

9-2013

## 戀物：薩克司風

Cijun DAI

Follow this and additional works at: <http://commons.ln.edu.hk/mcsln>

 Part of the [Critical and Cultural Studies Commons](#)

### Recommended Citation

戴慈君 (2013)。戀物：薩克司風。文化研究@嶺南，36。檢自：<http://commons.ln.edu.hk/mcsln/vol36/iss1/3/>。

This 專題文章 Feature is brought to you for free and open access by the Department of Cultural Studies at Digital Commons @ Lingnan University. It has been accepted for inclusion in Cultural Studies@Lingnan 文化研究@嶺南 by an authorized editor of Digital Commons @ Lingnan University.

## 戀物——薩克司風

戴慈君

薩克司風 (saxophone) 已經有一百五十年的歷史，由比利時的單簧管音樂演奏家阿道夫·薩克斯 (Adolphe Sax) 發明，當時薩克司風出現的目的是要取代低音單簧管 (bass clarinet)。因此，這種樂器的出現受到當時的古典作曲家伯遼士 (Hector Berlioz) 及德布西 (Debussy) 的欣賞，並嘗試將它使用在他們的作品中，雖然薩克司風本身的音量也較其他管樂為大，但在當時，這樂器也不足以讓它於古典樂團獨當一面，直到二十世紀初，薩克司風才開始得以廣泛發展。



(圖片由作者提供)

## 社會功能與美學

樂器作為物品，它與我們慢慢產生了一種特殊的與人互動的關係，雖然薩克司風始創於比利時，但是十九世紀法國工業革命，鋼鐵業得以發展，工業社會亦隨之興起，促使法國在銅管樂器有長足的進步。

法國的薩克司風家族塞爾瑪 (Selmer)，是其中最早期開拓薩克司風製造的工廠，他們開展了樂器的研發，後來更成為軍隊器樂，被使用在步操中。軍樂的寫作目的主要是為了提升軍人在戰場上的士氣，因循社會、種族及時代等文化不同，軍樂中所使用的配樂器便會不同，好像中國古代是以號角作為發號施令的領導性樂器。至於近代，中國解放軍或是莫斯科紅軍的軍樂團都紛紛採用歐洲的軍樂隊的編制模式，當中自然不會缺少薩克司風。由於薩克司風可發出宏亮的聲音，且音色豐富、層次鮮明、表演能力強，演奏者很容易便可以將個人的性格突顯出來，在軍樂裏擔當著重要的角色。它有著實用性的社會功能。

符號學家艾柯 (Eco) 指出：「確切說，不存在符號，而只有符號功能。『符號』這一概念是日常語言的一種虛擬物，其位置應該由符號——功能概念取而代之。」符號的功能會隨樂器使用形式的轉變而作出適度的調整。<sup>1</sup>

薩克司風原始的軍人氣慨，慢慢由爵士樂大師查理帕克 (Charlie Parker)、約翰·科爾特蘭 (John Coltrane)、桑尼·羅林斯 (Sonny Rollins) 等於不同的場合使用，它完全以別的文化形像及樣式展現在觀眾前，由軍樂隊中的次要地位轉為領導性主體，在夜總會場所和婚宴中更是獨領風騷。

爵士樂手大多數為黑人族裔，他們屬於勞動階級。後殖民理論家法農 (Frantz Fanon)，於一九五二年出版了《黑皮膚，白面具》(Black Skin, White Mask) 一書，他指出：「在歐洲，黑人有一個功能：代表低級感情，不良傾向，心靈傾向，心靈的陰暗面。」<sup>2</sup>在「西方人」的集體無意識中，黑人——或如果願意，稱作黑膚色——象徵邪惡、罪孽、貧困、死亡、戰爭、飢荒。黑人過去活在白人 (殖民者) 的權力控制下，正好透過一支幽幽的薩克司風，表現出其較哀傷的民族特

