

國立交通大學

傳播研究所

碩士論文

從客家雜誌分析台灣客家形象之變遷

Analyze the Change of Taiwan Hakka Image through Hakka Magazine



研究生：林信丞

指導教授：郭良文 教授

中華民國 九十七年 一月

從客家雜誌分析台灣客家形象之變遷

**Analyze the Change of Taiwan Hakka Image through
Hakka Magazine**

研 究 生：林信丞

Student：Hsin-Cheng Lin

指 導 教 授：郭良文

Advisor：Liang-Wen Kuo

國 立 交 通 大 學
傳 播 研 究 所
碩 士 論 文



A Thesis
Submitted to Institute of Communication Studies
National Chiao Tung University
in partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of
Master
in

Communication Studies

January 2008

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國九十七年一月

從客家雜誌分析台灣客家形象之變遷

學生：林信丞

指導教授：郭良文 教授

國立交通大學傳播研究所碩士班

摘 要

客家族群被視為台灣社會中的隱形人，無論是在歷史詮釋、政府政策和媒體環境方面，都處於資源短缺的不平狀態，因此蒙上了刻板印象之冤，使得客家文化傳承不彰，族群意識缺乏。

本研究以客家雜誌作為研究對象，從雜誌創刊的 20 年間，立意抽取 438 篇文章，以文本分析與八位學者專家的深度訪談等質性研究方法進行分析，並利用紮根理論的資料分析方式，歸類出勤勞節儉、義民論述、傳統精神、客家婦女美德和客家文化產業發展等五項特質，探討台灣客家形象之變遷；另外並歸類出客家語言與認同之喪失、傳統精神與藝術的流失以及客家文化與流行現象等當代台灣客家問題，做進一步之探討。

研究結果發現，雜誌中的客家形象受到時間的更迭、客家運動的產生以及客家行政單位的成立而有所改變；在行政院客委會成立後，客家雜誌內容與客家形象的呈現有顯著改變，以文化產業的面向為重，而受到客委會的贊助後，雜誌內容也難免傾向政府政策傳聲，與早期的批判與社會運動精神有所不同。

關鍵詞：客家形象、客家雜誌、族群媒體、台灣客家歷史、族群認同、語言文化傳承。

Analyze the Change of Taiwan Hakka Image through Hakka Magazine

Student: Hsin-Cheng Lin

Advisor: Dr. Liang-Wen Kuo

Institute of Communication studies
National Chiao Tung University

Abstract

Hakka ethnic is invisible in Taiwan society. They are resource shortage, whether historically or in government policy and media environment. Therefore they are always regarded as some kind of stereotype. Somehow they face difficulties in hakka culture pass down and are lack ethnic conscious.

This research regards Hakka magazine as the research object, among 20 years starting publication from the magazine, and purposive sampling 438 articles, analyze with quality method approaches, such as the text analysis method and in-depth interview with eight scholar experts. In data analysis, this research made in grounded theory, and sort out industrious and thrifty, Yiming discourse, traditional spirits, Hakkas' woman virtue and the development of Hakka cultural industry, probe into the changes of Hakka image in Taiwan. Besides, sort out the contemporary Hakka issues in Taiwan, such as the disappearance of Hakka language and identity, the vanish of traditional spirit and art and the popular phenomenon of Hakka culture, do the further discussion.

The results of this study, Hakka image of magazine change by the time, the occurrence of Hakka movement and the establishments of Hakka administrative units. After Council for Hakka Affairs of the Executive Yuan established, the changing apparently of Hakka magazine content and Hakka image, and focused on cultural industry. But sponsored by Council for Hakka Affairs, inclined to content by government policy propagation of sound unavoidably too appearing, different to the early criticism and the spirits of social movement.

Keywords: Hakka image, Hakka Magazine, ethnic media, Hakka history in Taiwan, ethnic identity, the continuity of language and culture.

誌 謝

這本論文能夠完成，首先要感謝指導教授 郭良文博士，老師一直以來的親切態度，讓學生有辦法和老師溝通，精闢的意見，也使學生的論文進度有快速的發展；還要感謝口試委員羅烈師老師、蔡珮老師，兩位老師提供了豐富的建議，使學生的論文能夠有效地改善，尤其要謝謝羅老師一年多來的照顧，老師教學的方式學生非常認同，客語教學仍待老師的不遺餘力才行；還要感謝八位訪談學者的大力配合，讓學生能夠在短時間內完成訪談任務，謝謝各位老師對於這本論文的協助，謝謝。

再來要感謝的就是我的好同學立煒，若沒有你兩個月來的幫忙，我可能還來回在新店和木柵之間自怨自艾；還有老趙，謝謝你研究室位子讓我用，腳放你桌上你也不會怎樣，而且女二門口甚至有一隻以你為名的狗；秉陞一直是我同組的好夥伴，跟你講一些有的沒的屁話真的很有趣；阿豪，請你不要因為我講什麼少女系男孩、馬英九之類的，你就要跟我疏遠，不要太在意這些，是不是。還有相惠姐、阿芳姐、林姐，妳們在年齡上比較成熟，不管是論文格式或畢業流程，都受到了很多照顧，非常感謝。

我的高中同學、學弟以及大學同學們，謝謝你們在我論文水深火熱的時候不斷找我出去玩，讓我疲憊的心能夠有高頻率的解放；謝謝培音、馬幹，如果當初沒有你們的指教，我根本進不了這間精實的所；還有我的哥哥嫂嫂點點寶弟一家人，最後兩個月的收留，讓我的論文進行更有效率；感謝我的父母親，容忍我那麼長的學生生涯，你們不經意的談話或鼓勵，其實都會成為我不斷奮發向前的原動力，盡力希望讓你們能以我為榮。

最後要感謝的是惠如，沒有妳近年來的陪伴，我可能很多事都做不成，如果沒有妳帶給我的豁達和不拘小節，我可能還在繼續煩惱這邊要不要空行或是圖片的大小對不對，也衷心希望妳和吉妮狗不要再持續發胖，共同回復往日迷人風采。

雖然是拼了老命才畢業，但體重也恢復到標準的 60，皮膚和視力好像也越來越好，說不定還長高了，寫論文真的可以說是百利而無一害，但我想這一生應該還是寫這一次就很夠了，與大家共勉。

林信丞 承蒙大家
2008年2月

目錄

中文摘要.....	ii
英文摘要.....	iii
誌謝.....	iv
目錄.....	v
表目錄.....	vii
圖目錄.....	viii
第一章 緒論.....	1
第一節 問題緣起.....	1
第二節 研究對象介紹：客家雜誌.....	3
一、 族群媒體及其功能.....	3
二、 母語運動的推手：客家（風雲）雜誌.....	5
三、 小結.....	7
第三節 研究目的.....	7
第四節 論文章節說明.....	7
第二章 文獻探討.....	9
第一節 形象理論.....	9
一、 形象的概念.....	9
二、 形象與刻板印象.....	10
三、 媒介訊息與形象塑造.....	11
第二節 台灣客家歷史概說.....	13
一、 西元 1683 至 1896 年：閩客對立期.....	13
二、 西元 1896 年至 1949 年（日治時代）：文化穩固期.....	15
三、 西元 1949 年至 1987 年（戒嚴時期）：隱形化時期.....	16
四、 西元 1987 年至 2000 年（解嚴時期）：抗爭運動期.....	18
五、 西元 2001 年至 2006 年（民進黨執政）：政府推廣期.....	21
第三節 客家形象.....	25
一、 客家族群的認同與想像.....	25
二、 客家形象的再現與複製.....	29
三、 什麼代表著客家形象？.....	31
第三章 研究方法.....	37
第一節 研究架構與問題.....	37
一、 研究架構圖.....	37
二、 研究問題.....	37
第二節 研究方法與設計.....	38
一、 質性研究取向.....	38
二、 深度訪談法.....	39

	三、	文本分析法	41
	四、	範疇與類目說明	42
第四章		研究結果與分析	47
	第一節	客家形象與其轉變之探討	48
	一、	勤勞節儉	48
	二、	義民論述	50
	三、	傳統精神	55
	四、	婦女美德	59
	五、	文化產業發展	62
	第二節	解嚴後客家形象之討論	68
	一、	母語運動期（1987~1989）	69
	二、	正名宣示期（1990~1995）	71
	三、	文化發展期（1996~2000）	73
	四、	政府推廣期（2001~2006）	74
	第三節	客家族群與文化之危機	77
	一、	客家語言與認同之喪失	77
	二、	傳統精神與藝術的流失	86
	三、	客家文化與流行現象	91
	第四節	族群媒體的功能與框架	98
	一、	母語流失的自覺	98
	二、	政經結構的控制	100
	三、	中原正統的論述框架	102
第五章		結論	105
	第一節	研究發現與討論	105
	一、	拼圖中的客家形象	105
	二、	歷史包袱的再造	105
	三、	客家形象的轉變	106
	四、	族群媒體的功能檢視	108
	第二節	研究限制與建議	109
	一、	研究方法之限制	109
	二、	資料分析之限制	110
	三、	研究貢獻與建議	110

表目錄

表 2-1：各縣市成立客委會時間表	22
表 2-2：國內大學客家學術機構清冊	23
表 2-3：中外客家及非客家人士對客家人的看法	32
表 3-1：深度訪談受訪者資料	40
表 4-1：客家形象特質各時期分佈說明	69



圖目錄

圖 2-1：解嚴後客家文化與事件示意圖	24
圖 3-1：研究架構圖	37
圖 3-2：紮根理論執行程序	42
圖 4-1：本研究客家形象概念圖	47
圖 4-2：勤勞節儉特質趨勢變化圖	48
圖 4-3：義民論述趨勢變化圖	51
圖 4-4：傳統精神特質趨勢分佈圖	55
圖 4-5：婦女美德特質趨勢變化圖	59
圖 4-6：客家文化產業趨勢變化圖	62
圖 4-7：母語運動期客家形象特質說明	70
圖 4-8：正名宣示期客家形象特質說明	72
圖 4-9：文化發展期客家特質說明	73
圖 4-10：政府推廣期客家特質說明	75
圖 4-11：客家語言與認同喪失問題說明	77
圖 4-12：傳統精神與藝術流失問題說明	86
圖 4-13：客家文化流行化特質說明	91
圖 5-1：各時期客家雜誌呈現之客家形象特質分佈	107
圖 5-2：客家形象特質在雜誌中的分佈	108



第一章 緒論

第一節 問題緣起

「你聽沒台語哦？」「呃...我是客家人。」「喔～你客人喔.....（沉默）」

對於研究者來說，從小的客家身份¹，只是一個自然天生、平凡無奇的族群類屬，但在成長的過程中，才逐漸體認到許多關於客家族群的刻板印象及負面印象，或是與他人的互動和聽說之中，慢慢了解客家族群所背負的沈重包袱，這些不白之冤似乎比我想像中的還要複雜，或許在我不假思索承認客家身份的同時，對方數秒的沉默，可能是因為「小氣、吝嗇、愛計較...」等名詞在腦海中充斥，暫時阻礙了即時答話的能力。

對於「客家人」來說，其「客」字的意義，便使客家人蒙上了不為主體的印象，在台灣，閩南話被稱為台語，但客家話卻成為可能在 50 年後絕跡的語言²；族群方面，客家族群似乎也無法完全相容於閩南族群的本土意識，也無法體認外省族群的中國想像，但又未若原住民族的弱勢而需要立法保護；客家族群成了台灣四大族群最尷尬的族群，也是文化和語言流失最為嚴重的族群。

在近三、四十年來的社會巨變，工商業的發達，吸引了大量的客家人離開客家庄而投入這個都市的大熔爐中，加速了客家庄的沒落與解體。在都市裡，他們再也不可能群集而居，功利的工商社會也用不到客家話，於是客家人與客家話必將消失於都市之中（梁榮茂，1998）。解嚴之後，客家人的認同問題逐漸浮上檯面，為政府與民間所重視；然而客語在客家庄年輕人的口中也已逐漸消失，客家文化在多采多姿的都市地區中，還有存在的可能性否？由於研究者身為客家子弟，亦深感客家語言與文化在都市地區的罕見與流失，因此有了撰寫客家碩論的意圖。

本研究的研究主題客家形象，目的在於希望能找出屬於台灣客家的客家特質，並藉由客家雜誌的豐富資料中，了解台灣客家形象的變遷情形，並使客家形象能夠藉由歷史文獻的整理和資料的深入分析中獲得平反，不再背負錯誤印象的包袱，使台灣其他族群能夠更加認識及了解客家族群。

¹ 研究者本身為都市客家人，居住在台北縣新店市，為都市年輕客家人，父親籍貫為苗栗縣獅潭鄉汶水村、母親為苗栗縣通霄鎮烏眉里客家人，祖父母及外祖父母也都為道地的客家人，腔調皆為四縣腔，從小便在客家語的環境下長大，小時候客家話聽說流利，但是就讀國中之後，在環境的影響下，客家話慢慢退步，在研究所求學期間，所幸尚能通過客語初級認證，亦發表一篇關於客家廣播電台經營策略之研討會論文，試圖能為客家學術以及客家文化推廣盡一份微薄心力。

² 依莊華堂（1998）所述，不出兩代六十年，客家與及客家文化將在客家庄成為絕響，而閩客混和地區與都會地區，則是再經一代三十年後，瀕於絕滅。

目前國內客家研究中，以探究客家所呈顯的形象或意象作為專題者並不多，國內碩士論文方面，2003 年年底有兩篇碩士論文談論「客家意象」，一篇是清華大學人類所林彥亨（2003）的《客家意象之形塑：台灣客家廣播的文化再現》，發現客家語言文化議題是廣播客家意象之冠，特別是來自曾參與客家運動的菁英，其次是前工業時期展現的鄉愁與鄉民生活集體記憶，主要來自於庶民百姓，而該研究是以廣播媒體作為研究場域，以田野調查方式進行研究，有深入之優點，但談論內容不免容易受限於廣播的經營環境和有限的資源。另一篇是文化大學新聞所姜如珮（2003）所撰之《台灣電視中之客家意象：公視「客家新聞雜誌」之個案研究》，探討公共電視節目客家新聞雜誌所形塑之客家意象，以各種不同面向去討論所呈現之客家意象為何，並輔以深度訪談的方式，描繪出節目中所呈現的客家文化特質。另外則是在 2007 年，臺北市立教育大學音樂藝術研究所的彭月媛（2007）撰寫之《落水天》、《大埔調》、《正月牌》、《半山謠》、《喊我唱歌就唱歌》之樂曲分析與詮釋：兼論客家民歌所呈現之傳統客家的婦女形象，發現客家婦女在客家民歌的呈現中，受到客家社群的傳統文化束縛，附屬在家庭之中，處於權力落差下的兩性關係，但卻又具備勤奮堅忍的特質，為家庭的重要支柱。

在期刊論文方面，有四篇論文以客家形象或意象³為題，其中劉純杏（2001）之《客家文化負面印象之辯解》是以歷史脈絡的角度，觀察不同歷史情境中，客家文化負面印象產生的原因與關係，並進一步解釋符號背後的文化象徵系統，提供認識客家族群的正面態度。此外，王雯君（2005）所撰之《客家邊界：客家意象的詮釋與重建》為探討意象與文化之間的理論關係，以及客家意象形成的歷史脈絡和客家記憶的形塑與複製，再藉由竹苗地區十五個客家鄉鎮地區問卷調查，取得民間對客家的意象描繪，最後針對調查結果進行分析，並衍伸論述意象背後所代表的意義，以重新詮釋客家意象和建構客家邊界。而張維安、王雯君（2005）的《客家意象：解構「嫁夫莫嫁客家郎」》一文，則是針對年輕網友的意見進行解析，利用 BBS 系統的對話性文章，解構「嫁夫莫嫁客家郎」的深層因素，並對族群通婚框架有深層的反思。黃儀冠（2007）的研究《母性鄉音與客家影像敘事：台灣電影中的客家族群與文化意象》，則是透過《原鄉人》、《童年往事》與《青春無悔》三部電影所再現的客家族群，以及客家歷史敘事作為分析基礎，探討影像中客家族群的形象及其文化意涵，並透過這些電影的創作，了解客家文化、族群傳播與影像再現之間互相的涵攝關係。

上述研究中，有五篇是以媒體作為研究客家意象的素材，分別為廣播、電視、電影、歌曲以及網路媒體為主，目前仍缺少平面媒體的深入研究，本研究在研究取徑方面也和上述研究有所不同，以質化研究方法之文本分析和訪談法為主。雜誌文本可以運用符號產生意義，為社會溝通的傳播媒介，傳遞出社會脈動的重要訊息，而內容文本也是社會現象的縮影及再現。本研究之研究主體：客家風雲雜誌與客家雜誌，至今發行已二十年，為台灣客家歷史的見證，亦為台灣近代客家運動的催生者，因此，研究者認為透過客

³ 在本研究中，「形象」與「意象」二詞之意思無異，皆指涉 image 一字，只是經由翻譯而在字面上的呈現有所不同，但在引用其他研究者的文獻部份，字面上皆不會更改，以維持該作者著作之原意。

家雜誌的文本分析與專家學者訪談，不但可以瞭解族群媒體所呈現之客家形象，也進而創造對話的平台，分析客家形象的形成脈絡。族群媒體產生了族群文本（ethnic text），經由族群文本我們可以分析文化的再現（cultural representation），因此本研究試圖從客家雜誌二十年間的豐富文本中，找出台灣客家形象的變化。

第二節 研究對象介紹：客家雜誌

一、 族群媒體及其功能

對於創辦二十餘年的客家雜誌來說，報禁解除後的出版，著實為客家文化出版品注入一股心血，由於主流媒體的低客家能見度，少數族群媒體因此而生。因為主流媒體經常忽略對於少數族群的報導，或將之視為社會的問題族群，而傳播媒介對於定義、維護或減弱族群認同的過程中扮演著主要的角色，故族群媒體（ethnic media），也就是意指以社會中居於少數的閱聽對象的媒體，能扮演服務少數族群、維護文化及認同的媒介（王嵩音，2000）。施正鋒（2004a）指出，在主流媒體對於少數族群呈現不足／錯誤的情況下，少數族群媒體因應而生；進一步地說，儘管多數族群可以試圖以國家／媒體的支配來壓制他者的認同，少數族群也可以透過自己的媒體來對抗／挑戰／改變別人硬給的認同，或是取回／確認和塑造自己的認同。

Suber-velez 指出族群媒體扮演著雙元角色（dual roles）。一方面，它協助少數族群適應主流社會，而具有融合（assimilation）功能。另一方面，它也透過呈現少數族群母語和文化內容，維持少數族群對於母文化的聯繫，而具有多元（pluralism）功能（轉引自王嵩音，2000）。施正鋒（2004b）指出族群媒體就融合功能來說，可以提供資訊、就業機會；就多元功能來看，族群媒體可保存族群語言、文化，對抗刻板負面印象。更重要的是，它可以促進多數族群與少數族群間的對話合作。對內而言，少數族群在媒體上自由使用自己的族群，可以有效地進行內部溝通、強化族群的凝聚力、塑造族群的集體認同。對外而言，少數族群媒體可以進一步作為族群間開放對話的平台，將少數族群所關心的議題傳達給主流社會。換句話說，族群媒體若只有單向發聲是不夠的，它還必須要有雙向的溝通功能。

Viswanath 與 Arora（2000）指出族群報紙有雙重的功能：社會控制與加強族群認同。Zhang 與 Hao（1999）認為族群媒體必須擔任一種角色功能，此功能便是透過族群的母語來產製，其認為少數語言的媒體可以幫助少數族群去維持他們的族群認同，因為承擔了傳承下一代或是社會新成員知識、價值觀與規範的責任。黃金益（2001）於國內服務弱勢族群公益性電台的價值與生存問題之研究中指出，國內服務弱勢族群公益性電台具有滿足弱勢族群需求、提供多元文化資訊和符合社會正義的理想等功能，是維持多元傳播生態重要的一環。

要維持或強化族群認同，族群媒體有其擔負的使命。Riggins（1992）指出，主流媒

體經常忽視對弱勢族群的報導，或將弱勢族群視為社會問題，因此，要維護弱勢族群的文化認同，必須藉由弱勢族群媒介。Riggins 並彙整學者對世界各國弱勢族群媒介的研究，提出弱勢族群媒介抵抗同化力量的特色有以下七點：

1. 內容上明確呈現反霸權論述。
2. 全使用弱勢族群母語。
3. 樹立一套有別於主流媒體的議題優先順序。
4. 報導弱勢族群社區的活動，以加強社區參與。
5. 弱勢族群媒介較少出現主流廣告，因此可避免同化。
6. 弱勢族群媒介的存在本身就具有反同化的象徵意義。
7. 弱勢族群媒介新聞工作者在媒體累積的專業經驗，有助其成為弱勢族群運動者。

對於小眾媒介或少數族群媒介來說，也有面對現象不滿而實際發起社會運動的舉動。Armstrong (1981) 指出另類媒介雖和既存的主流文化在本質上有所不同，但作法卻是正面的、具建設性的，著重以實際的勸服行動來促成個人和社會的改變，較傾向誘導的性質，不僅是紀錄，更實際投入各式社會運動。方雅慧 (1999) 指出在美國社會運動中，另類媒介扮演相當重要的角色，他們是宣傳新觀念的先驅者；他們提醒行動者要回顧在社會上所推動的工作，協助其他的社會運動交換資訊和影響；在草根政治的進程中提供批評的角度，而且在聯結和運動的推展過程中，作為資訊共享、共識動員的戰壕。

對於客家（風雲）雜誌的內容來論，的確符合以上弱勢族群媒介的特性，除了呈現大量介紹母語、反主流族群同化、舉辦社區活動、廣告客家唱片及出版品外，亦發起了台灣的客家族群認同運動；也就是始於 1980 年代中期的「還我母語」運動，1987 年《客家風雲》雜誌創刊後，旋於 1988 年聯合客家運動團體，成立「客家權益促進會」，舉辦「還我母語」萬人遊行。該運動最重要的精神，在於提出「一、開放客語廣播、電視節目；二、實行雙語教育、語言平等政策；三、修改廣電法限制方言之條款，改為保障方言」三大訴求（全國意象顧問股份有限公司，2004）。「還我母語」運動，可說是我國第一波的客家族群認同運動，藉以對國家「國語優先政策」進行抗爭，同時也表達弱勢族群對媒體近用權益的不滿，更為日後的客家文化運動種下火苗。

等同於客家族群的還我母語運動，原住民的民族自覺運動，也是由族群媒體所主導。孔文吉 (1998) 指出，弱勢族群媒介媒體除了能協助原住民傳承語言，還可藉由資訊傳播凝聚族群認同，增進原住民社區意識，矯正原住民形象，推廣原住民運動權力及主張，批判主流媒介傳達的霸權論述與宰制關係，並可幫助原住民順利適應現代社會以及以資訊傳遞為主的地球村。台邦·撒拉勒 (1993: 38) 指出被視為原運濫觴的《高山青》，在創刊號便大膽發出原住民族即將滅絕的聲明，並且主張「高山族民族自覺運動」，雖然《高山青》的壽命相當短促，但其在原運意識上的啟蒙意義卻相當重要。又如由

原住民創辦的《原報》，到了 1992 年更是發起「重建舊好茶」的活動，吹響原住民部落重建的號角。

社區媒介方面，就國內而言，在解嚴後大小社區有關環保議題的抗爭運動中，社區媒介也扮演另類媒介的運動角色。許瑞弘（2004）指出像彰化鹿港的反杜邦運動，地方性刊物《鄉情》就扮演凝聚居民反對杜邦設廠論述的公共場域，讓反杜邦者有發聲的空間。另一案例即是長達八年的美濃反水庫運動，美濃的另一份刊物《月光山雜誌》，也扮演反水庫運動「機關報」的角色，持續提供及傳遞反水庫的訊息給社區內居民和海外遊子，藉此凝聚全球反美濃水庫的勢力。

少數族群在媒體上自由使用自己的母語，可以有效地進行內部溝通、強化族群的凝聚力以及塑造族群的集體認同，少數族群的認同雖然是起源於個人在家庭內的感受，卻必須經過公共領域的洗禮，才能不斷地獲得再確認；因此，少數族群媒體可以進一步作為族群之間開放對話的平台，將少數族群所關心的議題傳遞給主流社會，也能夠為了族群權益扮演召集人的角色，使主流媒體或社會大眾能正視少數族群的訴求。

蕭新煌（2005：6）以台灣社會脈絡出發，剖析族群傳播媒體都應被賦予的幾個目的：

1. 傳播宣揚、強化族群文化認同、提升族群榮譽感。
2. 傳遞每一個族群文化，把各個多樣文化內涵傳遞給其他族群，減少彼此間的無知和誤解。
3. 溝通各族群差異文化內涵、減少差異所造成的誤解、異中求同，建立本身就是多元的主流文化。
4. 台灣新的族群想像與民主化息息相關。爭取過程中，族群傳播應有「倡議」功能，倡議少數族群應享有的平等和公平待遇。
5. 在沒有壓迫、沒有扭曲、歧視下，建立族群多元但國家認同一體的新共識。

二、母語運動的推手：客家（風雲）雜誌

在解嚴與報禁開放之後，客家族群深知不管是在政經資源、媒體方面，都有相較於其他族群的弱勢地位，1988 年時，由於《客家風雲雜誌》創刊的影響下，民間終於發起了第一項以客家為名的「還我母語運動」，企圖喚醒客家族群身份之意識。當時運動便為媒體內容中提高客家文化和語言的能見度、提昇客家人的族群意識和加強客家自身的族群認同為目標。

劉惠玲（2005）指出，1987 年客家風雲雜誌的創刊到 1988 年由客家族群發動的「還我母語運動」大遊行為止，客家風雲雜誌在解嚴後創刊，在客家運動史上具有劃時代的意義。在客家風雲雜誌創刊前也有一些客家社團出版的雜誌，它們的功能主要為聯誼、

地方報導及文史消息等性質，並未明確的提出有關爭取客家權益、重建客家主體意識等課題。而由「客家風雲」以雜誌作為發聲的工具，明顯的展現出一股強而有力的企圖心，即是要在轉變的台灣社會裡，強烈地發出客家人的心聲，重新建構客家族群在台灣社會的主體意識，再次創造客家人的風雲。該雜誌所要努力核心為：一、保存及提倡母語，二、重建客家歷史的詮釋權，三、提升客家人的地位，四、舉辦客家文化夏令營，五、舉辦座談會，討論重要客家議題。

客家風雲雜誌月刊的主要內容有：「封面故事」的專題報導，面對面的人物專訪、政治、經濟、文化、山歌、風土人情…等。希望透過客家風雲雜誌的內容能提昇客家人族群意識，促進客家人的溝通與了解，團結客家人的力量，提昇客家人的政治經濟、經濟、社會和文化上的地位與功能；活動方面，除了發起還我母語運動外，自 1988 年暑假開始舉辦全國客家文化夏令營，至 2007 年止已辦十八屆，成為客家雜誌的招牌（陳康宏，2007）。

「客家風雲」走過風風雨雨，風起雲湧，歷經艱辛，波折不斷。楊鏡汀（1997）指出，客家風雲到了第 16 期，就出現停刊危機，因財源無繼，第 19 期出刊以後又不得不暫停出刊。在 1989 年 8 月 13 日，客家風雲股東會議後，決定通過結束現有雜誌，另成立新雜誌。從此「客家風雲」改為「客家」除去「風雲」，希望此後不會有風風雨雨。客家風雲在還我母語運動後，原創辦人馬相繼退出，改由一群關心又熱忱的社會公義及學術文化界人士接辦，並於 1990 年元旦改組為客家雜誌，「客家雜誌」大致傳承「客家風雲」創刊時的宗旨，只是風格不再客家風起雲湧，轉趨保守柔性，以客家傳統文化民俗歷史的探討為主。

台灣首次大型客家學術研討會，便是由客家雜誌承辦，1994 年 3 月 12 至 14 日在苗栗縣立文化中心圖書館舉行，名稱為「八十三年全國文藝季客家文化研討會」，事後彙整成「客家文化研討會論文集」，對台灣客家學術研討會的舉辦影響深遠。1994 年客家電台成立，客語廣播人才缺乏，客家雜誌為因應此情況，於 1995 年 11 月 11 日到 1997 年 5 月 31 日，客家雜誌與政大廣電系廣電基金共同合作，舉辦「客語廣播人才培訓班初級中級」，許多學員成為『寶島客家電台』『中廣客家頻道』『新客家電台』主持人，對日後客語廣播人才的培訓意義重大（陳康宏，2007）。

古國順（2000）表示，客家雜誌對於客家文化之貢獻，可從以下三方面來說明：一、反應客家族群心聲，喚起各界人士對客家問題的重視，每期刊載的社論、讀者投書或專文，不但可適切的反應民意，亦為有心的民意代表或政府單位獲得訊息的管道。二、增進一般人對客家文化的了解、有益於族群的和諧，可使客家族群不再隱藏自己的身份，也可扭轉一些既有之刻板印象。三、可以幫助客家人自我了解，提高自信心，使客家文化能夠有效傳承。對於客家雜誌來說，客家風雲雜誌成立至客委會成立的十餘年間，可謂是客家文藝復興運動的草創；范振乾（2001）表示，1987 年底客家風雲雜誌成立，歷經 1988 年底還我母語大遊行，及 1994 年寶島客家電台開始播音，至 2001 年 6 月 14 日行政院客委會正式成立止，定位為「客家文藝復興運動」的序曲，它雖非三年至五年完

成，但它能否順利展開卻是「新介客家人」能否出現的關鍵點。

三、 小結

雖然弱勢社群媒介近用偏向是歷史、文化、權力、意識型態等的產物，但承認問題並不表示是一種對現狀認了的消極態度，反而啓示吾人，在現今世界多元文化的潮流下，面對權力網絡無所不在，使人們無所逃於天地之間的現象，對弱勢社群應當付予更多平等對待的空間，而弱勢社群亦應對主動行使媒介近用，爭取用自己的聲音來詮釋社群，有更多意識和覺醒。對權力行使既然希望它能夠符合公平正義，則弱勢社群必須化被動為主動，更努力的為自身及所屬社群爭取行使權力的機會（晁成婷，2002）。

換言之，在主流媒體被優勢族群所控制時，具有無論是族群性、地方性或另類性格的族群媒體更應該積極營造一個屬於自身族群的傳播空間，來對抗主流媒體可能的不利論述，讓客家族群的語言、文化、習俗能夠有效傳承，進而喚醒自身的族群認同。

綜和以上所述，客家風雲雜誌和客家雜誌對客家文化的貢獻與歷史的紀錄上，確實為不可磨滅的事實，除了為客家族群的媒體公器，為客家人發聲，也藉由出版品和社會運動讓台灣其他族群更認識客家族群；教育方面，像是舉辦客語廣播人才培訓、研討會和客家夏令營等；即使在眾多強勢媒體的環伺之下，客家雜誌社一直處於慘澹經營的狀態，但也從未停刊，肩負著客家文化的出版重任；因此，客家（風雲）雜誌的創辦，其代表的意義不只是客家文化與傳統的傳播，也見證了近代台灣客家發展的成果。

第三節 研究目的

承以上所述，客家（風雲）雜誌確有其研究之價值，因此本研究主欲探討客家雜誌呈現之客家形象為何，希冀以歷時性的文本分析，以及專家學者的深度訪談，了解客家族群形象的差異與改變。故本研究之研究目的為：

- 一、客家雜誌文章呈現之客家族群形象為何？
- 二、客家雜誌文章呈現之客家族群形象隨著時間有何改變？

故本研究期望藉由具有客家代表性意義的客家雜誌，描繪出其所呈現的客家文化特質為何，並且輔以文獻和訪談資料分析，深入探討台灣的客家文化與其形象之呈現。

第四節 論文章節說明

本研究第一章為緒論，闡述研究背景與動機、研究對象的介紹以及研究目的初步擬定。第二章為文獻探討的部份，以形象理論為基礎，配合台灣客家歷史的了解，並整理出現今關於客家形象研究的樣貌，依此作為本研究的理論根據。第三章為研究方法，擬

定研究架構與研究問題後，並進行深度訪談與文本分析，並利用紮根理論的方式分析資料。第四章為研究分析部份，主要探討雜誌中客家形象的變遷，以及當代台灣客家族群的問題和族群雜誌框架的檢視。第五章則為結論及研究發現，並提出研究限制及對於未來研究之建議。



第二章 文獻探討

本章節旨為探討與本研究相關之文獻，以形象理論、台灣客家歷史概說以及客家形象三部份探討，試圖從整理出屬於台灣客家的形貌，作為後續研究分析比較之依據。

第一節 形象理論

一、 形象的概念

形象 (image) 是心理學上的名詞，根據《心理學百科全書》的定義，image 是一種態度或心理圖像 (王嵩音, 1998)，又根據《美國學術百科全書》(Academic American Encyclopedia) 的解釋，形象一詞源自於拉丁文的 imago，是一種心象，指心中對外界景物的認知表現 (邱炳進, 1988)。Nimmo & Savage (1976) 指出，當我們看見某一物體，在此物體離開後，我們會對其保留一種記憶，而這種「記憶」或「心智形象」在另一相似物出現時會被喚醒，並幫助我們瞭解或解釋此一抽象的相似物，便為形象；其綜合各家意見認為，形象是一種投射態度於物體、事件或人物的一種構念 (construct)。

席長安 (1969) 指出，形象一詞在十八世紀及十九世紀初期和觀念 (idea)、聯想 (association) 及思想 (thought) 是同義詞，其假定記憶與思維中皆包含有形象，隨後如哲學家、經濟學家、傳播學者、歷史學家等都加以研究，並引用於各自的學門。何臺明 (1989) 認為形象本是心理學名詞，在心理學百科全書中，將形象解釋為一種態度 (attitude) 或心理的畫像 (mental representation)。劉中薇 (2002) 則指出，二十世紀之後，形象這個源於心理學的名詞，廣為哲學家、經濟學家、傳播學者、歷史學家等加以研究，並跨越心理學、社會學、文學研究、建築學、政治科學、大眾傳播及視覺傳播等學門間的界線，可說運用廣泛。

從記憶、認知和知識的角度來看，形象也可視為對物體或事件產生印象或想法的要件。林慧斐 (1998) 便指出形象意指個人受過去經驗及生活歷程的持續性刺激，會形成一種知覺，這種聯想的知覺現象，就是形象作用。根據彭懷恩 (2002) 之著作《政治傳播與溝通》中提到，最早使用形象一詞為美國經濟學家 Kenneth E. Boulding，其在 1956 年出版之《形象：生活及社會上的知識中》(The Image: Knowledge in Life and society) 一書中，將形象說明為人類對外在事物的主觀知識 (subjective knowledge)，也就是人類在成長過程中，不斷透過感官知覺接受外界所給予的訊息，因此對外在的一切事物，均保持某種程度的認知與知識，而這種認知與知識會隨著新的訊息傳入，產生或多或少的一些改變，這些認知與知識便是所謂的形象。

同樣從人類的知識和記憶來看，Reynolds 和 Gutman (1984) 把 Image 定義為「人在記憶中所儲存的意義」，形象具有內容與結構兩個面向，內容是所有相對於對象可回

想起來的一切事象，結構則是指記憶內容彼此之間的關係。所謂 Image 係獨立於現實對象之外，為人們在心中所創造的「對象之像」，它和認知因素或情感，以及所聯想的事象等結合起來形成網路（Network）。形象特徵及作用如下：

1. 形象是有評價的，形象是人們對事務所存有的已成成見的心象，而且和「愉快的」、「不愉快的」等情感連結在一起。簡言之，以所描繪的形象為基礎，伴隨著相關的評價和情感。
2. 一旦形成形象，一方面成為行為的指針而發生作用，同時也發揮過濾器的功能，把經過感覺器官輸入的各種各樣的訊息予以過濾。
3. 形象有很大的個人差異，比如說每個人對同一件事物的看法，隨著個人差異，產生不同的形象。
4. 形象並無真假之別，既然形象是心理所認為的像，究其對錯是沒有意義的，因為形象是個人「主觀」所造成的，並不代表「真理」或「事實」。

形象亦是態度和意見的基礎，可形成價值的判斷，為所有人、事、物的視覺記憶、好惡感、態度及評價等的總稱，因此也可作為社會真實的參考架構指標。簡麗婉（1992）認為形象是一個人對另一個人或團體的想法及看法，就像一幅圖畫的輪廓般，它是一個概括的、籠統的與抽象的觀念；也可以說是一種「人格特徵或屬性的概念化」，藉由若干特徵描述，對另一個人或團體會有某種程度的瞭解（胡淑裕，1987）。而這些輪廓、概括的與籠統抽象的形象概念，便形成了心理辨別各種事物的參考架構。如同 Sereno & Mortensen（1970：244-245）所述，人類往往需要尋找某些標準（standard）或參考架構（frame of reference）作為理解世界的依據，否則對人類而言世界將是渾沌不明，而形象這足以提供此種「明確而清楚、一致而穩定」（definiteness and distinction, consistency and stability）的參考架構。

若將形象作為一種對人、事、物的概括或抽象概念，則便以人們心中的參考架構觀念類似，故形象的概念便和刻板印象大致相同，可將形象定義為一種因過去經驗而對人物或事件的認知，可以用來簡單描述人物或事件的印象概念。

二、 形象與刻板印象

從社會心理學的角度來看，可將刻板印象的概念與形象作結合；形象可以說是腦海中的圖像，也就是說，形象是一種認知過程，是一幅與現實世界情景相類比的心理圖像。張華葆（1994）認為形象即人們根據外在人、事、物所呈現的情境或現象，產生先入為主的觀念並在心中烙印殘存的影像，此種影像的烙印將逐漸形塑人對這些人、事、物看法。

Lippmann 最早提出刻板印象（stereotype）一詞，有如我們腦海中的圖畫，它有著與地圖類似的功能，既能大量簡化認知過程，又可提供明確的參考架構，深深影響我們

對人、對事的看法，也影響我們在社會上的角色和地位（林東泰，1999）。Merrill（1962：203）也認為「形象」（images）與「刻板印象」（stereotypes）根本上是同義的，其有共同的三個特徵：籠統而概括、是一個人對某個人或某群人特性的描述也是一個人對某個人或某群人的一種態度。而 Lippmann 也認為刻板印象是我們腦中認識人與世界的圖像，是由人們創造的，是受人們的文化所影響的，因此有可能是形成對世界認知的錯誤圖像（Hinton，2000：8-9）。

相較於心理學的角度，現象學家 Schutz 使用的是「類型化」的概念，他認為人們對於世界的認識均基於類型化作用，其過程是忽略某事務的獨特之處，而硬加以歸類於其他具相同特徵的事物。因此類型化就是刻板印象，他可協助人們去區分人、事、物的差異（王嵩音，1998）。林福岳（2005）認為刻板印象具有「類目化」的功用，使人們能夠容易辨識社會中團體與團體、族群與族群之間的差異。

由於刻板印象和形象含有濃厚的感情因素，更能抗拒事實與邏輯。也就是說，若事實和邏輯與我們心中的形象不符，根據認知不和諧原理，我們便會選擇逃避、抗拒或予以歪曲，因此有許多形象是不正確的，是脫離事實的（Merrill, 1962：203）。Crespi（1961：116）認為：「當錯誤的形象能夠滿足需要而且有效時，它能抗拒改變。」然而這並不表示所有的形象都是虛偽不實，有些研究則發現許多的形象有其事實基礎，因此，我們不該將形象視作一種完全錯誤的過程（faulty process），而應視之為一種劣等的過程（inferior process），這是因為它使訊息的傳遞受到阻礙，而使人們的認知產生歪曲（轉引自簡麗婉，1992：54）。

雖然形象與刻板印象的指涉相似，皆指涉對事物的觀感及認知，但早期刻板印象的範圍較為狹隘，也較多負面的傾向。傅仰止（1995）指出刻板印象在早期被當成不合理、偏頗、不合乎理性的一種信念，可是近二、三十年來已逐漸退除偏頗的意涵，而被當作一種正常的認知過程，將人群快速分類的基礎，也成為有效了解世界的資料庫。王旭（1985：7）則認為形象和刻板印象在性質與程度上仍有差異存在，形象是動態的，刻板印象在形成後則不易改變，而且就範圍而言，形象所涉及的領域較刻板印象廣泛。江佳陵（2004）綜合多位學者對於刻板印象和形象的差別，指出形象在語藝學的範圍而言，所涉及、形容和解釋的領域較廣，而且是比較動態的描述。

綜合以上所述，形象與刻板印象為人們對於各種事物既成構念，可作為一種評判的標準或參考架構，是一種對外在事物的主觀認知，也是態度、意見和印象的綜合體，含有濃厚的主觀因素；其不同之處在於刻板印象所涉及、形容與解釋的領域較形象狹隘，而且形成後不易改變，為人們較負面的選擇性認知。

三、 媒介訊息與形象塑造

形象既然為一種人類對各種事物的參考架構，其形成必非為先天稟賦，而是由後天培養形成，無論是在教育、傳播媒體方面塑造形象，更重要的是皆有訊息中介的意涵在

內，是一種長期性的涵化學習效果。Luchins A. S.從心理學角度探討，他運用實驗法證實了形象並非與生俱來，而是經由後天塑造（張春興、楊國樞，1991）。

Boulding（1956）認為，一個人從呱呱墜地開始，即有一股源源不斷的訊息之流（a constant stream of message）經由他的各種感官，注入他的腦海中。Boulding 也強調當一個人接觸新訊息時，他的形象可能做某種程度的修改；而當新訊息的形象有所改變時，此人的行爲也會跟著改變。可見形象並非一成不變的，具有「訊息－形象」的相互動態關係，新增加的訊息會改變既有的形象，進而重塑新的形象，而傳播媒介在此扮演不可忽視的角色（劉中薇，2002）。黃秀（1999）指出，Boulding 曾言：「訊息的意義就是改變形象。」他除了謹慎釐清形象與生產形象之訊息間的關係，也指出訊息的充分或缺乏會影響形象的改變，對 Boulding 而言，形象的功能如同是「中介」，它並非穩定不變，而是訊息及形象之間持續不斷相互傳遞的長期過程。

傳播媒介對形象的塑造和形成有其不可忽視的重要性，尤其針對看不見的事物而言，更爲重要。楊孝滌（1980）指出，大眾傳播媒介的接觸方式，大致上有電視、網路、報紙、廣播、雜誌、電影和書籍等種類，接觸這類媒介的時間愈多，其所傳播的內容愈能形成較深的刻板印象。李金銓（1984）曾從「社會文化模式」（Socialcultural Model）來說明傳播媒介所能產生的強大效果，是因為它發出的信息建構了一個社會現實，提供人們一種世界觀，人們日積月累依據媒介提供的「參考架構」（frame of reference），來闡釋社會現象與事實。

