

行政院客家事務委員會補助研究

台灣客語電視節目策略分析與推廣建議

計劃主持人：鄭自隆

研究助理：陳奕宏、姜如珮

國立政治大學 廣告學系

2003年12月

目錄

第一章 研究動機與背景-----	1
第一節 研究動機與目的-----	1
第二節 研究背景-----	3
第三節 台灣客語電視節目史-----	4
第四節 台灣現有客語節目-----	8
第二章 文獻探討-----	12
第一節 國外族群節目相關研究-----	12
第二節 電視節目策略-----	17
第三節 電視節目推廣-----	19
第三章 研究方法-----	24
第一節 研究對象及範圍-----	24
第二節 研究方法概述-----	25
第四章 研究結果-----	27
第一節 節目策略-----	27
第二節 節目規劃與推廣建議-----	42
第五章 研究結論與建議-----	57
第一節 研究結論-----	57

第二節 未來研究建議-----	61
第三節 實務建議-----	62
參考書目-----	64
附錄一-----	68
附錄二-----	70
附錄三-----	71

表錄

表 1-2-1 影響客家文化運動的幾個重要的歷史時刻-----	3
表 1-3-1 一九七二、一九七八國內電視使用語言比較-----	5
表 1-3-2 九〇年代台灣的客語電視節目-----	6
表 1-4-1 台灣客家電視節目現狀-----	8
表 2-3-1 教育廣播電台成人教育節目之推廣策略-----	23
表 3-1-1 研究對象節目一覽-----	24
表 3-2-1 研究架構-----	25
表 3-2-2 深度訪談名單-----	25

第一章 研究動機與背景

第一節 研究動機與目的

二〇〇一年六月十四日，行政院客家事務委員會[行政院客委會]正式成立，也成為世界上第一個專設統籌客家事務的政府機構¹，台灣四百萬的客家人的權益，終於獲得正視。

一年多以來，在客委會一系列委製電視節目、宣導廣告及相關活動帶動下，台灣電視中沈寂已久的客家聲音漸漸上揚。

而客委會為了營救快速流失的客語²，大力推動成立客家專屬電視台，並於二〇〇三年七月一日正式開播，無疑是對電視媒體扮演教育傳承角色的肯定與重視。

台灣的電視台還有商業營利與服務的目的。儘管以往客語節目或因政治因素數量持續偏少，不過面對近年客家族群意識抬頭，四百萬的客家收視族群與市場深具潛力。

在客家人的呼聲中，電視台如何規劃客語節目；亦即，現下各有線無線電視台之客語節目策略為何？不只可以看出該媒體對客家收視族群的重視程度，某方面也反應國家政府與社會，對客家事務的關心程度。

本研究旨在針對台灣現有的客語電視節目策略進行分析，期對政府擬定的相關傳播政策，及媒體規劃客語節目參考做出貢獻。

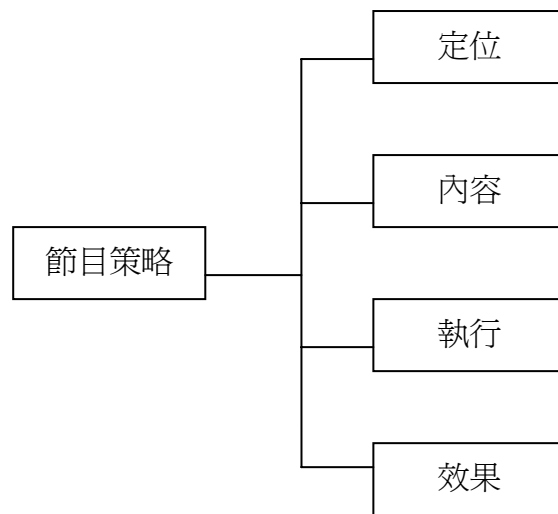
本論文擬探討台灣現有的客語電視節目策略，以瞭解：

一、節目規劃與策略：包含：

¹同註 7。

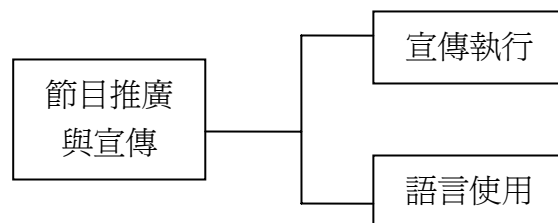
²客委會主委葉菊蘭於二〇〇三年一月四日，應邀上「中廣面對民眾」節目，說明客委會推動客家語言文化能見度的努力時，提到台灣客家話正以每年 5%的速度在流失中（翁翠萍，2003）。

- (1) 節目定位及其宗旨與目的。
- (2) 節目內容與取材。
- (3) 節目之執行組織、人員組成與素養。
- (4) 節目播出效果與之收視族群與收視狀況。



二、客語節目推廣與宣傳建議：包括：

- (1) 節目宣傳執行方式。
- (2) 節目主持語言使用情形。



第二節 研究背景

二〇〇一年五月初，醞釀多時的「行政院客家委員會」在立法院三讀通過組條例，六月十四日正式掛牌運作，「是全球各國唯一中央政府設有的客家專責機構」³，負責統籌推動、處理台灣客家人包括語言、音樂、戲劇、民俗、禮儀、文化傳承，甚至於政治地位、社會權益等牽涉客家族群尊嚴等事務（瞿文芳，2001）。

二〇〇三年三月，客家電視台將成立，肩負傳承台灣客家族群的語言與文化的重責大任，台灣客家族群的延續有了希望的火炬。

表 1-2-1 影響客家文化運動的幾個重要的歷史時刻

時間	事件	意義與說明
1948	「台北市中原聯誼會」成立	台灣第一個客家團體，首任會長何禮謙。因當時社會因素（二二八事件隔年）組織未冠上「客家」。
1983年	桃園縣龍潭鄉「台灣區客家民俗文化大展」	由當時鄉長游日正主導活動，正式標舉出客家文化展演活動模式（包含食、衣、住、行的靜態展覽，和各種當時可挖掘出的客家表演藝術的動態表演），並且出版當時少見的客家文化活動專刊。
1987年10月	客家風雲雜誌 創刊	開啓了客家文化公共論壇的先聲。
1988年12月	「還我母語運動」	「客家運動元年」。由 客家風雲雜誌 （ 客家雜誌 前身）幹部策劃，在台北街頭發動萬人遊行，讓客家意識從地底下鑽了出來。

³二〇〇二年十一月二十四日晚間，世界客屬總會高雄市分會及客家同鄉會聯合會在高雄市義民廟舉辦會員大會，客委會主委葉菊蘭於會中說明（轉引自程啓峰，2002）。

1993年7月	教育部開放各級學校實施雙語教學	郭為藩擔任教育部長，正式宣佈要實行雙語教育。修訂國小課程標準從九六年開始三年級到六年級增設「鄉土教學活動」，包括客語教學。
1994年	文建會「社區總體營造」	公共部門釋放善意，強調政策決定應有由下而上的管道。客家社區也從自身資源出發，發展出具有客家文化特色與在地風貌的現代客家社區。
1998年	台北市政府「客家文化節」	選在客家人較集中的通化街推出，希望客家意象因活動走入社區，感受到具體的都會客家生活與文化。在台北六所大學客家社團和客家文史工作者努力下，編成第一本台北都會客家史—— 通化街客家街路史 。
2001年6月14日	行政院客家委員會成立	施政目標在達成振興客家語言文化與社會發展，並建立台灣成為世界客家文化中心。二〇〇二年十二月十三日至十七日首次擴大舉辦「二〇〇二全球客家文化會議」。
2002年3月4日	公視「寒夜」播出	國內首部客語發音的連續劇。

資料來源：整理自落地生根新故鄉——台灣客家社區運動，陳板，2002，**2002全球客家文化會議論文集**（頁72-73）；台北城的客家村，林一雄，1998，**新个客家人**（頁93）；行政院客家委員會網站（2002），**客委會介紹頁【公告】**；公共電視網站（2002），**公視客家文學大戲「寒夜」影片試映暨座談會【公告】**。

第三節 台灣客語電視節目史

電視台是大眾社會的公器。然而戒嚴時代，政府恣意管理電視、電台，尤其以「廣播電視法」及其相關法令，構成箝制母語發展的媒體環境。早期「廣電法

」二十條規定「電台對國內廣播應以國語為主，方言應逐年減少」，「廣電法施行細則」第十九則規定「國語廣播應用國語之比例，調幅電台不得少於百分之五十，調頻電台及電盲不得少於百分之七十」。此外在「施行細則」裡，更控制地方電台及專業電台之語言比例，諸如「電視廣告規範」、「廣播電視規範」等法令，更是針對節目和廣告中本土語言加以不憚其煩地限制（戴寶村、溫振華，1998）。

茲以一九七二、一九七八年為例，國內電視使用語言之比較比例，便可看出客語更是弱勢。

表 1-3-1 一九七二、一九七八國內電視使用語言比較

年度	比例	華語（國語）	閩南語	客語	外語
1972	台視	56.69	17.22	0	26.09
	中視	61.95	19.86	0	18.91
	華視	60.79	15.74	0	23.47
1978	台視	72.82	11.25	0	15.93
	中視	69.56	15.09	0	15.35
	華視	78.78	8.58	0	12.33

資料來源：李瞻，**客家風雲第13期**（頁15）。

承上表，端視客語在電視節目中的使用情況，與實際使用該語言的人口比例相比比例不成比例，尤其是客語方面更是付之闕如，政府如此長期方言節目控制的情況，直接形成母語傳播的社會障礙，消滅了呈載母語社會的傳播媒體，造成客家服務的缺乏，更戕害母語的尊嚴與感情基因，造成母語本身鄙俗惡劣的錯誤社會形象（戴寶村、溫振華，1998）。

一九八八年十二月二十八日，台北市舉辦了第一次有史以來客家人萬餘人的

大規模「還我客家話」示威抗議，遊行以「全面開放客語電視節目，修改廣電法廿條對方言之限制條款為保障條款；建立多元開放的語言政策」為訴求，之後，才由省府補助製作「鄉親鄉情」，每週由台視播出三十分鐘，首開客語節目的先例，一年總計播出二十六個小時（梁榮茂，1993；張致遠，1994）。鄉親鄉情開播隔年，台灣電視台製作客家節目比例仍僅0.7%（張致遠，1994）。

「鄉親鄉情」內容涵蓋政令宣導、文化講座（城鄉客談）、新聞集錦、諺語歌謠等，其中「客家風情」單元是整個節目的重頭戲，選定全台七十個客家鄉親比例較高的鄉鎮市，逐一做外景採訪，單元內容包括沿革、山川地理、人口分布、文物特產、信仰風俗、名勝古蹟等專輯，與客家的食、衣、住、行、育、樂、傳說趣聞的感性節目，和從三百六十行探討族群關係、社會變遷、耕讀傳家、客家尊嚴、客曲傳薪、母語運動等問題。

爾後台視、中視兩家無線電視台還有「鄉情鄉曲」、「客家風情畫」、「談天說地打嘴鼓」等客家節目。

不過電視製作人張致遠（1994）在提及九〇年代上述客語節目時，批評部份節目有考證文獻不充分和採訪對象不適合的問題，甚至在「客家風情畫」中有一集「雲林客家福佬客」竟成為大半以上的福佬話版本。

而自一九九一年七月起，台視、中視、華視自上午十一點至十一點四十分，各台十五分鐘的「客語新聞氣象」節目。由於新聞節目涵蓋面太廣，碰上專有名詞和外來語，是無法以客語表達的，加上新聞播報的時效和速度，主播難免唸出錯別字，而且只是與他節新聞發音不同、內容一樣。

當時一年三台合計則為二七三小時又四十五分鐘，與「鄉親鄉情」播出時間兩者合計共為十二天半，傳播媒體公器，客家人卻得不到應有權益（梁榮茂，1993）。

戴興明於一九九三年七、八月間，針對世界客屬總會會員進行「台灣客家人

的政經行為調查研究」發現，48.7%的受訪者有收看或看過三家電視台客語新聞，顯示客族對客語電視新聞的需求頗高。不過有不少受訪者在回函中表示，客語電視新聞時段不佳影響其收視機會，戴興明（1994）指出，主要是由於缺乏廣告支持，三家電視台很難把客語電視新聞調整到比較好的黃金時段。

表 1-3-2 九〇年代台灣的客語電視節目

節目名稱	頻道與播出時間	內容
鄉親鄉情	一九八九年開播，台視頻道每集播出三十分鐘。	第一位主持人陳裕美。第二位主持人詹婷。
鄉情鄉曲	一九九二年開播，於台視每週末上午十時播出半小時。	弘益傳播製作，起初每集經費五萬餘，後來調整到六萬餘，主持人唐山、黃千芳。後來與嵐雅傳播聯合製作，主持人羅肇錦、劉瑞倩。節目單元「政令宣導」、「原鄉歌謠」、「原鄉風情」、「講客話」、「鄉情故事」等。
客家風情畫	一九九〇年開播，於中視每週二晚間十一時播出，至一九九四年三月一日結束。	公視委製，第一個以北京話發音的客家節目。懷寧傳播策劃，每集經費十六萬餘元。
談天說地打嘴鼓	中視。	客雅傳播製作，經費不足，無法維持常態播出。
客語新聞氣象	一九九一年七月起，台視週一至週五上午十一點播出十五分鐘。	主播宋美玲、徐惠玲。
客語新聞氣象	一九九一年七月起，中視週一	主播鍾惠文、唐山。

	至週五上午十一點播出十五分鐘。	
客語新聞氣象	一九九一年七月起，華視上午十一點二十分播出十五分鐘。	主播陳貴英。

資料來源：整理自電視客語節目的現狀與改進，張致遠，1994，**客家文化研討會論文集**（頁184-192）。

第四節 台灣現有客語節目

現今我國有線電視普及率已達82.2%，節目頻道數更多達八十餘個，是重要的傳播工具，也是輿論激盪與民意形成的重要管道。但就目前五家無線電視台（台視、中視、華視、民視及公共電視）及多家有線電視系統台而言，其中台視、中視、華視及民視四家無線電視台每天大多只播放三十分至一小時不等之客語新聞節目，公共電視台雖曾陸續製作播出客家文化節目（如「客家新聞雜誌」、「發現客家」）、連續劇（如「寒夜」）等，但客家節目占該頻道節目量，比例仍然偏低。至於在地方化的有線電視系統業者方面，桃、竹、苗等客家地區，也僅有少數幾家每日製播客語新聞，和不定期播出客語節目。整體而言，客家電視節目總播放時數及節目類型，距離客家族群收視需求甚遠（行政院客家委員會，2002）。

客委會成立後，積極推動客家事務，首要的在傳承母語，因此在二〇〇二年間委託多個電視台製作播出客家相關節目與單元，更積極動成立客家專屬電視頻道。

表 1-4-1 台灣客家電視節目現狀（客家電視除外）

節目名稱	頻道與時間	節目內容	其他說明
民視四點	民視，週一至週五下午	前半節為當天的民視新聞，客	羅瑞誠主播。

客語新聞	4:00~4:30播出。	語主播；後半小時為深度的報導。	
客語新聞	台視，週一至週五上午10:05~10:20播出。	新聞時事，客語播出。	已停播。
客閩語新聞	中視，週一至週五下午4:00~4:30播出。	新聞時事，客語播出。	鍾惠文主播。
客家語新聞	華視，週一至週五下午3:40~4:00播出。	新聞時事，客語播出。	陳玉貴主播。
來去客家庄	年代MUCH TV電視台，週一至週六晚間7:55~8:00，播出五分鐘。	從台灣南到北，深入介紹有特色的客家聚落，使民眾深入客家聚落，了解客家文化的地方風土人情、宗教信仰、客家特殊禮俗、客家文化產業、客家特色建築等。	行政院客委會委託製作播出。已播畢。
客家新聞雜誌	公共電視，每週日晚間9:00~10:00播出，隔天上午10:00~11:00重播。宏觀電視，每週日晚間7:00~8:00，隔天清晨4:00~5:00重播。	有「過家聊客」、「客家每週一話」、「客家在地聲音」、「客家人事物」、「客家活動預告」等單元，以客語採訪報導。	
寒夜	公視，週一至週五上午11:00~12:00重播。	李喬原著，講述百年前客家先民墾殖生根的艱苦故事。除了客家傳統特色外，劇中亦包含了泰雅族、閩南等各族群的風	二〇〇二年三月四日起，晚間8:00播出，共二十集。二〇〇三年二月

		俗文化的呈現。	十七日至三月十四日重播。已播畢。
客家心聲	好消息Good TV，每週二上午8:30~9:00，下午5:30~6:00播出。	客語福音電視節目。	已停播。
客家歌謠	蓬萊仙山，每週日下午2:00~3:00播出。		已停播。
天天哈客	八大電視27頻道綜合台，週一至週五晚間7:56~7:59，播出三分鐘。次日午間12:56~12:59重播。	由客籍藝人侯昌明擔任主持人，以年輕新貴的形象，帶著觀眾到台灣各地的客家聚落走走，以自然生動的劇情，進入各種日常生活情境，引發觀眾的共鳴，向當地的客家人學習道地而實用的客語，並安排短劇情境，讓侯昌明與客籍藝人（如黑人——陳建州、林曉培、彭佳慧……）、各行各業的客籍人士互動，觀眾從其對話當中自然而然學說客語。	行政院客委會委託製作播出。已播畢。
微笑講客話	每天晚上6:25~6:30間，播出時間為三分鐘；於公視上午8:25、華視午間新聞後重播。	客語教學電視節目，由英語名師徐與觀眾間進行一段緊湊有趣的聊天，並視情況穿插圖卡、動畫等。藉由徐薇的主持特色及優秀的臨場反應能力	行政院客委會委託製作播出。二〇〇二年九月十九日起，至十二月十七日播畢。

		，提昇節目的知名度及品質。	
哈客報報	民視新聞台，週一至週五晚上6:00~7:00間，約三至五分鐘；於週一至週五下午4:00~4:30間重播。	民視六點攔截新聞中的一項單元，盛竹如主持。選擇能夠呈現客家文化之美的題材作報導。	行政院客委會委託製作播出。二〇〇二年八月十二日起，至十二月十三日止。已播畢。
客語新聞	北視有線電視（新竹）第十頻道。21:00-21:30首播，23:30-24:00及次日10:30-11:00、14:30-15:00重播		已停播。
大愛最客家	北健有線電視（桃園）週一至週五 12:00-13:00及17:00-18:00		已停播。
客語新聞	吉元有線電視（苗栗）第十頻道，18:00首播，22:00、00:00次日06:00、08:00、10:00、14:00、16:00重播		與信和合併，同步播出。
客語新聞	信和有線電視（苗栗）第十頻道18:00首播，21:30、23:30次日10:30、14:30重播		與吉元合併，同步播出。

資料來源：整理自各電視台節目表及網站。**電視頻道播出客家（語）節目一覽表**，新聞局，2002。

第二章 文獻探討

第一節 國外之族群節目研究

Karam (1974) 指出，一種地區語言要發展成為超越地區性質的共通語言時，必須經過「規劃」、「實施」、（在「語言社區」中進行）及「評鑑」等步驟。而在語言規劃計畫中，許多國家對方言族群實施的語言政策是「雙語制」，在中央設置專責機構，保存方言族群傳統語言文化。

共通語言推行固然有利溝通、加強國家認同，但國家認同本應源自運作健全的制度系統，能迎合全體人民的需要及興趣，不能憑空「創造」，而對弱勢族群來說，「國家認同」常是源自中央政府滿足其工具性的需求----確保他們發展自己文化機制的自由、擁有教育權、維護語言（Rubin & Shuy, 1973）。對弱勢族群而言，「國家認同」少由「感情」層面產生，多源自「工具」層面，而規劃語言政策的中央政府應重視人人（包括弱勢族群成員）平等取得管道、平等參與的機會，認定共同語言時更應詳加考慮：共通語言產生「有利溝通」的「工具價值」和其造成的不利後果，孰重孰輕？共通語言的選擇和推行是否能確保族群保有其族群認同、接近（參與）系統的機會平等（Kelman, 1965）？

許多國家也都有操持不同語言的族群爭取廣播電視權的情形，而以下則為夏威夷等六個地區少數民族爭取其電視平等權的梗概⁴。

一、夏威夷

夏威夷每一個民族都是少數民族，但在早年仍舊有以夏威夷寫成的報紙，在政治上具有一定之影響力，當地人曾以此自豪。不過隨著美國主流文化的強化，二十世紀的夏威夷媒體迅速萎縮，純正的夏威夷記者並不多見。今日，靠著少

⁴ 以下第一至第五個地區引自Stephen Harold Riggins (ed.) (1992). *Ethnic Minority Media: An International Perspective*. Newbury Park, CA: Sage

數族群意識覺醒，才有另外一番的新風貌。

夏威夷有超過三十個有線電視頻道，但很少呈現本土風味的夏威夷風情，一些經過挑選的文化性節目大都只在公共電視台及社區電台播送，觀眾也不多。公共電視台每週製作半小時的Spectrum Hawaii，主要關心藝文活動以及一個以討論時事、重要議題為主的對話性節目（Henningham, 1992）。

二、阿拉斯加

一九七〇年，聯合國為解決阿拉斯加的教育問題，同時阿拉斯加教育廣播協會（Alaska educational broadcasting commission, AEBC）提出以低功率VHF電台播放錄影帶的構想。翌年，公共廣播聯盟（corporation for public broadcasting）贊助AEBC選擇三個地方試辦。

不過這個實驗計畫的目的在於測試衛星的科技利益，至於文化關懷或其他部分都只是附帶。最後當局則同意播出阿拉斯加民族雜誌；另外一個則是成立消費會議，成效頗佳。

製播節目的決定權最終落於Alaskas Federation of Natives' s telecommunication committee。此委員會由十二個地方社團組成，曾要求自製節目或與鄰近的加拿大合作，因為當時加拿大製作了許多與當地生活息息相關的影片。最終卻因缺乏利潤且跨國立法問題，最後無疾而終。

在今日，美國政府贊助的娛樂頻道約及於兩百七十多個社區，節目決定權委由 Rural Alaska Television Network Council負責，這個審議會由兩個官員和兩個地方代表組成，縱然官方鼓勵地方節目自製，不過一方面由於節目仍然相當不足，另一方面又受到American Broadcasting Company（ABC），Columbia和 Public Broadcasting Service（PBS）等片源所影響。最終導致難以製作出符合當地文化特色的節目。

三、格陵蘭

格陵蘭電視是一九七二年因一位丹麥人要賣電視，所以在Ole Winstedt私設有線電視站，播放的節目都是由錄影帶空運而來，各國影片皆有。由於格陵蘭人聽不懂外國語，因此多半會關掉聲音，另外由收音機的音樂搭配。盜版的情形雖然嚴重，政府通常爭一眼閉一眼，之後當地人也拿起V8攝影機，自製政治或體育節目。政府鑑於電視影響力之巨大，最後在Nuuk 成立 KNR-TV電視台，一年播放約兩千小時節目，同樣的，各類型皆包含，但丹麥文或外語節目佔大多數，以格陵蘭人爲主的伊努語（Inuit）及配語字幕僅佔5%。