---

<sup>1</sup>陳宗明，黃華新 (2004)：《符號學導論》，頁 37。河南人民出版社。

<sup>2</sup> (法國) 弗郎茲·法農 (2005)：《黑皮膚，白面具》，頁 149。譯林出版社。

性，吹出內心呼喊聲，撕裂情懷、孤單感、無助、對女性肉體的渴望等種種的壓迫的生活控訴與情懷。

中音薩克司風外形彎彎的，符號學家皮爾斯在圖象符號中指出，這件樂器的外部形態的設計是構建了視覺及聽覺上的形象肖似符號。在視覺上，它擁有彎曲的底部，線條突出，屬流線型，讓觀眾聯想到一個身材豐滿（尤其是臀部）的性感女郎，徹底被吹奏者擺動著的誘人姿態拘捕，女樂手的神緒與樂器合而為一，樂迷就像要與它（她）發生關係上的互動似的，焦點已不太集中在炫耀技術上。

而在聽覺上，它所發出獨特的和聲（melodic harmony），搖擺（swing）的節奏，會深深將你那顆脆弱的心靈佔據，讓聽眾可以與物產生共鳴，抒解抑鬱情緒。從語言符號學中，薩克司風的英文簡稱是Sax，它的讀音更經常被人誤以為是Sex（即性）。因此，對於薩克司風與性有著肖似性的聯想。因為爵士樂有很多不確定原素，它徘徊於可與不可以分析的狀況，吸引了不少古典音樂家對其注意，並抱著好奇的心態去尋找它的迷思。

### 虛幻樂園

物的生產形式隨著音樂家或藝人技術上的要求，生產商會為此改良樂器的設計及流行的款式等。



（圖片由作者提供）

獨一無二的物品，便是一個系列中的終極，在它身上總結了同類事物，它是整個選項系統（paradigme）中最具特權的一項。總言之，它便是一個系列的代表性徽志（emblem）。<sup>3</sup>從樂器上所刻的文本（Custom），就是著名日本品牌山葉（Yamaha）的近期產品。型號82z及875EX 是山葉故有型號YA62的延伸。他們一改傳統樂器的製造及包裝模式，製造一系列獨特的型號，目的是建立一連串的音樂符號。古典爵士——古爵（合併式型號），這些商品全部展示在琴行的櫥窗裏，讓一眾的樂器迷增添了一個夢幻的購物場所。

82z的製造目的是專門為一羣對爵士樂膜拜的發燒友特別研製出來的，新設計順滑的側鍵（side-keys），讓樂手輕易地掌握爵士樂的滑音樂句、急速的音符躍動（wide-leap）、頻繁的六十四分音符（sixty-fourth notes）及音階（scales）。

樂器設計師匠心獨運地完成這個商品，是要將藝術品商品化，而樂器廠商便把一

---

<sup>3</sup>（法國）尚·布希亞（2001）：《物體系》，頁 104—105。世紀出版集團。

支一支被大量機械複製出來的，所謂「特製」的爵士薩克司風（jazz saxophone），或是專為古典音樂家而設的875EX，全都陳列在大型的樂器店鋪的櫥窗裏，而更甚的是還用上了一盞盞石英燈或發光二極管燈（即LED燈），照射著這些被商品化的銅管樂器，當強烈的光線照耀在那些銅質的光滑面上，反射自然會充滿店鋪四周，特別的是，這種光線會鎖著顧客的目光。事實上，最早期薩克司風製造的歷程，並沒有分為古典專用或爵士專用，這都是商業上的銷售策略而已。

正如張閔所寫的一篇文章——〈拱廊街：資本主義的空間寓言〉（讀本雅明《拱廊街計畫》）<sup>4</sup>中提到，本雅明在巴黎這個大都市裏，看著閃爍著的紙醉金迷般的誘惑，並且認為他的故鄉柏林與巴黎也有一定的相似，其中的相同之處是夢幻般的音樂商品同樣地在櫥窗展現，當中被展示的商品就是物神（fetish），而這些商品與性感形象的女性樂手關係連結了起來。

日本女薩克司風手——小林香織經常被香港、日本、台灣及中國大陸稱為爵士樂女神，她在表演台上使用台灣樂器有限公司（TK Melody）特製的中音薩克司風，及在其光面位置以雷射筆簽上她個人名字，她一身穿著性感熱褲和深黑色絲襪，配以高跟鞋，打扮充滿現代感，完全將樂迷從一百多年前歐洲宮廷貴族式時代帶到眼前被包裝成商品化的現代演奏廳，超脫了藝術層次。購買這款薩克司風的學生，大多數是二十多歲的青年人，被物化的女藝人成為他們消費的動力，這亦是廠商背後的目的。

