

東南亞客家與臺灣客家電視的交會及其意涵： 以馬來西亞客家閱聽人為對象

魏均*

國立交通大學傳播與科技學系副教授

本文的主要研究目的在於瞭解在臺灣客家政策輔導下所生產的客家通俗電視文本，如何在海外客家族群中被接收，以及其與客家文化復興、客家認同維繫之間的關係，並以馬來西亞的客家閱聽人為個案研究對象。本研究透過文獻與田野訪談等方法，發現在既有傳播環境（臺灣客家電視臺的對外傳佈狀況以及馬來西亞當地的電視生態），以及馬來西亞社會與歷史等因素的作用下，馬來西亞客家族群極少接收臺灣的客家電視劇，而由於客語使用和客家認同在當地也處於式微，客家認同與接收客家節目之間亦很難建立起實質關係。但是兩地客家某種文化連結的可能性，仍然存在。

關鍵字：客家電視臺、馬來西亞客家、族群認同、離散、臺灣客家傳播政策

* E-mail: tiwei@mail.nctu.edu.tw

投稿日期：2015年9月23日

接受刊登日期：2016年8月3日

The Encounter of SoutheastAsian Hakka and Taiwan Hakka Television : A Case Study of Malaysian Hakka Audience

Ti Wei*

*Associate Professor, Department of Communication and Technology,
National Chiao Tung University*

The article aims to discuss two questions. First, how are the Taiwanese Hakka television programs, which are mainly guided and funded by the central government of Taiwan, are received by overseas Hakka audience? Second, what is the relationship between the maintenance of Hakka identity of overseas Hakka people and their reception of popular television texts from Taiwan? The study uses literature reviews and in-depth interviews as research method and takes Malaysian Hakka as a case study. The result reveals that because of the current communications environment and the local historical and social factors, the Malaysian Hakka audience rarely receive Hakka television program from Taiwan. In addition, due to the continuous weakening Hakka identity among Malaysian Hakka communities, it is hard to build a relationship between the reception of Hakka television program and the

* Date of Submission: September 23, 2015
Accepted Date: August 3, 2016

maintenance of Hakka identity. In spite of this trend, a possible cultural tie between the two Hakka populations still exists.

Keywords: Diaspora, Ethnic Identity, Hakka Television, Malaysian Hakka, Taiwan Hakka Communication Policy

一、前言

我國「行政院客家委員會」於2001年6月成立（2012年改制為「客家委員會」，以下簡稱「客委會」），是全球唯一的中央級客家事務專責主管機關。根據客委會官網所述其「任務與使命」：

以振興客家語言文化為使命，以建構快樂、自信、有尊嚴的客家認同為信念，以成為全球客家文化研究與交流中心為任務，以「牽成客家、繁榮客庄」為目標，以「榮耀客家、藏富客庄」為願景。（中華民國客家委員會 2016）

從中可以明顯見到客委會的政策理念是以「文化」為核心，而且提出了「全球客家」的概念，並以「成為全球客家文化研究與交流中心」為任務。在一系列的客家文化政策中，客委會相當強調傳播政策的重要性，並積極推動客家「在傳播媒體上發聲」。重要的具體政策和成果包括：2003年設立全球第一個客家電視頻道、2008年補助首部客語史詩電影《一八九五》攝製，以及陸續補助各個電視或電臺製播客家廣電節目等；其目的是「塑造客家新印象，展現客家族群蛻變的創新能量」（中華民國客家委員會 2016）。

以電視劇來看，臺灣電視史上的第一部客語連續劇是2002年公共電視臺製播的《寒夜》。2003年客家電視臺成立之後，取代公視成為穩定的客語電視劇製播基地，每年播出兩到三部連續劇，至今（2015年

年中)已累積達 22 部之多。更值得注意的是,客家臺的電視劇突破侷限,戮力開發多元題材,有歷史(如《大將徐傍興》)、有文學(如《在河左岸》)、有偶像劇(如《彩色寧靜海》),也有揉合社會議題和偶像題材的嘗試(如《雲頂天很藍》),晚近甚至出現寫實推理劇(《落日》)。更重要的是,客家臺的電視劇往往口碑不惡,甚至已是國內最大電視頒獎活動金鐘獎的人圍與獲獎常客。顯然,電視劇已經是客家影視發展的重點和代表之一。

從傳播的角度來看,影視文本不僅因為其通俗取向能夠有助於客家「被看見»,而且也具有潛力突破過往客家電視臺的主要觀眾年齡層偏高的侷限(李美華 2013;彭文正 2009;蔡佩 2008)。另一方面,在全化趨勢與傳播科技的輔助下,影視產品還能夠突破地理疆域,帶來各種文化互動的可能性(Tomlinson 1999)。尤其是晚近由於數位傳播科技與行動通訊裝置的普及,使得影視文本的流通與接收更不限於一時一地。從 1990 年代起部分臺灣通俗影視文本便已流通於東南亞地區的華人世界,甚至是全球的離散華人社群之中(參見如吳孟芯等 2012;黃暖雲 2006;張煒珍、林玗鴻 2009;程紹淳 2012;薛佩玉 2007)。從這個背景進行合理推斷,臺灣的客家電視劇,其往外傳播狀況以及與全球客家形成之間的關係,尤其是與東南亞為數頗眾的客家族群之間,應是一個充滿想像可能以及值得探討的議題。

因此本文的主要研究目的在於瞭解在臺灣客家政策輔導下所生產的客家通俗影視文本,如何在東南亞客家族群中被接收,以及其與客家文化復振、客家認同維繫之間的關係,並以馬來西亞客家閱聽人為個案研究對象。具體而言,本文擬定兩個研究問題,並說明研究方法如下。

（一）馬來西亞客家閱聽人收視臺灣客家電視劇的狀況如何？

儘管媒體報導與部分文獻指出，近十年來部分臺灣電視劇確曾在東南亞華人觀眾之間流通並受到歡迎，但實際狀況為何並無系統性的完整資料可循，更不用說客家電視節目在當地的流通狀況。本研究意欲對此議題進行初步瞭解，但限於人力與時間，無法進行多個東南亞地區的實地研究，因此僅選擇馬來西亞為個案樣本。在資料蒐集的方法上，以訪談法為主，除了訪談臺灣客家電視臺行銷部門，瞭解該臺在節目輸出海外方面的理念與作法之外，也針對部分馬來西亞客家閱聽人進行訪談。閱聽人訪談部分分為兩階段（兩部分）進行：首先以目前在臺灣就讀大學或研究所的馬來西亞客家僑生為對象，初步認識馬來西亞地區客家閱聽人，而且他們同時也是年輕世代閱聽人的代表。其次，前往馬來西亞進行閱聽人的實地訪談，進行較完整的調查。由於馬來西亞幅員相當大，客家族群分布亦甚廣，因此勢必採取目的性樣本選擇，以提供具代表性、啟發性和顯著性的質化資料和詮釋，而非全面性的量化數據（樣本狀況將於稍後節次說明）。

（二）馬來西亞客家閱聽人的客家認同與收視客家節目之間的關係為何？

在第一個問題的基礎上，同樣透過訪談方法，探討受訪者的客家背景與認同狀態，跟他們接收客家電視節目之間的關係。具體而言，本文希望瞭解，馬來西亞客家閱聽人——無論其是否或接收多少來自臺灣的客家電視劇——如何處理自身客家認同，以及如何在影視文本的接

