

## 前言

今天所講的是客家文化產業與社會發展，首先向大家報告台灣有多少客家人。以客家人在台灣整個分布的地點，來探討客家文化的產業分布與他居住的地方有怎樣的關聯。

最近客委會作了一份調查，客家人比較集中的地方，主要地區北部是在桃、竹、苗。南部是在六堆，如美濃等。另外就是東部。就整個客家人居住的地方作一個觀察，發現客家人居住的地方比較靠近山區；台灣南北縱貫的台三線上面，看到他們居住的位置非常集中。這一方面可以看出客家人住在那裏？從事什麼產業？以前怎樣生活？他們生活的資源和他居住的地方有蠻密切的關係。

這裡所要說的內容包含：客家社會一般的概況，接著說客家社會產業的特色，還有這些產業經濟和文化的關係，在最近的社會變遷如何發展？我將以台三線文化產業，以及另外幾個和客家文化有關聯，而且比較特別的文化產業做例子。最後，再說客家產業發展方向的思考。從客家社會、背景、人才、居住的地方、發展的方向…等，合併起來說明「客家社會」、「文化」、「產業」的關係。

### 一、客家社會的概況

客家族群基本上是一個移民社會。我們可以看到客家人移民台灣，他們住的地方跟鄉村山區農作物、農業經濟一直是關聯在一起，過去其實客家人生活的地方是十分的辛苦。

從族群意識來看，他們的族群意識其實是到國家解嚴以後才慢慢興旺起來，而後才有客家文化認同的問題。

照我們過去的統計分析來看「客家人」與「閩南人」從事各產業的比例：

1. 在農林漁牧這方面的比例，比起閩南人來說，比例比較多；
2. 做生意貿易這方面來看，客家人從商的人比閩南人少。

客家人即使在做生意，做的生意也屬於生產方面的，然而比例還是比閩南人少，這可能是受到客家人住的地方和文化的性格所影響；所以我們可以從這個方向來探討客家人的職業分佈關係。

有很多人說客家人從事的職業，大部分多以穩定職業為優先考慮。因此，會去當老師、公務人員；也有人提到客家人在鐵路局，佔的比例很高，可能與吃公家飯比較保險，比較不會有失業危險的關係。

另一方面客家人很重視教育，依照過去得到的統計資料：客家人和閩南人

相比，不管是男性或女性，客家人受教育的年數都比閩南人高一些。這方面是不是客家人的文化--鼓勵年輕人要讀書才有前途？還是客家人住在鄉下，沒有別的資源--除了讀書，也沒有其他的方式可以在社會中向上移動？我們需要進一步的分析：為什麼客家人教育程度會比其他族群更高？

另外我要提到客家人認同的增加，這幾年在認同的統計資料調查，出現人數越來越多的情形，這和客家人的認同定義有關。過去學界有一種說法：「客家是隱形的族群」。因為客家人從外表看不出來，而且很多都會說閩南語，他在街上、路上、都市上，只要不說自己是客家人，別人也不一定認得出來。使他們在族群的邊界上容易跨越。由於過去別人認不出客家人，造成客家人口比較少，然而最近客家人自信心有提高的現象，所以在統計的人數中，客家人越來越多。

這些議題，可以回到觀念上來的分析，二個觀念：一個是鑲嵌化、一個是去鑲嵌化的概念。

客家社會經濟的發展過程可分三部分來說明。最早，客家文化跟他的環境是鑲嵌在一起的；接下來，在整個過去的發展環境裏頭，客家文化的發展、語言、客家人的環境和整個台灣的大環境，呈現一種去鑲嵌化的過程；最近幾年來，客家文化的發展則是一種再鑲嵌化的過程。

接下來所講的觀點，基本上就是依據鑲嵌化、去鑲嵌化、再鑲嵌化的過程，來討論客家產業和文化、社會的關係。

首先最早要談到去鑲嵌化的部分：以前客家人會隱形，而現在，在許多場合，也有很多人說到客家話過去那麼多年，為什麼會越來越少人講，我想有一部份是因為客家話本身在語言市場上的弱勢，因為過去整個大環境推廣國語政策，因此大家在學校裏學國語、在學校裏禁止客家話。所以語言的去鑲嵌化，大家都了解，我不需要再多說。

另外，過去這麼多年來，大社會在推廣中華文化復興運動，這個運動比較不重視各別族群的文化特色，所以學生也好、社會也好，我們所學習的文化，基本上就是以中國文化為主的學習。說客家話的廣播電臺、電視台節目十分的少，我們可以回想，講客家話的節目什麼時候會播出？大約是過年的時候，除夕夜會有幾個唱客家歌或說客家話的人出來表演，或者出來裝小丑。很難得看到客家人在廣播電視中說話。因此過去這幾年來，從語言政策裡非常容易看出語言去鑲嵌化，所造成客家話本身的弱勢。

關於這些現象，有人開始從廣播政策去反省客家節目在電台、電視裡的比例，從這裡也可以看出來，從 1950 年開始到 1994 年，才有一家專屬客家的寶島客家電台，開始有 24 小時用客語播音的電台，到了 2003 年才開始有客家電視台出現，這是最近的事情。這方面，我曾寫過文化公民權的問題，不同的族群應該認識自己的文化傳播權，這與文化公民權意識的抬頭有密切的關係。

另外一種發展過程中的去鑲嵌化：「發展」的意義在過去來講，對客家人、對原住民或其他比較鄉下的人，都非常相似；所謂的發展就是要離開故鄉。以前鄉下的年輕人，不管是讀書或不讀書，若想要發展、要進步、要追求比較好的生活環境，第一步就是要離開自己的故鄉；他若是留在自己的故鄉，就沒有什麼工作的機會、沒有賺錢的機會，就是你想唸書，留在故鄉，可能連高中都沒得念，所以要去比較都市的地方；唸大學一定要到很都市化的地方，因此，對鄉下的客家人來說，所謂的發展就是要離開自己的故鄉。

整個土地改革，工業化、都市化的發展，在以前，對住在鄉下的人、或是客家這樣的族群來說，就是要背離自己的土地、自己的故鄉、自己的文化，這樣才有辦法追求自己發展的目標，其實這樣發展的方向，基本上就是去鑲嵌化的過程。這是一個很殘酷的事實。

我們看整個客家文化的抬頭，某個程度來說即是再鑲嵌化的過程。很多人是從 1988 年的「還我母語運動」這個點開始談客家文化意識抬頭，這個活動也是很有代表性的；但是整個客家意識的興起，比這個點還要更早一點點。但就這整個趨勢，在某個程度來講，跟還我母語運動、提倡客家話有很大的關係。客家雜誌、客家廣播電台、客家電視台、行政院客家委會的設置，很多縣市政府也有客家委員會的設置，就是整個客家意識抬頭的過程。我認為這是一種重新再鑲嵌化的過程。

對整個文化的提倡，有時單單只有談文化也是相當的無助，沒有跟著生活、物質基礎、身分認同湊起來談文化的話，其實很難；因此將客家文化的特質當作經濟活動的源頭，文化跟經濟、跟生活的品質、跟生態的改善、或是跟工作機會湊起來說的話，文化和整個族群的發展，比較有機會來提倡。因此在文化再鑲嵌化過程裏面，要提倡客家文化，也要找到著力的基礎。

經濟活動可以向文化借力，文化也可以透過經濟活動來升級和提倡。這是我們將客家文化本身的提倡，跟客家庄物質生活的基礎綁在一起的思考。整個再鑲嵌化的過程中，一方面我們是通過生活的、社區的、具體的，甚至是經濟的、產業的重建，另外一方面，將過去文化的特色、文化的性質能夠再鑲嵌回來；在這樣的過程中，過去的社會記憶、族群記憶的本身，在文化重建的過程中就顯得特別重要。族群文化特色在提煉之後才能夠進入產業，與經濟活動放在一起討論。