### 音樂表演形式，身份認同

社會的經濟結構與發展模式，會直接影響藝術文化的生存形態。單以每年參加英國皇家音樂學院聯合委員會考試人數之多來說，足以被外間稱之為東方維也納。

---

<sup>4</sup> <http://www.cnki.net>

八、九十年代的香港，經濟急速起飛，物質豐富，普遍家庭都會覺得必需培育家裏小孩學習音樂藝術的修養，以提升個人情操。薩克司風的歷史及其偏野性的音樂風格，多會讓人有「壞孩子」的感覺。所以，大多數的父母都會有著固有的意識型態，主觀地規管自己的兒女學習這種樂器，以避免孩童的性格被錯誤地摸索。

符號學家皮爾斯將符號概念與人類的思想（thought）過程結連起來。由於香港的生活空間狹小，人與人的距離也十分緊密，思考模式會因為頻繁的互動而變得相似。貧乏的認知把薩克司風任意構建成為一個符號，亦即是將意符與意指連結。因為薩克司風經常被夜總會、酒吧等地方的樂隊使用，而樂手又多是一羣紋身漢，於是我們自然就認定演奏薩克司風的人不太正經，甚至產生出不同的身份象徵符號——邪惡、頑皮等。

### 拜物主義中的符號<sup>5</sup>

「藝術的意義和價值必須得到內行，批評家甚至藝術機構的認可，獲得王牌的符號資本（symbolic power）。」各個知名品牌的薩克司風廠也爭相尋求樂壇當紅樂手作為產品的代言人，因著代言人*超凡的演奏技巧、甜美、清純、可愛的樣貌及驕美的身段*，構建出一連串物質性的符號系統。



（圖片來源：youtube.gguide.biz）

<sup>5</sup>約翰 R·霍爾，瑪麗 喬 尼茲：《文化：社會學的視野》，商務印書館，2002，p.252-256。

社會上，文化符號隱含著性的功能及價值，當音樂藝人在舞台上，以超凡卓越的技術來揮動那支匠心獨運的樂器，無疑能夠給觀眾帶來歡樂，減低生活壓力。「體態嬌美」被定義為一種實用性符號，功能上能夠讓人聯想到健康的身體，隱含了背後帶給個人隨之而來的社交地位，受到別人的欣賞及尊重。

但事實上，過往藝術家的表演是強調炫耀技藝的，需要經過多年的鑽研才能站在台上給觀眾獻技，身份外貌可以是一個老伯伯，他會是滿臉鬍子，經歷了多個歲月，被政治、經濟、權力及文化教育等社會因素所影響。後現代樂器拜物教消費的認知思維接受了新一代被物化的表演藝人。這裏產生了因果關係，現代流行表演藝人的出現，引申了舒服、無壓力、簡單的情感狀態。而這更使人連繫到社會的經濟狀況，青年人對音樂形式的追求與過去歷史的比較，反映的現象實在值得我們去探討。

二十世紀，當整體社會還沒進入後現代主義的時候，我們還是在強調簡樸的生活，這是由於電腦和資訊科技等仍然在發展當中。相比今天，面書（Facebook）的上市，突顯了互聯網在人類傳播媒介的地位和重要性，成為了生活上不可缺少的東西。透過網絡的世界，物的真正價值並未確切地向大眾展示，而只是不斷在構建一個個大小的虛幻樂園，見證了馬克斯的商品拜物教的觀點，指出商品拜物教（commodity fetishism）是資本主義社會的產物，物具有控制人的力量，人的價值與物的價值被等同起來。音樂企業利用互聯網作為狡猾的宣傳策略，用上強勁的音樂節奏，人們可從互聯網上瀏覽不同設計、款式的薩克司風，盡一切的可能提升他們對物佔有的慾望。

資本家利用銅板製作一支支不同顏色、形狀和大小的薩克司風（包括高音soprano、中音alto、次高音tenor、低音baritone等）。將表演藝人的虛幻和誘惑的形象投射在樂器身上，營造人與物的混合體，創造出樂器被物化的神話迷思。



布西亞（Baudrillard）對利益的認識指向一種意識形態分析。社會等級結構得以穩固地再生產，統治秩序受到被統治者自願擁護，行動者產生誤識（misrecognize）和生存幻象，這些現象的根源正是統治秩序借用名目繁多的制度機制創造的象徵利益——「符號暴力」（symbolic violence）。<sup>6</sup>