簡言之，形象的塑造與訊息的傳播息息相關，因此大眾媒介所傳遞之訊息，能帶給閱聽眾強大的影響力。Dawson（1961）亦指出，大眾傳媒對民眾心目中形象的好壞與加強，佔有重要地位。楊國樞及李本華（1970：19）則表示：經濟、政治、文化是形象的影響因素，但必須透過大眾媒介才能發揮更大的影響力。Markham（1967）在一項爲期五年（1959-1964）的研究中也有類似的發現，他更進一步指出印刷媒體在這一方面所具有的影響力；Boulding（1969）更提及，傳播訊息中的資訊確實是塑造形象的主要因素。

鄧尚智（1987）指出形象具備了幫助認知、影響態度、指導行爲與團結鞏固團體等功能；也就是說，既定的形象或刻板印象的形成能有助於人們加速辨別另一個人或其他團體，進而區分出自我與他者的不同。刻板印象之形成，則是人們爲了能夠用比較容易的方式辨識一個社會中團體和團體、族群和族群之間的差異，就將某個團體或族群中比較鮮明的特質挑選出來，突出它的特性，這就是所謂的「類目化」。這些和其他族群明顯不一樣的特定類目，就會變成一種標籤，牢牢地附著在這些族群的身上，彷彿這些人天生就具有這樣的特質。然後經過各種傳播管道的流傳和散佈，久而久之，就形成大眾對於該族群的刻板印象（林福岳，2005）。

祝基濤（1973）則視形象的形成和改變都和傳播訊息有關。訊息對形象可能產生兩種不同的效果：一是形象的重造（redefinition of the image），二是形象的維持（maintenance

of the image），這表示了傳播媒介在資訊傳遞的過程中形塑了形象，同時也建立了我們認知的基模。Nimmo 與 Savage（1976）也指出，形象是大眾傳播以選擇、排列重組等過程所造成的產物。陳先隆（1995）指出形象在塑造的過程中，尤以大眾傳播媒介扮演最重要的角色。Krans 與 Davis（1976）表示，大眾傳播媒介經常被視為人類思考及塑造形象的工具，同時傳播媒介本身在多數民眾心中也具有可信度，能給予媒體上出現的人物或單位機構某種形象和威望，此種身分授與功能（status-conferral function），使媒介的形象呈現，成為傳播研究的重要課題之一。

因此，不管是個人、團體、族群、政黨或國家，也就是傳播者的形象，都要依靠大眾媒體作為傳播的工具，才能被受眾所接受；故傳播媒介透過散佈勸服性的訊息，不僅對社會文化有著嚮導作用，也對社會中各團體成員賦予角色界定，發揮長期而深化的效果。因此閱聽眾對於特定人、事、物的形象形成，尤其是無法直接接觸的事物，更會受到大眾傳播媒體形塑的影響。

第二節 台灣客家歷史概說

要討論台灣客家形象，必須先從台灣客家的歷史與脈絡談起，進而了解客家形象的想像與認同以及其再現與複製的可能。

一、西元 1683 至 1896 年：閩客對立期

「客家」名稱的由來源自於「客居他鄉，而以為家」。根據羅香林（1992）的研究，客家人在歷史上經過五次大遷徙；第一次是在五胡亂華（東晉至隋唐時期），由河南的中原地區往南遷徙；清代台灣的客家移民則是客家人第四次的遷徙，進入台灣主要是來自廣東的惠州、潮州及嘉應州以及福建省西部的汀州府。陳運棟（1990）指出「客家人是漢族裡頭一個系統分明的、富有忠義思想和民族意識的民系；客家先民是因受到了中國邊疆少數民族侵擾的影響（五胡亂華），才逐漸從中原輾轉遷徙到南方來的。」瞿文芳（2001）說明了在中國歷史上，客家人曾有過五次較大規模的遷徙，而在台灣的客家人大多為明末清初兩百多年間，因大陸內陸人口膨脹遷徙而至。

林崇熙（2001）指出在清朝初期並無「客家人」之稱號，官方與時人之多以原鄉地緣來區分族群，如漳州人、泉州人、粵人等稱呼；所謂「客人」或「客仔」，及其所聚居之莊名曰「客莊」，乃閩人之漳州人與泉州人所給予之稱呼。故「客」字原來是一種相對性的概念，是相對於在臺灣時間上之「先到／後到」，也相對於土地之擁有權之「主人／客人」，亦即是「客」的稱謂是一種「他者」（otherness）的再現（representation）。

如同羅烈師（2007）所述，目前臺灣客家人在客語口頭上，並不自稱「客家人」（hag ga ngin）或「客家」（hag ga），而是客人（hag ngin）；相同地，臺灣福佬人在閩南口

頭語上，也不稱客家人為或客家（ke ga）或客家人（ke ga lang），而是稱為客人（ke lang）。換言之，客人一詞既係台灣客家人之自稱，也是他稱，而這些概念皆建立在土／客架構之上，強調客之「外來」意義。

這種外來、他者的思維，可追溯自與在台閩南人之間早期的內鬥，使得「義民」的相關論述充滿族群衝突。1684年，清康熙皇帝取消海禁後，嘉應州的客家人大量移入台灣。由於和較早進入台灣的福建移民爭田、爭土地、爭水，客家人和福佬人的關係並不融洽。不過，真正導致客家人與福佬人發生大規模「分類械鬥」的導火線，卻是清康熙六十年（西元1721）年朱一貴的抗清民變。一開始朱一貴得到客籍人士杜君英的起兵響應，兩軍很快攻下台南府，短短十天之內革命軍就成功地拿下台灣，並要建國之際，發生了杜君英與朱一貴互爭王位之事⁴，於是發生了閩客的內鬨與內戰。隨後杜君英敗走，閩南軍趁勢逼近，在此關頭，高屏地區以及各地回鄉的客家人為了維護家園而團結起來，成立了七營的軍隊，打敗了閩南軍，在清軍登陸後，朱一貴勢力在兩面夾攻下瓦解。高屏地區客家人將上述的民間軍事團體轉變為「六堆⁵」，成為永久的軍事組織。清廷並因為六堆客家人平亂有功，封為「義民」，來台剿亂的蘭廷珍也奏請朝廷解除粵籍人來台的限制，因此廣東惠州、潮州以及福建汀州府的客家人大量移入（王甫昌，2004；曾逸昌，2005）。

閩客另一重大衝突則為「林爽文」叛變，同樣也導致了大規模械鬥，客籍人士又因此受到清廷的褒忠及嘉勉。曾逸昌（2005）指出清乾隆五十一年（西元1786年）時，肇因於官員的腐敗，林爽文從今日台中大里起義，戰亂遍佈台灣西部，其後林爽文北上，並到處搶奪燒殺。新埔人陳資雲、劉朝雲等人集結客家人與竹塹社人，組織一千多人的義民軍，保衛鄉土，奮勇堅守六張犁（今竹北一帶）、員山仔（今竹東一帶），不少客籍人士犧牲性命，最終林爽文部眾為清兵所破，收復竹塹城。乾隆皇帝感於義民保衛鄉土、平亂有功，於清乾隆五十三年（西元1788年）建置義民廟，以彰顯義民之忠義精神。至今全台三十多座義民廟中，正是以新竹縣新埔鎮之枋寮義民廟規模最大、祭祀圈最廣。

在清朝政府割讓台灣時，客家人也有保衛鄉土之行動，被推為「台灣民主國」副總統兼義勇軍統領的台中客家人丘逢甲，便負責新竹至台中的防守；其他像是新竹北埔的客家人姜紹祖，以及苗栗的客家人吳湯興、徐驤等人，則相繼領導義軍與日軍血戰，但最後均壯烈殉台（曾逸昌，2005）。

猶如羅肇錦（1993）所述，客家族群不斷遷徙的宿命，可喻為東方的吉普賽人。然

⁴ 此為曾逸昌（2005）之論點；根據王甫昌（2004）的說法為客人杜君英打算立其子為王，引發眾人不滿，反立朱一貴為王，因此發生閩客衝突。

⁵ 台灣南部的六堆地區位於今高雄縣與屏東縣一帶的屏東平原以及中央山脈的西麓，包括：前堆（屏東的長治、麟洛）、後堆（屏東的內埔）、左堆（屏東的佳冬、新埤）、右堆（屏東的高樹，高雄的美濃、山林、六龜）、中堆（屏東的竹田）以及先鋒堆（屏東的萬巒）（張添雄，2003）。

而渡台之後，卻又因為和閩南族群間的衝突，意外受封的「義民」殊榮，其實帶來了負面的族群印象。而早期與閩南族群的資源爭奪，加上兩起民變事件，客家族群與閩南族群的居住地一直都有所區別，一直到二次戰後才逐漸改善。羅肇錦（1993）指出，大致而言，客家人在台灣分布，經歷了一個以台南為中心，繼續向南發展，然後再向北發展的「先南後北」的過程。由於嘉南、高屏一帶平原，都屬福佬籍所有，客家人只好住在桃竹苗台地求發展，後來不足維生，又轉遷花蓮、台東。客家族群無論是在台灣、中國大陸或是海外的同胞們，全都是經過不斷的流浪和遷徙，才有今日的繁榮和安定，「硬頸」精神實為不言而喻。

二、西元 1896 年至 1949 年（日治時代）：文化穩固期

甲午戰後，日本統治台灣，採以族群分治的策略，意圖弭平閩客衝突的舊態。王甫昌（2004）指出日本統治台灣之後，六堆因為抗日而遭到瓦解。雖然分類械鬥因為法令限制不再發生，但是閩客之間的隔閡和敵意仍然很深。日本政府在人口統計上將台灣漢人（本島人）按祖籍清楚分出閩、粵兩籍人士，而且在行政地區劃分方面，也特別加以區分。因此，客家人聚居的居住型態，在日本統治時期仍然相當突出，有利於客家人語言與文化的保存，以及閩客分類意識的維持。也因此，在日本統治時期，福佬、客家的區分在台灣一般人生活中仍然有其重要的社會意義，福佬與客家之間生活上不相往來、不通婚的情形仍然相當普遍。

在日據時代，日本政府當局強迫六堆解散六堆民團之後，只准台灣人舉辦運動會或球類比賽，也就如此，體育活動就成為六堆客家人，既能緬懷先人又能表達客家精神的機會。六堆運動會起源於日據時代的昭和二年（1927）「六堆網球懇親大會」，發展成為南台灣地區客家族群的一項特殊的體育文化活動。民國三十五年在劉紹興、賴阿麟等六堆青年的努力奔走下，獲得了六堆鄉親的熱烈響應，成立了「六堆愛國聯誼會」，並決定舉辦運動會藉以連絡鄉親情誼，於是在各界的期盼之下六堆運動會在民國三十七年假中堆的竹田鄉竹田國民學校舉行，當時可說是盛況空前（傅楷傑，2004）。至今，我們仍可看見六堆運動會的持續舉辦，在客委會的規劃下，內容逐年豐富，在 2007 年的第四十三屆六堆運動會，更以嘉年華會的形式，以內埔的客家文化園區為中心，在六堆 12 鄉鎮中舉辦許多客家地方特色的文化活動，吸引大批觀光人潮，各大媒體亦爭相報導。

另外，在藝術及文學方面，日據時代的客家人也有傑出表現，像是製作《雨夜花》、《月夜愁》、《望春風》等名曲的作曲家鄧雨賢⁶（西元 1905 年至 1944 年，桃園龍潭

⁶ 鄧雨賢發表的作品，經過時間的歷練，早已經由當時「流行性」的歌曲蛻變為台灣具有「時代性」的歌謠，而且餘音裊裊，成為每一個台灣人的共同記憶。鄧雨賢以客家子弟之身份，為閩南語歌曲譜下了許多世代傳唱的作品，實在是一令人意外之異數。之後曾有客籍晚輩為了彰顯鄧雨賢在台灣歌謠史上的地

人)；文學方面有被譽稱為台灣近代文學之父的賴和(西元 1894 年至 1943 年，彰化人)、《亞細亞的孤兒》日文版作者吳濁流(西元 1895 年至 1976 年，新竹北埔人)等，其作品均對台灣近代文學有深遠影響(曾逸昌，2005)。

日據時期，客家族群的中心信仰：義民廟，也曾有被剷除的危機，當時台灣總督府厲行對台人民的思想統治，要將中國思想在台根除。所幸在義民廟管理人及代表人彭錦球、蔡昆松、傅任遠至日本東京國會陳情下，得以獲許保持(曾逸昌，2005)；從此義民信仰成了客家社會中的重要元素，可說是移入台灣的客家人，過去兩、三百年來，在台灣社會中獨特的歷史經驗與結果，也是島內其他族群所無法擁有的特殊傳統和文化。

人口統計方面，曾逸昌(2005)指出，根據昭和元年(民國 15 年，西元 1926 年)，所舉辦的「台灣在籍漢民族鄉貫別調查」顯示：本省籍漢人共有三百七十五萬人，佔總人口數的百分之八十點四。其中廣東省系(絕大多數為客家人)人口有五十九萬人，佔百分之十五點六。在人口分布上，日治時代也發生了清代以來第二次的島內遷徙，桃、竹、苗地區鄉親以遷往東部地區的宜蘭、花蓮一帶居多，南部鄉親則是到了台東一帶，從此在東部落地深耕，使得客家文化得以在全台發揚。

三、西元 1949 年至 1987 年(戒嚴時期)：隱形化時期

在二次戰後，台灣受到國民黨政府的統治，在新住民和新政府進入台灣後，也對台灣社會造成影響。王甫昌(2004)指出，「閩客區分」之所以漸趨於淡化，為另一種新的人群分類所取代，也就是本省人與外省人的區別。由於台灣的本省人和新移入的外省人之間不對等的接觸，以及本省人受到外省人歧視的感覺，「省籍差異」很快的就成為一般人注意的新分類。福佬、客家之間的差異，在省籍差異的陰影下受到壓抑，不論閩南話或客家話，都被視為方言，本地文化(山歌、戲曲)也一樣受到國民政府的貶抑。

政府遷台後，最早出現的語言政策規定為「廣播及電視無線電台節目輔導準則」，該準則第三條規定，電台方言時間不得超過百分之五十。民國六十五年「廣播電視法」公佈後，其施行細則第十九條明文規定：「電台應用國語的比例，調幅台不得少於百分之五十五，調頻廣播電台與電視台不得少於百分之七十」(張瓊方，1998：96)。管中祥(2004)指出，1976 年公佈的廣電法第廿條中規定：「電台對國內廣播播音應以國語為主，方言逐年減少；其所應占比率，由新聞局勢實際需要訂定之。」廣電法實行細則第十九條另也規定：「電視台國語播音比例不得少於百分之七十。」換句話說，包括客語、福佬話、原住民語等方言以及其它語言節目所佔比例不得高於百分之卅。除了在法律中規定語言播出的原則，與節目製播直接相關的法規也有類似的規定，1983 年修訂「電

位，遂於西元一九七〇年左右，發起由新竹中學數位同學集體創作，將〈望春風〉填上客語歌詞，並改名為《想起戀妹實在難》。西元一九九一年，朱真一亦將《雨夜花》改填上《養女苦》的客語歌詞(文靜，2001)。

視節目製作規範」中便規定「戲劇節目除應劇情需要者外，均應使用純正國語，不得任意夾雜方言。」

鍾孝上（1998）對於客家人逐漸被同化不講母語的問題，指出國民黨在本土化以前，一直採取「推行國語、壓制方言」的語言政策。他認為「推行國語」是對的，因為台灣是個多元社會，有客家人、福佬人、原住民及外省人，因此絕對需要一通用語即國語，在教育上、公務上、開會上、論政上等「公」的場合使用。但「壓制方言」就不對了！這三、四十年來的「壓制方言」就是造成客家話消失的罪魁禍首。禁說方言與廣電法的方言限制條款的影響甚鉅，使得客語在公共領域消失四十年有餘，導致客家年輕族群的客語使用比例越來越低，在都會地區的尤其嚴重。

除了在政府方言政策的壓縮外，台灣在 1960 年代以後經歷都市化與工業化變遷，造成大量的客家人離開原先居住的傳統客家村（客庄），進入都市就學與就業，對於客家族群在語言文化傳承方面的影響甚鉅，都市客家族群隱形化的情形也由此而生，至抗爭運動期才逐漸改善。

根據中央研究院歷年來所進行的大規模社會調查的樣本顯示，目前已經有超過一半以上具有「客家」背景的受訪者，不住在台灣傳統客家村之中（全台灣 359 個鄉鎮市區中，有 59 個客家村，目前仍有八成以上人口是客家人）。這些進入都市地區的客家人，由於人口比例較低，基於經濟競爭的原因，多半選擇隱藏自己的客家身份，而學習使用其他優勢族群的語言，包括文化上優勢的國語、人數上優勢的福佬話。對於子女也強調國語教育的重要性，而較少刻意保存客家的語言與文化。而都市的環境中，由於採取散居的型態，缺乏學習及使用客家話的環境，再加上過去政府推行國語的政策，將客家話認定為「方言」，大加限制，導致很多在都市出生成長的第二代，漸漸失去使用客家話的能力與習慣（王甫昌，2004）。

人口比例與人口分佈方面，曾逸昌（2005）指出，在民國四十五年（西元 1956 年）九月十六日台閩地區戶口普查結果顯示：本省籍之人口數共計八百一十五萬八千餘人，祖籍屬於廣東省系的有一百二十二萬七千餘人，約佔百分之十五。在民國五十七年（西元 1968 年）時的族群人口統計，福佬人佔 74.51%，客家人佔 13.19%，外省籍佔 9.85%；也就是說，從日據時代以來，台灣族群人口比例大致相仿，但漸有短少的趨勢。

其原因除了上述提到的都市化發展，客家族群混居在都市之中，加上厲行國語政策，客家族群隱藏身分，少用母語之外，在也民國六〇年代，福佬客⁷的現象在彰化、雲林被發現。李思儀（2003）指出居住在彰化、雲林、嘉義部份地區，也就是濁水溪下游

⁷ 吳中杰（1999）對於台灣福佬客分佈及其語言研究中指出，最早使用「福佬客」這個名稱的是已故的台灣省文獻會主委林衡道先生。他在彰化員林、永靖一帶發現許多居民從祖籍、習俗等方面來看，應是客家後裔，但語言上已經失落，改說閩南語；他把這樣的一群人稱為「福佬客」，意謂「福佬化的客家人」。

兩岸大平原的漳州客家人，由於早期閩客械鬥不斷，居住在此地的客家族群為求自保或是基於生活的需要，只好偽裝是福佬人，長期下來，語言、習俗及相關文化逐漸被同化，使之數代之後，其子孫甚至還不知道自己原本是客家人。

戒嚴年代，由於國民政府壓制方言的政策下，使得客家話在公共領域的能見度低，另一方面在閩南族群的人口優勢下，都市或是客家人口不密集的地區也聽不太到客家話的蹤跡，因此客家話漸漸變成家庭內的語言，更毋論推廣，存續才是最大問題；徐正光、蕭新煌（1995）曾調查台北地區四十歲以上的客家人，大約只有一半能說流利的客家話；夫妻間的溝通或子女的溝通，只有不到兩成使用客語；而且在公共場合使用的語言，以國語佔 68% 最多，28% 使用福佬話，而客語只剩下 4%。因此，有志之士深感問題嚴重，加上 1980 年代社會運動的風潮，「還我母語運動」讓客家人站上街頭，使得台灣客家文化的傳承問題終於浮上檯面。

四、西元 1987 年至 2000 年（解嚴時期）：抗爭運動期

施正鋒（2004a）指出，長期以來作為少數族群（ethnic minority）的客家人，不僅是在政治場域的參與客客氣氣、小心翼翼，在公共領域的再現（representation）幾乎也是被當作是隱形人看待。一直要到 1980 年代中期，隨著國民黨威權體制的自由化，民間的社會運動一一崛起，客家運動才打破百年孤寂式的緘默，以跨越政黨的「還我母語」運動來表達對於族群文化凋零的痛心，以及對中華民國的「獨尊國語」政策的抗議。此時此刻，客家菁英除了強烈揭露出認同被威脅的焦慮，也反映出客家人對於鶴佬族群文化所感受到的無形壓力，尤其是在離開原鄉（桃竹苗、六堆）者，也就是間接表達對於所謂「自然同化」的反對；當然，在委婉地抱怨區域發展不均衡的無奈當中，又夾雜著幾分未能在政治上平起平坐的憤懣，同時也充分顯示著不應該被現代國家排除的期待。

王甫昌（2004）提到，在 1986 年民進黨成立之後，開始發起一連串的街頭抗爭活動，但是使用的語言均以閩南語居多，這些使用「台灣話」的運動，使得客家話也間接受到邊緣化，於是客家人除了受到國民黨推行的國語政策外，也感受到反對運動所代表的閩南語壓迫，這種感覺甚至成為觸發還我母語大遊行的因素之一。

徐正光（1991）指出當前客家社會的四大問題：

1. 客家話大量流失及文化將滅絕的困境。
2. 重建歷史的詮釋權，讓被扭曲的客家人形象，還其歷史的面貌。
3. 建立民主公平的政經體制，爭取客家人的合理權益。
4. 重建合理的族群關係，以作為新的社會秩序基礎。

這些困境和問題的陳述，可以看出客家人無論是在語言文化、歷史定位、政經地位

以及族群優勢方面都是弱勢族群，也可以看出長久以來受到國民政府不平等的政策對待，一方面又面臨了閩南文化的威脅，這些問題可說是「還我母語運動」的主要導火線。

1988年12月28日舉行的「還我母語運動」大遊行社會運動，吸引了六至七千餘民眾的參與，並大聲說出客家人的抗議與不滿。由於台灣社會各族群母語的消失是當時國家偏差語言政策所導致後果，「還我母語運動」的主要訴求為修改廣電法對於方言之限制條款修正為保障條款，建立多元開放的語言政策，並且全面開放客語電視節目（楊長鎮，1989）。因為此次運動吸引了全台各地及海外客家鄉親的參與，成為後來推動成立客語廣播電台、爭取客語電視節目，推動母語教育的重要的原動力。是故，客家人不分黨派及各社會上的民間團體參與積極投入贊助下，加上台灣社會民主政治開放解嚴後政治自由氛圍下，政府執政當局對運動空間的容忍使運動機會成為可能，「還我母語運動」就此正式開始。這是首度匯集台灣客家社會的各股勢力，採取台灣社會運動模式，以實際行動串連、抗爭（邱榮舉，1994：40）。而此運動的出現無疑是向現存的國家控制體制及被扭曲的社會規範挑戰，如此的社會力量展現乃將社會運動的動員力觸角擴及文化關懷與批判之上，讓台灣社會更具多元族群與社會文化多元化的意義。

在還我母語運動過後，1990年年底，台灣客家公共事務協會終於成立，台灣客協的成立所代表的意義主要目的是透過關心以公共事務的方式和台灣民主化運動結合。劉惠玲（2005）指出台灣客家公共事務協會具有重塑客家人形象的重要作用，首先提出「新客家人」的概念，重新建構在這塊土地上的共同主人的身份，再造客家人的新精神，創造客家人的新光芒；再者，以實際參與台灣民主運動，如在重要的選舉場合成立新客家助選團，以政治的運作過程的力量，公開站出來為認同社會正義、追求民主、尊重客家族群的候選人的助講、助選。透過政治的力量，各種選舉的管道，不僅使得客家事務成為選舉時被關注的議題，同時也是客家族群所提出主要的訴求得以落實。

在媒體內容方面，在還我母語運動過後，客家族群得到的媒體內容，仍是少的可憐。謝文華（2002）指出，在還我母語運動後，新聞局終於播送了第一個以客語發音、介紹客家文化的「鄉親鄉情」節目，但是時段卻只是在每週日早上八點開始的半夢半醒半小時，而且節目大多以政令宣導為主。當時由於媒體全面的為政府當局壟斷下，客語失去最重要的流傳溝通管道。解嚴後，傳播媒體的開放，雖有客家頻道出現，但因電台的節目品質初期因量的稀少及質的較為粗糙，並未改變客語失聲的困境。

自1994年起，「寶島客家電台」以客語全天候播音。該台的設立宗旨為：「以保存發揚客家文化為出發點，提升客家人在社會、政治方面的地位，並希望客家人在台灣政治發展過程中不要缺席。」該電台在成立申請合法執照之初時，過程並不順利，當時的新聞局並未核准申請經由客家鄉親，透過請願並走上街頭遊行的方式，不斷地努力，於1996年7月終於獲得新聞局的合法核准設台。「寶島客家電台」正式於台北設立，其音波範圍涵蓋台灣苗栗以北各縣市，這種遲來的正義是無數的客家鄉親為爭取客家權益努力不懈的成果（劉惠玲，2005）。

在本土化浪潮的高漲後，廣電媒體在形式規範方面，終於較為明顯的鬆綁趨勢，解除了四十多年來提倡國語、壓制母語的限制。劉昌德（2006）指出其中最為重要的一點改變，就是在 1993 年時因應當時在野黨要求、以及台灣本土文化意識的抬頭，而刪除了原《廣電法》第 20 條對電視節目中有關「方言限制使用」的規定、以及《廣播電視法施行細則》中要求電視節目之「國語」播音不得低於 70% 的下限規定。

王甫昌（2004）指出在客家著作方面，也在「還我母語運動」後的十年間有大幅成長，1988 年至 1998 年十年間的客家書籍相較於戒嚴四十年來，成長了三倍之多，達到 1100 本；學術、學位論文部份亦有方面大幅成長。在西元 2000 年後各大學院校客家研究單位的成立後，客家研究儼然已為政府所重視，也讓不只是客家族群的莘莘學子可藉由學校教育來了解客家文化。

謝文華（2002）將台灣客家母語運動的語藝歷程分成四個時期，內涵如下：

1. 第一時期（1987-1990）：建立運動目標。這一時期公視開播獨缺客語，迫使客家人展開爭取母語權益之路，提出「開放合理與平等的語言政策」之訴求，語藝任務在於「對外界定受害事實，對內喚起母語意識」。
2. 第二時期（1990-1993）：宣示身份。政治本土化及福佬沙文主義，迫使客家人重新論述自己證論「客家人是台灣主人，客家話是台灣話」的訴求，接合主流文化價值的語藝，爭取內部與外部認同。
3. 第三時期（1993-1996）：活化與延續。修法失敗，寶島客家電台遭抄台，迫使客家人再度走上街頭，要求政府擔負「保育與傳承客語及客語文化」的職責，「對外爭取保育與傳承，對內活化與重鑄客家」的語藝。
4. 第四時期（1996-2001）：去隱形化。獲得政府重視與開放，運動頓失憤怒焦點與衝突情境，爭取客語「實質」平等地位，推動客語「公領域化」，朝向務實的語藝，建立「母語使用的主體性意識」。

曾金玉（2000）在探討台灣客家運動的研究（1987-2000）將客家母語運動分成發端期（1987-1989）、集結期（1990-1995）以及制度期（1996-2000）三個時期，三個時期各有客家雜誌、台灣客家公共事務協會以及寶島客家電台作為運動的標的物或催生者，喚起了客家族群的認同感，也讓政府正視客家族群的需求。

在二十世紀末期的客家運動著實為客家族群的能見度提高，也讓政府了解客家鄉親的需求，這些經由民間自發的力量著實難能可貴。經過四十年的戒嚴歲月，不平等的語言政策打壓下，在二十一世紀初期，台灣客家族群終於有了屬於自身族群的媒體及主管機關，客家文化便從民間自發的態勢轉變成政府主導的局面，客家文化能夠正式地、有效地為台灣各族群所認識與了解。

五、 西元 2001 年至 2006 年（民進黨執政）：政府推廣期

從西元 1987 年《客家風雲雜誌》創刊的發端期開始，客家社會運動的訴求慢慢為政府所接受，例如，九年一貫教育的母語教學政策、寶島客家電台的運作、行政院客家委員會的設立、客家電視台的成立以及各鄉鎮文化產業的推動……等。這樣的政策回應，顯示出政府已能正視客家人在台灣社會中有其獨特性與貢獻，亦即客家人不再是隱形的族群。換言之，客家社會運動在經過認知的解放催化下，台灣客家人已得到應有的尊重與認同。

為加速挽救可能消失的族群，各客家先進莫不致力要求政府在中央設立一專責機構負責有關客家政策的執行，並藉此機構整合客家內部的歧見作為體制內意見表達的管道，減低客家問題所引發的危機。加上中華民國憲法增修條文第十條規定：國家肯定多元文化。因此有關客家人才的培養、教育的規劃、以及客家文化的交流都該和社會緊密結合及受到國家與憲法的保障。行政院客家委員會便在客家鄉親的引領期盼下在成立於中華民國九十年六月十四日，前身為「行政院客家事務委員會籌備處」，由蒙藏委員會徐正光委員長兼任行政院客家事務委員會籌備處主任。立法院於九十年五月四日三讀通過〈行政院客家委員會組織條例〉，並在九十年六月十四日正式成立。客家委員會是我國中央政府體制裡，第一個專門處理客家事務的部會級組織，也是繼原住民委員會後，第二個專責處理族群事務的部會機構⁸。

徐智德（2004）指出，行政院客家委員會的成立的政治意義是佔有台灣人口百分之十三的客家人，首度被國家體制承認，這也是客籍菁英從事社會運動十多年來最美好的結果。其實，就人口數或是政治權力而言，客家人都算不上是明顯的少數，只是，客家族群對於語言能力的流失、認同感的凝聚、以及文化斷層的現象，一直表現出相當程度的擔憂。擔心自己的集體認同會逐漸被單一族群化，因此積極在體制內建立表達的管道，希望從公領域的角度切入，參與主流文化的創造。也就是說，客家委員會成立目的，不只是為了滿足客家人對於台灣政治社會權力的慾望，而要藉此提升佔全台灣人口比例百分之十三的客家族群的文化尊嚴，更希望透過此機構的成立，促進客家人和台灣的各族群和諧共生發展，更為在台灣生活的各個族群帶來好消息，意味著我們的社會能在「異中求同」、「同中存異」，朝向多元文化的目標前進。

除了政府中央的行政院客委會的成立之外，在 2002 年後，各縣市的客委會或客家事務局也陸續成立，羅烈師（2005）指出中央層級的客委會成立後，不少縣市也跟進成立了客家事務委員會，目前為止，全台各縣市已有六個客家委員會，提供各縣市地方客家鄉親服務。

⁸ 部份資料來源：行政院客家委員會網站 <http://www.hakka.gov.tw/>

表 2-1：各縣市成立客委會時間表

	縣市	機關	成立時間
1	臺北市	客委會	2002.6.17
2	屏東縣	客家事務局	2002.8.22
3	基隆市	客委會	2003.1
4	新竹市	客委會	2004.8.2
5	高雄市	客委會	2005.1.27
6	台中市	客家委員會	2005.3.23

資料來源：羅烈師，2005，《新竹市客家地圖》，頁 80。新竹市：竹市文化局。

媒體方面，由於客家電視台的成立，使台灣客家族群擁有一個專屬的族群媒體。客委會從九十一年九月起籌備設立該頻道，依政府採購法，採公開評選方式招商，聘請相關學者專家共十一人組成評選委員會，於九十二年五月十一日順利完成評審作業，由兒童百科股份有限公司結合台灣電視公司獲得議價權。客委會指出，過去由於主流電視台所製播的客語節目或客家事務的報導極為有限，即使客家人佔有台灣大約五分之一的人口，客家人仍難以進入公共領域，客家的語言、文化在長期被忽視的情況下，面臨斷層的危機，成立客語電視頻道乃爲了挽救客家語言文化流失的命運，並且回應客家人對於傳播權的需求⁹。在 2003 年 7 月 1 日，客家電視台開播，定頻於十七頻道，屬於公共近用頻道的範疇，它所代表的意義，是站在客家族群的立場，有種被尊重、被肯定的欣喜感覺；站在台灣的立場，政府部門肯定多元語言、多元文化的價值，也慶幸代表弱勢族群的電視台的誕生。以照顧客家年長的長輩有屬於自己專屬節目及年輕的客家子弟有機會接觸與學習客家語言，真正促進及落實客語的生活化。

除此之外，行政院客委會也積極辦理各客家庄的文化活動，像是號稱「五月雪」的客家桐花祭¹⁰約莫在每年的四、五月盛大舉行，2007 年結合了北、桃、竹、苗、中、彰、投等 7 個縣市、35 個鄉鎮、66 個團體，舉辦超過 600 場藝文活動。名聞遐邇的苗栗縣大湖草莓，採收期約莫在每年的 12 月到翌年 4 月，而草莓文化季則是在 12 月中旬展開，至 2006 年爲止，已舉辦四屆，由縣政府與地區農會合作舉辦，活動維持一個月之久¹¹。同樣在苗栗縣，結合三義鄉當地固有的木雕藝術品，盛大舉辦三義木雕藝術節，每年暑假期間均吸引許多觀光人潮。而客家族群特有的義民節祭典，通常爲農曆 7 月 18 至

⁹ 同註 4，部份資料來源：行政院客家委員會網站 <http://www.hakka.gov.tw/>

¹⁰ 客家桐花祭活動緣起 2002 年，於苗栗縣公館鄉北河一處桐花林蔭下之百年伯公石龕設壇，本會以客家族群過去在山林間賴以維生的香茅油、樟腦、木炭、蕃薯、玉米、生薑、茶...等向土地、山神、天神祝禱祭告，一方面是對山林大地的感激與崇敬，一方面也提醒依偎山林而居的客家子弟再造鄉土與人文的榮景，因此每年桐花祭的舉行，除了邀請大眾賞花、遊客庄之外，另於開幕活動期間以簡單祭儀精誠致意，以蘊涵客家文化傳統、肅穆、潔淨、虔誠、祈福的精神，故以「祭」字爲用，而策劃了「客家桐花祭」這個活動。資料來源：行政院客家委員會網站 <http://www.hakka.gov.tw/>

¹¹ 部份資料來源：大湖地區農會網站 <http://www.dahufarm.org.tw/html/homepage.htm>

20 日展開，7 月 20 日是祭典的最高潮，鄉民們以豬、羊、雞、鴨等牲禮普施，祭典中少不了各種陣頭表演，其中客家山歌競唱更將客家風情展現無遺，祭典活動中最引人矚目的莫過於賽神豬及羊角競長，名列前茅的大豬公及老山羊，皆以華麗的高塔裝飾。（劉惠玲，2005）。除了上述數個較著名的文化活動外，地方政府也會舉辦客家文化節或客家美食活動等，例如台北市、桃園縣政府舉辦的客家文化節，便是使各鄉鎮的地方特色能夠結合客家文化及歷史，介紹給海內外客家鄉親以及其他族群。

在高等教育的推動方面，客家學術單位與研究機構，也紛紛於客委會的扶植下成立。羅烈師（2007）指出桃竹苗地區的中央大學、交通大學及聯合大學分別於民國 92 年及 93 年，成立了客家學院、客家文化學院及客家研究學院；93 及 94 年高雄師範大學及屏東教育大學也分別成立客家文化研究所；此外，民國 89 年至 95 年共有 12 個客家研究中心成立（參見表 2-2）。這十餘個客家研究單位都與政治及政府資源緊密相關，在客家學院及研究所等正式體制方面，直接的動力來自客家社會運動要求下，兩千年總統大選時，陳水扁提出〈客家政策白皮書〉，其第三章政策之第一項即為成立義民大學，選後籌設義民大學不得，乃轉而成立客家學院。

表 2-2：國內大學客家學術機構清冊

學校	體制	縣市
中央大學	客家學院、客家研究中心	桃園縣中壢市
聯合大學	客家學院、全球客家研究中心	苗栗縣苗栗市
交通大學	客家文化學院、國際客家研究中心	新竹市東區
高雄師範大學	客家文化研究所	高雄市苓雅區
開南大學	客家研究中心	桃園縣蘆竹鄉
玄奘大學	客家研究中心	新竹市香山區
明新科技大學	客家文化研究中心	新竹縣新豐鄉
成功大學	客家研究中心	台南市大學路
輔英科技大學	客家健康研究中心	高雄縣大寮鄉
屏東教育大學	客家文化研究所	屏東市民生路
大仁科技大學	客家研究中心	屏東縣鹽埔鄉
美和技術學院	客家研究中心	屏東縣內埔鄉
屏東科技大學	客家產業研究中心	屏東縣內埔鄉
育達科技大學	客家文化研究中心	苗栗縣造橋鄉

資料來源：行政院客委會網站（<http://www.hakka.gov.tw/>）

西元 2001 年對於客家族群來說，是文化復甦及發展的重要分水嶺，客委會作為客家文物及活動的強力後盾，使得不管是中央或地方均陸續發展的客家文化活動，這也是客家鄉親在十多年來的客家社會運動後，享受到的豐碩成果；有如圖 2-1 所示，從「還我母語運動」以來至 2001 年的客委會成立這段年間，是要歸功於客家鄉親的自發性努力，使得政府單位正式到客家族群的需求，因而了解客家事務單位成立的必要性，也因

如此，在客委會的成立後，各地方的客委會及事務局陸續成立，更能夠卻實地照顧各縣市的客家鄉親，而客家文化活動也在公家機關的主導下，可以擴大宣傳，讓台灣其他族群能夠更了解客家文化之美。

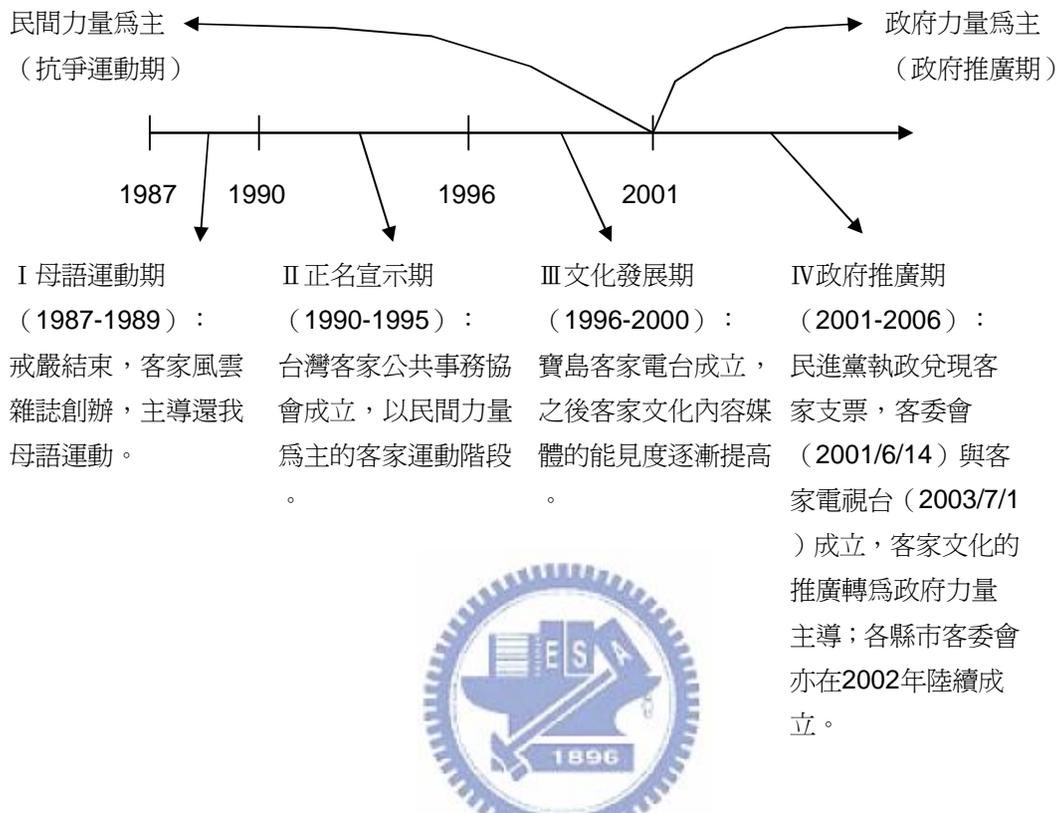


圖 2-1：解嚴後客家文化與事件示意圖

第三節 客家形象

本章延續上節對於客家歷史脈絡的討論，進而了解客家族群的認同與想像以及探討客家形象再現與複製的背景與成因，並試圖勾勒出客家形象，作為後續研究的依據。

一、客家族群的認同與想像

羅香林以血統論為客家人正名，但卻是自我建構客家意象的開端，楊長鎮（1997）認為羅氏可說是「建構」近代客家族群自我辨識或認同的原型，而其也成為客家族群自我建構的實踐或策略，亦即是反駁污衊，建立族群正面形象的性格。是故，客家人的族群認同在羅氏的研究下受到庇蔭與守護，往往強調漢族血統，強調種種優良傳統，不論總體客家族群的形象如何，台灣的客家族群仍是保有中原的論述觀點，具有重視傳統文化美德的族群。

但從事實發展來論，客家研究中族群自述的正面形象，在台灣社會中卻不是如此認為，其中的原因某部份在於客家族群無法掌握歷史的詮釋權，族群認同與影像是依附在對立於閩南族群的位置。王雯君（2005）指出，過去客家研究陷入客家血統的爭辯，如今轉而注意更多元面向的問題，尤其是在整個台灣社會脈絡與環境變遷下客家人所處的不利位置，例如清代台灣發生的閩客械鬥與資源競爭的失利、日據時期的皇民化運動或國民政府來台推行的國語政策，或是工業化過程中客家人被迫離鄉離農而往都市謀生，即便本土化運動興起，客家仍然被隱藏在人口佔多數的福佬人之中，無論在人口數、使用語言以及政治或經濟地位，客家人一直難以取得歷史詮釋權。

從歷史脈絡觀察客家形象的形成與轉變，為本研究的關注點之一；以下便從語言文化傳承、都市客家隱形化問題與相對的族群認同三方面，試圖將客家族群對客家形象的想像與認同進行討論，並藉此檢視在雜誌有關於此方面的內容中，其可能的再現背景之探討，期更能了解客家形象的樣貌及其呈現之意義所在。

（一）語言與文化傳承的危機

西元 1949 年國民政府播遷來台，當時因政府全面推行國語政策，因此忽略了其它族群的語言的保存（如閩南語、客家語及原住民語），以致於這些本土性的語言逐漸地凋零甚至消失。而台灣三族（閩南人、客家人及原住民）中，就國語能力與母語能力的比較，閩南人看不出有顯著的不同，客家人則普遍國語能力比母語能力高，而原住民則相反。就母語能力而言，閩南人最好，原住民其次，客家人殿底，客家人年輕一輩不會使用母語已是普遍的現象，少數特殊腔調的客家語甚至有面臨失傳的危機¹²。語言除了

