



台客文化就是一種啓蒙，它是一種年輕人相信自己的生命所創造出來的爆發力。台客文化是一種生活的真相，真實反映生活。如果它真實，就會形成一種台灣自己的力量，這個無關民族、無關社會發展或政治的東西，只跟生活有關。台客文化一定要幹嘛我不知道，它是哪種態度我不知道，是不是要反對誰或表達什麼嗎？不是。文化本身沒有使命感，不一定有什麼目的，它可能只是為了生活舒暢而自然形成。文化最重要的，是生活的本質。你生活的真相會呈現出文化面貌，它沒有好與壞。

全球化來臨 要清楚知道自己是誰

台客文化或台客這個字眼，開始的時候它是有貶意的，「你怎麼這樣台」意思就是「你的穿著怎麼這麼俗」。台客文化源自非都會區，受西方影響較少，它們跟全球的潮流是有距離的，因此受西方文化影響的人就會說，這是比較土或俗的東西。

要追港台客的源流，我只能說跟全世界發展出來的潮流一樣：Hip Hop是從黑人的街頭出來的，Shibuya Style（涉谷系）是涉谷的年輕人自己發展出來的，Punk是倫敦的工業區出來的，你有你的署名權，所以

台灣出來就叫台客。台客是在台灣的角落自然形成的，我們不容易去定義台客，就表示它的美學才在發展初期，可能往後慢慢會有它更清晰的標誌性。我們太不習慣看待自己的源流，對自己的生活樣態所產生的名詞，大家都不懂，於是我們會覺得陌生、慌張。

我們看慾望城市《Sex and the City》，呈現外國人優勢的生活狀態，可是我們真正看到的生活並非如此。所以如果你相信



台客

文化

在啟蒙中爆發



受訪者/ 張培仁
採訪整理/ 洗懿穎

圖/ 寬寬整合行銷

找不到全球和自己之間的關係，一定會迷失。當全球化來臨，我們會發現到生活本身是最美好的，它愈接近生活樣態呈現的創造性，就愈具有自己的獨特性。

為夢想拚命 就是台灣人的精神

我跟伍佰聊天時提到，如果要形容台客文化，他用了兩個字：「夢」和「拚」。意思是有夢想，然後會為了夢想拚命，這其實就是台灣人的精神。伍佰會不會認為自己是台客，我們其實很好奇，他也許不是這樣看自己。我們剛開始一起工作時，就發現伍佰有一股很強大的破壞力，所有現存的東西都不是他

想要的。他一直從自己的生活裡去創造一個更新的自己，所以他會不斷更新演唱會的內容。某種層面來說，伍佰在台灣形成了一股很大的力量，他的台語歌寫得雅俗共賞，打破了過去西方文化薰陶下的社會主流與邊緣消費者的界線。城市的人也喜歡他的東西，覺得伍佰代表了一種台灣過去並不存在的力量，那是全世界都沒有的，唯有在台灣發生。

解嚴前，閩南語的節目在媒體上較缺乏，且有時間限制，想以閩南語創新去表達自己會很難伸張。在那個時代，台灣有一種菁英主義的意識，反對很俚俗的文化。可是，俚俗文化就是真實的生活啊，反對它反而找不到自己。同樣是具創作性、標榜「唱自己的歌」的民歌時代，它變成一種國語文化，可是國語文化還

西方人生活比較優勢，你在台灣就會憂鬱，因為你的生活做不到這些事；如果你不管這些，真實去感覺你的生活與自在，就會產生自信及舒適感，這來自一種文化自信。Localization is Globalization（在地化就是全球化），全球化的時代一定要在地化。當你接觸全球化的東西愈來愈多，你就更需要清楚知道自己是誰，否則會找不到對自己生活的認同、標誌、語言和符號，

台客專屬



· 水包、檔案夾

· MSN圖示

是屬於比較保守、傳統、菁英主義的，跟台灣低層人民的生活還是有些距離。

不一樣的個性

不一樣的爆發力

90年代的音樂是相當具有爆發力的，主要是因為解嚴，台灣對自己的認同、自信、自尊都在增長，所以誕生出很多新一代的音樂家。這些音樂家運用他們的生活型態來創作，也影響了一些人。1988年王明輝的「黑名單工作室」，以台語把全球的現代音樂，與台灣當時社會發生的問題做連結，成為影響時代的一張經典作品，同時，也有很多年輕人都想用自己的生活來做音樂。台語創作的力量，跟來自全球、來自保守的菁英主流文化，一直都是衝突的，可是到了一個適當時機，它便釋放出新的能量，形成一種顛覆。

未來，台客文化會否被區域接受，有待觀察；假設台灣的創造力持續更新、不斷往前發展，也許有可能。誰會想到Hip Hop、Punk會被全球所接受呢？

台客文化是一種生活型態，不見得是一種所有人都要追逐的潮流，它是一個現象。台客文化一直都存在，只是過去我們都把它當作是邊緣的東西，現在我們才發現它是生活中十分重要的東西，全球化來了，我們要identify（認同）自己。

台客文化是社會力量的串聯

我覺得任何文化只要是自發性的、自然而然產生的，都跟街頭文化有關係。生活就是街頭，真的在街頭幹的事，就形成了一種狀態，經過時間的考驗，留存下來，並對音樂、服裝、美學產生影響，我相信在將來街頭會變成主流，因為它具有創造性。