收中連結（或不連結）客家認同。不過，這個問題的解答並不一定能由受訪者主觀意識得到或清楚述明，而需要研究者進行質性的詮釋。

最後，基於上述兩個研究問題的發現，本文將在最後討論有關臺灣政府的客家政策主導下，客家影視內容與東南亞客家（以馬來西亞為例）形成之間的可能關係。於此必須說明，本文的提問與研究立場，並非一廂情願地認定東南亞客家族群一定會或有需求來觀看臺灣客家電視節目，而是認為臺灣客家電視既然是在全球唯一的中央級政府政策支持下運作的客家媒體，而客委會又以「成為全球客家文化研究與交流中心」為己任，那麼無論實際傳播狀況和結果為何，相關現象的調查和探討，應該對於至少兩個方面具有一定的前導性參考價值：第一，由政府主導的客家文化政策之於全球客家的形成，可以有何作為？以及第二，全球客家族群之間的交流與互動，以及在地客家族群的認同變遷，影視文化的跨地傳播，可以扮演何種角色？

二、客家、認同、離散與傳播媒體

晚近有關國族、族群的討論，已經逐漸從認定族群是一種基於血緣或基因等客觀條件的本質論，逐漸轉向經由主體與客觀因素之間的互動，進而在主觀層面想像，建構出集體認同，才形成國族或族群共同體（Anderson 1991; Hall 1992）。族群認同的想像與建構，雖然並不主要基於血緣，但也並非憑空而來，共同的文化傳統和經驗，包括語言、習俗、禮儀、飲食、信仰體系、文化遺產等等，都是認同想像的來源。正如張翰璧與張維安（2005）所指出的：「原生的文化特質只是詮釋的材

料，而社會互動的過程則是啟蒙族群認同的觸媒，社會互動所累積的經驗與記憶，會在不同的社會脈絡中建構成族群界限。」

另一方面，認同也不是一旦建構起來就停滯不變的，而是在個體與客觀環境之間的互動過程中持續變化的。當社會生活愈來愈依賴各種符號系統，全球規模的人群與資訊流動穿梭愈來愈快速，人們的認同就愈來愈跟特定的時間、地點、歷史和傳統分離／脫離（detached/disembedded），而顯得「漂浮流動」。我們可能會面對不只一種認同，或者說我們自身的不同部分都可能聯繫上不同的認同，而這些認同甚至是可供選擇的（Hall 1990）。

在現實環境中，因為二戰後全球性的政經環境變動，產生愈來愈多移民或所謂的流離（diaspora）現象上，具體地展現出來。一方面，移民因為生活空間的轉變，勢必會建構新的、混雜的認同；移入國的居民也因為遭遇愈來愈多不同的文化，而鬆動既有認同，同樣會建構出某種混雜認同。但與此同時，原居民也可能因為認定新移民帶來威脅，而反動式地強化原有認同（Hall 1990; Robins 1991）。

不過，指出認同變遷的混雜或辯證還不夠，「如何」混雜和辯證才是重點。不同移民的個案，因為移民的原由與歷史、移出國與移入國的政經關係、移民政策等條件的不同，便會有不同的變化過程和結果（唐士哲、魏均 2014）。

在所有的客觀外在因素中，傳播媒體所扮演的角色，在晚近的文化與傳播研究也有不少討論。提出「想像共同體」概念的 Anderson 在他對十九世紀歐洲國族主義興起的研究中，就指出當時普及的印刷媒體（包括報紙和一般書籍）對於當時國族意識的建立具有關鍵性的作用

(Anderson 1991)，而稍後發展出來的電子媒體，對於擁有多語言族群的國家內部的國族認同維繫，有更積極的效果。而 Morley 與 Robins 則以英國為例，認為英國國家廣播協會（BBC）從 1920 年代建立之後，首先是廣播，接著是電視，都在國家的集體生活和文化的重建中成為最核心的機制（Morley and Robins 1995: 10-11）。

不過，也有學者認為，傳播媒體與國族、族群認同之間的關係，十分複雜，因為認同的建構與維繫有太多各種層次的因素參與作用。其次，在國族與族群變遷的不同階段，傳播媒體的角色也顯然不同（Schlesinger 1991）。當國族或族群認同的維繫不再關鍵，取而代之的是日常生活中的工作、家庭、私人關係、個人成就等等，那麼人們與傳播媒體之間的關係，也就更大程度上與這些事物相關，而不是國族或族群這類的集體認同敘事（Tomlinson 1991）。

國內有關集體認同與傳播媒體方面的文獻，也大致顯現出上述複雜面貌。例如羅世宏（2002）提出「局勢中介」（conjunctural mediation）來論證傳播媒體之於臺灣民眾國族認同的建構，具有長期、累積的「效果」，但是卻是一種綜合結構性和動態性的辯證關係。而朱全斌（1998）探討臺灣閱聽人的國族認同、文化認同與電視劇收視之間的關係，認為臺灣閱聽人的認同狀態複雜，與傳播媒體的關係也隨著社會位置和價值觀而有所差異。基本上，閱聽人的既有認同對於收視狀況較有顯著影響；反過來說，認同的建構過程中，人際互動可能比傳播媒體的使用有更關鍵的作用。蔡珮（2007）針對澳洲臺灣移民的認同研究論文，傳播媒體的角色並非探討關鍵，但對於離散群體認同的變動性和多樣性，則有相當充分的經驗資料支持。

正如前述，晚近有關離散與認同的學術研究明顯增加，而離散群體、認同與傳播媒體之間的關係，也陸續有相關文獻出版。例如，印度學者 Karim 在她所編著名為《離散媒體》的論文集集中（Karim 2003）為流離族群（diasporic ethnic groups）勾勒出重要的傳播議題和圖譜，建議從認同、空間和媒體三個面向之間的互動來切入。此外，King 及 Wood (2001) 收集以歐洲為主，以及 Cunningham 及 Sinclair (2000) 以亞洲為主，都提供了經驗研究案例。

這些文獻雖然提供脈絡和議題各自迥異的案例，但相同的是，他們都指出了，在媒體全球化以及傳播科技快速變遷（包括 1980 年代之後的衛星電視、1990 年代晚期之後的網際網路等）的背景下，傳播媒體內容為遍佈全球的離散移民帶來重大變數。這個趨勢基本上可以區分出兩個主題：第一，由於傳播科技提供了條件，移民文化權和傳播權也因此獲得更多的關注，如何建立得以促進離散移民傳播權的媒體建制或服務是主要的議題（參見例如 Ang et. al. 2002）。第二，在傳播科技的中介下，離散群體的族群／文化認同出現了什麼樣的轉變與轉變的可能性，以及既有的認同與相關媒體內容接收之間的動態關係（參見例如 Faist 2000）。本文的問題意識焦點，比較接近後者。

就此而言，呼應前述有關族群認同研究的趨勢，相關研究也認為儘管傳播科技帶來了以往可能較無法接觸到的族群文化內容，但是離散族群或移民的認同形構，仍有太多複雜因素作用，與傳播媒體和內容之間的關係，也就難以一言以蔽之。本文與 Karim 編著之《離散媒體》論文集的立場接近，認為當今傳播媒體科技並不是突然改變或決定了離散群體的通俗文化接收和文化認同的構成方式，而是創造了一些相對新興的

