文化」本身的脈絡，而是要努力將過去關於物質文化相關研究累積而來的歷史知識、集體記憶、工匠技術、日常生活等人、文、地、景、產的資源能量，把「商品」確確實實地銜接著「文化」，並謹慎使用移植的文化內涵或生活經驗。文創產業根植於文化產業本身的地方性，而文創本身若能順利將地方感（the sense of place）轉化為文創商品的象徵——換句話說也就是讓文創商品鑲嵌於地方歷史之中，而不是只是存在於一個商品化的當代，筆者認為這較之單純的商業利益來說更有機會回饋文化傳承的本身。近年臺灣的客家文創多以展示文化或紀念品形式構成其產業鏈，在實際的產業地方來說則建置相對應的觀光工廠，遺憾的是關於產業在地方上的文化集體記憶，多數因生態環境與從業人員的消逝，很多都僅存於文化單位透過調查所採集到的耆老訪談中；不僅模糊不清，多數在地方上實存之產業設施、地景等，皆已消逝。這對於文創商品要如何吐露地方感，造成嚴重的敘事斷裂；更遑論將文創商品的原始參考物件放回東亞文化脈絡裡面來看臺灣客家史以及文化傳承的課題。

三、 研究內容

本項子計畫之研究目的如下：

- （一） 完成以歷史人類學針對藍衫、紙傘、與酒釀的文化再研究，透過多點田野的文獻資料蒐集，重建 1920-30 年代美濃客家與東亞之間透過物件流動所產生的跨境交流。以對「跨域流動」、「跨國社會空間」、「超越地方性」等概念進行驗證。

12 關於內灣線與客家（產業）的研究，近期論文見黃芳雲，〈內灣線之研究（1946-2011）〉（新竹：國立交通大學客家文化學院客家文化與社會學程碩士論文，2013，未出版）。

- (二) 面對當代臺灣客家文創品在鑲嵌與脫鉤課題上的「存而不論」或「不存則忽略不論」等困境，思考何以發生鑲嵌與脫鉤，並以三個物件的物質文化研究，提供臺灣客家文創在歷史性與超越地方性的多重邊界跨越之案例研究。
- (三) 透過田野實察，追蹤客家文創商品在文化復振的推動過程中，對於朝向「複雜的文化表現體系」是否具有向前推動的進展。
- (四) 因應本所為本校獨立所，有目的地培養大學部青年學子加入客家研究行列乃本所之教學研究方向之一，故本子計畫經由遴選曾選修計畫主持人開設通識課程「客家社會與文化」之優秀大專生，加入子計畫擔任學習型獎助生，提拔優秀青年直接參與研究計畫之文獻與田調學習，並透過參加計畫主持人每月舉行的討論課(seminar)，感受客家研究的學術研究氛圍，將客家研究扎根於本校大學部學生。

四、 研究方法、程序與步驟

本計劃採用理論與概念分析、文獻與史料探討、田野訪談等研究方法，並遵守研究倫理，茲扼要說明如下：

- (一) 理論與概念分析：本計劃將技術史成果重新置於物質文化的理論與概念下，針對物質本身的象徵、流動、再生產等進行探討。
- (二) 文獻與史料探討：主要方法是歷史人類學所推動的檔案與文獻田野，藉此對物件流動與跨域輸出/輸入提供更多材料引注。
- (三) 田野訪談：針對客家意象實際投入復振的參與者進行田野調查，分析客家文創品在當代文化表現體系中的進展，並蒐集建議。
- (四) 研究倫理：本計劃遵守學術倫理與研究倫理，尊重研究參與者對於資訊提供的自主權，並保障研究參與者的退出權，對於採用科技方式錄音或錄影，必事先徵詢獲得同意，且資料最後呈現亦遵守人類學田野倫理準則，保護研究參與者的個資與隱私。
- (五) 進行步驟如下：



五、 結果初步分析

本計劃首先希望重新討論的物件是藍衫。藍衫與高雄美濃一直有高度鑲嵌，雖然實際上它頻繁出現在六堆地區的各鄉鎮老照片集中，但由於其在文創品上的與美濃的高度鑲嵌，所以我們仍先以美濃藍衫作為重要案例來探討。

美濃作為南臺灣重要客家鄉鎮之一，根據文獻資料，在月光山系與茶頂山系接銜的雙溪地區，因具有水源之利，最接近雙溪的村莊「九芎林」曾有溫氏自外地引入藍草品種種植，並以植草與水利之便，短暫地以小型家族式藍染工坊成為美濃藍衫「藍布」原料的提供者。在藍衫款式的裁縫技術普及之後，美濃形成徹底的藍布衫文化。整個產業鏈從木藍（藍染植物）種植、藍靛製作、棉布染色，到以藍布裁縫成特定勞動樣式等，盛極一時甚至銷售外地。但如今因化學染的取代和洋布裳的流行，連一池池的染缸或礮布石等這些物質證據，都如廢墟般沒有留下多少供後人憑弔或研究。關於美濃藍布衫文化產業鏈的口述甚為片段，極難完成產業史的全貌重建。

過去關於藍衫的探討，對於美濃會出現藍衫大多是存而不論的，藍衫就是（六堆）客家女子的衣飾，且直接就稱「客家藍衫」。¹³然而，實際上「客家」與「藍衫」是經過建構與鑲

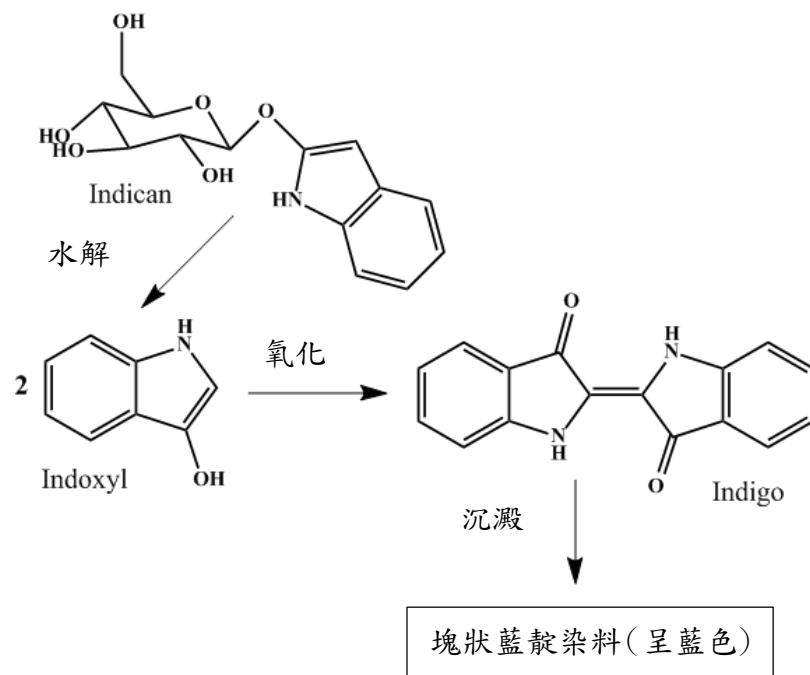
13 見鄭惠美編著，《藍衫與女紅：客家女子的衣飾美學》（新竹縣竹北市：臺灣客家文化中心籌備處，2006）。

嵌的過程。藍布衫基本上是東亞地區民間非常普遍的日常服飾，盛行於種植有藍草或生產藍靛的區域，通常有差異的是藍染的技法偏向繁複（例如蠟染、紮染等）或是純色藍布衫，以及帶有圖案意義的繡織。即便是客家地區，也未必都穿著藍衫（北臺灣的客家人就不穿藍衫）。發展出藍染加工對美濃藍衫的盛行來說，其意義應可視為是可取得更為便宜的藍靛(*indigo*)。