我是從社會發展來看台客文化現象，社會需要一個不一樣的力量，需要個性、具爆發力的東西。可是大部分的人不習慣有爆發力，因為在戒嚴時期，人們都培養出較溫良恭儉讓的個性。這個社會需要力量，年輕人需要力量，就讓它爆發吧！就像藝人伍佰、陳昇、朱頭皮、張震嶽、林暉哲等，一直堅持要做自己相

信的事，不管別人怎麼否定。我作為一個曾經比較專業的唱片業工作者，看到了這種機會，於是想著如何一起整合，集中這股力量，這就是我的工作。

台客文化的內容可能會變，但它應該要一直保留下去。每個城市都應該要有自己的生活認同。年輕人應該要為自己的生活 and 文化的創意負責，有時他們會這樣做，但不見得有認知，其實他們應該開始去串聯整合其他人，創造新的文化。台客文化是一種啟蒙，因為它已經存在，而它就是年輕人相信自己的生命所創造出來的爆發力。

受訪者簡介



張培仁

張培仁為資深唱片企劃統籌、中子文化執行長



台客風潮 搖滾台中



2007「台客搖滾嘉年華」
即將再度風靡全台

文/ 林陽杰 圖/ 寬寬整合行銷



胡市長、蕭副市長、搖滾嘉年華倪重華主席和伍佰一起為2007台客搖滾嘉年華揭幕。(林陽杰提供)

2006「台客搖滾嘉年華」首次融合台灣民俗與創意元素，策劃集結成大規模的文化娛樂嘉年華，創造兩日六萬人到訪的紀錄，同時更帶動了台中地區的經濟繁榮與創作熱潮。

台客風瘋台客 造成一股創意流行經濟現象

據當地業者估計，台中地區音樂市場在活動後成長至少20%；音樂場館(Live House)不僅來客數激增，連創作團體的數量與音樂創作品質也急速成長；在台客搖滾嘉年華演出的藝人與新興創作團體在台中知名度暴增，演出場場爆滿；年輕人的小規模創意品牌更在台中地區蓬勃發展，造成一股創意流行經濟現象；台灣各地的設計學院更開始以台客美學為創作靈感來源和方向，延燒成一股在地美學設計的風潮！據瞭解，台客搖滾嘉年華已經在台中形成一股新浪潮，提升了年輕人高度的生活自信以及創作熱忱，更形成嘉年華式的區域經濟效益，活動期間為台中市帶來的



文化觀光經濟效益達到新台幣一億元以上！

有鑑於此，今年台中市政府投注更多心力，並將以台中豐沛的文化創意產業和特色小吃為基礎，以「台客搖滾嘉年華」活動為中心，規劃推出「台客觀光季」、希望藉由結合相關活動、特色美食、住宿優惠等，配合台客搖滾嘉年華推出系列套裝旅遊行程，吸引更多觀光客進駐台中市。

挑戰全台 最大戶外舞台規模

2007「台客搖滾嘉年華」活動即將在5月5日、6日在大都會歌劇院預定地登場，場域規模將是去年的兩倍大！網羅更多台灣在地民俗美學與創作元素，更加入了許多現在最流行的創新創意元素，內容包括萬教歸宗台、極限搖滾司令台、嘻哈台客大擂台、金光綜藝台、閃亮花車台、電光偶戲台、圓環夜總會、街頭市集、台風改裝車、極限運動、美食遊戲區等，甚至還有台客時尚的各種服裝與設計，將匯集成更大規模，也更創新流行的台客文化浪潮，熱鬧呈現！晚間大匯演，更將挑戰全台最大戶外演出舞台規模，可能將達八層樓高！更多巨星將應邀參與演出，並以跨界合作的創新演出內容為主要核心，所有精心安排的演出都只會在台客搖滾嘉年華大舞台上獨家呈現，集合多元文化風格、傳統與現代的融合創作、跨界交流的精緻

呈現，正是台客搖滾嘉年華的基本精神，今年邀請到搖滾歌手伍佰代言，相信一定台味十足，歡迎大家一起到大都會歌劇院預定地，接受台客洗禮。

吸引外國觀光客來台中

台客搖滾嘉年華活動是台灣在地豐富生動的多元文化呈現，整個場域的規劃本身就是

創意，就是台灣生命力的展現，希望未來繼續結合台中地區的各项文化創意產業，和公、私部門的資源投入，每年固定於四、五月份在台中舉辦，並藉由國內外媒體的宣傳和相關觀光配套措施，漸漸形成嘉年華慶典的氛圍，吸引外國觀光客來台中看道地的台灣文化。

2006 VS. 2007台客搖滾嘉年華活動比較表

	2006年	2007年
場地規模	100*150(公尺)	225*150(公尺)
舞台數量	八大舞台區域	十二大舞台區域
演出團體	40組表演團體	100組表演團體
萬教歸宗台	全台最大；寬70米；五層樓高	破紀錄；寬80米；八層樓高
參與工作人員	500人	1,000人以上
現場攤位總數	70攤	200攤以上

2007台客搖滾嘉年華舞台示意圖，預料這場年度盛會將再次引爆台中的熱力風潮。