有人認爲，住在加拿大魁北克（Quebec）北邊的伊努人，是因爲聽到格陵蘭的伊努節目，因而要求自製他們自己語言的節目，跨極圈的伊努人也成立了 Inuit Circumpolar Conference，之後再成立 Inuit Broadcasting Corporation（IBC）交換節目。一九八六始，加拿大每週播放伊努語節目，KNR也播放IBC的節目，至此，極區的伊努人開始瞭解對方的語言。

四、威爾斯

威爾斯是英國境內其中一支少數民族，主要分佈在英國西南邊，早在一九二七年威爾斯人便有自己專屬的電台，不過當時他們不滿BBC的廣播政策，認爲會造成威爾斯語存續的威脅。

BBC在一九五二年成立了諮詢機構保障蘇格蘭及威爾斯節目。一九六四年成立威爾斯語會議執行威爾斯的政策。直至一九五四年通過的電視法案（Television Act），ITV（Independent Television）出現後才結束了BBC獨佔的情況，而後出現的TWW Television West & Wales 每週播出五小時的威語節目，不過在當時仍舊受到極大批評，原因是威爾斯人認爲節目過少，稍後接手的HTV（Harlech Television）稍微改善了這個狀況。

一九八〇年代，BBC Wales每週提供了六小時的英語和七小時威爾斯語節目

。換言之，每週從BBC和IBA來的威爾斯電視節目超過十四小時，但威爾斯人最終希望的仍是一個屬於自己的電視頻道。

五、亞奎丹 (Aquitaine)

亞奎丹位於法國南部一省。傳統上法國是政治及文化高度集中的國家，不過其南部的少數民族傳統與語言向來與法國的關連不密切，文化上大致分為兩區，其一在Gascon-Occitan，另外一個則位於Basque郡。該兩個民族所使用的語言在法國的使用率並不高，學者Phillipe Gardy認為這種語言將有消失之虞。

一九七〇年代，無論是私人或公共電台，鮮少製播方言節目，以亞奎丹而言，地方電視台FR3每個月只製作一小時Basque節目，但不製作Gascon節目。地方公共電台個月也只做六個小時的Basque節目和二十四分鐘的Gascon節目，為此，電台間還流傳一則笑話說，那是因為麥克風不是Basque的設備。

六、西藏地區⁵

一九八九年，西藏成立了自治區廣播電視廳，次年底，西藏地區成立自治區第一座廣播電台。西藏人民於廣播電台成立起，就確定「以藏語為主」的方針，執行「對內對外廣播並舉」的方針。電台十個播音的頻率中，藏語便佔了六個。

西藏人民廣播電台自辦的十一個新聞、教育節目中，有八個為藏語節目，即「簡明新聞」、「全區廣播台站聯播節目」、「理論與實踐」、「法制漫談」、「對國外藏族同胞廣播」、「西藏歷史知談講座」和「閱讀與欣賞」等。其中「對國外藏族同胞廣播」為宣傳中共方針政策和西藏各項建設成就。

西藏電視台於一九七六年籌建，一九七九年十月開始轉播中央電視台的彩色節目。每天播出約三小時，其中西藏節目約三十五分鐘。西藏電視台直至一九八五年八月才正式成立。

⁵西藏部分引自王章陵(1998)。**西藏地區中共的文化事業——從一九五〇年到一九九六年**。台北：行政院蒙藏委員會。

西藏電視台成立後，為貫徹「以藏語為主」的方針，設有專門的譯製部，譯播各類藏語節目。一九八九年，自製藏語節目約有八十小時，每天播出藏語節目約三小時。一九九四年八月，西藏電視台英語節目在北美播出一個月，使西藏電視台的節目邁向世界。

另外，廣電政策施行的過程中常遭遇源自國家的語言政策，以加拿大為例，因為語言地位不一，獨尊一家，致使電視台備受責難之餘，卻無法全盤改變，後來雖然不同的語言有各自獨立的頻道，但語言地位不平等，造就了各自孤立的族群，來自不同族群的人也就無法進一步體會不同文化之美（Howell, 1986）。因此需要首先檢討的是語言政策、文化政策；族群性電視節目的有無，只是反應了語言政策、政治上的意識型態（如西藏）。設若政治上、文化上的霸權意識型態始終存在，則族群性節目的資源配置及地位將無以導正（方念萱，1989）。

又各國族群性節目的安排方式不同，如美國說西班牙的人口眾多，自有頻道、電台，因為族群認同度高，向心力就強，廣告公司甚至成立西語人口部門，節目的廣告盈餘便足以支持節目製作；芬蘭、中東、澳洲等地本是在同一個頻道上播出族群性節目，後逐漸發展出獨立頻道，不過在經費來源方面仍然有問題；加拿大族群節目製作經費由國會、廣告收入負擔，電視台為人民所有，後來私立的族群電台也相繼成立；比利時在族群性節目方面的經費則來自國會及電視稅（方念萱，1989）。

綜合上述，除描述少數族群爭取媒體接近使用的努力與成果外，也重於描述這些族群對保有自己語言的堅持與態度；由這方面的著墨，或可喚醒台灣政府以及各語言族群重新定位語言的內涵。

不少案例也顯示，儘管處在全球化的趨勢中以及資本市場競爭之下，語言因為不只是溝通的工具，因而，爭取族群語言的媒體生存空間，勢必要而急切的（薛雲峰，2000）。

第二節 電視節目策略

電視節目的編排往往是電視節目管理最富有創意的部分，節目編排的主要目的即在於增加節目收視觀眾群之數量，以迎合廣告主之需求（Eastman & Ferguson, 1993）。

關於電視節目編排方面，美國學者Steiner首先於1952年提出以觀眾節目喜好類型與其他電視公司競爭節目等因素，作為編排電視節目的考量（胡堯庭，1997）。至於何謂電視節目策略，Eastman（1985）於其著作**廣播與有線電視**（*Broadcast/Cable Programming Strategies and Practices*）一書認為，節目策略是指電視台對該系統之整體的節目編排計畫，巨大規模與整體性的編排計畫。而節目策略的形成始於對節目的資料蒐集、合乎市場需求的選擇、次經由節目編排處理，最終是節目播出的收視報告。

另外，關尚仁（1992）的研究指出，「節目策略的研擬過程，應先將節目系統中相互影響、相互關連的各項元素辨別出來，而後納入考慮，再使用系統分析的理念與技巧，歸納出若干可行方案，再請決策者作最後決定」。據此，他提出「節目策略系統圖」，羅列出影響節目外部因素、內部因素，與控制因素，與控制因素等。外部因素包括市場、競爭對手、受眾特質、廣告客戶、節目供應等；內部因素包括節目選擇、節目存量、節目促銷、財務預算、製作能力；控制因素則包括法規、利潤目標、電台定位、經營者等；除上述三項主要因素外，對於收視的調查也成為影響節目策略因素之一。

學者Eastman（1993）等曾以遙控器普及使用為切點，將電視節目策略分為傳統策略與現代節目策略，其中傳統電視的節目時段編排策略共計有以下四種：

一、強力導入策略。一個成功的節目是要放在如黃金時段的好位置開頭處，因牽引效果的影響吸引更多觀眾收看。

二、吊床策略。將較弱的節目安排在兩個強檔節目中間播出，以接續前面節目延續之觀眾。

三、搭帳棚策略。電視台以強檔節目來拉抬其他鄰近節目的收視，此策略較適合強檔節目不夠多的電視台。這種策略假設觀眾爲了怕錯過某個強檔節目，也許會提前轉到此一電視台收視。然而，也有可能發生因爲前後節目太弱，導致拖垮強檔節目的情形。

四、區塊策略。電視台將性質較爲相近或訴求觀眾相同的節目安排在一起成爲一個區塊，來養成觀眾延續收視的習慣。

上述節目時段編排策略經常會被搭配運用。而這些策略主要的考量點多半基於觀眾被動收視習慣而來；然而，今日遙控器則爲觀眾帶來許多主動性（Walker & Bellamy, 1993），所有的情況改觀，傳統節目安排的策略至今是否適用，不無疑問。

因而在電視遙控器普及後，因應而生的新電視策略，則有以下五種（Eastman, 1993；East & Ferguson, 1997；Howard, Kievman & Moore, 1994；Carroll & Davis, 1993；Pringle, Starr & McCavitt, 1995）：

一、吊床策略。將較弱的電視節目安排在兩個強檔節目中播出，以接續前面節目的觀眾不會轉到他台。

二、搭帳棚策略。電視台以強檔的節目來拉抬其他時段鄰近的節目收視，而此策略則適合強檔節目不夠多的電視台。這個策略假設觀眾爲了怕錯過某強檔節目，也許會提前轉到此電視台收視。然而，也可能因前後節目過於弱勢，導致拖垮強檔節目。

三、橋樑策略。該策略有兩種作法，其一爲節目開始與結束的時間故意和對手錯開，觀眾如果想轉台，可能因爲已經錯過其他台開始的地方，而又回到原節目；另一種則是安排時間常一點的強檔節目於黃金時段前開始播出，如此則可避開竟增對手的強檔節目，減少觀眾轉台的可能。

四、阻擾策略。電視台藉由安排高票房、口碑佳的電影或盛大音樂會等，吸引競爭對手的觀眾流動，轉台到該頻道收視。這種策略雖然將打斷或打亂競爭對

手觀眾的收視習慣，但若過度使用該策略，可能會使成本提高，對自己的收視累積幫助並不顯著。

五、無間隙策略。觀眾常於廣告時段轉台、美國電視網便發出一種新的電視節目策略——無間隙策略，意即減少或縮短剛播完的節目與下一個節目之間的廣告時間，避免觀眾於廣告時段利用遙控器轉台；因而，也有電視網所幸先播一些快節奏及吸引人的情節，以留下觀眾，至於節目名稱及工作人員名單則是晚幾分鐘才播出。

因此我們可以發現當下電視節目編排策略中，已加入些因應觀眾收視習慣而發展出來的新策略，如無間隙策略、橋樑策略等。

劉幼琍（1997）更將多位學者所提出的節目編排策略整理出十四項原則，包括：一、強棒出擊策略；二、導入策略；三、吊床策略；四、針鋒相對策略；五、反向策略；六、帶狀策略；七、區段策略；八、棋盤策略；九、搭帳棚策略；十、）橋樑策略；十一、阻擾策略；十二、防禦策略；十三、攻擊策略；十四、無縫隙策略。

整體而言，節目編排為具體實踐節目策略的臨門一腳，電視節目的編排除與觀眾的生活作息有密切關聯外，電視台在作節目編排時，也應同考量廣告壓力、收視率、適宜性、競爭對手節目編排等影響因素（魏美凌，1995）。

第三節 節目推廣

行銷的概念，若由狹義的角度來詮釋，就是推廣。推廣是一個溝通的過程，其目的在促使顧客願意接受某一種產品、服務或觀念。因此行銷者必須瞭解溝通的進行方式（魏惠娟，1997）。

Pringe(1991)認為，節目行銷宣傳是電視台為推介節目內容給所有觀眾所從事的工作。電視台長期累積經驗發現：從觀眾利益出發進行宣傳，可強化現有觀眾的收視習慣，並刺激潛在觀眾收看。Pringe, Starr, McCaritt三位學者歸納後，提出節目行銷宣傳計畫要點，策略即可使用的文宣通路：

一、節目行銷宣傳計畫。節目行銷宣傳計畫是宣傳部會同總經理及新聞部、節目部、業務部等各部領導人商計的結果。發展與執行行銷宣傳企畫，通常經歷下述六個步驟：

（一）決定本台和競爭台間的收視率、收視群人口特質、心理特性。

（二）找出觀眾選擇本台節目與選擇競爭對手節目的原因，並瞭解為什麼潛在觀眾不收視本台節目。

（三）評估本台優劣勢。

（四）建立優勢，草擬修正劣勢的計畫。

（五）執行計畫。

（六）效果評估。

二、節目行銷策略規劃。發展節目宣傳策略時，必須考量下列幾項因素：

（一）活動目的（campaign purpose）是形象推廣或節目宣傳？如屬前者，著重於形象建立、強化、還是改變？如屬後者，節目策略基礎為何？

（二）目標觀眾群（target audience）是哪些人？

（三）觀眾利益（audience profits）：為什麼觀眾會回應？他們得到哪些利益？

促銷方法（promotion methods）：訊息如何傳遞到目標觀眾群？使用什麼媒體？

（四）促銷活動依賴單一方式進行或執行促銷組合？

（五）什麼內容（content）最適合於選定的宣傳方式？

（六）預算（budget）。

（七）評估（evaluation）：活動結果依什麼標準評估成敗？

三、宣傳通路：廣告、發佈新聞與公共關係、on-air & off-air促銷、及公共服務是幾種最常混和使用的通路。

然而，推廣側重行銷溝通的有效進行，即所謂「有效的溝通」，推廣者能瞭

解目標消費者偏好的訊息接受方式，然後具以製碼，並建立回饋系統，以便隨時接收消費者的反饋訊息，俾作進一步的修正或創新。推廣工具則包括廣告，促銷、公共報導及人員推銷等（魏惠娟，1997）。

節目品質為重要的競爭要素，因為可提供選擇之節目愈來愈多，在方便性相同的前提下，聽眾將會選擇能滿足需求、感覺愉快、同時又收穫豐富的節目，而這些節目也將愈來愈受歡迎。最好的節目將建立口碑，學習者也將自動尋求這些節目（蕭靜雯，2001）。

電視節目推廣方面，鄭自隆（2002）對公視「水果冰淇淋」推廣的研究，曾有以下結論與建議：

一、節目方面：建議內容應更契合兒童經驗，設計LOGO浮水印、設計3D動畫人物作為串場、節目形成明確之「結論」、擴大節目取材地點、增加不同族群介紹、開闢英語單元；為擴大收視率應該對播出時段做出調整。

二、廣告方面：由於公視並無充裕經費，因此可使用商品置入（product placement）方式爭取交換廣告，商品的置入並非節目廣告化，而是經由節目中道具或佈景的使用，取得該所有人的贊助，此在歐美電影電視實務執行常見之方式，並無違背傳播專業倫理。此外，在節目廣告中可使用專家學者證言，以及透過公視企業形象、金鐘獎背書來推廣節目。

廣告訊息的呈現，除了節目廣告外，建議大量使用公益廣告（PSA：Public Service Announcement），透過公益訊息的擴散，以建立節目形象。媒體方面除電視、報紙等大眾媒體外，輔助性媒體（公車、捷運、cool card等）均可選擇使用。

三、公關方面：透過公益性活動，並將之變成常態性活動，可形成節目代表性活動，只要提到該活動，便可聯想到節目，使之成為節目資產，加強家長及師長的品牌印象。例如7-11每年定期舉辦「飢餓三十」活動，不僅媒體大幅報導，且每年均募得大量款項援助非洲饑民，對企業形象大幅提昇，當提到飢餓三十便

會聯想到7-11。提報的活動中應挑選可行、且結合公益性之活動，設計為一常態性、定期舉辦的公益活動，以形成節目資產。

另外還可成立基金會操作廣告廣告及促銷活動，擺脫公視節目之限制。同時讓基金會成為台灣兒童代言人。並可與教育部、衛生署等合作，提供單元人物之肖像，作為政令宣導代言人，節目內容可配合宣導政令，如腸病毒防治，如此便可爭取教育單位經費補助，無須受限於公視經費。

四、促銷活動。擴大商品線，凡不需開模製模之商品均可考慮使用，現有的節目亦可做成VCD商品，但須有完整的index，以提供教師查詢使用。其次，應擴大通路，除現有之通路外，學聯社（全國國小聯合合作系統）亦可考慮。

上述為電視節目推廣之範例。廣播節目推廣方面，將回顧蕭靜雯（2001）以及李嘉崑（1995）對教育廣播電台之研究。其研究成果及建議如下：

一、成立服務中心。教育廣播電台於一九八四年成立服務中心，本著「推實施推廣教育廣播，提高教學效果，提供社會諮詢及服務聽眾」的理念，做為推廣服務的輔助機構，扮演聽眾服務及協助節目推廣之角色。並於彰化、高雄、花蓮與台東四個分台為據點，共同組成教育電台的服務網。

二、節目推廣。為吸引聽眾收聽教育電台的節目，以達推廣教育廣播、提高教學效果的理念，教育電台的節目推廣工作由節目課負責主導，並配合其他課室的協助下，透過與其他印刷媒體合作、代售教材等方式，以促進節目推廣之工作。以下則為推廣的細目說明：

（一）寄發節目冊：由於教育電台每年三、九月會調整節目，而教育電台固定於二、八月初時寄發新的節目冊給各級學校、社教機構、或置於車站等公共場所，以便利民眾索取。

（二）登報宣導：教育電台不定期刊登各種節目的動態訊息於國內的報紙、廣播雜誌上。

（三）插播宣傳：利用教育廣播電台之調頻、調幅網等，插播各類節目的訊

息，如現場call-in節目的宣傳、演講節目的預告等。

（四）教學節目交流：教學節目包括社會教育類與外國語文類，除於教育廣播網中播出外，並免費提供其他電台播出，以擴大服務範圍。

（五）錄音帶拷貝服務：各類教學節目均接受聽眾的拷貝申請。

（六）代售教材服務：為便利聽眾收聽，教育電台對播出之教學節目，均有代售教材之服務。（此功能已逐漸由坊間書局、空大與華視教學部所取代。）

（七）出版叢書贈閱：將教育專業類節目，集印成冊，免費分贈各級學校、社教機構及圖書館等單位收藏。

根據蕭靜雯（2001）進一步對教育廣播電台成人教育取向之分析，就節目推廣而言，廣播節目之成人教育取向，應包括：與平面媒體合作、透過網路傳播、針對主訴求聽眾提供訊息並給予發表園地、將節目單元製成有聲書、舉辦推廣活動（表 2-3-1）。

表 2-3-1 教育廣播電台成人教育節目之推廣策略

成人教育取向	實施現況	應用的困難
與平面媒體合作，將節目內容化為文字，節目內容看載於上	自然筆記、午後談天室、成人妙語	雖然節目人員均能體會行銷推廣之重要性，但囿於編制、經費、人力因素，只能盡力而為。
透過網路發佈節目訊息及收聽節目	網路書香、成人妙語	
針對主訴求聽眾提供訊息、並給予發表園地	圍籬書香	
將節目單元製成有聲書	莎莉姐台北	

舉辦推廣活動	辦理講座、研習營、聽友會、輔導校園廣播社、與其他團體合作活動的方式進行推廣	
--------	---------------------------------------	--

資料來源：蕭靜雯（2001）。**國立教育廣播電台節目之成人教育取向內容分析**。高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。頁92。

第三章 研究方法

第一節 研究對象及範圍

本研究的研究對象及範圍，爲一九八八年「還我客家話運動」後，以客語發音之電視節目或節目中的固定客家單元，且迄今仍在電視上播出者爲主。其節目名稱及播出頻道與時間計有以下：

表 3-1-1 研究對象節目一覽

節目名稱	頻道與時間
客語新聞	台視，週一至週五上午10:05～10:20播出。已停播。
客閩語新聞	中視，週一至週五下午4:00～4:30播出。
客家語新聞	華視，週一至週五下午3:40～4:00播出。
民視四點客語新聞	民視，週一至週五下午4:00～4:30播出。
客家新聞雜誌	公共電視，每週日晚間9:00～10:00播出，隔天上午10:00～11:00重播。宏觀電視，每週日晚間7:00～8:00，隔天清晨4:00～5:00重播。
天天哈客	八大電視27頻道綜合台，週一至週五晚間7:56～7:59，播出三分鐘。次日午間12:56～12:59重播。已播畢。
桃竹苗新聞	（苗栗）吉元有線電視第十頻道。每日播出時間彈性，約每兩小時播出三十分鐘。

資料來源：整理自各電視台節目表及網站。**電視頻道播出客家（語）節目一覽表**，新聞局，2002。

其中，台視「客語新聞」於客家電視台（台視運作）成立後已停播，主播宋

菁玲轉入客家電視台服務，因此客家電視台的部份也納入綜合性的探討與比較。

第二節 研究方法概述

由於客家電視節目的相關文獻並非十分完整，文獻分析中也只能認識到表象上個別客家電視節目的企劃及組織運作，但是對於節目企劃本身背後的因素及若干策略，並無法直接由文獻分析得出。

因此，本研究另將運用深度訪談，訪談各客家節目製作人，對於該節目有關之傳播目的、對象、內容等作整理分析，以使其為評估客家電視節目策略之依據，並試圖從中發覺客家節目迄今未受重視之原因。

本研究將針對客家電視節目製作的相關資料進行分析，資料分析包括客家節目企劃書、會議記錄、組織架構、節目流程及收視狀況等，並輔以近年來各界相對於原住民及客家等少數族群或雜誌等文獻，作為相關研究之依據。

表 3-2-1 研究架構

研究目的	研究方法
節目策略分析	深度訪談法 文獻分析
節目推廣建議	深度訪談法

專家訪談問題，主要有以下兩大主軸：

- 一、目前客語電視節目的優缺點。
- 二、如何推廣客語電視節目。

訪談對象如下：

表 3-2-2 深度訪談名單

傳播	實務工作者	客家頻道主播 宋菁玲 華視客語主播 陳貴英 民視客語主播 羅瑞誠 中視客語主播 鍾惠文 節目主持人侯昌明 公視客家新聞雜誌記者賴淑敏
	學者	台灣大學新聞研究所副教授 彭文正 中國文化大學廣告系副教授 羅文坤
客家學者、專家		新竹師院語言學系教授范文方 淡大公共行政系副教授 施正峰 中央研究院民族研究所研究員 徐正光 新聞局第四科科长 卜正珉

第四章 研究結果

第一節 節目策略

本節擬就客籍學者、客家電視節目實務工作者於深度訪談中提供的看法，予以整理、對焦，以檢視客家電視節目在定位、內容、執行與播出的效果。

一、節目定位與宗旨

受訪的實務工作者及客籍學者專家皆認為，台灣的客家電視節目發展與定位，與政府政策演變及客家意識崛起，有密不可分的關聯。從無線老三台（台視、中視與華視）的客家語新聞，到客委會推動客家電視台成立，皆因為「還我客家運動」的延續與政府「政策所需」應運而生，宗旨一直秉持介紹客家文化與特色、服務客家族群。

實務工作者的看法如下：

中視客語新聞主播鍾惠文表示：「現在各個客家電視節目，就屬中視客語新聞開播最久，已經有十多年了。當初是因為客家人走上街頭，節目應運而生，規劃要介紹有客家特色、非時效性的人事物。」

華視客家語新聞主播陳貴英表示：「華視客語新聞緣起於十二年前（一九九一年），新聞局大力推展方言新聞，認為既有閩南語新聞，為何佔有五百萬人的客家族群沒有專屬客語發音的新聞性節目，所以才有這個節目。目標族群則希望各個族群都可以看。」

民視閩客語新聞主播羅瑞誠表示：「（民視閩客語新聞）製作緣起可以追溯到六年前（一九九七年）本身也是客家人的前總經理李光輝支持；一方面，民視臺性標榜全民的電視台，各種族群都需要受到重視，所以才有客家新聞。規劃方向在讓客家人有機會獲得適當資訊，尤其針對老一輩的客家人，希望他們不被社會