根據本研究分析，作為「商品」時的藍靛，可分為塊狀與泥狀兩種，其中，塊狀利於商業交易，但成本較為昂貴，相對的泥狀因含水量較大（雜質也較多），成本較低卻也較不利於遠途運輸。所以能夠粗製泥狀的藍靛對於藍染事業來說已經可以降低相當的藍染成本，有利於推廣。這裡面涉及相關之化學知識，本計畫之獎助生化學系四年級謝逢軍，整理了藍靛的性質，提供我們這方面的了解：

藍靛(*indigo*)是不溶在水中的有機化合物，可在多種植物當中被發現並萃取出像是：山藍、木藍、蓼藍以及菰藍，皆是人們在不同地區種植的藍草，是為常見的經濟作物，在醫療中也被當作中草藥強化代謝途徑。

製作藍靛需要先將含有藍靛的藍草浸泡在水中3至4天，將能溶於水的 *indican* 從植物中萃取出來，並撈出藍草分離萃取液，而萃取液中的 *indican* 因為帶有一葡萄糖基，因此在環境中易水解為葡萄糖和 *indoxyl*，此時需要不停地讓 *indoxyl* 在有氧氣的情況下，二分子 *indoxyl* 才能被氧化為不溶於水的染料 *indigo*，在藉由石灰粉讓 *indigo* 沉澱在底部，排出上層液體取出沉澱物陰乾，則成為圖五所見之藍靛染料，也往往因含水量不同而有不一樣的物態。



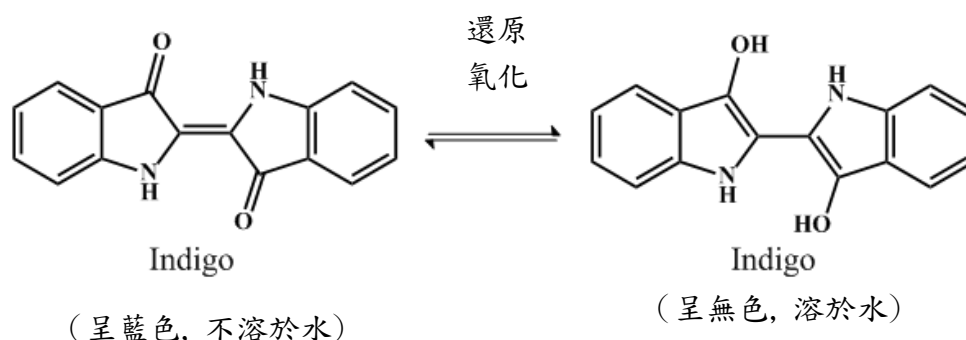
圖一、藍靛為反應的產物



圖二、Indigo 不同物理狀態(由左至右，含水量越少)

製成 indigo 之後，可利用其不溶於水的特性來增加可傳遞性，因為少了水的破壞，使 indigo 的結構完整也不易遭微生物侵襲，因此可由此狀態來達成商業、技術轉移的目的，而有了染料後接著進行藍染，先將水及 indigo 置於染缸中，並加入由燃燒植物而得之草木灰(K_2CO_3)營造一鹼性環境，使得 indigo 發生還原反應，轉換成可溶於水的結構並成無色狀態，待纖維置入以後能和染料發生反應形成鍵結，移出染缸，染料再次接觸空氣，便會氧化形

成不溶於水的結構，以上步驟重複數次便是我們所見靛藍布。



圖三、Indigo 之氧化還原態

根據目前的口述資料整理，美濃女性盛著藍衫是有多重原因的，其中與美濃當地出現多處藍染工坊蔚為藍染重要聚落有關，而藍靛需要染色植物來源，這又與美濃東北隅之溫姓家族，在 20 世紀初自荖濃溪南岸今里港鄉武洛一地將植藍與藍染技術往北輸入有關，而口述更直指在武洛的技術乃是自華南原鄉傳入。由於原物料可以自產，又再加上自中國原鄉習得傳統大襟衫（藍布衫）的裁縫師傅在美濃開店，且接受婦女申請教授藍衫製作技術（女性出嫁前依俗會至裁縫店學習針線細活），「藍衫」頓時成為美濃「唯一主流」的女性服飾。本計畫研究獎助生張筑鈞協助將這個過程嘗試爬梳如下：

《藍衫與女紅》寫到「客家婦女傳統服裝一般稱為『長衫』、『藍衫』、『大襟衫』。『長衫』是指其衣長及膝，『藍衫』則是稱其布料顏色，『大襟衫』則是以其開大襟的形式而言。」今日所說的藍衫，一般指的是六堆婦女所著，衣長較長，袖口處須反折的服飾，以藍、黑二色居多。至於北部客家婦女服飾，根據書中所述，一般稱之為「大襟衫」，衣色種類較多。

究竟「藍衫」何時傳入台灣，目前資料未明，尚無法確認。已知的是，從 20 世紀初的照片中，便可見到當時女子著藍衫的身影。從既有文獻資料看，台灣大

約是在明鄭時期引進了「小菁（即木藍）」、「大菁（即山藍）」兩種藍草，台灣南部的氣候乾旱，利於木藍的生長；北部則適合種植背陽喜濕的山藍。¹⁴自清代起，藍靛業已經成為重要的產業項目：金鉉《康熙福建通志臺灣府》提及臺灣物產有菁子、菁靛；¹⁵高拱乾《台灣府志》記「菁子：種之以做菁靛。漳、泉皆有，產於台者尤佳。菁靛：可以作染。」¹⁶足以見得當時藍靛業發展之盛。臺灣藍染業最蓬勃的時期大約在嘉慶（1796-1821）至同治（1862-1875）年間，當時臺灣藍靛主要是銷往中國大陸的長江流域一帶。¹⁷除了外銷中國外，台灣的藍染業也在當時出口港岸「一府三鹿三艋舺」，發展二次加工染房市街產業。¹⁸

清末時期的美濃，是木藍染料重要產地，有多家藍染坊專門在染布。美濃平原，陽光充足、氣候炎熱適合栽植木藍，¹⁹在當時有極大面積的種植以供染料的製作。《美濃鎮誌》記載，在日治之前，美濃多自府城購進布料，染後再販售供應六堆客家聚落使用。²⁰

清朝末期，台灣其他地區的藍靛產業開始沒落，1875年淡水河流域輸出的藍靛尚有21萬擔，1881年卻只餘2.1萬擔。²¹但對美濃地區的藍靛業尚未有立即的影響，一直到1910年，美濃的木藍產業迅速衰退，染布業市場萎縮，1920年代正式宣告結束。²²

1932年，國寶匠師謝景來開設了錦興行，謝師傅自十七歲起學習製作藍衫，根據謝師傅的兒子回憶：「父親是九芎林人……最後想到了天下三把刀，菜刀、剃刀、剪刀，跟父親研究，在父親點頭答應後，開始了做藍衫的生涯工作，還特地到唐山請師傅教他做藍衫。」²³亦有另一說是請福州師傅教導。但在1941年，日本人加強