¹² 全台客家話大致可分成七種腔調，以四縣腔與海陸腔為主。其源流與台灣地區的分佈如下（曾逸昌，2005）：一、四縣：又稱為梅州客話，四縣話是台灣客家語中最通行的語言，為從大陸梅縣與興寧、五

做為溝通的橋樑外，其更重要的意涵乃在於文化傳承。目前在台灣客家語言的流失、文化斷層情形非常嚴重，因此使得客家文化的生存發展正面臨族群認同、文化力萎縮及公共領域式微等重大危機。

有如客家古諺：「寧賣祖宗田，莫忘祖宗言」，語言對於客家族群來說不僅是文化的核心，也是辨認是否為客家人的有力依據，因此語言傳承問題的解決實為刻不容緩，但又要向下紮根，以收長遠之效。民國九十三年，行政院客委會委託全國意向顧問股份有限公司對全台進行客家族群人口調查中指出客家認同方面，在問到客家人需要具備什麼條件時，有 40.4% 的受訪者認為應具有客家人血統，42.5% 的人則認為應會說或聽客家話，另外有 67.7% 的受訪者認為身為客家人的客語能力應達到聽說流利的程度，有 77.7% 的客家人認定自己的母語就是客語，有 85.2% 的客家人認為客語流失情況嚴重，有 71.7% 的客家人以生為客家人為榮（全國意向顧問股份有限公司，2004）。

為更深入瞭解台灣地區客家民眾客語使用的情況，行政院客家委員會自民國 91 年起，委託世新大學連續二年展開調查研究，以瞭解客語實際使用狀況及傳承等問題。2004 年「台灣客家民眾客語使用狀況」調查中，主要針對「九十二年度臺灣客家民眾客語使用狀況調查研究」曾經接受過訪問之受訪者進行追蹤調查。調查結果成功訪問臺灣地區 1353 戶客家住戶，在信心水準 95% 下，抽樣誤差在 $\pm 2.66\%$ 之間。其中十三歲以上樣本有 2,114 份；未滿十三歲樣本有 413 戶填答，有 719 份，總共合計 2833 份（世新大學，2004）。調查報告中指出，依地域屬性來看：都市化程度與會說客語的比例成反比；以地區的客家人口密度來看發現居住地區客家人口密度愈高者瞭解客語的比例愈高。趨勢與聽力相同由此可見在非客家人比例較高的區域客家民眾的語言習慣有被同化的可能性；如以地區的客家人密度來看發現居住地區密度愈高者會說客語的比例愈高（世新大學，2004）。

王甫昌（2004：131）指出，台灣在 1960 年代後，由於都市化與工業化的快速變遷，造成許多客家人進入都市就學與就業，目前大約有一半以上的人都不住在台灣傳統的客家村落。這些進入都會地區的客家人由於人口比例較低，基於工作機會的競爭，寧願

華（長樂）、平遠、蕉嶺（鎮平）四縣居民所通用之客家語系，故稱之為四縣腔，全台灣只要有客家人的地方，大部分都能用四縣話溝通。二、海陸：又稱為惠州客話，源自於廣東、陸豐、河源等縣，在台灣是客家語的第二大語系，由於與四縣腔的對應規律，以及使用人口不少，所以絕大部分的客家人在溝通上不成問題。三、饒平：為潮州客話，源自於大陸的饒平縣，在台居民大多分散。四、詔安：又稱漳州客話，源自於福建詔安縣，為福佬客現象的發源地。雲林縣的詔安話現在幾乎被閩南語所取代了。由於桃園縣大溪鎮南興里的黃姓宗親，大約有百多戶的住家集中居住，所以雖然已有閩南語和四縣話逐漸摻入，但老一輩還是習慣用詔安話。五、大埔：為潮州客話，大埔腔客語源自於廣東大埔縣，主要分布於台中縣（東勢、新社、石岡、和平）及苗栗縣（卓蘭一帶）。六、永定：為汀州客話，來自於閩西武平、上坑與永定等縣。但永定話流失嚴重，幾乎被四縣話取代。七、四海：楊梅、關西及花東地區皆是四縣及海陸話雜居，形成所謂的「四海話」，即四縣與海陸兩種客家腔調混用。

學習優勢族群使用的共同語言；再加上都市地區的居住環境不像傳統客家村莊那樣的集中，散居各地的結果，缺乏學習與使用客語的環境，使得許多客家人漸漸失去使用客語的能力與習慣。

客語的消失成爲明顯且立即的危機，就連客家庄的年輕子弟也開始不諳母語，除了環境因素外，彭欽清（1998）指出母語本來不必在學校開課，依語言習得的原理，在良好的環境下，小孩在家可以很自然的將母語學習的很好，問題是移出都會區的客家家庭絕大部分皆操國語或閩南語，第二代嫻熟客語者不多。在客家人口密集的客家庄，也有同樣的語言傳承問題，彭欽清（1998）也指出在客家地區的許多家庭也捨客語而使用國語。在客家庄常見的場景是六、七十歲（甚至七、八十歲）的阿公阿婆用「半尷尬不尬」的國語和孫子孫女交談。小孩之間共同語也很自然以國語爲準，客家話反而成爲可有可無的溝通工具。

黃雅榆（2002）在台北、苗栗、東勢及六堆地區所做的研究顯示，家長的母語能力一般還算良好，達流利以上程度都在七、八成以上，但是學生的情況恰好相反，說的能力達流利程度者只有 12%，聽方面表現雖然稍好，但是只有 22.75%。這些調查數據足以顯示客語正逐漸在消失凋零中。無論是在客家庄或都市地區，客語的使用與傳承已逐漸在流失，如同謝文華（2002）所述，客家話消失→客家人則消失→客家後代子孫只有在博物館才能找到自己的根；母語的保護運動，實爲刻不容緩。

（二）客家族群的隱形化

戴寶村、溫振華（1998）指出，由於快速都市化使傳統社會文化變遷激烈，客家人似乎隱形化於都會地區，往往是同爲客家人的接觸互動時才會表露身分，並展現相親相近的感情。而客家人本身的隱忍性格，造成了隱形化的後果，進而也逐漸喪失的族群意識；徐正光（1991）指出，這是客家人在歷史結構條件的約制下，爲了族群延續和個體生存，所作的一種集體的抉擇和自處之道。模糊的隱形人身份逐漸突顯成爲客家人的族群標記，強烈的族群意識快速退隱到內心深處，成爲一種兼含焦慮和無奈的情節。

此外，內在因素的隱忍性格問題對於客家族群來說，也有無法避免之悲哀，無論是爲了做生意和或與他人作良好的溝通，紛紛以北京話或是閩南語作爲交談的優先語言，而客語只能淪爲家庭語言，跟下一代的交談還有斷炊的危機；這些隱忍身份的良好適應能力，反而成爲了客家文化傳承的重大危機，也顯示出生活在都市的客家人，族群自信心的問題是非常嚴重的。

在行政院客委會 2004 年「台灣客家民眾客語使用狀況」的調查中，13 歲以上的客家民眾，有 93.3% 的客家民眾表是同意「我以做爲客家人爲榮」這句話，其中認爲非常同意的有 39.8%，同意的有 53.5%，很難說有 4.9%，不同意與非常不同意者僅有 1.9%。各組間的認同度，女性認同度略高於男性，居住地區的客家人口密度，密度愈高對此意見的同意度愈高；居住地區都市化程度與「我以做爲客家人爲榮」的同意度成反比；而

在主動表達自己是否為客家人方面，有 49.2%的客家民眾在初次認識的朋友面前會主動表明自己為客家人，47.2%表示被詢問時才會表明客家人身份，有 2.3%採取模糊不表意見之法，另外有 1.3%不願承認。以年齡來看，年齡愈高者愈會主動表明客家人的身份（世新大學，2004）。

對於都會地區的客家族群來說，散居與其他族群的數量優勢，隱形化的行為確實會較嚴重，如同丘昌泰（2006）的研究指出，隱性客家人在桃竹苗客家地區的比例約 5%，而在非客家區域的比例約接近一成。因此在都會地區的客家相關社團必須大力推動客家文化活動，增加都會地區客家鄉親的凝聚力，也希望公家機關能夠與民間機構作良好配合，以收提昇客家族群的意識與認同之效。

台灣社會都市化的影響下，客家庄人口漸漸流失，在都市生長的第二代的年輕客家族群，其對客家文化或傳統精神的認同，也和老一輩客家人有差距。王雯君（2005）的研究便指出，依據年齡作個別的分析，不同世代確會有不同的客家意象，往往聽老一輩的人或是文獻資料在大力讚揚客家人的優良個性後，皆會補充現今生活環境優渥，社會經濟地位普遍提高，現在年輕一代的客家人「已經不一樣」了。而問卷結果發現，「勤勞節儉」仍然清一色地在各世代間榮登客家意象的榜首。而較為特別的是，30 歲以下的年輕人大多將「客家美食」作為客家文化特質的第二位，而 31-60 歲的青壯年則仍然承續勤勞節儉的客家族群特性，將「刻苦耐勞」作為客家文化的重要特質。此外，30 歲以下者皆會很自然地將「擂茶」與客家予以想像，甚至在 20 歲以下者還排列第四，而 30 歲以上者卻並未將擂茶作為客家文化的重要特質，對許多人而言，「擂茶」與客家族群自然連結是近來拜客家文化創意產業所賜，尤其是北埔的擂茶更是成為家喻戶曉的北埔名產，因此擂茶成為客家的另一種符碼顯然是近來才產生的。而「保守」顯然在 51-60 歲者的客家意象中受到矚目，而「硬頸」卻在 41-50 歲正值創業顛峰穩定時期的人之間才有言說，對年輕一代與較長一代的人而言，「硬頸」的客家精神讓他們感受並不強烈。

因此，在客家新世代的認同方面也值得注意，離開客家庄至都會地區討生活的客家年輕族群，其認同的斷層是一個嚴重的警訊，客家子弟對於客家意象的認識，不應如同其他族群停留在客家美食的部份。或許在行政院客委會的大力倡導下，都市客家族群不再隱藏自己的客家身份，但由於生活周遭環境客家文化訊息的薄弱，客家相關記憶一點一滴在磨損當中，而且在都會地區容易吸收四面八方的訊息，西方文化或日本文化的蓬勃程度更甚於客家文化；因此在公領域和媒體內容方面，客家文化必定要能保有一定的能見度，才能喚醒年輕客家族群意識，維持著客家人的認同概念。

（三）相對的族群認同

以歷史取徑觀察客家形象，受閩南族群刺激而產生的客家認同，漸漸在解嚴之後浮現。在 1980 末期的客家文化社會運動，帶動客家自我認同的甦醒，以客家作為歷史與文化的載體，開始有鼓勵客家人以行動參與以加強客家文化身份的覺醒，強調團結進取的硬頸精神來扭轉客家人是「隱形化」與「冷漠退縮」的保守形象，證明客家人也是台

灣的主人，凸顯台灣話不完全等同於閩南語，以客家話爭取言說的空間，藉此形塑新的客家認同。

還我母語運動的起因與重視本土文化的民進黨嶄露頭角後有關，民進黨以閩南語作為本土化的根本，將閩南語視為台語，將客家話與客家人的空間壓縮，使客家族群喚起客語流失的意識。王甫昌（2004）提到，在 1986 年民進黨成立之後，開始發起一連串的街頭抗爭活動，但是使用的語言均以閩南語居多，這些使用「台灣話」的運動，使得客家話也間接受到邊緣化，於是客家人除了受到國民黨推行的國語政策外，也感受到反對運動所代表的閩南語壓迫，這種感覺甚至成為觸發還我母語大遊行的因素之一。

閩南族群同化之因素尚有長久以來對客家族群偏頗的刻板印象，以及閩客長久以來的歷史情節，使得客家族群在非客家庄的都會地區或閩客混居區顯得退縮，在公共領域的能見度也較低，有如施正鋒（2006）所述，在台灣歷史發展的偶然（contingency）下，也就是清治初期對於客家族群遷台的限制，造成客家人在移居地的選擇有限、人數也相對少數，再加上昔日械鬥的集體記憶，除了族人聚居的桃竹苗以及六堆，客家人的孤島長期面對福佬族群的同化壓力，逐漸「被迫」隱藏自己的認同。

王甫昌（2004）在《當代台灣社會的族群想像》一書中強調台灣「客家人」的區分是 1980 年代相對於「福佬人」的族群認同而產生，所以其為近代族群分類的產物。而文化與族群的關係是因為今天區分人群的需要，才使我們去追溯歷史，並強調某些歷史細節與文化內容。因此，客家意象是因為「他者」的存在，以及感受自身現在處境的弱勢與不被重視，而讓客家自我開始有畫圓的必要，因為認同的需要，而讓客家自我開始建構圓下的客家意象，因為建構意象，我們開始回顧過往，透過歷史的挖掘，以及選擇性記憶與結構性失憶來揀選重建客家的意象，在客家的記憶拼圖中重組屬於客家人自我認同的情感寄託與圖騰（王雯君，2005）。

二、 客家形象的再現與複製

傳播是人類集群認同形成的必經過程，透過各種管道與媒介之傳播，經由人際關係、社會網絡、象徵符號、組織化媒介，將屬於該社會的文化傳統深植於個人的意識或行為中，在情感和信仰上對象徵產生歸屬感（陳清河，2002）。林佩君（2004）指出不同族群有時會因彼此之間的差異而產生衝突或偏見，而多數族群（或是強勢族群）往往是擁有較多社會資源與權力的一方，相對地，少數族群（或弱勢族群）的處境與需求，則容易被忽略或不受尊重。大眾傳播媒體能夠影響族群認同的定義、保存或弱化，在族群認同的動態過程中尤其扮演關鍵性的角色。

Hall（1985）認為傳播媒介負責複製儀式和神話，包括連結符號、情結及人物，透露維持現狀的意圖，媒體中種族的呈現會塑造民意，因此建構了公眾論域的議題，而媒介刻板印象就是反映社會建構的形象，且是選擇性、單面向、片面及扭曲的，因此刻板印象傳達意識型態訊息最為有效，因為其承載著儀式和神話。據此 Hall 強調，大眾媒

介乃是社會中優勢文化與受壓抑之弱勢文化的鬥爭之地。進而可以說，刻板印象是一種意識型態的工具，蘊含了霸權的意味。此外 Hall 指出，主流媒體不會心存惡意的陰謀去抹黑、醜化少數民族，相反地倒是有不少標榜自由開放乃至人文關懷的媒體，還經常刻意對少數民族表達親善的關懷，並期待建立和諧的族群關係（轉引自王嵩音，1998：17-18）。孔文吉（2000：87-91）指出媒體是統治階級的一個機器，用於鞏固國家及統治階級利益的宰制性工具，而統治階級的意識型態藉由傳播媒介「物質性的表意實踐」中成爲一種具體的社會過程。少數民族與傳播媒介問題的真正本質，乃是在多數族群的傳播媒介所傳播的意識型態，這種意識型態屬於一種「統治的意識型態」（ruling ideology），迫使少數民族居於被宰制的關係。

Van Dijk（1991）彙整二十年來歐美媒介與少數族群的研究發現，關於少數族群的報導大多是負面或是充滿刻板印象的。在媒介的報導中，少數族群被視爲社會問題，或與衝突、暴力、異端行爲掛鉤，白人世界眼中的少數族群被視爲「他們」（them）而非我群。國內外主流媒介對於少數民族、弱勢族群以及世界體系中居邊陲位置的國家和人民，在報導與描繪上若非「低度再現」則爲「誤現」，或者予以「象徵上的消滅」及「符號貶抑」，呈現出媒介的刻板印象。再者也顯示，媒體用作形象塑造的機制首先是區別差異、其次爲劃分範疇，亦即以對立的概念賦予形象負面的意義，並且以非我族類來建構他族形象。據此而論，揭露並解析媒介文本中被界定爲他者的角色如何被塑造、被發明，甚至是標籤化與污名化，確實爲傳播研究者的重要使命（謝敏芳，2004）。

時至今日，客家族群在台灣各族群中佔有次高的人口比例，在教育、政治、經濟各方面也有一定成就，但是在主流媒體的呈現方面，仍是處於劣勢；如林福岳（2005）所述，對於媒體來說，其重要的功能之一，就是聯繫社會和傳遞文化。面對一個文化價值和觀念日漸多元的社會，媒體原本被期望可以建構出平等互動的平台，幫助整個社會不同團體和族群的成員，可以有更多彼此認識和了解的機會。但是現今的媒體不但沒有朝這個方向發展，反倒變成了塑造和強化刻板印象的最大社會機制，不時都可以在媒體中看到充滿刻板印象的描述。

李信漢（2006）指出，意識型態的宰制經常發生在主流媒體對少數族群的新聞再現上。例如，每年八月客家族群常舉辦「義民祭」。「義民信仰」對於客家人來說，具有重要的文化意涵。但新聞媒體報導「義民祭」時，往往只強調供奉的神豬有多重，卻對背後的文化精神略而不談，使得客家族群重要的文化祭典淪爲膚淺的慶賀式報導。劉幼琍（1998）針對「特定族群對廣電媒體的需求及收視聽行爲」的調查中發現，有近三成的客家人對廣電媒體所呈現的客家人形象感到不滿。

在「他者」建構下再建構客家意象，或爲「他者」形塑下的客家意象所限制，而這個「他者」的客家意象可能又是因爲的經驗、別人的聽說、長者的論述、媒體的渲染、甚至是客家人自己的默許而造就，而「自我」與「他者」之間存在的權力不平衡，讓這樣的客家意象不斷被複製。許多人認識客家，便是從刻板印象開始，在既有的意識結構和歷史框架中去想像，如同原住民的劣勢，客家族群亦遭受大眾媒體主流印象的摧殘。

因此，要建構出屬於客家族群的客家意象為必要的，要有一套自身族群能夠完全內化並熟悉的文化或印象特質，並且將之介紹給其他族群認識（王雯君，2005）。

客家意象如同一種生存心態的基模系統，是學習而來，由家庭傳遞給學校，由學校轉化給社會，進由社會或媒體強化與支持這種基模，反過來灌輸給所有的家庭，這種在個人日常實行以及社會結構之間中介的生存心態，從社會中建構，也建構了社會，如此的循環反而讓這樣的結構脈絡更為緊密。因此，客家意象是一種認知建構，人們又受建構產物制約而生活，因此，我們容易擷取客家的歷史記憶來填補我們的客家意象，或許是一種艱苦、遷徙、節約、農業、簡樸、辛酸的符碼，這樣的意象無論是自己言說或他者詮釋，甚至透過客家文學、音樂、戲曲、教科書或大眾傳播媒體，皆容易以想當然爾的客家意象來散播以及約制我們既以存在心理的認知架構。例如六年前電視節目中「董月花」這個丑角，以發音不標準的客家國語、囉唆多嘴、愚蠢粗俗、小氣等短淺標籤來詮釋一位虛擬的客家中年女性，讓許多觀眾一度將客家人與董月花做聯想。從樂觀的面向而言，客家是可以藉媒體重生與發聲的，但是從悲觀的角度而言，是醜化一般民眾心理的客家意象。從這樣的意象似乎反映著客家在社會結構下被框架與制約的分類，以及暗示其在權力角逐下卑微的位置（王雯君，2005）。

關於族群通婚的選擇，或客家男性、客家女性的特質，常牽涉一些刻板印象。像是嫁夫莫嫁客家郎，客家男性應捨棄威權、尊重女權等。這些刻板印象可能與真實有一段距離（如果真實可以知道的話），但是我們卻經常從這些刻板印象來認識一些我們周圍的事物，甚至於靠這些看板印象來生活、來互動。客家意象在其他族群的心中，在客家人自己的心中在客家人自己的心中也逃脫不了這樣的限制（張維安、王雯君，2005）。

綜和以上所述，「客家形象」是兼具客家族群自身的洞察與其他族群的觀感所建構而成，也是有效認識客家族群的捷徑，但在大眾媒體突顯客家族群的某些特質，以及一些與閩南族群的歷史問題，客家族群的負面印象便會浮現，而且一些正面的印象，也會被曲解為許多不好的觀感，不僅讓其他族群為客家族群貼上標籤，甚至使客家族群藉由刻板印象來認識自己，使負面印象不斷地複製與展演。

三、 什麼代表著客家形象？

（一）客家形象的特質

講到「客家」，我們的腦海裡就會出現許多圖像，這個圖像是我們對客家的認知結構所建構的意象，講到客家，我們會聯想到許多象徵語彙，是我們價值系統所賦予這些意象意義的文化符碼。由此可見，我們時常會主動挑選、重組、編排以賦予意義的文化符號來組成一套有秩序、可以讓我們理解的一種客家敘述。所以，我們腦中現存的客家意象，只是作為我們認識客家文化的一套工具，不僅是過去對客家人、事、物經驗的產物，也可能是因為價值信念而深信經驗的存在，亦即可能是先入為主的觀念，也可能是過份類化甚或以偏概全（王雯君，2005）。

因此，只是利用破碎的訊息或名詞來認識客家，不但對客家族群是一種不合理的對待，形成之客家形象也並無法貼近客家文化真實，故我們要做的不只是要去解析人們客家形象的形塑以及背後所代表的意義，及其對客家文化的形塑所造成的影響，更要去追求可能的客家文化真實存在。

江彥震（2003）指出客家精神即勇於開拓、艱苦創業、勤儉質樸、革命進取、愛國愛鄉、誠摯團結與敬祖睦宗。曾逸昌（2005）進一步分析客家人的行為與性格的分析，其情形大致為：正面的有「開拓、進取」、「刻苦耐勞、務實避虛」、「個性剛強、弘毅」、「質樸無華、節儉」、「我群意識以及好客」、「重視教育、敬重文明」；負面的為「重鬼神、信天命」、「心胸狹窄、剛愎自用」、「保守、安命」。

曾逸昌（2005）指出，在外國人對客家人的認知方面，似乎不像中國人那麼平淡沈靜、樂天知命、安於現狀，而是一個好動、勇猛，並且充滿熱情有勁、堅忍不拔和無畏無懼的族群。劉純杏（2001）則指出，客家人常被說成忠義、勤儉、耐勞、小氣、吝嗇、自私，這些說法真確性如何有待考證，但某些負面定論對於弱勢族群造成相當程度傷害，甚而妨礙了族群之間的和諧，1990年1月，文訊雜誌製作「客家族群的生活與文化」，特邀九位文化界客家人發表對客家人的看法，大致歸納出：勤儉、刻苦、團結、保守等特性，這些客家族群特性也被解讀成：吝嗇、小氣、自私、固執。從表 2-3 所示，可看出非客家人與客家人看待客家民族性，有著些許的出入：

表 2-3：中外客家及非客家人士對客家人的看法

	正面	負面
客家人的看法	<ol style="list-style-type: none"> 1. 刻苦耐勞（左秀靈） 2. 無神論、享樂現實主義（李慶榮） 3. 勤勞、和平、開拓進取、重倫理、具利用厚生的科學精神（范揚松） 4. 剛強弘毅（梁憲初） 5. 人才多、婦女能力強、勤勞… 6. 硬頸精神、肯定勞動、重視婦女（彭瑞金） 7. 堅忍（馮輝岳） 8. 善惡分明、懲凶揚善（黃榮洛） 9. 男女平等，有與自然、社會對抗的應變能力（謝俊逢） 10. 愛國保族、自強自立、勤勞自愛等七項優點（鍾壬壽引羅香林） 11. 具革命精神的勇者（鴻） 12. 忍耐力、勤儉、耕讀傳家、重道德、尚倫常、崇禮儀（鴻、鴻咽、彭作奎、彭克仲） 13. 感性與理性（羅肇錦） 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 既含蓄又開放、既寬容又固執、既自卑又自大的雙面性格（吳錦發） 2. 保守（吳錦發、劉還月） 3. 阿Q性格（林伯燕引吳濁流） 4. 信鬼神與天命、心胸狹窄（劉錦雲） 5. 自卑又自傲（劉還月） 6. 保守、怯懦（鍾鐵民） 7. 難民心態（邱松慶）

非 客 家 人 的 看 法	<ol style="list-style-type: none"> 1. 富進取心（必麒麟） 2. 倔強、固執、完美而實際（何許人引米契納） 3. 保存中原特性（林衡道等人） 4. 勇敢強壯、吃苦耐勞（馬偕） 5. 重教育（曾寬） 6. 不忘本、愛家庭、重倫理、尚勤勞（鴻啞引美籍研究者） 7. 革命精神、勇敢進取（蘇兆元引外籍學者與傳教士） 8. 家（宗）族團結、注重禮節、崇尚文學、克勤克儉（徐福全） 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 崇商拜金（上內恆三郎） 2. 爭強好鬥（必麒麟） 3. 自卑自憐情結（徐宗懋）
---------------------------------	---	--

資料來源：眾裡尋「客」千百度，一個需要重新書寫台灣族群史的時代，陳逸君，1998，第四屆國際客家學研討會論文，台北。

有關客家人的行為和性格方面，范揚松（1994）指出值得批評和反省的傳統包括：

1. 現實入世精神：客家人崇尚現實生活利益，講究實際，不尚幻想；實事求是，不投機取巧。
2. 家庭倫理觀念：客家地區宗親組織異常嚴密，宗族長輩意見極受重視父母親的權威性仍影響下一代。
3. 重義輕利作風：帶來「重農抑商」的農民性格。
4. 名節面子主義。
5. 勤儉樸素傳統。
6. 忠誠正直態度：說話正直；做事執著，待人熱忱；容忍度高，性格「硬頸」，但硬頸精神應當具有正義感威武不屈的堅忍精神，而不是食古不化、冥頑不靈的硬殼精神。
7. 人際人情取向：原本社會網絡緊密結合的情況下，互助是美德，但往往被誤用搞關係、走後門，大耍特權，用人非賢。
8. 保守中庸性格：凡事不敢冒進，主張維持現狀，抗拒變革，鞏固舊制，不事創新。
9. 重功名輕實業。

李喬（1992）認為，客家人的傳統文化特質有許多是歷久彌新的：重視家庭；母性在家庭地位的尊重；注重衛生；珍視傳統堅持理想（硬頸精神）。而在社會演進下客家的優質文化，大都被其他族群吸收而演進為台灣人共同文化。客家人「晴耕雨讀」的四個意義－勤儉刻苦、重視教育、利用天候並將工作與休閒結合，此美德為客家文化精隨所在，值得發揚光大。但客家文化亦有其負面的「文化殘存」，在節儉過度下變成了吝

奮，吃苦耐勞，卻不講究技巧文法方式給予人們頑固的負面評價。

從姜如珮（2003）對於客家新聞雜誌的節目內容分析中，關於客家族群的價值體系方面是趨向隱惡揚善的，以頻數方面來論，以正面的特質居多，舉凡積極進取、勤儉刻苦、崇尚自然、慎終追遠、重視教育、忠誠正直等，負面的價值體系，例如自卑怯懦、愛好面子等比例較低。而在報導主題方面，也是以美食佔最多，顯示出客家美食也足以擔當客家形象的一部分，亦為廣為人知的客家特色之一。但在其對客籍學者或專家後續訪談內容中發現較不同的客家形象，有學者指出客家人固執吝嗇是事實，與以前的生活太苦有很大的關係，但在時代的改變下，客家人的生活也在改變，客家形象也需要隨著時代重新檢視。

王雯君（2005）利用開放性問題調查桃竹苗地區的客家意象，在回收的 634 份問卷中，大多數為正面的客家文化特質，例如勤勞節儉、客家美食、刻苦耐勞、檢樸實在及熱情好客等。在族群特性方面，也是以勤儉、刻苦、耐勞、節儉、樸實、純樸等為主，顯示出客家族群的形象或文化特質脫離不出這些範疇；調查報告中也將客家與非客家族群的結果分開討論，但結果大致相仿，值得注意的是擂茶也成為非客家族群的客家印象之一，顯示出近年來在政府推廣文化產業化的成效，使得客家聚落或觀光景點有了新的客家特質。

（二）從歷史脈絡看客家形象

形象是過去認知經驗的累積，形象有部分就是訴說著本身的形成歷史，因此會與記憶和期望相關（Boulding，1956：6）。而形象的形成結合著社會結構與行動主體的日常行為，在 Bourdieu 論述社會或文化再製的「生存心態」（habitus）隱含了形象形塑的動態過程。因為生存心態是個人社會化與歷史經驗累積的沈澱，無意識內化社會結構影響的結果作為心理基模的稟性系統，其為歷史的產物，同時也會再製歷史，特別是隨著行動主體所處社會的不同位置或看待自己與他人位置的感覺而改變（邱天助，2002：114-115）。

同樣地，客家意象的形塑也有其歷史脈絡和記憶過程，這不只是資料文獻而已，還牽涉到詮釋權，在歷史脈絡與權力之間詮釋下的客家，成為客家族群想像與集體記憶的認同焦點，有可能在社會結構與媒體傳播而重複強化，而結構或傳媒的權力運作與無形滲透，往往讓接收訊息者也同時成為客家意象的創造主體而不自知（王雯君，2005）。換句話說，對於客家族群來說，存在著許多先天上的刻板印象，這些不只代表著是客家人的形象、精神或處事態度，也成了其他族群用來認識客家族群的標籤，甚至被客家族群用來認識自己的工具。

王雯君（2005）指出在還我母語運動過後，客家研究或出版書籍有如雨後春筍，但這些文獻中有不少都是類似樣版，不脫客家歷史根源、文化特色或族群特性的描述，源流研究方面，中原正統的漢人或南方原住民混種之間關於血統的唇槍舌戰；客家特質方

面，勤勞節儉、刻苦耐勞，小氣吝嗇等族群特性褒貶不一；論及客家文化，脫離不了客家美食與山歌採茶戲，或清一色的農村生活與古老農具等。大家爲了認識客家，就是在坊間書局或圖書館進一步取得這些文獻來瞭解客家。

羅香林（1992）的研究指出客家人在歷史上經過五次大遷徙外，台灣的客家人也經過了兩次島內遷徙，分別遷徙到桃竹苗一帶以及花東地區。在清康熙皇帝取消海禁後，嘉應州的客家人大量移入台灣，由於和較早進入台灣的福建移民爭取資源，因此客家人和福佬人的關係並不融洽，不過爾後的「朱一貴」和「林爽文」民變更讓閩客發生重大衝突，「義民」封號反而成爲了閩客衝突的共同回憶，直到臺灣光復之後都市發展下才有混居的情形，但是這根深蒂固的關係，讓客家族群的中心信仰「義民廟」蒙上了些許陰影。

劉純杏（2001）試圖以歷史取徑探究客家文化負面印象之形成原因，大致以渡台與閩南族群紛爭爲出發點，探討現今福佬中心主義的肆虐，並且以義民一詞加以做解釋和辯解，重新探討客家族群的貢獻與地位的扶正。在解嚴後，不少客家精英大聲疾呼福佬沙文主義的不當，試圖喚醒客家族群的族群意識，在 1998 年 7 月出版的第 97 期《客家雜誌》甚至以焦點專題的方式呈現，展開激烈的辯證，目的雖非爲與閩南族群發生衝突，但維護客語亦爲台語的主權意味濃厚。

同樣地從台灣客家族群的發展歷史中，貧瘠的丘陵地使得客家鄉親過著困苦的生活，渡台悲歌¹³也道出了來台灣討生活的困境，如此遷徙的宿命，造就了客家族群勤勞節儉、硬頸以及傳統保守的印象；劉純杏（2001）便指出，從移民史來看，客家人在各種條件下都處於相對的弱勢，爲與強勢抗爭，與大自然的險惡搏鬥，孕育出刻苦勤勞的韌性。更因居住地的環境封閉，所受刺激少，民風閉塞、物質缺乏，自然形成保守與節儉的特性。對環境雖有高度適應力，不求過份的奢華，只求生活保障，因此不具投機性、保守的經濟觀使得客家人在商業發展方面成就不大，少有大企業家出現。

客家美食的特色，也和早期的困苦的生活相關。曾喜城（1999）指出客家族群的飲食和早期刻苦的生活型態有關。客家菜兼具了「肥、鹹、酸」口味的特性，因爲往昔的農事勞動工作量大，爲補充汗水帶走的鹽份，所以菜要鹹，鹹些好下飯，多吃點飯自然增加熱量，下田才有力氣。香是爲促進食慾，通常用豬油與香辛料提升香氣，更以醋、芡絲（紫蘇）、七層塔（金不換）等佐料加強味道。油和香可說是密切不分，油的添加仍不外是幫助食慾、補充熱能；加上客家民風一向簡單樸實的個性，表現在菜色上就顯得乾淨單純。

客家美食現今業已成爲客家文化特質的一部分，各地方客家庄也逐漸發展出自身的客家特色美食。如同邱彥貴、吳中杰（2001）所指出，豬肉是客家料理的要角，肥瘦兼

¹³ 〈渡台悲歌〉爲客家山歌，原本無題，乃黃榮洛所命名，見黃榮洛〈勸君切莫過台灣：「渡台悲歌」的發現與研究〉，《渡台悲歌》，台北：台原出版社，1989 年 7 月。

具的三層肉適合紅燒成焗肉，純肥肉則適合作紅糟肉，尤以桃園客屬最偏愛，有專業製作紅糟的店舖；而用香料和鹽曝醃的鹹豬肉，則以苗栗南庄最出名；豬腳在美濃和萬巒都是出名的菜色，萬巒以紅燒沾蒜泥醬為吃法，強調嚼勁；美濃則配合冬瓜、高麗菜、筍絲悶封齊燉至軟爛入味，由豬腳衍生出「冬瓜封」、「高麗菜封」等滷菜。內臟方面客屬也絲毫不浪費，豬肚以「福菜」燉湯是一絕。豬腸常配薑絲和醋炒成甜酸口味，就是薑絲大腸。東勢人偏好以蒜葉炒豬腸。新竹新埔則以豬腸塞肉的「煙腸」著稱。豬舌頭炒紫蘇也很對味。「客家小炒」是以肥肉爆炒魷魚絲，腴美的肉絲搭配乾韌的魷魚絲，兩種不同的口味相得益彰。有時加上蔥、韭菜或芹菜拌炒，則葷素俱全、營養均衡。劉還月（2000）指出客家人的食以米製品為主，糯米製作的「粄」便是著名的客家食品，這些粄裡面，包括了糍粑、粄圓、菜包、粄條及水粄…等。每一項風味各異，或以香濃取勝，或以軟韌誘人，或以甜嫩稱著。這些點心類的食品，在客家地區特別豐富。其他像是米篩目（米苔目）、仙草也都是頗具客家風味的點心，其中新竹縣關西鎮更有仙草之鄉之稱，仙草產量佔台灣的百分之八十（曾逸昌，2005）。

自 1994 年始，文建會希望各地方建立屬於自己的文化特色，積極推動「社區總體營造」和「產業文化化，文化產業化」作為文化政策的行動主軸，每年的文藝季就成為施政的重頭戲；加上客委會在 2001 年的成立，希望藉著闡揚客家文化與深化客家內涵來延續客家命脈，因此，許多地方政府以打著客家名號來做為當地文化特色，甚至已經舉辦三年的「客家桐花祭」還成為客家地區的觀光重點；以及去年設立「客家電視台」，規劃一連串具有客家味道的節目製作。因此，將建築進行復古裝潢，人物為清苦樸拙的打扮，或是農村稻田生活的體驗等，這也是當今所能表現出來的客家形象之一（王雯君，2005）。

客家文化特質與形象表現在生活層面最為顯著，困苦、偏遠的居住環境，發展出高度的環境適應力，舉凡向自然抗爭、族群意識濃厚等特色，都與居住的環境相關，充分融入在日常生活中；因此，關於客家文化與族群形象的形成必然有其因歷史脈絡形成的特質，而現今行政院客委會的成立和大力推廣之下，客家形象也有全然的新風貌呈現。

綜和以上所述，本研究試圖從初步的文獻整理中，找出五個最具代表性的客家形象，作為本研究客家形象變遷的指標，這些特質不僅是客家族群所共存的既有認同，也是其他族群對客家族群的基本印象，當中也包括了正面及負面的客家印象，基本上在文獻中發現的客家印象也以正面居多，本研究便以此對客家雜誌進行文本分析，以及參照學者專家的訪談內容，作一個客家形象的檢視，故選擇以勤勞節儉（小氣吝嗇）、義民論述（閩客紛爭）、客家美食、傳統精神、熱情好客等正面或負面特質，探究台灣客家形象可能的變遷情形。

第三章 研究方法

本章節之內容先確立研究架構與研究問題，並闡述適合本研究之研究方法，以進行後續資料分析與討論。

第一節 研究架構與問題

一、 研究架構圖

進行文獻探討後，初步將客家形象歸納成勤勞節儉（小氣吝嗇）、義民論述（閩客紛爭）、客家美食、傳統精神、熱情好客等正面或負面特質，並經由專家深度訪談後，捨棄了熱情好客的討論，改為客家婦女美德，並依此檢視客家雜誌所呈現的客家形象及其變遷，並藉由專家深度訪談和文本分析的討論探討台灣客家形象的呈現。本研究之研究架構如圖 3-1 所示：

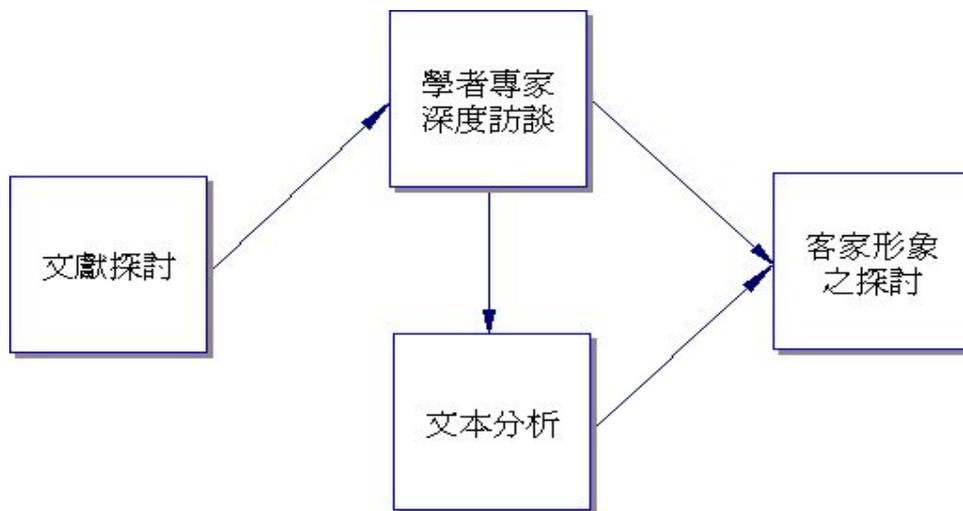


圖 3-1：研究架構圖

二、 研究問題

本研究主欲探討客家雜誌呈現之客家形象為何，並希冀以歷時性的分析方法，了解客家形象有何改變？研究問題如下：

- 一、深度訪談之學者專家認為的客家形象為何？
- 二、客家形象：勤勞節儉、義民論述、傳統精神、婦女美德及文化產業發展在台灣客家歷史中有何改變？在客家雜誌 20 年間有何變化？
- 三、台灣客家族群當前的危機為何？

四、客家雜誌是否有符合族群媒體之功能？其形象再現的意涵為何？

本研究期望藉由具有客家代表性意義的客家雜誌，描繪出其所呈現的客家文化特質為何？並以文獻和深度訪談分析的相互對照，深入探討台灣的客家文化，期望對於台灣客家的形象呈現，有更清楚的了解。

第二節 研究方法與設計

一、質性研究取向

王雅各（2000）指出，在研究方法上來說，質性研究是一個建立在研究者與參與者充分互動基礎上的探討方式。以此而言，質性研究者必須深入被研究者的生活世界，經過長時期的浸淫和學習以收集資料；並且在研究的過程中觀察、學習、體認，包容和欣賞被研究者的認知架構。

質性研究的主要方法則常用內容分析（content analysis）、深度訪談（in-depth interview）、參與觀察（participant observation）、文本與對談分析（text and discourse analysis）、民族誌（ethnography）、生命史（life history）、口述史（oral history）、個案探討（case study）、焦點團體（focus group）、行動研究（action research）、自然觀察、文獻探討或者是非干擾性的詮釋與文本研究等。計質研究若單純以收集資料的種類區分，大致可分為田野工作和非干擾性方法（unobstrusive methods）兩種，非干擾性方法包括了內容分析、文本分析、檔案研究（archival research）和傳記等，其特色在於它是針對由人所製造的文本作為探討的對象，被視為是不會對研究產生「互動效應」（interactive effect）的文化製品（cultural artifact）探討（王雅各，2000；郭良文、林素甘，2001）。

郭良文、林素甘（2001）指出，在質性研究中，研究者通常亦會採具多種研究工具進行資料的蒐集，形成多元方法的情形，此外，亦有不少研究者會採取三角檢測法（triangulation），應用多位研究者、數個理論、方法或資料來檢視所作研究。其目的都是希望增強研究的可靠性與客觀性，以漸少過度主觀而可能產生的問題。

鑑於過往關於客家形象與意象之討論不多，故本研究選擇了文本分析與深度訪談兩種不同形式的質性研究方式，希望藉由多元研究方法的進行，以增加研究的可靠性與客觀性。資料收集與分析部份，先利用與專家訪談與文獻探討對照之後，將主範疇（category）建立，並依此依照紮根理論（Grounded Theory）中開放性譯碼（open coding）、主軸譯碼（axial coding）以及選擇性譯碼（selective coding）等資料處理程序建立起研究架構，再對文本資料進行整理與分析，同時以質性分析軟體 Nudist 作為資料分析的輔佐工具。

二、 深度訪談法

深度訪談法 (in-depth interview) 與傳統的調查法相較，較能提供敏感性問題的豐富資料及易於接近其他研究方法中受限制的話題 (Wimmer & Dominick, 1991 / 李天任、藍莘譯, 1995)。

深度訪談是一種較不具結構，讓受訪者有更大的自由可以引導訪問方向的談話方式。其本質上是由訪問者和受訪者建立對話的方向，再針對由受訪者提出的一些特殊主題加以追問，理想的情況下是由受訪者負責大部分的談話。深度訪談最大的優點是可以提供豐富詳盡的資料，同時能提供敏感性問題精確的回答。其他的特點包括：樣本數較小；能提供特殊回答的詳細資訊，並可獲得受訪者意見、價值、回憶、表情、感覺詳細闡述的資料；訪問的時間通常很長；對每個受訪者的問題都不同，並允許訪問者根據受訪者回答問題的情況提出問題；以及可對受訪者的非語言反應進行較長時間的觀察 (Yin, 1994 / 尚榮安譯, 2001)。