社會的構建被一羣擁有權力的人主導整個音樂文化。他們巧妙地利用多重的傳播媒介，滲透商業上的主觀意識。在雜誌方面，日本過去十年已出版不少有關薩克司風的宣傳刊物，其中用上多個偶像派表演藝人作主體人物，藝人被物神化，因為社會廣泛承認他們在音樂界的地位，品牌就成為擁有權力的象徵，而這也隱含了世界性的品牌地位發揮著一個國家的民族精神在地化，利用樂器背後的文化，操控別國的人民。法國有塞爾瑪，日本有山葉、韓國有森美柯（Samick）。某些品牌，更受到當地政府在財政上積極支持和參與，好讓能夠立足於國際社會上。

在香港的音樂學習環境裏，音樂教育的意識形態告訴大家，考試要找英國皇家音樂學院考試委員會（Associated Board of the Royal Schools of Music，英文簡稱ABRSM），鋼琴要買山葉，管樂非買法國品牌不可，否則，怎能提升個人的文化地位？學音樂的，要穿上的就是一眾的名牌符號，象徵著個人的身份及權力和知識。

### 與物的關係

在《物體系》一書中，布希亞指出物有兩種功能，第一是使用，第二是使佔有。

---

<sup>6</sup>（法國）布希亞（2005）：《文化與符號權力》，頁173。中國社會科學出版社。

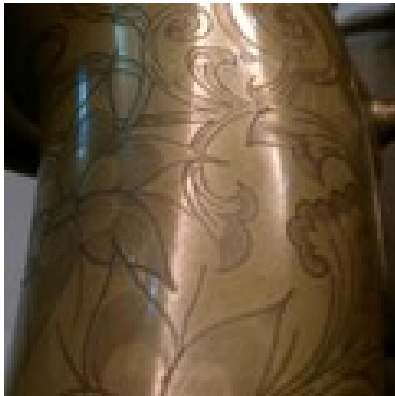
將物佔有代表主體要與該物產生關係，而突顯該物的獨特性。人類生存賴以個人的慾望，而慾望是無窮無盡的，音樂人的耳朵更是。由於香港或台灣等周邊已發展地區都有人口老化的情況，教育界面臨縮班問題，業界只好不斷推陳出新，將課程不斷包裝，目的是要增加家長信心，提升學生人數，以保存學校的聲望及地位。過去，一直給人有流行音樂形象的樂器，好像流行鼓（drum set）和薩克司風也紛紛舉辦這類課程。薩克司風本身是一件容易吹奏和掌握的木管樂器，凡懂得吹奏牧童笛的人，也能在短時間學會這種較有規模的樂器。

在教育層面，相比其他樂器，使用薩克司風作為音樂學習的一個重要媒介起了很重要的角色，原因是無論是獨奏、四重奏樂隊、管弦樂團以及伴奏都可以使用。學生們可以透過大型合奏，獲得豐富的表演及羣體合作的經驗，從而學習人與人溝通的技巧。由於樂器本身的易操控性，並且吹奏者能夠隨心所欲地去表達豐富的音色，它那現代的雕花設計，金光閃閃的外觀，充分滿足了人眼目上的情慾，尤其是男性。因此，班雅明稱它這種特殊性質是物的戀物化（fetishization），呈現了它獨具的稀世價值。在人無法抗拒底下，現在愈來愈多學生選擇學薩克司風，因為很多人還說：「拿著它，即使不會吹奏，也會感到自己很型格。」

薩克司風雖然在樂團裏獨當一面，但是也不能單獨生存，它的音樂形態和動感，還需要其它樂器的配襯，鋼琴便是其中一種。它極需要鋼琴所奏出深而廣的和聲（harmony）去烘托那優美的主旋律。

生產商為了增加愛好者對物的迷戀，於是運用現代的科技，不斷推出懷舊樂器，就像剛才提到的82z系列，分別有黑色、白色及無漆（unlaquered），而無漆系列正是市場上銷量最高，又最為樂迷或收藏家追捧的。因為當吹奏者使用無漆系列一段時間後，樂器表面上的金色塗層便會慢慢褪去，變成一支舊舊的薩克司風，好讓主體有著強烈的歷史感，仿佛能夠重新尋回舊有回憶，使消費者進入一個虛幻

