

## 第貳章 文獻探討

本章探討符號學的理论基礎與發展過程，作為歸納歌謠文化符號擷取法則的理论根據，進一步運用視覺傳達設計理論，執行歌謠文化視覺化時，創意的思維建構及造型符徵、符旨上的探求，同時也給予設計者在執行相關文化設計時的參考方法及流程。以下分作三大面向作探討：

第一節 基礎符號學概述：探討符號學理論基礎與兩次符號學轉向的描述；由語言轉向符號學、由符號學在轉向文化，進一步探討文化符號的論述。

第二節 視覺傳達設計：探究視覺傳達設計理論、圖像表達的視覺原理及當代表現在文化符號上的風格調性與手法，以及觀看歌謠於市場上唱片發展，作為歌謠視覺化的理論根基。

第三節 台灣閩南創作歌謠的概述：探究台灣閩南創作歌謠的文化，以及目前市場對於歌謠復興等活動的現況，作為後續研究分析的資料的參考。

以三個面向作為歌謠視覺化發展的基礎，進而歸納出一套適用語言文化轉換成視覺創意符號的邏輯原則。

### 第一節 基礎符號學概述

#### 一、基礎符號學

人類文明進化的本質就是一種符號行為，各種精神文化與社會文化，無不建立在符號的產製、使用與傳遞的基礎上。人們對於符號的理論是由已知的、經驗的、有形的符號形式，推究那未知的、深藏無形的意義（李思屈，2003），所以說研究符號所表達的意義就是符號學研究的核心。符號學的思想早在古希臘時期就已經有出現，西方醫學家希撥克拉底（Hippocrates，BC460-BC377）創造了「Semeiotics」詞，這為當時癥候學（symptom）的一門分支，實際上就是體現

出某種變化的指示現象，疾病反應出的徵兆符號。而後古羅馬醫生與哲學家蓋倫 (Galen, C.)寫了癥候學的一書，名為「Semiotics」就是今日的符號學。柏拉圖開始描述一種事物被所代表的現象，此一種現象與思考受到大眾的普遍認可。亞里斯多得對「代表」這詞作深入研究，將符號區分三個部份：1.符號本身物質部份(能指)。2.它所引起的指示物(所指)。3.他對意義的喚起(意義)。自此奠定西方符號學的理論基礎(李思屈, 2004)。奧古斯丁(ST. Augustine, AD354-430)強調某個符號加諸感覺印象之外的某種東西，可見除了具體對象，還有心理意象的表達。奧古斯丁(ST. Augustine)的符號觀，就深深影響現代符號學的兩位偉人，索緒爾(Ferdinand de Saussure)與皮爾斯(Charles Sanders Peirce)，自此語言學轉向符號學，成為獨立學科被深入研究。

### 1. 索緒爾的二元符號理論

十九世紀末由瑞士語言學家索緒爾 (Ferdinand de Saussure, 1857-1913) 透過以下的符號結構圖 (圖 2-1) 向我們指出，「符號」包括了兩面，兩面的關係，構成了符號：

- (1) 意符/能指 (signifier)：屬於感官知覺的部分，也就是我們可以聽見所說的話，看見所寫的字。
- (2) 意指/所指 (signified)：與感官知覺產生聯繫作用的概念或意義。

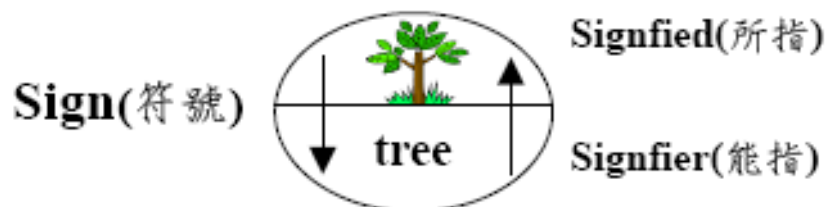
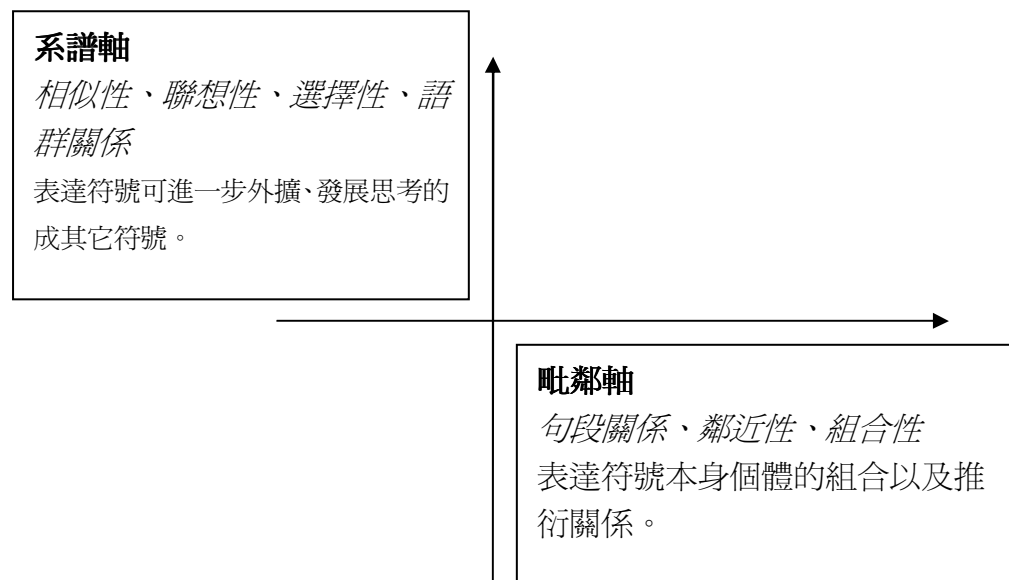


圖 2-1 索緒爾的符號結構論(喬納森·卡勒著, 1992)

圖2-1中，Tree之語言是個符號系統，藉由一個二元對立符碼結構而起作用。樹的語言「tree」為能指，而所指就是呈現出樹幹、葉片形象的樹型。若進一步

以藝術作品來解說，就是作品中的形式（能指）與內容（所指）之分。而這兩者間的關係是任意性，沒有內在連繫；能指與所指互為彈性，沒有固定。在語言架構中發現，其理論是建立在二元模式（binary model）上，將語言分成「語言系統」（*langage*）與「言說系統」（*parole*）的二分法。索緒爾更對符號解釋共時性（*synchronic*）與歷時性（*diachronic*）的研究；共時性研究即一符號所處當時代的氛圍，歷時性則著眼於在時間軸上形式風格的變化。進而描述出語言符號意義的兩軸關係：系譜軸（*paradigmatic*）與毗鄰軸（*sympomatic*）兩種方式（喬納森·卡勒，1992）。如下表2-1整理：

表 2-1 索緒爾符號兩軸論〈資料來源：研究者自行整理〉



## 2. 無止境的詮釋：皮爾士的符號運作

皮爾士(Charles Sanders Peirce, 1839-1914)提出，符號可區分為「肖像」(icon)、「指標」(signal)與「象徵」(symbol)三種。「肖像」(icon)符號則與客體彼此相像，如繪畫或漫畫；「指標」(index)中符號與客體之間有物理性的連結或因果關係，如煙是火的指標；「象徵」(symbol)符號，它是來自文化上的象徵，例如黑象徵死亡、白象徵純潔、紅象徵熱情等，如下表2-2。

表 2-2 皮爾士的三種符號理論(Peirce, 1932)

	圖像 〔Icon〕	指引 〔Index〕	象徵 〔Symbol〕
示意 方式	外觀相似	因果關係	傳統觀念
例子	人像 	房子冒煙 	十字架 
辨識 過程	能夠 直接認識	可以 經由聯想	必需 經過學習

皮爾士強調必須理解作品符號的真正隱涵的價值，它使人們重新思索符號的「意義」為何，並非只是提供另一組形象意義而已，其「符號理論」最重要特色，是去注意到作品功用是作為表達意義的「載體」，符號是基於先前已被建立的社會成規之整體結晶，可藉由其它類似事或意念加以指涉出符號之意義(如圖2-2)。

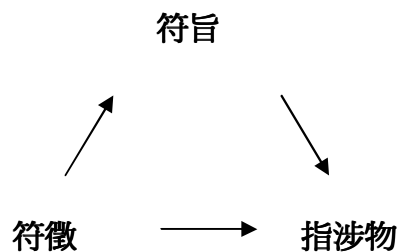


圖 2-2 語意三角(楊裕富, 1998)

符號更透過自身以外的意義指向自身，以及意義是觀者自身經驗對於符號的詮釋與解讀，若無觀者，作品本身則不具意義。符號之所以為符號乃是因為有「詮釋」(interpretation)的動作，通過觀者的詮釋介入，作品才被賦予意義。

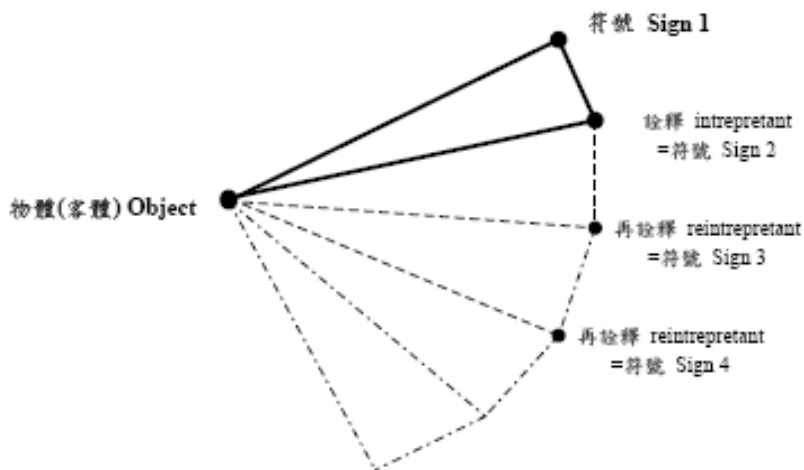


圖 2-3 皮爾士的符號詮釋運作模型 (Peirce, 1932)