接下討論一個觀念——被發明的傳統，在文化再造的過程裏面，一方面很多人會說文化是很多人的生活的源頭，我們的生活特色、族群的特色，是因為以前我們的祖先怎樣的生活，所留下的經驗所形成的。這樣的想法某方面是對，文化是過去長期累積的沈澱，我們繼承這文化的想法，才有今天生活的特質。現在我們有更新的想法，不同於過去：我們不單純是繼承傳統，所以我們怎麼生活，我們是想要做這一件事情，所以回過頭去從整個傳統裏面去尋找文化的特色，再把這些若干文化特色，重新營造，加以強調而成為整個族群裏的特質。其實某個

角度可以說是被發明出來的傳統。這在人類學和文化研究裏面討論是常見的，有些傳統已經在影響我們今天的生活，只是過去我們不重視、沒發現，今天我們將過去的那點點重新營造、重新思考，他就變成好像是過去的傳統，再將他拿來創造今天的生活特色。

## 二、客家文化活動與產業發展之帶動

客家文化和產業發展的帶動方面，將討論到兩個比較重要的概念：文化和經濟。這兩個概念，在過去學界的討論中，有很多不一樣的思考。一方面，有些人說文化的元素本來就不是經濟性的，他是消費性的，他和生產沒有直接的關係，所以很多人說文化是心靈的陶冶、或是精神的提昇，甚至認為他基本上就是和消費在一起的；而經濟方面，大家知道他和物質效率的提升、成本的節約討論比較多。所以過去將文化和經濟放在對立面來討論，這樣的想並沒有什麼不對，但是在最近有人認為文化和經濟的關係有需要重新討論。

我們再討論幾件事情，比如說：中國社會中，以士農工商四個字來看，商比較是經濟，但是長期以來在中國的社會中，商人的社會地位卻排在後面，這即是受到文化的影響。其實經濟活動本身也能受到文化加以肯定肯定；在外國也有許多這樣的討論，像提到技術，複製文化會喪失傳統文化的韻味，文化的本身透過複製的技術，大量生產，好像無法將文化獨特的部份彰顯出來，所以很多人談到文化和經濟就放在對立的面向來看。在社會學中討論文化工業的概念，其實也都不是把文化和經濟放在正面的位置上來討論。但是我們今天討論文化產業或文化經濟、或是客家文化和文化產業、客家經濟概念的時候，我們有需要重新思考這樣的想法；一方面我們過去想到談文化和經濟：將文化用來做經濟活動的基礎，就會牽涉到經濟邏輯對文化進行殖民的可能性，所謂經濟邏輯對文化殖民是說我們在做文化思考的時候，其實是用經濟邏輯思考來進行。在做文化事業的時候，常常拿經濟的目的、目標作為思考的要求。如此一來，文化和經濟就很對立。

我們將整個社會放大來想，經濟在社會中和文化是不同的集合，他們基本上是互相的支援、互相的影響的，並不是完全由經濟來主導文化的關係。所以我們要跳脫兩元對立的思考，將經濟活動的發揚和文化社會特質本身放在一起，互相的支援，一方面社會文化也可以做為經濟活動的基礎。倒過來講經濟活動的推展，應該也可以讓社會文化的特質變得更加活躍。前面我們提到經濟邏輯對文化殖民是單方向的認為：有消費者、遊客來消費客家文化的時候，文化變成被消費的產品；事實上，我們也可以趁這些人來到客家庄消費客家文化的時候，透過他們把文化的特質傳播出來，怎麼做才是關鍵。

接下來要談的社會資源的可移轉性，這牽涉到一種蠻重要的想法：「資源的可移轉性」。這個觀念很多人很熟識。以前人說：「學而優則仕」，這是說一個人書讀的很好，他可以將讀書累積的資本拿去做官；有的人當官，所以靠著他的位置所擁有的資源去做生意。經濟、政治、社會是三個不同的資源，但是文化資本、

經濟資本之間，其實可以具有互相豐富、互相轉化的關係。

資源轉化和產業的創意最重要的概念是在轉化的概念，社會資源是不是具有可移轉性？它能不能互相的借力、轉化？這成爲文化和經濟之間，會有怎樣的關連，非常重要的關鍵地方。我們可以舉個例子來看：創意其實是轉化中非常關鍵的地方，如何看到族群的文化、族群的歷史、或是族群居住地區的特色，用以發展相關產業。這是他們生活世界的特質，和社會文化本身有密切的關係，是否有辦法透過創意的概念，把這些文化轉化、設計、或者是透過怎麼樣的活動，例如：透過講故事的方式，把它營造爲一個產業加值的條件。這樣的創意活動的本身，乃是透過文化因素的提高而使得產業變得比較有價值，也可因此將文化的特色更加的發揚。

如果我們對社會文化能夠有比較清楚、熟識的話，我們對整個轉化的能力就比較能發揮出來，對經濟邏輯本身的認識，其實也對整個文化的發明、發展有非常的幫助；如果只有對文化有了解，很難講將文化資源拿來對生意有益的事，因爲對做生意沒有了解，只有了解文化，很難讓兩邊互相幫忙。也就是說，在文化創意的過程裏面，牽涉到資源要如何互相轉換？牽涉到我們對文化、經濟兩部份了解的程度是怎樣？更深入了解以後，提出的構想和創意才比較有執行的可能，也比較容易做到。這方面我用陳板先生在一、二年前在他的論文寫到一句話，他說：「化邊緣爲資源」是非常重要的概念。如何說化邊緣爲資源？就是說過去這些客家文化，特別是客家族群的文化，在整個主流文化中並不具有重要的位置，今天我們就是要將這些在主流社會中，被邊緣化的文化資源，透過轉化、透過創意、透過宣傳、透過包裝、透過建構，變成爲經濟活動的增值條件，使文化活動和經濟活動可以搭得上關係，作得好還能夠提昇文化的價值，將過去的邊緣性化爲資源性，這需要很有創意的轉化和細緻的思考。

接著我們來看幾個例子，在人類社會中生產和消費的行爲一直在改變。在工業化過程中，我們知道大量生產的方式，降低了很多生產的成本，所以大家會得到標準化的產品。也因爲在工業化的過程中，改善了很多生活水準，但是慢慢的我們看到在生活水準更好以後，開始講究個人化的生活風格，或整個生活風格的社群、品味慢慢形成，這時候標準化變得比較沒有價值感。在這工業化、標準化生產過程中，有可能將文化的元素增值，注入產業的產品上面，讓整個產品本身更富有文化的價值、變得比較有賣點，所以工業社會到後工業消費時代的產出，慢慢的，每一個商品都要考慮到文化的要素，以前我們以爲文化是文化，商品是商品，基本上在講究個人品味的時代，應該是每一個商品，基本上就是文化的產品，用這個角度來看，文化和商品的關係，可以是十分密切的關係。

接著我們看文化，產業和創意的關係，前面我們說過文化和產業這兩件東西要有關係的話，中間要經過一個橋樑，通過這個橋樑把它關連在一起，就像有人說：「藝術家和企業家是本來使用不一樣語言的人，它需要有人做翻譯，兩邊

才有辦法合作」。文化有文化自己的邏輯、講它自己文化人的話，產業經濟也有它自己的邏輯，講它自己經濟商業的話，現在要把這兩種結合在一起，需要有中介的橋樑，而這個橋樑要如何來架構？是一個非常關鍵的思考點，這裏面有很多文史工作者，學校裏的老師或是研究生，有些人對客家文化品味的經濟活動有興趣，可以嘗試將這兩部份放在一起對話。