Powney 和 Watts (1987) 從「誰控制訪問過程來看」，將深度訪談分成兩大類型，即反應性訪問 (respondent interview) 和資料提供性訪問 (information interview)。反應性訪問是訪者控制整個過程，它多少是結構化的，受研究者意圖的影響，訪問者持有一些待答的問題，以便獲得某些結論。資料提供性訪問的目的在對某一特定情境中的特定個人 (或群體) 有所感知，往往是非結構化的，研究者視當時情境決定要發問的問題。反應性訪問旨在發問，探討爭論問題，等待答案。資料提供性訪問者建構過程，主導分析，解釋資料和報告。前者通常要大樣本，而後者則以小樣本為主 (歐用生, 1992)。本研究的深度訪談類型應屬資料提供性訪談，以半結構式訪談方法，說明問題之後，待學者專家提供豐富的資料與看法。

(一) 訪談對象之選擇

一般而言，進行深度訪談之受訪對象，應具備以下三個條件 (Bogdan & Biklen, 1982)：

1. 經驗：在研究主題上具豐富經驗與解決問題的能力。
2. 意願：願意提供真實經驗並相互配合。
3. 表達：具語言表達能力且所言易被了解。

專家訪談方式為藉由經驗豐富的專家將研究者所發現之問題，加以提出較為客觀的解釋，並可進一步深入了解到研究者無觸及的部份。張台光 (2006) 指出專家訪談法是針對特定命題，對具有相當資歷及代表性的專家進行訪談或組織談話，綜和分析訪談內容後，得出研究結論。而專家的意見一般具有權威性、針對性，不同專家的意見往往相互印證或補充，還能提供多種視角和多個層面的觀點和看法，結論往往較為權威可靠。

由於客家形象的研究仍屬探索性階段，故本研究在文獻整理之後，先進行部份客家研究學者的訪談，除了藉專家提昇研究效度外，用以確定本研究的客家形象元素，另一方面也可將訪談內容與雜誌文本內容做比較。在訪談對象的選擇方面，主要針對全國三大客家學院以及客家研究中心專精於客家研究的學者，而且必須以熟識客家文化、專精客家研究作為前提，並且依照其研究專長做選擇；此外，鑑於研究對象為客家雜誌，因此選取了數位曾任職過客家雜誌社委員的學者進行訪談，期望對客家雜誌的經營及內容取向有更深入之了解。訪談學者的名單如表 3-1。

表 3-1：深度訪談受訪者資料

受訪者單位	受訪者身份	受訪者姓名	訪談時間	編號	專長領域
國立交通大學 客家文化學院 人文社會系	助理教授	羅烈師	12/5/2007 14:10~15:35	A	義民論述 社區營造
國立交通大學 客家文化學院 人文社會系	助理教授	連瑞枝	12/11/2007 14:00~14:55	B	客家婦女 台灣歷史
國立清華大學 人文社會學院 社會系	人社院院長 客家雜誌 榮譽顧問	張維安	12/12/2007 11:00~11:55	C	客家文化 客家婦女
國立交通大學 客家文化學院 傳播科技系	系主任 副教授	李美華	12/13/2007 20:15~21:05	D	客家形象 媒體再現
國立中央大學 客家學院客家政治 經濟研究所	助理教授	周錦宏	12/27/2007 15:40~16:50	E	客家文化產業 客家政策
國立新竹教育大學 台灣語言與語文教 育研究所	教授 客家雜誌社 社務委員	范文芳	1/2/2008 11:15~12:05	F	客家歷史研究 客語教學
玄奘大學宗教學系 客家研究中心	系主任 教授	黃運喜	1/3/2008 15:40~16:35	G	客家社會史 客家文物典藏
國立聯合大學客家 學院客家語言與傳 播研究所	兼任副教授 前客家雜誌 社副社長	彭欽清	1/9/2008 14:10~15:30	H	客語教學 義民研究 母語政策

(二) 資料處理方式

在訪談資料的處理上，採用紮根理論研究法中的「開放性譯碼」的資料處理步驟，整理出受訪者的訪談分類稿，先瀏覽整理後的逐字稿，對資料有整體性的概念，了解其中脈絡的相關性，再將檔案輸入質性資料處理軟體（Nudist），開始進行分析，閱讀逐

字稿，將和研究有意義的訊息如句子、段落等所指涉的現象、觀點或隱含的意義進行編碼，編碼的工作利用 Nudist 的 free node 功能進行。分析過後，再重新閱讀，形成受訪者談話內容的整體概念。其次，在詳閱每個編碼後，確認是否有需要補充或修改之處。修改完畢後，將所指涉同一現象或同一觀點的敘述句歸類，形成一個類別，此階段使用 Nudist 的 tree node 功能協助進行資料的縮減與歸納。最後，將資料相似的種類聚集成一個範疇，在一範疇形成主題，給予這個類別一個概念性的命名，此即為範疇（category），再利用範疇檢視每份逐字稿，並依此完成開放性譯碼與主軸性譯碼工作。

本研究根據研究架構所設計出來的問題，透過分析訪談逐字稿，不斷進行來回閱讀、檢視、資料分析、歸納，並運用紮根理論來作為歸納、分析的方法。Glaser & Strauss（1967／轉引自薛玉龍，2004）認為紮根理論（Grounded Theory）的目的是在填平理論研究與經驗研究之間尷尬的鴻溝。此外，紮根理論強調藉由抽樣、分析、作筆記和詮釋各種材料的特徵以及在不同的抽象層次上進行資料登錄的工作，來達到經驗性資料和解釋性概念之間的平衡狀態（Neuman, 2002／王佳煌等譯，2005）。

三、 文本分析法

本研究選擇之研究對象為客家（風雲）雜誌，作為客家形象再現檢視的主要素材，主要原因有：

1. 客家風雲雜誌主導了第一個以客家為名的社會運動：還我母語運動，對於台灣客家族群的文化傳統以及認同有很大影響。
2. 為解嚴後最早以客家為名的雜誌出版品，在廢除出版法至今已二十年，具有悠久歷史與代表性。
3. 內容豐富，無論是各種一般民生議題或是客家族群內的重要消息皆具備，內容較為廣泛，且可有效檢視當時議題與客家族群的互動與關係。
4. 主辦許多客家活動；例如客家文化夏令營、台灣第一屆客家學術研討會、客機廣播人才培訓等，都是由客家（風雲）雜誌主辦，成為辦理客家文化活動的指標。

在樣本選擇方面，以《客家風雲雜誌》創辦的 1987 年 10 月 25 日起，至 1989 年 12 月 25 日，共 23 期，加上 1990 年元月 25 日改名為《客家雜誌》的創刊號，至 2006 年止，共 198 期，總共 221 期，立意抽取 438 篇文章，作為文本分析的素材。

在文本分析的步驟上，以專家深度訪談後所整理出的範疇為依據，並經由訪談資料開放性譯碼、主軸譯碼與選擇性譯碼出的概念作為分析根據，進而分析客家雜誌文本所呈現的台灣客家形象特質；如同圖 3-2 所呈現，利用循環與反覆的研究流程，綜和文本與訪談的資料對比與印證分析，藉此希望能夠勾勒出客家雜誌所呈現之台灣客家形象，並且觀察這些形象的轉變。

經由修正自研究領域中的相關文獻整理出概念後，再進行資料的蒐集，因此將文獻與田野資料加以整合後所建構出的理論，不但是由田野資料整理得來，且被研究領域中的相關文獻暫時性的驗證過（徐宗國，1997）。質化研究的分析有時很難看到概化的狀況，而最好是讓理論和概念明確（Neuman, 2002／王佳煌等譯，2005）。因此，本研究以文獻整理出的研究問題結合紮根方法，作為分析資料的基礎。

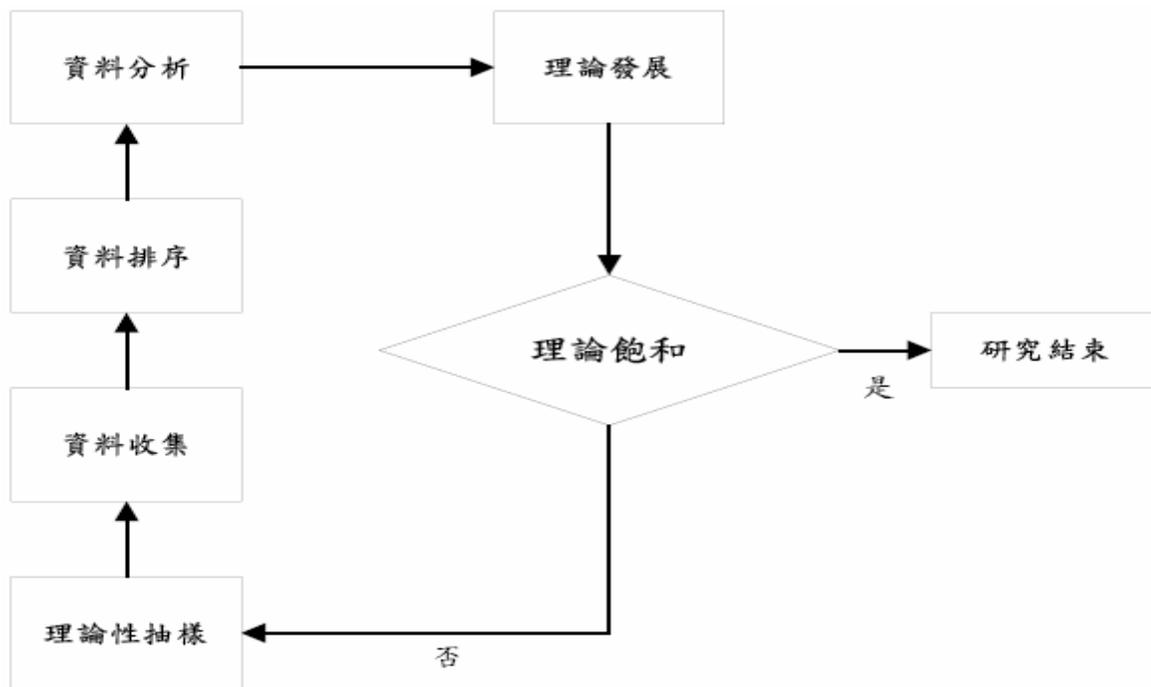


圖 3-2：紮根理論執程序

資料來源：Pandit (1996). The Creation of Theory: A Recent Application of the Grounded Theory Method. The Qualitative Report, Vol.2, No.4

四、 範疇與類目說明

從文獻整理、專家訪談和文本資料分析後，將之譯碼後決定以勤勞節儉、義民論述、傳統精神、婦女美德和客家文化產業發展五大範疇作為本研究客家形象之討論，在收集資料的過程中，不斷修正和重新檢視關於客家形象的代表，捨棄了原先熱情好客的討論，改置入客家婦女美德，期能夠有更深入之客家樣貌。

以下便針對各範疇以及範疇之子類目的建構做說明：

(一) 客家形象特質

1. 勤勞節儉

從以往客家研究之文獻探討，客家族群的勤勞節儉特質，大多傾向於艱困環境之下

所發展出的族群天性，以及客家族群引以為傲的「硬頸」精神、堅持進取和刻苦耐勞等正面特質，以及吝嗇、小氣等負面價值，在文章與專家訪談的內容選取以及選樣的標準上，均包含了這些概念在內。

但在本研究的討論中，不僅限於客家族群的天性，以及客家族群居住地的艱困所致的傳統美德，從訪談內容中發現到，現實生活中客家族群其實並非全勤勞節儉，而且在台灣的經濟發展與都市化之下，客家族群勤勞節儉美德有喪失的可能性，因此轉為城鄉差距的討論較為恰當，故在勤勞節儉的範疇中有族群天性和城鄉差距的類目討論。

2. 義民論述

在義民論述的討論方面，大致包含閩客歷史的詮釋以及信仰祭典活動的相關內容；其中歷史詮釋權的爭奪上，除了過去義民爺歷史背景和閩客械鬥的討論外，也包含了客家有志之士為義民平反的文章內容。

在信仰祭典活動的相關討論中，除了社群信仰的報導和文化祭典內容闡述外，在後期的義民祭典活動中，也發現到逐漸染上政治活動的色彩，因此增加了政治活動的類目，希望能將義民論述的做一個更為廣泛的討論，了解現代義民祭典所衍伸出的各種現象，亦觀察義民祭典與意義改變的可能。

3. 傳統精神

傳統精神的概念對於客家族群來說，從書籍研究的整理中，發現到重視教育、重視宗族倫理等明顯的客家傳統特質，其中重視教育的範疇中包含了耕讀傳家、重讀書、輕商業等特質，負面的則包含不知變通、生性保守等；重視倫理則包括了重視家庭、長幼有序、重視祖先祭祀與族譜等，但負面的特質便是愚忠和過度強調中原論述以及漢族血統等，皆為此類目的討論範圍。

此外，從文獻探討與學者專家的訪談過程中，發現到抗爭精神亦為客家族群的特性之一，許多社會運動之主事者為客家人，除了太平天國與辛亥革命外，在台灣亦有中壢事件、農民運動與還我母語運動等，南部美濃地區亦有反水庫事件，因此舉凡社會運動或權益抗爭之論述，將其置入一併討論；故本研究將傳統精神分為三個子類目討論，便觀察其特質之變遷的可能性。

4. 婦女美德

從文獻整理的發現和專家的建議，加入了客家婦女美德作為本研究客家形象的討論範圍，如同訪談者 C 所指出，客家婦女為客家形象重要之一環，必須深入討論之，故也將客家婦女的美德，也就是勤勞做家、勞動力來源以及家庭支柱等概念，作為婦女美德的類目之一。

另外在文獻探討的部份中，亦發現到婆媳關係亦為客家婦女的形象探討問題之一，由於早期客家族群多是以大家庭的居住型態，在婆媳關係上，有較其他族群為嚴重的婆

媳問題，因此將婆媳關係做為子範疇，而此兩類目的特質皆與客家的歷史環境和傳統文化有關，因此置於討論範圍內。

5. 文化產業發展

客家文化產業的發展部份，雖然文化產業為對客家以及其他族群來論為一新概念，但確實也讓台灣其他族群更認識客家，經由訪談者 A 與訪談者 E 的建議，認為客家美食的概念已和現今文化創意產業的部份密不可分，因此以文化產業的範疇代替客家形象的討論會較為完整，故本研究便將客家美食列為子範疇之一。

在文化產業的發展上，除了客家美食外，從文獻研究以及專家訪談的內容中發現，歌曲戲劇和地方產業發展等，也都與客家文化產業發展密切相關，而且與行政院客委會的推動有很大的關係，因此在文章內容的篩選上，像是山歌採茶戲與流行歌曲的發展，以及歌曲文化的傳承討論，以及地方產業中桐花祭的歷史背景和活動報導，或是各地方客家村的特色介紹，均列入此範疇的討論中，當然這樣的討論範圍不一定周延，但可針對特定特質或事件作深入討論，並且就文章內容的呈現觀察這些客家特質的變遷。

(二) 當代台灣客家問題

從客家歷史取徑觀察客家雜誌所呈現之客家形象，可以發現到有許多肇因於歷史經驗和生活環境所導致之現象與問題，在本研究中也一併提出討論，其中客家語言與認同之喪失與傳統精神與藝術的流失皆與台灣歷史背景以及政府政策有關，而客家文化與流行現象則和近年來成立之行政院客委會所影響，不僅是台灣新客家形象的轉機，亦為台灣客家族群所面臨的危機之一。

1. 客家語言與認同之喪失

從文獻與研究的探討中，可以發現到客家語言與認同的喪失，確為雜誌文章內容呈現的主軸之一，本研究在此範疇的討論中，細分出政策問題與遺毒、強勢族群的同化、媒體與刻板印象以及逃難與自卑性格等四類目，作為解釋語言文化與認同喪失的緣由，另一方面也藉由雜誌內容和專家訪談的分析，了解這些問題對台灣客家族群的影響，及其改變的可能性。

對於政策問題與遺毒來說，主要針對國民黨政府戒嚴時期的統治政策，像是廣電法第二十條方言限制條款的規定，以及在國民教育體制中禁說方言的種種規定和事蹟，作為此類目的分析範圍。

猶如義民論述所提及閩客紛爭的歷史背景，留存下來的刻板印象仍使閩南族群對於客家族群有一定程度的偏見；另外，在台灣六七十年代的經濟發展下，鄉村人口逐漸像都市移動，不但使得舊有客家村的傳統文化隔離的狀態難以維持，都市的客家族群必須依附在以閩南族群為主流的都會中討生活，自然會被強勢族群所同化，喪失本有的文化和語言精神，故本研究將此部份之論述一併置於強勢族群的同化的範疇討論。

在媒體與刻板印象的類目當中，主要在探討客家族群的薄弱媒介使用權，以及長期以來大眾媒體所呈現的客家刻板印象，像是小氣、愛計較與客家男人大男人主義等負面特質，例如「董月花」現象便造成的不小的影響，當時激起不少客家族群的不平聲浪，故本類目便針對媒介使用權的資源缺乏以及媒介看板印象所造成的問題做討論，以及對於負面形象平反的論述做分析。

最後為討論逃難與自卑性格部份，也就是關於客家族群一直以來的遷徙命運，以及在台灣長期處於弱勢族群的地位，因而產生的自卑情節與隱形化性格，故與客家語言和族群認同的討論有高度關聯，本研究亦探討之。

2. 傳統精神與藝術的流失

在傳統精神的藝術的流失的類目中，本研究找出了三個可能的原因，分別為都市化與人口外移、後繼無人的困境以及內部的不團結等三個子類目，試圖了解客家傳統精神與藝術流失的呈現與背景因素，以及可能的改善方法。

在都市化與人口外移部份，主要著重在都市客家族群的語言傳承不彰以及喪失傳統客家美德的討論，例如生活習慣改變、鋪張浪費與不重視祖先祭拜等等，聚焦在都市客家族群的所面臨的問題。

內部的不團結則是客家族群對於傳承客家文化的隱憂，包括無論是對其他族群的嚴厲中原批判論述，或是對客家年輕人冠以忘本的罪名，不僅阻礙了未來客家文化的發展，不團結的後果更會導致族群加速的消逝。

3. 客家文化與流行現象

在客家文化的流行現象中，先討論的是現今客家文化價值再創造的現象，其次才是隨之而產生的省思，也就是客家文化流行化與客家政策為選舉支票的探討，並檢討可能解決的方法為何。

在文化價值的再創造中，主要探討的是不同於傳統客家文化的維持常民生活之形態，而是在現今的潮流與客委會推廣下，客家文化透過產業化而連帶創造經濟價值；此類目也聚焦在政府客家政策的討論上，因此也衍伸了以下兩種較為批判觀點的類目。

在客家文化流行化的討論中，主要便是針對在行政院客委會成立後，全台逐漸興起的一股客家風潮，無論是在都市或客家庄，都可窺見以「客家」為名或是濫用客家特色的商業行為，此舉不但使客家文化流於浮濫，也使得客家文化精神過於簡單地被複製，反而會有文化精神消逝的危機；此外，另一方面的討論則是在這股客家熱潮下，所培養出的客語或客家研究人才的未來出路問題，也就是政府在全國各地設立客家學院後，人才的養成後是否能適得其所，亦為此類目的討論範圍中。

行政院客委會的成立，不可否認是選舉支票的兌現，因此客委會與客家政策染上了

些許政治色彩，因此此類目的討論除了探討客委會與客家政策的正常化之外，另一方面也探討客家族群的政治投票行爲。



第四章 研究結果與分析

客家形象實為複雜之概念，本研究所歸納之客家特質，雖經過反覆的修正與驗證，但相信仍無法代表客家形象的全部，故本研究便就以下的客家特質做較為深入之討論；可以確認的是，這勤勞節儉、傳統精神與婦女美德大部分都與客家族群本身的居住環境，也就是早期遷徙與艱苦的環境相關，故以實線做連結，在子類目中，由於勤勞節儉中的城鄉差距，並非完全和艱困環境有高度相關，故以虛線連結做表示；而婦女美德中的婆媳關係，與傳統保守的大家庭型態有關，故與之以實線連結，但列入於婦女美德的範疇中，便以虛線做連結的表示。

至於義民論述和客家文化產業的範疇連結上，並未完全與勤勞節儉有關，故以虛線做連結，客家文化產業的核心雖圍繞著艱困環境的精神而生，但在政府提倡成新客家形象的改變下，以虛線連結為較適宜的可能呈現。本研究之客家形象概念圖如圖 4-1：

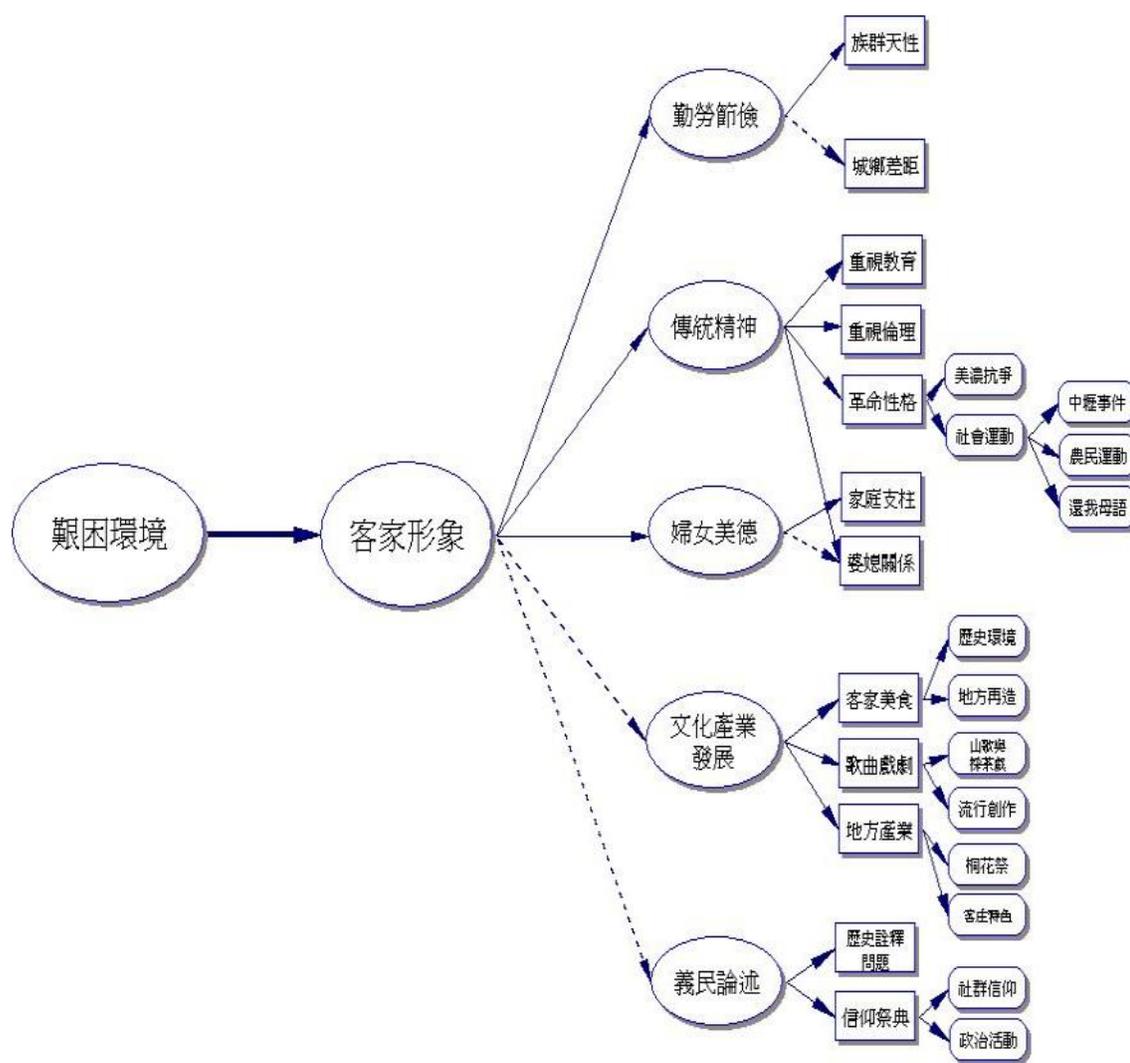


圖 4-1：本研究客家形象概念圖

第一節 客家形象與其轉變之探討

一、 勤勞節儉

在此特質中，以雜誌文本資料描述較多，而且普遍偏向正面特質，認為客家人有傳統美德，在艱困的環境下發展出勤勞節儉的形象，但在專家訪談的結果中，認為在窮困環境中確實會造成勤勞節儉的特性，卻未必以客家人所獨有，而且近年來工商業的發展下，客家族群的生活型態逐漸改變，與台灣其他族群無異，勤勞節儉的美德已不再。

如同圖 4-2 所顯示，客家風雲雜誌時期強調客家族群的勤勞節儉特性，如同訪談者編號 D 所述，在早期族群互相不了解之下，往往運用刻板印象來認識對方，因此在早期媒體內容特別強調客家族群勤勞節儉特性，進而傳播客家族群的傳統美德。

我覺得早年的媒體很重視一些人物的側寫，越晚進越少，人物側寫就像是說，要報導客家新聞，可能就會找一個客家庄的成功人士，描述他是多麼刻苦耐勞才得到現在的成就等等，特別會去強調那個很窮困環境之類的。（訪談編號 D）

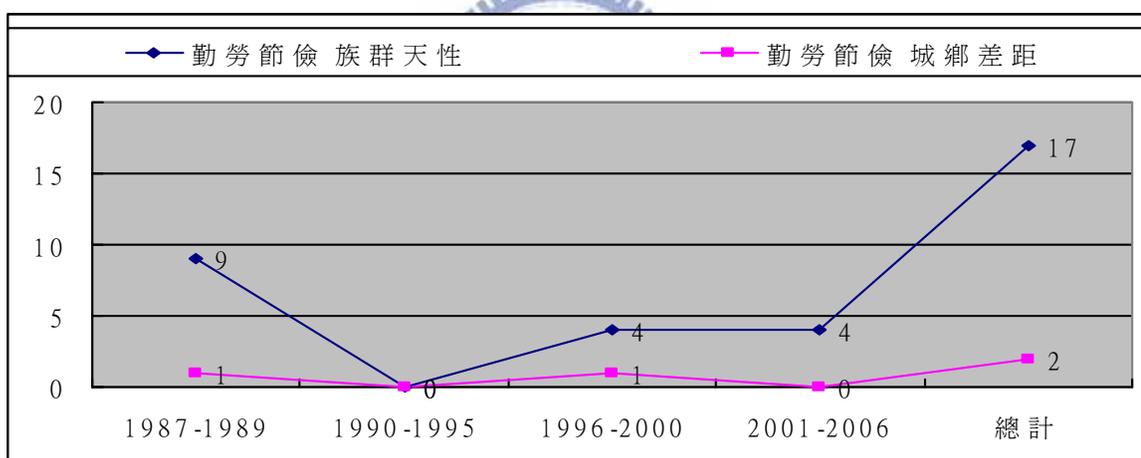


圖 4-2：勤勞節儉特質趨勢變化圖

(一) 族群天性

早期客家族群所處的艱困環境，造就了勤勞節儉與堅忍不屈的「硬頸」特質，在雜誌文本中一再被強調，如同姜如珮（2003）之研究結果，族群媒體或是族群內部之觀點往往是隱惡揚善，因此較彰顯族群之美德，負面形象的著墨較少。因此族群媒體呈現之內容相仿，但與訪談內容有所出入。

近年來，常讀到不少談客家的文章，以「硬頸」一詞來形容不畏艱難，不畏強權，勇往直前的人。（硬頸與硬程，彭欽清，1990/12，客家雜誌 12）

客家文化與別的族群之文化有何不同，除了大家所熟稔的勤勞節儉外……個人認為客家文化也是保守的文化，經商做生意的客家人也不多，長期靠山吃飯，資源貧乏又無商業行為，形成了客家保守的文化。（談客家文化與客家自覺，黃瑋堯，2006/2，客家雜誌 188）

勤勞節儉這一種品行，不管是閩南人或客家人也好，應該是都有，相對來說是不是客家人會比較節儉的問題，一般的刻板印象是這樣說。（訪談編號 A）

小氣這點要視情況而定，閩南人也有小氣的啊，不過相較起來是比較省儉，這絕對是客家人的優點，當然跟生活環境很有關係，所以不管是在婚喪喜慶上，客家人都比較樸素，像是閩南人，過世要半年才埋。（訪談編號 H）

（二）城鄉差距

從訪談內容中可以了解，學者專家普遍不認為勤勞節儉完全可以代表客家，認為在相同的窮困環境下，其他族群也有勤勞節儉的可能；而客家族群之所以具有勤勞節儉的形象，可能也與早期的資訊不流通以及族群之間的互相不了解所致，因此以媒體所塑造出的刻板印象來認識客家族群。

我覺得這個是環境上的問題，不能說客家人就是比較勤勞節儉。（訪談編號 C）

是不是有比較簡單樸實、傳統保守，我覺得這跟環境比較有關係，這是環境使然，而不是族群性。（訪談編號 B）

所謂人格特質部份，你說閩南族群不勤勞不節儉，他們可能會抗議，那並不能夠完全代表客家。（訪談編號 D）

勤儉持家究竟是環境使然還是客家人的天性，這應該要再研究，這以前可能是環境的因素，如果是天性，那符合客家形象，若是環境因素，那麼閩南人也有處於相同的環境，也可能勤儉持家，所以我覺得這個不一定。（訪談編號 G）

像是那個羅香林寫的客家研究導論，其實他寫的東西，並不會有什麼特別，放在不同族群都一樣，勤儉、刻苦，只要是苦的人誰不是這樣，每個族群都一樣，是生活環境造成的。（訪談編號 H）

時至今日，環境的改變和經濟的發展，民眾的生活型態改變，勤勞節儉的特質只存在於城鄉差距上，對於生活在都市的客家族群來說較難窺見，或許也能展現在世代的差距方面；總而言之，勤勞節儉在傳統上是標籤在客家族群身上，而此亦為偏向於自我詮釋的論述，對於現代的客家族群來說，生活環境也許和其他族群無異，無法完全適用。

因為環境的改變，或是受教育，還有客家族群從鄉下到了城市生活，我覺得人的差異性會變小，基本上我會覺得客家形象會越來越不突出，那原因可能就是會跟

城鄉變化和受教育有關係。(訪談編號 B)

這個事情已經不是客家的原因，而是因為整個社會風氣、是整體的，只是某一個程度表現在客家的身上罷了。當代的年輕客家人是不是就沒有那麼的勤勞節儉，我覺得這是一個普遍現象，不是因為客家，是環境改變的關係。(訪談編號 A)

像是我住在竹北，就是新竹高鐵站那邊，大概有一百多戶人家，有三分之一都被徵收，那被徵收之後每戶都變成億萬富翁，老中青三代都不工作了，以前他們都是農民，都是很勤儉持家的，所以我對於勤勞節儉很懷疑。(訪談編號 G)

客家人的「美德」，陪伴著無數客家人渡過艱困環境，只是到了今天，多數的客家人已逐漸脫離貧窮，邁向小康或富裕之路，在這種情況下許多客家人舊有的特質也逐漸消失(劉還月，2000)。羅肇錦(1994)指出，人數最多的桃園與台北縣，台北縣的客家人因為與其他族群混居一起，更是已經看不出客家特色。

二、 義民論述

在台灣客家文獻史料、歷史書寫方面，客家族群一直得不到詮釋權，因而在台灣客家的歷史中，往往都是被扭曲且不真實的；又鑑於羅香林客家研究的中原論述強調漢族血緣的正統性，使台灣客家人一直在台灣族群的定位方面，處於尷尬的局面，客家人非外省人也非台灣人，從早期的族群分類¹⁴可以看出端倪。

從圖 4-3 可以看出，客家風雲雜誌時期，仍處於閩客歷史主導詮釋的階段，談及此主題的文章為各時期之冠，有 7 篇之多，肇因於國語政策的壓迫以及閩南話的強勢影響下，還我母語運動帶起了客家人的族群意識，文章內容著重在客家族群以及客家歷史地位的論述，希望能藉此重塑客家族群之認同。在祭典活動方面，也可以發現到關於政治活動也是在後期開始蓬勃。

¹⁴ 閩南族群習以「我們台灣人、你們客家人」或台灣話就是福佬話來區分客家話；國民黨更是莫名其妙，所謂的官方「中研院」有這樣的數字統計：「本省人佔七十一百分比，客家人佔十四點三，大陸人十三點五，原住民零點八。」……台灣的客家人不被雙方所接納，福佬人犯了沙文主義，國民黨中國人則是以分化閩客為目的。(新客家人的條件，陳秋鴻，1992/3，客家雜誌 22)

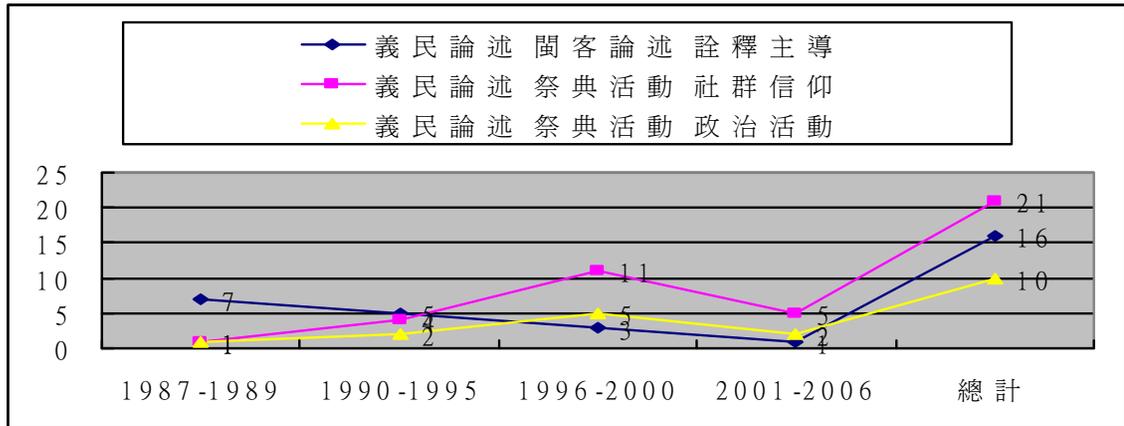


圖 4-3：義民論述趨勢變化圖

(一) 詮釋主導

在雜誌文本當中，有關於台灣歷史詮釋主導的問題始終存在，二十年來的資料文本爭論不休；以義民論述來看閩客之間的關係，確實有衝突的歷史存在，因此也造成了後續閩客在歷史詮釋權的爭奪。

以閩南族群的觀點來論，鍾皓如（2004）指出，在當時的歷史情境下，相較於其他族群或被敘述為較不臣服的角色，突出客家「義民」是彰顯、鞏固統治利益之重要角色。從順我者昌、逆我者亡的傳統統治者思想的延伸來看，「義民」的內涵就是「順民」的化身，外延就是報效統治者的重要勢力。

我們先人不幸為了種種理由，勇於內鬥，我們應切記這種錯誤，大家應共同互相尊重。（「福佬客」與「客福佬」，童經生，1988/5，客家風雲雜誌 7）

台灣史隱藏著一個嚴重的問題。這問題若不圓滿解決，還會引起日後的紛爭而破壞大家的和氣與團結，這問題就是清代台灣的「革命」與「義民」的問題。（福佬、客家皆忠義：清代台灣的革命與義民，鍾孝上，1988/8，客家風雲雜誌 10）

的確在台灣史上，客家弟兄留下了不少對不起福佬兄弟的劣跡……但是任何民系都有光明和不光明的一面，應開誠佈公地把歷史攤在陽光下，共同檢討也相互勉勵。（福佬兄弟 加油吧，鍾孝上，1988/9，客家風雲雜誌 11）

義民論述應該是在看誰在論述，從清朝朝廷的角度來講，義民就是把社會秩序維護下來，把那些作亂的打敗；那對閩南或是所謂的本土，像是連橫、民進黨到後來的台獨來講，他們覺得說義民不該是義民，是幫助外族來欺壓起義的人，應該是叫做順民；以漢族的角度來講，義民是幫助外族來打擊本地人。像是嘉義，也是跟義民有關係，但是為什麼後來也沒有在重視這個東西，那其實也就是閩南族群覺得是汙名，所以自然就沒落了。（訪談編號 C）

但對於客家族群來說，義民是保家衛鄉的代名詞，義民的行為是爲了求生存挺身而出，保護自家安全的權宜之道。劉純杏（2001）指出，義民的解釋問題因於各自所持的歷史角度，醞釀了各自的歷史情感，面對歷史事件的判斷，本身歷史視野造成彼此的負面印象。而在 1988 年的還我母語運動中，遊行隊伍的前頭利用黑令旗和義民做連結，在於想要捍衛自己文化或尊嚴的訴求，如同義民時期保鄉衛土相同。

李喬不喜歡從考據、族群的角度來分析閩客之間的恩怨情仇，他認為當時社會造反情形嚴重，只是少數民族生存的一種手段……應歸義民廟於對整個族群的奉獻、護鄉保土的神祇。（記憶中的義民爺，邱秀年，1988/12，客家風雲雜誌 14）

我們客家人認為義民爺是保鄉衛家，是忠義的象徵，但須族群專家學者正名，較具說服力及權威性，將可提昇客家人對義民爺的向心力，也能使其他族群認同義民爺代表之意義。（試論如何使客家團結在義民爺令旗下，東海客，1996/5，客家雜誌 71）

在目前重各族群自主性歷史觀點下，義民的行動，才逐漸被視為民間性自發自衛的團體，對抗亂民劫掠的行動。在目前義民信仰已成為客家人愛鄉的一股凝聚力量，而沒有民族主義的色彩，這可從每年義民節不分閩客都虔誠祭拜得到見證。（恭迎義民爺十五聯庄祭典，徐素貞，1994/7，客家雜誌 50）

像是二十年前的還我母語運動，遊行隊伍前面就有一面黑令旗，所以就連結到跟客家的傳統文化和語言有關，現在已經和清朝政府的論述沒有關係了。（訪談編號 C）

在多元且開放的今日，義民的衝突性和矛盾性隨時間的轉移而逐漸淡化，但族群之間的微妙結構關係，仍影響之後族群間彼此的印象。不僅是在歷史的詮釋權方面，或是與閩南族群的強勢本土化行為，客家族群處於較爲邊緣的位置，進而隱藏自己，也造成了其他族群利用刻板印象來認識客家族群。

在諸多研究客家人的論述中，總見不到真實的客家。以非客家人所描述的客家，多半從形體外觀觀察客家，得出來的結論總以解釋其「非客家」本身的利益為主。（客家認同的危機，陳板，1992/6，客家雜誌 25）

早期台灣歷史的解釋權都由閩南人掌握。清代各類誌書甚多，最初皆無客家記述，後來對客家稍加敘述，亦以負面描述居多，這種情形到民國四五十年時仍然存在，新竹縣市未分治時，客家人佔三分之二，但新竹縣誌皆由閩南人主導，縣誌中未有隻字片語談及客家文字風俗。（本土化不是閩南化—談國家考試的公平性，2003/10，客家雜誌 160）

我是覺得說以前客家形象確實是有負面的印象，現在確實有得到反省，但長期以

來客家人無法得到客家形象的詮釋權，比如說傳播不在你的手上，寫歷史的筆也不在你的手上，教科書、新竹縣誌或是台灣風情也好，這些執筆的人都不是客家人，所以都把客家人寫的很差，因為權力不在客家人的手上。在近二十年來，由於客家人的能見度變高，所以歷史有這個機會可以轉變，我覺得這個跟客家人的意識有很大的關係。（訪談編號 C）

連橫的台灣通史對於客家族群的描述很少，這是一個問題。（訪談編號 G）

確實有一個閩客之間關係不平衡的現象，但在這現象之中，客家不見得是那麼重要的。所以現在的藍綠紛爭客家有點使不上力，不像從前那樣閩客紛爭嘛，所以我覺得客家的重要性在當代，也就是在這個藍綠的架構下，是有點尷尬的，客家不太知道要被放在哪裡。（訪談編號 A）

在客委會的成立之後，各大學客家學術機構如雨後春筍般設立，客家相關著作的產量也逐年增加，應可將客家歷史的詮釋權修正，將過去扭曲的部份重新理解，使客家族群不再背負錯誤印象的原罪。

像客家學院是很特別的，因為有這些機構，就會讓很多人去澄清這些歷史的現象，不一定是創造，但至少可以把過去扭曲的東西理解，就像義民被污名化的現象釐清。所以像是客家研究，或是客家學者的筆鋒，這些都是很重要的東西。（訪談編號 C）



(二) 信仰祭典

1. 社群信仰

在雜誌文本的分析中，有許多關於義民祭典的論述，不只是閩客之間的歷史詮釋爭奪，也包含了祭典的內容和盛況的報導，時至今日，義民祭不再是各家輪流的互助祭拜，而是成爲一種客家族群共襄盛舉、包含許多客家文化活動的祭典，富含文化和傳統意義。

義民爺祭典是七十七年開始在台北市舉辦，相當程度顯現了客家人在台北市隱晦存在數十年後驚人的客家意識與客家力量…除了宗教信仰的一種民俗意義外，也因為有客家山歌演唱比賽，以及客家採茶戲的野台戲演出，使得祭典更具豐富的文化、社會意涵。（台北的義民節祭典，陳文和，1990/6，客家雜誌 6）

義民廟的功能在逐漸改變中，從互助互保的功用上脫離，轉為社會公益、祖先崇拜、地方庄祭活動及人際關係、政治及經濟、社會功能。（義民廟究竟改變了多少？訪台大教授曾振名，邱秀年，1988/12，客家風雲雜誌 14）

義民論述也是一直在轉變，目前就是從之前的政治論述（清朝正統）到現在的社區論述（祭典活動），我覺得是有很大的轉變。（訪談編號 C）

義民信仰做的更多的比較像是維護文化傳統……因為祭典就是熱鬧嘛，熱鬧人潮跟著來啊，所以甚至是文化產業的那個面向。（訪談編號 A）

2. 政治活動

至今，義民祭典已為大眾所重視，也從早期互助的精神轉移為各種社會文化活動為主題，但近來焦點逐漸轉向政治人物的競選活動和一些膚淺、迥異於人文精神的表演，與祭典活動中傳統的山歌、採茶戲相衝突，讓莊嚴崇高的祭典染上怪異的色彩。

