

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景

### 壹、客家義民的由來

「本是負耒荷鋤已得嘉名榮一字，及此忠肝義膽方能血食耀千秋」，這句掛在台灣義民廟正廳的對聯，短短二十六個字，便道盡了「義民」，這個在客家文化當中，族群的信仰，和文化的精神象徵意義。「義民」並不是全然的神祉，他們是真正的存在過。而在許多誤傳中，把閩粵客家文化的無主孤魂「有應公」，與其做同等論述，對於義民的誤解，也是近幾年來，社會普遍流傳的現象。

要理解義民的文化意義，首先就要排除掉一般大眾對其的誤解。在客家、閩粵的喪禮儀式中，所謂「某某正魂之神主牌位」，都需要經過一道「點主」儀式，一般是由孝子或親屬背著往生者的牌位，下膝於地，經道士引領家族長輩，將硃砂筆於牌位上的「王」字上輕輕一點，於是「王」變成「主」字，這就是「神主牌」，往生者乃成了「有主正魂」，簡單而言，他們是「有人承受」的（林光華，2001）。

而所謂的無主孤魂，相對的，就是無人承受者。由善心人士將無主孤魂合葬，並取其寓意—有求必應的「有應公」，也就是信徒在祭拜的時候，希望能藉此求得庇蔭回報，能夠有求必應。因此，倘若將真有其人的義民，或俗稱的義民爺，當成是無主孤魂，便是一大謬誤。

實際上來說，「義民」這個名詞，並不專屬於客家人所擁有。若將時間點往

前拉，事實上已是一個屬於中國歷史上的名詞。當有重大災難、人禍發生之時，經由地方士紳號召，或是群起的自發性組織，目的在於保衛鄉民，護衛其生命財產。因此在中國歷史上，這些群聚為義舉的民眾，便大多自稱「義民」，表其所做所為均屬正當、正確之事，並合乎天理之事。歷代的統治當局、社會各界與歷史學者，也大多如此稱呼（范振乾，2005）。而台灣的閩粵人士後裔，自然也受其影響，而將此一稱謂流傳下來。

因此，「義民」這個稱號，自然不是屬於客家人所獨有的。然而，在客家的文化當中，卻有相異於其他族群的「義民爺」，甚至，把它歸為節慶活動的「義民節」。當中的由來，便是在 200 多年前，客家人的祖先，在來台開墾之時，除了耕田懇地之外，聯合各鄉親的庄和聚落互相支援，以民間的武力基礎，來捍衛自己的家園，這就是客家義民的最早基礎。而在乾隆五十一年之時，林爽文之亂在台灣發生，客家先輩們，為了使自身土地、親人不受壓迫，紛紛挺身而出，根據當時記錄，共有 200 多人蒙難，由於在戰爭過程中，這些客家先民們均以黑布為記號，在就義之後，全部歸葬為枋寮的「義民塚」。而這些客家祖先們，也被後世稱之為「義民爺」。

到了同治元年，又爆發了一次戴萬生（潮春）之亂，客家義民們在此一動亂中，因為保衛鄉親而喪失性命者，又在此犧牲了百餘人，同葬為「義民附塚」（林光華，2001）。至此，「義民爺」的稱謂，便在客家文化至今的 200 餘年中，成為了特有的代表名詞。

## 貳、「台北 義民 20」的活動由來

自民國 80 年代後期，開始有學者提出了對於客家文化的疑慮，認為客家文

化不僅是逐漸在都會區沒落，甚至客家聲音也逐漸的消逝（范振乾，2005）。當中的關鍵，有學者提出了認為客家認同是高度流動的建構，而且是會隨著情境變動而自我調整，並非是凍結冰存的歷史遺跡。因此，在原始的狀態，即使客家人彼此擁有共同的血緣、語言、宗教、生活方式、或是其他文化色彩，也就是所有客觀上可以觀察得到的有形文化特徵，並不一定會保證會有休戚相關的主要認同出現，更重要的是由集體經驗、記憶、失憶、以及歷史所共同構成的歷史想像。當客家人之所以會積極進行認同搜尋，往往是與他者相遇之後，開始發現彼此在文化上的差異，特別是語言的隔閡（施正鋒，2004）。