上述的詮釋運作模型從符號到符號的追逐，皮爾士稱之為「無止境的符號學」(unlimited semiotics) —他強調，「我們無法不透過其它事物來構想符號本身，此即詮釋」當詮釋者改變，時空脈絡變動時，符號意義便成為另一個符號，也就成為另一組三角形，而這種再詮釋的動作將會永無止境的繼續下去，唯一沒變的是客體(object)。從一種詮釋到另一種詮釋，端視詮釋者立足觀點(Peirce, 1932)。

## 二、當代符號學

符號學指向文化學就屬羅蘭巴特 (Roland Barthes, 1915-1980)，其明確的提出：「無論從哪方面看，文化都是一種語言」(楊裕富, 1998)；語言學的結構中有著語用、語構、語意的元素，對照文化，進而解析出形構成文化的組成因子，進一步了解文化的組成因子，原先就是由人類建構出來的語言符號組織。文學與其他以不同傳遞文化的媒介形式或活動，其相同之處，皆可以使用符號學的原理來進行解析，目的都是為了深入探求文化符號，以下對於羅蘭巴特結合葉耳姆斯列夫(L. Helmsmen)所提出的符號學理及當代符號學演進作匯整。

### 1. 羅蘭巴特符號學轉向文化學

羅蘭巴特是當代法國著名文學理論家與評論家，對於包括文學在內的一般文化現象，進行系統性的考察。他嘗試建立一門包含能指與所指的形式學科，且企圖打破二元對立的關係，藉此剖析一切活動與意識型態的架構與內容，因此在

《符號學原理》(1964)一書中，羅蘭巴特論述了語言學科的基本概念（語言與言語、能指與所指、組合與聚合關係的區別），引用葉耳姆斯列夫的符徵符旨擴充論進行擴充，提出表達力（E）與內容面（C）及存在關係（R）的擴充系統（表 2-3、表2-4、表2-5）(Barthes Roland，1991)。

表 2-3 符徵、符旨擴充關係

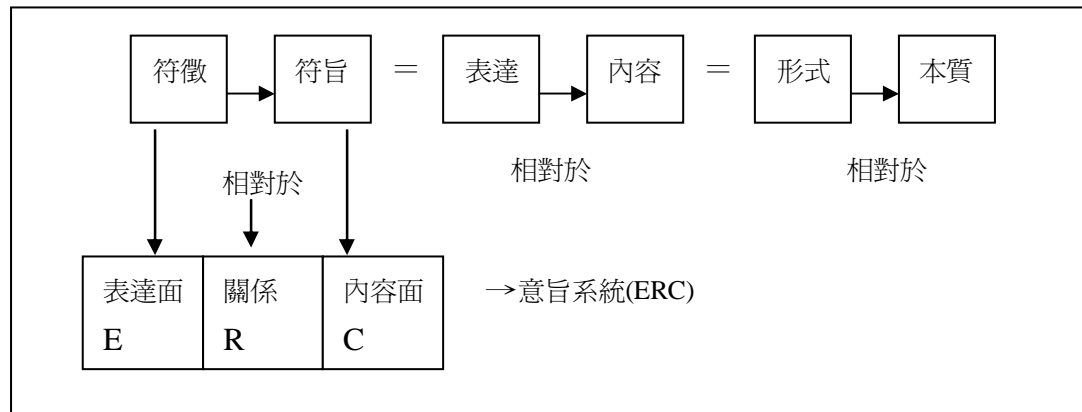


表 2-4 葉耳姆斯列夫的含蓄意指符號學(Semiotique connotative)

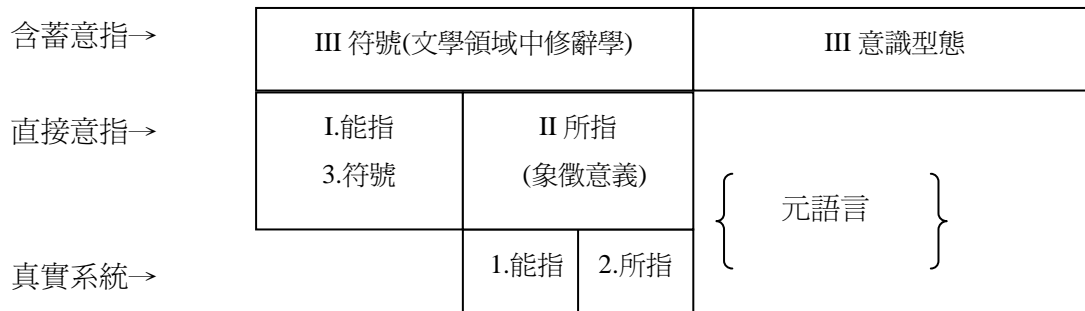
2 系統	E(含指項)	R	C	→含蓄意指平面 (connotation) →直接意指平面 (denotation)
1 系統	ECR			

表 2-5 根據表 2-4 擴充，羅蘭巴特進一步認為一切的元語言(meta-language)是屬於此種類型:

2 系統	E	R	C
1 系統			ECR

含蓄意指與元語言都是意指作用相互連接結果，他們可以被用來描述複雜的意指系統，以元語言來說（表 2-5），他的所指本身是一個意指作用，因此任何表意系統都可以作一個內容面，即是以元語言形式探討其表意過程。而含蓄意指(表 2-4)來說，它能指本身就是一個意指作用，其所指便是意指作用延伸的第二層意義，即是一種文化意義。如同巴特所定義得，「意識形態就是含蓄意指的形式，而修辭學則是含指項的形式」(表 2-6) (Barthes Roland，1991)。

表 2-6 神話（元語言 meta-language）與意旨系統交錯關係



於是，經由符號學，將符號的意涵解析成直接意指(外延義)與含蓄意指(內涵義)的複合結構，並藉此分析文化現象的深層意義，也就是意識形態。

## 2. 當代視覺符號導向

西方文化將語言視為高度發展，人們總是偏好以語言符號來表達一切事物，然而，這種現象在當代已完全改觀！在講求快速傳播的後現代中，小說、散文、書籍，以文字導向的媒體，已無法應付快速消費資訊的要求，視覺圖像符號亦具有更強大傳撥的力量，進階描述超脫文字精確的溝通(李建緯，2006)，其中傳達的圖像形式，藉著各種象徵、指示、轉喻、隱喻的手法表達，風格更具創意且多元。當形象融入當地的歷史、文化、地域中，反應出當地的文化價值觀產生出的文化感染力時，讓觀者產生信任、緬懷的情緒，而更加容易傳遞情移與回溯記憶的效用。以下對於後現代視覺圖像導向的符號特徵做兩點歸納：

### (1) 視覺符號的興起導向了知識的視覺化，圖像化轉向

當代各式符號無不以視覺化（visualizing）方式呈現，如漫畫取代文字、圖文書充斥市場，甚而搬上大螢幕拍攝成爲電影，以至於最顯著的微軟（Microsoft）公司的視窗（windows）軟體的橫掃全世界電腦作業系統，即時通訊中圖像符號的表達，取代理人類情緒言語的述說，它們全是這個追求視覺化符號的時代產物。與此同時，這些產物還進一步的反饋到當代思考模式中，將過去語言符號傾向的思考邏輯，被立即性的、物質的、跳躍式的、無敘事結構的影像符號邏輯所取代。過去的媒介如文字是訊息的載體，今日的媒介本身便是訊息(李建緯，2005)。視覺化思維的來臨，反映出了後現代文化特徵，如視聽時代、大眾媒體的興起，此

領域裡對視覺傳遞的專業需求，更是越來越大。

## (2) 打破二元結構，擬像的符號遊戲

人總是透過「符號」中介物的創造與運作，以再生產或進一步更新文化，而文化更新往往又進一步推動符號的差異化與層次化，再把文化再生產的活動，推至更新、更高的層次。在其間，符號系統始終扮演著關鍵的角色(李建緯，2005)。羅蘭·巴特(1964)指出，符號既是人類社會文化活動以及與之對應的文化關係網的產物，也是它們得以不斷運轉和再生產的基本條件與中介因素。然而，當代人為符號的生產、再生產與運作，朝向視覺化符號轉變的影響下，卻愈來愈打破以語言為中心的「能指」與「所指」的固定二元參照體系，只靠純粹的符號形式變化，來製造與指涉某種意義(李建緯，2006)。其間，符號與其參照體系的關係，已不需透過協議與共識的程序來確立。「能指」與「所指」的二元結構被打破，成為不確定意義的符號遊戲；我們可以發現當代的形式，能指尚存而所指不見了(高宣揚，1999)，甚而符號生產者可以完成無視符號(文本)的成規，而依其意志任意地決定符號(或文本)的意義。這種現象如同布希亞(Jean Baudrillard)所說的擬像社會，或是詹明信(Frederic Jameson)所指出後現代主義特徵襲仿(pastiche)，造就成新視覺符號，這類擬像符號更是容易吸引接收者主動學習，符號中的情境描述成為最重要的傳遞關鍵。