最後，我想花幾分鐘來討論，假使文化和經濟可以這樣互相轉化的話，將客家文化做為有特色的文化，要怎樣將客家文化特色轉化為生產經濟的產品。這不像簡單的提出一帖藥方，照這藥方來做，照藥方來抓藥，就有出路、就有解決的方式，事情不會這麼簡單，重要的是我們要對客家文化多一分認識，多一分深入的認識，才有可能將客家文化的特色提煉出來。

下面我們將客家族群有關係的特性拿出來作為例子，和大家討論。我們去做調查時，問人家：請你說客家人有什麼特色？大部分會說客家人很勤勞、很勤儉，很好客…，講這些特質要如何和文化產業湊在一起，很難將刻苦耐勞和文化產業的創造湊在一起，所以大家對客家文化的概念，其實很模糊，不過進一步來看客家的地域性歷史性，或是它移民的生活方式，包括他吃的東西，住的地方，或者他的宗教的生活表現、或是疑似有這些表現，我們將它挑出來看，把許多實際的經濟條件和文化產業一起來看，也許有一些機會。今天客家文化逐漸受到重視，是一個很好的討論的時機，大家一起重新思考客家文化裏面可以重新創造、重新發明、重新建構，變成和文化產業結合在一起的橋接點，或互相轉化，或互相提升的可能性。一方面使得做生意的人、做產業的人有可能將文化加進來，轉變成文化加值，一方面客家文化本身有機會得到重新詮釋，重新建構。所以整個來講，重新思考客家文化有它一定的重要性。在一些調查裡我們發現，客家菜是客家文化中一項重要特色，但是也有人提到客家菜的一項特色是口味重，我曾舉過這樣的例子，面對這種現象，我們可以將吃的東西、日常生活中吃的東西，作更詳細的文化分析，即是拿來做為一種商品，但是也需要把他的生活的背景作詳細的說明，例如：他比較好保存、好下飯、或是它比較不會腐敗、它可以藏得比較久，過去的情形是如此。我們要將這些食物和文化產業湊在一起，也要配合現代人的需求：要清淡、不要油膩、要新鮮…等等，過去的作法可能需要轉變，不能原原本本的像以前這樣，現在拿出來也是這樣，要經過重新改造、包裝，但特色要保留下來，我想這是文化轉化很關鍵的一個部份。

### 三、台三線客家文化產業

客家文化和文化產業的討論，前面我們講了比較多觀念思考性的關係，大家都知道光談理論，書本中可以看到很多討論，但是難免比較抽象。下面我將以台三線的文化產業做為一個例子，介紹給大家。關於台三線客家文化產業的說明，要回到一開始的時候，我向大家提到，客家人居住的地方，雖然在東部縱谷也蠻多客家人，但是在西部的話，桃竹苗比較密集以外，很重要的特色就是在台

三線。我現在講的範圍是跟像台中縣的東勢，石崗到卓蘭，一路上來到大湖再上來就是到獅潭，隔壁是公館，獅潭再上來大家就會想到最近很出名的地方南庄，南庄再上來就是三灣，三灣再上來就是頭份，頭份跟珊瑚湖這一帶開車的人從南部上來，一定會經過這條路，再往北就是到了新竹縣像峨眉鄉啦，北埔、竹東、關西，再一直上去到桃園的龍潭。

以新竹到苗栗這一帶為例子，說明整個客家文化產業。首先要提到的是旅遊人口。對於台三線觀光產業的發展，旅遊人口的非常的重要。過去客家人住在這一帶，但是，並沒有很多人來玩、休閒或怎樣。主要是因為最近幾年來，台灣旅遊人口的人數增加很多，特別是週休二日之後，假日有很多人會開著休旅車，到鄉下來，想到找一個比較好的地方，有好的空氣、好的環境，可以有一個比較好的週末。我想旅遊人口的增加，有很多的統計數字讓我們非常清楚整個發展的趨勢，特別是今年 2004 年是台灣的觀光年，從行政院觀光局到地方的整個配合，使得這幾年來在台灣休憩的人口是增加很多。因此休閒人口的增加，是整個台三線能夠發展的基礎條件，沒有休閒人口的話，台三線的發展很難，所以休閒人口增加非常的重要。

另外，剛才有提到台三線這條路線基本上是山線，台三線的三它是一、二、三，它本身也是山和水的山線的意涵，這從卓蘭一直到關西，可能在大湖、竹東二個地方會發現比較多的人口聚居，還有幾家工廠以外，這條線上可以說方圓幾十公里沒有幾間工廠。所以當地的空氣、水質是非常的好的、置身其中有許多特別的感覺。生態旅遊的背景，我想大家介紹這樣的狀況，假使你開車從關西一路下來，在關西是鳳山溪流域，再下來大家把地圖攤開來看，這會一條從南到北的台三線切過一條一條東西走向的河流，從北到南可以看到很多水庫，例如看得到寶山水庫，峨眉水庫啦，大埔水庫，永和山水庫，再下來可能就是明德水庫，再下來的話，在卓蘭這邊有鯉魚潭水庫。我們想到水庫本身，也可以連帶想到在整個台三線縱貫的上面有需多孕育好山好水的理由，這是說有水庫的地方，不能夠開發。不能夠開發就將這些環境本身長時期保留下來，變成現在優美的生態環境，再轉變成生態旅遊發展很重要的基礎。我想這方面從整個台三線來看，其實不一樣的地方，有不一樣的味。

現在舉一個地方為例來說明——明德水庫的上游，就是獅潭。獅潭是一個很重要生態旅遊發展的環境，它為什麼會變成這樣重要的生態旅遊環境呢？從它過去可以看到，這個地方的向外移民人口很多，大部分都搬走，搬去街上去發展。由於它交通不方便、又不能開工廠、又不能有別的發展、也沒有工廠工作的機會，人口就搬走(人要發展就要背離自己的故鄉，這就是一個很重要的例子)。所以獅潭長期以來變成人口老化的地方，人口外移很嚴重的地方。但是正好因為這樣，因為沒有發展，因而保留了一個很重要的環境，現在獅潭號稱是「貓頭鷹的故鄉」，因為它的山林保持得非常好，生態保留非常的完整。在這裡可以創造出另類的旅遊方式，村子裡有一個生態教室，可以帶些旅客或年輕的學生，去看貓頭

鷹的環境。這種活動只有在良好的生態環境中，才有辦法做這樣的事情。

另外是說這附近的水，都非常的乾淨，沒有受到污染。所以養鱒魚也是在這邊發展。因此，這些都是一種經濟產業，經濟產業若沒有這種的生態背景也沒有辦法做得到，像養鱒魚本是只是魚業養殖，但是魚業養殖和文化生態的概念，以及跟整個環境保護綁在一起的時候，魚業養殖就不純只是魚業養殖，變做一種生態環境旅遊的一個賣點。不開發，變成經濟收入的來源，經濟活動並非一定就是要開工廠。

另外，在獅潭這個地方，有一個專門養蠶的生態教室，雖然他是商業性的，收費，賣蠶絲被，但是這地方也是一個生態區，他可以對小孩子做生態教育，於是也變成是一個非常重要的賣點，他賣的也是當地的生態及它的地理條件。