14 馬芬妹，《台灣藍草木情-植物藍染技藝手冊》（台中：國立台灣工藝研究所，2007），頁20。

15 金鉉《康熙福建通志臺灣府》

16 高拱乾《台灣府志》

17 蔡承豪，《從染料到染坊-17至19世紀臺灣的藍靛業》2002，國立暨南國際大學歷史學研究所碩士論文。

18 馬芬妹，《台灣藍草木情-植物藍染技藝手冊》（台中：國立台灣工藝研究所，2007），頁17。

19 馬芬妹，《青出於藍-台灣藍染技術系譜與藍染工藝之美》（南投縣草屯鎮：台灣省手工業研究所，1999），頁13-17。

20 美濃鎮誌編輯委員會，《美濃鎮誌（上冊）》（高雄縣：美濃鎮公所，1997），頁692。

21 李瑞英《美濃九芎林藍染產業鏈之研究》頁31。

22 李瑞英《美濃九芎林藍染產業鏈之研究》頁32。

23 李瑞英《美濃九芎林藍染產業鏈之研究》頁97・98。

推動皇民化運動，強制停止製作傳統的漢人服飾，戰後藍衫才又重現市井。

根據老照片，清代時，美濃人就已經著藍衫，在美濃當地應是有會製作藍衫的師傅，何以卻是聘請中國的師傅來教？但在福州當地，人民日常衣著又與六堆藍衫形制不完全相同，如何教導謝師傅藍衫的製作方法呢？這些問題，還有待進一步地確認。

從離開兒童時期就有與身份相對應的藍衫樣式，包括可依出席場合拆卸更換的襟扣。截至 1990 年代中葉，美濃仍有近百歲的老婦人每天身著藍衫，走動於當地最古老的客家聚落——瀾濃庄上庄，成為最後一位見證。²⁴ 根據本計畫之成果初步分析：美濃的藍衫樣式（尤其是反摺進入腰間），乃是六堆較為特殊的穿法。而這種形制除了很可能與六堆地區的服飾美學和勞動習慣有關之外，我們也必須注意美濃重要的藍衫裁縫師傅之一，曾經在 1930 年代引進來臺華工（裁縫工）。初步的研究成果可以想像當時藍衫的裁縫需求，以及美濃在當時有福州人進入這樣一件歷史事實。這個部分如果只是特例，可能就不引起注意。然而，接下來我們看到紙傘，也可以發現那也是在約莫同一時期，從潮州的來臺華工（紙傘工）的技術。

本計劃第二個重新探討的物件是紙傘。相對藍衫來說，紙傘有更多的機會被客家相關的博物館規劃為特展，但目前較多的關於其在地發展與文創發展的應用研究²⁵，關於歷史則透過口述呈現了其從潮汕傳入的美濃第一代製傘師傅。²⁶ 相對的，本研究更好奇的是那個時期究竟潮汕紙傘在東亞處在什麼文化產業特色，紙傘在不同文化之間的流動，其應用性是否有呈現變化，而且在進入美濃之後，它何以之後與客家鑲嵌而未被其他文化所采藉而運用。

過去文獻上可知紙傘在世界上的許多地區，都是一種在塑膠傘被發明與製成產品產量化之前，普遍在不同的民族與國家使用，或用以遮陽、或用以遮雨，也用於民俗儀式。而它在臺灣被與客家鑲嵌，最主要的原因就是因為美濃在 1920 年代從華南引進了紙傘成品與製作方法，並迅速地在當地發展成在務農以外手工製造業聚集經濟規模。紙傘與藍衫，基本上都是

24 關於美濃藍布衫產業鏈之研究，李瑞英的碩士論文〈美濃九芎林藍染產業鏈之研究〉曾有一個初步的探討。（高雄：國立高雄師範大學客家文化研究所碩士論文，2015，未出版）。

25 關於美濃油紙傘之文創相關討論，可延伸參考林宥涵，〈台灣客家美濃油紙傘文化及其圖像視覺之研究〉（臺南：臺南應用科技大學視覺傳達設計系碩士論文，2011）。

26 參閱侯淑姿編著，《油紙傘：美濃紙傘的匠師技藝》（新竹縣竹北市：臺灣客家文化中心籌備處，2006），頁 20-25。

密集發展於 20 世紀上半葉。如前言所述，紙傘的興起與臺灣進入酒類專賣有關。當酒坊經營不下去的時候，美濃就有酒作師傅離開美濃前往華南廣東，原本欲重作馮婦，但技術上似乎無法突破，難以營生，見潮傘（潮州紙傘）在民國初年時已是上海博覽會上外銷的亮點產業，於是改學紙傘，並將之帶回美濃，日後引起了大起、大落、又再復興的八十載「美濃紙傘」歲月。

紙傘經過興起然後市場衰竭，在 1980 年代影視業無心插柳的推波助瀾下，成為吸引美濃觀光旅遊的重要媒介。民國 69 年（1980）李行導演的電影《原鄉人》（秦漢、林鳳嬌主演）把紙傘與藍衫兩個物件，與美濃的地方性鑲嵌起來。該片描述的場景為文學家鍾理和先生在 1940-1960 年之間的自傳，並安排劇中女性身著傳統藍衫，梳上美濃傳統的客家髮髻並撐著紙傘。民國 72 年（1983）臺灣電視公司製播八點檔連續劇《星星知我心》（林福地導演，吳靜嫻主演），片中藉由一個重病卻獨自扶養五個孩子的媽媽，在眼見絕症難治之下，為五個小孩分別尋找收養家庭的故事。其中，排行第四的女兒安排的領養家庭設定為在美濃的紙傘製作師傅，隨著本片在臺灣創下的高收視率，讓美濃紙傘廠頓時呈現一片欣欣向榮之貌。然而，就實際產值來說，與藍衫相關的服飾產業並沒有如紙傘工坊一般，維持著一定的店面，雖然在觀光旅遊的催化與強化下，紙傘與藍衫兩者都對美濃在臺灣作為帶有「異國情懷」的旅遊地點來說，已經堅不可破，但藍衫本身的文創化（包括植物染服飾）較多是在六堆其他地區被手工服飾師傅所推廣，美濃在地的藍衫文創仍然僅有老牌的錦興行為代表。

國文系大四學生張筑鈞在這樣的思考底下，嘗試做了一些討論：

根據現有文獻資料顯示，製傘的技術傳入時間約在日治時期 1920 年代。因為菸酒專賣制度，當時從事酒商的吳振興、林阿貴兩人沒辦法繼續擔任造酒師傅，所以離開台灣另謀他路，他們先到廈門汕頭重操舊業，但是並沒有獲得很好的成績，後來發現了造紙傘的這個行業便開始學做紙傘，在大陸學得製傘技術的兩人從廣東請回五位製傘師父，在美濃開啟了紙傘事業。²⁷這是其中一種說法。另一種說法是由廣東梅縣的製傘師傅郭玉琴將製傘技術帶入台灣，並落腳於美濃。²⁸今日，前者多為今人採信。可以確認的是，美濃的紙傘技術確實是由廣東傳入。至於前述吳振

27 侯淑姿，〈油紙傘——美濃紙傘的匠師技藝〉P20.21

28 侯淑姿，〈油紙傘——美濃紙傘的匠師技藝〉P23

興二人請回五位大陸師傅，此亦有爭議，《油紙傘—美濃紙傘的匠師技藝》中紀錄「廣珍昌」創辦人古阿珍之子古信發：「最早那時候，吳振興沒有成功，我爸爸(古阿珍)接過來做之後才成功，大家也才開始普遍了解紙傘。我爸爸還請潮州的師傅來做傘頭，也請人做傘骨……」²⁹也提到古阿珍曾請了五位陸籍製傘師傅，究竟這五位紙傘師傅是何時又由誰延請至美濃，仍有待進一步確認。所請的五位師傅，根據「廣珍昌」創始人古阿珍之子古信來所藏手稿資料記載，分別是：黎接昌、黃玉堂、郭玉庭、范其秋、范其浩。另有其他資料記載：郭玉廷、范其生、陳阿成、范阿益。³⁰