## 第二節 視覺傳達設計

本節探討視覺傳達設計的學理基礎、如何擷取文化圖像的手法、平面作品中視覺符號的呈現風格特徵，作為歌謠視覺化操作的理論依據，將文化符號轉化成具有美學符號內涵的轉換過程。

## 一、視覺傳達學理之基礎

自古人們不斷藉著天地萬物、日常生活中，透過各種方式說話、動作，將自己的想法表達給他人知道，相對由各個地方接收各種豐富的訊息形式(知識、構想、意念、態度)如:書本、報紙、雜誌、電視、廣播、電腦網路。這種訊息交流的行爲都可稱爲「傳達」(communication)。傳達就是由一方把自己的思想情感傳給另外一方這種交流活動，語源來自於拉丁「communic」，即英文的「common」之意。本身就爲共同的意思，將這種移動的東西換作記號，就成了記號的「含意作用」(勵忠義，1996)。而真正的傳達也是隱含有目的性的傳達效果，由目的性、主體意志的有無，作爲區分是否達到傳達的功用(高橋正人許合傑、康敏嵐審定，1998)。

所謂視覺傳達就是意識視覺可以認知的表現形式傳遞過程稱之；「視覺傳達帶有明確的目的性，其本質是通過設計，將特定的視覺訊息作最快捷準確的傳遞給大眾，其可稱爲視覺訊息處理的藝術」(虞小雁、丁建輝，2004)。視覺傳達的要素是文字與影像(image)，是形與色綜合排列的視覺性對象(陳俊宏、楊東民，1998)。曹方(2004)更以具體提出三個視覺傳達前提：

- (1)視覺傳達的訊息載體是圖像設計。
- (2)視覺傳達是人與人之間的行爲方式。
- (3)視覺傳達是一種變相性質的信息傳播行爲方式。

林品章(2001)教授更爲視覺傳達下定義，視覺傳達主要是透過視覺，把訊息正確且美觀的加以傳達，同時藉由視覺傳達使人的生活是爲舒適便捷，並進而使社會的環境更加美觀圓滿。綜合歸納以上論點，視覺傳達以視覺認知語言爲載體，來溝通傳達訊息的設計，其運用視覺的基礎元素爲圖形、文字、色彩等...進行設計表現，將抽象或是具象的觀念表達傳遞出來，這樣的形式是兼具美感的視覺設計，設計者經過篩選、拼湊與再現，進而強化訊息，進而達到說服、目的性的效果。如此一來視覺傳達本身就是個符號系統，要研究什麼能使文字、圖像、聲音變成訊息就必須研究符號；而研究符號或是符號的運作學問就是符號學(John Fiske，張錦華譯，1995)。以下圖形爲達符號經傳達的過程：

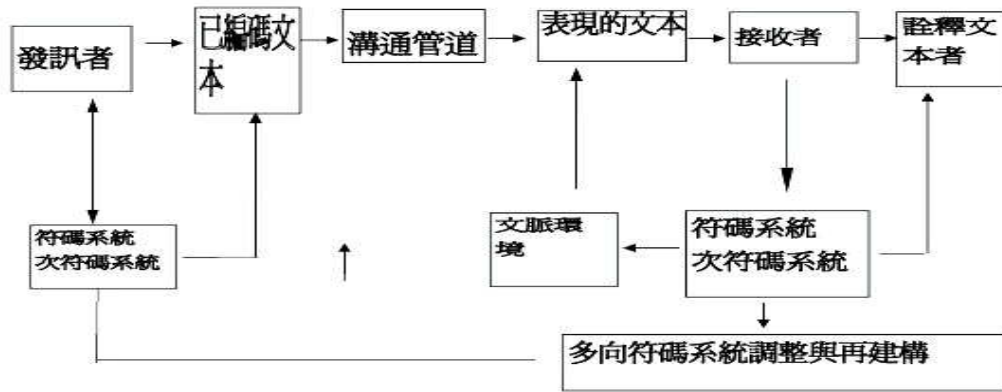


表 2-7 符號與傳播的結合流程表（John Fiske，張錦華譯，1995）

其中在文本的編碼與表現文本中，就是以視覺可以認知的表現形式，而溝通的管道可以說是傳播的媒介，例如：廣告、報紙、電視、視訊、網路等…。根據麻省理工學院教授馬爾(Marr)的理論與張恬君(1988)，進一步分三個部分說明視覺傳達中，更有許多隱含元素影響受眾者解讀視覺符號，本研究進一步匯整如下：

1. **型態的細節、形狀、色彩，形構成空間：**人類藉由眼睛可以感受到影像中元素，構成三度空間的運行；看見缺乏色彩的黑白線條或是攝影作品時，也同樣能感覺其空間感。
2. **亮度與色彩的數值：**光線進入眼睛，被視物資料經大腦轉換成辨識的資訊，如；外在光線資料轉換成物體外觀線時，而一般人所擁有的訊息大約有下面數種資訊，雙眼福軸、運動視差、紋理漸層、線條疊合等…。
3. **心靈轉譯：**藉由外觀線辨明立體關係三度形象，更能藉由心理轉譯了解它到底是什麼物件。

以上更擴大視覺元素傳達時考慮的因素，對於視覺在傳達過程中心理、生理因素的考量與傳達，由此可延伸更多元辨識的視覺元素，作為傳遞行為的訊號與研究。西元 1980 年起，視覺傳達領域不論在點線面體、彩度明度色相、心理知識、人類視覺優勢，更是在文化層次領域得以擴展，做到更多元的應用與傳達。

## 二、文化圖像之視覺表達

潘諾夫斯基(E.Panofsky)在圖像學概念(1996)中提到：「在藝術品當中，藝術的形式(Forma)無法自外於內容(Contento)的研究，譬如一件繪畫作品、其線條、光影、體積、層次，除了美麗之外，應該蘊含某種超越表面形式的意義」。視覺傳達即是結合符號訊息與美感的視覺設計，符號學中強調的能指與所指也就是藝術品中的形式與意味，也可稱之為藝術符號（吳鳳，2002）。如此傳達文化圖像的藝術化符號，就是表達出藝術符號操作中的文化內涵，所以設計過程中的文化思維與形式美感是同等重要！

此種超越表面形式的意義，可以說是藝術品蘊藏其間的內涵，或是許多我們記憶裡的意象；此意象並非隨意幻想或是直接可得，它可經過考究存在於某個集體意識中；當今市場中紛紛興起的懷舊復古風格，就有其文化意義的表達。而這些文化圖像符號的擷取，依循著符號學理論，而能邏輯性的探求，使符號更有可信度與依據。

除了選用適合的圖像符號外，還必須考量使用者的需求、社會文化背景、時代思潮演變、設計流行趨勢、媒材運用優劣、設計者美感經驗、專業素養、風格品味等，所以一件優良的設計作品，機能、審美、價值、獨特性缺一不可(郭秀娟，2004)。以下以視覺圖像的角度，探究文化符號轉換的理論基礎：

### 1. 擷取文化符碼的圖像

以符號學學理應用於設計，設計元素的擷取不只是對一物體色彩、造形敏感，也必須對其所代表的意義進行理解，多觀察、理解造形來源及其意義，就能夠擷取文化符碼，以下根據楊裕富老師(1998)所提出幾項探查符號時的心態與觀點，作為找出文化造形的方法：

- (1)注意造形的拆解法則，更注意文化在造形中所表現的意義與形式，以及這兩組間的關係。
- (2)對圖象產生溯源心態，更容易進入擷取圖象文化特徵。
- (3)學習放棄自我熟悉的價值觀，學習看不同文化間的差異，而不在於先看出其共同性。

- (4)常存於自覺設計或是半自覺設計行爲，例如與傳統工匠進行訪談，會得到未知的收穫。
- (5)從設計的角度，特別是使用的工具(物)「如何使用」、「怎麼用」、「如何未使用」來思考生活演變，有助於對文化造形的分析。
- (6)對人類生命禮儀與節慶中所使用的器物、民族神話與歷史的理解、先民生活習慣的熟悉，有助於對圖像符號的熟悉分析。

## 2. 轉換圖像符號與文化符碼操作規則

造形文化符碼的擷取，存在於符碼的「意義」、符號間「位置關係」、符碼「結合或操作的規則」。若是藉由拆解文化造形的過程中，這拆解的逆操作其實就是設計方法，因此也就可以很容易運用到設計創作上。

當拆解出的文化符號，由語言、文化意涵、詮釋內容等，表達在藝術創作上所執行的層次，對於轉化成視覺造型所強調的媒材、美感層次(表 2-7)，其都具有意思、意義的安排，還要有語意、說故事層次，必須得事先構思好：「怎麼說」(表達層次)；同時預測到：「說了有沒有反應？會有怎樣反應？」(溝通層次)；更要預期到「說了觀眾信不信，說了有沒有效果」(說服層次)，楊裕富(1998)在「設計的文化基礎」裡的造形藝術的理論層次中，區分為以下操作層次：

表 2-8 造形藝術的解讀層次（楊裕富，1998）

(1) 媒材層次（處理對象：空間感、色彩、質感、量感、光線等...）		
(2) 美感形式層次(美的組成原理：反覆、漸變、對稱、均衡、調和、對比、比例、節奏、統一)		
(3) 語意層次（單語意、字句、文章）	C1 技術層次	c2 策略層次
(4) 說故事層次（說故事的策略、主題、題素）	D1 技術層次	d 2 策略層次
		d2-1 表達層次
		d2-2 溝通層次 d2-3.說服層次