排除。」「目標族群方面，我們希望老一輩的阿公阿嬤帶領年輕一輩的孫子，或客家鄉親、住在隔壁的鄰居可以收看。」

公視客家新聞雜誌記賴淑敏表示：「客家新聞雜誌製作之初，是由本節目現行製作人林玉青經過兩年籌備才出爐。當時公視原住民新聞雜誌已經播出三年，卻沒有客家節目，因此客家新聞雜誌應運而生。整個節目企劃是由企劃部鍾瑞萍撰寫，節目主要鎖定客家族群，以及非客家人但對客家文化有興趣者。」

客家電視台新聞主播宋菁玲表示：「客委會成立之後，希望客家聲音可以由一個專屬電視台來發聲。台視是在母親節（二〇〇三年五月）左右才正式與客委會簽約，前後從無到有，五十天不到就成立了一個二十四小時播出的頻道。本來播出的日期應該是在今年三月份，後來因為立法院審預算的關係，所以一直到七月一號才開始執行。」「客家電視目標族群則希望是聽得懂客家話的人，這樣可行性比較大。我在播新聞時，速度會刻意放慢，目的就是希望一些年紀比較大或是講不同腔調客家話的鄉親可以瞭解，以及一些聽起來比較吃力的專有名詞，可因此讓大家瞭解。另外，我們也希望一些聽不懂客家話的鄉親（包含不流利的都市客家籍兒童），可以從我的播報方式來理解。在未來，我們會有字幕來搭配，藉由發音和字幕的方式，讓他們聽習慣客家話，就像聽ICRT、英文教學節目一樣自然，因此對客家語言產生興趣。」

「天天哈客」主持人侯昌明指出：「全台四百萬的客家人，教育體系長期排斥客語，客語的斷層早就造成，我也沒有環境可以講客家話，當初接下天天哈客，也是透過主持節目，尋回我自己的母語。」「當初客委會找我這樣的主持人，也害怕風險，但是我們和他溝通說，客語教學節目不是要教已經會講的人，我就是那些不會講卻有興趣學的人的代表。」

苗栗吉元有線電視新聞部劉經理指出：「本來栗苗就是客家縣，地方cable（有線電視）台收視的客家人多，因此除了國語新聞外，系統當初便製作客語新

聞，以發揮地方特色。」民國八十四年吉元還曾經製作過客語教學節目，教導客語俗諺或俚語等等（現已收播）。同時還希望藉客語節目，保留客家母語。目前國客語播出比例各半，客語新聞希望服務客家鄉親；國語部份希望服務大苗栗地區的收視戶。」

宋菁玲指出：「以前三台的客語新聞都在冷門時段，但是我們客家電視不管在那個時段都可以看的到。……有了客家頻道後，則是可以完全針對客家事物做考量。」

學者專家的看法如下：

考試院委員徐正光：「客家節目也是客家運動的一部份！」

台灣大學新聞研究所副教授彭文正表示：「在政治打壓下，客家文化長期以來都是邊陲文化，客家節目更是聊備一格，即使是以往的客語新聞，反映的都是主流文化。七月一號開播的客家電視台，客委會展現把文化結合電視來推廣的決心，也是客家電視節目的里程碑，對保存客家語言以及文化的傳承都很有意義。」

小結：由上述訪談可得，客家節目於解嚴後的「還我客語運動」後逐漸受到重視，後續民視成立以及公共電視等也都有客語節目的開播，直到2003年七月客家電視台成立，而客家文化也藉由客家節目得以持續的傳承及創新。

二、節目內容

十三位受訪者談到「客家電視節目」，大致都以無線老三台的客語新聞、公共電視「客家新聞雜誌」和日前播畢的連續劇「寒夜」為主，另外一般綜藝教學性的節目，則為客委會委製、侯昌明主持的「天天哈客」，而客家電視台的部份，受訪者則多未提及特定的節目。

實務工作者對目前客家節目內容，有讚許也有批評：

（一）新聞僅為國語新聞客語配音，難有特色。

鍾惠文：「中視做『客家采風』的時候……會去深入發掘報導一些客家深層文化的東西。……（中視客語新聞）沒有達到最初的規劃，直接把國語新聞拿來翻成客語配音播出，一點都沒有特色，不如看國語新聞，而且國語新聞報導（時間和則數）更多。」「中視客語新聞不如增加如桃竹苗的地方特色，吸引當地的或所有客家人收看。現在的狀況只是突顯電視台根本不重視客家新聞。」

劉經理：「我們是以自製的國語新聞的內容，重新以客語配新後播出——每天製作一節全新內容，每節新聞四十分鐘——國語每天下午五點首播，客語六點，然後在每個整點重播。」

鍾惠文：「像現在客家電視台拿國語節目或卡通再配音播出，做起來有成就感嗎？我曾受邀幫他們配一個廣電基金的國語美食節目，原先國語的速度要用客語配，能配嗎？實在不搭。還有重播了不知多少遍的『心心知我心』拿來配客語播出。」

（二）報導提供以正面、軟性資訊為主，內容力求在地化、多元化；傳統與現代並存。

陳貴英：「跟其他客家新聞比起，華視的節目在時間上算是比較長的，其他台都是半個小時閩客語，我們原來也有閩客語，但後來我們停掉了。不過起碼都還各有二十分鐘。……有時候我認為某條新聞不是很好，如柯賜海、璩美鳳的新聞，我會與主編商量是不是把這個新聞拿下來，最後換上一個比較正面的，因為我喜歡播一些有正面性的新聞。」「取材特色方面，我們會請當地記者製作人情味、富有客家文化性質、在地性、正面的新聞，如失業的人到山上採竹筍，不因為失業就喪志，就是一個正面的例子。」「這方面需要在地記者配合，不過我們沒有辦法指揮他們，所以需要的新聞只能由他們的稿子中取捨……不是隨便把中午播過的新聞，下午、客語時段再拿來播。有些電視台會這樣做，但我們還不至

於如此。」

羅瑞誠表示：「（民視客語新聞）報導客家族群生活方式，還有客家語言、俗諺、生活習性。」「傳統客家多半務農，在諺語上的表現就以勤儉刻苦、勸人為善的為主。而客家俗諺的部分，進行很多年的時間了，每天都有一則客家俗諺。至於新聞取材，多半以現有的新聞素材作為目標，只是做一個客語加工的動作。」

公視記者賴淑敏表示：「客家人不像原住民從五官就可以明顯區辨，客家的傳統文化就很有特色。因此客家新聞雜誌取材，三分之一是傳統，三分之一是其他，還有三分之一也報導現在發生的事。」

宋菁玲：「跟公視客家雜誌比起來，畢竟它一個禮拜只播一個小時，他的作法也跟我們不一樣，以深度報導為主，我們這邊主要在於告訴大家今天發生什麼事，裡面也有一些專題，不過專題長度可能不像『客家新聞雜誌』這麼長。新聞上，只要跟客家的人、客家的事情，都是我們關心的範圍。在作法上，以前我在台視播客語新聞時，只能把一般新聞翻成客家話，頂多在編稿時，挑一些跟客家居住地區或人、事、物等日常生活比較有關的新聞。」

宋菁玲說：「我們重視客家在地的新聞。我們雖然多半以客家鄉親新聞為主，但我們也有國家大事，在選取上，我們主要分為五個部分（parts），把客家鄉親關心的放在前面，接下來才放國家大事，政治方面的消息可能不是這麼鉅細靡遺，而是重點式的呈現，第三個部分又回到客家事物，之後才是其他如國際新聞的部分。……在台視時，我播過台視新聞搶鮮報，等於是台視晚間新聞的前哨戰，就是在晚間新聞前先預報一些重點，然後就是有軟性新聞，這些題材也可以是客家新聞爭取的對象。」

苗栗的吉元有線電視的客語新聞，也力求活潑。劉經理說：「我們的節目取材很多樣化，除了政經訊息與文化介紹外，也有很多的地方產業消息」。

(三) 一般綜合性節目風格漸趨活潑。

侯昌明：「(『天天哈客』) 透過節目活潑的內容規劃：片頭有卡通動畫、三分鐘的短劇，找食衣住行各方面適合的內容來教，因為生活中有一堆的客家話，只有生活化的單字，才能鉤起一般人的興趣，才能啟發他們進一步去學習延伸的客家話。」

學者專家認為無線台客家新聞內容僅是福佬觀點的再現；對公視的客家節目，大至都持正面評價；成立不久的客家電視台，則傾向以鼓勵代替批評。

學者專家的看法如下：

行政院新聞局第四科科長卜政珉表示：「目前無線三台客語新聞來說，也不過是把當日新聞再以客語配音，報導中仍是福佬觀點在主導。」

彭文正：「我覺得『寒夜』算是一部不錯的戲劇。因為它受到許多關注，演員、劇本、導演都是一時之選，所以很能把客家文化表現出來。它是第一個客家電視劇，集三千寵愛在一身，所以拍攝現場和所有細節都很考究。」

徐正光表示：「整體而言，公視客家新聞雜誌很能呈現過去和現在的客家人。因此吸引少數知識型的客家人、教育水準高的客家人收視。不過看了公視再來和客家電視台做比較，就會發現客家電視台十二小時輪播的節目品質並不好，因此很多人覺得公視客家新聞雜誌每週一個小時的節目有存在的必要。」

小結：綜合實務工作與專家學者的看法可知，目前客家節目仍舊以新聞性節目為主，取材方面多偏好正面、在地化為主的題材，但配音上，由於人才略顯不足，因而無法完全彰顯客語特色。節目形式以戲劇方式最受專家好評，客家文化能夠藉此表現特色。

三、節目執行

儘管客家電視節目越來越多元，在製作執行上，問題卻也不少。大部份的實

務受訪者咸認為，客家電視在人才和人力嚴重不足是最令人困擾的問題。

（一）客家電視節目製作人力不足。

宋菁玲指出：「（客家電視台）因為成立的時間短，所以人力方面還很吃緊。關於新聞的部分，以前在台視新聞時，人力比較充足，現在這裡一天播四節，一節一個小時，一天就有四小時的新聞，我們的資源確實有點少。當然我們製作的是客家族群的新聞，希望有客家特色。我們在地方也有記者，像桃、竹、苗、高雄、屏東、中部的彰化及東部客家地區都有，不過東部地區多半由北部來支援，儘管如此，調度上，還是稍嫌不足。」

陳貴英說：「記者本身因為每天各地發生很多新聞，取捨困難，他們多以影響層面最大、最廣的方面作取捨，行有餘力後，才會朝比較具有人情味那方面進行。」

（二）客家電視節目與客語人才不足。

陳貴英說：「記者對客家文化是不是這麼瞭解也是個問題，採訪回來的東西是否呈現客家文化又是另一個問題。再者，除了畫面以外，就是加強稿子。因為我們的記者不是客家人、也不會講客家話，如何改稿子，改得比較適合客家人，也要花滿大的功夫，會說客家話跟播客家新聞是不一樣的。除了要播新聞外，還要過帶子，這些都由我一人完成，因為其他人不會講。如果公司可以再進一些客語人才，我們可以互相支援，如果帶子由我一個人過，時間壓力很大。雖然有一個記者會說客語，不過因為不常講，所以還是有很多執行上的困難。」

陳貴英：「看帶子的時候可以發現，（公視記者）去採訪的時候講台語，訪問的人回答國語而非客家話，這樣有點突兀，問出的東西沒有辦法深入精髓。目前客家新聞雜誌，還停留在表象，不夠精緻。這是人才的問題。多半客家人才都走入別行，留在新聞領域的不多。」

吉元有線電視新聞部劉經理說：「節目（大苗栗客語新聞）執行困難的地方，主要是客語人才不足——不是每個同仁都會說客語。以目前新聞部二十位同仁而言，六組記者（十二人）裡只有三分之一會客語。」

宋菁玲指出：「人才的部分，就新聞節目還是很缺乏，除了採訪外還有很多事情要忙，問題在於會客家話的人，不見的有專業知識，有專業知識的人又不一定會說客家話，同時會說客家話又具專業的人，他們在其他地方待遇已經不錯，如果要他們到客家電視，受限於經費，不見得滿意，再加上這裡的合約以半年為期限，因此人才不是這麼容易獲得。」

羅瑞誠進一步指出：「要一個商業電視台，養一組到兩組人在客語新聞上多做規劃，可能會有實質困難，雖然對我個人是客家子弟而言，應該去做，但是就整個大環境、政策面來說是不允許的，因為牽扯到資料蒐集、地域性跟客家隱性的問題，還有客家題材、語言等的問題。有製作能力、專業素養的，幾乎都是年輕人，本身雖是客家人，但是在表達能力上多半已經退步了，播新聞時的發音咬字都已經不是很清楚了，又不能不用他，因為老一輩人沒有製作能力，在這種情況下，建議可以成立一個顧問團，由他們指導客語播出，不管是新聞或是節目的播出。若主播播報的不是很清楚，以訛傳訛的關係，會誤導下一代或想學客語的觀眾。」

（三）客家電視節目市場規模有限、時段冷門。

鍾惠文表示：「中視客語新聞會變成這樣，主要是客家市場不大。」

陳貴英：「（華視客家語新聞）在當初，電視台不願意做，因為它不賺錢，客家族群比較弱勢，廣告商比較不願意買這個時段，所以時段都不是好時段，多半屬於填充性時段。」

侯昌明指出：「客家電視台成立有它的善意。不過台灣有五分之一的客家人，但以現實考量，客家的四百萬人口還能有多少？扣掉不會講、不會聽的；對客

家沒有向心力的，還剩下多少人客家頻道？擠掉這些不懂、不看、收不到節目的，還有多少人在看？更何況是非客家人。」

羅瑞誠認為：「客語的製作人才跟採訪人才的確比較少。客家族群是一個比較隱性的族群，一方面也缺乏語言的說話習慣跟環境，往往就忽略了（說客語）。羅瑞誠……商業電視台又必須要經營利潤，投入的人力跟支出，可能要取得某一些平衡。不過受限於客家族群收視戶比較稀少，收視方面常因為客語新聞有向下down（下滑）。跟客家廣播電台有合作，有一些人力上資源上的配合，但整合上也不是這麼容易。目前聯播還是有，不過時間只剩下半個小時（原為一小時），能夠發聲的時間不多。」

鍾惠文：「中視總經理江奉琪也是客家人，權力很大，不過他上任後，把原本在早上十一點的客語新聞時段，拉到下午四點，這個時候務農的客家人都還在田裡，小孩也都上學還沒回到家，怎麼會有人看？所以連他都沒有心，客家節目怎麼做得好？我也常向新聞部主管提案，最後都被以人力不足打回票，主管不積極，客家節目根本做不好。」

（四）客家觀眾不認同自己的語言及文化。

侯昌明認為：「主要是來賓的選擇以及拍攝地點的尋找都很困難，我們要找一些對客家背景很熟的人，來教大家講客家話。客家話有些特殊的發音，不好學，所以引起他們對客語的興趣實在太重要了。」

羅瑞誠說：「客語基本上跟台語有些類似的地方，新聞稿件的呈現，都是用國語來呈現，所以客語的諺語上來做詮釋的話，可能需要有些人生的經歷，需要一些客語素材的參考，才能夠引述相關道理。但因為以前客家俗諺多半受限在農業社會，所以有一些狀況，現在年輕一代的年輕族群並不能瞭解，以前的農業社會到底是怎麼一回事，甚至沒有看過農耕的工具。」

賴淑敏：「中間執行最大的困難處在於客家人不願意講客語。客語流失嚴重

相當可惜。」

陳貴英認為：「台灣雖有五百多萬客家人，真正顯性的客家人不多，很多是隱性客家人——有些觀眾其實是客家人，但他不知道自己是客家人；不會講客家話的人也很多，就算知道自己是客家人也有自卑感，不願講客家話或不願看客家節目，所以這種節目沒有其他節目收視好。」

小結：實務工作者普遍認為，客語節目執行上，相關客家與傳播人才均有不足的問題。此外，客語節目播出的時段，則多半是冷門時段，未獲主管單位、廣告商重視也是一大難處；觀眾的部分則是面臨客家觀眾不認同自己語言及文化的問題。

四、節目效果

客家電視節目播出後的效果，以觀眾的回饋和收視率最為直接；然而實務工作者感受觀眾反應冷熱不一。學者專家對電視播出客家電視節目多表贊成，但更關注節目品質。

實務工作者的看法：

鍾惠文指出：「中視客語新聞的收視率，我也不清楚，是有固定的觀眾，但他們也都是我廣播節目的聽眾，都是靠廣播節目辦活動與他們互動，他們進而肯定我的客語主播的角色。」

羅瑞誠說：「基本上，客語電視節目的收視族群是一個隱性的，所以我們並無法瞭解收視族群狀況是如何。有時只是透過AC尼爾森調查，無法確實掌握。我個人與觀眾互動方面滿少的，因為受限於是新聞播報，如果是節目的呈現方式可能會有互動，但是幾乎都是我播新聞，觀眾聽、看，所以互動很少。只是有時出去採訪時遇到客家的觀眾，他會跟我表達說，有看我的節目。（和觀眾）互動不多滿可惜的。」

賴淑敏表示：「(客家新聞雜誌)節目主持人與觀眾的互動幾乎是零，因為主持人少笑容，而且也少外出採訪，節目也很少到客家庄活動，主持人頂多上網簡單回覆觀眾問題罷了。」

陳貴英：「我們的觀眾如果有什麼事情也常會打電話來問，他們會問關於一些有趣的新聞是在哪裡發生的？或是來電諮詢這個漂亮的風景在什麼地方？我們也很樂意介紹，因此跟觀眾的互動多半透過電話——迴響是有，只是談不上熱烈，或許跟客家人比較內斂，不易表達情緒有關。」

劉經理指出：「觀眾遇到困難，就直接透過新聞採訪時反應出來外，有些民眾遇到問題，也會反應給民代，希望民代通知我們去採訪，希望能將問題反應也主管機關，得到解決。所以我們的客語新聞，在地方上發揮很大的功用。在暫停播出的期間，就有觀眾打電話來抗議，因此我們才又很快的復播。」

侯昌明：「天天哈客播出後效果很好，大家都說：沒想到客家話教學節目也可以這樣做。我個人從第一集一個字都不會，到五十集節束，經能從單字拼成一句客家話了。所以我就是最成功的學習案例。」

宋菁玲表示：「(客家電視台在)收視率方面，由於一開播，大家都很有興趣知道，像第一名是八點檔，第二名就是我這個時段的晚間新聞，第三名是午間新聞。不過，我們的頻道還沒有定頻，雖說在第十七臺，但是各個地方不見得就是十七頻道，也不是每個地方都看得到，這些問題也會影響到我們收視率的表現。在這些前提下，我們的主管們對結果還算滿意。」

宋菁玲說：「目前觀眾反應其實都還不錯，很多正面鼓勵。對於晚間新聞的部分，觀眾對於客家重大新聞以及國家大事這部分，反應則一直很熱烈。互動方面我們也有網站，觀眾可以隨時在上面留言；也有客服人員接電話回應觀眾。同時，也歡迎一般觀眾用寫信的方式表達意見，不過目前比較少，現在很多用信件回應的觀眾，都是寄信來參加有獎徵答，這是我們跟中華電信Hinet的一個合作

，針對節目設計一些問題讓觀眾來回應，這個活動舉辦後就有很多觀眾打來詢問答案。」

學者專家的看法：

新竹師院語言教育學系教授范文方指出：「我比較擔心客家節目的品質，倒不會因為電視上出現客家電視節目就特別興奮。我比較不在乎咬音準不準、講的客家話是不是很道地，我比較注意內容跟價值觀，是不是跟著現代化或認同台灣本土化，還是只停留在過去的中原客家，這個部分我比較不贊同，但是現在的節目卻迫切的想要介紹傳統客家或舊式的客家。感情上可以瞭解，可是如果從社會教育或傳播來看，比較關心知識水準、專業化程度已經跟上現代化。」「我看過的客家電視節目不多，簡短的新聞報導，或早年大愛、公視製作的文學性客家節目。至於動機則是，想要看一下好不容易爭取到的頻道、節目品質怎麼樣，因為我比較擔心節目品質，相對於一些民眾平常沒有機會接觸客家話，聽見客家話會有親切感，在這個部份我比較沒有。」

文化大學廣告系教授羅文坤說：「我個人因為忙碌很少看客家電視節目。不過我不排斥它對客家族群的重要性。之所以和大部份的客家人一樣，少收看客家節目的原因，我想是在節目親和力的問題：當下的客家節目規劃，恐怕必須更切確掌握和了解自己的收視族群，精確掌握了是誰在看節目後，進而能有互動，了解他們的需求才行，不是天馬行空的做節目。」

淡江大學公共行政系教授施正鋒指出：「早期曾看過有線的電視節目，但是現在都沒看過了，公視寒夜也稍微看了一下，還有十六、十七臺的客語頻道，觀看這些節目多半都是瀏覽一下而已，並沒有很認真的觀賞。收視的動機倒不是強烈的客家認同，但至少希望我們的多元文化之下有客家的頻道，還滿令人感到興奮的。另外，我本身也在做族群政策研究，所以對於一些相關的動態都會比較注意。」

在多個客家電視節目中，實務工作者與專家學者對公視的連續劇「寒夜」和「客家新聞雜誌」有許多好評，對客家電視台則評價不一。

實務工作者的看法：

劉經理說：「公視的『客家新聞雜誌』我曾看過，覺得它製作得不錯。因為公視有較多的資源，不是一般電視台和地方系統可以比的。」

羅瑞誠說：「『客家新聞雜誌』還不錯，也有值得褒獎之處，但是因為受限客家電視的收視族群，公共電視節目的品質滿優良的，但總是叫好不叫座，民眾對於吸取新知，好像不是那麼理想，可能受限生活壓力，希望有刺激、感官性。」

羅瑞誠：「可能是因為在操作時程上比較急促，相關的人員、組織因為受限經費，所以一些發音上，迫於無奈只能用配音的方式，客家連續劇可以的話，得用原音的方式呈現。」

鍾惠文：「以客家電視台成立後的情況看來，一看便知它稱不上專業，很多節目是把原本國語、台語發音的節目拿來，配成客家話播出，這樣的手法老三台的新聞早就使用，觀眾不如看老三台的客語新聞就好了。這顯示客家電視台沒真正的客家電視人才。」

學者專家的看法：

彭文正表示：「客家電視節目中，我覺得『寒夜』算是一部不錯的戲劇。因為它受到許多關注，演員、劇本、導演都是一時之選，所以很能把客家文化表現出來。它是第一個客家電視劇，集三千寵愛在一身，所以拍攝現場和所有細節都很考究。」

徐正光也指出：「我覺得公共電視節目真的做得不錯，一方面他們很用心也很努力，不過還是可以再把節目做得有特色些。而客家電視台就可以經營其他類型的節目，不要吸走公視的觀眾，這樣是商業的思維。公視原本的特色就在它的

風格平穩，如實的呈現了過去和現在的客家風貌，而不是商業的包裝手法和煽情的噱頭。在現在的電視台環境裡頭算是很不簡單。至於客家電視台，我看得比較少，難給什麼評論。」

施正峰表示：「有一個電視台董事跟我講說，他看了收視率（rating）很低，他覺得不看好。但是我跟他說如果你把它當作是公視的性質——過去幾年我們有點不公平，把公視拿來跟三大台比較，相當不公平——公共電視的背後就是因為這樣，才需要國家、社會力量來做。所以我認為，其實客家電台重要的一點就在於對文化方面的要求，剛開始如果能讓客家人願意看的話，短期內至少我覺得可以滿足。」