空間，讓新的文化實踐動態得以可能出現。研究全球化的學者 Scholte 所提出的「流之空間」（space of flows），就很能夠描繪出離散群體身處的變動空間以及傳播媒體在其中扮演的角色：

「流之空間」——也就是大眾媒體、電訊科技、電腦網絡等——構成了一個領域，在其中，不同宗教、國族、階級、性別、種族、性向與世代等等各種社會分類持續重疊和交纏，產生出複雜且不斷變動的多重認同和歸屬。（Scholte 1996: 597）

英國文化研究學者 Aksoy 與 Robins（2003）則把這個離散認同研究的批判道路走得更遠。以居住於倫敦的土耳其裔移民接收來自母國的衛星電視的收視經驗為例，他們認為，除了強調認同的想像性與流動性之外，離散群體的認同問題恐怕是需要整個問題意識或思考框架的改變。兩位學者指出，過去以集體認同為主要探討焦點的離散文化研究，總是圍繞著傳播媒體能否帶來某些新的「全球離散文化」或是維繫「跨國的想像共同體」（transnational imagined communities）；然而這類問題意識至少有三個盲點。

第一，認同問題關心的是群體如何趨同，卻因此忽略了個人意識或個人的反身性；也就是說，移民在個人層次的心理狀態，以及個人與所處實際客觀環境之間的互動往往被忽略。第二，相關研究通常只關心跨國媒體內容如何將移民的認同重新與遙遠的母國連結，卻比較不從相反的視野來看：這其實只是被遞送到他們所在的新居住地的某種內容服

務。他們所身處的空間，就是實實在在地與母國不同，也因此消費的脈絡是「錯位」（dislocated）或「去脈絡化的」。第三，與第二點相關，移民從來不是「像一張白紙」般地觀賞著來自母國的媒體內容，他們所處的在地媒體環境，會讓他們同時接收和經驗居住國的媒體內容，甚至是進口自其他各個地方的內容，互相比較和互相影響交織出來的複雜接收狀態，無可避免。

國內方面，離散群體、傳播媒體與認同之間關係的探討，相對鳳毛麟角¹。王俐容等（2008）關於越南籍女性配偶觀看臺灣本土連續劇《臺灣媳婦》的接收分析，是少數與本研究問題意識較為接近的重要研究之一。由於《臺灣媳婦》的主題牽涉到研究對象本身經驗（即東南亞配偶與家庭關係），因此其接收過程牽涉到充滿張力的多重認同、感受、解讀動態。基本上，該研究呼應了前述對於離散認同與傳播媒體關係的批判反省，主張新移民觀看電視過程中隨著情境和個人差異的「反覆協商、不斷重整交錯」的特徵，更強調這些新移民在臺灣較為弱勢的實際處境，應該被納入成為相關探討的關鍵因素。雖然該研究的探討主題是移民在移民地接收當地傳播媒體內容，與本文的研究方向不同，但仍然提供了一個很有意義的參照。

綜合以上離散與認同研究的視野，對本研究的啟發，基本上有三個方面。第一，離散與認同研究所指出的一種離根、流動、飄泊，符應於認同研究的建構論，也是我們看待離散族群的認同問題的基本立場。第二，不過，過於強調離散群體認同的變動性，則忽略了移民這個範疇從

1 邱琹雯（1998、2003）的臺灣泰籍勞工廣播節目接收狀況研究，王嵩音（2001）有關臺灣外籍勞工適應問題與傳播行為的研究，是少數相關文獻中的重要先鋒性研究。不過他們的研究主要是傳播現象面的分析，較少觸及族群認同問題。

移民的原因、歷史，以及原生地與移居地的各種客觀條件作用和影響。因此，這些面向應該適當納入探討的架構之中。第三，離散群體的認同與傳播媒體之間的關係，雖然也包含「強化、促進、重新連結」對母國／家鄉認同的可能，但是這並非唯一的面向，更不是看問題的唯一角度。探討這個議題，離散主體的個人因素和意願、整體的傳播與接收環境、移入社會的各種政治社會脈絡等等，也都不能全然排除。

在這樣的認識下，本文以下將先對東南亞／馬來西亞的客家移民先做必要的背景與現狀的討論，接著以此為基礎，整理與分析經驗研究所得知資料，最後再進行綜合的討論和結論。

三、馬來西亞與馬來西亞客家

目前國內客家研究學者認為全球客家人口總數是一個難以準確估計的數字，不過大致的共識是約有 6,562 萬人，其中中國原鄉約有 5,290 萬，臺灣有 460 萬，兩地之外約 812 萬的客家人，在國內研究上被分析性地歸納為「海外客家」這個範疇。這其中散佈在東南亞各國（包括新加坡、印尼、馬來西亞、泰國、緬甸、越南等），大約有 375 萬人，是晚近「海外客家」研究的重要課題之一（蕭新煌 2013）。

張維安也強調，如果以全球客家為分析單位，將會發現各地客家族群巨大的差異，而要探討多元異質的客家如何形成，遷移歷程以及客家族群與周邊族群的互動是不可忽略的因素。就此而言，移民東南亞的客家族群，不但有來自不同地區的客家人，也需要面對多種不同地方的其他華人（福建、廣東、海南、潮州等），甚至還有當地的原住民，以及

周邊他國的移民，非常複雜；所以「東南亞客家是最關鍵的拼圖」（張維安 2013）。本研究選擇馬來西亞客家人為研究對象，除了研究計畫資源提供上的巧合，也是因為馬來西亞客家族群即反映了上述的特徵。

十九世紀以降，因為東南亞地區的經濟誘因以及中國大陸的政治社會動盪，華人開始大量移民。至 1937 年止，馬來半島與新加坡的華人達 210 餘萬人，佔總人口的 41.4%，其中在馬來半島的 21 個重要城鎮中，有 17 個的華人口數超過居民總數 50%，而客家族群正是其中重要的一支（蕭新煌等 2005；蕭新煌 2011）。一般估計，二十世紀之後馬來西亞華人之中，客家人口比例約在 20% 左右，而 1950 年代之後客家人已是僅次於福建人的第二大華人方言族群（安煥然 2011）。

英國對馬來半島及其鄰近地區的殖民在 1957 年結束，當時仍稱為馬來亞（Malaya），後至 1963 年改稱馬來西亞，1965 年新加坡另獨立建國。馬來西亞是一個多種族／族群的國家，長期以來存在種族／族群之間的各種對抗和緊張關係，並反映在社會的各個面向上，從政治、經濟、文化與教育等各面向的政策，都有「種族主義」的考量。一般認為，1969 年之後，信奉伊斯蘭教的馬來族群中最大的政黨團體馬來民族統一機構（United Malays National Organization, UMNO，中文簡稱「巫統」）取得政治霸權，主導了馬來西亞的國家機器（祝家丰 2007）。

華人雖然是僅次於馬來人的第二大種族／族群，但是從英國殖民時期到獨立建國之後至今，仍相對處於不利位置，長期受到各種不公平待遇（何啟良 2007；蕭新煌 2011）。在這樣的政治社會結構壓力下，華人內部的亞族群處境也就更形弱勢和被動，無論是在社群集結、語言使用、認同維繫，文化傳遞等方面，形格勢禁，更遑論發揚發展。以語言