再來是有機之鄉及百壽村這個部份。在獅潭北邊一點，有一個隧道過去，就是百壽村，百壽村早期是原住民居住的地方。這些地方都是人口大量外移，少有人住的地方，就是因為這些人搬走，今天才有機會將環境保留下來。在百壽村，在獅潭附近，最近有人提議要將這些農業，發展成爲整個有機之鄉。這樣的活動表面上看起來是經濟的活動，其實它已經不像過去農業生產的方式，它還必須將文化、生態的概念加進去。如同前面提到的：客家人過去吃的東西比較鹹，那畢竟有他自己的背景；但是現在的人要的是新鮮、清淡，同時也看到現在的人對健康比較講究，開始接觸像有機的產品。新竹的有機商店賣的有機菜，有些是向百壽村訂購的；將這些論述、這些新聞故事說出去，這種生態的、地理的環境的一部份，也就成爲產品一個很重要的加值地方。

除了生態以外，文化的加值可以從歷史這方面來思考，有些產品將一些地方的價值變成文化的價值，如前所述像獅潭這樣的地方，因爲很多人搬走，人口越來越少，但是它也是一個很了不起的地方，在獅潭人口稀少的地方，它有很好的村史博物館，村史博物館將過去獅潭的歷史，舊照片，透過在客委會桐花祭活動的時候重新的創造，將很平凡的村莊故事重新述說、甚至將過去造紙的寮重新的把它建構出來，我想村史博物館能夠將地方造紙的技術、地方竹林、地方產的石灰窯重建，其實就是重要的歷史記憶的重現，這方面有豐富的文化歷史記憶和族群生活的痕跡，夠透過村史博物館通過寫作、儀式慶典重新詮釋，透過這樣的活動能夠再說出來，這不管是對地方人士來說，或是對外面來的人認識這個地方來講，它也是很重要的點。通過這些歷史文化的論述，地方變得豐富，歷史變得有意義。

前面說文化資源要怎樣轉化爲經濟資源，這就是一個例子。過去人們在這邊生活的歷史，或是謀生的方式，甚至這種造紙的技術變成是一種觀光，一種休閒，甚至外地人來了，以及他參與的活動，基本上透過當地人生活的方式重新做出來。又讓觀光客、旅遊的人口可以來參加實作，他也可以有收穫，有收益。我認爲一方面可以將地方文化推展出去，但是另外一方面也是誕生了一種經濟活動

的可能性。

另外，百壽村的紙湖農場，場主是有一個很年輕的人，他很有創意的在百壽村或百壽隧道旁邊的農場，蓋了一棟房子，經營文化產業，又紀念紙湖。紙湖就是紀念像石灰窯這樣的文化，我想這是很重要的歷史說明，這是獅潭，一個在台三線上面的故事，以我走訪的經驗，幾乎每個村庄都有這樣的故事，通過這些故事，村子又活過來了。

在台三線上，我想大家比較知道熟識的地方可能是南庄。南庄，現在星期六或是禮天去南庄要注意到是否會塞車。現在很多人跑到南庄去住、或買小木屋，或去那裏休憩，休閒觀光，去那邊喝咖啡，整個南庄的發展，跟我前面講獅潭的發展有些一樣。它真正的賣點並非是咖啡本身，而是它整條蓬萊溪、整個山、水、空氣等這些，十分的可愛、十分有生態的特色。若是有時間去看蓬萊溪整個的營造的話，就會知道為何有人願意塞車好幾個小時，只是爲了在這裏休閒幾個小時，再回去台北，所以我想生態、地理、好山好水，相對帶來其他產業的營造，當然變成很重要的一個賣點。

我想去過南庄的人，許多人去過山芙蓉。你到了山上，有很多的咖啡廳，但是依然必須排很久的隊才輪到你喝一杯咖啡。這樣的地方除了獅潭、南庄，其實新竹也有。陳永淘先生住的十二寮附近，也有許多休閒農業在發展中。我想農業可以繼續經營，但是它經營的方式和過去要不一樣，必須跟養身、有機、文化、飲食、腳踏車，以及好的水、好的空氣，都結合起來。

從峨眉往北，也有比較早發展的地方比如說北埔。北埔現在放假也會塞車，它賣的也是生態、歷史或是客家文化特質，再往北，新竹也有很多人知道要去內灣，放假的時候去內灣也會遇到塞車的問題，我想在整個台三線上，如我前面所說，幾乎每一個地方，每一個村庄都有這樣的特色，跟著整個地理、生態、歷史、文化有關係。

整個台三線的發展，資源的尋找、營造、轉化相當的重要，一方面，需要有地方人士自己的想法、和觀點，另一方面，政府、中央或地方政府官員的觀點、政策和金錢的協助對地方也是非常重要。特別是政府的政策，對地方發展的想法，都是促使這些地方營造地方產業、創造文化再生的關鍵的來源，這方面我在後面會再提到，要怎樣來創造地方的文化產業，地方的文化要轉化成可以和地方的產業關連在一起的話，雖然業者很重要，除了業者以外，整個社會的發展、政府的支持、或是整個社會發展的程度也很有關係。

在政府的投資方面，我舉一個例子，大湖草莓的發展，地方的業者非常重要，但政府的投資也是關鍵，在公館這邊，水圳文化的推廣，黃金小鎮包括歡樂田園的營造，除了業者，都跟政府的大量投資、文化局的協助和涉入，有很大的關係；當然說地方的發展，不是只有爲了經濟的發展，比如：苗栗目前正在進行的陶瓷

博物館，將過去的產業包括像裝飾陶瓷，產業基礎的調查工作能夠重新做起來，然後將博物館變成是地方的驕傲，地方文化和產業結合起來，就有發展，所以文化和產業要結合起來。單單靠一個人做很困難，但是地方有這樣的條件，有業者、知識份子、文史工作者，有政府的投入，文化產業的推廣應該會很有前途。

#### 四、客家文化的產業—被發明的文化

前面向大家報告的文化產業的營造，也可以做為被發明出來的傳統的說明。接著我向大家報告被發明出來的傳統的一些想法，我們很多生活的經驗，有時沒有那麼受到重視。生活就是生活，沒有人將它建構或凸顯成是文化的特質。我們有時後敘說過去的歷史，認為是歷史就是史實，就是傳統，但是也有一些事情過去並不凸顯，但是經過了一些人的敘說，重新詮釋，它也會變成傳統，或是說形成它的特色，新的特色，被發明出來的特色，被發明出來的傳統。我想許多客家文化的產業，在某一個程度來說，也可以是被發明出來的傳統。

我們先看油桐花祭這個例子，在最近這一、二年來很多人知道在國曆四月中旬至五月中旬的時候，就在客家人居住的地方，可看到滿山遍野的油桐花開在山上。以我自己的經驗來說，小時候我生長的地方，也有很多油桐花，以前也撿過油桐籽，在家裏曬過油桐籽的經驗，走在回家的一級一級的石階上時，在那高高的油桐樹下，掉滿了整條路、整條石階的花，過去這些油桐花對客家人來講意義不在於欣賞，但是經過時代的不同，有意的經營和創造，油桐樹的意義已經由生產轉變成生態、欣賞的意義，樹幹的經濟意義，被美麗的花朵所取代。油桐花祭的活動基本就是營造客家文化產業，是非常人為的，有意的一種營造，所以說它是一種被發明出來的傳統。但是他也要有一定的條件，例如油桐樹生長的地方和台三線，有很多吻合重疊之處，這就是客家人住的地方，主要還是在山區，它分布的地方也很廣，也是現在生態保留良好的地方。