彭文正則表示，「在政治打壓下，客家文化長期以來都是邊陲文化，客家節目更是聊備一格，即使是以往的客語新聞，反映的都是主流文化。七月一號開播的客家電視台，客委會展現把文化結合電視來推廣的決心，也是客家電視節目的里程碑，對保存客家語言以及文化的傳承都很有意義。不過效果怎樣，我並不敢太樂觀。因為客家文化經過半世紀的打壓，以我尋訪週邊客家朋友的結果，大家都很有興趣，但是要大家站出來卻不容易。」

彭文正指出：「一般收視者看到客家電視成立，都會覺得很興奮——當然有人評價不同，行家可能會用放大鏡來檢視——不過從無到有，是非常有意義的。我個人給予客家電視台極高的評價。」

然而，有限的客家電視市場，在客家電視台成立後，造成爭食、排擠的情況。受訪者們多期許所有的客家節目都能共存共榮。

實務工作者的看法：

鍾惠文指出：「我說，客家電視台可以成立，但不用急，如果是像現在這樣，客委會當初不如把資源分給老三台，讓他們去做一個每週二小時的優質客家節目來帶頭，再成立專屬電視台。」

藝人侯昌明，則對客家電視提出具體的建議：「當初客委會要成立客家電視台，也有來找我主持益智節目，當然我也很有意願，不過它要求全部都講客語，不能接受國語中摻著客語，我礙於語言障礙，無法配合，所以全都推掉了。其實客家電視台可以像商業電視台般來營運，可以提供包括生活資訊類的節目——這樣的節目是提供從南到北的各式生活資訊，可以看時段來嘗試加入國語、台語夾雜播出，如果缺少其他語言，政策鎖死，全都只有客語，節目就缺乏彈性。另外也可以做綜藝、外景節目，把它包裝成和一般電視台差不多，從點再到面，從國台語穿插，再慢慢提昇客語的比例，而且要像做英語節目一樣活潑化。」

賴淑敏說，「客家新聞雜誌」「從開播到改版到客家電視台開播，真的有很大的差別，特別是客家電視台開播後，我們的收視率一落千丈，除了暑假小孩掌握電視遙控權外，可以看出客家新聞雜誌長期播出卻沒有穩定的收視者，宣傳可能有問題。」

羅瑞誠則說：「不擔心（民視）客語新聞會受到客語頻道影響，其實這也是一個政策性的關係，如果在政策上可以徹底落實，我們到也希望客語頻道可以做的更好。」

學者專家的看法：

徐正光：「我很希望公視和客家電視能形成良性的關係。比方說客家新聞雜誌是週日晚間九點播出，我發現客家電視台相同屬性的節目是放在八點半播出，不知道是不是故意的？還是這個節目擠不到其他好的時段？因為現在電視都是市場取向，客家電視台這樣的安排和排擠和分化族群內收視者。」

小結：老三台客家新聞及公視客家新聞雜誌實務工作者認為，與觀眾的互動雖有，但與其他非客語節目互動相較仍有其不足，反而是地方有線電視自製之客語節目與當地觀眾互動密切，客家電視台因為節目搭配贈獎活動的舉辦確實收到不錯的效果。

學者對於效果的看法則認為，客家節目必須擺脫傳統客家文化，節目企劃當重視在地、新一代客家文化，以年輕族群、或對客家文化有興趣的觀眾為主，製作合適台灣本土客家的節目內容，才能有良好的效果。相關主管單位、機構若能在政策上、執行上能有良好的溝通，將對節目本身有加成效果。

第二節 客家節目規劃與推廣建議

本節將針對客家節目未來規劃層面，乃至於應如何推廣節目，綜合專家學者及實務工作者的看法與意見一一陳列討論。

一、節目規劃

（一）收視族群規劃

對於節目規劃的目標族群，究竟應該以客籍觀眾為主抑或不設限，本研究發現，普遍而言，無論實務工作者或專家學者多認為，客家節目對於閱聽眾的規劃，應以客家族群為主，不過同時也希望能夠吸引非客家族群，但對客家文化有興趣的閱聽眾；急迫性上，專家學者還認為積極著手吸引對年輕族群注意亦為客家節目在規劃時不可或缺的重點。

實務工作者看法如下：

鍾惠文：「理想的客家電視節目應該是要讓非客家人也想看，那就取決你的節目內容，可以做吸引人一點，像客家有名的柿餅是怎麼做的？選材方式是如何？這樣的報導非客家人也會有興趣。」

宋菁玲：「我們不希望客家電視的節目，只是一個客語版的國語、閩南語節目，而是除了客語外，甚至連客家幽默等都是最道地的；還可以透過節目，把不同腔調的客家話作一個介紹，打破客家之間的語言界線，讓說四縣腔的客家觀眾，也可以瞭解說海路腔的客家觀眾，讓彼此瞭解各自的特色及差別在哪裡。」

專家學者看法如下：

施政鋒：「關於這個問題我也感覺到一個困境：這個節目到底是要給大家看？還是自己客家人看？要突破這個困境，我們可以有字幕處理這個問題，但這個問題在於一般人（其他族群）會說：這個跟我沒關係，甚至於客家人會不會看，我都有點懷疑。這可能是基本定位的問題，這除了是客家族群本身一個自我強化的媒介外，還代表一個重要的文化多元主義，希望其他族群也會有興趣。」

節目製作上，短期至少定位在客家人的族群，長期來說，譬如新寶島康樂隊，陳昇、黃玲玉等，雖然他們是用客家話唱，但還是很愉快，會想去瞭解歌詞的內容，不需要把他變成傳統大戲，因為連客家年輕人自己都不想看。」

徐正光：「客家電視節目該只給客家人看還是做給其他有興趣的非客家人也能一起收視？這是一個目標也是一個策略性的問題。當然，吸引客家人看是最重要的目標，它可以保留客家優美的文化。」

不過長遠的來看，客家族群是台灣的族群之一，還必須吸收其他的族群來收視，讓他們了解客家文化的美，認識客家文化也是相當不錯的。未來的發展能置入對客家文化的尊重是很重要的，所以，一個客家電視節目收視者要以客家人為主，但必須不限客家人來看，進而能讓非客家人也收視。像福佬客對客家的影響，或是把客家文化和福佬文化相比較，或許能吸引不同族群的人來看。我有一位原住民朋友就很愛客家新聞雜誌，他是忠實的觀眾。」

范文方：「感性上，客家節目應該是要滿足年紀比較大的鄉親，在迫切的程度來看，應該針對比較年輕的一代，因為不瞭解所以對這個東西比較陌生，因為陌生所以產生了一些羞恥感或是自卑心，這個是比較需要突破的，換言之在收視族群方面應該以世代族群做為優先考量。因此對於年輕一代，可以呈現比較現代的客家文化，而不是一味炒作古董，而是要讓他們多聽，讓他們有接觸的機會，就好比捷運的播音系統；讓他們不要在觀念上排斥的話，他們很快就可以學會客

家話、閩南語。」

（二）客家節目取材、形式

節目取材上，應該偏向注重客家傳統抑或求新求變，本研究發現多數受訪者認為應該拋棄窠臼，議題或文化上盡量跟上時下流行的腳步，才能吸引不同族群注意，形式方面則認為教學節目以及戲劇節目對於客家節目的呈現，較能引起閱聽眾的共鳴；。

實務工作者建議如下：

侯昌明：「客家的長輩比較固守傳統，這可能是客家文化傳承的癥結點。文化傳承應該用同等的心態，長輩應多多了解年輕人在想什麼。像閃亮三姊妹又唱又跳，很活潑，大家才會覺得客家話、客家文化原來很有趣，這是長輩對年輕人該掌握的訴求點，應該從有的東西開始學習，從無到有、有到專、專可以到精，而不是從有就要到精，那對一般不伏會講或不會講的人來說非常吃力。」

劉經理：「我認為客語新聞除了語言不同外，和一般（國語為主）新聞在採訪及內容素材上，並沒有差別。反而可以因為客家豐富的文化，有更多的題材。」

我認為未來各方應多製作客語的流行資訊性節目，應該多為青少年規劃適合的客語節目。老一輩的客家人，給他什麼樣的客語節目，他都會看，因此最該思考如何吸收青少年看客家電視節目，所以流行資訊性的節目應該加入。以一般電視節目的觀點來看，精緻的內容和學生的參與很重要，可以吸收較多的年輕收視族群。未來客家電視節目如果可以多注重內容，應該可以推廣得更好，比方說韓劇和日劇，青少年就不見得聽得懂演員在講什麼，還是看得很開心。想想看，客語如果是英文，我們（對節目規劃）的思考是不是也變得比較不受限？」

陳貴英：「呈現上，戲劇也是一種方式，如採茶戲，最近客語頻道好像就要做採茶戲。一些節目像綜藝節目，如果只是改成客語發音是不夠的，再如山歌，

除非有新的東西進來，或許有些年輕人會說客家山歌很難聽，我希望有改良式的，讓客家人才把客家山歌改良，比較能夠上的了檯面。不過傳統客家山歌還是要保留。並非客家山歌一定要拿出來，粗俗的還是要拿掉。」

賴淑敏：「未來應增加客語卡通節目，而且對話越自然、越活潑越好，這樣小朋友很容易就學起來，可以輕易達到客語傳承的目的。像我收看幾次客家電視台的「老嫩大細」其實還滿好看的，不會像客家新聞節目來的刻意教口。…個人希望本節目未來可以走雙腔雙人主播，而且越活潑越好。此外，希望報導內容未來能兼顧年輕客家人的需求，這端看製作人的規劃。」

羅瑞誠：「至於一般節目呈現，綜藝節目也是一個很好的方式，他可以跳脫傳統，一般認為客家節目是比較土、鄉下的印象，因為年輕族群比較希望可以看到具有現代感的節目，不會接受老一輩呈現的方式，基調應該定在鎖定族群與習慣性，並有相關調查，盡量年輕化。讓小孩也喜歡看，不會只是客家傳統的說唱藝術，這方面都可以做，只是人才的培訓方面需要更多時間。」

在內容方面，如果要吸引更多客家鄉親注意，則必須著重在生活層面上一些時事新聞、藝文新聞，可能才會受到客家族群重視。儘管經費不足，還是有一些可以著手去做，客家人也希望在生活上、醫療上、健康、法律有所瞭解，未來如果時間長一點，我們可以把生活新聞化、新聞生活化，在新聞節目裡，偶而可以請客語醫師談健康問題，請律師談一些法律問題，或科技新知專家…等，以客語介紹給阿公阿嬤，或年輕族群認識。在語言方面，未來如果有更多的經費跟人才的話，我會建議公司用字幕的方式呈現，可能會增加非客語族群觀賞的原動力，就像看外國影片時，雖然英文聽不懂，可是如果有字幕的話，看完影片後仍舊可以瞭解其中的含意，縱使無法百分之百的瞭解，也可以掌握其精髓所在。」

學者專家建議如下：

施政鋒：「首先，想辦法找一些客家菁英，不是只有傳統的政治人物（吳伯

雄、林郁芳)，應該從各行各業來找，如閃亮三姊妹，讓他們很有自信（proud）地出來，雖然客家話可能不是講得很好，但是至少讓他們分享心路歷程，包括他還在摸索等……，會比較真實。

像五五六六孫協志在三立主持的節目，都會跑到台灣各地方去訪問，深入民間，但多是以閩南人為主，但是那個節目的對象就是閩南人。還有黃西田、澎恰恰他們的節目——其實我們客家也有類似、特別之處，甚至像我到宏觀電視去訪問，他們就以各鄉鎮為主，像梅山，我發現很多都是客家人，但後來都被閩南人同化，所以講（客家話）的機會不多，也不好意思講——不一定要隱藏在閩南人的下面，像有些客家鄉鎮種植薰衣草，我們就可以用客家話，以生活化的形式表現出來，顯現出我們也是台灣的一部份，不是被隱藏起來的。」

范文方：「節目主軸不用限於客家文化，應該要更多元，只不過是用客家語言來詮釋，或是在詮釋的時候有客家觀點，對象則不僅止於客家。前幾年李喬的寒夜，被改編成戲劇的形式，雖然有些不盡理想，但我覺得這個方式比較嚴謹，文學作品用戲劇形式傳達出來，也可以吸引很多人的關心，跟介紹各地客家美食是不同的。……除了戲劇的方式外，教學節目也很理想，就像英語教學節目一樣，有時有一兩位來賓用對談的方式，並加上一些字幕，讓觀眾透過對語言的瞭解進而瞭解客家文化，這個節目的時間就不宜太長或太短，如果時間要長一點，就應當由戲劇形式呈現。」

彭文正：「目前看來，客家節目中的戲劇很受歡迎，當然公視的寒夜和客家電視的老嫩大戲不能相提並論。不過公視籌備了三年半，客家電視台能五十天就開播，已經非常不簡單。至於可以開發那種類型的節目，可以做研究找出客家人的落點。我自己覺得，兒童節目不可忽視，比如卡通，因為小孩可以全盤接受客語、英語、日語、國語、台語，這些語言對他們來說是一樣的，所以兒童節目對客家話傳承有很大作用。另外，婦女節目也可以加強，所謂的「母語」，客家話必須讓媽媽對小孩說，婦女節目可加強客家女性對客家的認同，進而教小孩客語

。」

小結：受訪者認為，節目族群規劃不應該僅限於客家族群，其中還必須加強年輕一代觀眾的收視與認同，換言之，應該讓所有對客家文化有興趣的觀眾都能夠輕易看懂客家節目，因此對節目內容的規劃將成為收視族群能否接受的關鍵。

二、節目推廣建議

（一）節目宣傳建議

關於這部分的建議，在實務工作受訪者方面多認為，經費不足是目前宣傳難以達到成效的主因，而這個現象普遍存在於各個的電視台中。在經費有限情況下，對於網路科技的運用並配合一些事件（Event），將對節目推廣有良好成效；專家學者則認為，透過頻道間、相關單位的合作，將資源作好整合的工作，才可能在財源拮据的窘困下獲得最好宣傳效果，另外在節目製作前，做好對客家節目收視族群的收視習慣調查，則能夠讓宣傳效果事半功倍。

實務工作者建議如下：

陳貴英：「宣傳上，客語新聞跟其他節目一樣，如果不受重視，怎麼可能有人會花心思宣傳，所以其他節目（客語）都沒有宣傳，就只有客語頻道，因為它是專屬的。要宣傳就必須受重視，政府如果不重視，商人很難重視，這是最根本的，因為商業電台不會去做不賺錢的事情。」

鍾惠文：「客家電視節目宣傳，電視還是最快的管道和方式，可以做一個二十秒、三十秒的預告，但中視也沒有。所以他們對客家人根本不重視。說穿了客家市場還是太窄，因此節目如果沒有廠商支持根本活不下去。」

賴淑敏：「而客家電視節目宣傳手法上，應該儘量讓媒體曝光，同時深入客家庄宣傳，到當地張貼海報，也可以和地方媒體合作，對在各地的客家人而言，

當地小報是資訊依賴的來源，也是客家節目宣傳可以合作的對象。」

羅瑞誠：「節目宣傳在方法上，可以透過客委會，或台北市等客家團體、廣播電台，大家匯集在一起，由客委會統籌辦理客家人的聚會，舉例說，在總統府前一年舉辦一個客家日，全台各地的客家人匯集在一起，有各種的分類如藝文、科技、學術、出版、傳播，真正統計精算客家子弟、人才，並製作資料庫。像藝人代表，如胡瓜、陳盈潔、政要、傑出客家代表，一起共同發起，做戶外活動宣傳。」

宋菁玲：「宣傳的部分，需要持續而密集的推廣。可以透過網路吸引年輕客家族群，在網路上的討論區討論客家事物。另外，像客家電視台開播之初，我們有五場的造勢活動，藉由造勢活動，可以發給鄉親我們的節目表，這樣的效果與反應也很不錯。」

學者專家建議如下：

范文方：「商業社會下包裝宣傳很重要，透過電腦網路或電視節目來宣傳，讓大家知道客家文化，聽到客家聲音。例如最近審查一個電視節目，就是由客家籍的籃球國手陳建洲每回邀請一個來賓，教年輕人講一些比較簡單的客家話、客家文化，找來一些運動明星做宣傳，是一個可以變通的方式。」

彭文正：「客家節目要宣傳進而取得收視，很難！觀眾的選擇性太多了，除了少數熱中的客家人外，其他的客家人怎麼會看經費有限的客家電視台節目？像「霹靂火」，雖然拍攝很廉價，但它卻很紅。不過這次開台，客委會宣傳行銷做得很好，包括尋求贊助、用以物易物的方式，喚起許多人的認同。弱勢只能以關懷的角度，吸引多一點的資源。」

羅文坤：「以市場區隔的角度來看，還要有產品差異，因此了解收視者的動機和需求十分重要，否則節目就沒有了特別吸引人的地方。要達到這樣的目標，觀眾族群的調查很重要。像國外，西班牙的節目在美國，製作給多波多黎各等西

班牙裔的移民看，它的內容、調性等，都切合這些移民的需求，因此總的收視率不高，但那些西班牙移民卻都忠實收看，精準吸收了節目的觀眾。所以，客家節目就該了解客家人在食、衣、住、行、育、樂各方面的需求，針對這些需求做出的節目，再拍廣告宣傳。

（二）節目語言建議

一般受訪者建議先將流失已久的語言拉回正常的發展軌道，初期先不強調發音的正統與否，也不排斥其他語言交叉運用。

實務工作者的建議如下：

侯昌明：「其實客家電視台不應該排斥其他的語言，也可以鞏固、推廣和發揚客家文化。像一個客家綜藝節目，有說有笑，但是如果全都是客家話，只有老一輩的客家人看得懂。應該和國語、台語穿插著講，這樣人家比較聽得懂，聽得越來越多、懂得客家話也越來越多。」

鄭淑敏：「還有，客家新聞雜誌必須抵負客語傳承的使命，開辦客家電視人才培訓課程，發掘更多客家電視人才。像原民會就撥款培訓原住民人才，所以客家電視人才現在沒有，不表示五年後不會有，十年後不會有，端看做不做，這才是客委會該動用資源的地方。」

羅瑞誠：「……以客語版、雙語的方式呈現，讓客語族群有某種收視的習慣。」

鍾惠文：「節目採訪時，如果或到不會講客家話的，那最起碼請他用統一的國語回答，不該讓他用台語。不是說我們排斥台語，畢竟是客家節目。」

學者專家建議如下：

卜正珉：「客家頻道使用客語，會讓非客家人認為：『那是你們客家人的頻道』，原本期望透過節目達成族群交流和融合，適得其反，非客家人看不懂也不會想看客家頻道的節目。」

施政鋒：「我認為，其實客家電台重要的一點就在於對文化方面的要求，剛開始如果能讓客家人願意看的話，短期內至少我覺得可以滿足。在外國一般會有雙語，但是雙語的意義是什麼，如果只是切到北京話或閩南話看它表現，那種感受（feeling）可不可以引導他（觀眾）超越語言？是否能進一步帶領他願意聽客家話？就像我們把韓劇翻譯成北京話也看得津津有味，但畢竟還是覺得有點距離。我認為全程使用客語比較適當，因為雙語的機制在無形中會把它沖淡，我們不可能要求一個電台多元，我們要求外部的多元，所有的頻道裡有一個是客語，其他是不同語言。」

彭文正：「客家節目要不要完全說客語，這是理想與現實的問題。現想當然是做全頻道的客家電視，但是現實生活中，會講標準客家話的人少了。客家電視到底是要它的主體性還是共融性？我個人傾向共融。應該先結合主流文化和語言，再慢慢把它引道到客家這邊來，讓不懂客家話的人，覺得有興趣，慢慢再找回客家的定位。客委會現在正在積極培養客家藝人（像閃亮三姊妹）和文化人，希望能深耕。所以客家電視節目在理想與現實間，得先得從主流中吸收養份，而不是劃地自限，讓人覺得很傳統。」

有個迷思：韓劇可以紅透半天，但是大家也不懂韓語。當然，韓劇的經費、演員的條件都很好，如果只是語言轉換，客家電視也可以做得很好，打字幕也許就可以，但是現在客家電視的預算根本是拾人牙慧，這是大環境使然。

范文方：「語言的保留很重要，但發音準不準只是一個語言的形式，語言保留背後的形式可不可以在現代化之下讓年輕人實用，保留背後的文化也不是只有生活、民俗信仰，可以有更高層次的道德觀、美感，這個部分比較需要努力。」

「對於年輕一代公視客家新聞雜誌工作人員有一個看法，就是對於因發音不標準而引發觀眾指責或糾正，這不是這麼重要，年輕一輩如果被取笑沒有關係，因為肯講就是一個好現象，久了自然會比較熟練，在我看來標準不如生動。對老一輩文化界、民間客家人的建議是，不希望他們強迫年輕人接受古代客家傳統、美德

，不需要強調過去，應該要承認我們也有當代客家文化。」「語言使用方面，全程使用客家話是最理想的，如同剛剛我所說發音準不準並不重要，也不排斥由北京化或閩南語衍生而來的新語彙，或語言的現代化、年輕化、生活化，節目裡如果穿插一些華語或閩南話，雖然不是這麼理想，但可以接受，語言只是一個工具、表達的符號，符號又隨著時代改變，不需要拘泥於傳統；不管使用哪一種語言，如果對對方所講的語言有興趣，我們應該試著去聽懂他的語言，而不是強求他用我們聽的懂得語言來介紹。」

（三）節目執行建議

在解決人才不足的問題方面，實務工作者認為，針對節目執行細節詳加規劃、篩選適人員、人才培訓、統合專家意見等，有助於在本質上提昇客家電視節目的品質：

1. 慎選演員、受訪者；詳加規劃執行細節。

侯昌明：「天天哈客開拍前，小組成員陣容該怎樣就很傷腦筋。因為我（主持人）不會講客家話，所以他們找了一個四縣跟海陸都很會講的純客家導演，對教學協助上真的有很大的幫助。同時我們在來賓選角也會加以篩選，不會講客家話的，就不會邀請，同時還很重視拍攝環境，如果教『薑絲炒豬腸』，我們就不可能在一個川菜館裡講。我們有時為了教一個詞，還特地到跑新竹、栗苗很遠的地方去。我們不是交差了事，因為如果交差了事，久了以後大家會對真實模糊淡忘，許多交差了事綜合起來，客家味就會變得不純。」

賴淑敏：「（客家新聞雜誌）本節目內容製作過程，都是由記者個人先上網搜尋相關資料，再電聯相關文史工作者，確定可以執行後，記者再向製作人提案，通過後逕行採訪再帶回製作，最後播出。……我們在採訪和報導中儘量穿插客語對談，甚至一開始我們就問受訪者會不會講客家話，如果不會講，我們就要考慮換人。」

2. 聘請顧問指導、工作成員經驗傳承。

劉經理：「我們有請專業的客語老師，在每天新聞首播後，逐一糾正客語有誤的地方，較資深的同事，也會教導後進的記者。」

賴淑敏指出，「由於客家電視人才不足，節目（客家新聞雜誌）一開始先以有電視經驗者帶領，再轉移給會說客家話的客家人」。

宋菁玲：「最好是能說（客語），也許不是這麼好，就客家電視而言，我們有編審老師從旁指導，可以很跳躍的進步；對新聞的敏感度及專業素養也很重要。除了客家專業之外，還要有新聞專業。」