為例，為了團結華人以抗衡不利的政治經濟形勢，從 1970 年代以來華人社群專注保障華語（其實是中國、臺灣、新加坡等地主導的華語——北京話）地位，而削弱方言（母語），就是典型的狀態（張吉安 2014；另見古燕秋 2012）。這也是我們在研究相關議題勢必須認識的基本脈絡。

馬來西亞客家族群的相關研究，基本上也呼應了這樣的背景。張翰璧與張維安（2005）針對在臺灣的馬來西亞「僑生」的研究就發現，作為馬來西亞華人範疇下的亞族群，客家人的族群文化特徵，例如語言、宗教、飲食等，並非完全無法辨認，但是並不明顯，而且也少有積極復振的意願和作為。無論是在公領域或在私領域，馬來西亞客家族群的客家認同和文化實踐都在弱化之中。他們認為，相對於 1980 年代晚期以前臺灣客家人在公共領域的隱形，馬來西亞客家人可以說是「雙重隱形」。

蕭新煌與林開忠的論文（Hsaio and Lim 2007）也有類似的觀察。透過對東南亞客家會社的研究，他們發現，客家族群雖然尚「認知」（recognize）客語方言的獨特性，但長期以往，在各種結構性的限制下，客家意識或客家認同已經逐漸被更大範疇的華人認同所取代了。兩位作者更指出，過往臺灣客家與東南亞客家的處境類似，但是在臺灣進入民主化歷程之後，臺灣客家族群不僅是「認知」自身與他族的差異，更透過政治行動將客家議題「政治化」，進而能夠逐步提昇客家認同成為全國層次的社會現實。「除非出現結構性轉變，」他們認為，「否則所謂的『跨國客家認同』都還只是一個未成熟的，甚至是浪漫的假設。」（2007：26）

在這樣的認識基礎之上，本研究聚焦於東南亞（馬來西亞）客家人、

認同，與傳播媒體之間的關係，嘗試從傳播研究的視角，提供更多的經驗證據和推論。

四、臺灣客家電視節目在馬來西亞

本研究的資料蒐集以訪談為主，訪談對象又可以分為四個部分（訪談對象與訪談細節請見附錄）。第一部分是臺灣客家電視臺行銷人員的訪談，了解客家臺電視節目對海外流通的現況。第二部分是對馬來西亞電視圈代表人士的訪談，以了解馬來西亞當地近年來的電視產業與閱聽人收視概況。第三個部分則是馬來西亞客家閱聽人訪談。如前面小節所述，這裡又分成在臺求學的馬來西亞籍客家學生，以及馬來西亞當地的客家閱聽人兩部分。前兩個部分的訪談資料，將作為閱聽人訪談部分的背景資料，同時可以輔助閱聽人訪談部分的詮釋和分析。

馬來西亞當地的客家閱聽人訪談樣本，僅能以初探性的規模進行，因此選擇兩個區域為主，一是居住於馬來西亞首都吉隆坡的客家人，一是南部柔佛州新山（Johor Bahru）附近的客家人。一般觀察，馬來西亞都會地區客家人較無群聚情形，客家語言使用與文化延續也較弱，因此選擇居住於吉隆坡的部份客家人為訪談對象。新山部分則選擇峇株巴轄（Batu Pahat）和古來（Kulai）的華人新村等兩地，以非常有限的樣本，嘗試探尋非都會地區以及華人新村這個獨特的群聚形式中的客家觀眾；其中古來新村是極具代表性的華人新村案例（參見安煥然 2011）。²

2 研究者於古來地區進行訪談時，在受訪者黃揚端先生的熱心聯繫下，臨時拜訪了當地的「新山河婆客家同鄉會」，同鄉會理事共六人特別與研究者會面交流。因為並非正式研究訪談，因此不列入訪談對象之中，但是在一個小時的會面過程中，研究者亦就當地客家群處境、收看臺灣電視，以及臺灣客家文化政策等與公會理事們交換意見。對於本研究發現亦有相當助益，因此部分交流所得會適時加入到研究發現與討論之中。

(一) 客家電視臺節目的對外傳佈

2005年《廣電法》修正之後，客家電視臺轉由公視基金會辦理，雖然在運作上，擺脫了商業電視臺的運作邏輯箝制，受到公共廣電服務原則的保障，但是由於形式上仍是以客委會標案的方式進行，本身仍缺乏正式長久的法律基礎，經費預算上也僅能維繫在每年三億元的規模；³可以說無論是在制度與財務上，客臺的運作與發展都受到相當程度的限制。除此之外，在臺灣電視發展史與族群政治的領域上，族群電視服務從未有先例可循，在電視專業實務上究竟應該如何決策與實踐，也是充滿未知和各種難題的（魏玟 2008）。

在這樣的背景下，客臺的電視服務重心仍在臺灣內部，但是在對外傳播上，基於客委會客家文化政策中的全球視野，也以有限的資源多方嘗試，主要透過以下幾個方式進行：第一，除了包含授權限制內容的節目之外，在客臺官網的隨點視訊直播（VOD），以及在網路影音平臺（如 Youtube）上，都已有即時節目免費供人點擊觀賞；第二，透過服務海外「僑民」的宏觀衛視播送部分節目；第三，主動選送優秀節目出國參賽交流；以及第四，透過外景節目《作客他鄉》製作與海外客家組織進行交流互動。在衛星與網路科技的影響下，客臺並非沒有注意到其實在臺灣以外亦存在著可能的觀眾群。客臺行銷企劃部經理潘玉玲就指出，因為中華電信直播衛星的自然溢波現象，數年前就有馬來西亞地區的客家觀眾收看客臺節目，甚至在衛星變換因此突然無法收視之後，直接向客臺反映「怎麼突然看不到了」（潘玉玲、王麗惠 2014）。目前客臺行銷部門確實也正在與印尼方面的華人衛星電視臺洽談出售節目甚至規

3 客臺預算相對於公共電視臺（公共電視基金會）每年九億元預算已屬極少，更不用論國內一般商業電視臺的十五億到二十億的規模，而事實上，臺灣電視臺的平均規模又大幅落後於電視產業發達國家的營運水準。

劃頻道。整體而言，受限於資源與規模，積極的拓展海外或是東南亞客家人市場，暫時還不是客臺節目行銷政策的核心。但是潘玉玲也強調，東南亞和中國大陸地區，仍是非常有潛力且值得關注的客家電視對外傳播目標。

（二）馬來西亞的電視環境與華語閱聽人

接著讓我們將焦點移往馬來西亞。馬來西亞的電視環境仍以傳統無線電視臺為主，國營電視臺 TV1、TV2 是歷史最久的兩個頻道，但是勢力和影響力最大的是由與長期執政的「國家陣線」⁴ 勢力關係密切的媒體集團「首要媒體」（Media Prima）所屬的幾個頻道，包括 TV3（馬來語為主）、NTV7（55% 華語）、TV8（80% 華語）、TV9（馬來語為主）等。1990 年代後期私人商業衛星電視集團 Astro 加入市場，提供多個頻道，包括一個播出許多來自臺灣的閩南節目的頻道（歡喜臺），是影響力最大的衛星電視，不過該集團同樣仍與馬來執政勢力親近（賴嘉儀 2014；莊迪澎 2014）。