(1)媒材層次、(2)美感形式層次，屬於觀賞者肉眼最先接觸到的層次。可直接單獨用來做「美感」的評析，分析層面最少的一種評析方法。(3)語意層次，就「語意三角」的角度而言，可把他解讀成「符徵(能指)、符旨(所指)、指涉物」。符徵是可辨識、可感知的符號。符旨則是符徵所代表的「意義、意思」。而指涉物則是符徵所代表的物。總而言之，符徵是符旨的代表，而符旨是符徵的指涉；符旨是指涉物的代表，指涉物是符旨的指涉。而這些關係是相對的，三者皆可互相同。 (4)說故事層次，敘述層面又分作三種層次；表達、溝通、說服三層次。「表達」在此屬於一種較軟性的單向外顯行爲，作者在「物」的使用考量外，所表現另一種較複雜的情緒及意見，經由媒材與形式來表達。而「溝通」則是屬於雙向的交流，這時，作者對特定對象的文化符碼系統之理解、符徵之解讀將會特別重要。最後，「說服」則屬於較強硬的方式，從溝通階段交換想法，更進一步成爲使之接受。這樣過程基本上便會有三種策略：巧言令色（使消費者賞心悅目）、危言聳聽（使消費者心生懼怕）、以及溝通式包裝主題（投消費者所好）。進一步，針對文化符碼架構匯整如下（楊裕富，1998）：

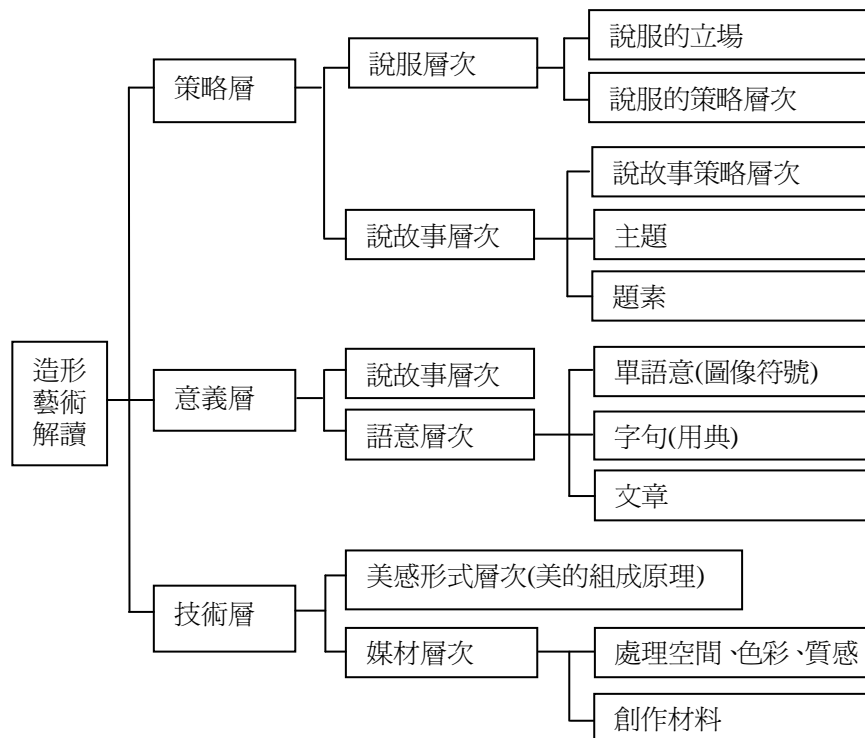


表 2-9 文化符碼架構（楊裕富，1998）

其中，技術層是強調文化符號轉換成具有美感的美學符號之重要關鍵層。

### 三、平面設計作品中文化符號之呈現手法與特徵

本小節對於文化符號本質，如何在設計中彰顯復古懷舊風格之特徵，作文獻蒐集，將其進一步歸納匯整，探討當代對於應用復古符號的手法特徵，作為創作時理論參考的依據，企圖以新穎手法表現歌謠文化符號的懷舊情調。

對於表達文化傳統符碼的型態，就是所謂的美學符碼（aesthetic codes），由於美學符碼變化多端且意義鬆散，所以不易界定，有時只能從文本中的線索，才能找出解碼的方式，此文本就是符號在於文化中的位置，表現文化情境對美學符碼，在此具體呈現中，具有決定性的影響；美學符碼擅於表達內在的主觀世界，因為牽涉於創作者（編碼者）的主觀心態與呈現手法，此概念類似「風格式樣」（Fiske, 1995）。風格是一種情境方言(situation dialect)，說話者或寫作者面對不同的情境、不同參與對話者、或是不同閱讀者而選擇不同語言形式(周君蘭, 2001)。

而當代對於藝術表現或是設計成品呈現上，越傳統或是不斷重複出現的美學符號，其風格就越顯得老套而無新意，以至於後現代設計不斷強調古物新意的風格呈現，設計的表現手法實為因人而異。對於這樣現象，本人以接下來兩個面象做討論：(1)復古風格中美學符號的呈現，(2)當代視覺傳達手法形式的呈現特徵。

#### 1. 復古風格中美學符號的呈現特徵

當代視覺傳達中平面設計之風貌，於楊裕富、林萬福在後現代設計藝術(2002)一書中指出，將其分成十一種派別：復古風格、諷刺仿作風格、鄉土風格、高科技風格、意識形態風格、電腦疊紋風格、電腦數位風格、網頁風格、攝影技巧疊圖風格、文脈風格、敘事風格。其中復古風格、鄉土風格、電腦疊紋風格中，共出現十一幅表現台灣文化海報且強調懷舊氛圍的掌握，以下根據楊清田(2002)探討台灣海報設計的後現代性研究—以台灣海報設計協會（Taiwan poster design association【TPDA】）三項海報作品展為例，選出跟台灣文化相關且具有民國三十、四十年代懷舊氛圍為主的視覺海報，探究其氛圍中文化符號呈現的手法。

## (1) 運用舊有照片直接表達懷舊的復古風格

	
吳雪瑛：My Dad（圖 2-4）	陳志：Taipei Ancient Capital Image（圖 2-5）
<p>資料來源：楊清田，台灣海報設計的後現代性。取自：  <a href="http://home.kimo.com.tw/yangct0009/yang1.1.htm">http://home.kimo.com.tw/yangct0009/yang1.1.htm</a></p>	

吳雪瑛《My Dad》(圖 2-4)，以 50 年前父親的戲劇照片為主題，符號素材以一種真實照片呈現，是模擬懷舊 (simulated nostalgia) 的手法，對於觀者間接或不曾經歷的時光，產生回歸渴望，構成居中、平衡、舊照片暈黃充滿雜質質感表現童年眷戀導向的作品。陳志《Taipei Ancient Capital Image》(圖 2-5)，符號素材直接以台北西門、南門等古典建築照片為主題，表達出過去時代的大眾集體記憶中生活的場景，讓觀者產生懷念過去的情緒，外框型也時是當時設計圖像中常用的風格。

## (2) 真實圖像構成，傳達懷舊風格

楊勝雄《Welcome to Taipei Tamsui》(圖 2-6)，以台灣淡水地域性場景為主要素材做設計，直接應用象徵鄉土的文化符碼，將淡水傳統建築的結構滿版呈現。李亦興《鹿港之顏天后宮》、《鹿港之顏龍山寺》(圖 2-7、2-8)也以傳統圖像符號滿版呈現，這些符號具有台灣文化強烈特徵，用直接且簡潔的手法，表達台灣文化精神。程湘如《台灣面向世界》(圖 2-9)採用一種象徵性的陶碗及古梳構成的符號，讓人聯想中國傳統婦女，溫柔婉約、勤勞簡樸的個性及特質。吳昇

鴻《吃在高雄》(圖 2-10)則從鄉土美食及地名文字作創意性排列，此訴求表達出傳統風味之餘又具有國際調性的作品，作品均有熱愛鄉土、發揚本土文化符碼的意義。王行恭《虛擬的圓》(圖 2-11)，也以象徵大陸版塊的瓷盤，表達文化本是同源的概念。

		
楊勝雄：Welcome to Taipei Tamsui (圖 2-6)	李亦興：鹿港之顏天后宮 (圖 2-7)	李亦興：鹿港之顏龍山寺 (圖 2-8)
		
程湘如：台灣面向世界 (圖 2-9)	吳昇泓：吃在高雄 (圖 2-10)	王行恭：虛擬的圓 (圖 2-11)
資料來源：楊清田，台灣海報設計的後現代性。取自： <a href="http://home.kimo.com.tw/yangct0009/yang1.1.htm">http://home.kimo.com.tw/yangct0009/yang1.1.htm</a>		

### (3) 多層次疊合達成古符新意的文化情境

二十一世紀電腦數位發達普及下，運用疊文疊圖、融化字型、高斯模糊字型、無版印刷等編印手法，為懷舊風個格注入新穎的情調。蔡建國《Discover Taichug》(圖 2-12)兼用文字與圖形的重疊，則有冰溶或模糊化的數位表現手法，將具有台中印象的符號統合整體性呈現，綠色統調傳達清新舒適的氛圍。林磐聳《迷彩的