鍾惠文：「可以請客家相關專業的人來指導，慢慢培養電視人才。」

3. 試鏡、客家人優先。

宋菁玲認為：「理想的人才第一關要能夠通過試鏡，聽發音咬字，最重要的還是在於客語能力」。

鍾惠文：「客委會成立客家電視台，應該是以客家人優先錄用。」

羅瑞誠：「讓更多的客家人才投入，增加就業環境，因為他願意參與、有熱誠，所以有收入——因為我是客家人，所以我投入客家電視，我又有收入，所以我對客家文化更加盡心盡力。目前因為二十四小時播出，加上經費問題，所以就會用其他的閩語節目來取代，這是近期的理想方式，但是若就長期而言，每一個節目都應該以客語來發音。」

4. 專責機構、長期陪養客家電視節目人才。

羅瑞誠建議：「客語頻道成立後應該積極著手進行人才的培訓，各種人才，不論是影音人才甚至是客語人才、節目人才、歌唱人才的培訓，或音樂創作培訓等，這樣才是長久長遠之道。」

羅瑞誠建議：「由一個統籌單位，如客委會或其他相關單位打破藩籬，把客家人才匯集在一起，甚至相關政策執行的單位，用一個強制手段來達成與規劃；如電視台之間也要打破藩籬，並非只有客家電視台可以招攬客家人才，還可有其他方式，不影響商業利益的考量下，可以居間協調、借調流通彈性運用。客語新聞才會做的更好。如匯聚台視、中視、華視民視、公視等既有的客語專業人才，一些（執行）困難度就會降低。」

5. 專家交流。

鍾惠文的看法為：「我覺得要把客家節目做好，一定要網羅所有有經驗的客語或電視相關人才，大家坐下來談。像客家電視台，好像是非客家人製作的。客委會成立客家電視台，應該先用有經驗的客家人，也不是用一些沒經驗的客家人，只會說客語就匆匆開播；或許可以藉非客家的電視人才帶動，把經驗移植給這些客家人。」

鍾惠文：「客家頻道請徐薇教英文？或是客家話教學節目，請一個客家歌手劉萍芳來教……，那我們這些客家語的電視人才是幹嘛的？還有，一個客家電視台，只有一個顧問？別忘了新聞有新聞的專業，不同的部門有不同的專業呀！我想之所以不願意廣納客家人才與意見，都是客家人有一種見不得人好的心態，不會想到要像張小燕一樣提携後進。」

6. 主持人自我要求。

鍾惠文認為：「主持客家節目，應該要大量閱讀客家叢書，不然怎麼把節目做好？一個理想的客家電視節目或新聞，不能只是政策性的播出，最主要是主管要有心，必須撥經費，找人才來一起製作。」

對於製作客家電視節目理想的團隊，實務界的受訪者一致認為，最基本的就是能對客家文化深入了解，其次最好會講客語。

實務工作者的看法如下：

羅瑞誠說：「理想的工作小組成員不盡然一定要講客語，但至少要對客家事務或客家文化有興趣、瞭解，就我個人瞭解，有些客語節目製作人，雖不是客家人，但對客家文化就有深一層的瞭解，當然，相關主持人或專業層面，由客家人士來擔任會比較好，但製作人方面，我覺得不一定要由客家人，只要深入瞭解客家文化就可以。就好比許多外國人研究台灣文化，雖然他是一個外國人，可是他對台灣文化有所瞭解。」

陳貴英認為：「每一個人都會說客家話最好。但現實上似乎不可能，因為資源不夠，很難特別找特定的人才。我們節目比較活潑，是因為我們不會有急就章的情形發生。因為本身就做新聞工作，對新聞過音方式，語氣的掌握都能不同於別人，不會只是客語的播報員。總而言之，多了經驗與新聞素養，還有自信心。」

賴淑敏：「客家節目的記者，最基本地要有客語對話、採訪、配音的能力。就像國際新聞組的組長，若不會英語，豈不可笑？客語和英語一樣，都是同等的地位，所以節目主事者當然要會說客語，如果不會，至少他（她）必須對客家文化有熱烈的興趣才行。」

劉經理表示：「要製作客語新聞，客語新聞人才相當重要。未來如果我們客語新聞人才方面沒有問題後，希望進一步對客家文化，有更多的探究，可以陸續規劃加入深度報導；客家節目的新聞人才，首要的是客觀性。很多人製作採訪客家新聞，會用客家的觀點來看事情，我覺得不應該這樣；只是語言的差別而已，所以應該用大眼光、國際的視野來看事情。換言之，理想的（客語新聞）節目人才，新聞素養是最重要的，才会有高素質的新聞。」

7. 播出時間避免衝突

為讓類型及經費有限的客家節目，能夠做到最有效的播送，本研究受訪者

徐正光建議，如客家電視及公共電視等電視台，在播送相關屬性的客家節目時，能在事前先做好協調工作，以免造成客家收視族群的排擠與分化。

徐正光：「**很希望公視和客家電視能形成良性的關係。比方說客家新聞雜誌是週日晚間九點播出，我發現客家電視台相同屬性的節目是放在八點半播出，不知道是不是故意的？還是這個節目擠不到其他好的時段？因為現在電視都是市場取向，客家電視台這樣的安排和排擠和分化族群內收視者。**」

小結：節目宣傳部份，受訪者普遍認為，商業機制下的社會要有良好宣傳，則必須要有充足的資金，要有充足資金首先要獲得主管機關及廣告商的重視。另一方面，事前針對收視族群做好節目市調區隔其他節目也是不可忽視的一環。

節目語言建議方面，受訪者認為，客家腔調正統與否都不是最重要的部分，初期，為吸引其他語言族群收視，可採取客語、北京話、閩南語交互運用的方式，或令一個客語節目有不同語言版本的規劃。

至於節目執行的建議則認為，各個有電視節目的電視台都必須有客家專才的顧問，以利節目推行及製作，節目的執行則以客家人才為優先；客家主管機關應成立相關訓練單位專責訓練所需人才，並於客語節目資源有限的同時出面協調人才等相關事務的借調。最後，既有的客語人才必須精益求精，深化對客家事務的認識才能對節目有所助益。

第五章 結論與討論

第一節 研究結論

一、客語電視節目策略

（一）以客家文化在地化為定位

解嚴前因政府長期強力推行國語運動，透過學校教育及大眾媒體影響與打壓下，客家文化日益遭受流失與傷害的危機。即便台灣有約五百萬客家人，但在心態上，多隱諱自己是客家人，不再主動關心客家事務。

解嚴後，社會逐步走向開放，人民的聲音漸受政府重視，衍生出各種社會運動，其中包括1988年「還我客家話」運動，其後陸續成立多個與客家事務相關的單位，無論政府或民間，對於客家文化重視日漸增加。相關客語節目應該把握此一契機，發展出嶄新的台灣客家文化，而非不合時宜的中原客家。

另外，本研究認為客家電視節目本身在定位上，亦屬客家運動的一種，肩負傳承語言及本土客家文化使命，無論客家頻道或客家電視節目，屬性上應為公共服務的一種，與一般商業電視頻道或節目略有區別，非純粹以營利為其目的。

（二）內容與呈現方式仍有進步空間

本研究認為，當前台灣客語電視節目的內容與呈現已兼備傳統與現代雛形，儘管如此，仍有若干弱點存在於當下的客語電視節目當中。以下將就優點及弱點的部分陳列如下：

1. 一般綜合性節目風格漸趨活潑

本研究發現客家節目亟欲跳脫窠臼，因此在節目內容上，除有傳統客家美德部分外，也融入許多時下流行資訊與觀念，呈現的方式也與一般節目並無不同

，如透過卡通、綜藝節目等方式呈現，藉由上述，希冀觸發客家族群甚至是一般人對於客家語言或文化的學習。

2. 傳統與現代兼容並蓄

當前客家節目，除了運用客家俗諺將客家傳統呈現給收視觀眾外，實際上節目並不以客家傳統價值的傳播為優先，而是主要針對客家族群所關心的事務作為取材考量。就新聞節目而言，客家節目雖然仍以地方事務作為首要取材內容，不過對於國家大事以及國際新聞也有著墨，力求傳統與現代、在地與國際的多元平衡。

3. 新聞僅為國語新聞客語配音

客語節目多半以新聞方式呈現，其他形式少見略微少見。此外，新聞配音技術上，多半只是將國語新聞翻譯成為客家話，並非以客家語言角度詮釋新聞，難以烘托客家特色，亦不甚符合客家語言使用習慣。

（三）財務與人力窘節目困執行不易

儘管客語節目逐年受各界重視，但實際執行的同時仍舊明顯感受人才與資金的窘迫，此外，客家族群的自我認同也是一大挑戰。

1. 客家電視節目製作人力不足

商業電視台的客家節目，由於收視率未臻理想，因此對於客家節目製作往往多屬支援性質，專職製作的人才並不穩定、充足，即便新成立的客家頻道也同樣面臨人才調度吃力的問題。

2. 客家電視節目與客語人才不足

歷史因素所致，一方面客家語言刻正面臨流失危機，另一方面客家人多屬隱性，不願意在公開場合使用母語；換言之，真正能夠流利使用客語的人士，在

一般傳播機構並不多見，即便會用客語，也非聽、說俱佳。

能正確使用客家語言及擁有相關傳播知識的客家子弟，因利之所趨不見得願意投入客家節目的製作，又是另外一個執行上的難處。

3. 客家電視節目市場規模有限、時段冷門

縱然客家族群佔有台灣人口總數近四分之一，但實在是使用客家話的人口平時並不多見，即使血緣上屬於客籍，但由於不會說客語，因而對於客家節目興趣缺缺，對客家印象也多停留在刻板負面形象。

在上述困難的牽制下，導致客語節目並不賣座，廠商也不願花錢購買廣告，使得客家節目只能利用冷門時段播出。這個情形在一般商業頻道屢見不鮮，尤其在專屬客語頻道開播後，種種不利於客語節目生存的挑戰更加嚴峻。

（四）節目執行需加強培訓客家人才

承上，傳播機構宜加強對客語人才的培訓，聘用資深客語顧問，予以機構內的必要的指導諮詢之用。製作客語電視節目在技術層面上，只要適用即可，但是在節目內容的策劃及執行上，則需藉助客家人才。然而，本研究認為，當前客家人才普遍不足，有關單位應儘速培育相關人才、加強專業素養，避免人才流失。

（五）注重人才交流

政府開設客家電視頻道，為客語文化保存邁入另一個里程碑，不過頻道於草創之初，相關人才勢必受限，又人才的培育並非一蹴可幾，因此，短期內若要有充足客家人才提供相關客語節目所需，恐將力有未逮之處，解決的方式除大力聘請現有人才外，倘若能打破各機構間的藩籬，成立專責機構負責協調人才借調事宜，可謂權宜之計。

（六）應有前瞻式的傳播效果

1. 培養年輕一代族群認同

客家語言長期壓抑的結果下，導致客家人對自己的語言、文化沒有自信，即使在客家地區也面臨同樣危機。部分節目製作小組深入客家地區時發現，即使有些民眾懂得說客語，也不願意在螢光幕前用母語表達看法，寧可用北京話或是閩南語來回答採訪問題。

換言之，若要讓客家語言能夠延續，必須由年輕一代深耕，喚起年輕客家收視族群對客家語言流失的危機意識，畢竟年長的客家族群會說客語的比例仍較年輕族群為多，因而若要將客家文化保留則必須以年輕一代作為主要目標，使其對客家節目的吸收做起，進而達成年輕客家族群的自我認同。

2. 提升其他族群對客家文化的認識

台灣四面環海，原本即為一個移民社會，易言之，台灣社會的構成就是多元種族的組合。戒嚴時期，由於執政當局刻意貶抑，各個族群的文化特色皆無法得以施展，以致於部分文化瀕臨流失；族群間也因此缺乏對彼此的認識。

解嚴後，社會日益走向開放，族群間的互動亦日見升溫，又客家族群為台灣三大族群之一，在台灣發展史上扮演關鍵角色，自然不能輕忽。然而在相互認識的同時，媒體成了不可或缺的中介變項，搭起族群間溝通認識的橋樑。亦即製作客家節目的同時，還必須以提升其他族群對客家文化認識的重責，方為客家節目促進族群融合的本質。

二、客語電視節目推廣建議

（一）節目宣傳應多元

1. 可應用小眾媒體與新科技

客家節目在台灣節目市場上，原本就是相對弱勢，若要藉由客語節目發揚客家文化，便需要有多樣的宣傳活動，但是宣傳上卻又離不開資金的挹注，易言

之，有關單位若要投入客語節目製作，除了節目製作所需成本外，經由多種管道宣傳的成本也同等重要。

另外，經費拮据的情況下，製作單位尤需重視對網路科技、小眾媒體的運用；網路搭配相關宣傳活動的運用，對於年輕族群具有不可忽視影響，藉由有獎徵答等形式能吸納更多收視觀眾；客家聚集地，則適合加強人際傳播、及地方電台或海報宣傳。

2. 爭取年輕客家族群收看，用年輕代言人方式進行宣傳

節目製作前，首先進行節目收視族群調查，特定節目針對可能收視族群，經由專屬客籍人才資料庫，找出具有影響力的公眾人物請其為節目代言，一方面尋求廠商金錢支持，一方面藉以增加節目親和力。

3. 鼓勵非客語族群參與

一個活的文化應當像有機體般，有吸收也有排出，而且不可能獨立於時空存在而與外界有所接觸。製作客家電視節目，宗旨在發揚客家文化，必當對外闡示族群文化，但若無法取得外界共鳴及其他族群回應，如此客家文化將如死水。

應此，在宣傳客家語電視節目上，除了歡迎客家人收視外，亦應大力鼓吹非客家的其他族群參與收視，如此，客家文化才是真正地發揚光大。

（二）配合客家文化在地化，節目宣傳以客語為主，應廣泛使用其他語言

當前客語節目最重要的任務，在於讓客家語言能夠延續生命，然而在多數觀眾對於客家話並不瞭解的情況下，如果只是一位強調客家語言的使用，恐怕會排擠其他語言的使用者對客語及客家文化學習意願，因此，客語節目雖然以客家話為節目主幹，但若能結合其他文化，穿插其他語言的使用，促進文化間的交流，將能對節目產生正面意義。

第二節 未來研究建議

一、非客語語言使用比例運用

本研究發現，為吸引多元族群收視，一般受訪者普遍認同，客語節目中語言的使用不應予以設限，可減少諳客語的客籍觀眾或非客家人收視上的障礙，更進步可提昇其收視興趣；因此，不論是客語抑或北京話甚至台語、外國語言等，皆可考慮融入。

其次，雖然客家節目的語言使用是以客語為前提，但是比例上究竟應該如何調配為當，抑或是語言使用在何種比例的交替使用下最能吸引不會客家話的族群，有待進一步相關研究予以證實。

二、客家電視頻道與公共電視頻道整併的可行性

本研究發現，客家電視台開播後受限於人力、物力，儘管已較一般電視台製作客家電視節目的資源多出甚多，但相較於商業電視的資源仍顯捉襟見肘。

此外，公共電視既有的客家節目，服務對象與客家電視之目標族群重疊性甚高，恐形成不良競爭。因此，客家電視台與公共電視台兩個屬性相當的機構能夠整合傳播資源，在軟硬設施、人員調度或是資金運用上是否會更寬裕，也是值得進一步細究之處。

三、調查客家族群媒介使用習慣

客家人傳統上以務農為主，行事作風較為保守，在媒介使用或傳播行為上，或許與其他族群有所異同。故調查因以客家重鎮客家人為主要研究對象，針對其媒介使用習慣、傳播行為予以量化分析，藉此發覺客家族群媒介使用偏好，初期以穩固、瞭解客家人接收與傳播訊息為主要目的，以利後續客家文化之推廣。

藉由媒介使用習慣之調查，亦可供未來客家頻道或相關節目製作單位參考

，找出客家族群對於電視節目型態或內容的偏好，加以結合主流文化以利吸引廣大之閱聽眾。

第三節 實務建議

一、增加非新聞性客家節目

本研究約訪對象除以相關專家學者為主外，亦有客家節目實務工作者，即使溯及既往客家節目，但經過實際約訪過程發現，客家節目實務工作者多以新聞專業為主，雖然對客家新聞製作參與有多年經驗，恐無法含括各類型節目之經驗。至於其他形式節目之工作者，一方面受限於節目類型並不多見，二來由於節目已停止運作多時，造成聯繫不易，無法及時約訪為本研究之缺憾。

換言之，實務工作者所提供的寶貴經驗上，多屬於新聞類型節目，則為本研究實務之一大限制，未來如果能有更多客家非新聞性節目，於相關節目策略上的建議將更佳全面。

二、播出時間應協調

本研究發現，客語電視節目收視族群，看過節目後的反應不一，部分新聞節目已有固定收視群，不過人數並不多，總體而言，反應不算熱烈；但是如果節目能搭配行銷活動（Event），則可以提升收視觀眾對於節目本身的關心。

部分同質性節目播出時間雷同，造成收視族群內在排擠，可能也會影響節目播出效果。此外，本研究還發現，知識水準、專業化程度是否能跟得上現代化也會影響收視效果，換言之，當節目缺乏現代性的親和力，與現實生活呈現大幅拉鋸，或只是一味強調傳統中原客家而忽略在地性時，可能會影響節目效果，無法引起客家族群共鳴。

三、培育客家人才最適管道

本研究實務受訪者咸認為，製作良善的客家電視節目，客家電視人才是一

大關鍵，卻最爲短缺。無論實務工作或對於客家文化概念的養成，凡對客家文化有熱情的人才，政府或相關單位應建立常設管道以供人才培育所需。

因此，客家人才的培育，當不僅止於客籍子弟。換言之，如何確立人才培訓模式，以延續客家文化之薪傳，有待進一步研究給予相關意見。

參考書目

方念萱（1989）。方言族認同與收看方言節目之關聯性研究-----以閩南語族群為例。台北：政治大學新聞研究所碩士論文。

王章陵（1998）。西藏地區中共的文化事業——從一九五〇年到一九九六年。台北：行政院蒙藏委員會。

公共電視網站（2002）。公視客家文學大戲「寒夜」影片試映暨座談會【公告】。2003年2月10日，取自：<http://www.hchcc.gov.tw/new/91year/0309.htm>

李嘉崑（1995）。國立教育廣播電台節目之成人教育取向內容分析。台北：淡江大學教育資料科學研究所碩士論文。

林一雄（1998）。台北城的客家村。載於台灣客家公共事務協會（主編），新个客家人（92-101頁）（1995）。台北：臺原出版。

行政院客家委員會（2002）。客家電視頻道說帖與問答。2003年2月8日，取自：<http://www.hakka.gov.tw/htm/ihakka/911023-2.htm>

行政院客家委員會網站（2002）。客委會介紹頁【公告】。2003年2月8日，取自：<http://www.hakka.gov.tw/brief-all.htm>

胡堯庭（1997）。有線電視綜合性頻道對無線電視在節目策略上之研究，台北：政治大學新聞研究所碩士論文。

翁翠萍（2003年1月4日）。葉菊蘭上廣播提升客語能見度聽眾有正反意見。中央日報。2003年1月10日，取自：
<http://tw.news.yahoo.com/2003/01/04/leisure/cna/3739450.html>

陳板（2002年12月）。落地生根新故鄉——台灣客家社區運動。2002全球客家文化會議發表，台北：國際會議中心。

張致遠(1994)。客語電視節目的現況與改進。**客家文化研討會論文集**(頁184-192)。
台北：行政院文化建設委員會。

梁榮茂(1993)。客家文化的危機與轉機——從客族內質反省客家未來。載於台灣客家公共事務協會(主編)，**台灣客家人新論**(43-49頁)。台北：臺原出版。

程啓峰(2002年11月24日)。陳總統感謝高市客家同鄉力挺謝長廷。**中央社**。2002年12月17日，取自：
<http://tw.news.yahoo.com/2002/11/24/polity/can/33667390.html>

劉幼琍(1997)。**多頻道電視與觀眾：九0年代的電視媒體與閱聽人收視行為研究**，台北：電視文化研究會。

鄭自隆(2002)。**財團法人公共電視文化事業基金會「水果冰淇淋」節目經營與推廣之研究**。台北：政治大學公共行政暨企業管理教育中心。

薛雲峰(2000)。**電視傳播與族群語言的傳承以公共電視台之客家節目為例**。台北：台灣大學新聞研究所碩士論文。

瞿文芳(2001)。**行政院客家委員會設置之背景說明**。財團法人國家政策研究基金會國改分析教文(編號：090-001)。

關尚仁(1992)。**節目策略研究初探**，廣播與電視，第一期，頁15-33。

戴寶村、溫振華(1998)。**大臺北都會圈客家史**。台北：台北市文獻會。

魏美凌(1995)。**衛視(Star TV)節目策略分析及其中文台與國內三家電視台節目異同之比較研究**，新竹：交通大學傳播管理研究所碩士論文。

魏惠娟(1997)。**成人教育發展的系統分析與應用**。台北：師大書苑。

蕭靜雯(2001)。**國立教育廣播電台節目之成人教育取向內容分析**。高雄：高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。

- Carroll, R.L.& Davis, D.M.(1993), *Electronic Media Programming : Strategies and Decision Making*, New York : McGraw-Hill
- Cheval, J.(1992), Local Radio and Regional Languages in Southern France in *Ethnic Minority Media*, CA : Sage
- Daley , P. J.& James, Beverly (1992), Ethnic Broadcasting in Alaska : The failure of Participatory Model in *Ethnic Minority Media*, CA : Sage
- Eastman, S. T. (1985). *Broadcast/ Cable Programming Strategies and Practices* , Belmont, CA : Wadsworth Publishing Company.
- Eastman, S. T. (1993).*Broadcast/ Cable Programming Strategies and Practices*, Belmont, CA : Wadsworth Publishing Company.
- Eastman, S. T. & Ferguson, D. A. (1993).*Broadcast/ Cable Programming Strategies and Practices*, Belmont, CA : Wadsworth Publishing Company.
- Henningham, John(1992), Flows in the Melting Pot : Hawaiian Media in *Ethnic Minority Media*, California : Sage
- Howard, H. H., Kievman, M.S. & Moore, B.A.(1994).*Radio, TV, and Cable Programming*, IA : Iowa State Univ./Ames.
- Howell, W. J. Jr. (1986).*World Broadcasting in the Age of the Satellite*, NJ : Ablex Publishing Co.
- Howell, W. J. Jr. (1992), Minority-Language Broadcasting and the Continuation of Celtic Culture in Wales and Ireland in *Ethnic Minority Media*, CA : Sage
- Kelman, H.C. (1965) .*International Behavior: A Social-Psychological*

Analysis. NY : Holt, Rinehart and Winston.

Pringle, P.K., Starr, M.F. and McCavitt, W.E. (1991), *Electronic Media Management*, Boston, MA : Focal Press

Pringle, P.K., Starr, M.F. and McCavitt, W.E. (1995), *Electronic Media Management*, Boston, MA : Focal Press.

Stenbaek, M. A. (1992), *Media in Greenland : The politics of Survival in Ethnic Minority Media*, CA : Sage

Rubin, J. & Shuy, R. (1973) (eds.). *Language Planning : Current Issues and Research*, Washinton, D. C. : Georgetown University Press.