在國陣主導的語言政策下，電視節目的三大語言是馬來語、英語和中文，其中中文就是以北京話（馬來西亞華人稱知為「華語」）為主，不論從臺灣或香港進口的節目，很少保持原音，都是配過華語才播出。從新加坡進口的節目，較多機會保留閩南話，但只限於南部靠近新加坡地區透過衛星或數位盒直接接收的。

根據訪談，長久以來，因為廣東人社經地位關係（較多從事商業活動），粵語在許多城市地區有很高的流通，進口華語節中也以來自香港

4 簡稱國陣，由前述最大馬來政黨巫統，以及立場偏巫統的華人政黨馬華公會、印度人政黨國大黨所組成。

的節目收視狀況最穩定，臺灣的節目（特別是綜藝節目與閩南語電視劇）一、二十年來在某些福建人較集中的地區受到歡迎，但晚近已逐漸讓位給來自中國、韓國的節目，競爭力大幅下滑（賴嘉儀 2014；黃熒英 2014）。

在馬來西亞電視產業相當資深的 NTV 7 品牌部經理賴嘉儀表示，在人口數與經濟實力的基礎上，華人電視市場實屬重要，但是卻是「最難做」的市場。由於內外在影響因素太多，華語節目多為進口，原則是在沒有政治敏感性的前提下，做市場反應的現實考量。另一方面，本地自製的節目不僅量少，而且在節目型態和內容上都有許多政治顧慮。總的來說，華語電視並無法發展成一個純粹以華人族裔需求為獨立考量的電視市場，政治與利潤是最主要的兩個決定性因素，文化因素（或說族群文化）相當邊緣。在這個情勢下，客家節目雖然曾經被少量引進，但眼見的未來並無太多發展的可能（賴嘉儀 2014）。

（三）臺灣客家節目的在地收視

至於臺灣的客家電視臺在馬來西亞絕大部分地區都沒有辦法收視，有少數收視戶因為購買特定的數位衛星收視盒，可以看到臺灣部分公益／公共頻道（包括客臺，不過受訪觀眾較常提及的是另一個非營利的佛教電視大愛臺），但是觀看人數和觀看頻率非常少。

在受訪的九位馬來西亞客家閱聽人當中，在臺留學年紀較輕的四位（均屬移民第四代）從未有過收視臺灣客家節目的經驗，甚至來到臺灣之後，也還不曉得有客家電視臺存在（林瑞婷 2014；吳雪雯 2014；莊振祥 2014；石曉瑩 2014）。在馬來西亞柔佛州訪談到的，目前在

南方學院大學擔任行政工作的黃新荃，年齡與前述受訪學生相聚不遠（二十五歲到三十歲之間），狀況也與他們類似（黃新荃 2014）。對於這個世代的馬來西亞客家人來說，他們相當符合當前全球化脈絡下的東亞主流通俗文化消費生態，來自臺灣的流行音樂和綜藝節目方面接觸較多，但是在電視戲劇方面愈來愈受到韓國產品的影響，至於客家相關成分很少進入他們的「影視接收雷達」。

另一方面，五位年紀較長的受訪者（移民第三代、四代）當中有三位（莊國文 2014；廖國華 2014；黃揚端 2014）曾經在偶然的機會看過臺灣的客家節目，其中一位還提到認識具有客家身分的臺灣綜藝節目主持人小鍾（廖國華 2014），但是對節目內容的印象並不深刻。

另外一個更重要的關鍵是客語腔調的問題。臺灣客家節目所使用的客語腔調以四縣腔為主、海陸腔次之，但是在不同原鄉以及移民之後的環境變化影響下，與馬來西亞客家族群使用的腔調有著大大小小的差異（馬來西亞客家有四、五種以上的腔調，如梅縣、惠州、河婆、大埔等）。例如彭瑞珠（2013）的論文就指出，臺灣客家族群的四縣腔（其中苗栗一帶的「北四縣」又與六堆一帶的「南四縣」略有不同），與原鄉梅縣話，以及馬來西亞山打根一帶的梅縣腔均有差異。事實上，本研究的馬來西亞客家受訪者都提到，偶而看到來自臺灣的客家節目，因為腔調差異，並沒有因此有熟悉感，有部分受訪者甚至表示「幾乎」或「完全」聽不懂裡面講的話（黃熒英 2014；廖國華 2014；以及河婆客家同鄉會成員），因此大幅降低語言上的收視誘因和興趣。

(四) 客家認同與電視接收

收視客家節目的實際狀況或許因為受限於客觀條件，但是就主觀上來說，則比較可以看出認同與文本接收之間的複雜關係：這可以從兩個互相關連的方面來討論。第一是語言的使用，第二是認同的內涵。

在客語的使用方面，大致上印證了過去的文獻所發現的，由於馬來西亞當地的政治社會與歷史條件，客家族群使用客語的情況正在逐漸降低，尤其是隨著世代延續而愈加明顯。在接受本研究訪談的四位馬來西亞在臺留學生，以及居住於新山的黃新荃，都已經不會說客語，聽的方面也只有部分能力，主要的使用經驗都是小時候跟祖父母輩的相處。他們的父母雖會在家中使用，或用客語跟他們說話，但並不要求他們使用客語溝通。在成長經驗中，學校環境根本沒有使用客語的機會，高中時儘管離家，會碰到來自各個地方、不同方言背景的同學，但也沒有形成使用客語的小團體。相對的，反而是有一些機會學習使用粵語，也因此他們或多或少也會聽或說一些粵語。對他們來說，不會說客語似乎也不是一個「失去什麼」的事情，也就不會特別放在心上（林瑞婷 2014；吳雪雯 2014；莊振祥 2014；石曉瑩 2014；黃新荃 2014）。

至於年紀稍長的受訪對象，他們的客語聽說能力大都還在，儘管使用機會也是逐漸減少。更重要的是，他們大多並不特別要求或期待自己的子女要學客語，而是「順其自然」（廖國華 2014；黃揚端 2014）。因為在現實上，馬來語和英語，是最重要的實際運用語言。而如果需要與其他華人進行人際溝通，那麼華語（亦即北京話）是最佳選擇，而非自己的母語（方言）。

這個趨勢可以透過認同方面的討論進行更深度的分析。在此處，所

謂的認同也就是自認為客家人，以及對於延續客家身分和文化有著某種程度的意識甚至是使命感。由此來看，與語言使用有類似的情況，甚至有跡象顯示比語言使用更式微。原因是，對稍年長的世代來說，畢竟語言使用是自然的，特別是在私人領域中。但是如果問對於客家文化或是客家認同的延續，因為牽涉到更主動的意識和作為，相對的也就有可能更消極。

五十多歲，從事保險業，本身仍持續參與著客家會館事務的廖國華談起客家認同的問題，這麼說：

我的太太也是客家人，但是我們在家裡都是用華語溝通，跟小孩也是……大概在 1980 年代，整個馬來西亞的狀況，建立一個「華人」的認同已經是社會趨勢了。所有的方言背景身分都在減弱。我的祖母那一輩，小孩出生註明身分時還在寫籍貫，但是到我父母時就已經不用了，大家都是馬來西亞華人。（廖國華 2014）