九年來，特別是民國八十四年，台北市政府開始有客家文化節活動後，祭典活動也因而成為各方政治角力的場所。各方政治力量開始正視客家人因義民爺祭典而結合可觀力量，固然為吾人所樂見。但這是極為複雜的政治、社會及文化互動現象。（在國父紀念館舉行義民爺祭典：兼論客家先民的自力救濟行為，范振乾，1996/10，客家雜誌 76）

一個原本極饒人文思維，也最呈現台灣人旺盛生命力的義民祭典，在前些年讓一些光怪陸離的電子花車入侵，喧嘩粗俗的音樂和表演與莊嚴富意義的祭典格格不入。（義民、祭典、人文，黃永達，1999/10，客家雜誌 112）

如同鍾皓如（2004）指出，在爭取客家族群支持的過程，政治力量再次召喚族群的集體記憶，也就是將義民宗教化與符碼化，只要是此記憶對於其是有利的。藉由召喚集體記憶，尋求族群的心理認同，並轉化為對政權與政策的支持。因此，對於客家族群而言，可以發現政治人物不斷地宣揚義民精神，在此同時，也就不斷複製政治權力對於族群論述之主導性。

然而筆者最深感難過的是，一場極富人文傳承、成百成千的工作幹部與義工人員，賣力籌備與執行的祭典法會會場，何以會那麼不經心的被選舉淹沒，被「政黨要員」免費拿來作為露臉競逐上鏡頭、穿梭合縱連橫的交際場所。（義民、祭典、人文，黃永達，1999/10，客家雜誌 112）

全國各地都有義民廟，可是沒有新竹枋寮義民廟來的興盛，其中的原因跟他背後的家族有關係，就是林光華家族和他的祖先所形成的一個勢力，當然這不一定是惡勢力，可能是家族勢力或政治勢力，是結合在一起發展的。（訪談編號 C）

閩南人也有義民啊，像是嘉義、彰化也有，只是他們沒有在信，林爽文事件那個泉州人也是義民，只是我們把祂神格化，同樣是義民，苗栗的義民就比較落魄為什麼都跟新埔的差那麼多，跟背後的家族和管理有關係。（訪談編號 H）

我是覺得義民論述是在不同報導的情境下是有不同的目的，比方說我看到某個政黨的新聞，阿扁總統拿著義民節的黑令旗，代表阿扁象徵客家子弟、代表全部客家子弟出來競選，義民這個東西是一種客家精神的象徵、是一種忠義的象徵，增添了很多政治的色彩在裡面。（訪談編號 D）

三、 傳統精神

客家族群在一般的大眾印象中，為較注重傳統精神的族群，與其所居住的地理環境的封閉有密切關係，衍生的族群文化便顯得比較傳統、守舊。但在某些方面又常有激進的表現，舉凡近代的社會運動到早期的革命，像是台灣的中壢事件到太平天國、辛亥革命，證明了客家族群先天上存在著既激進又保守、既拘泥又前進的雙重性格。

從圖 4-4 可以看到，在客家風雲雜誌時期，充滿許多關於還我母語運動的文章，與當時社會運動的氛圍有關；另外，在美濃抗爭的部份，由於美濃反水庫運動歷經第二以及第三時期，故當時時有關於美濃反水庫的文章論述，在 1993 年 4 月的客家雜誌 35 期與 1999 年 7 月的 109 期皆以焦點話題的方式呈現，客家雜誌在其中扮演了協同者角色，為美濃客家鄉親盡一份心力，對於政府政策採取批判的態度，延續了客家風雲雜誌的社會運動價值，也是族群媒體鞏固族群的功能之一。

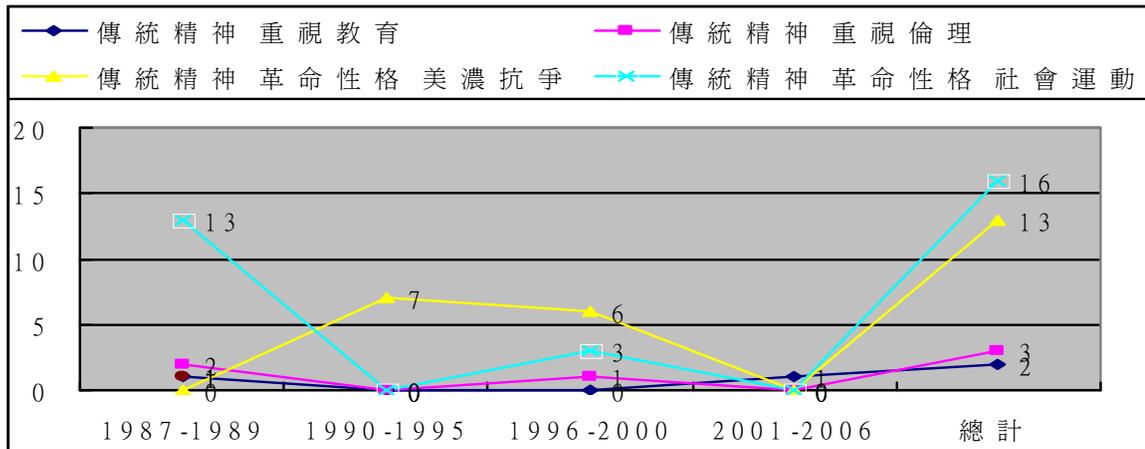


圖 4-4：傳統精神特質趨勢分佈圖

在政府推廣期中，較無傳統精神之論述，也缺少了社會運動的側寫，原因可能在於行政院客委會的成立後，客家雜誌一方面受到客委會的補助，因此轉變成國家政策的傳聲筒，因此較少有政策批判的論述，而且近年來客家政策的政績也是有目共睹，故較少有批判的聲浪；另一方面則為客家族群的客家意識抬頭，其他族群能運用新的文化產業形象來認識客家，自然忽略了較為傳統的客家本質，因此在文章中較少有探討傳統精神的論述存在。

(一) 重視教育

在雜誌的內容顯示方面，重視教育之內容著墨不算多，但在訪談內容中可以窺知一二；以傳統客家人來說，耕讀傳家、晴耕雨讀為客家的古諺，可以看出客家族群對於教育的重視。

林忠正與林鶴玲（1991）的研究中指出，客家人在農林漁牧礦業中的比例高於人口比例，這和一般印象中客家人務農較多的形象為相符的；此外，客家人在受雇與私部門工作的比例也較高，這和客家人較少老闆的印象也相符，但與較多投入公部門的印象是不符的。

除了傾向務農外，客家人非常重視教育，耕讀傳家便是客家族群的古訓。與閩南族群相比較，客家族群的教育程度普遍較高，林忠正與林鶴玲（1991）、莊英章（1994）的研究中都有類似的發現，蔡淑玲（1998）對於台灣四大族群的研究中發現，客家族群的教育程度甚至比外省人還高。

六堆地區除了醫生比例高外，在美濃鎮五萬人口出了五十名以上的博士，這種比例允稱全省第一。（最後的香格里拉：六堆，黃正仁，1988/10，客家風雲雜誌 12）

客家有流傳一種說法就是耕讀傳家嘛，一方面在物質上滿足需要，所以農業上就是耕，另外一方面客家人也比較重視教育。在統計資料上面顯示出，客家人真的比較重視教育，一般華人社會會說把土地賣掉給小孩子讀書，但客家人說不定更重視，總之就統計資料上來講，台灣教育程度最高的是外省人，再來就是客家人，是比閩南和原住民教育程度來的高的。（訪談編號 C）

客家的男人可能比較講求讀書，可能因為他的媽媽比較重視教育，在身份上可能就認同那種讀書的價值，那這個現象不是我講講而已，好像在很多客家男性作家文學作品也有。（訪談編號 B）

客家族群在資源有限、財力不足之下，較難發展企業家的特質（即使有，也是隱而未顯），或者累積大筆資本，此外，客家族群傾向擔任公務員、當老師等，教育太高也可能是客家人在商業界不多的原因之一（張維安、黃毅志，2000）。

客家人是絕對保守，保守之餘就會不敢冒險，這跟客家人的生活環境有關，不敢從事過多的商業活動。（訪談編號 H）

看到「大公廳」節目通告的主題，是要談「客家人的企業精神」時，霎那間，我頭皮開始發麻，手腳頓時冰冷。突出案例、值得研究仿效的實例，竟然想不出半個…我深切感覺，一、苦怕了，守錢心態限制了再冒險與創新精神；二、窮怕了，安定心態限制了再創業與奮進精神；三、死忠過頭，愚忠心態限制了格局與滋生自保與妥協精神。限制了客家人的企業精神。（打嘴鼓說：客家人的企業精神一同甘苦容易，同富同貴難，陳彬，2003/9，客家雜誌 159）

客家是比閩南來的重視教育，其中原因就是客家比較傳統保守，客家人會認為念博士比較重要，偏向選知識這條路，閩南人可能會覺得開公司賺錢比較重要。客家人傳統裡面很喜歡談的『晴耕雨讀』，就是表示了知識的重要性，基本上是個

理想；另外一個根源的原因就是，客家比較習慣用一些正統、傳統的事情證明自己雖然族群人數少，但我們比較卓越優秀，就傳統社會來說知識就是比較重要的，以現代社會來講，商業不見得是比知識來的差。（訪談編號 A）

（二）重視倫理

客家人比起台灣其他族群，更重視宗族、血緣和家庭倫理的觀念。劉還月（1999）指出傳統的客家人，對民間信仰的態度，和福佬或其他族群的人有極大的不同，客家人以敬家神為主，廟神居次。

客家人所處在較為封閉的環境，因此外來文化也較不易傳入，傳統較容易固守；但在都市生活的客家族群，由於文化的流動性高，對於祭祀便僅限於重要節慶，如同掃墓的傳統。農曆過了正月半，一直到清明，為客家人掛紙（掃墓）的日子，也是逐漸都市化的客家族群一年一度家族聚首，規模最大的時節，有許多家族的「祖塔」供奉來臺祖以來的所有祖先，祭拜時，常可見到數百人甚至上千人齊聚山頭的壯觀場面（陳板，2004；姜如珮，2003）。

關於客家族群的民族性，尤其固守傳統文化習俗的美德，我曾聽過一位同事說，光復後一位牧師在客家庄傳教的困難，他認為客家人遠較閩南人、山人固守傳統習俗而不易接受基督教義。（由台灣史看閩客的共存共榮：訪新竹縣五龍國小校長楊鏡汀，鍾春蘭，1989/6，客家風雲雜誌 19）

造成閩、客民間宗教二大差異的原因分別是：閩、客在歷史上發展歷程的先後，以及各自所處的較不穩定與較穩定的自然環境，分別塑造了社區人口、宗教分佈和結構的不同特點，客家社區的地緣血緣通常扣合，而閩南人社區則不然。（閩、客民間宗教差異探因，郭志超，1999/1，客家雜誌 103）

客家人會把他們封為像是地緣性的祖先，所以就會拜他，閩南人就不拜，相形之下義民好像就比較客家，但是從歷史源頭來看是都有的。（訪談編號 B）

客家人對於族譜、宗親會組織、家族組織特別重視，客家人這種組織的凝聚力非常強，和一些敬天祭祖的習俗，閩南人就不會像客家人那麼會寫族譜。（訪談編號 E）

因為客家相對在比較艱困的區域生活、步調及文化變遷較慢，雖不見得是多封閉，但就是相對於都市就是有一個落差，用這樣的架構來看，客家人就對傳統文化比較喜歡去掌握，因為就是變動的比較慢。（訪談編號 A）

台灣地區之客家人在清朝與日人統治時期，也沿襲大陸客家之習俗，一直到光復後，台灣工商社會逐漸發達，一般客家人也較少堅持傳統而與大家過著同樣之年節（蔡偉，1994）。過去的客家人，一直都有敬畏自然、觀察自然的習俗。今天，這麼優美的風

俗卻隨著時代的改變而日益消失。有些年輕的一代，甚至完全無從體會這些舊俗的深厚隆意（劉還月，2000）。由此可知，族群的不斷融合與同化也使這些客家傳統習俗有所改變；因此，應該以族群文化維護為出發點，再探討族群的文化融合，才能將傳統的客家文化維持下去。

不同時期呈現出客家的意象都不一樣，以台灣來說，第一個是農業時期，也就是日治時期，呈現的是聚落的特色，那時候資本化還沒有入侵；再來是工業化時期，就是光復到解嚴之前，在那個時期是受到威權體制下的控制，那客家族群也開始逐漸都市化，是和大環境有關係，客家人隱形就是在這個時期；那在後工業化時期又都不一樣了，以建築來說，生活的空間環境又變成再生產的機制，現在很多客家人又把伙房再建成民宿。（訪談編號 E）

（三）革命性格

1. 美濃抗爭

抗爭精神可說是美濃地區客家鄉親的代表性之一，如同林福岳（2002）對於美濃反水庫運動論述的研究發現，在一個族群社區中，當發生涉及集體利益的公共議題、攸關族群的存續時，社區應對的機制和過程中，因為祖裔連帶、共同經驗和集體記憶所形成的認同感，往往會成為集結力量以及動員的主要資源。在美濃反水庫運動的案例中，族群的認同，在整個訊息傳布的過程中，成為論述生產的核心基調。由於客家族群象徵符號的密集運作，運動的意義已經超越維護性命家財產安全的現實層次，提升為族群傳統和歷史文化保衛的集體形上意義，召喚出心中對所屬族群和社區共同利益的認同，建構起對社會真實新的認知。

美濃人正努力以油紙傘、美濃窯和鍾理和紀念館建立自己的文化；而水庫必然使之異化……水庫問題如果讓我們感到未獲公平待遇時，美濃客家人很有可能顯示美濃客家人的「個性」。（美濃，永遠的鄉愁，黃子堯，1993/4，客家雜誌 35）

美濃水庫也算，總之客家人就是具有這種革命性格，在面對這種不合理的體制或是面對這種不合理結構的特質，是很清楚的，所以不是說客家人就是順民。（訪談編號 C）

在美濃地區的客家形象是抗爭，因為反水庫，後來水庫也停了；美濃對於客家形象的一套認知，那個東西就我來看是一種堅持當地的價值。（訪談編號 A）

2. 社會運動

從歷史上來看，許多革命性、反威權的運動與客家人有關，例如清代洪秀全的太平天國革命以及國父孫中山先生的革命建國，其主事者皆為客家人，暫且不論是否為客家人的族群優勢論述，但在近代的台灣民主發展過程中，中壢事件、農民運動的領導者皆為客家人，而對於族群權益的維護，像是還我母語運動、寶島客家電台大遊行等，顯

示出客家族群也具有革命性格，面對不合理的社會結構會勇於挺身而出。

客家鄉親從 1988 年「還我母語」萬人大遊行，以及爭取客家電台立案的抗爭行動中，已經體認到「存在才有希望」是唯一不變得真理。而且所有的權利都是爭取來的，憲法賦予的平等權也必須靠自己爭取才能實現。我們認為，唯有隨處都可聽到客家人的聲音，客家人才能全面恢復自信心，走出「隱形人」的陰影。（「客家人的聲音」滄桑史之四，范振乾，1999/12，客家雜誌 114）

但我們有時候又看得到，客家人是很兩極的，如果他受到歧視，或受到很不合理的對待或很不合理的結構，會變得非常的革命性，台灣很多革命運動的領導者都是客家人，你看中壢事件就知道，中壢事件可以說是台灣民主的起火點，以前沒有人會對威權體制做那麼大的衝撞，其實許信良就是一個例子，他可以傳統到拿出國的獎學金，也可以反抗威權到這樣，所以我覺得他很代表客家人的個性；像其他的農民運動的領袖也是客家人。（訪談編號 C）

四、 婦女美德

客家雜誌對於客家婦女美德的描述，偏重在母語運動期與正名宣示時期，1989 年 3 月之客家風雲雜誌第 16 期、1991 年 8 月客家雜誌第 19 期與 1992 年 5 月客家雜誌第 24 期皆有以客家婦女為專題的探討，1993 年 10 月客家雜誌 41 期則是以客家媳婦為專題，試圖修正關於客家婆婆的負面印象，因此前兩時期關於客家婦女的文章內容較多。

從圖 4-5 顯示出客家風雲以及客家雜誌，在雜誌創辦的前十年，仍多以客家文化和傳統客家精神為主，而且在文章形式上，也常常使用人物的側寫，使客家族群能夠有同理心，體認客家族群的傳統美德，進而學習之。

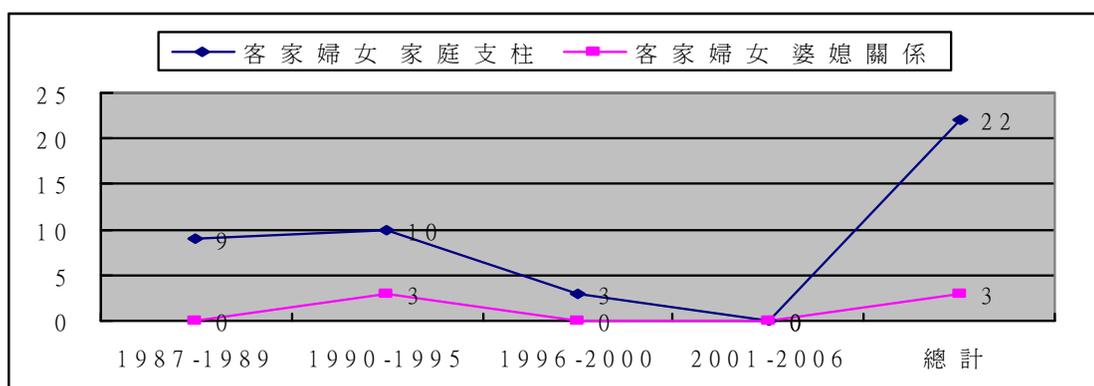


圖 4-5：客家婦女美德特質趨勢變化圖

(一) 家庭支柱

對於客家研究來說，以往客家婦女的研究及文獻中關於客家婦女的敘述，較客家男

性為多也較為重視，不僅會在客家書籍中獨列一章，學術研討會¹⁵中也能看見以客家婦女為名的主題討論。張維安（2001：82，106-107）認為在客家族群的特性方面，客家婦女佔有重要的地位，如果將客家婦女的特性抽出，客家族群的特色則無法完整建構。

從彭月媛（2007）論客家民歌所呈現之傳統客家的婦女形象研究中，指出在客家社群中，女性地位一再受到男性與傳統環境影響，客家文化傳統認為女性為家庭之附屬品，附屬於家庭和孩子，然而隨著社會多元化，以及受教育程度增加，女性雖從傳統窠臼中解放出來，但除了承擔傳統家務工作外，更需要調適職業婦女角色。

歷史學家常以長篇累牘敘述客家男人事蹟，對於幕後功臣客家婦女甚少言及，其實，不論是在家或是在外，客家婦女均表現出高貴婦德，令人讚佩。（客家的婦女，鍾達明，1989/1，客家風雲雜誌 15）

客家女性的「勤勞、做家」對客家男性來說，是肺腑之言；抑或是對女性感到抱歉的愧疚之詞。當一個男性出生時，就處在尊這樣的地位，女性相對於在卑的地位。男性之所以能夠受好的教育，獲得好的生活，往往是他們的母親和姊妹犧牲自己的權利換來的。（褪色的藍衫觀後感，劉景仁，1999/11，客家雜誌 113）

如果是客家族群形象的話，我認為是女性非常的勤勞，而且好像一個家，從內到外都包辦了，男性的形象非常的缺乏，不然就是比較偏向正統或權威。（訪談編號 B）

客家婦女的話絕對是客家形象的一部分，客家婦女作為一個代表，其實也是環境造成的，因為客家婦女沒有本錢去綁腳（裹小腳），因為要工作，這也是一個特殊的現象。（訪談編號 H）

以歷史印象來說，客家婦女經常被引用於勤儉能幹、摒棄纏足陋習、堅忍不拔等，四頭四尾：「家頭教尾」、「田頭地尾」、「灶頭鍋尾」、「針對線尾」亦為客家婦女的傳統道德桂冠。在客家的家訓中，男性被期待為耕讀傳家，因此女性除了相夫教子，還得背負忙碌的耕種事宜（陳運棟，1979）。

在鍾理和的小說中，客家婦女的可概分為五種形象：典型的勞動者形象、堅強的生命韌力、淡泊的階級性、既含蓄又敢愛敢恨及生活的現實主義者。（鍾理和小說中的客家女性塑像，吳錦發，1992/5，客家雜誌 24）

客家婦女向來不纏足，所以粗工細活樣樣來。南部六堆地方，直到目前，田園裡的工作，主要還是由婦女做……以前的客家婦女，真是十八般武藝樣樣都會。（客

¹⁵ 於 2006 年 11 月 3 日假聯合大學進行之發現客家婦女圖像之研討會，便是全以客家婦女為主題的學術研討會議，其他許多關於客家文化研討會的子題也常有客家婦女的探討，顯示出客家婦女在客家研究的重要性。

家人的民性，鍾肇政，1989/11，客家風雲雜誌 22)

客家婦女，給予人一種忍辱負重，性格堅毅、體魄強健，永遠是精力充沛的勞動者印象。無論是在多山的桃、竹、苗地區或是高屏一代的六堆客家聚落，都可以見到如此的寫照。在傳統的客家社會裡，他們是沉默、堅毅而勇敢的一群，所有的努力都是為了家庭，是家庭裡的重要支柱。（鄉土關懷：美濃客家婦女反水庫的省思，劉正湖，1999/7，客家雜誌 109)

就我做過的研究，客家的女性，也不只是只有女主內的，像是客家婦女，它不只是在家裡做事，她也參與很多田裡或山上的勞動活動。（訪談編號 C)

這跟族群融合也有關係，客家人其實是跟畬族混居的，我們的藍衫就是他們的衣服，我們的山歌就是他們的歌，不可能那麼多的人把他們同化嘛，這就是雙方的文化有融合，所以客家婦女就跟畬族一樣有地位，南方的少數族群女性有這樣自主權。（訪談編號 H)

(二) 婆媳關係

由於客家婦女為家庭的重要支柱，因此在家庭的決策方面，有很大的影響力；由於在早期客家家庭重視倫理觀念，與父母長輩居住者眾多，因此婆婆的權力大，進而影響了與媳婦之間的關係。如同張維安、王雯君（2005）的研究指出，莫嫁客家郎的理由與客家家庭具有大家庭的特色最相關，其次在於工作繁重、人際關係壓力大，還有婆媳問題和節儉、吝嗇等方面。

這些過去關於客家族群的刻板印象，雖說閩南客家都相仿，都有婆媳問題的產生，但是就客家族群較重視傳統的面向來看，婚後以和父母同住的人居多，故婆媳問題較容易產生。

因為他們都活在大男人主義的封建社會裡頭，在田裡勞動的都是女人，男人是不太做的，可是她們在吃上頭卻是沒有地位的…就我所知，不管生活再苦，每個家庭都鼓勵男孩子唸書。（客家女人不是人？客家媳婦蔣碧玉談客家女性，南山客，1989/3，客家風雲雜誌 16)

這個是家庭勞動力的問題，農業社會男性比較不用操勞，所以家裏就只有女人會勞動，所以女人之間就是競爭者，會有婆婆跟媳婦之間支配關係的存在。（訪談編號 B)

只要在一个大家族裡面，就會有這種狀況，如果要避免這個現象，就是結婚之後不要跟家人同住。但是不巧的是大家族居住形式的比例上，客家人比閩南人高。（訪談編號 C)

五、 文化產業發展

以客家美食或客家產業來論，在第一、第二時期的文章內容偏向傳統客家食物的介紹，而且有客家美食的連載，故此兩時期關於客家美食的歷史環境介紹較多；此外，在行政院客委會的成立下，無論是客家美食的地方再造、歌曲戲劇中的流行歌曲以及地方產業的桐花祭、客庄特色部份，如圖 4-6 中有較為詳細的描述。

我們可以看出在政府部門的推動下，客家形象有了變化，客家傳統文物也隨之修正，轉往文化產業的面向來探討，除了幫助客家農村再生外，客家形象也隨之有了新元素，提供其他族群一個認識客家的途徑。

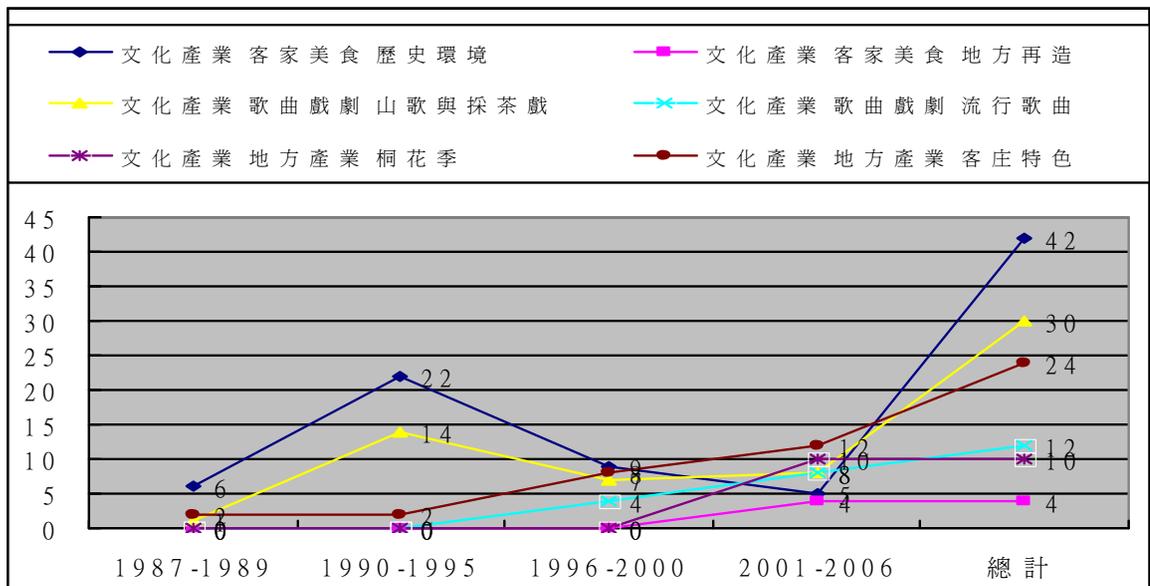


圖 4-6：客家文化產業發展趨勢變化圖

(一) 客家美食

客家美食的討論上，本研究從雜誌內容的分析中，隨著時代的不同，有單純探討美食沿革背景和與地方產業結合介紹的兩種形式，因此將其以歷史環境和地方再造兩個子範疇分別討論，一方面了解客家族群的美食成因和緣由，另一方面檢視現今客家美食和文化產業結合的發展。

1. 歷史環境

一般而言，客家飲食多以傳統的「鹹、香、肥」三個原則，描述客家人的飲食特色，然而，這樣的特色，或許是非客家人在客家庄作客時，體會到的慶典式飲食場面，至於傳統客家人的家常飲食，反而是非客家人較少碰觸的簡單與素樸風貌。近年來，隨著社會生活習慣的改變，客家飲食也與時俱變，客家傳統的家常風味重新受到肯定（陳板，2004）。

客家人在歷史上過的是遷徙流離的生活，所以在吃的方面並不講究，因此客家菜中並沒有什麼大菜、佳餚和山珍海味。（美濃美食：大封、小封和冬粉肉丸，李幸祥，1988/8，客家風雲雜誌 10）

客家料理的特色是鹹、肥、香。南遷的客家人居住山間避地，生活貧困，副食要鹹，可以節省副食，高溫氣候下勞動，鹽分更不可欠。重勞動也要脂肪多的食物才耐飽。（客家的食文化，黃榮洛譯，1990/5，客家雜誌 5）

傳統的客家飲食，因受山區生活生鮮食物較匱乏的影響，著名的飲食大多跟醃、醬或動物內臟的食物有關，像酸菜、醬瓜及豬肚、雞鴨內臟等等，都是客家人喜歡且廣受歡迎的料理（劉還月，2000）。

客家人的吃食，仍然給人一種簡單樸實的印象，早期客家農村人家如此，現今的改變也不大。過去還有「經濟條件」不好的說辭，現在這種狀況依舊，就不純然是經濟方面的問題。這應該和他們自古以來長期流寓他鄉，做異地之「客」，所養成一種勤勞務實的族群文化有著更密切直接的關係。（台灣北部客家農村「食」的習俗（上），胡紅波，1999/5，客家雜誌 107）

由於山區生活條件不足，使得客家人格外珍惜使用有限的資源，因而養成節儉與環保的習慣。（「客家人的聲音」滄桑史之一，范振乾，1999/9，客家雜誌 111）

我覺得應該是要寫鹹菜和福菜才對，因為客家族群是遷徙的，所以對食物要有預備保存的準備，像是菜要曬乾，能夠放著不壞，這絕對是客家人特有的文化，和別人不一樣，還有米食也是，客家人做飯做最多，其他族群不會做。（訪談編號 H）

2. 地方再造

客家美食可說是臺灣客家文化的代表項目，客家文化重建運動的過程中，也把客家美食當成客家文化的中心價值之一，每一個客家運動的場合，都會有幾項特定的「客家美食」，早期有「粄」，近期則是擂茶，這兩個兼具美味與現場表演雙重效益的飲食文化，或多或少鼓舞了更多人參與了客家文化（陳板，2004）。

新竹的新埔粄條、關西炒大腸、高雄的美濃面帕粄、冬瓜封形成了南北客家庄特殊風味的對比，又如苗栗的「小炒」、屏東萬巒的豬腳，都足以代表客家飲食文化的特色。（走尋客家飲食圈，黃恆秋，1999/5，客家雜誌 107）

在近年來透過縣市政府、文化局和客委會，客家美食的概念也在變化，現在成為一個客家的象徵，想到客家就會想到客家美食，因為吃嘛，是最容易讓人參加的，不管是吃的或賣的。（訪談編號 C）

像客家美食和文化產業，這是現代客家人的形象，是有點被炒作、製造議題出來

的；以台北市來說，以前沒有一家客家餐廳會標榜自己是客家餐廳，那在政府設立和推動的以後，現在台北市的餐廳還會直接叫桐花餐廳、客家餐廳，那這個能夠被客家連結，也是跟議題創造出來有關係，地方產業也是一樣，像是擂茶也是。（訪談編號 E）

以今天來講，客家美食因為多油、多鹹，對於身體不是很好，所以怎麼做轉換會比固守傳統來得好。現在客家美食被提倡有兩個管道，一個是客委會，另一個是農會，農會也提倡各社區成立客家美食的班隊，家政班這些，甚至農會成立據點，提供他們產銷。（訪談編號 G）

客家人在飲食文化的表現，一方面追溯傳統，吸取養分，開創生機；另一方面則敞開胸懷，廣納各地飲食風味，緊緊地掌握了現代人的口味，秉持樸實的風格，共同參與了臺灣美食創造的行列，因此客家美食或文化產業是視為一個客家的再創造，主要目的是讓島內其他族群能再次認識客家，進而擺脫從前的刻板印象。

（二）歌曲戲劇

1. 山歌採茶戲

山歌可說是客家音樂文化的重心，也是客家人精神文化的特質，客家山歌更是台灣音樂文化極具特色的一環（曾逸昌，2005）。卓怡君（2004）指出，客家山歌不僅是客家人所擅長的音樂創作與即興演唱，更重要的是，客家村落常分佈在丘陵之間，其山歌充分反映生活，表現人對人、人對土地、人對生命的豐富情感。郭岱（1994）指出客家山歌為客家文化外在表現之代表。

劉惠玲（2005）指出一連串的客家發聲運動過程中，其間一直扮演撫慰、激勵客家子民精神意志的，便是傳統客家人的聲音，這些山歌、北管、八音和採茶戲，勾起了對故鄉的思念之情，也鼓勵了居住在都會的客家遊子，每當播放這些客家經典歌謠，客家人便會自動靠攏過來，凝聚成一股力量。近十年來，各地的客家鄉親為了重新拾回傳統歌謠的記憶，紛紛成立客家山歌班或是歌謠班，光是台北市，目前就已經有二十餘個班以上，每班有數十人至上百人，並且配合潮流，將這些山歌編舞，吸引了各族群的朋友加入唱山歌的行列，讓其他族群的朋友一同分享客家文化之美，也無形中豐富了台灣社會文化的多元內涵，山歌班的蓬勃發展，使得客家發聲運動得到更多助力。

過去採茶戲不重視背景音效等人物角色之外的效果，可以說是給採茶戲一段不同於以往的詮釋，而賜予客家傳統文化新的生命，我認為這樣子的改變是好的，因為在過去戲的風格已不太適合現今要求聲光效果的潮流，只有革新才不會被時代的洪流所淘汰。（我看榮興採茶劇團「花燈姻緣」，黃寰耀，1999/4，客家雜誌 106）

就筆者之感言，客委會以「大家來看收冬戲」的主題於廟口提供客家戲劇團有上

台亮相、較勁的機會，這也是官方單位對傳統文化藝術的一番美意，姑且不論活動的成敗與否，至少官方有在重視「客家戲曲」，不是嗎？。（客家戲曲曙光乍現，劉信成，2004/2，客家雜誌 164）

看有沒有人投進去裡面，它的生命就會得到更新……像孫翠鳳進去之後，那情況就改變啦，所以歌仔戲可以一直翻新，那像是客家採茶戲情況也是一樣，不是因為他老舊，而是沒人投入。當然語言也是一個重要因素，因為語言不懂的話，那你的表演也是一樣曲高和寡，吸引不了群眾。（訪談編號 A）

2. 流行創作

年輕一代的客家人，背負傳統下也開始結合時代潮流，創作出許多「客家流行歌」：八〇年代由呂金守作詞、吳智盛演唱的「無緣」，有意無意地點著了「客家新音樂」的火種。現今，客家歌手及創作者為數不少，如：黃連煜、顏志文、謝宇威的海陸腔客語歌、羅時豐、阿淘哥...等。羅時豐一首「細妹仔按靚」幾乎是從台灣頭唱到台灣尾。不過流行歌曲因為通俗而流行的廣，所謂的互通性更是無所不在（曾喜城，1999）。

應想想往後如何來好好策劃新的客家活動，一個符合現在潮流，符合後生流行的集會…例如流行歌曲，客家歌曲可利用翻譯國語、閩南語歌曲來著手，就可使客家話朗朗上口。（「新的客家人」一書讀後感，江夏族，1993/2，客家雜誌 33）

廣義而言，用客家話演唱的就是客家歌，但文化的演變並非我們能控制的，就如同大陸客語已受普通話很大的影響，甚至直接用普通話演唱客家山歌，這也是時代的產物。文化工作者希望留住過去美好的東西，不斷嘗試從傳統中萃取更有族群特色的東西，但我們應用更寬容的態度來對待新的事物。（吳盛智對客家流行音樂的影響，謝宇威，2003/12，客家雜誌 162）

邱彥貴、吳中杰（2001）指出，客屬音樂人思考著也該在流行的模式上，讓自己的母語傳揚。我們先聽到陳昇加黃連煜的「新寶島康樂隊」混血專輯，再來是多年從事流行音樂製作的顏志文走到臺前，在一九九七年出版了「係麼人仔介唱山歌」。這是客語音樂頭一回在主流市場發行；「交工樂團」的專輯，從「觀子音樂坑」琢磨客語搖滾後定位，現在在南臺灣擔當美濃反水庫的發聲。

客家新音樂亦可稱之為「客家創作流行歌曲」，除了有客家語言邏輯不同的特色外，和其他的音樂還有什麼不同？客家新音樂結合西洋曲風與傳統山歌的特色，既富現代感，又保有傳統鄉情風格。（客家新音樂的興起、發展與未來，劉楨，1998/1，客家雜誌 91）

傳承的話，我是覺得某些藝術，應該是設法給他有些創新啦，所以一些客家的流行歌曲或是創作歌曲，最近幾年是蠻蓬勃發展的。（訪談編號 A）

不是說把以前的全部丟掉，是要再創成新生命，像是有一些客家歌手我就覺得不

錯，就是在音樂上的一種創新，那在客家建築和繪畫我還沒有看出來。（訪談對象 F）

傳統客家文化的特質，像你這種年輕的客家人應該不會認同，所以年輕的客家人應該有自己的客家文化，是用另外一種表達的形式存在，像是流行歌曲，如果要傳承語言也可以用客家流行歌曲來呈現，應該用這種方式，這些也是可以留存起來，傳給下一代的。（訪談編號 E）

在 2007 年，林生祥以「種樹」專輯獲得第十八屆金曲獎「最佳作詞人獎」、「最佳客語歌手獎」、「最佳客語專輯獎」。他以婉拒客語獎項的方式，表達了對金曲獎以族群語言分類的的不滿，認為應以音樂類型來頒發獎項，受到社會大眾、媒體以及新聞局的注意。

跟著時代的趨勢的改變，近期像是金曲獎的林生祥把客家山歌重新演譯，還有硬頸暢流客家樂團就唱了很多很好聽的歌，現在有一些流行文化和客家人的形象做結合，這都是可能可以改變客家刻板形象的，像是客家山歌可以重新包裝成新型態的流行歌曲。（訪談編號 D）

（三）地方產業

1. 桐花祭

從 2003 年開始，行政院客委會將美麗的油桐花與客家文化相結合，與各地方政府合作推出桐花祭活動，雖然油桐花不完全為客家族群所代表，但是從客家族群艱困的生活歷史經驗方面，油桐花也曾參與其中。

客家人刻苦耐勞，有客家人及可種桐樹地方，都種桐樹，預備賣給日本人大賺錢，奈何中日斷交後，我們所種的樹沒賣出去，現已成老樹，每年五月桐樹開花地方就是我們客家人曾夢想的地方。（憶客家桐花祭饗宴，老農熱淚汪汪，林初成，2003/6，客家雜誌 156）

今者被發現他的白色盛開的花之美，在初夏的綠色森林中，呈現它的存在，雖然油桐樹的功能不如往昔，但反而以「桐花祭」，成為新的地位！（桐花祭與油桐樹的故事，黃榮洛，2004/6，客家雜誌 168）

去年，行政院客委會推出新點子，在客家庄辦理「桐花祭」活動，的確非常新穎而有創意的構想。從小成長於客家庄山區的我，著實被吸引住了，也引起世人的注目，提昇了客家的知名度，甚至還有人抗議油桐花不是客家人的專屬。（桐花「祭」！「季」乎？—談字義，徐貴榮，2004/6，客家雜誌 168）

黃卓權老師，他對桐花就有比較不同的意見，認為桐花其實不能完全代表客家，應該是樟樹。（訪談編號 G）

像是桐花就是炒起來的，能不能完全代表客家，這個很難說。（訪談編號 H）。

隨著時代的演進，客家文化也隨之更新；客家現代文創品包含了傳統文物的創新，以及現今具客家文化精神之文物，特別是由現代客家年輕子弟所設計，或是改良傳統手工藝衍伸出的特色產品等。此外像是現今文化產業所推出之週邊產品，例如當今的油桐花祭的週邊商品，都十分受到大眾的注意與喜愛。

客委會主委李永得表示，今年桐花祭為提昇經濟產值，透過相關產業輔導及異業結盟計畫，匯集國內客家特色及文化創意產業能量，輔導推出各項富含客家文化及故事內涵，並具現代設計感與實用性的桐花創意商品。這些商品大大突破了過去大眾對客家產品的想像，也開啟了未來客家文化創意產業發展的契機。（客庄打拼 春雪成化金，本刊綜合報導，2006/5，客家雜誌 191）

重大的改變是因為客委會的關係，所以像現在講的客家美食啊，客家花布啊，還有桐花祭啊，其實是顯示客家也蠻有創意的那一面。（訪談編號 A）

現代的客家人會把一些傳統的元素去說明什麼是客家人，比如說現在的桐花祭，也就是現代的客家人會用自己的一套方式，去解釋為什麼是客家的一個部份。像是客家花布還有創意美食，也就是用另外一種方式，來說明什麼叫做客家。（訪談編號 E）

2. 客庄特色

台灣客家著名的手工藝品，因為某些客家諧音、結合當地特色，或是具有特殊的客家歷史，而成為客家庄特別的產物。像是三義的木雕、新竹橫山九讚頭的滿月娃娃、獅潭的紙湖村以及各地的窯業等，都存有濃厚的客家特色；其中木雕品漸漸發展成為三義的主流產業，在民國八十二年首次舉辦三義木雕藝術節，八十四年成立木雕博物館，至今仍名聞遐邇。

美濃的油紙傘為南部客家傳統器物的重要一環，在客家人的傳統觀念中，油紙傘本身就是代表一種吉祥之物，油紙傘的「油」，音似於客家話的「有」，而「紙」音近似於「子」，而「傘」字內有四個「人」，代表多子多孫之意，在傘打開後，呈現圓形狀，而有代表著「圓滿」之意。美濃油紙傘的集散地位於高雄縣美濃鎮中正湖畔，其源自廣東潮州，而後聚集了數家專門製作最具鄉土風情的美濃紙傘民俗工藝中心，後來成為美濃地區最著名的手工藝品（曾逸昌，2005）。

美濃在台灣的客家論述很強，南部客家的話就是講美濃，像是那個紙傘、菸草，這個對美濃人來講都是很重要的。所以，這些和我之前講的，客家家飾、藍衫、紙傘，這些都是相關的。（訪談編號 A）

北臺灣客庄，則從「客家花布」出發，廣泛地運用在各種生活用品上，值得期待，新竹九讚頭社區經過了十多年的社區醞釀，近年推出了以花布製作的九娃娃，相當受人

歡迎。政府部門也在客家創新服飾文化上表現相當積極，嘗試引發領頭作用：行政院客家委員會、桃園縣政府等各級政府與年輕設計師推動的客家花布衣飾創造；苗栗縣政府與苗栗市公所，分頭推動符合新時代需要的「客家衫」，都是值得收藏與欣賞的對象（陳板，2004）。

最近在講的那個客家花布啊，其實也是客家文化產業的一部分。（訪談編號 A）

像是桐花祭、藍染、花布來說，它也有很多傳統文化的意義在裡面，只是它用一種新的形式來呈現，我覺得就是要創造出新的機制、平台或管道，來保存這些文化傳統，這樣的話這些文化我覺得掉的不會那麼快，如果只是強調傳統客家文化的復興，那種文化的傳承和保存反而會造成更大的流失。（訪談編號 E）

對於創意產品的再造，除了結合地方特色、將產品重新包裝行銷外，更重要的是要符合現代消費者的需求，徹底改造傳統產品，而且在處理方式上，要能結合業者、生產者以及地方居民三方面一起努力，才是完整的政策體現。

以客家創意產業來講好了，不是說改包裝就是創意產業，我覺得客委會不只是要幫助業者，而是要幫助客家產業能夠再創新才是，比如說像豆腐乳好了，不是說把它換包裝就可以，這個東西現在也比較沒有人在吃，因為這是比較傳統的東西，所以客委會要做的是把豆腐乳改變成為一個新的產品，把它跟什麼醬料合在一起這樣的產品，是一種新的產品，像是日本人的味噌一樣，有好多種不同口味、不同等級、不同年代，是要把一個傳統的東西徹底創新才是。（訪談編號 E）