因此，對於義民爺的紀念，以及屬於義民爺的慶典活動，便在民國 80 年代後期，開始有了活動的展開。這不僅是單純對於客家文化的復興的急迫感，更重要的，是義民爺對於客家文化來說，是屬於人親土親的密不可分感。除了客家話，客家族群也在找著一種，屬於聯繫客家文化的最大公約數（范振乾，1998），於是，此種類型的慶典、紀念活動，便是企圖尋找出連繫客家文化族群的另一種最大公約數。「義民爺的信仰」，在許多的研究中，代表著的是一種無可取代的圖騰，甚至是一種最具號召力與特色的客家文化，「義民爺在台灣客家人的心目中，早已不是單純鬼神與信徒之間的關係，而貼切、親近為亦祖亦神的角色。無數個世代以來，每一個客家子民都已把義民爺視作與自己最親密、最貼切的長者，不只有問題、有疑惑要求助義民爺，就是家有喜事，總也會說給義民爺分享，這是多麼親近的感情啊！彷彿就像是家中廟堂奉祀的先祖呢！」（劉還月，2000）

臺北市的客家義民祭典，自民國 77 年開始至民國 88 年，連續 12 年來由客家民間團體自發辦理，民國 89 年之後由公部門北市府接手主辦，與民間團體發展出協力共做的方式。西元 2007 適逢臺北市義民祭典二十週年紀念，特別舉辦「臺北·義民·20」紀念活動，並且還廣邀創作者，來舉辦歌曲徵歌及票選活動

(「台北 義民 20」, 2007)。並且在活動當中，推出了多樣的客家文物和美食，來吸引大眾的參與。

此次的「台北 義民 20」，其活動除了過往的慶典外，更讓大眾參加主題曲的競賽活動，而此次活動中，更增加了許多客家的文物產品，當中更是包含了客家文化、義民爺的精神。甚至還有融和現代流行感覺的義民公仔，而這次活動的文化產品，大致可分為幾項。(「台北 義民 20」, 2007)

### 一、琉璃金飾項鍊

手工打造而成，也因放置色料的多寡而有所差異，再加上進爐後的變化難以掌控，故每件作品都有其獨特的個性，收藏者可依個人的喜好選擇典藏。多大的琉璃金飾項鍊，掛在胸前，其意義是將感恩惜福的心，一同呼吸存在，存在於血液裡的客家因子，有著生命延續~~精神永傳的意義在。



圖 1-1-1 琉璃金飾項鍊

資料來源：「台北 義民 20」(2007)。琉璃金飾項鍊。[Online].Available;

<http://www.taipeihakka20.com/01.htm>

## 二、義民爺公仔

日據時代，禁止祭拜義民爺之風俗，在台灣光復後，此風俗亦才能又重新開始，在鎮民奉祀義民爺後，神蹟不斷，尤其能保佑許多出海謀生的漁民，滿載而歸，平安返航。為了敘述這段豐富的義民故事，設計出 20 款不同的義民爺公仔，20 座義民爺臉部表情都不一樣，能看出他們的肌肉線條、滄桑、勇敢，當然也有現代義民的圖樣，象徵生命的傳承。



圖 1-1-2 義民爺公仔

資料來源：「台北 義民 20」(2007)。義民爺公仔。[Online].Available;

<http://www.taipeihakka20.com/01.htm>

### 三、義民爺手工石雕

由中國文化大學美術系指導教授詹健一先生繪草圖，在捏塑過程中，為求逼真、符合史實文化，一再修改，其中重點訴求是捏出心中的義民爺精神，以忠，以勇，以義之流傳，在義民爺信仰中，讓我們了解先人曾為這塊土地所付出的努力，為了捍衛土地，不惜犧牲生命，道出客家人勤苦奮鬥、不忘本的忠義精神。



(圖 1-1-3 義民爺手工石雕)

資料來源：「台北 義民 20」(2007)。義民爺手工石雕。[Online].Available;

<http://www.taipeihakka20.com/01.htm>

#### 四、義民爺廟宇

在「義民慶典」文化研究中，「義民爺廟」絕對是不可獲缺的一環。既然研究的是大台北地區的活動，而當中的客家鄉親又以桃、竹、苗為主。因此主要的廟宇也以這些地區的為例。像是桃園的平鎮褒忠祠、新竹的關西金錦義民廟、苗栗義民廟、苗栗頭份義民廟、苗栗南湖護安廟、苗栗三元宮暨褒忠祠、苗栗獅潭義民廟、苗栗大湖義民廟。

義民爺的慶典活動，在空間的考量上，是一個包含著舞台化的形式，是被允許公開展示，或是表演活動的。因此，在文化行銷的角度來看，擁有著可被運用的範圍。而在時間點的考量性上，義民爺的慶典，大多是安排在農曆的七月份，也就是俗稱的「鬼月」，這很容易將「崇敬義民爺」和「普渡孤魂野鬼」的意涵混淆，因此也有學者提出，在時間點上的協調性。像是將義民節文化慶典定在秋高氣爽，或農曆十月之時，趕搭上客家鄉親的「收冬戲」，祭天酬神的社交季節，又可將它和民俗節慶結合，發展成各地具有休閒觀光效果的地方特色（范振乾，2005）。倘若再配合各地的文化定點，那麼義民爺文化活動的文化行銷可能，勢必有著更多的可探討與研究性。