《油紙傘—美濃紙傘的匠師技藝》書內美濃紙傘師承表，表上計五位製傘師傅來自大陸的「汪勝昌」。³¹「汪勝昌鸚哥牌紙傘」位於廣東潮州，由安徽人汪一松於康熙年間所創，宣統二年（1910）曾隨潮州各項名產一同於南洋勸業會中展覽，獲得錦旗一面，銀質大獎章一枚，從此聲名大噪。³²在〈南洋勸業會審查得獎名冊〉³³中，獲銀質獎章者有五千多項，就整個南洋勸業會而言，汪勝昌鸚哥牌紙傘只是眾多得獎者其中之一，然對廣東地區來說，應仍是件值得驕傲的事。汪一松所習乃是徽傘的技術，若依此脈絡，這五位潮州師傅帶來的製傘技術實是襲自徽傘。

汪一松所習徽傘技術，尚無法確認習自安徽何處。在清代所修安徽涇縣及婺源地方志皆有紙傘相關紀錄。《涇縣志》有專門的「傘紙」、「雨傘」記載³⁴，顯示出當時涇縣應是有在製作紙傘的，今日涇縣僅存的傘廠，是位於昌橋鄉孤峰村的國民油布傘廠，既做油紙傘也做油布傘。³⁵

婺源縣位於中國江西省東北部，與安徽省、浙江省交界，為古徽州府所轄的六縣之一，辛亥革命後，直屬安徽省管轄，1952年劃歸江西省管轄。《婺源縣志》竹之屬：「毛竹，為筴為器用甚多，婺傘有名。紫竹：初生青，久變為紫，幹小而直，可做傘柄」，貨之屬則有竹、皮紙、雨傘的記載：「竹，所植竹多取以為傘及起篾作器用，而婺不出竹紙。皮紙，用皮紙加油加網曰油紙，可隔雨。雨傘，城及中雲作之，他處亦有造者，由休邑屯溪達浙江，行之頗廣。」³⁶。

29 侯淑姿，《油紙傘—美濃紙傘的匠師技藝》P26

30 侯淑姿，《油紙傘—美濃紙傘的匠師技藝》P23

31 侯淑姿，《油紙傘—美濃紙傘的匠師技藝》P36

32 廣東文化網 http://www.gdwh.com.cn/lnwh/2008/0912/article_877.html

33 蘇克勤，《南洋勸業會文匯》。

34 (清) 洪亮吉，嘉慶《涇縣志》卷五物產，貨之屬，

35 讀覽天下 <http://m.dooland.com/index.php?s=/article/id/821870.html>

36 (清) 汪正元、吳鶚，光緒《婺源縣志》卷四地產，頁416

婺源甲路製作紙傘，相傳起源於南宋時期，當時的宰相逸居甲路時，從京城帶回一把油紙傘，經過甲路人不斷改進製傘工藝，世代相傳，做出了名氣。康熙年間所修《婺源縣志》已將甲路傘列入〈貨屬篇〉³⁷，光緒年間所修的《婺源縣志》，則對製傘材料有更進一步的說明。³⁸

1943 年婺源產傘曾高達 25 萬把，出口外銷 17 萬把。2006 年婺源紙傘年產量逾 50 餘萬把，遠銷世界各地。該縣鼓勵農民學習技術後在家進行初級加工，再交由紙傘廠加工進而大規模生產，當地多個鄉鎮形成了一批專業加工村。³⁹全縣規模工藝傘廠 4 家，年產值 800 萬元，專業加工村達 30 多個，從業人員 1800 多人。⁴⁰而在 2013 年，「婺源甲路紙傘制作技藝」更被列入江西省第四批省級非物質文化遺產名錄。

在美濃，紙傘作為嫁妝，取其「有子」諧音，圓形傘面也象徵婚姻的美滿。至於在客家原鄉，《石窟一徵》記載「俗女子出嫁，是月內，女子之母攜漆屐、油傘、竹凳、績籠至婿家探看，此風甚古。」⁴¹，同樣用於婚俗之中，不同的是美濃是以「嫁妝」形式由女子攜至夫家，客家原鄉則是作為丈母娘到女婿家探看的禮品，在禮俗意義上，仍是有差異的。

本計劃嘗試思考第三個重新探索的物件——失落的酒釀。同樣也是落在 1920 年代，酒釀至少在公開的形式上與臺灣（客家）被迫脫鉤。根據筆者過去自行走訪的田野紀錄，華南客家地區自明清以降都有著濃厚的酒釀傳統，但這種「傳統」並沒有被今日所建構的「臺灣客家菜」所選擇。本計劃好奇的是：只因為專賣脫鉤，所以臺灣客家菜失去了酒釀文化？還是酒釀從來就不是臺灣客家物質文化的內涵？假如是脫鉤造成了選擇性失憶，那麼酒釀文化有沒有可能成為臺灣客家文創課題的新目標？

關於酒釀文化，其豐富性讓筆者曾向客委會建議推動「微醺六堆」的文創推廣計畫，與北臺灣如火如荼推動中的「浪漫臺三線」南北呼應。但困於對酒釀文化在六堆的殘存或實存缺乏考據，目前暫時仍處於發想中。也希望藉由此計畫，嘗試檢證這個假設的實際狀況。就

37 江西省非物質文化遺產研究保護中心 http://www.jxfysjk.com/infos_news.asp?newsid=898

38 (清) 汪正元、吳鶚，光緒《婺源縣志》卷四地產，頁 416

39 中國油紙傘網 <http://www.gdyzs.com/html/91320081114113417.html>

40 瀘州原生態油紙傘廠網頁 <http://www.lztys.com/aspthtml/200966152937.html>

41 黃釗，《石窟一徵》卷四禮俗。

日常生活來說，華南客家的酒釀文化與習俗、飲食都是不可分割的，被稱為「客家娘酒」（取「娘」與「釀」音近）。鄭方坤的《全閩詩話》中也這樣一條說明：「汀俗，於冬至日，戶皆造酒，而鄉中有『壓房』一種，尤為珍重。藏之經時，待嘉賓而後發也。」表示閩西客家地區在冬日這天家家戶戶都動起來釀酒，且當地有一種久藏於窖中的品名「壓房」，是專門給重要的客人來訪品嚐的。⁴²「客家娘酒」是客家人用糯米釀造的一種米酒，屬於黃酒類，在客家人的生命禮儀中，客家娘酒亦扮演重要角色，舉凡添丁升學、婚慶壽誕、晉級喬遷、逢年過節乃至於送往迎來、交朋接友，都離不開娘酒。⁴³另有已刊文獻指出，華南客家在釀酒細節上非常突出，清代地方誌裡普遍記載：（1）客家地區大量且普遍栽種酒米（釀酒用的糯米品種）；（2）酒麴製作工藝進步，能製造出紅酒麴餅；（3）酒的品種繁多，像是時酒、老酒、陳糟酒、蜜酒、竹葉青、甕酒、米燒等（此為江西南部客家地區之例）；（4）釀酒成為評價婦女賢能的重要參照；（5）客家地區飲酒之風盛行，且旺盛的酒貿易讓客家地區出現地方「酒稅」的制度。⁴⁴究竟現在嶺南客家酒釀文化在過去一百年經歷哪些轉折？而當地典型的客家菜十分突出的酒釀蛋等⁴⁵，在臺灣是從未傳入還是已經中斷？