城市，多彩的生活》(圖 2-13)愉悅的色彩符號象徵著台灣多樣性文化，其活潑交雜、多元融合，具現代感的呈現。嚴貞《斗六印象》(圖 2-14)是標準的數位疊紋風格，傳統符號拼貼式的融合成藝術作品般的呈現，將斗六鄉下樸質的特性，提升具有藝術層面的氛圍。此類作品均以傳統物件運用電腦的疊圖手法，呈現清新脫穎的樣貌。



## 2. 後現代設計的手法特徵與需求

根據布希雅提出擬象理論，由真實性到虛擬性，由舊有實體形象到虛擬成象，是一種共構的權利關係，其中考慮著移情來彌補缺失的空白(林鴻佑，1991)。在虛擬的後現代視覺形式包裝下，情感即是符號內容表達的目的，而符號的應用更是情感表達呈現時的元素。也就是說古物新意的再現方法，是以傳遞情感作流通，而此時文化情境的經營是為重要！以下根據洪孟芬(2001)對後現代設計歸納以下慣用性手法特徵，對照當代社會現況，探求其社會價值觀背後人心需求的渴望，作為後續歌謠視覺化創作手法的參考依據。

### (1) 後現代設計手法中的六大特徵

由了解後現代視覺手法之特徵，可進而觀看當代人精神內涵與情感，進一步觀察人心需求，作為設計創作的考量。

### 1.1 風土化、懷舊式、人文主義→反映當代科技感的冰冷

#### =人心期待舊雜質紋路、飽含歷史溫度圖像

後現代設計情境裡注重地方特性、差異消費及本土文化，這些都加速本土化的老照片符碼採用，是懷舊情懷的具體表現(圖 2-18)。當今人們普遍的對現實生活不滿意、充滿許多挫折，老照片是集時空、記憶的相融體，它使得我們忘卻物質文明過度濫用、環境污染、凌亂秩序、道德低落的環境，讓我們回到過往的空間，回溯以往記憶中的過去，這些具有人文情愫的影像，正能滿足人們對以往生活方式的懷念。基於這些因素，人們由科學轉向歷史、古典來尋求心靈的安慰，人們將過去的歷史，以新的方式來安排與隨意拼貼，產生一種變化多端的效果，而大地一書的封面設計使用相當多的文獻影像(圖 2-19)，與(圖 2-20)中興百貨公司的促銷海報，大量的使用地方性傳統圖案與早期的老照片，營造出一種既懷舊又矛盾的畫面，這不是一項復古的行動，而是對整個社會的人文關懷，重新在人文價值體系中去尋求現代人的定位，反映出後現代社會的思考模式。

		
<p>老舊照片、斑剝的牆面、引發懷舊的聯想，滿足人們對以往美好時光的懷念(圖 2-18)。</p>	<p>古老意象的符碼拼貼，充滿人文主義的關懷(圖 2-19)。</p>	<p>新舊元素並列、復古對稱居中構成、剔除雜質的色彩，呈現簡潔又復古(圖 2-20)。</p>

### 1.2 解構式、新舊並置→反映多元且訊息快速流串的社會現況

#### =人心懷念與期待回歸過去的美好景象

「解構」主導了後現代的思考模式，意謂生活的「去中心化」現象。後現代主張沒有中心，只有多元的可能性，因此在同樣時空中並置了傳統、現代的符號

元素，更以一種宣告式的復古儀式，來讚美新舊符號交雜的多元結合，如(圖2-21)光鮮亮麗的外國模特兒，出現的不是華麗的伸展舞台，而是古老的街道，錯亂的時空背景，解構了歷史、空間、創造新的服裝美學。(圖2-22)模特兒身上多層次種類的布料組合成的服裝，預言式的宣告，多元化的美感時代之來臨。



### 1.3 拼貼、平面、淺薄化→接受商業導向、超媒體行銷的影響

#### =人心渴求內在真實與深度的重視



後現代社會強調是反理性、要解放，講究的是大眾品味，追求的是商品；光絢流轉的媒體科技挾帶的訊息，在人類的思想形成斷裂，人生觀跟價值觀往往是不連貫、片段化。同時大量的資訊，就以如此片段式、淺薄、扁平化的符號，常互相矛盾並置。Addida 的運動海報中(圖 2-23)，採取如此淺薄的、拼貼、扁平化為表現特徵，以遊戲化、趣味性的誇張手法，展現對速度與運動員的讚美，拼貼式符號產彼此產生強烈的視覺效果，輕易的達到海報宣傳的時效性與注目性。Anderson 被視為復古派設計者，其作品常與地方性設計相關利用費城每天發生的事物(圖 2-24)，先將日常生活常見的商標符號，拼貼成畫面的底層，再以類似立體派分割空間的概念處理主題，這裡不免看出藝術風格對設計手法的影響。

	
<p>Addid 海報設計，以遊戲化、趣味性的誇張拼貼手法，展現對運動員肌肉速度的讚美，產生強烈的視覺效果(圖 2-23)</p>	<p>以類似立體派分割空間概念，符號隨意拼貼，此處可以看見藝術風格對設計手法的影響(圖 2-24)</p>

#### 1.4 模仿、複製與再現 →科技和電子媒體強力發展，商業化氾濫

##### =數位擬像、複製手法，滿足個人化獨特價值

科技和電子媒體發展，使影像取得方便且容易大量複製，電腦合成為設計必要手法，造就擬像符號出現，人們想快速而大量的從事生產，必與電腦與攝影技法相結合，輕易的達到複製而成為作品。(圖 2-25)圖中重複出現的影像，都是利用攝影與電腦複製的功能，造就出數位擬像感強烈的畫面氣氛。

	
<p>電腦與攝影結合，符號輕易的達到複製效果(圖 2-25)</p>	<p>符號多元並置衝突、幽默感(圖 2-26)</p>

### 1.5 反諷式、反唯美、反形式 →無厘頭式的生活態度、議題性的輿論效果 =人心對根源的好奇與探求

娛樂性與遊戲化，是後現代設計喜愛的表現手法(圖 2-27)，以反形式的精神，打破形式的自我約束，反諷式、反唯美是慣用的手段，象徵、隱喻性符號運用構成，除了講求反的價值，更深入超脫形式下的哲學意涵，享受自由的造型創作。穿著象徵父權社會體系貞操帶的裸女，卻出現在夜夜笙歌的酒吧中，一切的形式被錯置，價值被重新評視(圖 2-28)。社會到處充滿爆炸性的議題，短時性的炸開過往的根源，新世代人類以一種輕鬆幽默的態度重新定位價值。



### 1.6 去中心且多元的複合→社會失去真理標準、人處於光絢流轉的社會易於迷失= 人心不斷探求回歸那單純與圓滿的社會、育追尋根本的渴望

社會中不再存有所謂的典範，每個人都可以擁有自己的想法、價值觀，次流文化成爲主流，是爲「去中心」的意義。另外，電腦的合成功能，提供了強大的組合能力，多元式的技法表現，可以很輕易的實現，爲創作者開啓無限的想像空間(圖 2-29)。KOBE FASHION MUSEUM(圖 2-30)畫面中展現多種媒材的影像組合方式，作品中電腦結合正、負片影像，在以往高難度技法的限制性下，設計風格面貌常被侷限，有了電腦軟體高度整合的處理能力，拓展了創作者無限的可能性，顯現出活潑而有生氣的畫面。

	
<p>多種媒材表現所衍生的畫面(圖 2-29)</p>	<p>多元並存、圖像失焦、正負合成、去中心，高超的電腦合成技術(圖 2-30)</p>

### 第三節 台灣閩南創作歌謠文化概述

本節探討歌謠文化的發展背景、歷史事件，進一步強調出歌謠發展中，提及人類的思考活動與語言文化、人群關係、使用的器物與具體可見的形式文化等...。歌謠原是一種當代的流行文化，隨著時代轉變，以不同社會價值觀進而詮釋與探討，具有不同風貌，藉由唱片市場中不斷對唱片翻更新的發行，更有許多歌謠文化復興的活動，提醒人們懷舊與紀念這些台灣創作歌謠的藝術與發展，進而觀看聆聽著心理需求的關鍵點，作為創作時的依據。

#### 一、台灣閩南創作歌謠定義與文化特徵

《毛傳》解釋「曲和樂曰歌，徒歌曰謠」，即有旋律叫做歌，沒旋律是謠，而近代已經把歌與謠混唯一談，叫做歌謠，發自民間底層人民所作，反映於生活事物、自然、宗教信仰的感受、想法。楊麗祝(2000)學者在《歌謠與生活》中對歌謠明確提到：「對照《哈佛音樂詞典》中Folk music、Folksong的解釋，「一是音樂的寶藏與公眾的傳統，特別指鄉村，已無法考究作詞作曲者。二是流傳性與變異性，經由長時間流傳，不易被定型卻容易及被修正」。

民國二十年代，日籍唱片公司在台聘請專人作詞作曲，所發行的唱片，稱作

流行創作歌謠，有別於傳統歌謠，流行音樂上所牽涉到的特殊意義，是經由錄音技術並且可大量複製的商業利益包裝，更是不同於古典藝術作品，流行音樂上需要短時間通俗易唱，且具有娛樂功能，藝術成成為邊陲考量（林谷芳，1995），然而早期的台語流行創作歌謠不缺乏優秀作品，如：雨夜花、望春風、四季紅等，因為當時商業機制尚未發達，作詞曲者多能專注地寫作具有藝術性且理想的常民音樂，而另一類別的傳統歌謠也是台灣閩南創作歌謠的發展先驅(臧汀生，1980)。閩南語言即是由中國黃河流域、中原一帶的漢人而來，多數指福建南部泉漳兩府為主的居民，遷徙至台灣，以「閩南人」自稱，為台灣人口數最多的族群，閩南語言即為其溝通語言，若以族群來做歸類，創作的台灣閩南創作歌謠，亦是隸屬於「福佬語系歌曲」。