值得注意的是，儘管馬來西亞的華人族群認同有這樣的一個主要脈絡和趨勢，客家族群在其中似乎又更明顯。四十出頭，在電視圈工作十多年，祖籍河婆的黃熒英也百思不得其解：

其實我也不是很懂，在很多公共或工作場合，廣東人碰在一起就會用廣東話溝通，福建人跟福建人碰在一起也是很自然用福建話溝通，但是客家人碰在一起，可能講個幾句客家話

之後，就又恢復用華語……這是不是因為客家人個性上比其他方言族群更內斂、更保守一點呢？（黃熒英 2014）

不過，雖然同樣體認到客家文化和認同的沒落，但是受訪者當中也有人比較積極看待。同樣是移民第三代，年紀比廖國華略小，在英國留學取得博士，目前在大學理工科系任教的莊國文，則顯然比較在乎客家意識的延續。他和妻子都是客家人（分別是來自惠州和大埔），雖然他們成長過程中與父母輩主要講華語（客語只跟祖父母輩講），但是目前他們特別培養自己與小孩用客語溝通。這樣的意識和意向，似乎跟他的海外留學有密切關連。他說：

雖然說在大部分公開場合，華人身分還是最主要的認同。但是可能因為出國的關係，比較會去意識到自己原本籍貫的重要性，會去想到「自己是誰」的問題。所以回國之後，就特別希望小孩們能夠學說客語……明年我還打算帶全家一起回廣東看看。（莊國文 2014）

居住於馬來西亞南部（柔佛州）的另外兩位年紀相仿（五十多歲）的受訪者（黃揚端 2014；鍾秀英 2014）的狀況顯示某種「更生活化的真實」。其中唯一的受訪女性鍾秀英，是一位生命中只有家庭的主婦，因為夫婿是福建人，她操著混合福建話（閩南語）、原鄉客家話和華語的口音跟研究者溝通，客語或是客家認同等問題，從來不曾出現她的思考地圖上，而看電視更是家事繁忙之餘的可有可無的活動。對於臺灣

來的電視節目，她只留下「福建話的戲（亦即臺灣的「本土劇」）裡面的人都心腸很壞，看了很不舒服」這樣的評語。

而居住在古來新村的黃揚端，以經營農園為生計，在日常生活中還是相當的「客家」；包括在河婆客家同鄉會幫忙會務、與客家親戚都住在附近並都以客語交談，以及習慣著客家食物（如擂茶、菜板等）。但是先人在馬來西亞落地生根之後，對他來說，這就是生活；與客家的關係，是自然的關係，他不特別意識到這是一種「認同的維繫」，也並不強求正在求學或剛開始工作的下一代在「客家」這件事情上有什麼積極的作為。至於影視接收，那是生活中非常邊緣的事情，臺灣綜藝節目、閩南語劇（本土劇）、港劇、新加坡劇等等都有些印象，但也就是浮光掠影。他家中的老人和妻子，顯然比較有時間看電視，在研究者訪問過程中不時插話提到來自臺灣的閩南語劇的種種，但是客家節目則未曾見過。

五、討論與結論

本論文試圖透過文獻與訪談資料，以馬來西亞為例，了解在中央政府政策支持下，臺灣客家電視臺的節目在東南亞客家社群中被接收的狀況，以及東南亞客家閱聽人在電視接收與族群認同之間的關係，進而嘗試就客家電視與海外客家的可能關係提出一些初步的看法。

（一）馬來西亞客家閱聽人接收臺灣客家節目之狀況

本文的資料蒐集發現，從傳佈的角度來看，臺灣客家臺成立約十年

以來，尚未有足夠資源和政策決意以積極開拓東南亞地區觀眾，加上馬來西亞地區的媒體生態，主要受到長期執政的國陣勢力控制，語言政策不利母語（方言）的使用與傳播，以及全球化脈絡下的市場競爭引導，儘管客家人口為數不少，但客家節目難以成為重要的電視成分。

根據本研究訪談與調查，馬來西亞電視臺播出臺灣電視劇以閩南語劇為主，客語配音的節目曾經短暫、零星播出。部分受訪的客家閱聽人透過數位機上盒可以接收到來自臺灣的部份電視頻道，但客家電視臺並不在其內，少數受訪者在偶然的場合看過客家電視臺的節目，但印象不深。整體而言，客家文化傳承和客家認同程度原本就逐漸減弱的馬來西亞客家族群，既無法從既有的媒體管道中獲得客家節目，更缺乏主動接觸或尋求客家節目的動機；除此之外，客語腔調差異也更弱化了這樣的動機。

總的來看，我國客家電視臺雖是全球僅見的以中央政策和資源所扶助的客家電視內容生產機構，但是其對海外客家傳播的現狀和可能性，至少就馬來西亞客家族群而言，似乎並不顯著。

面對這樣的情勢，就族群傳播政策與族群媒體實務上來說，可以樂觀也可以悲觀。這應該不只是商管界的非洲人「不穿鞋」或「還沒有鞋穿」那樣的簡單二元對立思考，也就是：馬來西亞的客家人幾乎不看臺灣客家電視節目，所以不需要以此為目標；或是馬來西亞客家人幾乎都還沒有開始看臺灣客家節目，因此大有可為。畢竟客家影視內容的傳佈，與商品銷售並不相同，而海外客家族群的處境，也是非常複雜多樣的。本研究認為，就馬來西亞客家閱聽人、客家電視節目，以及客家認同之間的關係而言，並不能全然以目前既有的收視狀況定論，而尚有其

他面向和議題可以持續思考和探討，將在以下第二點繼續說明。

（二）馬來西亞客家閱聽人的電視節目接收與客家認同動態

本研究的發現，大致上呼應了本文在有關離散群體、族群認同與傳播媒體之間關係的相關文獻探討，主要有以下三點。第一，來自母國或母文化的媒體內容並不一定強化或恢復連散群體與母國或母文化的關係，而是必須考量當地特殊的移民歷史、政經條件、社會環境等脈絡因素（Karim 2003）。以本研究的馬來西亞個案來說，獨特的多民族政治與社會架構，以及馬來族群勢力的政治與文化霸權，都對當地客家族群的客家認同乃至於相關電視節目的接收都產生極大的影響。

第二，離散群體的族群認同狀態，並非只能從集體的層次理解，個人層次的生命經驗、社經條件，和個人意向等，也是很重要的因素（Aksoy and Robins 2003; 王俐容等 2008）。關於這一點，在本研究的不同受訪者身上，也都看到了個人的差異。第三，離散群體的閱聽人不是只接收來自母國或母文化的媒體內容，他們所居住當地的媒體生態，以即可獲得的其他媒體內容狀況，也會影響他們的整體接收狀況（Aksoy and Robins 2003）。馬來西亞由「國陣」黨國勢力主導的媒體生態，包含相關的語言政策實施，確實對馬來西亞客家族群的語言使用、媒體接收和族群認同產生極大影響，大致上是一個弱化和壓抑的趨勢。

不過，本研究認為，上述發現，並非是一個既定不變的狀態，而是一個不斷變化的動態。臺灣客家電視，或者更擴大而言，臺灣的客家文化政策，如果放眼全球客家，並不需要因此太過樂觀，但也不必絕對悲觀。本研究認為，尚有第三種方向值得在未來計需思考和嘗試；而這一