根據這樣的問題意識，本研究與學習獎助生化學系四年級謝逢軍有過很多次的討論，並共同彙整出關於究竟臺灣這種「中國米酒」從臺灣消失的過程中，究竟有沒有可能有殘留？

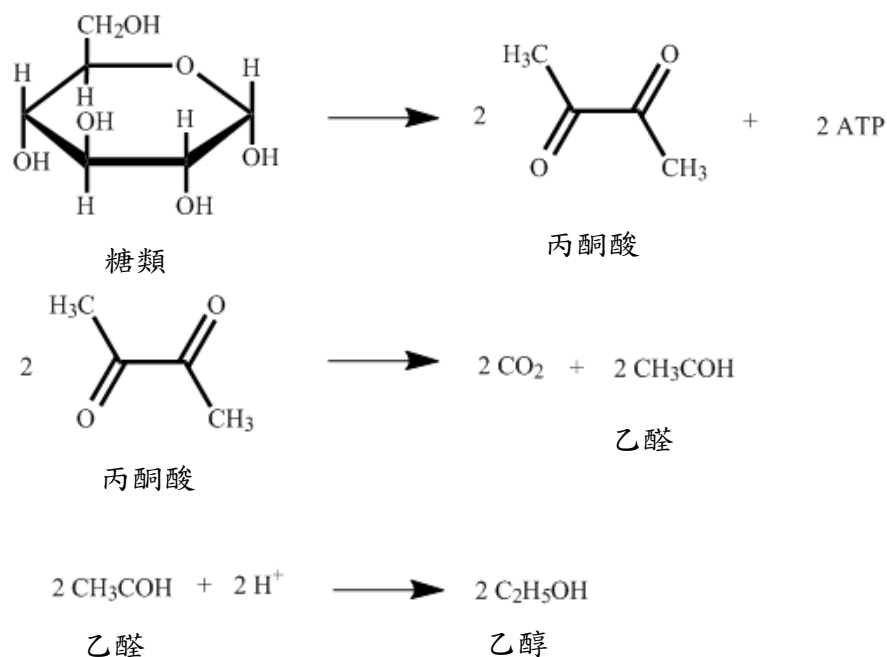
酒精是微生物無氧呼吸作用的代謝產物，藉由糖解作用後產生 2 分子的腺苷三磷酸(adenosine triphosphate, ATP)來維持生物的基本生命現象(如圖一)，雖說相較於有氧呼吸產生的能量少了 19 倍以上，被代謝出的酒精(ethanol,乙醇)卻被人類賦予了極高的價值，而早在新石器時代時期，人類便開始以微生物無氧呼吸作用發酵米食、澱粉或是水果，因此無氧呼吸又被稱作發酵作用。

42 同上注。

43 羅勇，〈客家娘酒與酒文化〉。《第四屆客家文化高級論壇論文集》（廣東河源：第四屆客家高級論壇秘書處，2013），頁 233-239。

44 同上注，頁 235-236。

45 同上注，頁 238。



圖四、無氧呼吸作用

而在人類發展酒的文化中，自然也有著不同種類的酒，而大致上可分為蒸餾酒和釀造酒。蒸餾酒的製造過程中以蒸餾方式萃取出酒精，冷凝之後透明澄清似水，故又稱白酒，酒精度一般在 30 至 70 度之間(體積比)，其又分為不同的香型，如中國燒酒。另一方面釀造酒僅以原本釀造完成時的狀態呈現，不另外加工，因此在顏色上往往有著原料發酵後的顏色而稱為黃酒，而此種類酒精度一般不高於 20 度以上，但仍然有在 30 度以上的黃酒，常見的黃酒有啤酒、日本清酒。在原料方面往往有多重的選擇以及比例，但大多以米糧為主，像是以小麥製成的啤酒，又或是以米釀製的米酒，其中又因為所選擇的發酵方式和所處環境不同，使任一種文化下的酒類產品都有不一樣的風味。

發酵過程可以說是除了原料之外影響舊風味最甚的變因之一，原因為一般使用的發酵劑為多種菌株的複合體，舉凡根黴菌和酵母菌以及其他種類，先由根黴菌及毛黴菌等微生物將澱粉分解為雙糖類，在由酵母菌將雙糖發酵成酒精及二氧化碳，而生物體系的複雜程度往往超出人類的預期，每一種菌所擁有的分解酵素(酶)皆不同，所衍生出的副產物如酸類、酯類之成分比例都不一樣，因此能使酒有不同的味

道。

酒的製程從古時就遺留至今，演變今時工業化的時代，社會要求的是時間、成本、品質以及利潤，酒製程也變的和以往完全不同。農業的社會為使米糧發揮其價值，將米用作釀酒的原料，大多由蒸煮開始，而澱粉結構遭破壞、鬆散之後，便可加水液化，在大甕或木桶之中加入麴菌進行糖解和發酵，而使用甕和木的原因在於利用壁上的毛細孔和外界進行氣體交換，增加乙醇產率使酒越醇越香，而後在進行蒸餾成白酒或是直接過濾成可飲用黃酒，古人傳承的智慧往往是有價值的，到現代社會卻因為不敷成本而被淡忘，工業化的製程中，將澱粉類原料代替為含糖成分高出許多的糖蜜酒精，也就是甘蔗、甜菜根或玉米糖漿，條件更改可以省去原本糖解作用消耗的時間，並確保下一步發酵作用更加完全；而在原料之中不可能使用完全的糖蜜酒精，仍舊有澱粉等大分子的存在，而在工業製成中也習慣加入鹽酸，藉由酸催化的方式使澱粉水解為小分子供酵母菌的發酵作用，最後再以蒸餾方式進行分離，故不影響人體，一般的糖解流程需要 5-7 天的時間，而酸水解則可將時間縮短為 1-2 天，大幅度地減少時間花費。大型機具的加入也能縮短製程的時間，比如發酵槽除了大量發酵作業增加產量以外，也能提供高溫高壓的環境讓原料的反應完全，在經由環境調控依序加入糖解菌、發酵菌，讓每一步驟反應得以完全。除了在縮短反應時間外，工業製程為提升酒的純度，引入了中東亞民族使用的火酒蒸餾法，利用兩次蒸餾提高酒精度，而第二次的蒸餾選擇以低溫方式進行。

工業化製酒被叫做阿米諾法(Amylo Process)，源於法國殖民的越南，而因為在工業上有著比以往製程更低的成本，因此也是台灣客家釀酒被取代的主因之一。

客家族群在製酒技術上，一直都有不錯的成績，至今在中國大陸仍流行將祖傳秘方運用於商業，增加其價值及獨特性，而綜觀台灣，客家娘酒曾幾何時消失在本土文化之中，無論是商家或政府都未曾提及客家娘酒，是否被遺失在歷史之中。清朝以先早已有客家聚落出現在台灣沿岸，也有相關的文化記載，客家人為了在漢族中生存，不得不把自己套上一層漢皮，變的跟漢族一樣，而在日治時期的專賣制度更是給在台客家文化一次重擊，客家娘酒不復提及，取而代之的是生產過程相近的

酒釀文化在臺灣客家菜中的消失，筆者曾寫過一則短文討論。⁴⁶ 該文指出關鍵點便是臺灣總督府的酒類專賣政策。臺灣將酒類(不包括啤酒)收入專賣的時間是在大正 11 年(1922)，民間釀酒工坊事實上在 1920 年代以前都仍舊活躍，然而就是在酒類納入總督府專賣局嚴格管控之後，民間釀酒進入終止活動的寒冬。專賣制度在二次大戰之後，由國民政府沿襲實施，並將專賣局改制為臺灣省菸酒公賣局，繼續執行包括菸類與酒類的壟斷事業。百年以來，臺灣人的兒時記憶中甚少關於公開造酒的故事，對於酒類知道的也僅有公賣局品牌。或許這便是臺灣的客家研究學者較少對客家酒釀感到興趣的緣故。相對地，在未經歷如此強控制政策壟斷下的中國客家住地，現是大打「客家黃酒(客家娘酒、客家酒釀)」的招牌，意圖隨客家研究的建構之路，打進文化創意產業市場。專賣制度對於臺灣客家文化意象的「建構」，筆者過去常常撰文論述的是關於菸樓與菸田，⁴⁷然而專賣制度也改變了客家酒釀文化，該文化以何種模式殘存於客家民間，又它是否涵蓋了許多人們已經逐漸遺忘的文化經驗流動？