民族音樂學家簡上仁(1984)，並針對台灣閩南創作歌謠進一步以狹義及廣義來定義，狹義的以音樂學觀點每個地方都有象徵當地獨特的風格與特質的歌謠，而台灣地區有幾百年來一脈相傳的原住民系、福佬系、客家系的歌謠，這些歌謠經過商業機制的運作流行於台灣社會。廣義的角度是包含五十年來外省族群融入台灣社會，國語政策的執行，因此國語流行歌曲也包含裡頭。

本文研究對象於台灣閩南創作歌謠中的閩南歌謠(台語歌謠)部份，曲目眾多，僅以鄧雨賢四月望雨及白牡丹作為創作發展的主題，更為了與現今音樂市場上閩南語流行歌曲作區分，在此定義本文中四月望雨及白牡丹等創作歌謠，為台灣閩南創作歌謠(the Taiwanese creative folk song)。

表 2-10 台灣閩南創作歌謠來源的特徵

台灣閩南流行歌謠	特徵
創作型態	由專人作詞作曲、經由市場機制運作
語言	閩南語系(台語)
種族	福佬系族群而來，後來在台灣以多方種族混和

台灣閩南創作歌謠由西元1920年代至今，發展超過一甲子的歲月，由詞意中可以窺見首首的創作歌謠，反映台灣在時代巨輪下人們生活的景象、社會價值觀

與人格特質的顯現，更是傳達男女情愛與表達鄉思之情的媒介，在如此封閉的年代中，歌謠作為情感的窗口，實為重要！歌謠即是流行性的音樂形式，流行具有時序上演變，與當今時代對照，漸漸形構成台灣閩南創作歌謠的文化特徵。

在民國六十年代興起歌謠文化復興運動中，謝艾潔(1997)在鄧雨賢音樂與我一書中，曾提起把歌謠領入國家音樂廳的藝術殿堂表演，當時遭受到多數的質疑與限制，隨著歷史的演進與先人復興的努力，更能強調出流行歌謠的藝術與文化價值，對台灣在文化上的貢獻。根據林谷芳(1995)、曾慧佳(1997)對於台灣閩南創作歌謠的功能與社會影響的整理，本研究進而整理歸納下列三點台灣閩南創作歌謠文化其特性，有助於在文化宣傳上的推廣與設計風格的思考。

- 1. 商業流行性：**歌謠在當時是歸類流行文化的一環，根據音樂學者的定義，歌謠在當時所造成的影響，就如同被日本人所壓抑，唯一釋放的情感管道，如歌如泣的心酸孤寂，唯有月夜映照內心孤寂，密切反應人們內心。因而由流行文化觀測，即能深入流行時代人類的食、衣、住、行裡，所以我們能由其中的圖像蒐集，推衍出歌謠文化特性的流行面貌，甚而歸納社會操控的意識形態。同時在商業機制的操作下，為了符合民眾的口味與認同，達到通俗易懂，對於藝術形式的創意不免被犧牲。
- 2. 娛樂消遣、穩定民心：**歌曲的創作本就作為人民抒發心情、娛樂共歡的工具，然而創作歌謠的發展過程中，加入行銷宣傳的手法在市場運作中，大陸第一部影劇「桃花泣血記」在台灣發行，作詞曲歌謠以作為影劇宣傳功用，或是六十年代後，政經發展過度，利益動心下，勸世歌的發展。
- 3. 產學界對文化價值的肯定與發展性：**台語的發展軌跡上，淪為被殖民與統治下的犧牲品，所以在早期閩南流行歌曲的發展，有更多超越流行性探討的話題，如文化象徵、詞曲意境對照現實反應，作為再次發展的根基。由西元 1970 年代後，胡得夫、李澤掀起民謠復興運動，學術界同時有莊永明、杜文靖等掀起考據研究論文，已不單純歸究於音樂領域的範疇、更表明彰顯了歌謠底層的文化價值。

## 二、台灣閩南創作歌謠三時期發展

二十世紀初期的台灣正是日本殖民時段，日本人先採懷柔的政策，台灣人在自己音樂中尚有發展空間，民間大眾對民間歌謠、說唱歌仔、歌舞小曲、歌仔戲、南北管都有一定的喜愛，漸漸的外來的西、東洋音樂也漸漸傳入台灣，日本人對台灣進行一系列近代化的改革，快速變遷工業化發展及商業化的結果，使都市的人口驟增，對於音樂形式的發展，受到國際潮流的影響，以都會居民為消費對象的城市小調興起。因而西元 1920 年代前後台北市漸有唱片公司出現，西元 1932 年當影戲上海聯華影業公司來台出品台灣第一部電影「桃花泣血記」，為招來觀眾，聘著名辯士(默片時代的解說員)詹天馬，為劇情編寫詞，因此掀起電影配樂的熱潮，也帶動灌錄唱片發行的始端 (陳君玉，1955)，拉開了台灣閩南創作流行歌的序幕，之後台灣閩南創作歌謠在台灣史上年代進程的發展，由民國二十年代桃花泣血記掀起後續創作到五、六十年代的復興，本研究共分為四個時期做分述，如下：

### 1. 第一時期：初興期-日據時期至民國四十年

西元 1932 年，當日本統治台灣初期，避免台灣人極力反抗，採懷柔政策，以閩南語推廣電影「桃花泣血記」，由辯士詹天馬為劇情編寫詞開始，這些經過唱片公司聘請專人作詞作曲的歌，符合大眾流行品味的歌曲，稱作流行歌，造就閩南語創作歌曲風行一時，與歌仔戲同為台灣民間的主要消遣娛樂。其中不乏詞曲俱佳作品，如現今大眾仍朗朗上口的「望春風」、「雨夜花」、「月夜愁」等。為數眾多幽怨哀愁的歌曲，是傳達反映年代人們心情的寫照，殖民統治者雖高唱進步的神話，卻抹不去人們心頭的傷痛。風行八年之久的「台語流行歌曲」，隨西元 1937「中日戰爭」爆發，日本對台灣推行「皇民化運動」，廢止台灣的漢文教育，全面施行日語教育；西元 1938 年，禁演「台語」電影；西元 1939 年終於全面禁止「台語流行歌曲」的傳唱。同時，統治當局為了宣揚「聖戰」，更將早期一些膾炙人口的「台語流行歌曲」，擅改為附庸軍國主義思想的新詞。如〈雨夜花〉、〈月夜愁〉、〈望春風〉等「閩南語創作歌曲」，分別被改寫成〈榮譽的軍夫〉、〈軍夫之妻〉、〈大地在召喚〉等「時局歌曲」。

在此不利創作的情況之下，早期「閩南語創作歌曲」的創作者們，為謀生活，紛紛離開創作歌壇。例如：鄧雨賢在新竹芎林，擔任公學校的訓導；陳達儒則到鄉下擔任警察；蘇桐淪為流浪街頭的樂師，跟著「高家種子丸」的宣傳班，到處賣藥維生；姚讚福則遠走香港，在港府衛生課任職；陳君玉則從事於語言的教學工作。日治時期風行八年的閩南語創作歌曲，便這樣沉寂下去。

## 2. 第二時期：再興期-戰後生機再現

西元由 1945 年第二次世界大戰結束，日本戰敗，喪失對台灣的統治權，國民政府接收台灣，戰時以來遭到禁唱的「閩南語創作歌曲」重新地綻露了生機；產生了〈望你早歸〉、〈補破網〉、〈燒肉粽〉、〈杯底不可飼金魚〉等四首深具時代精神、寫實色彩的創作歌曲，而有「戰後四大名曲」之稱。〈望你早歸〉原是描寫失戀怨婦的心情，然而，在此戰後的時機點上，此首歌深深地觸動了戰亂時被迫成為台籍日本兵，那些家屬的心弦，將等待、盼望的心情或無奈，充份地表現出來；〈補破網〉則反映了戰後台灣社會百廢待興，人民期望復原的心聲；〈燒肉粽〉則藉由小販心聲的描述，將戰後台灣經濟蕭條，民生困苦的景象表現出來；〈杯底不可飼金魚〉則是作者呂泉生，為撫平戰時的歷史創痛，期望台灣各族群和平共存的作品。這些歌曲，充份契合於終戰初期台灣人民的心聲與期望。

## 3. 第三時期：消沉期-民國四、五十到六十年代間

戰後的台灣，雖重回祖國的懷抱，但百業蕭條、社會失序，發生二二八事件等歷史慘痛的事件，西元 1949 年 5 月，「國民政府」在台灣實施「戒嚴令」，台灣進入了「白色恐怖」時期，在政治操控嚴密，經濟逐步起飛的年代，那些流行一時的創作歌曲，不免被禁制改編，當時說臺語、唱臺語歌的就表示沒水準，被視為是「下里巴人」，台灣意識明顯被壓抑，有許多台語歌被禁唱禁播，如：「四季紅」必須更名成「四季謠」、「補破網」因為太灰色而被禁等...。在民國五、六十年代官方政府也以意識形態掛帥，刻意提倡國語歌曲、愛國歌曲、淨化歌曲，以及諸如廣播、電視等傳播媒體的語言播出限制台語，使「台語歌曲」在困窘的環境下，無法健康而自由地發展，台語唱片公司為了降低製作成本，紛紛以日本原曲填上「台語」歌詞，而成為「混血歌曲」；這些歌曲雖然毫無台灣曲風，但