油桐花或油桐花祭和文化產業如何湊在一起？這是很重要的過程。民國 60 年，可能更早以前，政府鼓勵大家種油桐樹，過去很多人有這樣的經驗，鄉下燒木炭，燒木炭用的材料很多是相思樹，所以到處種植相思樹。後來相思樹的經濟價值變得一天比一天少，價格不好，政府鼓勵人民種油桐樹。很多人知道種油桐樹有兩種經濟收入：一方面是油桐籽可以撿起來，撿起來拿去曬，曬好以後拿去賣，這是一種經濟的收入；另外一種收入，油桐樹長得很快，油桐樹本身砍下來，可以拿去賣，可以做傢俱、木屐，大家都知道以前的火柴棒，都是用油桐樹來做，那個時候在山上種油桐樹是很好經濟收入的來源。這些樹和客家人的關係，照當時來講，並沒有很充分的理由將油桐樹和客家人湊在一起來談，但是油桐樹正好是跟客家人居住的地區重疊的，和客家人的生活經驗有密切的關係，就是這種巧合，也是一個機緣。

接下來我們可以進一步解析一個觀念：一種價值的轉移，隨著時間的變化，社會整個變遷而改變。以前是做這樣用途的事情，因為時間的改變，它會變成另

一種用途，油桐花、油桐樹就是一種很具體的例子。過去油桐樹的價值是跟油桐籽、油桐樹樹幹本身的價值有關，但是在整個社會改變以後，現在油桐花變成很有欣賞的價值。但是油桐花本身不會有經濟價值，不是我們將花採一採，秤斤拿去賣。但是它和當地的休閒產業結合起來之後，其價值就加值到當地的其他休閒產業上面。所以，油桐花的價值是和當地的其他休閒產業結合起來以後才有意義。當然，它自身也有非經濟性的價值。

我知道客委會在這過去幾年，開辦客家油桐花祭活動以後，可以看到整個客家庄的遊客變得非常的多。有朋友或學生，開始問這樣的問題：客家庄、客家文化變成被人家消費的對象，興起一股批判之聲。我一開始就講過，文化有可能變成被人消費的對象，但是如果文化產業做得好的話，可以通過舉辦文化產業這樣的活動，趁著人們到鄉下來觀光，來遊玩的時候，將客家的文化、客家的特色透過他們帶出去，他們回去以後會說客家人的熱情、客家人的生活、客家人社區的特色，客家人的特質可以透過他們將文化傳播出去。油桐花祭，將客家人的能見度打開來。某程度來講，油桐花在客家地區在今天會成爲一種觀光的對象，是在隨著時間的改變，社會的變遷中，把握了這樣的機會，又通過人爲的方式，將這些油桐花創造成爲很重要的觀光、休閒資源等，吸引的遊客前來。這就是一個被發明出來的傳統的說明。

客委會過去也是在創造客家地區的客家意象。客家意象的觀念對客委會來講，或對從事客家研究的人是非常的重要，因爲過去很多人對客家地區、客家人的生活、客家文化本身不了解的時候，他可能都是透過媒體，如電視或廣播等來了解客家人是怎樣怎樣，客委會成立之後，做了很多重新創造意象這樣的事情。客家意象和客家文化、客家文化產業、客家庄本身的這種營造可以結合在一起，在這營造過程裏面，過去的歷史、文化，例如我剛才講過的獅潭石灰的故事，或是他以前生活的經驗，歷史上的做法，全部都可以搬出來做一個論說，甚至可以作實作的活動，與油桐花祭放在一起，都能夠重新活化客家庄生活的面貌。這些就是我說的，文化、社區和產業有很多可以合在一起的地方。

接下來跟大家討論第二個例子，客家餐館的發展也可以作爲所謂被創造出來的傳統。在我印象所及，可能要到 1983、84 年左右，台灣才有第一家以客家菜爲主題的餐館，就是賣客家菜這樣特色的店。客家菜做爲一種商品是很慢才有的。我們再往前去看，小時候用族群飲食作爲餐廳的，比如說川菜、湘菜、廣東菜啦，這些都是有族群特色的餐廳。客家菜作爲餐廳經營的特色，是很慢才發展的一個現象。現在我們走在街上，已經可以看得賣客家菜相關的餐廳，慢慢的越來越多。客家菜本身，某個角度來講，能夠被提出來，我在前面有說過，吃的食物本來就可以看出族群的一個特色，吃和他以前的生活，以前的生活方式保存食物的方法，味道，作法，吃法有密切的關係。他如何製作他的食物？是不是說他會比較鹹肥、比較香，可能是和他生活環境，文化品味有關係。我們將吃的特色重新拿出來說，一方面是要將某種客家文化的重要性拿來重新述說，另一方面

也逐漸喚醒或重建整個族群的共同記憶，所以某個角度，客家菜是代表了客家文化的一個項目，它本身的營造，它本身的述說，甚至改良，甚至它的活動也能夠回過頭來豐富客家文化的特色。

爲了豐富客家文化的特色，很多客家文化的詮釋就會一直誕生。這方面就是我在前面說文化和經濟的活動，並不是必定有矛盾、不能夠在一起的，你可以將文化的特色拿出來說，也可以將文化的特色拿來包裝，加值豐富這項產品，產品本身的建構，和它的事的敘事有很大的關連，某個程度也是豐富文化本身的特質。我在下面畫一張圖，客家文化的特色，它可以通過創造，通過重新的詮釋，讓它更加的豐富，因爲客家文化的豐富性，使得菜色本身，有它的故事、有它的歷史、有它的意義。這菜色本身又使文化本身更有意義，它就是一種互相加值的一種循環的過程，在文化產業的營造中，導向互相加值的方向的設計是很重要的，需要注意到經濟邏輯對文化邏輯殖民的問題。

再下去我們來看具體的例子。客家菜的論述剛剛我們講過，某個角度來說他使客家文化變得更爲豐富，其中也有一些客家的歷史記憶，使得餐廳文化本身更加豐富的地方，另外就是我提到餐具的問題。有些地方，像苗栗縣去年有跟文建會、客委會一起開發一些有特色的餐具。他在做客家菜文化活動的時候，將那些餐廳裏的擺設，客家文物的收藏，甚至連餐具本身也變得有氣質、有文化，打造整個餐廳的氣氛，從餐桌到它特別的餐具，到菜色本身的故事、餐具的開發本身，也變成一整套具特色的餐廳，整個加值過程即是一個文化創新的過程。

這方面，大家去苗栗看就會發現，除了有當地陶瓷產業作爲基礎，來開發餐具的重要性以外，前面我說過文化產業本身，除了它的物質基礎，或是文史工作或業者本身的配合很重要以外，政府本身的投入也非常的重要，去年有機會參加苗栗縣政府在苗栗做餐廳的認證，有機會體認到這是個很重要的活動，一個餐廳通過政府認證的話，我們知道有很多方面的意義，例如若得到認證的餐廳，在好多方面他都被檢查過，比如說認證的委員裏面，他會看餐廳的廚師是不是有合格證書，他在做菜的衛生是否合格？整個廚房通風、他的水、垃圾如何處理的過程是不是及格？在衛生裏面，非常的重要。另外也有委員專門看建築，瞭解這餐廳是不是安全，是不是有些餐廳沒有建照，安全、逃生都一起被考慮。所以客家餐廳認證本身，一方面他是有文化上的，有沒有氣氛啦，對文化的營造有沒有在這裏面，另一方面在衛生安全。這些督促，就是因爲政府加進來，公部門的力量要進來，苗栗縣政府做客家菜的認證，這方面是很有意義的事情。這是第二種我說的被創造出來的傳統客家產業。

再來，我們來講客家服這個產業，客家服是另外一種創新的嘗試，是一個可以將文化本身和經濟合起來的很重要的一種傳統、創造出來的傳統。在講客家服以前，我先來講一個小小的故事，這並不是商業廣告。我知道有一個年輕的導演——徐子萃，她在台南藝術學院讀碩士的時候，拍了一個記錄片「我的藍布