目前僅知的是，不管是用麥麴釀造出黃酒，還是用紅麴釀造紅酒，在臺灣進入酒類專賣後，這個原本在家族伙房中的集體記憶，再也見不到，也無法重現那隆冬炊煙裊裊炙酒的文化氛圍。於是臺灣客家菜的系譜裡，「做酒文化」成了一個消失的環節；至今僅剩下一些阿婆或長者，仍透過身體記憶將這個技術偷偷傳承著，在專賣制度長達一百年後，仍為我們的客家文化資產保留製作紅麴的技術——在俗稱「糟嬖」的醉人味道之中。⁴⁸

46 洪馨蘭，〈臺灣有沒有客家釀(娘)酒這件事？〉，《臺灣立報》2013 年 11 月 18 日，族群版，「客說客話」專欄。

47 菸樓建築設計引自日本，在文獻上多以大阪式菸樓或舊式菸樓稱之，以相對於後來的電腦循環式烘乾機。大阪式菸葉乾燥室在本灶的屋頂上設置閣樓式氣窗，每棟乾燥室僅作為一甲三分地之菸草總量之蒸熏使用，不僅成為黃色種菸草產區獨樹一格的產業地景建築，通過冬季熏烤菸草的勞動文化所帶出來的集體記憶，以及客家地區在全臺菸草產地中所佔的比例(僅美濃一地就佔全臺菸草田面積的 1/5 強)，使得菸樓與臺灣客家文化形成一種特殊的「鑲嵌」關係，甚至成為菸草生產鄉鎮挹注客家子弟學有所成的重要物質基礎，直接強化了客家文化「重視教育」的族群特色。詳細之討論，可參酌拙作，〈象徵地景的移置與客家性建構——以美濃客家文化館的「菸樓造型」為例的討論〉，收錄於夏遠鳴、河合洋尚編，《全球化背景下客家文化景觀的創造：環南中國海的個案》(廣州：暨南大學出版社，2015)，頁 155-165。另外關於菸葉乾燥室的建築發展及其外觀設計，可延伸參考胡力人〈日治時期臺灣煙草專賣制度下葉煙草產業設施發展歷程之研究〉(桃園：中原大學建築研究所碩士論文，2009)。

48 在彭巧如的碩士論文〈南遷北客的日常飲食敘事分析：以三個家庭為例〉有初步的介紹。國立高雄師範大學客家文化研究所碩士論文，2015。

六、 結論

由上可知，藍衫、紙傘存在與臺灣客家鑲嵌（embedded）的歷程，而酒釀則有與臺灣客家脫鉤（decoupled）的過程。本研究認為上述看似從偶然變成必然的鑲嵌或脫鉤過程，仍有相當多關於物質文化研究可填入的理路空缺。這些空缺的出現就在於這些看似已經十分理所當然的「客家文創」與「失落物件」，很容易讓我們犯下「存而不論」與「不存則不論」的疏忽。我們看到了一個物質經過鑲嵌之後延伸出其觀光性與相對應的產值，似乎就停滯在現狀，而缺乏深化它們的文化表現體系；而同樣的，我們「沒有」看到一個物質的存在（例如酒釀文化），就未能提示我們失去的物件就是失去一組文化表現體系，這對於理解一個文化曾有的整體性，其實是遺忘了一塊拼圖構件。

根據本研究討論，潮傘在當時可說是潮汕地區非常有名的手工品，尤其是之後來臺華籍紙傘師傅所曾從事的紙傘坊，更曾以廣東省代表物產接受推薦參加民國初年的博覽會。潮傘的淵源根據彙整是徽傘，整體來說與客家無關，因此「紙傘」和客家的淵源，是到臺灣的美濃才鑲嵌起來的。這種鑲嵌歷程和藍衫又不相同，藍布衫從原本普遍存在於漢民族與少數民族的服飾，到臺灣之後變成專有名詞，特別指稱客家（六堆）的文化特徵；比較起來，紙傘則是從系譜上特別是自徽州一路南傳到潮州，然後再傳入台灣，變成「客家的」紙傘。兩者的傳入時期都在日治中期，但路徑則是福州與潮州，都不是客家地區。背後也可以看到當時美濃與華南地區十分熱絡的往來狀況。原本在美濃的做酒師傅在臺灣納入酒類專賣之後，也是前往福建地區希望重作馮婦，後來是因為事業未成遂轉而注意到潮傘，從中也可以窺看到臺籍民間人士前往對岸謀職在當時也是常見之事。物件的流動反映的也是人與技術的流動，在這個流動之中，族群文化也悄悄地頓生質變。

筆者曾經針對菸樓在臺灣與客家的鑲嵌關係，進行一個案例研究。該項研究也促使筆者繼續針對臺灣其他的客家意象，進行階段性的重新考察。菸樓變成臺灣客家村的文創象徵，這個鑲嵌過程涉及原因其實十分複雜，包括 1920 年代的適地普查、1930 年代末的開放許可申請、1960 年代後臺灣菸草產地的南向政策、1970 年代屏東菸區內部的棄作與爭種效應，加上客家美濃作為菸樓密度最高的鄉鎮、菸樓再生與客家運動相互攀附等因素，都是造成菸樓＝美濃＝客家的意象連結。菸樓的全稱應該是黃色種菸草專用乾燥室（curing，在臺灣又有菸

樓、菸仔間、菸窯、菸仔厝等俗稱)。黃色種菸草在大正 2 年(1913)由臺灣總督府專賣局與殖產局合作下引進臺灣日人移民村「吉野」試種之後，逐漸成為臺灣原料菸葉的強勢品種，在追求「適地」的許可制度下，能進入原料菸葉種植戶行列的農家，除了農業地理上符合專賣局要求之外，還要在某些人文條件上(例如擁有足夠的勞動力)能應付菸草種植特殊的需求。後者是讓可提供女性作為勞動力，且有高度村里合作機制的客家區域，成為菸草大鎮的決定性物質基礎。菸樓地景與臺灣客家的鑲嵌過程，讓我們更有機會了解菸草產業的特性，也藉此突顯出客家勞動文化中的特色與時代性。不僅促發了非客家地區研究菸草產業的比較研究，更讓我們有機會理解這個「客家文創」本身的物質文化內涵。如前所述，也促發了筆者認為研究物質文化，確實有機會重新檢視我們所理解的「客家社會」究竟是什麼樣的開放性質。

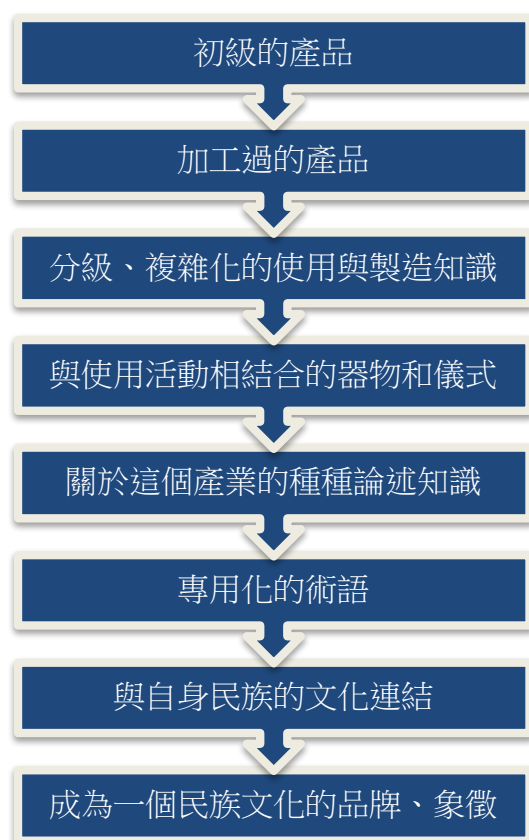
進一步地，要探討一個物件如何可能發展成為一個複雜的文化表現體系，成為文創前進的依據，根據學者研究，是要經過以下幾道過程：⁴⁹