點可以從本研究所訪談的兩位馬來西亞電視工作者的意見中看到線索。

本身並非客家人的 NTV7 經理賴嘉儀認為，不僅僅是客家，在馬來西亞的電視市場中，華人觀眾是「最難討好的」。研究者的解讀，認為她倒不是說華人觀眾看電視特別挑剔，而是說華人觀眾向來受到太多外在情勢和因素的影響，包括馬來西亞的政治社會變遷，也包括鄰近各個華人社會的不同介入過程。在她看來，各種條件都無法配合和有利的客家節目輸入和被接收，幾乎已經是沒有任何前景了（賴嘉儀 2014）。

而本身是客家人的黃熒英，同樣在馬來西亞電視圈有相當資深的經歷，就目前市場考量而言，其實她與賴嘉儀的看法並無不同，也認為客家節目輸入馬來西亞的市場誘因幾乎不存在。但是，她以多年製作教育文化節目的經驗，以及身為客家人的情感，卻認為，這並不代表客語或客家文化相關節目是不重要或沒有社會需求的。

華人的節目確實不好做，在馬來西亞很多事情會觸動一些敏感神經。但是過去有很多先輩在歷史上做了很重要的事情，我們也有一些共同的、重要的記憶，像是老街或是新村，在電視上看到了，我們還是會很感動的……這些都需要有人去做，這就是一種使命感吧。雖然說收視率還是很重要，KPI 也是每年都要看，要如何把文化的東西做到年輕人想要看，這確實是挑戰，……但是畢竟電視不能只給娛樂，也要給文化。（黃熒英 2014）

從這個角度來思考，或許臺灣的客家傳播政策和客家臺面對全球客

家的態度，不需要只是著眼於節目的輸出，或所謂的影響力，而是一種與其他地區客家社群共享的客家文化精神，以及具體的客家媒體實踐經驗，都可以跟其他客家社群分享和交流。特別是與其他客家社群中對復振客家文化有責任感和使命感的成員，進行連結。節目的輸出，只是短暫的，在現實的資本主義主導的影視消費市場中，也許只能變成另一個商業服務。但是文化和經驗的交流，儘管可能看不到立即的影響，但是在存在著實質而巨大社會差異的不同客家社群之間，提供某種客家族群與認同復振的經驗種子，讓海外客家社群在自己的土地上醞釀出自己的客家文化復振道路，或許才是一個長遠且真正能夠發揚客家的方法。

就像在本研究的田野研究過程中，馬來西亞客家受訪者儘管很少接觸，但幾乎都對臺灣有一個客家電視臺的設立與運作，出現驚訝、好奇，甚至羨慕或受到啟發的各種反應，我們固然勿需想像或期待臺灣的客家電視節目能夠如何在馬來西亞成功開發更多的觀眾，但是多方和持續的嘗試，或與馬來西亞當地對客家文化復振有想法和意願的媒體工作者建立連結，那麼未來會有什麼可能性，雖然無法預估，但都值得期待。

謝誌：本文為科技部補助之整合型計畫「全球客家形成的研究：臺灣經驗與多層次族群想像的浮現」子計畫「流行文化與全球客家的形成：以客家影視文本的生產、傳佈與接收為例」（計畫編號 NSC 103-2420-H-009-002-MY2）之部分研究成果。本文作者要感謝研究助理李庭蕙以及所有受訪者，特別是莊迪澎先生的大力協助。

參考文獻

- 中華民國客家委員會，2016，〈本會簡介〉。《中華民國客家委員會》，5月19日。<http://web3.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=141605&ctNode=2371&mp=1&ps=>，取用日期：2016年10月26日。
- 王俐容等，2008，〈跨國性社群電視媒體初探：以臺灣媳婦為例〉。《中華傳播學刊》14: 267-313。
- 王嵩音，2001，《臺灣外籍勞工適應問題與傳播行為之研究》。國科會計畫成果報告。
- 古燕秋，2012，〈崖愛講客家話〉。《東方網》，<http://www.oriental-daily.com.my/columns/lz58947>，取用日期：2015年5月1日。
- 石曉瑩，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。新竹：國立交通大學光復校區，10月23日。
- 安煥然，2011，〈馬來西亞柔佛古來客家聚落〉。頁185-220，收於蕭新煌編，《東南亞客家的變貌：新加坡與馬來西亞》。臺北：中央研究院人社中心亞太區域研究專題中心。
- 朱全斌，1998，〈由年齡、族群等變項看臺灣民眾的國家及文化認同〉。《新聞學研究》56: 36-53。
- 何啟良，2007，〈路漫漫其修遠兮：馬來西亞國家機關、公民社會與華人社會〉。頁23-38，收於祝家華、潘永強編《馬來西亞國家與社會的再造》。吉隆坡：新紀元學院、南方學院、吉隆坡暨雪蘭莪中華大會堂。

- 吳孟芯等，2012，〈由《犀利人妻》探討臺灣偶像劇海外競爭力〉。《犢：傳播與科技》4: 60-75。
- 吳雪雯，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。新竹：國立交通大學光復校區，10月21日。
- 李美華，2013，《臺灣客家族群媒體與文化傳播：再現、效果、語藝傳播》。臺北：時英。
- 林瑞婷，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。新竹：國立交通大學博愛校區，10月21日。
- 邱淑雯，1998，〈外勞族群媒體研究初探：以臺灣泰語廣播節目為例〉。《臺灣社會研究》31: 169-193。
- _____，2003，〈越境者媒體：臺灣的外勞廣播節目〉。《新聞學研究》75: 73-102。
- 施正鋒，2004，《臺灣客家族群政治與政策》。臺北：新新臺灣文化教育基金會。
- 唐士哲、魏玠，2014，《國際傳播：全球視野與地方策略》。臺北：三民。
- 祝家丰，2007，〈國家統合主義、巫統政治霸權與大馬華團的政治參與〉。頁 225-253，收錄於祝家華、潘永強編，《馬來西亞國家與社會的再造》。吉隆坡：新紀元學院、南方學院、吉隆坡暨雪蘭莪中華大會堂。
- 張吉安，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。馬來西亞吉隆坡：瓷廠街餐廳，11月11日。
- 張煒珍、林芝鴻，2009，〈掀開臺灣的真實面紗？探討閩南語連續劇《意難忘》對馬來西亞華人觀眾之臺灣印象形塑〉。《傳播管理研

究》8: 111-158。

張維安，2013，〈《海外客家研究叢書》序〉。頁 iii-iv，收於張維安（編），《東南亞客家及其周邊》。臺北：遠流。

張翰璧、張維安，2005，〈東南亞客家族群認同與族群關係：以中央大學馬來西亞客籍僑生為例〉。《臺灣東南亞學刊》2(1): 149-182。

莊迪澎，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。馬來西亞吉隆坡：盜廠街附近餐廳，11月14日。

莊振祥，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。新竹：國立交通大學光復校區，10月23日。

莊國文，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。馬來西亞吉隆坡：隆雪華堂，11月10日。

麥留芳，1984，〈早期華人社會組織與星馬城鎮發展的模式〉。頁 367-404，收錄於張炎憲編，《中國海洋發展史論文集》。臺北：中央研究院民族學研究所。

彭文正，2009，《客家傳播理論與實證》。臺北：五南。

彭瑞珠，2013，《臺灣、大陸、馬來西亞三地梅縣客話比較研究》。國立中央大學客家語文研究所碩士論文。

程紹淳，2012，〈媒體市場區域化下被錯置的文化消費與生產？：臺灣「鄉土劇」在中國大陸〉。《傳播與社會學刊》19: 155-193。

黃揚端，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。馬來西亞古來：受訪者自宅，11月12日。

黃新荃，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。馬來西亞士古來：南方大學

學院，11月12日。

黃暖雲，2006，《臺灣偶像劇之優勢資源與產製策略分析》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