歌詞內容卻也反映了台灣當時的部分社會景象，安慰、鼓舞著那個悲情歲月中的台灣人，如「媽媽請您也保重」、「黃昏的故鄉」、「舊皮箱的流浪兒」、「遊夜街」等歌曲，雖然其中不乏反映社會人心的佳作，但當局如此操控下，卻扼殺了台語音樂創作者的生機。

西元 1950 年韓戰爆發、西元 1951-1965 年美軍援助台灣，台灣社會漸由農業轉型到工業，其中爲了表達農村青年離開故鄉、父母或是愛人到都市城鎮打拼、找頭路的心情，漸漸興起了「新生代」台灣作曲家，期間創作了不少優秀的台語歌曲，對於台灣閩南創作歌曲命脈的延續，作出極大的貢獻，有「青春悲喜曲」、「鑼聲若響」、「安平追想曲」、「舊情綿綿」、「思慕的人」、「淡水暮色」等歌曲，戰後台灣的歌壇，還有楊三郎、許石、吳晉淮、洪一峰等人，爲台語歌壇盡心力，表達出離開農村赴都市謀生的人民心聲。

西元 1960 年台灣經濟開放政策，美軍介入「越戰」，夜總會、俱樂部帶動美國流行熱門音樂，透過電台節目翻版西洋唱片，而國台語流行歌曲被稱爲靡靡之音，亦多趨於描述風花雪月之類，爲知識份子所詬病，使得一般的知識青年，普遍投入「西洋熱門音樂」的時興，而台灣閩南語創作歌曲漸爲沒落。

#### 4. 第四時期：復興期-民國六十年代後期之後

民國六十年代以後，現代民歌運動興起，爾後清新的校園歌曲，成爲當時流行創作音樂的主流，民國八十年代後隨著政治的鬆綁，流行歌曲的內容更趨多元，更能反映社會的諸多現象。不過在商業勢力的操控併吞下，唱片業日益規模化，樂界開始重視歌手偶像的塑造，偶像歌手成爲年青人學習的對象，流行音樂中，「人」比「歌」的本身更形重要，如當時流行偶像歌手的、謝雷、鳳飛飛、余天、鄧麗君等...都有翻唱閩南創作歌謠，形成因著吟唱者的聲音特質風格不同，對於老歌詮釋的氛圍也有所不同，歌謠更在行銷包裝上加入多方元素的結合，如將爵士風加入歌謠、或是歌謠與弗朗明哥舞共台演出，興起一陣老歌新唱的風潮。歌謠的年代早已遠去，傳統的生活方式反陳復新，如今懷舊風格成爲商品行銷的氛圍，不論是深具古早味的歌謠或是雋永的老歌，仍爲時代轉換的見證者。

### 三、台灣閩南創作歌謠的復興

民國六、七十年後，各唱片市場接續發行著一系列歌謠重新翻唱形式的唱片，更有代理商邀請國際型的莫斯科交響樂團，為台灣閩南歌謠編製作曲，企圖將歌謠推向國際市場。政府各單位也開始重視歌謠的復興運動，於西元 2006 年總統府更將歌謠搬上國家音樂廳，邀約全民共賞台灣閩南歌謠之美。這股風潮反映出政府單位對於文化推廣的重視以及民心底層，對於思鄉懷舊的渴望，歌謠實為穩定人心，表達情緒的抒發管道，以下對於歌謠於當代唱片市場及社會中復興活動的描述。

#### 1. 台灣閩南創作歌謠的唱片市場

當代流行唱片市場著重歌手符號的形象推廣(王家慶，1996)，本研究蒐集幾例於市場上發行過台灣閩南創作歌謠的唱片公司，分別有下列著名歌手重新作為翻唱，同時更邀請國際交響樂團編製，本質是草民文化的流行歌謠，加入國際性藝術元素，將帶領歌謠邁向國際舞臺。

##### (1) 唱片公司以偶像歌手重製，提供市場多元風味

由五、六十年代起，唱片公司對於歌謠的翻新重製不遺餘力，可見一般人藉由歌謠寄予懷思之情的抒發，有其廣大需求的市場性，因此流行唱片市場上接踵而來地將過去膾炙人口的歌謠，以不同歌手來重新翻唱詮釋，進而發行唱片，給予聆聽的消費者們，體會更多元的音樂呈現。當代流行唱片公司對於唱片行銷，更以一種偶像式文化的包裝，也就是說歌王、歌后等的形象藝人作招牌，明星制度與迷思神話創造出台灣音樂界的偶像文化(王家慶，1996)，因此當代著名歌手，如：江惠、秀蘭馬雅、鄧麗君、鳳飛飛，均有進行歌謠翻唱，各有其不同風味。

以歌手秀蘭馬雅在西元 2000 年於華特唱片公司，發行兩張台灣民謠與老歌唱片【愛 情歌】、【心 故事】中，秀蘭馬雅有著布農族的原住民唱腔，渾然天成帶有洋式調性，唱出了台灣傳統歌謠的渾厚踏實韻味，更朝國際邁進。



表 2-11 秀蘭瑪雅發行的歌謠唱片

歌手	秀蘭瑪雅	發行/代理	華特
唱片	愛 情歌		1.秋風夜雨 2.雨夜花 3.放浪人生 4.綠島之夜 5.秋怨 6.悲戀的公路 7.咱二人的約會 8.岸 9.最愛的人 10.愛情歌
	2000/5		
	心 故事		1.望你早歸 2.思念故鄉 3.港都夜雨 4.一見鍾情 5.淡水河邊 6.青春悲喜 7.月夜愁 8.傷心人 9.旅行 10.新故事 11.黃昏的故鄉 12.戰火 13.傷心人
	2000/12		
資料來源	第五音樂，取自： <a href="http://www.5music.com.tw/default.asp?langsw=1">http://www.5music.com.tw/default.asp?langsw=1</a> 歡樂網路王國，取自： <a href="http://music.kingnet.com.tw/act/showlenmaya/index.html">http://music.kingnet.com.tw/act/showlenmaya/index.html</a>		

江蕙得過多項金曲大獎，為台灣閩南語巨星級歌手，曾於西元 1984、1985 年，由田園唱片推行出四大片台灣民謠，囊括了許多台灣五、六十年代的台灣歌謠曲目，如下：

表 2-12 江蕙發行的歌謠唱片

歌手	江蕙	發行/代理	田園唱片
唱片	台灣民謠(一)		1.秋風夜雨 2.送君曲 3.恨孤單 4.送出帆 5.悲戀的酒杯 6.思念青春 7.秋怨 8.港邊惜別 9.秋夜曲 10.望你早歸 11.碎心戀 12.鴛鴦夢
	秋風夜雨		
	1984/06		
	台灣民謠(二)		1.海中花 2.五月花 3.黃昏思鄉 4.白牡丹 5.暗淡的月 6.我有一句話 7.雪梅思君 8.雙雁影 9.港都夜雨 10.悲戀歌 11.日落西山
	思想起		
	1985/02		

	台灣民謠(三) 海中花 1985/04		1.思想起 2.雙雁影 3.酒女夢 4.補破網 5.日日春 6.桃花鄉 7.鑼聲若響 8.青春悲喜曲 9.月夜愁 10.孤戀花 11.中山北路行七擺 12.人道
	台灣民謠(四) 母子鳥 1985/01		1.母子鳥 2.牛犁歌 3.三聲無奈 4.五更鼓 5.滿山春色 6.農村曲 7.故鄉之歌 8.生活苦 9.丟丟咚 10.青蚵嫂 11.六月茉莉 12.賣菜姑娘
資料來源	台灣柑仔店—台灣紅歌星(江惠)。取自： <a href="http://www.taiwan123.com.tw/red-star/jang-h/jan01-1.htm">http://www.taiwan123.com.tw/red-star/jang-h/jan01-1.htm</a>		

具有軍中情人歌手之美名的鄧麗君，常在中國、台灣兩岸演唱，是享譽國際型歌手，其間也發行了國、台語等台灣歌謠，以下是西元 2006 年重新編製的閩南語金曲集(留聲經典復刻版)。

表 2-13 鄧麗君發行的歌謠唱片

歌手	鄧麗君	發行/代理	環球
唱片	閩南語金曲集 (留聲經典復刻版) 2006/9/29		01.賣肉粽 02.望春風 03.三聲無奈 04.祖母的話 05.舊情綿綿 06.六月茉莉 12.雨夜花
資料來源	環球上華留聲經典復刻版系列，取自： <a href="http://global.yesasia.com/b5/prdGrpDept.aspx?pid=1004016889&amp;section=music&amp;code=c&amp;version=all&amp;">http://global.yesasia.com/b5/prdGrpDept.aspx?pid=1004016889&amp;section=music&amp;code=c&amp;version=all&amp;</a>		

海山唱片公司更發行台灣民謠合輯共有十片 CD，眾多歌手翻唱了鄧麗君所做的四季紅、月夜愁、望春風、雨夜花與陳儒達所做的白牡丹，分散於各唱片中。

表 2-14 海山唱片公司發行的歌謠合輯

歌手	合輯	發行/代理	海山
唱片	懷念台語老歌 (10CD)		碎心戀、關仔嶺之戀、苦戀歌、月夜愁、思慕的人、望你早歸、安平追想曲、寶島四季謠、補破網、四季紅、六月茉莉、望春風、河邊春夢、白牡丹
資料來源	海山唱片 2006/9/7，取自： <a href="http://www.haishan-record.com.tw/shop/">http://www.haishan-record.com.tw/shop/</a>		