- (一) 逐步發展出該項物質「文化化」的取向；
- (二) 逐漸複雜化的成品知識，例如不單是物質本身的好壞(優劣也有一定的評斷標準)，甚至連產地、年代都成為評判的重要參考依據；
- (三) 逐漸複雜化的享用物質的種種知識；
- (四) 結合器物與物質，創造享用(使用、操作)該物質的特有器物或設備；
- (五) 將物質文化知識體系化，並透過語言結合圖像的論述方式表達出來；
- (六) 物質文化的文化概念從自身的社會文化出發，將平庸的集體共同的享用特質「提升」為一個具有高度文化意識的活動，並成為自身文化的象徵。

學者認為，要發展出具有文化表現體系的物件，扼要可以透過以下流程來進行，要掌握物性本身的動態性，才有機會展開文化產業中的「文化」面向。這個流程簡要表示如下：⁵⁰

49 參閱劉大和，〈文化產業中文化如何展開？〉。《民俗曲藝》157(2007.9): 101-144。頁 133-135。

50 同上注，頁 135。部分文字筆者在本文使用中稍有變動，例如「初級的產品」原文是「初級的農產品」，「分級、複雜化的品嚐與製造知識」本文略變動為「分級、複雜化的使用與製造知識」等，以配合例如藍衫、紙傘等非食用性物件的概念脈絡。



圖五：文化表現體系流程（本計畫自行繪製）

為了探討上述過程在紙傘、藍衫當代的文創能動性，本研究藉由主持人帶著獎助生的參與，同時整理工藝復振的內涵是否有機會讓該些物件走向文化表現體系的道路。目前美濃嘗試找回客家藍衫集體記憶的重要一步就是復原藍草種植與推廣手工藍染技術。臺灣的植物染色技術，失傳了八十幾年，1999 年「9、21」南投集集大地震發生後，國立臺灣工藝研究所（位於南投縣草屯鎮）嘗試將植物染技術，傳授給受災地區的婦女，支持其新型態就業，隔年開始，臺灣有許多的社區開始主動投入，包括南投中寮、新北三峽、高雄美濃都陸續展開「找回植物染（藍染）」的活動與研習。⁵¹ 目前在美濃最重要的藍染家族所在地，九芎林村莊，就有當地子弟重新試種藍染用植物，並積極推廣。事實上從復振要到符合上述「客家藍衫文化」的發展，中間仍有許多可茲思考的細緻規劃。

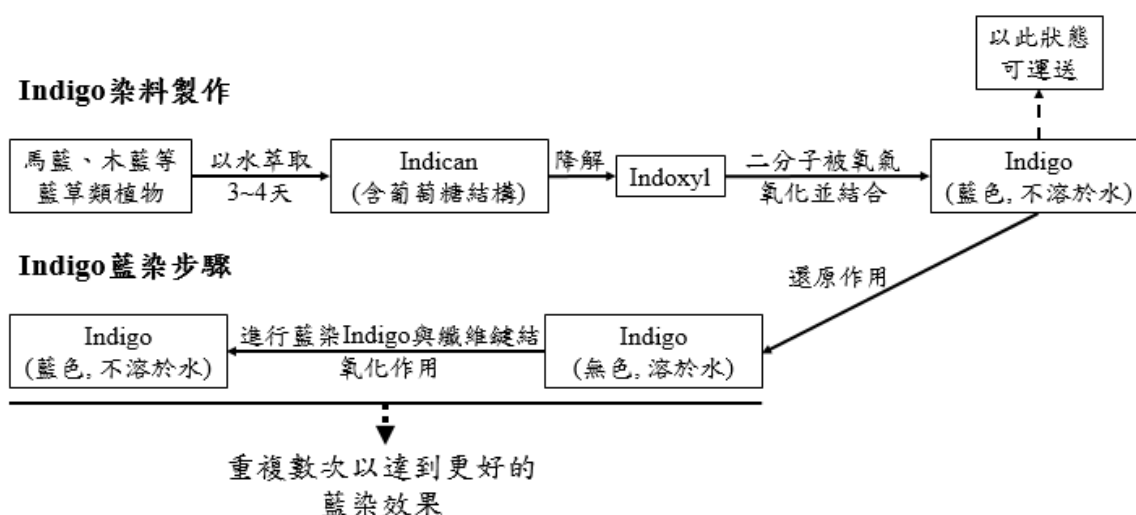
我們來看一下兩位國文系、化學系的學習獎助生，對參與過程所寫下的小結：

張筑鈞：根據老照片，清代時，美濃人就已經著藍衫，在美濃當地應是有會製作藍衫的

51 見陳隆進、鄭麗雀，〈藍衫再現－台灣傳統藍染產業垂直整合現況〉，網路資源：
<http://www.meworks.net/meworksv2/meworks/page1.aspx?no=36144>，擷取日期：2015/11/6。

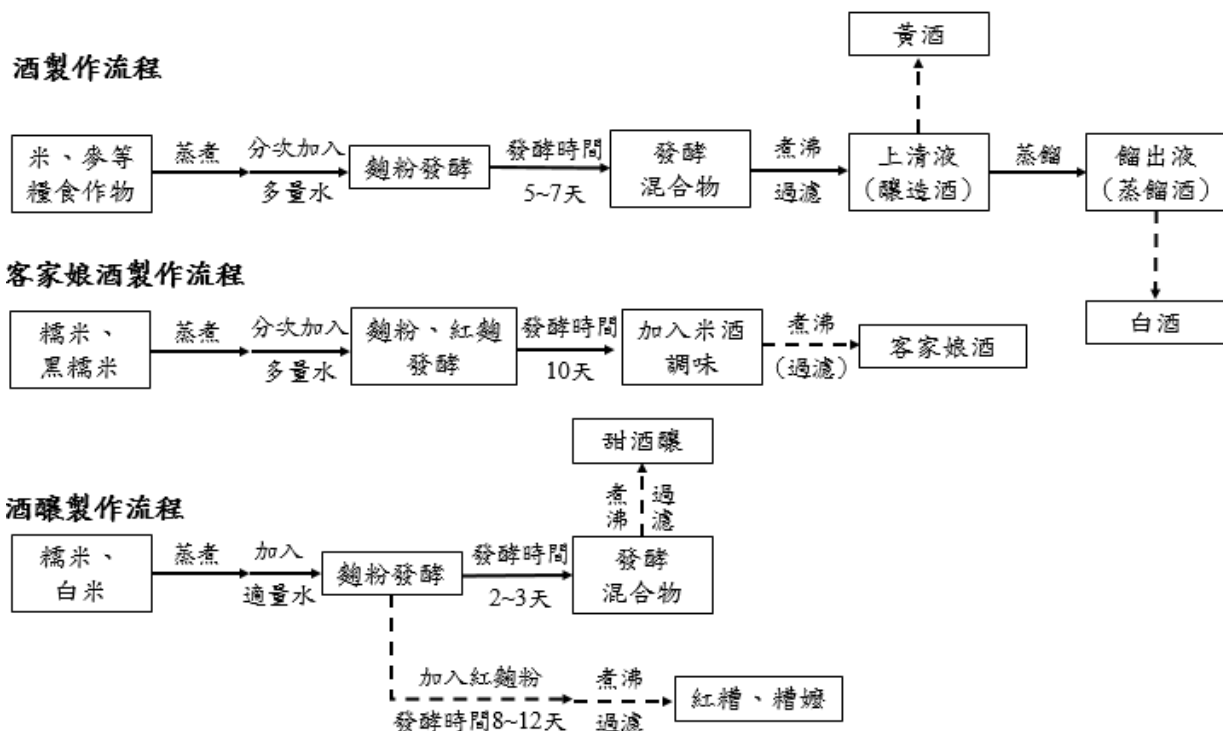
師傅，何以卻是聘請中國的師傅來教？但在福州當地，人民日常衣著又與六堆藍衫形制不完全相同，如何教導謝師傅藍衫的製作方法呢？這些問題，還有待進一步地確認。另，若請唐山師傅前來教學為實，當時台灣還在日本治理之下，中國則是民國時期，兩岸的交流實際上是屬於跨國的。在本計畫中的酒釀、紙傘、藍衫，分別都在日治時期與中國有不同程度上的往來，不論是前去經商、學習或是延聘師傅來台，看似來去自如，在當時的環境之下，是否真的能如此自由地往返兩地？此部分值得再深入地探究當時的兩岸關係。另外，在紙傘部分，向來被與客家做直接的連結，特別是六堆的美濃。說起美濃，人們總能自然地聯想到「油紙傘」，然而事實上紙傘並非美濃原產，甚至與客家原鄉的關係可能也沒有我們所以為的如此密不可分。