黃茱英，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。馬來西亞新山：Astro 電視臺附近咖啡廳，11月12日。

廖國華，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。馬來西亞吉隆坡：隆雪華堂，11月10日。

潘玉玲、王麗惠，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。臺北市：客家電視臺，11月7日。

蔡珮，2007，《符號互動、媒介、家鄉與離散認同：布里斯本澳藉臺裔族裔邊界的形成與流動》。國立政治大學新聞系博士論文。

_____，2008，〈族群人際關係與族群電視消費在族群認同建構中扮演的角色：以客家電視臺與客家族群為例〉。論文發表於「客家的行程與變遷：第二屆臺灣客家研究國際研討會」，新竹縣竹北市：國立交通大學國際客家研究中心主辦，12月20-21日。

蕭新煌，2011，〈東南亞客家的變貌：族群認同與在地化的辯證〉。頁3-30，收錄於蕭新煌編，《東南亞客家的變貌：新加坡與馬來西亞》。臺北：中央研究院人社中心亞太區域研究專題中心。

_____，2013，〈《海外客家研究叢書》總序〉。頁i-ii，收於張維安編，《東南亞客家及其周邊》。臺北：遠流。

蕭新煌等，2005，〈東南亞的客家會館：歷史與功能的探討〉。《亞太研究論壇》28: 185-219。

賴嘉儀，2014，〈當面訪談〉，魏玠訪談。馬來西亞吉隆坡：NTV 7，

11月10日。

薛佩玉，2007，〈亞洲起，華流瘋－偶像劇的海外市場（上）（下）〉，
《行政院新聞局哈臺影音快遞》60。取自世界都在哈臺灣部落
格 <http://blog.yam.com/2006tw/article/12972149>，取用日期：2015
年5月1日。

鍾秀英，2014，〈當面訪談〉，魏玟訪談。馬來西亞峇株巴轄：受訪者
自宅，11月13日。

魏玟，2008，〈再思考客家族群傳播權的理論與實踐〉，論文發表於「客
家的行程與變遷：第二屆臺灣客家研究國際研討會」，新竹縣
竹北市：國立交通大學國際客家研究中心主辦，12月20-21日。

羅世宏，2002，〈臺灣的認同／差異：影視媒體的局勢中介與雜存認同
的形成〉。《中華傳播學刊》2: 3-40。

Aksoy, Asu, and Kevin Robins, 2003, "Banal Transnationalism: The Differ-
ence that Television Makes." Pp. 89-104 in *The Media of Diaspora*,
edited by Karim H. Karim. New York: Routledge.

Anderson, Benedict, 1991, *Imagined Communities: Reflection on the Origins
and Spread of Nationalism*, Revised ed. London: Verso.

Ang, Ien et al., 2002, *Living Diversity: Australia's Multicultural Future*.
Artarmon, Australia: Special Broadcasting Service Corporation.

Cunningham, Stuart and John Sinclair, eds., 2000, *Floating Lives: The Me-
dia and Asian Diasporas*. St. Lucia, Queensland: University of
Queensland Press.

Faist, Thomas, 2000, "Transnationalization in International Migration:

- Implications for the Study of Citizenship and Culture.” *Ethnic and Racial Studies* 23(2): 189-222.
- Hall, Stuart, 1990, “Cultural Identity and Diaspora.” Pp. 222-37 in *Identity: Community, Culture, Difference*, edited by Jonathan Rutherford. London: Lawrence and Wishart.
- _____, 1991, “The Local and the Global: Globalization and Ethnicity.” Pp. 19-39 in *Culture, Globalization and World System: Contemporary Conditions for the Representation of Identity*, edited by Anthony King. Albany: State University of New York Press.
- _____, 1992, “The Question of Cultural Identity.” Pp. 272-316 in *Modernity and Its Future*, edited by Stuart Hall et al. Cambridge: Polity Press in association with the Open University.
- Hsiao, Hsin-Huang Michael, and Khay Thiong Lim, 2007, “The Formation and Limitation of Hakka Identity in Southeast Asia.” *Taiwan Journal of Southeast Asian Studies* 4(1): 3-28.
- Karim, Karim H., 2003, “Mapping Diasporic Mediascapes.” Pp. 1-17 in *The Media of Diaspora*, edited by Karim H. Karim. New York: Routledge.
- King, Russell and Nancy Wood, eds., 2001, *Media and Migration: Constructions of Mobility and Difference*. New York: Routledge.
- Morley, David and Kevin Robins, 1995, *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. New York: Routledge.

- Robins, Kevin, 1991, "Tradition and Translation: National Culture in Its Global Context." Pp. 21-44 in *Enterprise and Heritage: | Crosscurrents of National Culture*, eds. John Corner and Sylvia Harvey. New York: Routledge.
- Schlesinger, Philip, 1991, *Media, State, and Nation: Political Violence and Collective Identities*. London: Sage Publications.
- Scholte, Jan Aart, 1996, "The Geography of Collective Identities in a Globalizing World." *Review of International Political Economy* 3(4): 565-607.
- Tomlinson, John, 1991, *Cultural Imperialism*. London: Pinter.
- _____, 1999, *Globalization and Culture*. Cambridge: Polity.

附錄：本研究訪談對象

訪談編號	訪談類型	訪談對象姓名	訪談對象身分	訪談地點	訪談時間
A	臺灣客家電視臺行銷人員	潘玉玲	客家電視臺行銷企劃部經理	客家電視臺	2014.11.07
		王麗惠	客家電視臺行銷企劃部研究企劃組組長	客家電視臺	2014.11.07
B	馬來西亞電視 / 媒體從業者	賴嘉儀 (非客家人)	馬來西亞電視臺 NTV 7 品牌部經理	吉隆坡	2014.11.10
C		張吉安 (非客家人)	馬來西亞廣播電臺主持人、華人文化採集工作者	吉隆坡	2014.11.11
D		黃煒英	衛星電視公司 Astro 文化節目製作人、主持人	新山	2014.11.12
E		莊迪澎 (非客家)	《火箭報》主編、政治與文化評論家	吉隆坡	2014.11.14
F	馬來西亞客家閱聽人 (第一部分：在臺留學生)	林瑞婷	交大生資所碩一	交大博愛校區	2014.10.21
G		吳雪雯	交大外文系大一	交大光復校區	2014.10.21
H		莊振祥	電信所碩二	交大光復校區	2014.10.23
I		石曉瑩	管科系大一	交大光復校區	2014.10.23
J	馬來西亞客家閱聽人 (第二部分：馬來西亞在地)	莊國文	留英博士、私立大學助理教授	吉隆坡	2014.11.10
K		廖國華	隆雪華堂民權委員會主席、人文圖書館館長	吉隆坡	2014.11.10
L		黃揚端	華人新村菜園主人	古來新村	2014.11.12
M		黃新荃	南方大學學院招生組副組	士古來	2014.11.12
N		鍾秀英	家庭主婦	峇株巴轄	2014.11.13