的情景，說服自己以高價購買這系列的行為是正確的。



（圖片由作者提供）

將自己代入了歷史圖片裏，與那些手持舉世無雙的廠牌所造的型號，好像六零年代的Selmer Mark VI，全是人手製造的，而且更是限量發行。

## 結論

馬克斯·韋伯在《新教倫理》寫了關於宗教的著名比喻，大步跨入世俗事務的市場後，宗教就關上了身後修道院的大門。就基督教來說，近年很多教會對會眾的牧養有所倒退，由於教會在某程度上，失去了對社會一個平衡的功能，很多教會學校也隨之失去了建立福音在校園的使命，顯得軟弱起來。因此，我們被牢牢地鎖進在強烈消費文化的氛圍裏，無耐地接受物的虛幻外表。進入後現代的社會，各個區域都被商業霸權所建構出來，大大小小的購物商場入侵我們的社區。而音樂機構亦紛紛進駐這些商場，我們幾乎沒有可選擇的餘地，匆匆把子女送到這些琴行，讓他們被動地進入一間間的琴房，任由那些音樂工匠以千篇一律的教學法，去複製另一批音樂工匠，這情況就如本雅明（Walter Benjamin）在其《機械複製時代的藝術品》中提到：「原則上，藝術作品向來都能複製」。香港的音樂學生大部份也欠缺本雅明所提及的「靈光」，一眾學子或老師在大多數的情況下，也只得如實吹奏，努力將從唱片所聽來的音樂回憶在樂器上重新複製一次，失去了藝術的本真性。

麥當勞化的生產模式進行有效率（efficiency）、可計算性（calculability）、可預測性（predictability），及控制（control）的四個步驟將薩克司風學員物化，琴行是一個將藝術物神化的典型例子。而這些物神價值是經過一系列的符號被生產出來的，藉著音樂名家專用品牌，音樂學院指定型號、包裝、專家推薦等一大堆意符（signifier），反映出樂器的虛幻形像，被一些社會上擁有權力的羣體，不斷利用傳播媒介，從多方面展示一個夢幻的藝術消費場所。從麥當勞化或是福特主義式下產製出的木管樂器學員，欠缺了藝術的獨特性和多元的美學感。這些學員只能按公式般，將樂譜上一個一個的音符，不顧感情機械式地吹奏出來，最後成功地讓自己的名字印在證書上面，並且收藏在個人的文件夾裏，象徵著結束營業，藝術商品化的學習就此告一段落。

人與物的互動經過商業霸權所約定俗成的消費的意識形態，催化我們對樂器物神化以及佔有慾的提升。透過符號學的分析與運用，希望可以使大眾消費者多加反思資本家，如何運用商業符號，以達至將莘莘學子和家長們帶進一間藝術商品的夢幻樂園，去購物或個人被物化。薩克司風藝術的本真性，應該是世界性，不分種族，不論你拿著的是塞爾瑪或是山葉，樂手的身份不在於品牌所帶來的象徵性權力，而是個人的正確表演心態，從聖經神學所講——要以心靈誠實拜它。只懷抱著無私的精神去演奏，主體不集中在人而是音樂創作所要表達的信息，才是本雅明所說的「靈光」。

## 參考書籍

1. 孫秀蕙，陳儀芬（2011）：《結構符號學與傳播文本》。正中書局。
2. Walter Benjamin（2011）：《迎向靈光消逝的年代》。廣西師範大學出版社。
3. 朱耀偉，陳英凱，朱振威（2010）：《文化研究60詞》。匯智出版。
4. Tim Dent（2009）：《物質文化》。書林出版有限公司。
5. Richard Appignanesi（2008）：《後現代主義》。立緒文化事業有限公司。
6. （法國）布希亞（2005）：《文化與符號權力》，頁173。中國社會科學出版社。
7. （法國）弗郎茲·法農（2005）：《黑皮膚，白面具》，頁149。譯林出版社。
8. 陳宗明，黃華新（2004）：《符號學導論》，頁37。河南人民出版社。
9. 黃華新，陳宗明（2004）：《符號學導論》。河南人民出版社。
10. （法國）尚 布希亞（2001）：《物體系》，頁104-105。世紀出版集團。
11. 約翰 R·霍爾，瑪麗 喬 尼茲（2002）：《文化：社會學的視野》，頁252-256  
商務印書館。
12. Mike Featherstone（2000）：《消費文化與後現代主義》。譯林出版社。