Walker, J.R. & Bellamy, R.V. , Jr. (1993). *The Remote Control in the New Age of Television*, Westport, CT : Praeger.

附錄一 深度訪談對象資料

姓名	服務單位 與職稱	備註
卜正珉	行政院新聞局第四科 科長	卜正珉為客家人。
劉經理	苗栗吉元有線電視新聞部經理	苗栗地區為客家縣市，目前有兩家地區性有線電視系統「吉元」與「信和」。兩家有線電視自製客家節目僅「大苗栗客語新聞」，由吉元主導與信和同仁合作製作，共同播出。劉經理本身為客家子弟。
陳貴英	華視客家語新聞主播	華視「客家語新聞」目前播出時間為每週一至週五，下午三點四十分至四點；主播陳貴英是新竹籍客家人。
羅瑞誠	民視閩客語新聞主播	民視「客語新聞」目前播出時間為每週一至週五，下午四點至四點半（無線台）；主播羅瑞誠父親為頭份客家人，母親則為旗山客家人。
施政鋒	淡江大學公共行政系 副教授	施政鋒為客家人，曾參與多次客家事務研討會並發表相關論述。
宋菁玲	客家電視客語主播	客家電視「晚間新聞——暗夜客話新聞」目前播出時間為每週一至週六，下午7:30～8:25；主播宋菁玲是屏東客家人。
范文方	新竹師院語教系教授	范文方曾發表多篇客家語言研究專文。
賴淑敏	公視「客家新聞雜誌」 記者	新竹籍客家人，為公視客家新聞雜誌記者。

鍾惠文	中視客家語主播兼中 廣客家網節目主持人	資深客家廣電從業人員。
羅文坤	文化大學廣告系副教 授	客家人。
徐正光	考試院委員	徐正光為客家人，撰有多本客家相關之學術 著作。
侯昌明	藝人	侯昌明具四分之一客家血統，曾主持客委會 委託製作、八大電視台播出之「天天哈客」 節目。
彭文正	台大新聞研究所副教 授	彭文正的父親是新竹新埔人，母親是新竹關 西人；轉任教職前為資深電視新聞從業人員 ，目前亦為公視客家新聞雜誌諮詢委員。

附錄二 深度訪談問題大綱

實務工作者部分：

- 1.可否介紹貴節目製作緣起，動機、規劃方向？目標族群？
- 2.可否介紹貴節目實際的執行狀況？困難為何？
- 3.節目（主持人）與觀眾的互動如何？多半為哪種互動？效果、成績如何？
- 4.您認為客語節目與其他節目最大不同在哪？
- 5.貴節目取材特色為何？
- 6.針對貴節目，未來整體展望如何？您認為製作客家節目，理想的工作小組成員應具有哪些條件？
- 7.您認為應該增加哪幾種客家節目？一個新的客家電視節目應當如何予以宣傳？
- 8.您是否看過公共電視的客家新聞雜誌？有何觀感？或值得讚揚、加強之處？

專家學者部分：

- 1.你有無看過客家電視節目？你最常看的是哪一些，可否清楚列舉說明？收視原因與動機為何？
- 2.針對您所提到客家節目，可否表達您對各個節目的看法？與建議？
- 3.您認為客家節目目標收視族群，應該界定在客家族群或不限？是否應全程使用客語？
- 4.您覺得客家電視節目應該以客家有關之相關節目為主軸？抑或不受限？又應該限於客家地區或不限？
- 5.您認為應該增加哪幾種客家節目？一個新的客家電視節目應當如何予以宣傳？

附錄三 深度訪談內容

一、行政院新聞局第四科科长卜正珉

訪問日期：二〇〇三年二月十三日，上午9:30（電話採訪）

問（一）：您對即將成立的客家頻道和現在的客家電視節目有什麼見解？

答（二）：的確，客家節目方面的問題值得探討。客委會也曾來請教意見，他們長遠規劃是成立客家專屬頻道。我個人認為初期不宜成立客家頻道，況且目前已通過一百三十多個頻道，但系統只能承載九十多個來看，怎樣說服頻道商免費供應頻道？所以客家頻道上架是個大問題。再者，客家頻道使用客語，會讓非客家人認為：「那是你們客家人的頻道」，原本期望透過節目達成族群交流和融合，適得其反，非客家人看不懂也不會想看客家頻道的節目。而就目前無線三台客語新聞來說，也不過是把當日新聞再以客語配音，報導中仍是福佬觀點在主導。

二、苗栗吉元有線電視新聞部劉經理

訪問日期：二〇〇三年六月二十日，上午10:00（電話採訪）

問（一）：苗栗地方兩家有線電視系統，推出的客家節目為何？可否介紹其節目製作緣起、動機和節目的規劃方向？所設定的目標族群為何？

答（一）：吉元目前在播出的客語節目為「大苗栗客語新聞」。本來苗栗就是客家縣，地方cable台收視的客家人多，因此除了國語新聞外，系統當初便製作客語新聞，以發揮地方特色——民國七十八年就已製作播出，後來因為系統整合停了半年，去年十一月又復播。民國八十四年吉元還曾經製作過客語教學節目，教導客語俗諺或俚語等等（現已收播）。同時還希望藉客語節目，保留客家母語。我們的記者在採訪時，如果受訪者為客家人，就希望對方以客家話回答問題，如果是閩南人，也請對方講閩南話，希望能夠呈現地方族群原貌。目前國客語

播出比例各半，客語新聞希望服務客家鄉親；國語部份希望服務大苗栗地區的收視戶。

問（二）：可否介紹貴節目實際的執行狀況？製作時的困難為何？

答（二）：我們是以自製的國語新聞的內容，重新以客語配新後播出——每天製作一節全新內容，每節新聞四十分鐘——國語每天下午五點首播，客語六點，然後在每個整點重播。節目（大苗栗客語新聞）執行困難的地方，主要是客語人才不足——不是每個同仁都會說客語。以目前新聞部二十位同仁而言，六組記者（十二人）裡只有三分之一會客語。我們有請專業的客語老師，在每天新聞首播後，逐一糾正客語有誤的地方，較資深的同事，也會教導後進的記者。

問（三）：節目（主持人）和觀眾的互動如何？多半為哪種形式的互動？節目播出的效果、成績如何？

答（三）：和觀眾間的互動部份，除了觀眾遇到困難，就直接透過新聞採訪時反應出來外，有些民眾遇到問題，也會反應給民代，希望民代通知我們去採訪，希望能將問題反應也主管機關，得到解決。所以我們的客語新聞，在地方上發揮很大的功用。在暫停播出的期間，就有觀眾打電話來抗議，因此我們才又很快的復播。

問（四）：您認為客語節目與其他節目最大不同在哪？

答（四）：我認為客語新聞除了語言不同外，和一般（國語為主）新聞在採訪及內容素材上，並沒有差別。反而可以因為客家豐富的文化，有更多的題材。

問（五）：貴節目取材特色為何？

答（五）：我們的節目取材很多樣化，除了政經訊息與文化介紹外，也有很多的地方產業消息。

問（六）：針對貴節目，未來整體展望如何？您認為製作客家節目，理想的

工作小組成員應具有哪些條件？

答（六）：要製作客語新聞，客語新聞人才相當重要。未來如果我們客語新聞人才方面沒有問題後，希望進一步對客家文化，有更多的探究，可以陸續規劃加入深度報導；客家節目的新聞人才，首要的是客觀性。很多人製作採訪客家新聞，會用客家的觀點來看事情，我覺得不應該這樣，應該只是語言的差別而已，所以應該用大眼光、國際的視野來看事情。所以理想的（客語新聞）節目人才，新聞素養是最重要的，才会有高素質的新聞。

問（七）：您認為未來電視界應該增加哪幾種客家節目？一個新的客家電視節目應當如何予以宣傳？

答（七）：我認為未來各方應多製作客語的流行資訊性節目，應該多為青少年規劃適合的客語節目。老一輩的客家人，給他什麼樣的客語節目，他都會看，因此最該思考如何吸收青少年看客家電視節目，所以流行資訊性的節目應該加入。以一般電視節目的觀點來看，精緻的內容和學生的參與很重要，可以吸收較多的年輕收視族群。未來客家電視節目如果可以多注重內容，應該可以推廣得更好，比方說韓劇和日劇，青少年就不見得聽得懂演員在講什麼，還是看得很開心。想想看，客語如果是英文，我們（對節目規劃）的思考是不是也變得比較不受限？

問（八）：您看過公視的「客家新聞雜誌」嗎？感覺如何？

答（八）：公視的「客家新聞雜誌」我曾看過，覺得它製作得不錯。因為公視有較多的資源，不是一般電視台和地方系統可以比的。公視曾經請求我們協助，在合作中我就知道他們的資源很多，不過如果我們（cable）有相同的資源，相信我們可以做得更深入些。我雖然會比較各個客家（新聞）節目，不過因為時間的關係，我只看過一、兩次，不是很常看，而且也不知道什麼時候播？！

三、華視客家語新聞主播陳貴英

訪問日期：二〇〇三年七月四日，下午4:00（面訪地點：華視新聞部）

問（一）：可否介紹華視客家語新聞的製作緣起、動機和節目原本規劃方向？設定的目標族群是誰？

答（一）：華視客語新聞緣起於十二年前（一九九一年），新聞局大力推展方言新聞，認為既有閩南語新聞，為何佔有五百萬人的客家族群沒有專屬客語發音的新聞性節目，所以才有這個節目。目標族群則希望各個族群都可以看。

問（二）：可否介紹貴節目實際的執行狀況？困難為何？

答（二）：記者本身因為每天各地發生很多新聞，取捨困難，他們多以影響層面最大、最廣的方面作取捨，行有餘力後，才會朝比較具有人情味那方面進行。然而，記者對客家文化是不是這麼瞭解也是個問題，採訪回來的東西是否呈現客家文化又是另一個問題。再者，除了畫面以外，就是加強稿子。因為我們的記者不是客家人、也不會講客家話，如何改稿子，改得比較適合客家人，也要花滿大的功夫，會說客家話跟播客家新聞是不一樣的。

除了要播新聞外，還要過帶子，這些都由我一人完成，因為其他人不會講。如果公司可以再進一些客語人才，我們可以互相支援，如果帶子由我一個人過，時間壓力很大。雖然有一個記者會說客語，不過因為不常講，所以還是有很多執行上的困難。

這個節目在當初，電視台不願意做，因為它不賺錢，客家族群比較弱勢，廣告商比較不願意買這個時段，所以時段都不是好時段，多半屬於填充性時段。

新聞素材這方面需要在地記者配合，不過我們沒有辦法指揮他們，所以需要的新聞只能由他們的稿子中取捨，這方面還需上面的人規劃，而不是隨便把中午播過的新聞，下午、客語時段再拿來播，有些電視台會這樣做，但我們還不至於

如此。

台灣雖有五百多萬客家人，真正顯性的客家人不多，很多是隱性客家人——有些觀眾其實是客家人，但他不知道自己是客家人；不會講客家話的人也很多，就算知道自己是客家人也有自卑感，不願講客家話或不願看客家節目，所以這種節目沒有其他節目收視好。

問（三）：您和觀眾的互動如何？多半為哪種形式的互動？新聞播出的效果、成績如何？

答（三）：我們的觀眾如果有什麼事情也常會打電話來問，他們會問關於一些有趣的新聞是在哪裡發生的？或是來電諮詢這個漂亮的風景在什麼地方？我們也很樂意介紹，因此跟觀眾的互動多半透過電話——迴響是有，只是談不上熱烈，或許跟客家人比較內斂，不易表達情緒有關。

還有，駐在外地的記者，尤其在美濃或桃竹苗地區，回來後也會跟我反應，他們（觀眾）都有提到我。有位非客家籍公車司機表示，他們公司每天到中午就會打開電視觀看客家新聞（華視客家新聞以前有一段時間在上午十一點二十分播出），有時連計程車司機都知道我要到華視播新聞。其實，不是小眾族群就沒人注意，有了這些經驗，更加激勵我們要把客語新聞做更好。

問（四）：您認為客語節目與其他節目最大不同在哪？

答（四）：除了語言外，有時候我認為某條新聞不是很好，如柯賜海、璩美鳳的新聞。我會與主編商量是不是把這個新聞拿下來，最後換上一個比較正面的，因為我喜歡播一些有正面性的新聞。

跟其他客家新聞比起，華視的節目在時間上算是比較長的，其他台都是半個小時閩客語，我們原來也有閩客語，但後來我們停掉了。不過起碼都還各有二十分鐘。

問（五）：談回華視客家語新聞，貴節目取材特色為何？

答（五）：取材特色方面，我們會請當地記者製作人情味、富有客家文化性質、在地性、正面的新聞，如失業的人到山上採竹筍，不因為失業就喪志，就是一個正面的例子。

問（七）：針對貴節目，未來整體展望如何？您認為製作客家節目，理想的工作小組成員應具有哪些條件？

答（七）：未來希望能有一些專題，或是深入的報導，而不是很表象的，應針對客家人有的東西去做深入報導，但是這方面牽涉到人才，採訪的人必須是客家人、懂客家東西，這種感覺類似客家新聞雜誌，但我們希望走的是新聞路線，有新聞也有小專題。之前有，但是因為人力調度困難而取消，要如此製作新聞，時間就要長，以目前二十分鐘時間來播的話，一個專題如果占了五分鐘，其他新聞就沒有辦法播，所以說時間必須拉長為一個小時或是三十分鐘。

至於理想團隊，每一個人都會說客家話最好，但現實上似乎不可能，因為資源不夠，很難特別找特定的人才。我們節目比較活潑，是因為我們不會有急就章的情形發生。因為本身就做新聞工作，對新聞過音方式，語氣的掌握都能不同於別人，不會只是客語的播報員。總而言之，多了經驗與新聞素養，還有自信心。

問（八）：您認為應該增加哪幾種客家節目？一個新的客家電視節目應當如何予以宣傳？

答（八）：呈現上，戲劇也是一種方式，如採茶戲，最近客語頻道好像就要做採茶戲。一些節目像綜藝節目，如果只是改成客語發音是不夠的，再如山歌，除非有新的東西進來，或許有些年輕人會說客家山歌很難聽，我希望有改良式的，讓客家人才把客家山歌改良，比較能夠上的了檯面。不過傳統客家山歌還是要保留。並非客家山歌一定要拿出來，粗俗的還是要拿掉。

宣傳上，客語新聞跟其他節目一樣，如果不受重視，怎麼可能有人會花心思宣傳，所以其他節目（客語）都沒有宣傳，就只有客語頻道，因為它是專屬的。要宣傳就必須受重視，政府如果不重視，商人很難重視，這是最根本的，因為商業電台不會去做不賺錢的事情。

問（九）：公視的「客家新聞雜誌」播出好一段時間了，您看過嗎？覺得怎樣？

答（九）：客家新聞雜誌可以再深入！看帶子的時候可以發現，（公視記者）去採訪的時候講台語，訪問的人回答國語而非客家話，這樣有點突兀，問出的東西沒有辦法深入精髓。目前客家新聞雜誌，還停留在表象，不夠精緻。這是人才的問題。多半客家人才都走入別行，留在新聞領域的不多。

四、民視閩客語新聞主播羅瑞誠

訪問日期：二〇〇三年七月十四日，上午11:00（面訪地點：民視新聞部）

問（一）：請羅主播介紹民視客語新聞的製作緣起、動機和節目規劃方向？設定的目標族群為何？

答（一）：製作緣起可以追溯到六年前本身也是客家人的前總經理－李光輝，一方面，民視臺性標榜全民的電視台，各種族群都需要受到重視，所以才有客家新聞。規劃方向在讓客家人有機會獲得適當資訊，尤其針對老一輩的客家人，希望他們不被社會排除，有時也跟客委會、客家團體合作，報導客家族群生活方式，還有客家語言、俗諺、生活習性。

目標族群方面，我們希望老一輩的阿公阿嬤帶領年輕一輩的孫子，或客家鄉親、住在隔壁的鄰居可以收看。

問（二）：可否介紹貴節目實際的執行狀況？困難為何？

答(二):客語的製作人才跟採訪人才的确比較少。客家族群是一個比較隱性的族群,一方面也缺乏語言的說話習慣跟環境,往往就忽略了(說客語)。甚至有些客家第二代、第三代聽得懂,但是不見得會講,或完全失傳,有的甚至會說國語、台語,但是不會說客語。誠如客委會主委(葉菊蘭)所言,如果再不重視客家語言二三十年後客語可能會消失。

商業電視台又必須要經營利潤,投入的人力跟支出,可能要取得某一些平衡。不過受限於客家族群收視戶比較稀少,收視方面常因為客語新聞有向下down(下滑)。跟客家廣播電台有合作,有一些人力上資源上的配合,但整合上也不是這麼容易。目前聯播還是有,不過時間只剩下半個小時(原為一小時),能夠發聲的時間不多。

要一個商業電視台,養一組到兩組人在客語新聞上多做規劃,可能會有實質困難,雖然對我個人是客家子弟而言,應該去做,但是就整個大環境、政策面來說是不允許的,因為牽扯到資料蒐集、地域性跟客家隱性的問題,還有客家題材、語言等的問題。有製作能力、專業素養的,幾乎都是年輕人,本身雖是客家人,但是在表達能力上多半已經退步了,播新聞時的發音咬字都已經不是很清楚了,又不能不用他,因為老一輩人沒有製作能力,在這種情況下,建議可以成立一個顧問團,由他們指導客語播出,不管是新聞或是節目的播出。若主播播報的不是很清楚,以訛傳訛的關係,會誤導下一代或想學客語的觀眾。

我覺得應該由一個統籌單位,如客委會或其他相關單位打破藩籬,把客家人才匯集在一起,甚至相關政策執行的單位,用一個強制手段來達成與規劃;如電視台之間也要打破藩籬,並非只有客家電視台可以招攬客家人才,還可有其他方式,不影響商業利益的考量下,可以居間協調、借調流通彈性運用。客語新聞才會做的更好。如匯聚台視、中視、華視民視、公視等既有的客語專業人才,一些(執行)困難度就會降低。

問（三）：您和觀眾的互動如何？多半為哪種互動？新聞播出後的效果、成績如何？

答（三）：基本上，客語電視節目的收視族群是一個隱性的，所以我們並無法瞭解收視族群狀況是如何。有時只是透過AC尼爾森調查，無法確實掌握。

我個人與觀眾互動方面滿少的，因為受限於是新聞播報，如果是節目的呈現方式可能會有互動，但是幾乎都是我播新聞，觀眾聽、看，所以互動很少。只是有時出去採訪時遇到客家的觀眾，他會跟我表達說，有看我的節目。

（和觀眾）互動不多滿可惜的。

問（四）：您認為客語節目與其他節目最大不同在哪？

答（四）：最大的不同點在語言上的不同、語言結構、收視族群的不同。客語基本上跟台語有些類似的地方，新聞稿件的呈現，都是用國語來呈現，所以客語的諺語上來做詮釋的話，可能需要有些人生的經歷，需要一些客語素材的參考，才能夠引述相關道理。但因為以前客家俗諺多半受限在農業社會，所以有一些狀況，現在年輕一代的年輕族群並不能瞭解，以前的農業社會到底是怎麼一回事，甚至沒有看過農耕的工具。

問（五）：民視客語新聞的取材特色為何？

答（五）：就如我剛提到的客家俗諺，傳統客家多半務農，在諺語上的表現就以勤儉刻苦、勸人為善的為主，而客家俗諺的部分，進行很多年的時間了，每天都有一則客家俗諺。至於新聞取材，多半以現有的新聞素材作為目標，只是做一個客語加工的動作。

問（六）：針對貴節目，未來整體展望如何？還有，您認為製作客家節目，理想的工作小組成員應具有哪些條件？

答（六）：對於未來內容方面，如果要吸引更多客家鄉親注意，則必須著重

在生活層面上一些時事新聞、藝文新聞，可能才會受到客家族群重視。儘管經費不足，還是有一些可以著手去做，客家人也希望在生活上、醫療上、健康、法律有所瞭解，未來如果時間長一點，我們可以把生活新聞化、新聞生活化，在新聞節目裡，偶而可以請客語醫師談健康問題，請律師談一些法律問題，或科技新知專家…等，以客語介紹給阿公阿嬤，或年輕族群認識。

在語言方面，未來如果有更多的經費跟人才的話，我會建議公司用字幕的方式呈現，可能會增加非客語族群觀賞的原動力，就像看外國影片時，雖然英文聽不懂，可是如果有字幕的話，看完影片後仍舊可以瞭解其中的含意，縱使無法百分之百的瞭解，也可以掌握其精髓所在。

國家財源如不拮据的前提下，可以補助經費給有客語新聞、節目的電視台，讓這些電視台可以充分運用，（製作客語節目）原動力上會大一些。也希望在公司方面可以有更多資助，在不匱乏的情況下，則可以有更多的客語相關節目，如在半個小時客家新聞後，可以有半個小時的客家節目，輔助新聞播出，實際到客家農村、村落去瞭解客家人到底做些什麼，讓他們在收看節目後可以引起他們的感想、興趣。讓他們體會這個社會確實有很多人在為客家事務盡心盡力。

理想的工作小組成員不盡然一定要講客語，但至少要對客家事務或客家文化有興趣、瞭解，就我個人瞭解，有些客語節目製作人，雖不是客家人，但對客家文化就有深一層的瞭解，當然，相關主持人或專業層面，由客家人士來擔任會比較好，但製作人方面，我覺得不一定要由客家人，只要深入瞭解客家文化就可以。就好比許多外國人研究台灣文化，雖然他是一個外國人，可是他對台灣文化有所瞭解。

在未來，也可以去大陸瞭解一些客家血緣關係，公共電視曾經做過類似一兩個小時的節目，但我想是不是可以藉由這個尋根的方式，增進與客家的互動，探尋客家源頭，讓新一代客家成員瞭解。

問（七）：您認為應該增加哪幾種客家節目？一個新的客家電視節目應當如何予以宣傳？

答（七）：節目宣傳在方法上，可以透過客委會，或台北市等客家團體、廣播電台，大家匯集在一起，由客委會統籌辦理客家人的聚會，舉例說，在總統府前一年舉辦一個客家日，全台各地的客家人匯集在一起，有各種的分類如藝文、科技、學術、出版、傳播，真正統計精算客家子弟、人才，並製作資料庫。

像藝人代表，如胡瓜、陳盈潔、政要、傑出客家代表，一起共同發起，做戶外活動宣傳。

客家新聞雜誌還不錯，也有值得褒獎之處，但是因為受限客家電視的收視族群，公共電視節目的品質滿優良的，但總是叫好不叫座，民眾對於吸取新知，好像不是那麼理想，可能受限生活壓力，希望有刺激、感官性。這個也受限於電視台經費問題，從來也沒有一個電視台願意嘗試，除了公共電視台的寒夜，受到重視外，其實應該有更多的客家子弟與人才，在未來的八點檔有所表現，以客語版、雙語的方式呈現，讓客語族群有某種收視的習慣。

至於一般節目呈現，綜藝節目也是一個很好的方式，他可以跳脫傳統，一般認為客家節目是比較土、鄉下的印象，因為年輕族群比較希望可以看到具有現代感的節目，不會接受老一輩呈現的方式，基調應該定在鎖定族群與習慣性，並有相關調查，盡量年輕化。讓小孩也喜歡看，不會只是客家傳統的說唱藝術，這方面都可以做，只是人才的培訓方面需要更多時間，相關人才培訓可以由客家電視台來主導，由政府相關部會來配合輔導。由客家電視台舉辦相關培訓計畫，並打破各個團體、機構間的藩籬，匯集經費、人才。有了整個配套措施，在未來還是值得期待的。