第二節 解嚴後客家形象之討論

從客家雜誌二十年間的文章分析中，經過研究者的立意抽樣，樣本分佈如表 4-1 所示；從整體來看，義民論述、傳統精神的文章數量相當，各有 47 及 34 篇，勤勞節儉與婦女美德的描述較少，僅 19 和 25 篇，文化產業發展的文章較多，共有 122 篇的文章討論，尤以第四時期為重。

在當代台灣客家問題方面，以客家語言和認同之喪失的討論為主，總計有 140 篇的討論，對於族群雜誌來說，不免有維護文化的責任，加上讀者可能的母語維護框架限制下，故取決了較多的語言問題再現；另外在晚近的雜誌文本中，對於傳統精神與藝術流失特別的注意，有 19 篇的文章討論，多集中於近期的文章內容，與台灣客家族群意識抬頭有關；此外，文章內容呈現許多關於客家文化流行化的論述，以及行政院客委會的政治聯想，有 32 則文章篇幅，數量雖不多，但集中於正名宣示以及政府推廣期，對於晚近客家族群的形象，也帶來一定程度的改變。

以下便以抗爭運動、正名宣示、文化發展和政府推廣四時期為論述範圍，以及探討各時期的分水嶺為何，也就是重大的客家事件對於客家形象的影響以及客家雜誌內容的

呈現變化。

表 4-1：客家形象特質各時期分佈說明

分析項目		1987-1989	1990-1995	1996-2000	2001-2006	小計	總計	
勤勞節儉	艱困環境	9	0	4	4	17	19	
	城鄉差距	1	0	1	0	2		
義民論述	閩客論述	詮釋主導	7	5	3	1	16	47
		社群信仰	1	4	11	5	21	
	祭典活動	政治活動	1	2	5	2	10	
傳統精神	重視教育		1	0	0	1	2	34
	重視倫理		2	0	1	0	3	
	革命性格	美濃抗爭	0	7	6	0	13	
		社會運動	13	0	3	0	16	
婦女美德	生計來源		9	10	3	0	22	25
	婆媳關係		0	3	0	0	3	
客家文化產業發展	客家美食	歷史環境	6	22	9	5	42	122
		地方再造	0	0	0	4	4	
	歌曲戲劇	山歌與採茶戲	1	14	7	8	30	
		流行歌曲	0	0	4	8	12	
	地方產業	桐花季	0	0	0	10	10	
		客庄特色	2	3	8	11	24	
客家語言與認同之喪失	政策問題與遺毒		7	1	2	5	15	140
	強勢族群的同化		11	21	14	16	62	
	媒體與刻板印象		2	4	1	4	11	
	逃難與自卑性格		6	23	17	6	52	
傳統精神與藝術的流失	都市化與人口外移		0	1	2	0	3	19
	後繼無人的困境		0	1	6	7	14	
	內部的不團結		0	0	1	1	2	
客家文化與流行現象	文化價值的再創造		0	0	3	19	22	32
	客家文化流行文化		0	0	0	5	5	
	選舉支票與客家		0	0	0	5	5	
總計		73	117	117	121	438		

資料來源：本研究自行整理。

一、母語運動期（1987~1989）

從整體來看，客家文化復興運動的第一時期，也就是客家風雲雜誌的時代，由於社會中醞釀著社會運動的氣氛，加上長期對於禁說方言政策及福佬沙文的不滿，內容偏向振興客家語以及客家語傳承的論述，對於國語及閩南語的獨尊批評亦相當激烈。

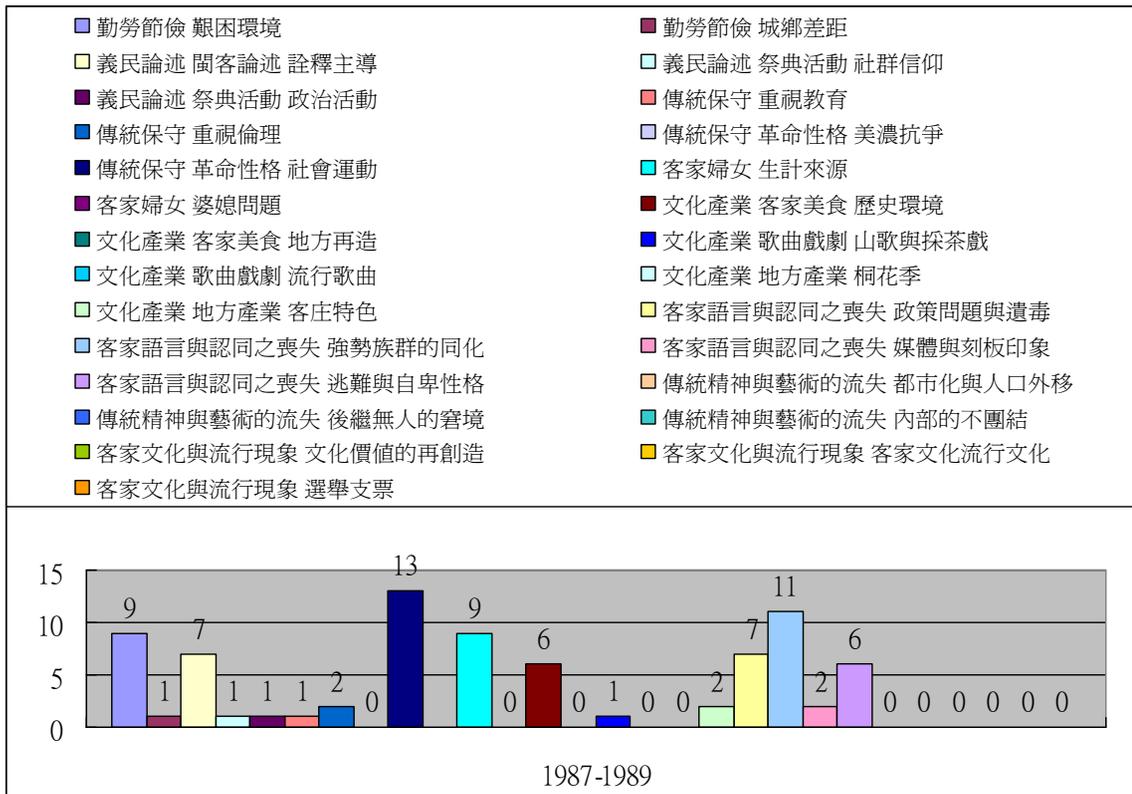


圖 4-7：母語運動期客家形象特質說明

在母語運動期中，客家風雲雜誌文章內容的重點在於還我母語運動的呈現，以及勤勞節儉和義民詮釋權的爭論，另外在政策問題方面，由於甫解嚴的關係，仍存在著許多對於國民黨政府方言政策的批評。

一九九八，十二月廿八，歷史將會紀錄下這一日，鑼鼓激昂震天，串串鞭炮不可抑遏地夾道爆裂，眾人群的呼聲響徹雲霄，山歌採茶也一一搬演上場，指揮車以超高分貝的音量衝擊東區摩天大樓的圍牆，台灣客家人莊嚴地為族群文化的延續走上街頭。（1228 歷史將會紀錄下這一日，編輯部，1989/1，客家風雲雜誌 15）

從早期客家風雲雜誌對客家印象的調查中，台灣其他族群對於客家人的刻板印象仍然存在，舉凡勤快努力、拘謹保守的正面印象，或是吝嗇小氣等負面印象仍較為強烈，顯示出台灣客家人被一定程度的標籤化，尤其被強調艱困環境造就了客家族群的勤勞節儉特質，早期並且傾向訪問客家企業領導人或政治人物，透露屬於客家人的硬頸精神及簡單樸實的個性。

從早期的隱形，到 1988 年開始的還我客語運動，解禁之後大家都大鳴大放，這可能也跟政治背景有關，也跟早期族群之間互相不了解，導致客家的刻板印象，晚近的年輕人也許特性就不這麼明顯了。（訪談編號 D）

在整個創業的過程中，吳文華先生發揮了屬於客家人堅韌的特性，不輕易像劣勢低頭，愈挫愈勇，正是所謂的「硬頸」。（最初也是最後的堅持：專訪萬家香企業董事長吳文華，邱陵，1988/2，客家風雲 4）

在義民論述方面，傾向義民信仰的正當性，文章內容中也多呈現以歷史解釋義民意義，來扭轉或伸張義民的合理性，並且定期報導義民祭典的過程，提供給客家鄉親客家活動的相關訊息。

文化產業的部份較少著墨，可能與當時客家鄉鎮尚未都市化、觀光化、文化產業化，以及社會運動的氛圍有關；在語言文化的傳承方面，聚焦在國民黨統治時期的方言政策，以及即將興起福佬勢力的威脅，如同文化產業的部份，關於傳統精神和藝術的流失的內容也較少，早期論述的主軸尚未顧及文化藝術的傳承部份。

整體而言，由於客家風雲雜誌定位在於保存母語、傳承客家文化來凝聚客家認同，使得客家運動主要訴求集中在現行不當的語言政策上，外人對於客家運動的理解，也僅在於爭取客語節目的表象上，無法思及既存的不合理結構所造成的族群不平等。當雜誌易名為客家時，摒除以往歷史人物的光環，不再以客籍名人當封面，對於客家傳統文化、民俗、語言報導甚多，風格趨於靜態（曾金玉，2000）。

二、 正名宣示期（1990~1995）

在還我母語運動後，客家族群開始體認族群認同問題，1990年12月25日，台灣客家公共事務協會成立，使得「新的客家人」論述也就此展開，透過政治選舉的實際行動呼籲客家族群不該再隱形化，政府感受到客家族群的意識高漲，除了開播客家節目外，也在1991年底播放客語新聞，使客家正式在媒體有了能見度。

在此時期的文章內容中，如圖 4-8 所示，未見勤勞節儉的論述，義民相關文章受到台北市開辦客家文化節的影響下，存有一定的討論篇幅，其他有如傳統精神特質方面，則是以美濃反水庫的抗爭論述為主，從1993年抗爭開始至1999年的階段性任務完成，有一定篇幅的文章在談論此議題，但其餘傳統特質較少著墨。客家婦女美德、客家媳婦的文章內容在此時期開始以專題的形式呈現，顯示出客家婦女在客家族群中的地位。

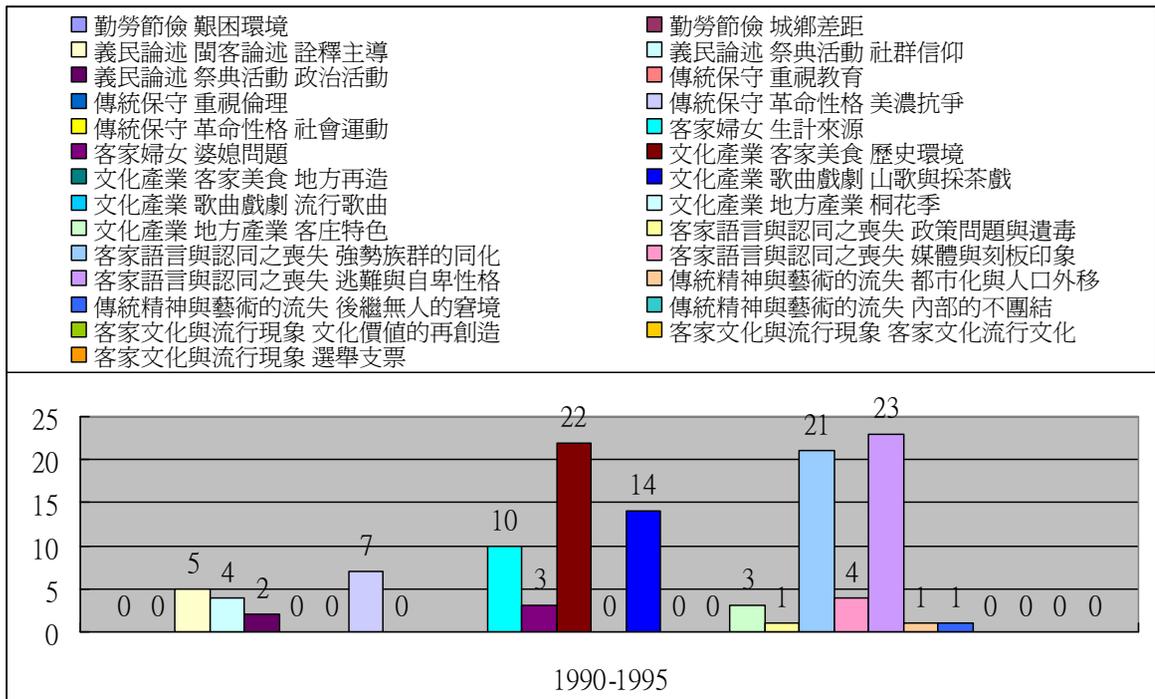


圖 4-8：正名宣示期客家形象特質說明

文化產業方面，在經過前一時期的運動和伸張後，客家族群逐漸開始重新認識客家，雜誌內容因而重新思考客家的特色，因而雜誌規劃了美食專刊，藉此宣揚客家美食；在山歌與採茶戲部份，部份客家意識濃厚之學者專家體認到傳承的問題，以在復興劇校設立客家戲劇科為訴求，希望能夠保存此優良傳統，因此也有相關共鳴，述說山歌與採茶戲的文章日益增多。

客家傳統的食品中，版本來就特別重要且特別發達，顯然受到先民長期飽嘗戰禍、必須離鄉背井，生活極為節儉刻苦，為了因應生鮮食品的困難，加工再製品在客家飲食中幾成了主流，以糯米製成的粿自然廣為流傳。（甜粿好吃菜包香：傳統客家人新年應景的粿，於晴，1990/1，客家雜誌 1）

在傳統和語言文化的傳承方面，較少提到政策不公、資源不均的部份，反而是以閩南族群的強勢同化為主，因此也帶起了客家人自卑與隱藏性格的討論，反映了「新的客家人」論述。

好久以來，客家人被認為畏縮的一群，自卑的一群，懦弱的一群。我相信「新的客家人」多起來以後，客家人能發揮潛力，為全體客家人，為全體台灣人來貢獻我們的力量。（客家話與客家精神，鍾肇政，客家雜誌 12，1990/12）

在客家文化復興運動的第二時期中，後期在寶島客家電台的設立上遭到阻礙，引起軒然大波，因此在 1994 年之後，客家電台的成立成為焦點，也帶起了後來許多關於客家語存續的討論，以及客家語沒落的原因探究。劉惠玲（2005）指出，透過政治運作的

過程及「客家說帖」的說明，台灣客協企圖尋求政治力的運作過程並跨越了族群支持的力量，強力地擺脫客家人原來「隱藏、冷漠、畏縮」、「不熱衷參與政治」的族群圖像及刻板印象，藉以爭取更客家權益的幅員。將這些訴求除了對客家權益議題上的關注外，甚而更加關心台灣整體社會民主政治的發展。

三、 文化發展期（1996~2000）

隨著寶島客家電台在 1996 年 7 月正式核准成立後，新客家電台也醞釀成立，於是客家族群在台灣北部以及桃、竹、苗地區擁有了屬於客家的廣電媒體，對於文化和語言保存方面有極大的助力，也因此帶起了需要客家媒體的訴求論述，第一個客家電視頻道—中原客家衛視也在此時期成立，在客家書籍的數量方面，在此時期也有顯著增加。

寶島客家電台的成立受到廣大鄉親的擁護和喜愛，對客家文化的傳承有莫大的貢獻。而多年來相繼有中原週刊、台北客家雜誌大力宣揚客家文化，提昇客家族群意識，隨著參與客家文化之熱心人士也越來越多，現在成立「新客家電台」來配合推廣客家文化更具意義。（新客家電台成立感言與展望，蔡國田，客家雜誌 83，1997/5）

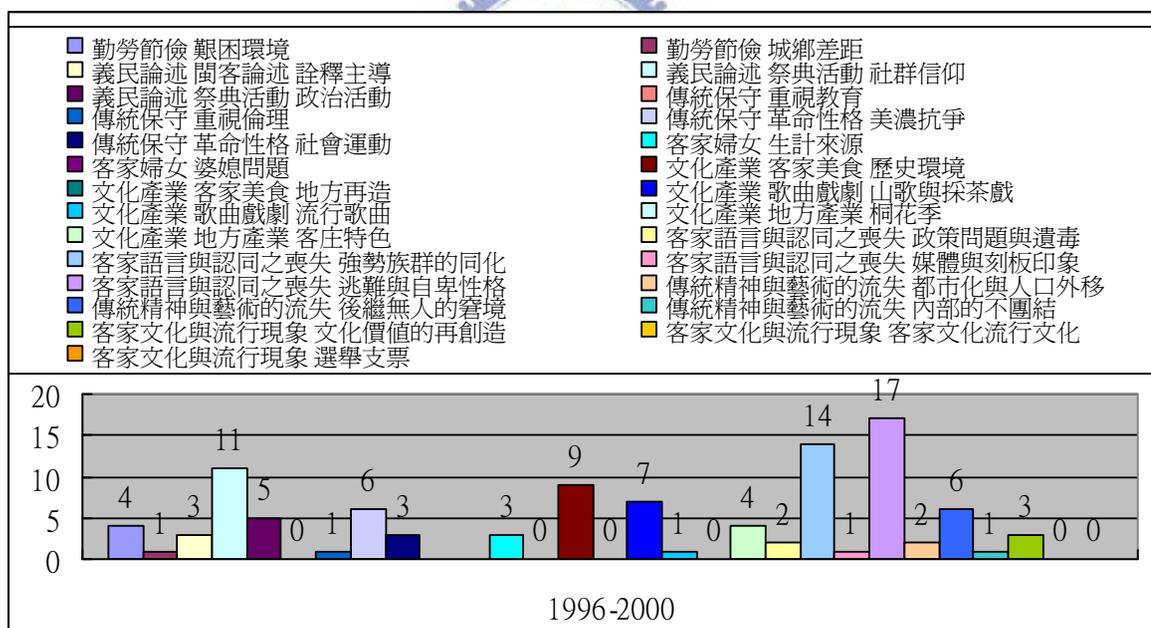


圖 4-9：文化發展期客家特質說明

1998 年 4 月，教育部出版之國民中學教科書「認識台灣—社會篇」中，將義民爺論為孤魂野鬼，以及閩客的孰為台語之爭，因此義民論述和閩客紛爭在此時期的討論甚為激烈，客家有志之士也開始再次詮釋義民的歷史，試圖扭轉不利於客家的刻板印象。此外，在此時期中，有兩次以福佬客為主題的討論，因此在族群同化與傳統精神喪失的論述也十分豐富。

無論台灣南部客家人的「忠義祠」或北部客家人的「義民廟」，齊所奉祀的都是保家衛鄉而戰死的客家先烈的神靈！因此忠義祠也好義民廟也好，全台灣的客家人都崇拜它們為客家人的「忠烈祠」！（忠義祠和義民廟都是客家人的「忠烈祠」，鍾孝上，1998/5，客家雜誌 95）

在 1999 年，當時台北市民政局長林正修因為用客語接受採訪，被媒體記者以離席方式對待，引起渲然大波，客家鄉親紛紛在雜誌中反應此議題，認為受到歧視及不平等的對待，故第三時期在語言與認同傳承方面與客家族群隱藏和自卑性格的討論甚多。

林正修事件凸顯的問題至少有下列三點值得討論：一、媒體是否為社會公器。二、媒體與台灣少數或弱勢族群語言文化的生存及發展關係。三、客家人的主體性意識問題。（客家與媒體：林正修事件的啟示，范振乾，1999/4，客家雜誌 106）

此外，如同義民祭典的政治活動傾向，客家雜誌亦開始染上政治色彩，在選戰時期，客家雜誌會扮演候選人政見宣導的傳聲筒，尤其是關於客家政策方面，在候選人中，會強調出何者為客籍，而且在廣告上，也可見候選人的宣傳蹤跡，代表著身為客家族群媒體有其一定的影響力。

另外在客家文化產業方面，也逐漸受到重視；台灣從 1998 年開始流行客家擂茶，經熱心人士的推廣和舉辦活動，加上媒體的報導使擂茶漸漸廣為人知；伴隨著許多地方文化產業發展，許多客家庄的特產也逐漸打響知名度，成為客家觀光勝地的賣點之一。因此關於文化產業和地方特色的文章逐漸增多，與台灣觀光事業的推廣與客家族群的能見度提高有很大關係。

在客家人豐富多彩的飲食文化中，擂茶是最具代表性的一種美味，而且其製作方法古樸典雅，充分體現了客家人對古代傳統文化的承傳。由於擂茶的主要材料價格低廉，輕便易攜帶，史料記載「宋」耐得翁（都城記勝）中已有了擂茶的記載，客家人為了逃避戰亂，就把擂茶當作日常生活的主食之一，也是為待客之佳餚。（擂茶飄香，范榕真，2000/12，客家雜誌 126）

曾金玉（2000）指出，從社會運動理論中的政治過程論的闡述中，可看見「寶島客家電台」的設立，對於當時的台灣社會反應三種現象：1.大環境結構因素的轉化，使得政府容忍反對運動的形成，進而對民間電台設立採相關之嚴格規定採鬆綁、默許的態度。2.對於串連客家意識，並以電波作為族群的動員，客家電台扮演了重要的角色。3.客家電台的設立，對於擴增客家意識的覺醒即認知解放的範圍，其力量有一定之貢獻。

四、政府推廣期（2001~2006）

在政府推廣期中，以 2001 年行政院客委會的設立，和 2003 年客家電視台的相關議題為主軸，在語言教學和認同傳承方面更加重視，客家雜誌的內容客家族群有更多關於

後繼無人的體認，因此大聲疾呼要維護傳統文化。

歷經數十年台灣社會的政治、經濟、文化，甚至國際、兩岸架構的巨大變遷衝擊後，在許多客家鄉親已經明顯感受到傳統文化承續、發展的嚴重危機下，行政院在政府組織架構層面成立客家事務委員會，不啻對客家文化在台灣的文化延續發展地位的認同，提供了基本的政治肯定。（客家委員會的業務界定與規範應多加重視，陳良潮，2001/6，客家雜誌 132）

由政府單位的主導下，客家桐花祭、一庄一特色的規劃，使得此時期的文章主題有更多著墨在文化產業的部份，紛紛以觀光景點的報導方式介紹客家庄，並配合地方特產，做更完整的地方特色說明，因此客家文化價值再造的議題成爲核心，刊載量爲前三時期所未見的，如同圖 4-10 所示，光是客家文化特質的再創造中，就有了 19 篇文章之多。

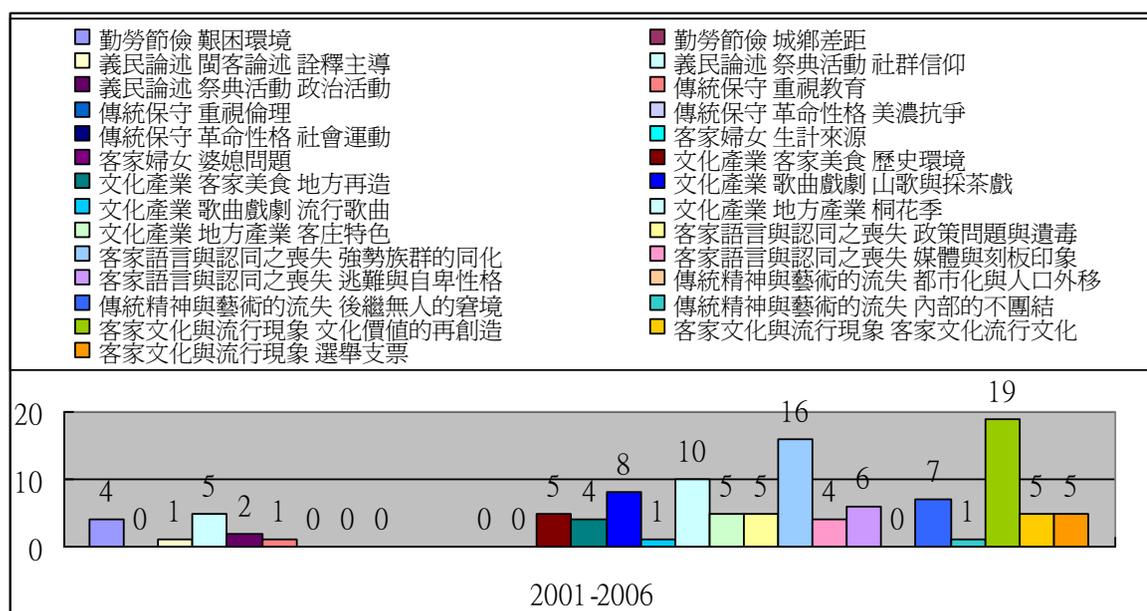


圖 4-10：政府推廣期客家特質說明

在語言教學和認證方面，也是此時期的主要議題，在政府通過母語教學法案後，母語教學的問題始終爲客家鄉親所重視，師資的培訓上也有許多討論；初級客語認證亦爲創舉，因此客語傳承的問題成爲了公領域的議題，受到政府以及全民的重視。此外，各大學客家學院和研究機構的設立，爲此時期客家發展的重點之一，意義在於客家人才擁有專業的系所培訓，不僅是在歷史、社會和媒體方面都有客家新進精英可以傳承。

想要傳承客語之一脈相傳，除了有賴政府單位的重視與輔導之外，身爲父母的更需在家庭日常生活中，時時營造講客語的環境，其效果將數倍於校園中每週區區四十分鐘的學習成效。（客語沒落的迷思，傅國政，2004/11，客家雜誌 173）

另一方面，客家電視的開播雖為客家族群所樂見，但由於仍處草創時期，內容確實為閱聽眾所詬病，彭文正（2004）在客家電視開播第二週，對收視者進行調查中發現，客家意識影響客家話能力、文化期望，進而影響收視行為，而客家意識強者，多半是年齡高，教育程度低的收視者。對於客家電視台來說，內容不應只是傳統客家文化的老調重彈，應當加入更多元的節目內容，近年來雖已逐漸上軌道，自製節目的比例也逐年升高，但仍有一大段路需要努力。

客家電視的成立對客家族群認同還是有一定程度的正面效果，但也不是萬靈丹；現在看客家電視台的，年紀應該都大一點，客家電視台的節目說實在也不長進、不吸引人、不夠多元，不是把國語的電視配成客語，就是唱歌，不然就是小朋友的節目，對我們來講不太有吸引力；客家電視台的節目可能跟經費不夠，人才太少有關，我覺得節目可以委託年輕人來製作，這樣才會吸引其他族群的人看嘛。（訪談編號G）

此時期為客家文化復興運動的重要時期，也是一直以來的民間力量轉為政府主導的分水嶺，但由於為民進黨政府總統大選的競選支票，因此難免流於政治意味的聯想，因此客委會與政治難以脫勾，故時有客委會預算刪減、客委會裁併的聲浪傳出，所幸至今仍妥善保存。

在文化推廣方面，部份客家人士亦擔心客家文化可能的流行化、浮濫化，因此，客家文化的保存，除了政府單位的主導外，民間力量亦須源源不絕的傾注，如此才能確實地保存及維護客家文化，拋開藍綠政黨鬥爭的色彩，進而激起更多客家族群的客家意識，才能使台灣多元文化社會能夠共存下去。

從國家考試命題事件、客委會預算遭凍結到最近的立法院禁用客語施政報告。試問，哪一起事件不是客家族群真實政治經濟的體現，那一事件不是真實地反映出了客家社會的現狀…學生們關心的不會只是未來在各大大小小客家館舍中的工作機會而已！如果只是如此，恐怕將來「客家研究」所累積出來的成果將成為只是紅極一時的廉價蛋塔。各個館舍將成為展現客家標本的博物館。（客委會主委講客家話被拒後的反思：大學客家社任重道遠，葉日嘉，2005/12，客家雜誌186）

政府與非營利組織彼此透過資源的整合與合作，將社會資源與國家資源予以重新配置或有效率的配置，提高資源的使用效率，使原本可能被低度利用的政府與非營利組織資源因而轉變成高度使用，並經由利益與權力的分享，使得彼此均互蒙其利，故為一項恆贏策略。套用於行政院客委會與各部會和各地方政府的合作，也應以維護客家族群福利為目標；如同邱秀宇、陳定銘（2007）所述，行政院客家事務委員會在辦理客家桐花祭活動，就是期望透過「跨部門合作」的形式，且強調過程與結果部分，它非但不是一種零和策略，更是一種雙贏策略。

客家桐花祭是全國唯一整合中央部會及民間企業資源所舉辦的大型文化饗宴，希

望透過這樣的合作方式，在大家共同努力下，不僅再現桐花山林之美，亦讓國人能充分體會客家人的智慧，欣賞客家的藝文，讓客家桐花祭真正能達到「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的目的。（2004 客家桐花祭—新竹參訪記，劉楨，2004/5，客家雜誌 167）

第三節 客家族群與文化之危機

這二十年我覺得能用的方法大概都用盡了，客家文化我認為這是最好的階段了，之後要看有沒有年輕人要加入，如果有的話就希望，沒有的話真的很困難。像上禮拜六我們在台北辦一個客家研討會，就被提出來一個問題就是說，二十年前就是你們在搞運動的，二十年後還是你們在這……（訪談編號 C）

客家族群存在著先天不足、後天失調的劣勢，在人口數量上，不及閩南族群龐大，卻又無法掌握有如外省族群的政經優勢，也不若原住民族群需要立法保護，淪為選前拉攏、選後遺忘的悲慘族群。而客家人本身的隱忍性格與對外在環境的適應與順從，也是使得客家人隱形化的情形越趨嚴重之因。

本節便以客家族群的當前危機作為討論的重點，分別以客家語言與認同、傳統精神與藝術的流失及客家文化流行化現象之問題做討論，以文本資料與訪談內容的資料中，找出現象及可能解決的方式。



一、客家語言與認同之喪失

語言與認同是客家族群一直以來的嚴重問題，在雜誌內容中時常看到關於語言及認同問題的討論。如圖 4-11 所示，在政策問題方面，以抗爭運動期著墨最多；逃難與自卑性格的描述方面，在政府推廣期有顯著的減少，與客委會的成立使客家族群意識抬頭有很大的關係；但在強勢族群的同化上，仍存在一定篇幅的論述，顯示出台灣社會結構仍未完全多元，客家族群仍有被邊緣化的焦慮感。

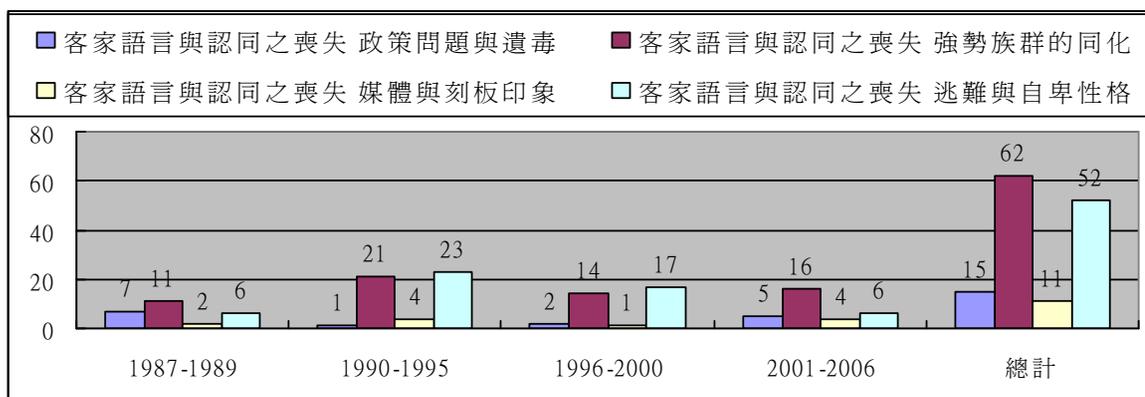


圖 4-11：客家語言與認同喪失問題說明

(一) 政策問題與遺毒

彭維建(2004)指出客家族群文化快速消失的危機，主要來自民國之後，國民黨政府透過廣電法，窄化母語出現再大眾媒體上的機會，過份強調唯一的官方語言，在學校禁止講母語的政策，使得親子之間造成母語的斷層。

謝文華(2002)指出廣電法廢除「方言限制條款」雖給母語帶來生機，但卻未通過「保障少數族群語言條款」；早期雖在大台北地區有了寶島客家電台的成立，但是在市場競爭的機制下，客語無法有效在公共領域中呈現。

喉！你說方言，拿一張國語牌來。這個經驗曾變成多少人的夢靨！當年說方言會受處罰，如今看來多麼令人發噱！甚至齒冷！（羅肇錦，1987/12，客家風雲雜誌3，每日一字：客家話根源）

語言、文化的消滅亦即民族的覆亡，這是一件十分殘酷的事。政府如平等開放各種語言的傳播權與使用權，將可製造台灣內部各民族之間的和諧氣氛，更可增進台灣的民主形象。（應是「多語」不只「雙語」，洪惟仁，1988/6，客家風雲雜誌8）

如果推行國語推行到使各地方、各民族的语言、文化都面臨滅絕，這是一種罪惡！（消失中的台灣語言，陳今次，1988/11，客家風雲雜誌13）

國民政府實施的戒嚴統治，透過最強力的「政治社會化」機制—學校教育體系的運作，迫使學生從幼稚園、小學開始不准說自己的母語，違者將受到嚴厲的處罰，例如罰錢。還有其他各種羞辱性的體罰，甚至用肥皂刷洗牙齒及嘴巴，這些都是包括筆者在內三十五歲以上的本省人共有的學習經驗。從此，客語再也不是學習的語言。（「客家人的聲音」滄桑史之二，范振乾，1999/10，客家雜誌112）

禁說方言與廣電法的方言限制條款的影響甚鉅，使得客語在公共領域消失四十年有餘，導致客家年輕族群的客語使用比例越來越低，在都會地區的尤其嚴重。有如徐正光、蕭新煌(1995)的調查指出，台北地區四十歲以上的客家人，大約只有一半能說流利的客家話；夫妻間的溝通或子女的溝通，只有不到兩成使用客語。

在歷史背景和社會現實雙重因素影響下，習於以閩南語或國語謀生度日的客家人就在不知不覺的被動情境中日漸疏離母語，加上沒有人告訴他們母語的可貴以及必須保存流傳的理由，客語實際上早已被悄悄地「擠出」家庭之外，在日常生活上幾乎沒有客語存活的餘地，客家兒童因此也就失去了學習母語的環境。有很多人責怪何以客家家長沒盡到在家中傳承母語的天職，其實他們並不了解時空背景造成的因果關係。（搶救已被擠出家庭的客語，張世賢，2002/11，客家雜誌149）

不管是客家、閩南或原住民，當整個社會結構沒有合理化的時候，就是你講原住民話會讓人瞧不起，那麼就很難講說這語言要由誰來承擔。（訪談編號 C）

對於族群文化和語言保存來說，政府推廣的力量雖為刻不容緩，但在家庭方面，母語的傳承也有許多問題存在，因此社會結構上的不合理造成了客家語言斷層的出現，應需要進一步法規的建立來制衡，也讓台灣其他族群能夠更包容多元文化的共存。

瓦歷斯·諾幹指出他在夏威夷參加「世界少數民族」一項會議時，有一個意想不到的共同結論，那就是『一個民族的母語，當需依靠政府列入教育課程時，就是它進入滅亡之際』；事實上近年母語教育之效果不彰，亦復明證如是。（族群與文化發展救母語 政府家庭均不需花大錢，宋細福，2004/9，客家雜誌 171）

我覺得要從比較具體或抽象的層次，比如說法律上要能保障，像是去年大概這個時候，有一個苗栗的阿婆，他去嘉義探監，那他就跟孫子講客家話，結果就被禁止，那這不是機構上對母語最大的侮辱嗎？所以在法律上、行政上一定要讓母語有公平存在的理由，然後才有在社會上有正當性，多元文化存在的理由才能夠被接受，再下來我們才能談各個文化的意涵，能互相欣賞，這是從政治、文化到日常生活很多層面都要完成，民俗藝術、語言都可以被接受，那認同問題自然就沒有問題。（訪談編號 C）

施正鋒（2004a）指出少數族群的權利（minority rights）包括認同權、文化權、語言權、教育權、媒體權以及政治參與權。等同於媒介多元文化主義的探討，以弱勢或少數族群的傳播權力來論，媒介近用權（Right of access media）的概念也受到傳播學者的重視。

陳一香（1999）將 diversity 一字加以解釋並衍伸，指出多元論的意涵係指「競爭」、「參與」、「分權」與「制衡」的精神，而多元文化論則進一步強調的「差異」、「認同」等概念；而當代社會中政治力與經濟力的結合，已使媒介多元化具體實踐，被視為抗拒媒體單一化與集中化、提供閱聽分眾更多選擇、反映社會不同成員差異、落實言論自由和保障少數傳播權益，而且擁有接近使用權、詮釋權和選擇權的理念實踐。

我們在欣慰台灣族群生態已脫離了省籍二分的對立與矛盾，進而欣賞包容多元族群差異所展現的文化多樣性之餘，也應正視和體會四族群中處於少數或弱勢的原住民、客家和外省這三個族群的集體心事，政府應以有效的經濟、教育、政治和積極的文化語言政策，更全面的民主鞏固制度，和唯才是用的措施，來紓解和降低他們的疏離、不平和焦慮。（從客家委員會成立談當前台灣社會的族群意識，蕭新煌，2001/8，客家雜誌 134）

社會結構合理的時候，認同自然就會有，而且現在的認同是交叉的認同，如果爸爸是閩南人媽媽是客家人，我也可以說我是閩南人也是客家人，每個人都會接受，所以這樣多層次認同的概念，現在都漸漸被接受了，不是真的很困難。（訪談

編號 C)

台灣的家庭裡面本來就會有很多族群的人存在，但這不是要有一個強烈的客家認同，而是要有一個對其他族群欣賞的基礎。所以這個認同應該是要對其他族群也有一個同理心才是，所以這是一個多元文化的基礎，就是你要自我認同，你才能認同別人。（訪談編號 B）

不需要族群融合，因為融合這件事情還是傳統的。從現在後現代的概念來看，你客家就保留原本客家嘛，閩南也保留閩南，在十九世紀、二十世紀閩跟客可能會因為你我不同而打打殺殺嘛，但是這種狀況在後工業社會可能會覺得這樣很好啊，不一樣才是很好嘛，所以也不要談什麼融合不融合，不一定是緊要的事情。（訪談編號 A）

(二) 強勢族群的同化

此類目為當代台灣客家問題中討論最為豐富，總計達 62 篇之多，顯示出台灣客家族群有嚴重的邊緣化問題，而雜誌也一再維持此文章內容的能見度，用來示意閱聽眾此問題的嚴重性。

閩南族群的同化和近年來本土化意識崛起、客家族群的散居和閩客之間的歷史包袱有很大的關係，優勢族群的壓迫以及種種外在因素，讓客家族群隱形化情形更嚴重，除了桃竹苗及六堆客家人數量優勢地區外，客家人必須被迫隱藏自己的認同。

當崙背鄉的男人在訴說服兵役時，好不容易遇到了幾位同事客家人的袍澤，而很高興的去攀親拉故，但是一開口，他們不是被譏笑語言的怪異，就是被否定同是屬於客家人，因而得不到認同，最後乾脆隱瞞自己客家的身份，而以閩南人自居時，我真的不敢去相信這是事實。（怒問客從何處來：雲嘉南消失的客家人初探，彭啟原，1992/3，客家雜誌 22）

客家人除在歷史上遭到外來統治者壓迫外，現今又遭受河洛沙文主義的壓迫。這些壓迫的表象有：視客家人小氣自私，客家男人懶惰讓婦女勞動，客家人土裡土氣，客家話嘈雜難聽…客家人在台灣住了兩百年還不會講台灣話，沒資格做台灣人！（河洛沙文主義與隱形的客家人，劉紹楨，1993/7，客家雜誌 38）

我看過文獻，客家人開始不敢講客家話，是到了台北之後，講客家話會被人欺負，包含通霄、苑裡的客家人，我有一個朋友，搬到了通霄的街上，他父母就叫他不要講客家話，不然會被人家打，因為通霄街上有比較多的閩南人。（訪談編號 H）

在少數族群的聚落空間裡，少數族群若欲對抗主流文化，其力量應來自於構築一個密集的生活與論述空間（丘昌泰，2006），在都市地區的客家族群，由於閩南人與閩南話的強勢，必須適應沒有母語的生活環境，因此漸漸被同化。

在今日這種弱勢族群逐漸被溶蝕的文化環境中，尤其是國語、閩南語強勢排擠下，客家語言彷彿已經被侷限到客家聚落裡了，類似的民俗演出範圍也只好縮小在客家聚落中…隱約還能看見一種客家人對自己的文化形式的執著，始終凝結不會散去。（福佬人看採茶，阮福瑞，1992/3，客家雜誌 22）

一個是社會結構擠壓的關係，一個是政策造成，結果讓客家本身的尊嚴喪失了，導致很多客家人不願意講客家話。（台北六堆人關心客家事務，邱麗珠，2005/6，客家雜誌 180）

台灣的族群大致可分為閩南、客家、外省與原住民，從當前的人口總數來說，客家人在台灣四大族群中僅佔 15% 左右，這個比例相較於高達 75% 的福佬族群而言，實在相差太多（丘昌泰，2006）。因此，大家溝通的語言，除了官方語言北京話之外，最常使用到的便是閩南語，漸漸地，客家族群被閩南族群同化，尤以都會地區的客家族群最為嚴重。

族群同化的後果會導致弱勢文化的消失危機，對於年輕客族來說，面對強勢的閩南語言與文化，不得不學習閩南語，學唱閩南歌，在公眾場合盡量掩飾自己的客家身份，漸漸使自己同質化進入閩南族群的環境。

令人遺憾的是，在本土語言逐漸染上神聖意義，成為民族象徵之際，閩南語卻獨享了台語的尊榮，在挑戰國語的過程中，「國語/台語」形成了一個全盡而排斥的意念結構。（重建和諧的語言生態，楊長鎮，1988/11，客家風雲雜誌 13）

客家活動的場合，只要有非客家人在場，演講者講客語便被台下喊「聽不懂」，而自動改用普通話，那他們明知這是客家活動場所，為甚麼不用心學客家話呢？令人納悶，客家人熱烈的尊重別人，卻常不被人尊重呢？（國會語言的溝通與尊重，社論，2001/8，客家雜誌 134）