衫」，這部片子，是拍攝美濃的一位 90 幾歲的老先生，他在美濃做的藍布衫，很有名氣，很多人去美濃就會參觀這個店，他很努力的在做藍布衫，用自己創意，將藍布衫經營成爲很重要的特色。但是徐子萃，我的藍布衫裏面問了一個很重要的問題，他說：爲什麼客家族群代表的衣服「藍布衫」只可以掛在牆上供人參觀？或是很特殊的場合，比如說演戲、祭祀的儀式中，大家才會穿藍布衫？意思就是它缺乏今天實用的性質，她想的是「爲什麼藍布衫不可以在日常生活中使用」？「爲什麼就不能穿著它去市場買菜」？等這些問題，這是她拍片的一個故事的開頭。

雖然我現在講的是一個故事，但是很多文化產業的營造，它都需要一個故事，把這些事情豐富得更有意義。徐子萃的藍布衫，雖然現在沒有人拿出來做爲營造客家服的故事，也不是很流行。但從這個問題去思考客家服怎樣變成文化產業，成爲一個很重要的論述根據是很有意義的。她在拍這部片的時候，他有一個表哥在法國學服裝設計回來，她就將這難題給他。

爲什麼客家人的衣服不能穿去市場，日常生活中我爲何不能穿著藍布衫去工作。這裏面很多內部劇情的發展，我跳過這些細緻的說明，最後他表哥給他設計一個藍布衫的造型，記得他在滾邊裏面畫一個圖形，遠看去像一個大的問號掛在脖子上，變成一個滾邊，這樣的結論是一個很好的結論，最後他覺得這是一個問題，他正在思考要如何解答這個問題。

同一個時間在苗栗，他們可能沒有問這些問題，但是卻開始做起客家服這樣的事情。就我所知是三義的木雕節時，開始有辦一個客家民服的走秀，其中有一家公館的兄弟西服，他設計的客家民服得到肯定；在那個時候大家知道有一個客家服這樣的想法，這是苗栗文化局的創意。之後客家服慢慢變成客家文化月的工作服，不然就客家文化月的紀念衫，它有走秀活動，開始有人將客家服拿來做推廣。

後來，我知道苗栗縣政府規定縣府員工星期一或是星期五不記得那一天，規定要穿改良式的客家服上班，我在這方面我們可以看到，以前設計客家服的商家，現在就得到一種市場，慢慢透過縣政府的員工有在外面穿，就如我每次去看文化局的周局長，他就穿著客家服，還覺得蠻好看的。就這樣通過他們穿在身上，縣長也穿在外面走來走去，就得到某一種程度的推廣。慢慢的，我想客家服將會變成一種產業。最近，據報導縣政府希望中小學生也可以穿客家服，到目前爲止這個事情好像還沒有落實，考慮的事情可能很多。就整個客家服的推廣來看，就某個程度來講，已經得到相當程度的迴響。

我知道有很多人開始想穿客家服，客委會在辦活動的時候，有很多人會穿客家服，將客家過去的藍布衫做改良，可以跟今天的生活品味結合在一起。我前面說的事情，他當然說有客家的特色，但不是一成不變的沒改變就拿來做一種商品，當然要符合現代人的需要。它要將那些意象設計進去，又符合現代人需要的

顏色，不會說太暗、沒有活力，所以整個設計是它文化本身的意識，它的意象還留在上面，文化跟物質、跟經濟條件、跟產業合在一起，是很可能的事情，客家服就是其中一個例子；改良以後就有變得比較明亮、比較好看。甚至款式上比較有腰身，看起來就符合現代人在這個時代的需要，這方面的改進是客家服很重要的方向。目前來說，客家服的製作還停留在手工階段，未來要不要變成大量生產，是一種思考的關鍵點。有些事情它就是手工才有文化。它文化特質就表現它在手工特色上面，以後變成大量機械化生產之後，怎樣維持它文化的元素，這是要考慮的一種方式，未來經過研發推廣的過程，客家服變成大家日常生活中穿著的衣服，變成客家族群表達意象的一種方式。這是一種具體的，很好的發展方向，這是客家服。

茶產業，是前面談到的化邊緣為資源的例子。前面我們提到文化和產業這兩種元素要怎樣讓它合起來才有意義，又能豐富文化、文化又能加值產業。這中間的轉化很重要，我剛才前面說過生意人、文史工作者、政府、專家、學生、老師很重要，最重要的是要有對兩邊都有了解的人，能夠置身在其中思考的人，他更加能夠做到結合的理想。茶產業在台灣早期的發展，一直到今天的觀光茶園，可以說是一個很好的例子。怎樣讓茶業加值，可以這樣來看：鄉村的特質，茶工廠，茶園，某個角度就變成基礎，這個基礎使茶的業者能將它變成茶館變成咖啡廳，變成民宿。前面我提到賣茶葉，轉化到自製，自銷再轉化到觀光茶園。這個過程可以對照出一個概念，就是農業轉化為商業，商業轉化為成觀光或者服務業，這個概念是一層一層的轉化。

我們來看看茶產業如何加值。本來有些人種茶葉，他的收入，把茶菁摘下來之後拿去賣，賣茶菁就是他的收入；後面他知道自己來製茶，比賣茶菁更可以加值，因為只是把茶菁賣出去，就是到這裏，製茶的人賺去很多。所以就把過程再往下去推，開始製茶，把製茶過程自己來做，這是一個加值的概念。接下來，製茶基本上是工廠裡的過程，如果這個工廠中的製作過程本身可以讓茶葉加值，那就更好。工廠本身做完茶葉賣出去是一種收益，這製茶的程序都可以加進來，茶價值就更為增加。變成種茶，茶菁是自己的，茶菁的烘焙，它的製作是自己在做，烘焙製作到賣出去，銷售也是自己在做，這樣子經濟的價值就這樣慢慢加上去。最後自產自銷，連賣都自己來賣。

只是自己來製作茶菁，自己來賣，這個價值還不夠，比較像是垂直整合的經營過程。文化產業興盛以後，整個創意的地方，在於將原來就在做的事情，變成是可以更加加值的來源。比如說原來是茶園，茶園是產茶菁的地方，產茶菁的地方可以變成觀光茶園。大家可以這樣想，它原來是一塊土地，只是種茶，產茶菁，把這個土地開放，大家可以到茶園裏去，這是一種加值的來源。另外就是製茶的過程，以前是自己做，在家裏做，現在把製作茶葉的過程開放給遊客，參訪的人了解茶是這樣子，摘下來後這樣做這樣做，有這麼多手續，那裏有訣竅，然後影響茶的特色與成敗，不同的茶，是怎樣的程序才能把它做出來。將這些過程

介紹給訪問的人和遊客，這樣茶會變成更有價值；最後我們看到製茶的工廠，有很多茶工廠變成咖啡廳、變成客家餐廳，這是一種很有趣的事情。對我來說，茶本身的價值是這樣，東西沒有變，從茶菁製作到賣出去。後來的加值程序，每一段都讓「東西」更加有意義，更具價值。前面提到的文化加值的概念，也會在這裏出現。

