

客家委員會獎助客家研究優良博碩士論文精要

一、論文名稱：客家電視台年度電視劇之客家形象方析

二、作者：張雅婷

三、獎助年度：101 年度

四、獎助金額：肆萬元整

五、研究過程

根據 John Fiske & John Hartley (1987) 於 *Reading Television* 一書中表示，電視劇被視為是說書人的角色，意即電視劇是一種向社會大眾說故事，傳遞文化共識、再現社會的方式。從傳播學理論來看，電視劇如同電影、文學或其他敘事形式，有組織的將人物、情節、場景組合，因此，電視劇即是敘事的媒介體之一。

Chatman (1978) 進一步將敘事分為故事與論述分析兩種分析層次，故事的分析著重於人物角色 (character)、發生場景 (setting)、事件 (events)、行動 (actions) 等情節安排等；論述層次的分析著重於過程論述 (process statement) 與靜態論述 (stasis statement) 兩者之上，其中，過程論述以角色對話和行為來呈現，靜態論述則指陳不因角色行動改變之元素，舉凡音樂、旁白等象徵特性。

客家電視劇主要戲劇來源為自製、委製和購片，本研究在文本選擇上以自製客家年度電視劇為優先考量，輔佐委製電視劇為次之的篩選標準。本研究已將客家族群影像限縮在客家電視台年度電視劇內，自 2007 年至今五年短暫光陰中，探究客家影像如何敘事，電視劇再現客家形象為何？客家影像如何被建構與流動？有鑒於本研究於 2011 年下半年開始著手，受限時間因素與影視文本蒐集，因此，只採納前三年的年度大戲，在考量文本的可得性與訪談客家台湯榮昇副台長與製作人黃桂慧小姐的意見後，本研究整理出三部客家年度電視劇最具代表性的《源》、《大將徐傍興》、《十里桂花香》，三部年度電視劇在敘事時間安排上，

能顯現出客家形象上的轉變及與每個階段的形象特色，將是本研究於電視劇分析上探討的重要課題。

六、主要研究發現

本研究藉敘事分析方法，分析電視劇的人物安排、發生場景時空與情節鋪陳的因果關係，除了對故事編排架構更加清楚外，還釐清了客台電視劇中特有的敘事公式。在論述分析層次上，透過本研究的分析，對事件鋪排的時間長短，以及人物對話間的背後意涵也有更深度的認識。此外，本研究還比較了客台電視劇與客家形象之間的關聯性，呈現哪些特點是被強調或刪除的。

綜觀三部客台電視劇在情節敘事的安排，起初為穩定的生活→困難的介入→貴人相助或個人信念克服，有時會有另一波困難再介入→最終困境順利解決。客台電視劇在客家形象建構上，在客家語言、居住空間、信仰、客家婦女、飲食文化的建構，可用來區辨是否為敘述客家族群的故事。

地點和時間的重要性能帶領觀眾乘時光機回溯過往，進入當時的情境，而各電視劇中人物主要發生的「場景時間」與「場景地點」為何？《源》故事發生於客家先民年代背景，時間約莫自清朝 1830 年到 1879 年，是一般大眾觀念中，老祖宗曾自「唐山過台灣」的披荊斬棘、開墾的時代，《大將徐傍興》故事發生時間，自 1920 到 1980 年，期間歷經日治時期、台灣光復後國語運動、台灣退出聯合國等重要大事紀，《十里桂花香》的場景時間接近台灣日治時期的尾聲，敘事時間自 1930 年到 1990 年，歷經第二次國共內戰、六零年代民生食用油改變的衝擊，到鼎泰豐穩定經營的時代。

場景地點，《源》出現場景有廣東嘉應、貓裏、吞霄，由場景地點的變化可知，《源》一劇因時代背景下，有客家大陸原鄉的場景敘述，晚期遷移至台灣苗栗深山中，並出現客家群聚的村落，《大將徐傍興》出現有屏東內埔徐家祠堂、台北日式建築住屋，《十里桂花香》賴盆妹生長於群山環繞、四周稻田的客家庄，晚期遷移至台北信義區的鼎泰豐店面，《大將徐傍興》及《十里桂花香》敘述年