十月五日立法院，行政院客委會主任委員李永得準備用客家話報告，並發給翻譯機時，立委朱鳳之、徐國勇不以為然，朱甚至說出「用客家話報告是自卑」的話。（客家人生氣了，採訪組，2005/11，客家雜誌，185）

一直以來，台灣各族群之間互相不了解彼此的歷史與經驗，導致刻板印象的產生，在戒嚴資訊不流通的樣態下，加上近說方言等政策方面的不平等，社會結構處於一個不合理的狀態，民眾只好利用刻板印象來認識其他族群，因此也直接加強了族群間的誤解。

族群之間的互相了解，就是從社會散發出的主體性，這個主體性就是我認同你、你認同我的意識是沒有被創造出來的。我覺得台灣的政治一直沒有很穩定，所以台灣人一直沒有辦法去接受自己跟別人。（訪談編號 B）

我比較不會怪客家人本身，我覺得比較是結構上的問題。像在外面的時候，會有一些客家研究的學者或政治人物，他們會講說客家話會流失是因為你們客家人在家裡不講客家話，這個我覺得只對了一小部份。因為社會上的人對客家人有歧視的話，客家人就會不敢承認自己是客家人，社會上的人覺得客家話很奇怪，或是覺得講客家話沒有用，那在家裡就不會跟年輕人講客家話。（訪談編號C）

反正在目前的社會中，只要會說國語或學會閩南語就可以生存，甚至更有利於競爭…事實上，我們也不應苛責這些人不曉得保護自己的語言，事實上是整個大環境的問題。（專訪羅肇錦：客家話在台語中的定位與意義，劉慧真，1992/3，客家雜誌 22）

（三）媒體內容不足與刻板印象

在本研究解嚴後客家運動的正名宣示期中，寶島客家電台設立的問題，證實了一直以來，台灣的媒體環境的客家文化內容相當貧乏；若以電視媒體來說，在 2003 年客家電視台成立之前，客語節目內容是少的可憐。由於當時的廣電媒體忽略了客家語言文化的存在，使得在都會區長大年輕的客家子弟毫無機會接觸、認識客家語言及自己族群的文化，以致不易對自己的族群產生自我認同，因此客家族群更是成為都會區裡無聲無影被孤立的一個族群。

數十年來，電視上只准播放閩南語節目，而完全禁絕客語節目，官方擺明的態度似乎是閩南語值得保存推廣，客家話登不得大雅之堂。社會大眾當然難免於「閩南優於客家」的聯想，許多閩南人因而養成了優越感，許多客家人相形之下也不禁自卑起來。（試論台灣地區客家人的自卑感，張世賢，1989/10，客家風雲雜誌 21）

年輕一代的客家子弟，是失根的一群。隨著工商勢力慢慢侵入純樸的農村，傳統客家文化正一點一滴被現代潮流所侵蝕著；再加上各式各樣已北京話或福佬話為本位的傳播媒體壟斷了大部分的交流管道，想要在公共場合聽到客家話逐漸地變成一種奢求。（我的客家印象，涂予尹，1996/6，客家雜誌 72）

除了媒體需為社會公共資源的理想外；在新聞報導中所呈現的刻板印象，可能來自於標題或是關鍵字，但是在綜藝節目和戲劇節目中，卻常常直接用刻板印象來塑造其中的角色，以符合一般大眾的看法。因為這些節目中需要容易被辨識而且不違背大家認知的角色，刻板印象正好提供了一個方便的管道，直接將刻板印象的特質用到角色上是最方便的。

有如「董月花」這個多年前在綜藝節目中被塑造出來的角色，中年、女性、家庭主婦、口音帶著濃厚客家腔調等特質，讓大家印象極為深刻，連帶著也讓很多人以為客家婦女都是這個樣子。當時還引起部份客家人士的不滿，認為這個角色有醜化客家人之嫌。但是從製作單位的觀點來看，董月花是否貼近客家人的真實形象並不重要，重要的是

能不能和大家心中的刻板印象相符合。至於這些刻板印象會不會造成大眾對客家人的負面印象，會讓客家人成為被嘲笑的對象，就不是他們最在意的事情了（林福岳，2005）。

客家形象，我覺得就是一種刻板印象，那除了是傳播媒介之外，我覺得有一部分是教育，那台灣的歷史是不出現在教育方面的，所以多半是用傳播媒體來看（客家族群）。（訪談對象 F）

在台灣有不少（尤其是年長者）的 Hoklo 人，動不動稱客家人為「客人仔」，稱客家婦女為「客婆仔」；就像稱原住民為「番仔」，稱原住民女性為「番婆」…如今「客人仔猴」如此傷客家族群的字眼，竟然公然在民視週末熱門時段，大刺刺地在預錄的節目中出現，不禁令人有置身在原始社會中的感覺。（「客人仔猴」--民視節目來賓如此稱客家人，彭欽清，2005/4，客家雜誌 178）

從很早以前戒嚴的時代，族群之間是彼此不太了解，是比較壓抑的狀況，客家族群就是隱形的身份，不會去刻意宣揚自己客家的身份，就會有一些偏頗的情況，那時的報導極化了差異性，比較從人格特質出發。（訪談編號 D）

其他族群對客家人的印象，像在電視裡面，其實都會用各式各樣的方式來譏笑，像是你可能還可以在網路上找到那個「董月花」，當然這個不能當作最後的結論…這些演員在戲裡面都是以丑角的方式呈現，這些都牽涉到客家形象，等於就是在戲裡面塑造出來的形象，這些關係到我們媒介，一直在複製所謂的客家刻板印象，這個情形是蠻嚴重的。（訪談編號 C）

年輕一代的客家族群，在未能體認自己族群的認同時，就先從傳播媒體或人際傳播中認識客家，也進而使用他人的刻板印象形成自己的客家意象，如此負面形象的傳遞，讓客家族群無法正視自己屬於客家人的事實，更無法有所謂的客家認同，因此在客家文化的傳承上更形困難。

分成傳統和現代來看，勤勞節儉、義民、傳統保守、硬頸、固執，這些都是傳統的形象，也就是一般的刻板印象，年輕人應該不會這樣認為吧。（訪談編號 E）

其實不是客家人就了解客家人，客家人的後一代可能就利用媒體來認識自己，也就是經過媒體的複製，詮釋的可能不是事實也變成了事實，客家人就在這個錯誤的展演去學習錯誤的形象。（訪談編號 C）

台灣現階段雖似完成了族群媒體近用權的落實，但仍未解決所有的族群傳播問題。2004 年的「全國客家人口基礎資料調查研究」中發現，客家電視「不吸引年輕人收看」，而對於客語能力不好或是家庭成員不是客家人的觀眾來說，不會在家中收看客家電視台；也就是說，客家電視吸引的閱聽眾，多半是客裔群組內的觀眾。對於推廣客家文化，作為文化交流、溝通之平台，並無顯著效果（全國意向顧問股份有限公司，2004）。

(四) 逃難與自卑性格

在逃難與自卑性的討論中，亦有 52 篇文章提及此問題，顯示出雜誌對於客家族群逃難與自卑性格的重視，提供許多關於此問題方面的討論，意圖告誡與教育客家族群或是提出可能的解決之道。

鄧榮坤、李勝良（1997）指出，上一代客家人把持著「自掃門前雪，莫管他人瓦上霜」的教誨。謝文華（2002）指出在 1228 還我母語運動之後，客籍運動人士發現，很多人對於「客家是什麼」、「爲甚麼是客家」等產生疑問，當時社會運動效果不彰的因素也在於大都會地區部份客家鄉親長久離鄉背井，面對閩南人居多的社會，自然對客家產生疏離、隱藏與自卑。因此由於國語和閩南語的普及，使客家族群漸漸忘了母語的重要性。

徐正光（1991）也指出，在台灣，客家人常被稱爲社會中的隱形人。他們在一般的公共場合可以很流利的使用北京話或閩南話，但很少或避免使用自己的母語；換言之，在很多人的印象裡，客家人是一個不具備自主的族群意識的一群人。

也許客家人在性格上本身即有一種「逃難性格」的歷史障礙吧！加上政策的不認可，長期以來，他們習慣於用「語言」來偽飾自己。（逃難性格歷史障礙，李文東，1988/3，客家風雲雜誌 5）

長期以來，客家人便只有老是「被分類」的份，而不能有明顯的自我定位，因此，客家意識的模糊化便成爲歷史的一個結果。（客家意識，蕭新煌，1988/12，客家風雲雜誌 14）

很多人以爲，客語是一種很土的、不現代化的語言。不單非客家人如是，連自己是客家人的也有不少人抱有這種觀念。（客家人的現代化與現代化的客家人，劉鎮發，1993/8，客家雜誌 39）

客家人在廣東和台灣，已經輸掉了自己的省籍，被人從自己的土地上連根拔起。很多客家人已經感受到一種無形的壓力，寧願放棄自己的身份，放棄祖傳的語言，來爭取被人接受。（「客家人」名稱的由來及客家認同的危機，劉鎮發，1995/10，客家雜誌 64）

現在很多人在家裡都不講客家話，我是比較擔憂以後會不會淪爲學校裡的鄉土教材。語言的部份跟客家認同有關，如果父母親客家認同感很高的話，他們會擔心子女以後不會講客家話，所以會跟子女來講；尤其客家人到都市，會變成隱形人，這是比較大的隱憂，因為閩南話有功能性的關係。（訪談編號 G）

在這種情況之下，我覺得要談什麼語言傳承，實在有點困難，包括一個媽媽可能不是住在自己的原鄉，然後他的爺爺跟他的小孩可能不是講國語，也就是說，一

個家庭的整體性，沒有一個內部的傳承，所以把這種母語的教學放在學校裡面，我覺得好像是亡羊補牢。（訪談編號 B）

客家族群愛好宗族、重視祖先及強調傳統的概念，有時反而成爲族群發展的阻礙，或淪爲政治人物利用的工具。在求新求變的社會中，客家人重視傳統的概念，被指是不知變通或傳統保守；愛好宗族及重視血緣的概念，往往是客家族群會因爲某某公眾人物也是客家人而感到光榮，殊不知這樣重視親族的觀念，不但淪爲政治人物在選舉時，大聲疾呼「我也是客家人」的騙取客家票手段，另一方面也成爲其他族群的笑柄。

客家人性格的形成，是累積世代相傳的經驗，也是客家人生存環境中造成的心態的表現……聽天命、信鬼神、心胸狹窄與保守等，在當今改革開放的大潮中，也還在頑固的表現著，明顯地阻礙著客家人在當代潮流中競爭力的發揮。（論客家人的性格特徵，劉錦云，1993/10，客家雜誌 41）

許多客家鄉親往往喜歡到處傳佈「某某某也是客家人」，這句話常常成爲其他族群譏諷客家人的材料，值得我們反省警惕……客家人愛說這句話歸因於被長久壓抑後的造成的自卑情節，這樣的自卑感是傳承客家語言文化的最大障礙。（戈巴契夫也是客家人！，老農，1998/3，客家雜誌 93）

客家人以硬頸精神而自豪，但硬頸精神的倡揚應該始於我群意識（sense of we-ness）的認同與肯定出發，勇敢地面對弱勢地位的現實，客家族群應該勇敢地表露身份，以內含式的（inclusive），而非以排外式的（exclusive）的積極正面態度，來破除客家族群的隱形化（丘昌泰，2006）。也就是說，因與其他族群互動而刻意隱藏身份的情形已不可取，在客家文化與語言能見度逐漸提高的現今，客家人更應該擺脫隱忍沉默的心態，證明自己的族群存在。

這幾年來客委會，雖然成績還不見得有很大的改變，但是對於台灣客家的文化啟迪的表現，還有對客家人的認同感，不要那麼自卑、隱藏自己的身份來講，以及凝聚力方面，是有一個很重要的功能。（訪談對象 F）

以前客家人不會參加什麼活動和聚會，從以前的社會運動開始，到現在客委會的成立，客家人會利用機會去表達，把以前隱形的部份，變成可以站在檯面上的地位。現代的客家人對於文化的危機，有強烈的危機感和使命感。（訪談編號 E）

我會把現代客家人的表現分成三種：詮釋的、參與的、發聲的權利。就是說他不需要別人幫它講，他要自己講，像是很多的客家電台和客家電視台，都是發聲的管道，也就是客家族群的積極性跟主動性跟以往不一樣。（訪談編號 E）

二、 傳統精神與藝術的流失

在傳統精神與藝術的喪失方面，與客家庄的人口外移有很大的關係，在人口流失後，客家庄無年輕人可以傳承語言以及客家文化，相同地在都市中，客家族群慣於隱藏身份，因此在都市的客家後代根本沒有客家族群認同。

因此在雜誌內容的呈現方面，如圖 4-12 所呈現，在文化發展與政府推廣期中，受到了客家機構設立的鼓舞之下，客家族群更加體認到族群的認同問題，這也是還我母語運動以及新的客家人論述的成果，使得更多客家人不再隱藏自己的身份，也思考更多關於語言文化與民俗藝術的傳承問題。

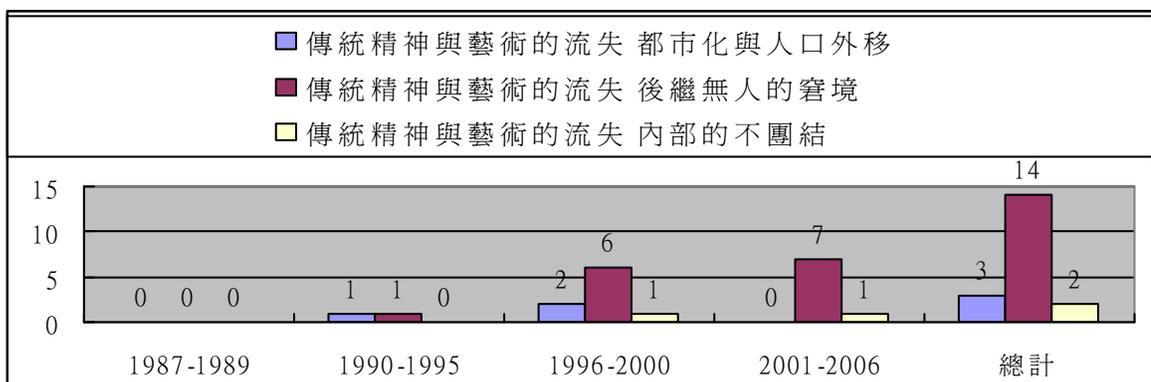


圖 4-12：傳統精神與藝術流失問題說明

(一) 都市化與人口外移

都市化對於客家族群來說，除了文化傳承或是語言使用外，職業結構也產生了重要影響，徐正光、鄭力軒（2002）指出，由於北部都市化程度較高，與南部客家庄的所得來源相比，務農的比例較低，在一般的職業所得較高。江運貴（徐漢斌譯，1996）指出，現今客家人有三個特徵：第一是客家人絕大多數住在鄉村，而越來越具意義的人數已逐漸遷移到大都市居住；第二是土生土長的客家人維護並分享傳統；第三是活躍地參與客家社區的各種活動。

故隨著工商業的發展，台灣重點區域逐漸都市化，許多客家鄉親離開家鄉，進而到大都市打拼；而傳統的客家庄，也因為地域開發或資訊的流通，使得傳統的客家文化受到挑戰，外來文化大舉入侵，生活型態也逐漸受到影響，許多傳統美德也跟著喪失。

種種外在因素，逼的客家人更加勤勞節儉、吃苦耐勞，甚至忍辱負重，久而久之，終於養成了所謂客家性格：食淡衣粗、篤實純樸，注重讀書的耕讀傳統。但由於現代生活的大幅改善與急遽變化，大都沒有經歷過父祖艱辛的生活，而只居息在吃喝玩樂的環境裡，渾不知勤儉為何物。（堂堂地做個客家人，黎登鑫，1991/6，客家雜誌 17）

丘陵山區固然是一種屏障，使得客家語言文化在過去很長一段時間裡，得以相當完整的保留下來。但當政治經濟環境有了重大轉變時，為了生存，客家族群不得不走向工商業發達的城市都會區謀生。他們幾乎是個別的、單打獨鬥的逐個離鄉背井。這樣的現象使個別的或少數的客家人完全暴露在一個無力抵抗的環境壓力之下。（「客家人的聲音」滄桑史之二，范振乾，1999/10，客家雜誌 112）

都市客家地區客家意識的欠缺，忘記客家的意義，沒有客家的危機感，生活中也缺乏客家的概念。因此，在知識份子體認到客家文化即將消逝的同時，民間的力量似乎無法有效的凝聚。

到城市都會區謀生的第一代客家人，雖在年輕力壯時離開故鄉，但他們尚能說客家母語，也還有一定程度的客家文化氣息，熟悉客家人的聲音，對客家語言文化還有相當程度的族群認同感情。但他們帶到城市都會區扶養長大的、或到都會區才結婚生養的子女，也就是都會區的第二代客家「後生」，就幾乎完全離開自己族群母體的臍帶了。（「客家人的聲音」滄桑史之二，范振乾，1999/10，客家雜誌 112）

在政治、經濟、人數上都明顯弱勢的客家台灣人，習於隱藏自己的族群歸屬，社會大眾對客家人的印象相當分歧，而間有負面的評價。《寒夜》則終於呈現了大部分客家人的原有面貌，尤其是目前台灣社會迅速流失的勤儉、樸實、硬頸的特質。（發揚『寒夜』人物的硬頸精神，張世賢，2002/6，客家雜誌 144）

（二）後繼無人的困境

現今客家文化的呈現有過時的問題，無論是在客家電視台所播放之內容，或是客家文化節的傳統戲曲，在雜誌內容中亦被指出應有改進之必要；王雯君（2005）指出論及客家文化，脫離不了客家美食與山歌採茶戲，或清一色的農村生活與古老農具等。也就是說，對於客家文化的傳承與發展，在保存傳統的文化與藝術資產之外，也應加強客家文化的創新，注入新的社會元素，以融入現代生活，在多變的社會潮流中取得生存與發揚的空間。

早期客家先民因躲避戰亂四處遷徙，移居各地墾拓時間較晚，所以只能佔據較為邊陲的丘陵山區地帶，發展出客家人獨特的山歌文化，也形成一般人對客家音樂的刻板印象，認為客家歌曲就是這種「客家山歌」。（客家新音樂的興起、發展與未來，劉楨，1998/1，客家雜誌 91）

客家三角採茶戲採用了客家人的現實生活與思想感情的反映作為題材，所以演出時深受到客家人的喜好。也正由於客家三角採茶戲赤裸裸的反映當時客家人的現實生活與思想感情，在時間、空間的流轉條件與台灣社會的急速變遷之下，致使了三角採茶戲由興盛逐漸的走向沒落。（客家的三角採茶戲，謝俊逢，1990/2，客家雜誌 2）

劉還月（2000）也指出在時代變動劇烈下，保守性格的客家人，在許多傳統的風俗文化方面，一直承襲古風，少有改變，如客家歌謠，依舊維持百年前的舊貌，實已成爲保守之害。

尤其年輕一代，他們大半不願接受或學習那些老山歌，因為不適合潮流，與生活脫節。所以，我們認為客家歌謠必須有新的方向和新的內容。（客家人你在哪裡，鍾昆宏，1988/3，客家風雲雜誌 5）

像客家山歌，有它音樂及鄉土的美，但小部份也有不可理喻的地方，而且有與時代脫節的意味，會唱的人已經不多了。這就應該由民族音樂家來整理、發展它。（面對強勢文化，客家人何去何從？，鍾春蘭，1988/4，客家風雲雜誌 6）

客家頻道上播出的節目，品質令人不堪入目與入耳，客家山歌仍然在平板、小調、山歌子的泥沼中掙扎……由於投入客家文化工作者少，關心自己文化的客家人也不多，客家文化正一寸一寸自我們掌中消失。（應有的尊嚴與尊重，鄧榮坤，1995/5，客家雜誌 59）

郭佳馥（2004）指出有關目前台灣客家戲曲演員方面，由於長期的逐漸沒落，在民國九十三年時，台灣的客家戲曲演員只剩下一百多人左右，其中百分之六十以上超過六十歲，四十歲以下只剩下百分之三十而已，其演出地點以桃、竹、苗客家庄，以及客家電視台傳統戲曲節目爲主。

客家山歌不論何處都在沒落中，不能吸引年輕一代客家鄉親；客家山歌雖號稱九腔十八調，但是聽來聽去仍是同樣老調子，守老規，不求創新。（客家山歌何去何從，溫星甫，1989/4，客家風雲雜誌 17）

年青年幼人不前來觀看客家大戲的原因，一是他們自小就守住電視螢幕看卡通片，沒有機會去看客家大戲，因為他們知人我之時，所謂客家採茶大戲，已經受到統一日期之拜拜，戲班的演出品質水準降低，他們年輕一代已感無興趣觀賞之念頭，反而令他們覺得客家人的戲水準那麼低落。（客家採茶戲何去何從？（下），黃榮洛，1996/4，客家雜誌 70）

以客家戲劇來論，由於中年以下的客家人熟習母語者越來越少，加上傳統戲劇不敵現代媒體產銷的速食性娛樂的競爭，客家劇團在惡性循環下已難以生存，使得年輕一代更不願投入客家戲的演藝行列，目前演員的年齡皆達四、五十歲以上，劇團久已沒有注入心血，一旦那些經驗豐富、演藝純熟的團員老邁凋零，客家戲劇將立即陷入斷絕的危機。（復興劇校「客家戲劇科」為何如此難產？，未具名，1997/10，客家雜誌 88）

不僅在藝術方面的山歌或戲劇；在文化推動人才不足的態勢下，客家運動的力量，也隨著客家精神的喪失而消退，除了年輕人受到族群同化不再有強烈的客家意識；此外

，在政府的主導客家文化復興的態勢下，民間的客家運動力量逐漸轉弱。

實證的研究告訴我客委會的成立的前後，新聞報導量是兩倍的差別，如果沒有國家政策，誰會去管客家語言，大家都應該有人權。客家人真的應該要以有客委會為榮，堅持自己的語言很重要。（訪談編號 D）

學生客家社團的發展，大略可分為三個階段，三種形式與三種特色，而這三種分類與時代的進展息息相關。早期的客家社，多具有使命感，積極參與社會運動，屬於使命型或運動型，與當時台灣蓬勃的本土化浪潮並起。第二期可視為社團轉形期，主要藉由使命型、運動型轉型為文化的軟性訴求，強調將客家文化介紹給其他族群人士。第三期屬聯誼性，因為社會形態的轉變，學生參與文化性社會的意願降低，客家社多數轉型為聯誼性質的社團。（學生客家社團與社會互動，葉日嘉，2006/12，客家雜誌 198）

對於客家文化來說，這是比較大的問題，就是後繼無人，或者是沒有新的議題，或者是方法用完了，你還是沒有辦法吸引有一些人現身。（訪談編號 C）

以前在客委會成立以前，大學都有客家社，像現在客家社都沒有了，不能說依偎在客委會就沒有民間運動的力量，像是現在有客家學院的大學，就沒有客家社了，我覺得這是一個很大的危機，因為社團有社團的功能，行政機關有他的角色，不能因為這樣就沒了。這表示客家運動以後會越來越糟糕。（訪談編號 E）

像是以前沒有錢，大家出錢出力，現在政府有錢，反而沒人要，像是政大的客家社，是我成立的，現在也快關了，因為沒有要做，客委會給你們錢也沒有人做。（訪談編號 H）

故有關於客家文化的傳承，除了政府力量主導外，在喚起客家族群意識後，客家族群或客家民間團體應仍扮演復興客家文化的重要角色，必須塑造出一個客家文化在台灣不能缺席的態勢，如此才能延續下去，客家年輕人或是客家文化的再創新才會更有意義。此外，在文化或語言傳承的形式上，也應該要以客家年輕族群能夠接受的方式做保存及流傳，例如以數位資料的方式做典藏，讓一般民眾都可以容易地取得資訊。

我覺得年輕人可以在家鄉找到一份很好的工作，也就是台灣的農村怎麼再生，就是那個情境出來了，那麼很多傳統文化的東西可以有它的舞台，那像現在一些城鄉的規劃，或是台灣面對全球化的衝擊，這個文化還是很難持續。那如果這只是依靠文建會把它帶到國家劇院，我覺得這是捨本逐末。（訪談編號 B）

筆者認為要從日常生活的食衣住行中，舉目所及、耳朵所聽的環境都必須要有客家文化內涵的氣氛……在學校下課或休息時間，不妨播放客家童謠、客家小調，使客家子弟在耳濡目染下耳熟能詳地學到客家歌曲，這樣這批學子將來進入社會，就無形中懂得珍惜屬於自己客家的戲曲與文化。（日常生活中如何為下一代營

造客家氣氛，徐瑞生，1996/3，客家雜誌 69)

像是語言的保存，如果叫小孩子去唱客家山歌來學習客家話的話，我覺得很難，還不如做一些客家動畫做保存，可能不符合老人家的期待，但至少可以使客家話存在，可以讓別人很容易拿到這個訊息，如果語言只是依賴家庭或是學校的管道去傳承，那我覺得很困難。像是之前客委會跟 ICRT 合作教客家話，我覺得這個就可以一直留存，有保存的意義。(訪談編號 E)

客家文物的傳承，第一個就是有一些公開收藏和展示的場所，第二種就是數位典藏，那展示的部份應該還要包括語音導覽和實作，否則你看實體還是不知道用途，以前我有做過，在新竹市政府網站上還有，這些文物應該要快點數位化，這些東西是有壽命的，如果現在不做，以後的子孫就看不到這些東西了。(訪談編號 G)

這個文化產業，將來一定是客家族群走出傳統的方法，而且要兩岸三地和南洋經由網際網路的合作，像是可能用動畫，把一些客家的文化呈現的很好。(訪談編號 H)

對於現今的客家文化發展來說，行政院客委會的確佔了主要因素，其主要在於回應客家社會各界之深切期盼，更是各黨派的重要共識。因為客家族群在大社會文化的擠壓下，面臨了族群文化快速消失的危機，爲了挽救族群危機，客家有識之士強烈要求在中央機關設立客家專責機構，希望凝聚客家菁英與政府的力量，肩負起延續客家文化命脈、振興客家傳統文化，以及開創客家新契機的使命。

(三) 內部的不團結

如同詮釋主體權的問題，以中原論述或強調漢族血統觀點的客家本色，往往也展現了某種程度的自傲、自卑與自棄，無論是對其他族群，或是對客家年輕人冠以忘本的罪名，不僅阻礙了未來客家文化的發展，不團結的後果更會導致族群加速的消逝。

語言發展的風貌既然如此，新人類在尋求自我或族群認同時，雖然覺悟到母語的文化價值，業很努力學習，總想能夠具備母語溝通的能力，但是這些新人類多半遭遇到挫折，他們仍然被指責口中講的母語已失真，缺乏那份珍貴的文化內涵。
(別把客家新人類逼走！，黃新發，1996/11，客家雜誌 77)

客家運動相當大的敵人也是客家人，這些人已經失去了他自己的價值觀，他覺得幹嘛講客家話，講國語就好啦，這些客家人其實很多，如果默默的就好，但是他又跳出來說我也是客家人！所以這些來自內部的矛盾，是比較大的問題；我也不知道未來會怎樣，我只是知道如果有年輕人加入，相信未來會比較有潛力。(訪談編號 C)

三、 客家文化與流行現象

如同訪談學者所指出，在政府推廣期中，雜誌內容也提及了許多關於客家文化產業的形象，這是一個再造出新客家形象，是一個傳統文化的再創新也可能完全逃脫傳統窠臼的形象，而經由政府單位主導的新客家形象，確實鼓舞了客家人的客家意識，但也存在著許多隱憂，像是選舉支票、客家文化蛋塔化的論述，都在第四時期出現，值得我們關心及注意。

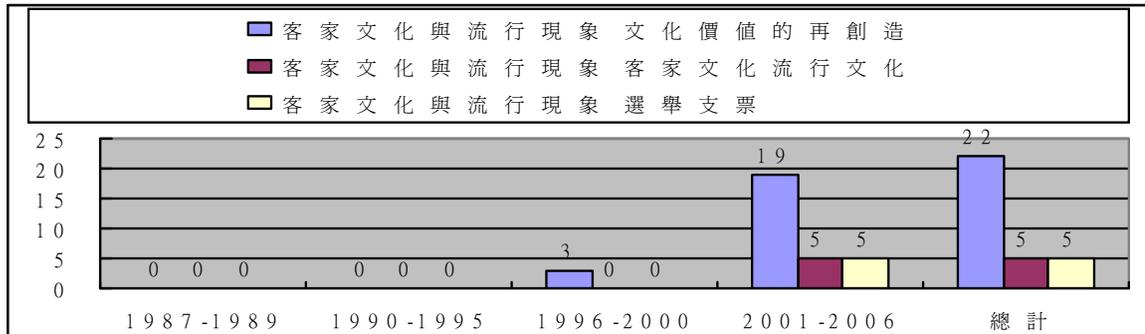


圖 4-13：客家文化流行化特質說明

(一) 文化價值的再創造

陳香如（2006：135）指出，當今客家文化要得到別人的肯認，勢必要將客家文化產業化，並結合商業行銷手段予以活化，才能走出客家人自己的藩籬；文化產業化（culture industrialization）是當今的趨勢，透過產業化而連帶創造經濟價值，以及延續生產的原動力，進一步來說，若傳統文化僅僅是維持常民生活的形態，或偏狹文化的再生方案，短時間只能撫慰年長客家人失落的鄉愁，基本上很難保持它的生命力，更遑論會帶來任何附加價值。

因此在文化活動方面，可依客家庄的地方特色來發展，如同行政院客委會配合各地方政府所舉辦的「客家桐花祭」系列活動¹⁶，以及苗栗縣大湖鄉的「草莓季」¹⁷，皆為著名的成功案例；劉惠玲（2005）指出，桃竹苗與北縣地區桐花祭活動，便可引領其他族群認識當地客家族群與土地的關係，以及客家族群的歷史。也就是說，這些配合地方特色的文化活動，不但可以讓其他族群藉由客家聚落的特產或風景來深入認識客家，也可以因此了解客家人的生活型態與歷史，擺脫舊有對客家人的偏頗刻板印象。

¹⁶ 客家桐花祭活動自 2002 年開始，今年已邁入第 6 年，舉辦期間約於每年的四、五月之間，由客委會與各地方政府合辦。資料來源：行政院客委會全球資訊網

<http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=22113&ctNode=308&mp=307&ps=1>

¹⁷ 草莓季由苗栗縣大湖鄉公所主辦，期間為草莓盛產的十二月至隔年四月；草莓為大湖鄉首要之經濟作物，為客家鄉親在貧瘠的土地中帶來商機。資料來源：大湖鄉公所網站 <http://www.dahu.gov.tw/default.asp>

對於都市地區客家族群來說，回到家鄉的動力不再只是「拜阿公婆」、「掛紙」¹⁸，更可以藉由客家文化活動讓自己更深入認識所處的家園和地方歷史，也能夠帶領都市地區親朋好友一起來認識客家鄉鎮之美，展現客家族群的驕傲。

南台灣的家家人與「美濃」劃上等號，「美濃」幾乎成為南台灣客家人的代表……北有桐花，南有美濃，開創了文化產業，也打開了台灣客家的門戶。（尋找客家意象，徐慧玉，2006/8，客家雜誌 194）

現在客家文化產業的部份，像是客家美食啊、服飾、家飾，都是一個再創新，如果你的傳承包含了創新的意義的話，它除了傳襲下來還加以轉化，這個是從成立客委會的七年來，台灣客家很重要的一部份。（訪談編號 A）

更進一步地說，政府機關不應只是將議題創造、商品複製的模式，除了文化商品的深度意涵外，應將文化商品徹底改造，結合地方特色，不只是單方面的幫助業者推廣，更要將產品創意更新，並有一套良好的運作機制，使得客家文物或商品能夠免於複製下的消失命運。

政府機關現在主要是幫在業者做行銷、推廣，我是覺得這個很好，可以幫助大家對客家人的認識，但從地方產業的發展，或是輔導的角色來看，應該不是只有改改包裝，要有從裡面的元素，加入更多創新的成份。政府應該是要跟生產者、地方的居民和一些有關單位去構思新的商品；就像客家花布，不是只有喊一喊客家花布很重要而已，就我所知現在布料行都已經不生產客家花布了，應該是要輔導或投注生產客家花布的產業，甚至是把花布變成更精緻化，這是政府應該要關心的。（訪談編號 E）

我是覺得客委會有些工作不是很實際，就是辦辦活動、熱熱鬧鬧，像是辦桐花祭，唱唱山歌、吃吃東西，就認為這些就是推廣客家文化，但是農會系統，一方面就是幫助農民，一方面真的在推廣客家的東西，如果客家文化要變得多元，一定要靠地方縣市政府的配合才行。（訪談編號 G）

還有就是客家文化一定要有特色，跟其他的差別在哪，所以我最反對興建客家文化館，其實要蓋蓋一個就好，主要是特色在哪裡，文化產業不是死的，是活的，文化就是生活的一部分，不是變成博物館就好。（訪談編號 H）

從行政院客委會成立以來，對於客家庄的發展，便是以「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」等四大原則進行，希望能藉由客家鄉鎮的特色發展下，讓其他族群能夠重新認識客家文化，並寄望由濃厚的客家風情和歷史文物，了解客家族群的生活環

¹⁸ 「拜阿公婆」即為拜祖先之意，過年時客家人會回到家鄉，集體對祖先祈求平安。而「掛紙」則是掃墓，客家族群的掃墓習俗則是在農曆年後的元宵節當週。資料來源：行政院客委會全球資訊網

<http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=22113&ctNode=308&mp=307&ps=1>

境和背景，進而扭轉客家族群既有的刻板印象，增添更多元的色彩。故客家政策以及客家活動的推行，不只是客委會需擔負全責，各地方政府以及民間團體的合作也十分重要；此外，希冀中央政府各部會以及非客家族群的鄉鎮地方政府也能共襄盛舉，齊頭並進讓客家文化能夠深入台灣的非客家鄉鎮，除了喚醒隱形的都市客家族群外，也能讓一些不知客家身份的「福佬客」，能夠重新認識自己的身份和背景。

除此之外，活化客庄及振興觀光產業的效應，便能創造商機和工作機會，吸引客家年輕子弟回到家鄉，一起為客家文化及其原鄉努力，如此一來，客家農村文化不愁後繼無人，更可因此有了再創新的機會。此外像是各大媒體的介紹，以及客家電視連續劇在客庄的取景及拍攝，不僅是客家地方的再造契機，以及一個讓客家族群及台灣其他不同族群，更加認識客家庄環境與文化的機會；因此，客家文化內容和客家地方特色在媒體的能見度是非常重要的，有助於帶動客家特色鄉鎮的觀光產業，也能夠使當地客家居民的生活環境加以改善。

(二) 客家文化流行化？

自 2001 年客委會成立後，近幾年來台灣地區的「客家熱」，在相關政府和地方公家部門的帶領下，隨著豐富的文化活動，使得「客家」重新讓台灣其他族群所認識，也喚起了客家族群的客家意識，但值得思考的是，在這個速食文化當道的社會，客家文化是否也會淪為其中之一？是否只是不精緻文化熱潮？若在政府部門不再大力增添預算，民間力量疲乏的情況下，客家族群的文化榮景是否又將成為泡影？

無客家知識素養，卻用「客家」當幌子的餐館，六堆的客家人事要有所警惕的，警惕的是，「客家」二個字原來也可以商品標籤買賣，卻不用負任何相關的品質保證…最後，也忘了堅持、忘了客家。（六堆隨筆，蔡森泰，1997/10，客家雜誌 88）

客委會也是一樣，當初我們建議客委會成立，只是過渡時期，像是毛利人，有一個歌劇的天后，有一次他就說我們毛利人就是政府寵壞了，毛利人都不工作啊、喝酒啊什麼的，如果有一天我們客家人也這樣，那就糟糕了，在別的族群看起來，覺得很不公平嘛，如果客家人也講說我們要跟原住民一樣，考試加分啊什麼的，我是覺得客家人還沒有到這個地步。（訪談編號 H）

相對於文化價值再創造的美好想像，學者專家不同於雜誌文本大力推崇文化產業的觀點，質疑客家文化產業有流於商品化、膚淺化和過度流行化的可能，而這樣缺少歷史意義和精神層面的客家文化，終究有退燒的可能性。

在近年來客家文化的蓬勃發展下，需注意及反思的為客家文化流行化的問題，客家文化是否為一窩蜂、蛋塔化的現象，仍有待觀察，而且若客家鄉鎮在過度開發、過度商業化之下，反而會喪失了原本的文化精神和人文環境，如此一來與其它觀光景點的無異，若無法固守客家村莊的特有之客家文化特色，那麼只會淪為其他觀光景點的複製品，

如此一來，不但無法長久吸引觀光人潮，恐終有沒落的一日來臨。

對我來說，美食和文化產業這兩個部份是比較商業化的東西，不能夠代表客家形象，商業的角度比較不多精神層面，看到的比較是物質的東西，我不覺得一個族群的文化一定要用商業的角度才能展現他的精髓，因為這樣看起來比較不精緻，也比較不具深度。（訪談編號 D）

就一般的印象來看的話，可能板條、美食、油桐花，我覺得那是一個後來的，讓大家能夠標示把它創造出來的，再造出來代表客家。對我而言是比較難去認知這個事情，包括擂茶也是，在我的生活經驗根本沒有這個東西。（訪談編號 B）

複製化容易就是趕流行，像是現在的擂茶，反正我也是客家聚落，我也來弄擂茶，那這樣擂茶還有什麼特色存在，抄到後來，在地消費的特色就沒了，就像原住民的小米酒一樣。（訪談編號 E）

客委會幫助一些地方，做一些文化商品，這個作法是正確，但是有一些不一定完全是客家的產業，像是窯業、陶瓷那些，閩南人也燒陶瓷啊，鶯歌就不是客家庄。怎麼樣在這些產業裡面找出客家特色，像是用客家花布做一些服裝，這個就很好，可是香袋這些，就不一定是客家人專屬的，怎麼樣去賦予客家意義比較重要。（訪談編號 G）

此外，在學術人才的培育方面，不僅是客家學院的設立或是客家師資的培訓，必須要有相關的配套措施，也就是人才的養成要能適得其所，能夠進入地方工作，用新一代的方式去深耕和推廣客家文化，否則這些客家年輕菁英的未來確實令人堪慮。因此，客庄再造和客家學院以及客語師資的人才培訓問題，均需國家持續的預算補助，使客家庄能夠持續穩定發展，也使客家精英能夠持續學以致用，直到大環境成爲穩定狀態，以及客家民間力量的就緒。

客委會是一個政策，成立這幾個學院研究客家學，很多人在爭辯是不是真的有需要。（訪談編號 D）

像是一些從客家學院或是一些有心做客家文物的客家年輕人，其實是應該回歸到地方裡面去，政府應該是要出錢讓你們去跟地方的人衝撞，想法上、概念上的衝撞，也讓客家年輕人受到傳統的衝撞。（訪談編號 E）

像是築夢計畫，輔導客家青年去國外，那是一套 ok 的，那為什麼我想要在我自己的地方築夢不行，如果跟地方配合好，這樣也可以讓年輕人有就業的機會，也可以幫助地方實踐所學，年輕人可以在地方築他的客家的夢。（訪談編號 E）

客委會的推廣，對於客家文化來說，是多多益善嘛，比較會引起更多人的注意，不管是客家族群，或是非客家族群都是，但是我認為客委會不應該每次都是用這

種大拜拜或是嘉年華會的方式來做，應該要落實深耕的動作，應該是要去地方培育一些人才。（訪談編號 G）

語言為一族群之根本，語言喪失則會使所有文化漸漸衰亡，因此，要讓母語能夠存續，除了在國民教育的母語教學以及家庭母語環境塑造的努力外，最重要的就是要讓語言能夠實用及學以致用，讓學習者體認出母語的價值，進而激起其學習動機。

母語傳承的實用價值，無形的價值在於能夠讓學習母語者更加體認客家文化，但在體認的前提，便是要能營造更多關於客家文化的無形資產，舉凡客家文物、博物館或數位典藏的歷史文獻，以及豐富的媒體內容等等，讓學習客家語能夠體認豐富的客家文化。有形的價值便為要將客家語的實用性提昇，因此除了現今推動的客語師資以及各項客語人才培訓外，客語認證的功能也要具體化才行，也就是說要使客家語言在台灣有實質的用處及地位¹⁹，使客家語能夠提昇其實用性，在事務往來能夠發揮其功能，有如英語和閩南語一般，成為台灣所有族群的共通語言之一。

對於文化語言的傳承來說，便是需要塑造一個客語能見度較高的環境，也就是除了在家庭外，公領域方面的客語能見度也必須提昇；在私領域方面，陳香如（2006）指出，復振客語的核心需要設法將客語和家庭－鄰里－社區連接起來，而這是外力無法介入之處，必須端賴客家族群的自覺；也就是說身為客家父母必須鼓勵客家子弟講習客語，才能在不斷的練習的環境中訓練其客語能力。公領域方面，在客家電視台的成立與客家電台的發展之下，客語的能見度確有提昇，但仍需要與民間團體的縝密配合，如此才能滲透都市地區散居的客家族群，使其能夠參與公共的客家文化活動。

如此配套措施若能逐步完成，不但可培育更多客語人才以傳承或傳播母語，也進而喚起客家族群體認客家語的重要性，在客家族群客家語的基礎穩固後，自然對於表演藝術和各種文化方面，會變得更有興趣，如此一來文化藝術便較無流失之虞。

核心的部分都還是語言，所有相關於語言的表演，比如說唱藝術啦、山歌或戲劇表演，基本上都是一直在消失，這些表演都會因為語言的流失而流失的啊，因為你不會講這個話，你根本不會去欣賞這些藝術。（訪談編號 A）

1988 年還我客語運動、2001 客委會成立、2003 年客家電視台、客家學院有三個學校，中央、聯合、交大這也都很重要，比方是傳播科系，就是希望出來的人才就是可以做族群傳播的，語言是真的很重要的，形象的確是有變化，這幾個也許也都是原因吧。（訪談編號 D）

¹⁹ 如同張筱瑋（2005）所述，李永得表示，客語認證的措施，未來不排除於設有客家學院的大專院校內推廣，將通過客語認證列為新生入學或畢業的基本條件之一，就如同外文系所通過相關語言檢定制一般；另外，到客家鄉鎮服務的公務人員，也將以鼓勵的方式，如語言加給，藉由檢定考試來學習客語，以利服務客家鄉親。資料來源：<http://www.newtaiwan.com.tw/bulletinview.jsp?period=492&bulletinid=22662>