提到產業創意的概念，就會提到在苗栗、新竹有一個地方產膨風茶。很多人來到苗栗、新竹都知道有膨風茶的茶種。這個茶本身過去有很多故事，膨風茶的名字是怎麼來？英國的女王如何封這些號，最後怎樣變成東方美人茶，這個來源有很多的故事在包裝茶的特色，膨風茶於是變得很有價值。另外就要配合社會的變遷，我前面講過現在的人講究養生、強調有機的產品，這裏面牽涉到膨風茶本身需要什麼小蟲在葉子上，才使膨風茶有產生的可能性。基本上是不能灑農藥，要讓小蟲子可以活在那裏，這樣膨風茶才做得出來，所以這茶本身是有機的。現在很多人喜歡喝茶，又怕茶裏面有農藥什麼的。我想說這些內容很符合現代人的品味：要有機、又要喝茶，膨風茶是很好營造的重點。

所以一個產品本身要變成能夠加值。有的是隨著時間發展，有的是文化的加值、有的是故事的包裝，有的是過去族群的記憶、歷史的文化因素，怎樣將產業本身的意義讓它加值，需要有許多創意。有時產業本身的營造，它的意義建構的時候，會將文化本變得更豐富。例如，剛才提到膨風茶它上面需要小綠葉蟬，吸食過才能夠產生這種茶葉，所以他與客家人節儉的習慣、行為有關係，這樣他同時與客家族群的文化有關又和有機的概念有關係。

解釋膨風的概念怎麼來的，跟說它是不是吹牛？或是什麼有關係，這故事很多地方都可以聽得到，這故事本身就是使得茶葉本身價值更加的有價值的來源。從茶消費本身變成有機的茶能夠扣在一起，跟養生，跟客家文化關連在一起。就茶產業本身它整個過程沒什麼改變，還是採茶菁，烘焙成爲茶，然後賣出去，但是現在則又創造出有機的概念，養生的概念，客家的節儉。其中把生產的過程，又可以讓訪問者參觀，它又變得更能夠加值，這樣象徵性的文化，物質性的文化，族群性文化性，能夠一層一層不斷的加值。這樣茶本身的價值可以來自很多方面，其實也這正是邊緣文化轉變成資源的一種說明。過去種茶的人是非常的邊緣，非常的辛苦，但是茶成爲現代人核心的觀光休閒點，又生態、又養生，很多種複合在一起的價值，茶產業也變成文化產業的一種營造的對象。

最後我再舉一個例子，就是談到擂茶。多數台灣的客家人吃到擂茶，可能是最近的事情。我也知道有些做客家文化的人，看到擂茶變成了客家文化的代言人，不怎麼爽快。現在從台北來，從都市來，去到客家庄最顯眼的客家文化就是擂茶。過去這麼多年以來，擂茶並不是台灣客家人生活中的一部份。隨著客家庄、客家文化、客家產業的開始發展，才誕生出像擂茶這樣的經濟活動，它被營造成爲客家文化的一種傳統。但擂茶與客家的關係也不是完全的無中生有。我在很前

面說過，很多生活的特色本來就有，但是可能存在於某一些生活的角落，或中國的客家社區，後來是從過去，從一些人的生活經驗中，將這些特色拿出來，重新的創造，營造建構成為客家人的特色。

就我所知，擂茶這樣活動的特色，是從外省客家(客家籍的新住民)，特別從陸豐來的客家人帶來的。我的學生做的調查裏面，陸豐來的客家人家裏確實保留擂茶的習慣。但是這個東西就像客家菜一樣變成商業的活動。到後面成為客家文化的代言人，則是經過很多包裝，甚至於變形。在客家產業活動變重要的時候，擂茶就被拿出重新包裝，改造，建構成大家去到客家庄很重要的活動之一，以前對台灣客家人沒有認識、了解的人，會認為擂茶就是台灣客家文化的一種。以後也許就真的回成為台灣客家文化產業的一種。

關於擂茶，過去有這樣的介紹：外省客家人常常會有擂茶的習慣，甚至他每天都要喝擂茶，甚至成為吃飯的工具，現在有老一輩的仍然寶貝著他們吃飯的工具，像我的學生去做訪問，碰到很多外省客，他們仍有這樣的傳統，但是他本來只是少數客家人生活中的一部份，透過營造，透過建構，慢慢變成整個台灣人傳統的記憶。一般人在某個角度上，把擂茶就貼上了客家的標籤，或者是把它貼在客家族群的文化特色上，變成客家和擂茶是互相代表的關係。就像前面客家和桐花結合在一起，成為互相代表的情形一樣，牽涉到很多人為才營造的過程

我趁這個機會提醒大家，就目前的研究來看，外省客家喝的擂茶，很多是像吃飯一樣，裏頭有飯，是鹹的、是吃飯的一種。跟我們現在去鄉下，有香香的芝麻、擂茶粉、花生仁那種擂茶很不一樣。現在大家去鄉下看到的擂茶是甜的、香的，就像喝茶一樣。這樣說，不是要說有好幾種擂茶，而是說以前的擂茶，外省客家人喝的擂茶是怎樣的一種情形，現在為了做文化產業，有時要配合客人的需求，將他重新做一個改造，這是另外一種客家文化產業的例子，他們可能真的創造了台灣客家人的擂茶。

擂茶本身有很多故事。三國時代張飛帶領官兵怎麼樣，怎麼樣，很多官兵感染了瘟疫，無力作戰，然後醫師奉上祖傳的秘方，這跟擂茶有關。後來大家吃了擂茶以後病就好了。像這樣的故事在流傳，當然也可以說這些故事在擂茶推廣的時候，扮演重要的角色。

從前面我講的幾個例子，都提到就是說某個程度他是被創造出來的傳統，當然不是虛構，而是在歷史上他可能有出現過，但是都是經過包裝、改造，經過重新的建構以後，它才變成文化產業經營的項目。這中間有很多用文化包裝、或是用故事包裝，都是使得產業變得更有價值的來源，這樣的事情是屢見不鮮，可以從這幾個文化產業營造的過程中看到非常相似的狀況。以上這幾個例子都是客家文化產業營造中，一些被創造出來的傳統，或者是向文化借力，文化資源與經濟產業互相轉化的例子。

## 五、客家產業發展方向

最後一部份，向大家報告的內容是客家文化發展的方向或是說客家文化產業的發展，需要思考哪些事情。前面我多少向大家報告過，客家地區的特色文化，跟社區文化在這麼多年來漸漸的受到大家的注意，受到大家的重視的過程。

我順著這樣的話題，回到起初跟大家分析的一種觀點：那就是客家文化跟產業營造的基礎，很多是由客家社區過去沒有發展的成本所換來的；有些是一直維持農業社會的生活方式，所留下來的山好水好，這是一種很重要的基礎。這麼多年來，雖然很多客家地區的遊憩產業受到重視，但是客家文化、客家族群的特質，照我來看並沒有受到大家的關心，這相當值得思考的地方。在這過程裏頭，產業化的能量，可以看得出來，飲食、山歌、故事、當地的農產品、或是那些山水、生態，是很重要的一種文化產業的來源，客家人的文化、客家人的特質，要和這些湊在一起，跟這些產業一起討論，到目前來說，還比較少。但是，文化不外乎是日常生活的面相，所以說食衣住行也都會是很重要的一種文化特質；說吃的東西，穿的衣服，可以變成最早最早產業的客家文化，像客家美食，它未來漸漸能夠將客家文化和客家產業結合在一起，會變成消費與經營的對象並不是只有客家人。消費者不是只有客家人才吃客家菜，未來客家服也會是這種情況。經營的人不是只有客家人才能經營客家餐廳，就像很多日本料理店也是台灣人在做。它變成一種文化、一種產業的時候，它可能超越族群的範圍、往更加普遍的方向發展。文化產業化的概念，還有很多討論的空間。族群文化、文化產業、產業文化這些想法，未來學界討論族群與文化發展中，還會是很重要的概念。