代相近，出現場域不再受限於山中客家庄的生長環境，反倒隨時代改變，有地域性的流動。

故事主要傳遞「重視禮俗的傳承」、「客家女性特質顯著」、「歷史上族群隔閡、對立」、「客家精神堅持與實踐」的觀點，三部電視劇受傳統觀念影響深，但到晚期，傳統禮俗有明顯性的轉變。客家女性特質的描述遠比客家男性多。與過去多數研究，在客家形象相同之處，在於客家精神的呈現，強調堅持、力行實踐、不忘本、耐勞、簡樸生活。不僅族群內部表現，客家人與山中原住民或平地閩南人間緊張關係，多呈現在《源》一劇內，在台灣土地有先來後到的關係，族群因語言、習慣不同，造成對立、衝突。《十里桂花香》中，則是對外省人排斥，但電視劇描述時間越晚期後，族群明顯對立的情節已不復見，反倒共生共榮於這片土地。

客台電視劇呈現的客家形象除有學者論述的形象外，如客家諺語、飲食文化特色、神靈與敬祖信仰、客家山歌與童謠、居住空間上環境與建築特色、客家精神、客家婦女，還有強調其他客家形象的特質嗎？本研究認為，另有「社會變遷下的調適力強」、「世代差異與磨合」、「歷史上的族群對立對立、衝突」、「社會階級明顯」、「人道關懷的性格」的形象建構。

客台身為族群媒體緣故，在客家形象的形塑上，較一般媒介形塑形象廣泛且深入，有關一般媒體建構的客家形象，主要有祖先早期生活、慎終追遠文化、客家人物特質，在勤勞、節儉、耐勞的論述為多，以及客家婦女獨立自主、從事勞動力高的事務、教育孩子的特點，客台在上述提及客家形象皆有論述，不同的是，從更多不同面向探討。

除符合客家學者論述之客家形象外，更強調時代性的客家形象，藉族群媒體所建構出的客家形象更完整、深入、多方面，電視劇故事鋪排細膩、韻味猶存，使客台扮演教育、文化復興的功能再添一筆。

七、結論及建議事項

壹、理論方法建議

敘事理論無法針對客家形象背後深層的價值觀與意識型態，提供完整的詮釋過程，只能藉拆解故事中的序列關係的構成，得知故事的整體架構，因此，建議後續研究者能補足本研究的缺漏，能針對敘事理論分析的文本結構，搭配田野調查、深度訪談、焦點團體或個人生命經驗的質性研究，將真實的生命經驗，與影視文本做參照，更具全盤性、細節的詮釋，找尋置身於特定時代背景、場域，客家形象被建構的背後意涵，這樣的思考途徑，能引發質性研究者，從表面現象探討更深層、有趣的問題，問題的回答與發現，能使族群關懷者釐清客家形象背後的權力關係。

貳、影視實務建議

一、開拓影視文本應用：

藉此次客家形象的建構，能提供日後影視製作者，依照客家形象的基礎論點，拓展更多的影視文本，如廣告、電影、電視劇與紀錄片等，擺放特有的客家形象元素，創造族群影視的豐富性。

二、培育客家台電視劇製作團隊：

培育客台電視劇固定製作團隊，建議客台與各大專院校客家傳播研究所合作，在學期間，學習實務製作課程外，可藉由影視徵選比賽相關辦法，獎勵後生致力於客家影視內容產出，提供資金來源補助的健全方針，藉由年輕人的可塑性，尋求不同觀點的客家議題涉入，此外，除短期實習機會外，在學期間的建教合作或畢業後相關工作的釋出，藉在學期間培養製作團隊成立，使適切客家傳播人才發揮所長，貢獻族群媒體。

三、運用社群網絡力量行銷：

一個好故事需要被傳遞，除好內容外，還需要運用行銷策略，本研究認為，除舊有傳統媒體的運用外，可藉客台官方網站內，置放短篇電視劇精彩提要，並

提供分享與轉載的影片功能設計，藉由今日社群媒體的力量，牽引電視劇觀眾迷，主動轉貼分享的行動，使電視劇開播消息快速傳遞，或隨劇情發展脈絡，使客台製作團隊經由社群留言的討論區域，蒐整觀眾的優缺評論，將意見歸納為下次改進方針。

四、電視劇敘事內容建構與客家庄地方連結關係：

本研究期待往後以客家人物敘事為背景的電視劇，可參考韓國偶像劇推行與在地連結關係，藉由實體的地方性活動，邀請全台觀眾參與客家庄的旅遊體驗過程，搭配劇中場景特點，讓觀眾親身實踐客家事務的關懷，並非停留在觀看的影視活動。