問（八）：客家電視台已經開播，您的看感覺如何？您會擔心民視客語新聞收視下滑嗎？

答（八）：不擔心客語新聞會受到客語頻道影響，其實這也是一個政策性的關係，如果在政策上可以徹底落實，我們到也希望客語頻道可以做的更好。可能是因為在操作時程上比較急促，相關的人員、組織因為受限經費，所以一些發音上，迫於無奈只能用配音的方式，客家連續劇可以的話，得用原音的方式呈現，這樣能讓更多的客家人才投入，增加就業環境，因為他願意參與、有熱誠，所以有收入。因為我是客家人，所以我投入客家電視，我又有收入，所以我對客家文化更加盡心盡力。目前因為二十四小時播出，加上經費問題，所以就會用其他的閩語節目來取代，這是近期的理想方式，但是若就長期而言，每一個節目都應該以客語來發音。

客語頻道成立後應該積極著手進行人才的培訓，各種人才，不論是影音人才甚至是客語人才、節目人才、歌唱人才的培訓，或音樂創作培訓等，這樣才是長久長遠之道。

五、淡江大學公共行政系副教授施正鋒

訪問日期：二〇〇三年七月十五日，下午（電話採訪）

問（一）：你有沒有看過客家電視節目？你最常看的是哪一些，可否清楚列舉說明？收視原因與動機為何？

答（一）：早期曾看過有線的電視節目，但是現在都沒看過了，公視寒夜也稍微看了一下，還有十六、十七臺的客語頻道，觀看這些節目多半都是瀏覽一下而已，並沒有很認真的觀賞。收視的動機倒不是強烈的客家認同，但至少希望我們的多元文化之下有客家的頻道，還滿令人感到興奮的。另外，我本身也在做族群政策研究，所以對於一些相關的動態都會比較注意。

問（二）：您認為客家節目目標收視族群，應該界定在客家族群或不限？是否應全程使用客語？

答（二）：關於這個問題我也感覺到一個困境：這個節目到底是要給大家看？還是自己客家人看？要突破這個困境，我們可以有字幕處理這個問題，但這個問題在於一般人（其他族群）會說：這個跟我沒關係，甚至於客家人會不會看，我都有點懷疑。這可能是基本定位的問題，這除了是客家族群本身一個自我強化的媒介外，還代表一個重要的文化多元主義，希望其他族群也會有興趣。當我看到「寒夜」的時候，我會想到閩南人是不是也會有同樣的過程？對外省族群，雖然他們都是戰後才來，會不會也覺得那是他認同的一部份？因為這片土地是前人先開發的。還有一點是客家人與原住民短兵交接是比較緊張的，這樣的詮釋（interpret）下時，這就是一個開發的觀點（perspective），對原住民而言，開發就是把我們的土地拿去。

節目製作上，短期至少定位在客家人的族群，長期來說，譬如新寶島康樂隊，陳昇、黃玲玉等，雖然他們是用客家話唱，但還是很愉快，會想去瞭解歌詞的內容，不需要把他變成傳統大戲，因為連客家年輕人自己都不想看。

問（三）：您覺得客家的電視節目有瓶頸？

答（三）：有一個電視台董事跟我講說，他看了收視率（rating）很低，他覺得不看好。但是我跟他說如果你把它當作是公視的性質——過去幾年我們有點不公平，把公視拿來跟三大台比較，相當不公平——公共電視的背後就是因為這樣，才需要國家、社會力量來做。所以我認為，其實客家電台重要的一點就在於對文化方面的要求，剛開始如果能讓客家人願意看的話，短期內至少我覺得可以滿足。在外國一般會有雙語，但是雙語的意義是什麼，如果只是切到北京話或閩南話看它表現，那種感受（feeling）可不可以引導他（觀眾）超越語言？是否能進一步帶領他願意聽客家話？就像我們把韓劇翻譯成北京話也看得津津有味，但畢竟還是覺得有點距離。我認為全程使用客語比較適當，因為雙語的機制在無形中會把它沖淡，我們不可能要求一個電台多元，我們要求外部的多元，所有的頻道裡有一個是客語，其他是不同語言。

問（四）：那麼您覺得客家電視節目應該以客家有關的內容做為節目主軸？還是不用刻意限制？報導和介紹的主題，又應該限於客家地區事務的討論或者不用設限？

答（四）：這個問題我最近也在考慮：到底客家頻道是以客家人為主就好？還是以客家話為主軸？還是以客家議題？這是三個不同層次的主軸。如果用客家話，當然可以吸引客家人，其他議題如：國際新聞是不是只是要用客語來瞭解他國事務，這就只是一個工具。如果今天是客家議題，就比較有族群意義，集體認同的鞏固或建構；但是如果以人為議題，就太本質化了，畢竟如果你是一個用華語的客家人，我們知道會使用這個媒體的比率一定比閩南人多，所以以人來定位並沒有多大意義。我覺得除了客家語以外，應該用客家主體、客家事務為主軸。

關於地區，我認為這個不要去限制。雖然我們有桃、竹、苗、六堆等客家原鄉，但是我認為當前客家人面對最大的困境、危機感還是都會區，因為都會區的文化、族群認同，接受的挑戰會比較大。類似這種轉折對客家人找工作、就業過程中，族群問題在都會區才會遇到，在桃竹苗地區客家人不會有認同、語言問題，所以議題上也不用限制在桃竹苗地區，讓都會區也有發展的空間。

問（五）：那麼您對規劃發展客家電視節目的策略有什麼建議嗎？

答（五）：首先，想辦法找一些客家菁英，不是只有傳統的政治人物（吳伯雄、林郁芳），應該從各行各業來找，如閃亮三姊妹，讓他們很有自信（proud）地出來，雖然客家話可能不是講得很好，但是至少讓他們分享心路歷程，包括他還在摸索等……，會比較真實。

還有一些在國家民族化、現代化時會遇到的一些議題，像是語言的使用，在閩南人的地方，閩南人會跟他說不要講國語這種矛盾，講母語可能對方聽不懂，說華語對方可能又不高興，這些可能都跟政治會牽扯，但是我們不需要逃避。例如說，閩南人會問：為何桃竹苗地區客家人會支持泛藍？這一定有什麼道理，可

以去瞭解為何有這個模式（pattern）。例如這次的吳國棟，為什麼他就是要出來，這其中就有族群意識，在過去太把它本質化了，好像就只是語言跟文化而已，這些東西對於住在現代化社會新一代中產階級、知識份子而言，它的定義不是只靠父母親給的。新的客家人，該有自己定位的方式。

節目方面，像五五六六孫協志在三立主持的節目，都會跑到台灣各地方去訪問，深入民間，但多是以閩南人為主，但是那個節目的對象就是閩南人。還有黃西田、澎恰恰他們的節目——其實我們客家也有類似、特別之處，甚至像我到宏觀電視去訪問，他們就以各鄉鎮為主，像梅山，我發現很多都是客家人，但後來都被閩南人同化，所以講（客家話）的機會不多，也不好意思講——不一定要隱藏在閩南人的下面，像有些客家鄉鎮種植薰衣草，我們就可以用客家話，以生活化的形式表現出來，顯現出我們也是台灣的一部份，不是被隱藏起來的。

六、客家電視客語新聞主播宋菁玲

訪問日期：七月二十一日，上午11:00（面訪地點：台視新聞部）

問（一）：客家電視台在這個月正式開播了，您原本在台視就是客語主播，這次客家電視台成立，您也參與得很多，可否介紹一下其中的過程？

答（一）：客家電視的部分是因為客委會成立之後，希望客家聲音可以由一個專屬電視台來發聲。台視是在母親節（二〇〇三年五月）左右才正式與客委會簽約，前後從無到有，五十天不到就成立了一個二十四小時播出的頻道。本來播出的日期應該是在今年三月份，後來因為立法院審預算的關係，所以一直到七月一號才開始執行。

客家電視目標族群則希望是聽得懂客家話的人，這樣可行性比較大。我在播新聞時，速度會刻意放慢，目的就是希望一些年紀比較大或是講不同腔調客家話的鄉親可以瞭解，以及一些聽起來比較吃力的專有名詞，可因此讓大家瞭解。

另外，我們也希望一些聽不懂客家話的鄉親（包含不流利的都市客家籍兒童），可以從我的播報方式來理解。在未來，我們會有字幕來搭配，藉由發音和字幕的方式，讓他們聽習慣客家話，就像聽ICRT、英文教學節目一樣自然，因此對客家語言產生興趣。

問（二）：節目實際的執行狀況如何？有沒有什麼困難？

答（二）：因為成立的時間短，所以人力方面還很吃緊。關於新聞的部分，以前在台視新聞時，人力比較充足，現在這裡一天播四節，一節一個小時，一天就有四小時的新聞，我們的資源確實有點少。當然我們製作的是客家族群的新聞，希望有客家特色。我們在地方也有記者，像桃、竹、苗、高雄、屏東、中部的彰化及東部客家地區都有，不過東部地區多半由北部來支援，儘管如此，調度上，還是稍嫌不足。

另外，根據我以前幫客委會及台北市政府主持一些Event（活動）的經驗看來，通常客家相關消息比較沒有受到電子媒體重視，一般會到場的媒體多半以平面居多。

收視率方面，由於一開播，大家都很有興趣知道，像第一名是八點檔，第二名就是我這個時段的晚間新聞，第三名是午間新聞。不過，我們的頻道還沒有定頻，雖說在第十七臺，但是各個地方不見得就是十七頻道，也不是每個地方都看得到，這些問題也會影響到我們收視率的表現。在這些前提下，我們的主管們對結果還算滿意。

人才的部分，就新聞節目還是很缺乏，除了採訪外還有很多事情要忙，問題在於會客家話的人，不見得有專業知識，有專業知識的人又不一定會說客家話，同時會說客家話又具專業的人，他們在其他地方待遇已經不錯，如果要他們到客家電視，受限於經費，不見得滿意，再加上這裡的合約以半年為期限，因此人才不是這麼容易獲得。

問（三）：節目播出後，觀眾回應如何？電視台和觀眾間的互動如何？

答（三）：目前觀眾反應其實都還不錯，很多正面鼓勵。對於晚間新聞的部分，觀眾對於客家重大新聞以及國家大事這部分，反應則一直很熱烈。

互動方面我們也有網站，觀眾可以隨時在上面留言；也有客服人員接電話回應觀眾。同時，也歡迎一般觀眾用寫信的方式表達意見，不過目前比較少，現在很多用信件回應的觀眾，都是寄信來參加有獎徵答，這是我們跟中華電信Hinet的一個合作，針對節目設計一些問題讓觀眾來回應，這個活動舉辦後就有很多觀眾打來詢問答案。

問（四）：您負責播報客家新聞，新聞取材的特色如何？

答（四）：以前三台的客語新聞都在冷門時段，但是我們客家電視不管在那個時段都可以看的到。跟公視客家雜誌比起來，畢竟它一個禮拜只播一個小時，他的作法也跟我們不一樣，以深度報導為主，我們這邊主要在於告訴大家今天發生什麼事，裡面也有一些專題，不過專題長度可能不像「客家新聞雜誌」這麼長。新聞上，只要跟客家的人、客家的事情，都是我們關心的範圍。在作法上，以前我在台視播客語新聞時，只能把一般新聞翻成客家話，頂多在編稿時，挑一些跟客家居住地區或人、事、物等日常生活比較有關的新聞，有了客家頻道後，則是可以完全針對客家事物做考量。

我們重視客家在地的新聞。我們雖然多半以客家鄉親新聞為主，但我們也有國家大事，在選取上，我們主要分為五個部分（parts），把客家鄉親關心的放在前面，接下來才放國家大事，政治方面的消息可能不是這麼鉅細靡遺，而是重點式的呈現，第三個部分又回到客家事物，之後才是其他如國際新聞的部分。

在台視時，我播過台視新聞搶鮮報，等於是台視晚間新聞的前哨戰，就是在晚間新聞前先預報一些重點，然後就是有軟性新聞，這些題材也可以是客家新聞爭取的對象。

問（五）：您對客家電視台未來整體展望如何？您認為製作客家節目，理想的工作小組成員應具有哪些條件？

答（五）：理想的人才第一關要能夠通過試鏡，聽發音咬字，最重要的還是在於客語能力，這個部份最好是能說，也許不是這麼好，就客家電視而言，我們有編審老師從旁指導，可以很跳躍的進步；對新聞的敏感度及專業素養也很重要。除了客家專業之外，還要有新聞專業。

我們不希望客家電視的節目，只是一個客語版的國語、閩南語節目，而是除了客語外，甚至連客家幽默等都是最道地的；還可以透過節目，把不同腔調的客家話作一個介紹，打破客家之間的語言界線，讓說四縣腔的客家觀眾，也可以瞭解說海路腔的客家觀眾，讓彼此瞭解各自的特色及差別在哪裡。

問（六）：您認為一個新的客家電視節目應當如何予以宣傳？

答（六）：宣傳的部分，需要持續而密集的推廣。可以透過網路吸引年輕客家族群，在網路上的討論區討論客家事物。另外，像客家電視台開播之初，我們有五場的造勢活動，藉由造勢活動，可以發給鄉親我們的節目表，這樣的效果與反應也很不錯。

問（七）：您剛有提到公視的「客家新聞雜誌」，客家電視台成立了，和公視的節目有衝突嗎？

答（七）：公共電視在客家這一塊來說是必做的，他們做的不錯，深度也很夠。

七、新竹師院語言教育系教授范文方

訪問日期：二〇〇三年七月二十七日，上午（電話採訪）

問（一）：您有沒有看過客家電視節目？你最常看的是哪一些，可否清楚列

舉說明？您收看這些客家電視節目的原因和動機是什麼？

答（一）：我看過的客家電視節目不多，簡短的新聞報導，或早年大愛、公視製作的文學性客家節目。至於動機則是，想要看一下好不容易爭取到的頻道、節目品質怎麼樣，因為我比較擔心節目品質，相對於一些民眾平常沒有機會接觸客家話，聽見客家話會有親切感，在這個部份我比較沒有。

問（二）：您收看了這些客家電視節目的感覺是什麼？有什麼看法嗎？

答（二）：誠如剛剛所提及，我比較擔心客家節目的品質，倒不會因為電視上出現客家電視節目就特別興奮。我比較不在乎咬音準不準、講的客家話是不是很道地，我比較注意內容跟價值觀，是不是跟著現代化或認同台灣的本土化，還是只停留在過去的中原客家，這個部分我比較不贊同，但是現在的節目卻迫切的想要介紹傳統客家或舊式的客家。感情上可以瞭解，可是如果從社會教育或傳播來看，比較關心知識水準、專業化程度已經跟上現代化。

語言的保留很重要，但發音準不準只是一個語言的形式，語言保留背後的形式可不可以在現代化之下讓年輕人實用，保留背後的文化也不是只有生活、民俗信仰，可以有更高層次的道德觀、美感，這個部分比較需要努力。

對於年輕一代公視客家新聞雜誌工作人員有一個看法，就是對於因發音不標準而引發觀眾指責或糾正，這不是這麼重要，年輕一輩如果被取笑沒有關係，因為肯講就是一個好現象，久了自然會比較熟練，在我看來標準不如生動。對老一輩文化界、民間客家人的建議是，不希望他們強迫年輕人接受古代客家傳統、美德，不需要強調過去，應該要承認我們也有當代客家文化。

問（三）：您認為客家節目目標收視族群，應該界定在客家族群或不限？是否應全程使用客語？

答（三）：語言使用方面，全程使用客家話是最理想的，如同剛剛我所說發

音準不準並不重要，也不排斥由北京話或閩南語衍生而來的新語彙，或語言的現代化、年輕化、生活化，節目裡如果穿插一些華語或閩南話，雖然不是這麼理想，但可以接受，語言只是一個工具、表達的符號，符號又隨著時代改變，不需要拘泥於傳統；不管使用哪一種語言，如果對對方所講的語言有興趣，我們應該試著去聽懂他的語言，而不是強求他用我們聽的懂得語言來介紹。

感性上，客家節目應該是要滿足年紀比較大的鄉親，在迫切的程度來看，應該針對比較年輕的一代，因為不瞭解所以對這個東西比較陌生，因為陌生所以產生了一些羞恥感或是自卑心，這個是比較需要突破的，換言之在收視族群方面應該以世代族群做為優先考量。因此對於年輕一代，可以呈現比較現代的客家文化，而不是一味炒作古董，而是要讓他們多聽，讓他們有接觸的機會，就好比捷運的播音系統；讓他們不要在觀念上排斥的話，他們很快就可以學會客家話、閩南語。

問（四）：您覺得客家電視節目應該以和客家相關的主題為主軸？抑或話題該暢所欲言，不受限制？節目播出的地區應該只針對服務客家地區為主嗎？

答（四）：節目主軸不用限於客家文化，應該要更多元，只不過是用客家語言來詮釋，或是在詮釋的時候有客家觀點，對象則不僅止於客家，之前在大愛主持節目時，就用客家觀點跟語言，這兩個最基本的形式介紹李喬的台灣的閩南文學、英國文學。電視客家節目播出的地區則不侷限於客家庄。

問（五）：您認為未來應該增加哪幾種客家節目？如果有一個新的客家電視節目，電視台應當如何予以宣傳？

答（五）：前幾年李喬的寒夜，被改編成戲劇的形式，雖然有些不盡理想，但我覺得這個方式比較嚴謹，文學作品用戲劇形式傳達出來，也可以吸引很多人的關心，跟介紹各地客家美食是不同的。除了戲劇的方式外，教學節目也很理想，就像英語教學節目一樣，有時有一兩位來賓用對談的方式，並加上一些字幕，

讓觀眾透過對語言的瞭解進而瞭解客家文化，這個節目的時間就不宜太長或太短，如果時間要長一點，就應當由戲劇形式呈現。

商業社會下包裝宣傳很重要，透過電腦網路或電視節目來宣傳，讓大家知道客家文化，聽到客家聲音。例如最近審查一個電視節目，就是由客家籍的籃球國手陳建洲每回邀請一個來賓，教年輕人講一些比較簡單的客家話、客家文化，找來一些運動明星做宣傳，是一個可以變通的方式。

八、公共電視「客家新聞雜誌」記者賴淑敏

訪問日期：二〇〇三年八月二十六日，下午9:00（電話採訪）

問（一）：可否介紹公視「客家新聞雜誌」製作緣起、動機和規劃方向？設定的目標族群為何？

答（二）：客家新聞雜誌製作之初是由本節目現行製作人林玉青經過兩年籌備才出爐。當時公視原住民新聞雜誌已經播出三年，卻沒有客家節目，因此客家新聞雜誌應運而生。整個節目企劃是由企劃部鍾瑞萍撰寫，節目主要鎖定客家族群，以及非客家人但對客家文化有興趣者。由於客家電視人才不足，節目一開始先以有電視經驗者帶領，再轉移給會說客家話的客家人。

客家人不像原住民從五官就可以明顯區辨，客家的傳統文化就很有特色。因此客家新聞雜誌取材，三分之一是傳統，三分之一是其他，還有三分之一也報導現在發生的事。

本節目內容製作過程，都是由記者個人先上網搜尋相關資料，再電聯相關文史工作者，確定可以執行後，記者再向製作人提案，通過後逕行採訪再帶回製作，最後播出。中間執行最大的困難處在於客家人不願意講客語。客語流失嚴重相當可惜。因此我們在採訪和報導中儘量穿插客語對談，甚至一開始我們就問受訪者會不會講客家話，如果不會講，我們就要考慮換人。

問（二）：節目播出後觀眾的回饋反應在收視率上如何？主持人和觀眾間有互動嗎？

答（二）：本節目主持人與觀眾的互動幾乎是零，因為主持人少笑容，而且也少外出採訪，節目也很少到客家庄活動，主持人頂多上網簡單回覆觀眾問題罷了。

收視率的部份，老實說，從開播到改版到客家電視台開播，真的有很大的差別，特別是客家電視台開播後，我們的收視率一落千丈，除了暑假小孩掌握電視遙控權外，可以看出客家新聞雜誌長期播出卻沒有穩定的收視者，宣傳可能有問題。

問（三）：您覺得客家新聞雜誌，乃至於一般的客家電視節目，和非客家節目最大的差別在哪？

答（三）：客家新聞雜誌既然是客家節目，與一般節目最大的不同當然在使用客語發音。

問（四）：您對自己所參與的「客家新聞雜誌」，似乎認為還有多多值得改進之處……

答（四）：個人希望本節目未來可以走雙腔雙人主播，而且越活潑越好。此外，希望報導內容未來能兼顧年輕客家人的需求，這端看製作人的規劃。

還有，客家新聞雜誌必須抵負客語傳承的使命，開辦客家電視人才培訓課程，發掘更多客家電視人才。像原民會就撥款培訓原住民人才，所以客家電視人才現在沒有，不表示五年後不會有，十年後不會有，端看做不做，這才是客委會該動用資源的地方，不要讓客家電視的生命只是政治酬庸性的。

客家節目的記者，最本地地要有客語對話、採訪、配音的能力。就像國際新聞組的組長，若不會英語，豈不可笑？客語和英語一樣，都是同等的地位，所以

節目主事者當然要會說客語，如果不會，至少他（她）必須對客家文化有熱烈的興趣才行。

問（五）：您覺得未來應該多多增加哪種類型的客家電視節目？宣傳上應該注意些什麼技巧？

答（五）：未來應增加客語卡通節目，而且對話越自然、越活潑越好，這樣小朋友很容易就學起來，可以輕易達到客語傳承的目的。像我收看幾次客家電視台的「老嫩大細」其實還滿好看的，不會像客家新聞節目來的刻意噱口。而客家電視節目宣傳手法上，應該儘量讓媒體曝光，同時深入客家庄宣傳，到當地張貼海報，也可以和地方媒體合作，對在各地的客家人而言，當地小報是資訊依賴的來源，也是客家節目宣傳可以合作的對象。

九、中視客語新聞主播鍾惠文

訪問日期：二〇〇三年九月二日，上午11:00（面訪地點：中廣客家網辦公室）

問（一）：客家電視台七月初開播了，是否威脅了中視客語新聞的收視率？中視客語新聞當初是怎樣誕生的？

答（一）：我只知道客家電視台要開播，其餘的完全沒有參與。現在各個客家電視節目，就屬中視客語新聞開播最久，已經有十多年了。當初是因為客家人走上街頭，節目應運而生，規劃要介紹有客家特色、非時效性的人事物。不過現在卻是國內外新聞都有，沒有達到最初的規劃，直接把國語新聞拿來翻成客語配音播出，一點都沒有特色，不如看國語新聞，而且國語新聞報導（時間和則數）更多。其實，中視客語新聞不如增加如桃竹苗的地方特色，吸引當地的或所有客家人收看。現在的狀況只是突顯電視台根本不重視客家新聞。