接下來我們看到目前的發展，多與生活環境，生活生態有關，例如我們到鄉下去看時所謂的文化產業多數是以生態為基礎的發展，生活的空間特質留下了現在很多文化產業的基礎。前面提到的桐花、筍乾或者是草莓等一些農作物，到三義那邊是看到的桃李，都是跟族群居住的位置與生活資源有非常密切的關係。目前看到的族群的產業，多數與居住的環境有密切的關聯。早先提到客家人，客家人焗腦、或是製茶、或是焗香茅可能就是族群很重要的產業，這些族群產業究竟是族群文化或是族群特質所造成的一種產業，或是族群住在這個地方，這種生態環境，使得他們做了這樣的產業？都是可以深入的地方，當然文化和環境一定也是有密切的關係。關於地方特色產業，還包括窯業，新竹縣市金山面的窯業、現在科學園區旁邊的金山面窯業很有名，苗栗縣公館的陶瓷產業非常有名，不會比鶯歌的陶瓷產業差，這都是很重要的。這些產業何以在公館發展，訪問的時候，我們瞭解日本人選這個地方，與附近的出磺坑，出產瓦斯有密切關係關係，這樣的產業的誕生本身跟當地的資源有關係。像這樣跟當地的資源，原料、甚至瓦斯、氣候，包括美濃種菸草、關西的紅茶這樣的產業，都是與客家人居住的地方特質有關，但是因為久了以後，客家人和這些產業就有了密切的關係，所以這些產業

變成客家族群很有感情的產業，影響了客家人具體的生活方式，客家文化的特質也跟這些實際經濟生活的活動有密切的關聯。所以族群的特色和地方產業的發展具有密切的關聯。這樣的說法和我前面提到的油桐花，一開始並不是爲了客家人種的油桐花，但是最後它和客家人成爲互相代表的情形是一樣的。

最後，我想我們可以提到歷史、文化和產業，然後重新發現產業的歷史價值，這也是一種重要的文化產業再造的過程。很多產業照現在來看，已經沒有什麼經濟價值，好比以前鐵路局的內灣線，跟當地出產的東西是有關係的，但是後來那些出產不再繼續，便使內灣線失去了經濟價值，它失去經濟價值以後，這個地方卻因爲鐵路而脫胎換骨，有了新的使用意義，現在有人來到新竹，專程坐內灣線鐵路的火車，他不是爲了交通，他是爲了坐火車，而去到內灣當然也不再是爲了當地以前的經濟產業。所以說有些舊的產業已經逐漸沒落，舊的產業本身能夠重新發展，去詮釋、營造它的歷史文化價值。三義的勝興車站也具有相似的現象，在這裡有很多產業本身新的價值，能夠重新被發現，展現出來。

當然最後我要提到所謂族群文化的物質特性，一開始很多人會說，我們討論客家文化和經濟的時候，經濟和客家文化如何關聯？一般會提到客家文化的狀況，所謂的族群文化，它相當程度也是和環境互動的結果。前面我說的客家人住在山區，去做這樣的工作，做那樣的工作，所以它是文化和物質生活條件慢慢的互相創造的。同樣的客家移民，從大陸移到台灣來的時候，他有早先帶來的文化傳承，他在落地生根以後跟原住民，閩南人，當地的生活環境互動，他也慢慢的在改變，在形成新的文化，新的傳統。

所以文化本身是一種互動的過程，是一個流動的過程，他也是不斷創新變動的過程。在這裏要去追認文化本質性的東西，可以相當困難，也沒有必要。客家人的特質，作爲一個移民的族群，在這整個移民的過程裏頭，他當然有很多文化形成的過程，是一個動態的。這樣說起來，我們就會碰到這樣的事情，移民族群他和整個生活方式的多樣性，就會形成原來的族群文化和在地文化互構的現象。在台灣，南部的客家有一種南部客家文化特質，北部客家有北部客家文化的特質。不同的地區不同的環境就會有不同多樣文化，多樣性的誕生。

但是也是因爲這樣，客家文化在每個地方它會有不一樣的特色，所以客家文化特質也可以從各地的地方去尋找，不一樣的地方有不一樣的客家特質，在地的文化特性，能夠用來營造當地的產業。去年我到美濃參觀，當地的菸樓，菸樓很多，很漂亮，所以美濃畫的水彩畫的意象，時常會用菸樓作爲他的意象，這就是當地很重要的文化產業；雖然並不是每個地方都有這樣的文化特質，但是在在地化之後，地方的文化的特色就可以跟產業形成與發展產生關聯。但是像美濃的板條這樣的特色，雖然是當地重要的特色，但是在新埔也有，在海外也有，可以同步發展。

所以最後我提到台灣在地客家物質文化，因爲他在不同的環境發展出不一

樣移民文化特性，在地化、多樣化、並與族群性連接在一起。我們會看得出來，移民文化本身作為一個新文化的展現，他跟整個文化資產的累積，跟文化產業的創造都是重要且相關聯的議題。當然在回復前面講過的一件事情，就是文化和產業轉化的過程裏頭，其實不是單純談文化和產業這兩件事，這牽涉到其他很多的複雜面。

所以要營造一個地方作為文化、生態產業，當然要牽涉到整個社區的發展。這是一個整個地方的發展，可能有需要考慮地方文化的整體性，其創造、營造或者以故事來加值的概念，要能夠有策略的把它提出來。這方面，發展文化產業的策略，實際上沒有一個普遍的命題、或一種大家可以用的公式，基本上是要看各個地方社區的獨特性，將族群文化與經濟活動，通過創意結合在一起。

客家的文化產業可以跟社區發展、跟族群的發展放在一起。這些年來台灣客家文化的地區、客家文化產業能夠做得出來，跟這些年來台灣本土化的發展有關係。有些地方，像獅潭，過去很多人曾參加寫村史的計畫，這使得人們對當地歷史的發展、社區的發展有相當程度的了解與認識，對整個村庄的來龍去脈，甚至他村庄裏頭的故事，對耆老都要訪問的非常得清楚，有這樣的基礎，才會有可能將客家社區的文化拿出來，和產業的發展放在一起。

像我說獅潭的例子，如果不知道獅潭過去有造紙的產業，也不知道當地地理特質的石灰和造紙有什麼關係，就很難創造石灰窯作為當地的特色；所以利用社區累積的資源能量來操作，將客家文化和產業結合起來，從在地化出發是很重要的力量。這些從社區創意，客家生機來看，確實是每個地方都不一樣，像美濃的交工樂隊，用歌曲唱出當地的文化社區意識，每個地方的做法都不一樣，每一個地方的特色也可以不相同。

## 結語

最後，要來說客家文化和產業的營造。是真的也有很多要檢討的地方。過去常常大家說危機就是轉機。我們看到很多客家地方有這樣的機會，我們也想到轉機裏面也帶有危機。在討論客家文化和客家產業的發展的時候，不能只有看文化如何為經濟所用，消費之後，文化的性質，居民的生活，生態的樣貌，在整個發展的過程中，的確有很多值得檢討的地方。此時，要提醒大家在發展文化產業時要多一分覺醒，多一分思考。透過文化的建構來豐富產業，豐富經濟的價值是一個趨勢。我們也要展掌握機會透過產業的經營，經濟的活動將文化創造出來，這也是一個值得努力的方向。一句很重要的結語：常有人說危機就是轉機，我想要提醒的是轉機也含有危機。在所有的規劃發展過程中，都需要事先思慮可能會發生的比較不好的事情，要能夠預防，要能夠避免。這樣才不會失去透過文化，透過產業的結合來豐富客家文化的基本用意，這些是我們要討論，要關心的地方。