## (2) 國際交響樂團編製、邁向國際領域

卓安國際有限公司為製作本土音樂文化與國際文化結合，遠赴莫斯科邀請著名電影編曲尤里及盧巴雪夫斯基擔任樂曲改編，全專輯並請國際型的「莫斯科新愛樂交響樂團」演奏，沙傑·史克里卡擔任樂團首席指揮，企圖將歌謠推向國際市場。

表 2-15 卓安國際公司發行的歌謠

唱片資訊		發行/代理	卓安國際
		指揮	SERGEI SCRIPKA
		編曲	JURI / RUBASHEVSKY / KANTJUKOV
		演奏、錄音	莫斯科愛樂交響樂團
唱 片	台灣百年歌 樂精典 (10 CD)		
		內容以時代背景為經，流行歌謠為緯的架構方式，更分作十片唱片如下： CD1 祖先傳來的歌：歌謠傳唱的啟蒙時期(1895 年以前開拓時期) CD2 失落的歌調：悲歡幽鳴的日據時期(1895 年~1945 年) CD3 歲月悲歌、CD4 遙遠之歌：你唱我合的光復初期(1945 年以後) CD5 美麗的變調、CD6 龍的傳說、CD7 星月風、CD8 飄遙之歌： 風起雲湧的電子媒體(1960 年戒嚴時期) CD9 薪火相傳、CD10 春天的聲音：新潮流時期(1988 年解嚴以後)	
資料來源		卓安國際，取自： <a href="http://tw.f2.page.bid.yahoo.com/tw/auction/b28687085">http://tw.f2.page.bid.yahoo.com/tw/auction/b28687085</a>	

## 2. 走入藝術殿堂、政府機關重視

民國六十年代，聲樂家謝艾潔開始申請推動台灣歌謠作曲先驅鄧雨賢紀念音樂會，當時不斷遭到台北國家音樂廳拒絕，但在各方的努力奔走下，於西元 1982 年完成第一場作品發表會，將鄧雨賢的音樂置於學術研究的架構中，自此劃下了流行文化跨入藝術殿堂的時代意義！當今中華民國（台灣）總統府更於西元 2006 年歲末舉辦總統府音樂會，承辦單位為行政院文化建設委員會，協辦單位為教育部、行政院、客家委員會。表演的樂曲主題，實為代表台灣本土歌謠的靈

魂人物，創作才子鄧雨賢與陳達，可見當今政府機關如此重視台灣本土文化的發展，歌謠在今日已跨入藝術殿堂的表演舞台。



### 3. 多方藝術聯合，音樂劇多元呈現

歌謠更結合舞蹈劇團，西元 1986 年雲門舞集公演「我的鄉愁我的歌」中，採用陳達的歌聲，以複合藝術的呈現方式，在視覺、聽覺中表現民謠文化的美感，舞姿的編製隨著歌謠音樂的輕重節拍設定，舞台佈景採用藝術家繪畫手法構成，在一筆一畫間附帶情感的繪製歌謠裡人民寫實的生活情境。西元 2007 年 6 月 15 日由永齡基金會委託大風劇團、音樂時代為展現「正港台灣故事·台灣歌·台灣情」的台語音樂劇，聯手創作百老匯規格音樂劇的「四月望雨」，共五場演出。以四大經典名曲—四季紅、月夜愁、望春風、雨夜花貫穿全劇，創作編曲 30 多首，由台、客、日語三語發音，企圖融匯所有族群共同的感動，以藝術找回失落的台灣記憶！由「四月望雨」四曲目，各代表「喜悅」、「哀愁」、「希望」、「破滅」四種情調，呈現前人用血淚寫成的生命之歌、愛情故事，因一個懷抱熱情的文藝青年，改造了台灣文化，期待人們心中多一分悲憫，讓城市共同凝聚更多愛的力量，全劇音樂並非都是老歌新唱，反而更是包括全新音樂製作的音樂劇。多元的藝術結合，為歌謠復興帶來新朝氣，同時吸引更多年齡層的觀賞者，更具體推廣文化，進入民間生活。



圖 2-33 大風劇團四月望雨海報

#### 4. 復興活動反映出的人們的心理意象

當代歌謠的唱片市場以及推展歌謠的文化活動，如雨後春筍，反映出人們對於歌謠所寄予出的期待，以下由四個面向，科技發展、社會文化推衍、國際觀的趨向、老年人心理層面，現示出人心對歌謠懷舊的反應與需求，提出幾項歌謠之所以復興的原因：

- (1) 科技面的快速發展：創作歌謠的製程，由專業技術人員，搭配優良的錄音技術與器材，執行歌聲的錄音製作，對於數位時代的來臨，影音技術的發展更提高錄製的品質。同時網路媒體科技發達，人與人間的傳遞媒介以數位、符號系統的虛擬架構、科技產品取代，社會追求更快速的效益，個人追求更快速的生活，個人特性與自主權消失後，人類開始反思需求以及渴望「慢活」，成爲一個內心優質的生活態度，期望在這流竄快速的現代化危機中，捕捉最質樸、真實的存在價值，追求過去美好年代的可能。
- (2) 社會文化的斷層：歌謠詞意的翻唱，不斷衝擊著生存於當代社會多元、多異體系的人們，對於真理眾多分歧，人心不斷遭受真理的撕裂與破碎、社會充滿不確定性與焦慮。人們開始追悼人心真誠、樸實的消逝，懷念單純且自然純樸的社會架構，渴求歌謠中那種含蓄內斂且長久綿密的情感表達。
- (3) 文化復興、國際觀的趨向：歷史不斷推演，文化不斷復興，在這國際大熔爐中，各國無不卯足全力發展當地特色，極力復興當地文化。當今特別強調本

土化與當地化的特色，人們不斷興起自我本土性探求的慾望，尋找自己的根，歌謠的復興有助於人們追憶過去年代的文化價值，加上結合國際性管絃樂團、劇團，以此媒介將歌謠推向國際。

- (4) 人心理層面的渴求：文化再現在於緬懷過去、展望未來，對於故有文化的探尋，進階勾引出大眾集體的記憶，以此為剔勵與修正。歌謠文化的復興喚醒了中、老年人的內心記憶，對回歸家園的懷念與鄉情，就由那一聲聲熟悉的音符與旋律，帶領他們重現記憶影像，進而達到紓發情緒與感情寄託。

## 第四節 小結

本研究主要以對符號學學理的研究，作為擷取歌謠文化中文化符號的方法，並將其視覺化為主要的探求，期望能滿足當代人心對於思鄉懷舊的渴望。歌謠文化推廣，運用圖像符號設計的意義，能跳脫單純文字使用上的局限，讓文化再現更為具體，畫面的美感與氛圍與觀者有著情移的運作與引領想像的擴展，超脫文字的有限性，使得文化的推廣落實在民眾日常生活中，根據文獻探討中，可歸納出平面設計中，復古風格符號善用的手法有以下三點：

- (1) 運用舊有照片直接表達懷舊的復古風格
- (2) 真實圖像構成，傳達懷舊風格
- (3) 多層次疊合達成古符新意的文化情境

進而觀看當代視覺呈現手法，拜電腦科技所賜，更多元的視覺手法，反映出人心底層的渴望，有六大特徵：

- (1) 風土化、懷舊式、人文主義→反映當代科技感的冰冷  
=人心期待舊雜質紋路、飽含歷史溫度圖像
- (2) 解構式、新舊並置→反映多元且訊息快速流串的社會現況  
=人心懷念與期待回歸過去的美好景象
- (3) 拼貼、平面、淺薄化→接受商業導向、超媒體行銷的影響  
=人心渴求內在真實與深度的重視

- (4) 模仿、複製與再現 →科技和電子媒體強力發展，商業化氾濫=數位擬像、複製手法，滿足個人化獨特價值
- (5) 反諷式、反唯美、反形式 →無俚頭式的生活態度、議題性的輿論效果=人心對根源的好奇與探求
- (6) 去中心且多元的複合→社會失去真理標準、人處於光絢流轉的社會易於迷失 =人心不斷探求回歸那單純與圓滿的社會、有追尋根本的渴望

根據以上探求出的人心渴望需求，進階匯整以下五點，以處在後現代人心面對歌謠復興時的心理需求，有助於後續設計策略的操作：

- (1)在不確定年代中，找尋個人真實存在感與人與人間實體接觸的價值。
- (2)對於自然樸實年代的美好想像與思念，追求根本。
- (3)人心情感的寄託與懷舊情緒舒發，其有助於人類穩定情緒。
- (4)再現記憶中的影像，在破碎的後現代有助串聯起美好的生命旅程。
- (5)國家推展文化的奠基，在國際舞臺上國人自信心建立的必要內涵。

符號學的學習有助於設計者精確擷取符號的元素加以運用，更在內容面中創意呈現深具內涵，運用符號學擷取出歌謠底層深受社會意識型影響的符號造形與色彩，加以詮釋做為創作元素、創意內容。文化符號在進行設計運用時著重正確與精確性，經符號學操作有助於設計時掌握文化精隨的內涵，減少運用錯誤的情況發生，下一章節將進行五首歌文化符號擷取的過程。