問（二）：節目播出後收視率如何？您和客語新聞的觀眾有互動的機會嗎？

答（二）：中視客語新聞的收視率，我也不清楚，是有固定的觀眾，但他們

也都是我廣播節目的聽眾，都是靠廣播節目辦活動與他們互動，他們進而肯定我的客語主播的角色。

中視客語新聞會變成這樣，主要是客家市場不大。中視總經理江奉琪也是客家人，權力很大，不過他上任後，把原本在早上十一點的客語新聞時段，拉到下午四點，這個時候務農的客家人都還在田裡，小孩也都上學還沒回到家，怎麼會有人看？所以連他都沒有心，客家節目怎麼做得好？我也常向新聞部主管提案，最後都被以人力不足打回票，主管不積極，客家節目根本做不好。

我覺得要把客家節目做好，一定要網羅所有有經驗的客語或電視相關人才，大家坐下來談。像客家電視台，好像是非客家人製作的。客委會成立客家電視台，應該先用有經驗的客家人，也不是用一些沒經驗的客家人，只會說客語就匆匆開播；或許可以藉非客家的電視人才帶動，把經驗移植給這些客家人。

問（三）：您手邊有好幾本客家學術著作，即使是客家人，您主持或播報客家節目也時時自我充實嗎？

答（三）：主持客家節目，應該要大量閱讀客家叢書，不然怎麼把節目做好？一個理想的客家電視節目或新聞，不能只是政策性的播出，最主要是主管要有心，必須撥經費，找人才來一起製作，否則像中視客家新聞，根本不受重視，主管認為那只是政策性的節目，從我播報這麼多年在中視都沒有一張桌椅就可以知道了，上面想喊停就喊停，根本沒有辦法做得好。以前我也提過案，在節目中做一分鐘的客語教學，比方說「吃飯」，我可以解釋它的意思和在生活中的應用對話，讓節目增加特色，吸引客家與非客家觀眾的興趣。

問（四）：剛剛您談了一些客家電視台的事，您看了客家電視台的節目有沒有什麼建議？

答（四）：以客家電視台成立後的情況看來，一看便知它稱不上專業，很多節目是把原本國語、台語發音的節目拿來，配成客家話播出，這樣的手法老三台

的新聞早就使用，觀眾不如看老三台的客語新聞就好了。這顯示客家電視台沒真正的客家電視人才。

當初我只知道要成立客家電視台，後來知道七月一日要開播，不過或許是政治色彩不同，他們從未有人徵詢過我們這些有經驗的客家電視人的意見。常常聽說「客家文化擺中間、黨派擺兩邊」根本是假的。雖然客委會的確發揮功能，比如說客家桐花季，但是在成立客家電視台的過程，我們發現它還是政治的考量。

像我以前在中視做「客家采丰」的時候，都是向客家籍的企業家爭取經費製作，播出了三季。當時國民黨和內政部民政司也有贊助，我特別感謝民政司，那時是由吳伯雄任內政部長，十年前那筆經費在當時是相當可觀的，因此我們也做得很認真，會去深入發掘報導一些客家深層文化的東西。

其實我很納悶，客委會成立客家電視台，應該是以客家人優先錄用，可以請客家相關專業的人來指導，慢慢培養電視人才。像現在客家電視台拿國語節目或卡通再配音播出，做起來有成就感嗎？我曾受邀幫他們配一個廣電基金的國語美食節目，原先國語的速度要用客語配，能配嗎？實在不搭。還有重播了不知多少遍的「星星知我心」拿來配客語播出；客家頻道請徐薇教英文？或是客家話教學節目，請一個客家歌手劉萍芳來教……，那我們這些客家語的電視人才是幹嘛的？

還有，一個客家電視台，只有一個顧問？別忘了新聞有新聞的專業，不同的部門有不同的專業呀！我想之所以不願意廣納客家人才與意見，都是客家人有一種見不得人好的心態，不會想到要像張小燕一樣提攜後進。

我說，客家電視台可以成立，但不用急，如果是像現在這樣，客委會當初不如把資源分給老三台，讓他們去做一個每週二小時的優質客家節目來帶頭，再成立專屬電視台。

問（五）：那麼您心目中理想的客家電視節目是什麼？如果有一個新的客家

電視節目要推出，您覺得要如何宣傳？

答（五）：理想的客家電視節目應該是要讓非客家人也想看，那就取決你的節目內容，可以做吸引人一點，像客家有名的柿餅是怎麼做的？選材方式是如何？這樣的報導非客家人也會有興趣。

客家電視節目宣傳，我想電視還是最快的管道和方式，可以做一個二十秒、三十秒的預告，但中視也沒有。所以他們對客家人根本不重視。說穿了客家市場還是太窄，因此節目如果沒有廠商支持根本活不下去。客家觀眾太少，主要是以往大家都聽、都講國語或台語，加上現在客家節目一窩蜂開設，內容裡的客家流行歌，老人不能接受；老人又只認為老山歌最動聽，不能接受客家流行歌……，年輕人願不願意主動收看客家節目是很重要的。還有，沒有客家的年輕人願意接棒，因為不會講客語，因此節目品質低落；有的會講客語，又沒有電視的相關經驗，一旦來到電台裡，和資深的人領一樣的薪水，怎麼留住好的、資深的客家人才？所以客家人對語言流失的問題不是不知道，而是有沒有心的問題。有些人一直罵政府學校沒教客家母語，回到家卻和小孩講國語，真的說不過去。

像我以前在中視做「客家采丰」的時候，都是向客家籍的企業家爭取經費製作，播出了三季。當時國民黨和內政部民政司也有贊助——我特別感謝民政司，那時是由吳伯雄任內政部長，十年前那筆經費在當時是相當可觀的，因此我們也做得很認真，會去深入發掘報導一些客家深層文化的東西。

節目採訪時，如果遇到不會講客家話的，那最起碼請他用統一的國語回答，不該讓他用台語。不是說我們排斥台語，畢竟是客家節目。

十、中國文化大學廣告系副教授羅文坤

訪問日期：二〇〇三年九月三日，上午（電話採訪）

問（一）：教授您也是客家人，看過哪些客家電視節目嗎？

答（一）：我個人因為忙碌很少看客家電視節目。不過我不排斥它對客家族群的重要性。

問（二）：是因為沒時間還是有特殊原因，所以您少看客家節目呢？

答（二）：之所以和大部份的客家人一樣，少收看客家節目的原因，我想是在節目親和力的問題：當下的客家節目規劃，恐怕必須更切確掌握和了解自己的收視族群，精確掌握了是誰在看節目後，進而能有互動，了解他們的需求才行，不是天馬行空的做節目。

問（三）：那您對製作一個客家電視節目的規劃方向和推廣策略，有沒有什麼建議？

答（三）：以市場區隔的角度來看，還要有產品差異，因此了解收視者的動機和需求十分重要，否則節目就沒有了特別吸引人的地方。要達到這樣的目標，觀眾族群的調查很重要。像國外，西班牙的節目在美國，製作給多波多黎各等西班牙裔的移民看，它的內容、調性等，都切合這些移民的需求，因此總的收視率不高，但那些西班牙移民卻都忠實收看，精準吸收了節目的觀眾。所以，客家節目就該了解客家人在食、衣、住、行、育、樂各方面的需求，針對這些需求做出的節目，再拍廣告宣傳。不過現的客家節目好像年輕人都不看，是否意味著客家節目觀眾只有老人家？或許客家節目可以從區域性先創造口碑，全家收看或許可以帶動整個族群來收視。總之，客家電視節目，說客語是必然的要素。

十一、考試院考試委員徐正光

訪問日期：二〇〇三年九月十日，下午2:00（電話採訪）

問（一）：您看過哪些客家電視節目？有沒有印象最深刻的？

答（一）：客家節目也是客家運動的一部份。整體而言，公視客家新聞雜誌很能呈現過去和現在的客家人。因此吸引少數知識型的客家人、教育水準高的客

家人收視。不過看了公視再來和客家電視台做比較，就會發現客家電視台十二小時輪播的節目品質並不好，因此很多人覺得公視客家新聞雜誌每週一個小時的節目有存在的必要。

我看其他客家電視節目的時間不多。公視的節目（客家新聞雜誌）較早開播，以前較常收看；現在有了客家電視台，偶爾也會收看，但看得不多。

我很希望公視和客家電視能形成良性的關係。比方說客家新聞雜誌是週日晚間九點播出，我發現客家電視台相同屬性的節目是放在八點半播出，不知道是不是故意的？還是這個節目擠不到其他好的時段？因為現在電視都是市場取向，客家電視台這樣的安排和排擠和分化族群內收視者。

問（二）：您覺得一個理想的客家電視節目應該是怎樣的？

答（二）：我覺得公共電視節目真的做得不錯，一方面他們很用心也很努力，不過還是可以再把節目做得有特色些。而客家電視台就可以經營其他類型的節目，不要吸走公視的觀眾，這樣是商業的思維。

公視原本的特色就在它的風格平穩，如實的呈現了過去和現在的客家風貌，而不是商業的包裝手法和煽情的噱頭。在現在的電視台環境裡頭算是很不簡單。至於客家電視台，我看得比較少，難給什麼評論。

問（三）：您認為一個客家電視節目應該怎樣去宣傳以吸引人收視？

答（三）：的確，怎麼吸引年輕的客家人去收看客家節目是很重要的。目前公共電視的客家新聞雜誌比較難吸引年輕人，客家電視台因為電視競爭的關係，節目比較能吸引年輕人去收看。總之，客家人在台灣是相對的少數，弱勢族群會用各種辦法把自己呈現出來，不過客家人在這方面向來比較容易被忽略，因此客家文化能維持到什麼時候不知道。

問（四）：您認為客家節目目標收視族群，應該界定只是給客家族群收視的

嗎？是否應全程使用客語？

答（四）：客家電視節目該只給客家人看還是做給其他有興趣的非客家人也能一起收視？這是一個目標也是一個策略性的問題。當然，吸引客家人看是最重要的目標，它可以保留客家優美的文化。

不過長遠的來看，客家族群是台灣的族群之一，還必須吸收其他的族群來收視，讓他們了解客家文化的美，認識客家文化也是相當不錯的。未來的發展能置入對客家文化的尊重是很重要的，所以，一個客家電視節目收視者要以客家人為主，但必須不限客家人來看，進而能讓非客家人也收視。像福佬客對客家的影響，或是把客家文化和福佬文化相比較，或許能吸引不同族群的人來看。我有一位原住民朋友就很愛客家新聞雜誌，他是忠實的觀眾。

十二、藝人侯昌明

訪問日期：二〇〇三年九月十八日，下午3:30（中廣攝影棚）

問（一）：侯先生我們在電視中認識您多年，直到您主持八大電視台的「天天哈客」節目，大家才知道您也是客家人。您是哪裡의客家人呢？

答（一）：我媽媽是客家人，我出生後一歲她就過逝了；我父親是嘉義朴子人，所以我只算是四分之一的客家人，其實並不會講客家話。不過說起全台四百萬的客家人，教育體系長期排斥客語，客語的斷層早就造成，我也沒有環境可以講客家話，當初接下天天哈客，也是透過主持節目，尋回我自己的母語。

客家是一個好的文化，本來就該傳承，八大當時接受客委會委託，和客委會合作，像我這樣的主持人，第一個有客家血統，第二個卻不會講客家話，很符合客家話教學節目的宗旨，因為我和大部份想學客家話的年輕人一樣不會講，有助推動節目年輕化。

問（二）：當初規劃天天哈客是怎樣的情形？

答（二）：會講客家話的人，對那些不會講客家話卻想學習的人，是不會了解它的進入困難度的，更何況是電視機前的觀眾。

當初客委會找我這樣的主持人，也害怕風險，但是我們和他溝通說，客語教學節目不是要教已經會講的人，我就是那些不會講卻有興趣學的人的代表。透過節目活潑的內容規劃：片頭有卡通動畫、三分鐘的短劇，找食衣住行各方面適合的內容來教，因為生活中有一堆的客家話，只有生活化的單字，才能勾起一般人的興趣，才能啟發他們進一步去學習延伸的客家話。

問（三）：播出後效果如何？

答（三）：天天哈客播出後效果很好，大家都說：沒想到客家話教學節目也可以這樣做。我個人從第一集一個字都不會，到五十集結束，經能從單字拼成一句客家話了。所以我就是最成功的學習案例。

現在中年以下這一代的客家人，就不會省到像父母那種程度，以前是賺十元花一元，其他九塊都存起來，現在可能賺十塊，花五塊、存五塊，這顯示客家人的觀念在轉變。尤其是很多爸媽雖然都是客家人，不過他們在職場中就脫離了客家人的身份，很快客語就忘了。我覺得這樣流失下去，客家話會變成像英語一樣，必須刻意去上課學。

問（四）：您認為一個好的客家電視節目，工作小組應該有哪些條件，才能讓節目製作順利？

答（四）：天天哈客開拍前，小組成員陣容該怎樣就很傷腦筋。因為我（主持人）不會講客家話，所以他們找了一個四縣跟海路都很會講的純客家導演，對教學協助上真的有很大的幫助。同時我們在來賓選角也會加以篩選，不會講客家話的，就不會邀請，同時還很重視拍攝環境，如果教「薑絲炒豬腸」，我們就不可能在一個川菜館裡講。我們有時為了教一個詞，還特地到跑新竹、栗苗很遠的地方去。我們不是交差了事，因為如果交差了事，久了以後大家會對真實模糊淡

忘，許多交差了事綜合起來，客家味就會變得不純。

主要還是來賓的選擇以及拍攝地點的尋找都很困難，我們要找一些對客家背景很熟的人，來教大家講客家話。客家話有些特殊的發音，不好學，所以引起他們對客語的興趣實在太重要了。

問（五）：您有看過其他的客家電視節目嗎？

答（五）：我也有看其他客語節目，像徐薇的就很不錯。至於客家的娛樂休閒，歌手謝宇威就是我的高中同學呀。我覺得客家山歌是很傳統道地的客家音樂，但是年輕一代的客家人，在音樂這方面的突破性就不夠，因此讓人覺得有距離。像謝宇威，他就很堅持所謂的「客家的原味」，要唱他的客家歌，親近性卻不夠。我認為改良客家歌可以不落痕跡。像陳昇有一首歌，中間有一大段副歌都是台語，中間夾了兩句客家話就覺得就好好聽，用這樣的方式，年輕人應該可以慢慢接受客家歌。

問（六）：有了天天哈客的主持經驗，為什麼不見你主持客家電視台的節目？

答（六）：客家電視台成立有它的善意。不過台灣有五分之一的客家人，但以現實考量，客家的四百萬人口還能有多少？扣掉不會講、不會聽的；對客家沒有向心力的，還剩下多少人客家頻道？擠掉這些不懂、不看、收不到節目的，還有多少人在看？更何況是非客家人。

其實客家電視台不應該排斥其他的語言，也可以鞏固、推廣和發揚客家文化。像一個客家綜藝節目，有說有笑，但是如果全都是客家話，只有老一輩的客家人看得懂。應該和國語、台語穿插著講，這樣人家比較聽得懂，聽得越來越多、懂得客家話也越來越多。這是客委會觀念的問題。像我曾看客家頻道在演戲，真的不懂他在講什麼，下一步該怎麼辦？就是轉台，留不住觀眾，節目的意義在哪？加字幕是有幫助，但節目一定要活潑化。

當初客委會要成立客家電視台，也有來找我主持益智節目，當然我也很有意願，不過它要求全部都講客語，不能接受國語中摻著客語，我礙於語言障礙，無法入法，所以全都推掉了。其實客家電視台可以像商業電視台般來營運，可以提供包括生活資訊類的節目——這樣的節目是提供從南到北的各式生活資訊，可以看時段來嘗試加入國語、台語夾雜播出，如果缺少其他語言，政策鎖死，全都只有客語，節目就缺乏彈性。另外也可以做綜藝、外景節目，把它包裝成和一般電視台差不多，從點再到面，從國台語穿插，再慢慢提升客語的比例，而且要像做英語節目一樣活潑化。

問（七）：您認為一個好的客家節目該具備什麼元素？現在有的客家電視節目有沒有可以改善的空間？

答（七）：當初做天天哈客，客委會也希望我們全都講客語，不過我們說服他了，我第一集可能國客穿插講，客語只有10%，但到最後一集，已經有40%，這樣的意思是：請觀眾跟著我一起成長。觀眾認為這三分鐘的節目活潑不冗長。像我說芝麻跟糍粑你想學哪個？糍粑，對呀！我說糍粑聽來或許很不雅，年輕人會說：你在說髒話呀！但這就是我們客家人的麻糬，年輕人會覺得炫，他就會想學，學了糍粑之後，再順帶教週邊的芝麻、花生，就越學越多了。所以節目要活潑，短短三分鐘，卻是成功的第一步。不能永遠像刻板傳統的教訓式。用單字帶動客語學習，真的有技術性。

客家的長輩比較固守傳統，這可能是客家文化傳承的癥結點。文化傳承應該用同等的心態，長輩應多多了解年輕人在想什麼。像閃亮三姊妹又唱又跳，很活潑，大家才會覺得客家話、客家文化原來很有趣，這是長輩對年輕人該掌握的訴求點，應該從有的東西開始學習，從無到有、有到專、專可以到精，而不是從有就要到精，那對一般不太會講或不會講的人來說非常吃力。

十三、台灣大學新聞研究所副教授彭文正

訪問日期：二〇〇三年九月二十三日，下午5:00（面訪地點：台大新研所）

問（一）：你看過哪些客家電視節目？收視原因與動機為何？

答（一）：客家電視節目中，我覺得「寒夜」算是一部不錯的戲劇。因為它受到許多關注，演員、劇本、導演都是一時之選，所以很能把客家文化表現出來。它是第一個客家電視劇，集三千寵愛在一身，所以拍攝現場和所有細節都很考究。

在政治打壓下，客家文化長期以來都是邊陲文化，客家節目更是聊備一格，即使是以往的客語新聞，反映的都是主流文化。七月一號開播的客家電視台，客委會展現把文化結合電視來推廣的決心，也是客家電視節目的里程碑，對保存客家語言以及文化的傳承都很有意義。不過效果怎樣，我並不敢太樂觀。因為客家文化經過半世紀的打壓，以我尋訪週邊客家朋友的結果，大家都很有興趣，但是要大家站出來卻不容易。

其實客家人也是台灣人的一部份，卻在外省及福佬中，被雙重邊陲。客家人因此容易隱藏自己的身份，這是歷史的無奈，也代表客家人適應力很好，但是客家文化卻因此變得很模糊。文化是人類生活累積，會隨時間不斷重塑。

問（二）：那您對客家電視台的節目有沒有什麼看法？

答（二）：一般收視者看到客家電視成立，都會覺得很興奮——當然有人評價不同，行家可能會用放大鏡來檢視——不過從無到有，是非常有意義的。我個人給予客家電視台極高的評價。

不過，電視是show business，這是很現實的，現在有八九十個頻道，優秀的客家演員遇到別人用更多錢、更好的劇本，當然喜歡去選擇更好的條件。觀眾也一樣，他們有八九十個頻道可以選，所以客家文化必須跟主流文化比，客家電視必須要有競爭力。只是預算爭取不易，所以客家電視我覺得該先求有再求好。

客家電視是弱勢，又必須自給自足，因此必需要好的資源，但是如果經費不夠，那麼或許應該將打擊面縮小。比如說，原本有五千萬要做一百集，現在每集只有三十萬，那是否該考慮將這些錢改成拍五十集，把黃金時段縮小，改為重播或夜間停播。品質應該先提升起來。

問（三）：您覺得客家電視節目應不應該百分之百講客語？

答（三）：客家節目要不要完全說客語，這是理想與現實的問題。現想當然是做全頻道的客家電視，但是現實生活中，會講標準客家話的人少了。客家電視到底是要它的主體性還是共容性？我個人傾向共容。應該先結合主流文化和語言，再慢慢把它引道到客家這邊來，讓不懂客家話的人，覺得有興趣，慢慢再找回客家的定位。客委會現在正在積極培養客家藝人（像閃亮三姊妹）和文化人，希望能深耕。所以客家電視節目在理想與現實間，得先得從主流中吸收養份，而不是劃地自限，讓人覺得很傳統。

有個迷思：韓劇可以紅透半天，但是大家也不懂韓語。當然，韓劇的經費、演員的條件都很好，如果只是語言轉換，客家電視也可以做得很好，打字幕也許就可以，但是現在客家電視的預算根本是拾人牙慧，這是大環境使然。

客委會成立客家電視，對客家文化保存、尊嚴、自信有重要意義。當客委會強力行銷後，可以發現許多人都敢說自己是客家人，其他族群也給予客家人更良好的更動。不過立院諸公卻不見得認同，但不曉得自己的選民哪個是客家人，所以也不敢打壓；他們在客家電視台的預算上不踩剎車也不加油門。

問（四）：您覺得未來客家節目還可以多增加哪些類型？

答（四）：目前看來，客家節目中的戲劇很受歡迎，當然公視的寒夜和客家電視的「老嫩大細」不能相提並論。不過公視籌備了三年半，客家電視台能五十天就開播，已經非常不簡單。至於可以開發那種類型的節目，可以做研究找出客家人的落點。

我自己覺得，兒童節目不可忽視，比如卡通，因為小孩可以全盤接受客語、英語、日語、國語、台語，這些語言對他們來說是一樣的，所以兒童節目對客家話傳承有很大作用。另外，婦女節目也可以加強，所謂的「母語」，客家話必須讓媽媽對小孩說，婦女節目可加強客家女性對客家的認同，進而教小孩客語。

問（五）：如果現在有一個全新的客家電視節目要推出，應該如何宣傳？

答（五）：客家節目要宣傳進而取得收視，很難！觀眾的選擇性太多了，除了少數熱中的客家人外，其他的客家人怎麼會看經費有限的客家電視台節目？像「霹靂火」，雖然拍攝很廉價，但它卻很紅。不過這次開台，客委會宣傳行銷做得很好，包括尋求贊助、用以物易物的方式，喚起許多人的認同。弱勢只能以關懷的角度，吸引多一點的資源；還有台視也將它主頻道的優勢發揮得很好。

客家電視台能爭取到十七頻道，已經很不容易。現在的頻道都被財團壟斷，客家電視台是客委會努力的成果。要主流時段或主流頻道播客家節目，財團不會這麼做。公共電視台也被擺到很不理想的位置，這是不對的。其實公視應該做商業電視台的楷模。有人說要把客家電視台跟公視合併，不知道這樣對不對。公視有它的資源，要做就要做最好的。不過也受過去國民黨控制媒體太過火，如果政治只管節目品質，不要管意識型態，那就很好。客家電視台和公視合併，就只要把節目品質做好，是要做商業電視台做不到的事。

問（六）：拿前一陣子新聞提到所謂的「置入性行銷」來說，有人擔心客家電視台會成為政府的傳聲筒？

答（六）：置入性行銷沒什麼不對，而是置入「什麼」的問題。如果用廣告，別人不見得會看，但是置入性行銷，對政府一些政令宣導很有幫助，像SARS的資訊放在「霹靂火」中，一些老人家可能馬上就了解。置入性行銷對移風易俗幫助很大。

成立客家電視台是眾望所歸，找熟客家語言的人和非客家的人來合作，客家

電視台已經在做了。問題是商業電視台願不願意讓他們的人才，和客家電視作交流？現在的商業電視台都是山頭主義，晚間黃金時段新聞打開電視，有十四個頻道播的是一樣的東西，我個人真希望他們整併，留給客家電視一個空間，有其他精英去做不一樣的節目。