謝逢軍：藍草等植物在工藝、醫藥方面有多元的應用，除了使服飾多樣化以外亦能治療人們的疾病，除了以合成方式製造 indigo 外，到現在對藍草類植物仍有一定的需求，特別在中西藥中皆已入藥作為學名藥的原料。回到染料面，indigo 能夠被廣傳是有原因的，因為在 indigo 分離並氧化完全的狀態，結構穩定不易被降解、非親水性以及天然藥性不易被生物利用等較明顯之原因，以致作為染料時可負荷長時間的運送也能保持品質，也有過國外進口及國內出口的記錄，唯一需要被控制的只有其中含水量的多寡，可能影響染料運送的方便性。藍草類植物已陪伴人類文明很長的時間，可利用性以及其價值都有很大的開發及探討，而至今日若要賦予此種類植物在其他方面的應用價值則需要透過多的探討，為藍草開發展新的方式：



圖六、Indigo 染料的製作以及藍染過程

另外，關於客家娘酒在台遺失的原因錯綜複雜，非一時半刻可以推敲，而在現有資料中可以找到屏東內埔地區，仍存有清朝時期販酒商的二樓洋房，據資料記載當時擁有者主要從事米酒釀製及販賣，而現擁有者為發揚先祖技術，以酒釀、紅糟製作取代原本製酒技術並結合美食創作，也將址處命名為源順堂酒釀，現為當地的重要觀光處，雖然主打古早口味，但經實地參訪及訪問得知其釀製方法已非傳統製酒方法，符合大眾口味卻不是我們找尋的客家娘酒。日治時期專賣制度所造成的影響不置可否，雖不能全盤肯定客家娘酒的消失，但由現有資料可知傳統釀製技術難以尋得；專賣制度不只是商品壟斷，更造成了文化斷層，在臺客家文化中是否還能找到娘酒或是酒釀的製作技術，仍需保有存疑的態度，盼能找到對於消失一說的合理解釋，更希望能尋得此技術的傳承。



圖七：酒、酒釀與客家娘酒製作流程示意圖

如圖七所示，原料、成分與時間等變因的不同造成完全不同的成品，可見發酵產物的種類之多，而另外在釀製酒的命名上，往往加上一地之地名或是該城、鎮之名字以區別之，

如中國米酒中的紹興酒，而台灣米酒則是當時菸酒公賣局專賣的紅標米酒。

本研究結論認同以下觀點，客家文創品（文化產業）在客委會的認知中，仍存在以下幾點尚待克服的困境：（1）客家意象（Hakka image）不足；（2）缺乏整體鮮明品牌；（3）產業之文化論述不足；（4）生產量能不足；（5）人力資源老化。⁵² 事實上，這不僅是臺灣客家文創品的問題，恐怕也是目前臺灣整體推動文化產業都面臨的窒礙與困境。⁵³ 更有學者指出，文化產業應有國際市場視野，文化強烈的地域性在國際市場上恐怕是一種障礙，溫馨的鄉土感有時只能是一種自我滿足，必須嘗試放棄「過多的鄉愁」，透過研究的投入來尋覓本土文化產業的國際優勢。⁵⁴ 因此，客家文化產業同時面對「在地特色」與「國際視野」的挑戰，找尋客家文化產業的「市場區隔」以求創發。本計劃即有這個企圖，希望重新用國際視野和跨域流動的物件，領著青年學子重建一個以物件文中心的區域史，挖掘客家社會本身的開放性，讓客家意象物件的文化內涵從地方性超越出來，使其更具競爭性與可再創造性。

本研究成果總結：

（一）本計畫初步成果於 106.12.09 於成果發表會上進行發表。

（二）基於紮根計畫目的，本計劃所遴選之大專生學習型獎助生，於計畫結束前撰寫參與報告，（參閱本文上引內容）。並在年度計畫之中獲得以下學習機會，其中國文系張筑鈞並在結束本計畫之學習型獎助之後，決定進入本所攻讀碩士學位：

1. 實地田野工作之基礎訓練
2. 歷史文獻檔案查閱能力之學習
3. 討論課中的理論辯論與分析應用
4. 參與之學習型獎助生可找尋感興趣的領域，未來或可發展成為更深入性的專題報告
5. 學習相關行政與研究事務

52 資料來源：客家委員會 102 年（2013）至 105 年（2016）中程施政計畫。援引自王保鍵，《圖解客家政治與經濟》（臺北：五南圖書，2013），頁 78。

53 學者指出臺灣目前推動文創發展面臨四個窒礙較大的困境：（1）原發創意不足，故少有足以產品化的作品出現。（2）產業化的創意，其大眾化不足，缺乏市場需求，無法爆發產業化的力量。（3）市場需求的動力不足，大眾與企業界對文化與藝術的需求，缺乏胃納。（4）在商品化步驟中，設計創意的能力不足，很難借用媒體的推動力量。見漢寶德，〈文創發展的窒礙〉，《文化與文創》（臺北：聯經，2014），頁 158。

54 見漢寶德，〈怎樣推動文創產業〉，《文化與文創》（臺北：聯經，2014），頁 124-126。〈文創發展的窒礙〉，頁 143、122-123。

(三) 對客家學術機構發展、客家學術研究、國家發展及其他應用方面之貢獻：

1. 對本所之貢獻：本所創立於民國 93 年（2004），以發展六堆研究南部觀點為本所教學與研究核心。本子計畫以物質文化研究，深化耕耘六堆文化創意產業的相關課題，同時擴展本所在文創領域的研究面向。
2. 對客家學術研究之貢獻：客家研究長期主張研究方法與研究課題之「跨界」研究，同時期待臺灣的客家研究能具有全球視野。本研究涉及超越地方性此概念的拓展，期待具有地方性特色的文創品，能擴充其象徵與意義，強調其能動性，希冀透過人類學的研究視野，擴充客家研究關於物質文化的探討思路。
3. 對國家發展之貢獻：本研究針對臺灣文化創意產業中的文創品，探討其族群性以及象徵性。對於國家推廣文化軟實力以及文化行銷的政策，具有正面的回應以及實質的成果累積。
4. 對其他應用方面之貢獻：此項研究對於文創品實際創作者而言，直接提供其更豐富且深入的故事性以及體驗行銷的策劃建議。對於物件在其本身物質性以外的文化性，有更多元、更宏觀的理解與思索。