## 第二節 研究動機

在過往的研究裡，立基文化產業、行銷的面向的論述中，針對客家文化活動最常被人討論的，就是客家的桐花祭。由行政院客委會開始主辦的客家桐花節，在台灣社會之中，造成一股客家文化觀光的風潮。也將客家文化與觀光產業做出結合，在當中有不同的研究，以各類型的面向，來分析此一特別的客家文化產業。

在研究客家油桐花之時，過往的研究指出，行銷此種產業之時，與文化的不可分離性是產業能夠發展的主因（黃順意，2005），透過集結客家族群對油桐花的懷想與記憶，藉以節慶的方式呈現出客家文化之美，並涵蓋文化的主軸，進而發展成為新興的客家文化產業。倘若油桐花的文化活動，能夠藉由客家族群的歷史記憶，形塑出擁有客家文化氛圍的節慶活動，那麼本研究想要去探討，對應到更具歷史性的義民活動，透過客家族群對它的解讀，能夠釋放出怎樣的文化情感，讓社會大眾感受。如果油桐花能代表著一種軟性的文化氣息，那麼充斥著過往的閩客對立解讀和保鄉衛土情懷相互存在的客家義民文化，能否透過正本清源的手法，散發出它獨有的客家文化氣息。

其次，在針對客家油桐花行銷的研究中，有研究指出，在強行行銷客家文化的思維下，油桐花祭中的在地產業特色，配合客家文化的創意性，藉此發展出具有特色的產品，創意包裝後所產生的附加價值，在不同的文化與族群間，都能夠激撞出新的火花（朱雅群，2005），輔以其帶動的觀光產業，更是此種客家文化活動的一大賣點。回過頭來看此次的客家義民活動，開始展示出具有義民特色的文化產品，它能否創造出屬於自己的商品價值，進而更貼近大眾，也是本研究想要探討的。尤其更甚於客家油桐花祭的，是義民文化分佈台灣南北，而「台北 義民 20」在北部盛大舉辦，有沒有可能因此活動，連接各地的義民文化並發展觀光效應，也是本研究中所關注的。

其三，當中有研究提到了「認同」的概念，是隱含在文化產業的發展中（朱婉寧，2005）而如何讓社會大眾認同此一文物－客家的油桐花，便是此活動能夠成功與否的關鍵，運用土地來做媒介，把本來是不同的族群和各異其趣的文化概念，在特定的活動（桐花祭）中，達成了對某一文物的共識（代表客家精神的桐花），如此，便能順理成章的，發展了包含觀光化的客家產業。而一連串的包含文化觀光、認同、國族之間的脈絡關係若能夠在桐花祭當中綻放，研究者不禁好奇，帶有更濃厚客家意識的客家義民文化，在發揮出本身的文化特性之下，是否能夠結合行銷的創意面，也整理出連接同一社會但不同族群的脈絡和認同。客家義民的歷史性，在現代台灣社會中，該怎樣得到其他族群的認同，使此一文化活動，能夠爭取到更多不同背景和不同年齡層受眾的喜愛。

由上述的探討中，可以發現，在桐花祭這個文化議題上，過往的研究，針對文化相關性，甚至是受眾在接收此種行銷時的手法認知上，都有多樣的研究論述。但是近幾年逐漸復興的「義民爺祭典」，一個對於客家族群來說，極為重要的活動，甚至是文化意識重心，卻少有人來分析此客家文化活動，本研究將針對比之於桐花祭更能代表客家歷史脈絡的義民祭典活動，來分析背後文化的意涵和發展空間。

### 第三節 研究目的

台灣的客家文化運動，有學者提出，是從台北都會區開始，也就是一種「客家新故鄉」的概念（尹章義，1981）。而台北都會區，包含桃、竹、苗等地的客家文化信仰，則是以「義民爺」文化活動為重心。而此次客家義民活動的舉辦地點，就是在大台北地區盛大舉行。

綜合以上幾節所述，本研究的研究目的，希望以下列三個方向來分析：

- 一、瞭解客家義民文化的文化意涵，在「臺北 義民 20」的活動呈現上，可以營造出哪些特質。
- 二、瞭解在客家文化活動中，文化商品的元素，呈現出怎樣的發展。
- 三、瞭解客家文化活動的發展中，文化行銷有什麼影響性。