對於客語認證來講，我覺得是要有誘因啦，像這次客家中高級認證來講，以後當客語的師資就不用再認證了，這樣應該會有很多人出來，那基本上我還是看功能性。（訪談編號 G）

如果政府有心做，母語教學就是母語的推手，如果只是應付了事，母語教學就是母語的殺手，像是在學校教客家話，如果地方沒有人可以教，就教閩南話，這反而更慘，客語的老師真的不夠。（訪談編號 H）

所以語言傳承，像是毛利語，就復育的很好，也就是要從根做起；講到客家話的傳承，客家話現在都放在廳下（客廳），就是已經到彌留的地步，現在客家話最糟糕的就是上對下，沒有民間自發的動力；像現在二、三十歲的人生的小孩一定不會講客家話，像我姪子就是。有人會講，客家話在苗栗怎麼可能死掉，其實是他沒有這個意識，所以客家話一定要從最底層開始。（訪談編號 H）

對於客家族群來說，以往社會運動的伸張，在行政院客委會成立後，轉變為由上而下的參與實踐；當然，是否能夠持續和加強而下而上的民眾參與，也是建立族群平等關係的原動力之一。

（三）選舉支票與客家

如同上述客家文化流行化所指出，客家政策或建設是否只是拉攏客家族群選票的工具，對客家族群的興衰有巨大的影響，期盼今後政府在面對客家政策時，能夠持之以恆，將其進入法制化的階段，客家族群也能因而擺脫選舉族群的命運，不再只是選前的強力拉攏；如此一來，客家政策將不會如此泛政治化，也能就此擺脫客家族群政治地位低落的悲情命運。

以客委會為分水嶺，早期民進黨出來的時候，閩南人代表是台灣人，但是客家人不是台灣人，政治相關的新聞，自由時報會寫的比較明顯，直接大刺刺的說國親兩黨對客家族群的壓抑，到底民進黨和客家的關係是什麼，不過也就是選票的來源，而且是非常團結的一群（訪談編號 D）

客委會的本質固然有文化的、社會的成份；但無可否認的，也因有了民主選舉才有客委會，所以它也有政治的、選舉的成份。也因此，當政黨輪替一旦成為常態後，除非客家政策已經法制化，成為國家的基本政策，成為憲法保障基本權利的實踐，否則，客委會將很難有基本的、延續的政策。（扮好客家文藝復興運動的推手：對行政院客委會定位、使命、角色與任務的期望，范振乾，2001/8，客家雜誌 134）

每到選舉，很多政黨、候選人為了爭取客家選票，都會刻意與客家族群攀關係，也會提出客家政策議題，但選後往往是曇花一現，慣於在都會區當隱形人的客家族群，如果繼續對政治沉默、不積極參與，政治地位將愈來愈弱勢，也將更不利

於客家文化、母語的保存。（都會客家人應走出政治依附悲情，何來美，2001/12，客家雜誌 138）

客家人的身價如股市有起有落，客家人最好的身價在「選舉」期，各政黨或候選人為了客家票說盡客家優點，臨時急補客語，甚至還說他是客家人後代，討好客家人，把客家人捧上天。選舉過後客家身價一夜之間又貶的一文不值。（客家一斤值多少？，廖為明，2002/10，客家雜誌 148）

由本次研究可看出，客委會所施行的政策，並沒有十分確實的傳達到大學生群體，築夢計畫與研討會兩類理應與大學生最切身的政策，反而是大學生最不了解的類型。也許是一般人仍不會主動接觸，客家被政治化太嚴重，造成大眾對客家政策的曲解，間接影響了接觸意願，無助於客家政策的推行。（大學生對客家政策的認知，劉佳穎，2006/6，客家雜誌 192）

有一個問題，現在客委會政治的角色太重，存在一個選舉思考的問題。（訪談編號 E）

客委會對於許多民眾來說，雖為客家族群燃起意識的強力後盾，對於提昇族群地位、恢復族群意識與認同有功，但也可能被詬病為民進黨總統大選的選舉支票，所實行的政策難免不被聯想有政治色彩，因此對於在野黨來說，客委會預算便會嚴加看管，因此便有預算刪減以及之前族群委員會的裁併問題。因此，客家政策必須要常態化，一方面不能淪為選前籌碼，另一方面在政策及法案通過方面，能夠朝野一心，儘速通過，如此才能顧及廣大客家族群的權益，也能使客家文化在台灣存續下去。

總而言之，除了客家政策正常化、客委會的定位明確、各部會及地方政府的齊頭推動外，更需待台灣多元文化社會的實現，讓各族群能夠尊重彼此之文化，這樣一來不僅客家文化在台灣能夠復興，台灣的文化色彩也會更加豐富，讓台灣客家能夠實現成為世界客家的中心。

第四節 族群媒體的功能與框架

張錦華（1994）指出，由於阿圖舍的意識形態理論強調的是社會再現系統的物質性，媒體的意識形態就不再能藉由分析經驗訊息的內容分析法來進行分析。大多數阿圖舍學派的學者都同意每日新聞的實作，包括專業規範、例行架構、傳統規格和節目進行流程等因素都會對新聞的取捨、報導及再現方式產生限制作用。

如同本研究之研究取向，本研究是以質性的文本分析以及深度訪談的方式，探討客家雜誌所呈現之客家形象，而在本節中，本研究便進一步分析客家形象再現背後可能的意涵。故本節旨在說明族群媒體在實現其社會運動的理想，照顧弱勢族群權益，維護族群文化意涵的同時，背後可能的結構取徑探討；分為母語流失的意識、政經結構的控制以及中原論述的取徑三方面來探討。

一、母語流失的自覺

敦誠（1991）分別從兩個角度來定義小眾媒介。就內容而言，由於現有大眾媒介的產權與結構，以及其所重視的價值之不合理，雖然達到了較多的閱聽眾，但這些媒介並沒有真正服務大眾的利益；反倒是替代性媒介，雖然達到的是「小眾」，但卻真正傳達了「沈默多數的心聲」。其次就形式而言，隨著科技，主流或是替代性的媒介形式，自然也就跟著轉變。無論是印刷形式；電子形式，甚或面對面的劇場表演，都是有待人們前去開發使用的。

Armstrong（1981）指出在社會運動的動員過程中，媒體傳播是核心的一環。從早期對傳統新聞觀念反動產生的「地下媒介」（Underground Media），另類媒介也沿襲著地下媒介的精神，也實際投入各式社會運動中。另類媒介的一個重要特徵是：它們不僅是社區行動和組織的使用工具，而且本身就是改變的策動者和實行者。這些行動者所倡導的是解放性的媒介，要求去中心的運作方式，由所有的使用者來掌控，而每一個訊息接收者都同時被視為潛在的傳輸者。在這種媒介民主的模式中，傳播過程遠較媒介產品的消費來得更重要（林福岳，2002）。也如同前述所探討之族群媒體的功能，其力量有很大的部份是在鼓舞族群意識、喚起族群認同進而進行社會運動來提昇族群地位，爭取社會族群平等和權益。

客家風雲雜誌對於客家意識的覺醒，是起了關鍵性的作用，那這個雜誌主要還是開風氣啦，深度方面我覺得還是不夠，深度和廣度都還要加強，反而是比較像是一種政論性的刊物，我把它定位成為這樣子，內容比較像是國民黨對客家的打壓，比較不是文化性的刊物。不過它對於還我客語運動，還有客家意識的覺醒，還是有這貢獻。（訪談編號 G）

客家雜誌能持續那麼久，是蠻難得的，一個以客家為名的雜誌，那全世界都一樣

，像是文化傳承跟文化革新方面，都會透過雜誌跟讀書會，我覺得客家雜誌某些部份扮演了啟迪台灣客家人的部份。（訪談對象 F）

是一群熱情的客家知識份子所努力的結果，嗯…有它階段性的任務啦，也是凝聚很多客家人士激起對客家的認同，但是我必須很誠實的講，以近年來看，這個雜誌平平啦，已經對整個社會沒有那種帶領性的價值。（訪談編號 C）

客家雜誌其實對客家人有很大的影響，像是後來客家電台很多都是因為客家雜誌的關係。那不管是一些族群語言或文化的維護，或是政治活動的參與，都是在這個雜誌所提倡的，所以以我的角度這個雜誌是很值得去研究。（訪談編號 E）

除了族群媒體所喚起的社會運動功能外，林彥亨（2003）指出客家母語議題，是組成客家廣播重要的關鍵。或許有人會指出客家廣播節目內容的選取、設定是由主持人決定的，有沒有可能這種對母語流失極端的焦慮感，只是反映出客家廣播從業者的意識型態。事實上，以筆者的經驗來說，客家廣播過度強調「傳承母語」的框架，對很多主持人而言，也常是製作節目時綁手綁腳、施展不開的限制，而這種限制有時候是來自於聽眾本身。

年輕人有自己的想法，就應該讓年輕人去做，還有就是年長的人絕對不要給年輕人有太多的使命感，年輕人就是要讓他進來，大家再一起做。像我之前在客家電台，找年輕人來，兩天就不做了，為什麼，因為聽眾 call in 進來，在罵說你講那個什麼客家話怎樣怎樣，後來我就教訓這些人，你不能用你的標準來看年輕人，這個觀念需要改正。（訪談編號 H）

相較於林彥亨（2003）的客家廣播電台研究，客家（風雲）雜誌在內容方面，母語傳承的探討也相當多，除了固定出版的客台語專刊，以及一些民謠、童謠介紹外，某些投稿者也會以客家語的文字書寫，作為傳承語言文字的方式，十分符合 Riggins（1992）所指出，使用弱勢族群母語以維護弱勢族群的文化認同（轉引自王嵩音，2000）。此外，在 20 年來的內容呈現上，從本研究分析之樣本來看，客家語言與認同喪失的範疇中，涵蓋了 140 篇文章，且在每一時期的分佈平均，顯示出這是客家族群長久以來未能解決的問題，而在第四時期：政府推導期方面，在 2002、2003 年中，出現數次母語傳承及教學的專題，2006 年也有客語認證與母語教學的詳述，顯示出在客委會的成立下，客家雜誌確實有因政策而改變雜誌主題內容，至於客家雜誌在晚期是否成為國家客家政策的傳聲筒，留待下一部份進行討論。

可以確定的是，在客家母語傳承的氛圍下，客家雜誌在內容的呈現上，的確存在很多關於母語傳承、教學的論述，一方面是編輯者懷著搶救族群母語的決心，另一方面也是族群媒體的本分，使用大量的母語文字書寫，使族群媒體的閱聽者能夠近用母語。

在讀者投書或社論的反應上，時常會有讀者反應多介紹母語、多使用母語文字來撰寫文章，因此編者單位也可能受到觀眾反應的壓力下，篩選許多關於母語的文章，或是

製作使用客家文字的專題，舉凡從客家雜誌 23 期開始製作的〈生活客語〉和〈舌頭莫打結〉以及從客家雜誌 84 期連載的〈客台語專刊〉等等，皆以客語文字的敘述方式，介紹客家傳統文化或歌謠，以滿足讀者的需求，因此亦符合族群媒體的功能，經由這種形式的再現來滿足讀者以及傳達母語傳承的意涵。

第十期刊出羅教授「為何要保存客家話」一文，道出客語亦可文字化，希望客家風雲邀請羅教授、彭德修牧師以及其他對客家語言有研究的學者專家，每期刊出客家口語書寫的文章，不管是散文、短評、文學作品都可。更可邀請新詩作家創作，闢一客家口語詩專欄。（讀者投書：請多用客家話，甘景行，1988/9，客家風雲 11）

如同陳姿羽（2001）所指出，再現的意義是再一次的呈現，再現某物表示它由一個原始的事務而傳遞出一些相關的資訊，可能是原貌再現，也可能是文本的再製作，給閱聽大眾以為這是一個普遍存在的「事實」的印象，進而企圖極大化文本經驗，與衝擊對閱聽人的影響。而客家雜誌爲了喚起族群意識，讓客家族群了解語言問題的嚴重性，必定要在雜誌內容上，多呈現相關內容，使客家族群了解語言文化的急速流失現象；另一方面則是的反映部份讀者投書的真實，利用媒介的力量，再次讓客家族群體認語言文化流失的危機。

二、政經結構的控制

Bettig（1996）指出，傳播政治經濟學研究有三個主要的範疇：第一、傳播產業的經濟結構分析，探討如誰掌控傳播組織、媒體的市場結構等主題；第二、資本邏輯（the Logic of Capital）對文化與資訊產製、配銷及消費的影響，分析如資金如何影響傳播產業的內容與形式等問題；第三、在資本主義體系下傳播媒體組織內的矛盾和抵制的形式，研究如廣告主的壓力與新聞專業意理的衝突等議題。

媒體與政治的關係，原本一直都是傳播與媒體研究中最富疑義的主題之一，而不同世代的研究者，也都曾帶有不同的問題意識，如現代化思潮支配的年代，學者致力探究傳媒對政治發展所發揮的功能，稍後的批判學派則是關注媒體背後的政經結構支配與商品化的意識制約，文化研究的興起以及晚近對文本分析遞增的興趣，使學界逐漸開始追問隱藏在媒體訊息中的政治意涵，媒體不再僅僅只是政治過程中訊息傳遞的機制，也非全然只是位居上層結構的意識型態機器或文化霸權，它還是一個意義爭霸的場域，社會內外所有的角色、人物都在這個場域中被定義、被塑造、被生產、被改寫甚至被發明，部份研究者將這個建構過程及其所建構的內容稱爲再現（倪炎元，2003）。

當然這個要做的多理想，也實在不容易，因為在台灣的情況來講，財源很重要，要有一個財源來支撐，不然就是靠銷路，那在這十幾年來講，確實也不容易，客家雜誌扮演的角色對台灣客家來講，是蠻正面的。（訪談對象 F）

以前就像是風雲兩個字嘛，比較具有抗爭精神在裡面，基本上是制度化的社會運動有關係；但是從階段性的過程來看他，現在的媒體太多了，客家的媒體還是不少，不管廣播和現在電視也出來了，所以它的重要性也降低了，而且像是他的編輯群，或是雜誌的一些主事者，以客家來講，他們的代表性已經不是那麼全面了，所以某種情況下變成某一些客家人的雜誌，而不是能夠代表客家人的雜誌。（訪談編號 A）

彭明輝（1997）以台灣經驗進行分析，認為影響報紙發展程度依照順序應該是：政策、經濟、社會、與科技，尤其政府的新聞政策最值得關注。客家雜誌已完成其階段性任務，但後續無精采表現，與客委會成立有很大的關係，一方面是政府部門主導了客家形象的推廣，維護客家族群的權益，因此較不需完全倚靠民間力量；另一方面，近期客家雜誌的內容偏向了政策宣導以及政治宣傳的管道，故雜誌的重要性較早期為低。

客家雜誌現在大概都是一些民間抱怨或講講不合理的事情，當然它還是有他存在的價值，老實說他沒有最早那種領導客家社區的期許，目前是真的比較沒有，有些可惜。（訪談編號 C）

客家雜誌不應只是扮演一個政府部門傳聲筒的角色，它還是一個媒體，媒體應該要扮演好第四權、第五權的角色，不是說依附在政府部門底下，它還是要有自己的使命和任務。（訪談編號 E）

對客家雜誌內容的看法，就是客家人被操弄的問題，那就是偏向（政治的影響）的問題，那剛開始社會運動的精神確實是很值得肯定的，因為這個雜誌有他的目標跟使命，那能不能夠一直堅持，大家對他的期待還是很高。（訪談編號 E）

變成一個少數人在看的雜誌，解嚴了之後還這樣子，我們原本是非常開放，有話盡量講，到最後變成是這個樣子，我對於這個非常失望。應該要放手去讓年輕人辦，會有不同的觀點。（訪談編號 H）

如同於專家學者的訪談所指，客家雜誌自行政院客委會成立後，內容方面有政府政策傾向的問題；在雜誌內容的檢視方面，除了被有視為客委會的政策傳聲筒外，也有在選舉時，刻意為某政黨候選人打造形象、拉抬聲勢的文章專題出現。

客家雜誌的話當初是比較高知識取向的，後來在各地方也加一點，所以讓大家都可以看，那像現在這個樣子，我都跟他們說不要再寄給我，我對於跟政府拿錢最氣，在那個封面印那個贊助，像那個十一月份的還以那個客委會副主委當封面。在以前，像是 96 年跟 2000 年選總統的時候，我們就是跟候選人拿客家政策白皮書，如果沒有就空白，我們是這樣處理的，現在沒有，都是一面倒，這是我一輩子最痛心的事，范振乾還說他要把這個記憶消掉，我們真的是很用心在辦。（訪談編號 H）

如同彭欽清（2007）所指出，從 2003 年 5 月到 12 月，客家雜誌開始在內頁印行政院客家委員會贊助字眼，2004 年 8 月開始竟然在封面也印，2005 年 7 月到 2005 年到 12 月封面版權頁及內頁印行政院客家委員會贊助出版，2006 年整年封面印行政院客家委員會贊助出版，2007 年 1 到 4 月封面印行政院客家委員會贊助出版。幾位鄉親屢次來電，認為不宜，雖經口頭一再反映，但社方仍然我行我素。當然發行人、社長、張經理自有一番說法，一是客委會補助的是優良出版品，二是雜誌經費來源困難，政府經費不拿白不拿。問題是，雜誌品質是否優良，自有公斷，但一旦接受政府補助，雜誌本身便失去立場，便有淪為政府文宣之嫌，這樣的雜誌要如何去扮演好媒體的角色？這樣的雜誌怎麼可能有風骨？

此外在 2005 年 10 月號，第 184 期的客家雜誌中，以“客家政治新領袖：羅文嘉”為專題名，用 20 頁的篇幅，綜合文字與大量圖片鉅細靡遺地介紹台北縣長參選人羅文嘉，此舉不但有失媒體的超然獨立性，也讓讀者擁有更多政治方面的聯想，由於羅文嘉當時甫退下客委會主委一詞，此舉不但有失公平，而且遭人非議。

族群媒體受到了政治力、經濟力的介入，必定會喪失其原有的社會運動的革命精神，客家雜誌社在草創初期，苦無經濟來源，但立場中立、理想崇高，不為特定政黨或經濟力量所控制；但在晚期，經營者易主，以及客委會的贊助之下，客家雜誌的內容難免傾斜，失去了原有的社會運動精神，雖可能是財源不足的迫不得已，但十分可惜的是，雜誌內容確實有失公允之處，身為輿論公器，言論應公正無私，超然在政治與經濟控制之外，才能吸引更多讀者閱讀，而不是變成為特定民眾服務的刊物。

三、 中原正統的論述框架

「受壓迫的客家人」、「隱形的客家人」這兩種族群意象，對大多數的客家族群來說並不陌生。楊長鎮（1997）指出少數族群面對多數族群的負面指稱和刻板印象，可能有兩種不同的策略，一種是反擊，做積極的自我尊嚴或權益的爭取；一是形成「認同的避諱」，亦即以自身所處的族群符號為恥而不認同，甚至不願承認自己的族群身份。

在林彥亨（2003）指出客家廣播的某些族群意象，將客家族群的部分處境解釋為受壓迫、或刻意隱藏自我的客家身份，呼應了上述兩種策略，似乎可以從反面印證了客家族群亟欲回應的焦慮，是來自多數族群的負面指稱和刻板印象。在本研究中，除了林彥亨（2003）的發現之外，也有很大部份內容是關於客家族群的反擊論述，如同第四章第三節所討論強勢族群的同化內容中，而在這些反擊論述上，其實也包含許多關於自身族群的反省。

他們有意到客家庄實際採訪，多聽聽多體會，自己也臨時惡補一段客語的賀詞，預備回校以後，作為推行客家母語教育的精神力量。沒想到這位司儀先生，不但沒肯定沒鼓勵蘇校長，反而當著幾百賀客的面前，公然侮辱校長、消遣校長。（客家人第一次讓我感到如此的不可愛，余惠蓮，1996/7，客家雜誌 73）

有一些客家的形象就是什麼晴耕雨讀，是中原的士族，用來強化客家族群是很純的漢族，甚至這點還瞧不起閩南人，客家族群認為位處中原地帶，瞧不起四方的蠻夷。（訪談對象 F）

如同與閩南族群爭奪詮釋主體權的問題，客家族群往往以中原論述或強調漢族血統觀點的客家本色，展現某種程度的自傲心態，這是現代客家人必須去重新反省的問題，在早期的客家族群書籍中的自大態度，其實也是客家族群內部的另一種沙文主義，以士族或菁英觀點來看待客家，忽視了真實的、民間的客家特質和形象。

陳右果（2004）指出，人類學家 Lucan 所強調的自我認同過程，乃是建立「在他人眼中成就所謂的我」。因此客家族群在其他族群的擠壓下，期望能建構自身的形象，拿回詮釋的主導權，並對刻板印象做完整的反駁，強調自身族群的優越特質，意圖以貶低其他族群彰顯自身族群的正統性。

大部分是受羅香林的影響，當然他有他社會學的依據，不過在過度簡化之下，就變成了刻板印象，像是硬頸、勤儉或耕讀世家，大部分都是從羅香林的論述而來，那因為學校都不教，所以就是從坊間或民間的傳播，那客家人也不斷加深這個刻板印象；有一些觀念像是客家人是中原的士族、晴耕雨讀、客家的婦女是孺人等，這些都是羅香林的論述，或許他有一些依據或調查，但不是非常科學的透過歸納跟比較。（訪談對象 F）

我一個學生曾經寫過一篇研究台灣的客家歌曲，包括那個客家本色，都是在歌功頌德客家人，說是中原來的，像是羅香林的論述，這個就是自卑之後就會開始自我膨脹。（訪談編號 H）

過去關於研究客家的書籍，往往強調「客家本色」的同時，將客家本質化為鐵板一塊，或在反污名的企圖下，將客家建構為另一種沙文主義。（讀《台灣客家地圖》有感，馮清春，2003/2，客家雜誌 152）

因為受到儒家的思想，所以非常重視男尊女卑、長幼有序的思想，下對上是不容懷疑，不能討論的，這也是整個中國文化的主軸，那不管是透過考試，或是家族，都是一樣利用這樣把精神傳遞下去。所以我們看到客家文化，就是這些客家士族，作為客家界的菁英，代表客家的發言，那這個東西就很難掙脫、很難自覺。比較起來，閩南人跟原住民好像就不會這樣，不會把中原論述誇飾自己的社會地位，而且引以為傲，這點其實回過頭來也會傷害到他自己，而且他們不會自覺。（訪談對象 F）

存在著中原論述框架的客家族群，無法逃脫大中國思想的範疇，也和台灣本土化扯不上邊，認為閩南族群為主的台灣，並非客家族群可共享的鄉土，因此訪談學者認為，未來應修正所謂的客家中原論述，不應全緬懷著純正的血統或傳統的士族眼光，應落地生根去認同台灣本土，創造出屬於台灣客家族群的客家文化，這樣才能使客家人不再是

「客」，能夠在台灣社會找到自己的定位，與其他族群和平共處。

那傳統的跟新的形象又有差別，大概在十年前，李喬跟鍾肇政這些比較具有台灣意識的客家人，他們就想要擺脫舊的士族、儒家的形象，也就是說，他們不見得覺得中國文化就是那麼好，客家人不能因為中國文化就覺得自卑，這在台灣，也算是客家人的新文化運動，不過就我看來是不太成功，因為文化這個東西變動是比較緩慢的。（訪談對象 F）

面對未來，也就是客家人的認同，我覺得就是要先認同台灣，不要再把自己當作是到處做客的，這樣的觀念應該要改過來，認同台灣優先。現在推廣客家文化應該要比較批判性、有選擇性的；所以我認為客家形象應該要有轉化，不能只偏狹以前的儒家文化。（訪談對象 F）

桃李不言、下自成蹊，不是說我們客家族群有多好這樣，是要別人說不是自己說，這個形象的問題應該是我們去做，別人判斷才是。（訪談編號 H）



第五章 結論

本章分為兩節，第一節先討論資料分析結果是否有達到研究之目的及回答研究問題，以及其他發現之探討；其次說明研究貢獻與未來研究建議與限制，給予後續研究者參考。

第一節 研究發現與討論

一、 拼圖中的客家形象

回到對學者專家的訪談來說，在問及什麼是客家形象時，學者專家的答案雖已非常周延，但仍自謙無法將客家形象一語概括之；對於研究者來說，客家形象仍是一個非常複雜的概念，並非族群本身所能控制，而是從他人或一連串的傳播行為所建構，因此要論定什麼為客家形象？什麼又不為客家形象？難以認定且認定了也有失公允。

如同王雯君（2005）所指出，無論是書本、媒體或聽聞所得的客家意象，甚至是本調查而得的客家意象，皆訴說了人們對客家認知的一個過程，而這又只是訴說部份的客家特質，即便是出現頻率最為普遍的「勤勞節儉」也不能將其與客家等號相連，「客家美食」也僅是最能與客家聯想在一起的物質符碼，也不能完全等同客家文化。

因此在研究中得到的客家形象，沒有一種得以等於客家，所有眾多答案的總和也並不等於客家，但卻可以作為詮釋客家文化或勾勒客家邊界的線索，都可以成為客家論述中記憶揀選的元素，無論是要重新詮釋或建構客家意象，這些意象素材都必須置於脈絡言說才有意義，甚至得以重新組構創造一個更能夠代表客家的客家論述，才有機會成為象徵資本而非僅是刻板印象（王雯君，2005）。

據此，台灣的客家形象的確需要客家族群拿回詮釋主體，在現今客家文化復興的浪潮中，還我母語運動、客家電台的成立、行政院客委會的設立、各大學客家研究機構的設置和客家電視台播出，都有助於客家族群找回自己的歷史，並且使客家回到公共領域，像其他族群發聲，進而建立起屬於客家族群的特質與印象。

二、 歷史包袱的再造

本研究的文獻探討部份，是由歷史的取徑來觀察客家形象塑造的原因，而刻板印象的形成也與歷史經驗脫離不了關係，而且大部分都與客家族群所處艱困的生活環境有關。舉凡勤勞節儉美德，被曲解為小氣吝嗇；客家美食在早期也被視為無法登大雅之堂的菜色；山區的傳統精神性格被視為守舊、不知變通；客家婦女被視為勤勞能幹的代名詞；更不利的是，義民論述所造成的閩客對立，雖未如從前大動干戈，但現今閩客在台灣

的定位方面，仍然處於絕對的劣勢。

在本研究的文本分析當中，對於勤勞節儉、義民論述、傳統精神、客家婦女美德和文化產業五個特質中，多半是隱惡揚善的內容，對於一些負面印象或不利於客家族群的訊息，除了大力澄清外，也會從歷史的角度為客家解釋及修正，將正確的觀點傳播出去，此舉為族群媒體的責任，我們也必須體認到的是，客家歷史的書寫權也往往並非客家，故在這個以他者言說的態勢下，才有會如此多不利於客家的論述，才有會客家族群刻板印象的產生。

因此，客家形象既然是由人類建構而成，應當可以解構，解構後重組再建構。然而，客家形象的建構不是捏造或虛構之意，而是一種為了符合當前論述的需要，選擇性地挑撿脈絡、詮釋歷史，重新組織成一套完整的客家論述，以說明當前處境或是未來的方向。

對於台灣客家文化來說，當前是最好的時機，二十年來母語運動的成果，以及現今行政院客委會的帶領與客家電視台的傳播之下，客家形象更應在此時做修正，將負面形象的包袱淡忘，避免重複陷入扭曲歷史的窠臼與客家刻板印象惡性循環的僵化思考，讓台灣客家族群不再被負面標籤化，使客家族群能掌握書寫與詮釋客家的權力，憶述與創造我們想要的客家文化，型塑自己想要的客家形象，為客家族群找尋新方向的根本，進而重建與找尋屬於自己族群的利基，導正已邊緣化的地位，重新燃起客家意識與客家認同，讓台灣各族群的能夠平等多元的存續。



三、 客家形象的轉變

從雜誌文本的分析中，如圖 5-1 所呈現，可以看到抗爭運動時期，文章內容的焦點在於社會運動的描述、客家認同的問題以及義民論述的爭辯上，各有 16、26 和 10 篇文章討論，傳統客家特質的討論仍是此時期的主軸，如同謝文華（2002）、曾金玉（2000）的研究所提及，此時期的社會運動目標不僅為開端，也是喚起客家族群母語運動的起始期，文化產業的面向較少著墨，也較少提及各種藝術的傳承問題，以爭取客家族群的平等為優先。

直到母語運動結束後，台灣客家公共事務協會隨之而生，一股客家民間力量的興起，不等同於以往單就於母語及認同意識的恢復，新的客家人論述為較為全面的，根基在振興客家文化以及客家人也是台灣人的意識，因此舊有傳統精神的論述，也就是漢族血統和中原取徑的觀點稍歇，僅剩 7 篇文章討論，不再緬懷以及彰顯過去客家族群所擁有的傳統美德，轉向重視台灣客家特色的文章內容，舉凡地方介紹、客家美食為主，計有 39 篇的連載介紹，並試圖以客家人也是台灣人、客家語也是台灣話的論述取徑，取得族群內部以及外部的認同。

文化發展期的開端為寶島客家電台的合法成立，以及新客家電台和中原客家衛視的

成立，客家文化逐漸在媒體的能見度提高；在此時期文章內容中，開始重視各方面的文化傳承，但在傳統特質上，亦逐漸忽略，客家形象的特質此時期沒有顯著的代表性，而義民論述的文章內容豐富，在於反映當時北市民政局長以客家發言的風波所致，有 19 篇文章的討論，文化產業的內容在此時期逐漸增多，亦有 28 篇，原因在於客家族群不再如此隱形，樂於介紹自己的地方特色，客家庄觀光產業的濫觴也在此時期發生，台灣其他族群逐漸體認到客家族群的不同形象。

政府推廣期的客家形象有了重大改變，原因不外乎為行政院客委會、客家電視台以及各地方客委會的成立，客家文化產業以及客家地方特色成了客家族群的新形象，共有 46 篇文章討論，舉凡擂茶、桐花、木雕都成為客家族群的新代名詞，客家鄉鎮發展出屬於自己的客家特色，使台灣其他族群能夠利用其他管道來認識客家，進而抹滅以往的刻板印象。同樣的問題也發生在客委會的成立，由於客家文化流行的過度膨脹，使得文化產業趨向商品化，雜誌內容中增加許多客家文化流行化的探討與省思，共計 29 篇文章討論，這些都是前三時期從所未有的。而客家雜誌也在此時期被客委會推介為優良客家讀物，獲得政府補助，因此在文章內容方面，傾向於政府政策的推廣，不再保有前幾時期的對於傳統文化的介紹，亦為學者專家和讀者詬病。

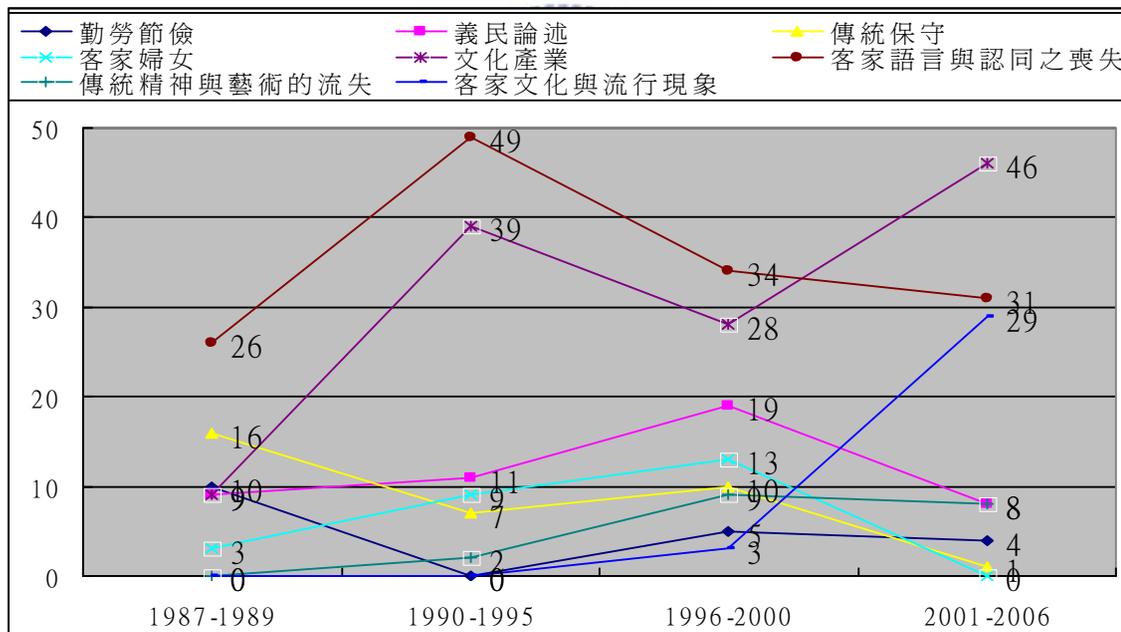


圖 5-1：各時期客家雜誌呈現之客家形象特質分佈

從整體內容來看，如圖 5-2 所示，客家語言與認同的喪失問題還是雜誌內容中的主軸，共計 140 篇之多，文化產業的部份的比例也頗高，有 122 篇文章討論，原因在於受到贊助後的內容呈現，以政令的宣導和介紹為主，其他像是義民論述的部份，在早期可謂雜誌內容的討論焦點，但在後期以較少著墨。總而言之，行政院客委會的成立，無論是對客家族群本身的影響，對於雜誌內容的傾向也有很大的改變，論述的主軸不再是拘

泥在傳統美德或特質的維護，而是在於文化的創新與再造，呈現出與以往不同的客家風貌。

綜和以上所述，在雜誌內容與專家訪談內容的相互對照之下，有些客家形象的特質是學者專家所同意，但也有些特質不被接受，例如勤勞節儉究竟為客家族群的天性，抑或是環境因素的影響，此形象也有待討論，但可以了解到的是在都市化之下，客家族群的傳統特性似乎已不再那麼明顯，其他像是傳統精神、客家婦女的美德以及義民的討論，都不再受到傳統的束縛，除了在雜誌內容的呈現趨勢外，在訪談內容中也可以得到相仿的驗證。

傳統的客家形象隨著時代的更迭、族群意識的改變以及政府機構的推廣下，現代客家族群不再擁有強烈的傳統族群形象，尤以都市客家族群為甚，轉而擁有另一種客家的文化資本，而這種新的形象和文化的取代，究竟是能夠建立台灣多元文化社會的可能，抑或反而使客家族群逐漸拋棄舊有的傳統與文化，其功過之論定，仍有待商榷。

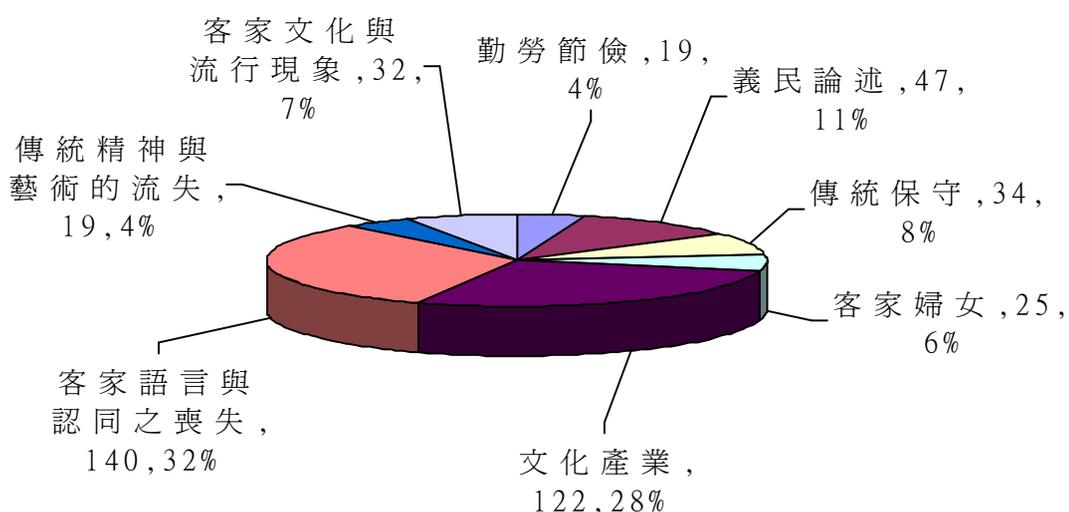


圖 5-2：客家形象特質在雜誌中的分佈

四、 族群媒體的功能檢視

誠如施正鋒（2004a）所指出，在主流媒體對於少數族群呈現不足以及錯誤的情況下，少數族群媒體因應而生；進一步地說，儘管多數族群可以試圖以國家和媒體的支配來壓制他者的認同，少數族群也可以透過自己的媒體來對抗別人硬給的認同，或是取回和塑造自己的認同。因此若所處的社會為不合理的結構下，少數族群會產生反動的行徑，試圖透過社會運動和利用另類媒體傳達反抗的訊息，來凝聚族群的意識，爭取族群的平權。

從 Suber-velez 的研究中，可以發現族群媒體扮演著雙元角色。一方面協助少數族群適應主流社會，具有融合功能；另一方面也透過呈現少數族群母語和文化內容，維持少數族群對於母語文化的聯繫，而具有多元功能（轉引自王嵩音，2000）。對於客家雜誌來說，母語運動期傾向呈現族群母語以及文化內容，試圖喚起族群對於母語文化的意識；正名宣示期以及文化發展期的文章內容主軸則是傾向客家族群的本土化，也就是慢慢使舊有客家族群的中原論述消退，讓客家族群能夠認同本土，不再是「客」，並且能夠適應台灣的本土化浪潮；而在政府推廣期，雜誌內容的呈現則是為客家族群制度化以及台灣多元社會的存在做努力，以新的客家形象為主體，使主流社會能夠重新認識客家族群。

相較於早期客家風雲雜誌的革命精神，也就是母語運動時期的文章內容，在行政院客委會成立後，政府推廣時期的客家雜誌內容傾向為政府政策的傳達，已有違族群媒體的第四權精神，這並非族群媒體革命性格的表現，應當持續為客家族群的權益奮戰，保持民間的客家力量監督政府的客家政策，而不是於成立了國家級行政機關後便喪失了民間的社會運動力量，不僅是客家雜誌本身，許多客家民間團體都必須反思此問題，如何使民間客家社會運動的力量持續，是台灣客家族群必須共同去反省和檢討的，絕對不能因為享有了族群的特權而自足，這樣反而是對族群多元的實現產生阻礙。

對於客家雜誌的定位來說，應仍扮演客家政策監督者的角色，持續為客家族群的權益把關，而非為少數讀者服務的族群媒體。此外，對於內容及編輯方面來講，應加入年輕客家族群參與，希冀藉由年輕人的創意，將客家文化的現代化，一改客家文化以及雜誌內容的傳統老舊，而在年輕人的加入之餘，需要年長客家族群的包容及指導，不應沉浸在傳統的大中國思想與中原論述，應當將客家傳統文化再創新，才有延續下去的力量。

對於閱聽眾的思考，雜誌內容究竟是為客家族群所服務？還是提供另一個給台灣其他族群認識客家的管道？在客家形象更迭的現今，除了有如上述恢復原有的族群媒體功能外，是否也可轉型成為台灣各族群所共同擁有的客家雜誌，亦為可能改變的型態，如此一來，內容更要拋開客家族群的優勢論述與閩客歷史的相互攻訐，以公正客觀的角度書寫，藉此讓台灣其他族群認識客家，了解客家的歷史經驗，拋開舊有的刻板印象成見。

第二節 研究限制與建議

一、研究方法之限制

質性研究能夠提供量化研究有關運作機制與意義的證據，但無法像量化研究有具體數據來衡量、解釋，只能蒐集到部分的資料，在研究推論上有其限制，而且影響因素之間因果關係的建立不容易。故建議未來欲從事相關研究者，可採用常見的質、量結合方

法，進行交叉檢驗。

另外可採取形象對照的研究方式，一方面研究客家媒體素材，另一方面以調查法探究一般民眾或是其他族群對客家族群之印象，或是針對主流媒體對於客家族群形象的呈現，進行以客家族群媒體觀點，與一般民眾或大眾傳播媒體所呈現之刻板印象比較，相信可以了解客家形象的鴻溝，並可從中了解客家族群刻板印象之問題。

此外，形象的概念對於一個族群來說，仍是一個靜態的概念，一個容易標籤化的刻板印象，但客家族群與這個社會都是動態的，而且有著複雜關係，因此形象離真實仍有距離，往後的研究若能真實的探究客家形象，或是以客家自身的觀點來書寫或詮釋客家形象，宜以人類學取徑切入，以參與觀察、民族誌方法去田野實地體驗客家的形象以及本質為何，不但有修正客家形象的可能，對客家族群形象的研究能夠更進一步。

二、 資料分析之限制

限於人力、時間、資源之不足，在雜誌文本的樣本方面，在逐篇的篩選過後，僅立意抽樣了 438 篇作為研究的素材；後續研究可針對總體文章的內容做形象分析，應有不同於本研究之風貌。

在深度訪談方面，是以八位專精客家研究之學者專家為對象，後續研究可擴大訪談樣本，以及樣本範圍，可朝行政機關、活動主事者或是一般民眾方面尋找，應有不同於學者專家的研究發現。

本研究原擬加入各大報讀者投書之文章，做為客家形象比較分析的內容之一，期望藉由分析不同族群對於客家形象的看法，能使研究內容能夠更豐富多元，達到三角檢定法的準則，提昇本研究之效度；但礙於人力、時間、資源之限制，無法兼顧此部份之內容，僅以部份關鍵字搜尋文章，作為研究資料分析的基礎，後續研究應可蒐集多面向之資訊，使客家形象研究更為完整。

此外，對於客家雜誌來說，其所呈現之客家形象，是否能夠完全代表客家，仍有待商榷，因此在後續的客家形象研究中，仍待更多客家族群媒體素材或是一般媒體內容的研究，才能將台灣客家形象的研究更趨完整。

三、 研究貢獻與建議

本研究意圖在客家雜誌中，深入探討台灣客家形象的特質與演變，一方面為台灣客家形象的研究增添一筆，也為台灣客家研究做了一小部份的努力，身為客家後生的研究者，試圖盡客家族群的本分，能對自己的族群有更進一步了解，為完成此篇論文最大愉悅之處。對於本研究來說，雜誌媒體為本研究之主要素材，不同於以往的客家廣播、電視和電影等電子媒體之研究，雜誌媒體的部份尚未有研究者觸及，且亦為族群媒體研究

與形象研究結合，為兩者研究的新取徑。

在客家意象與形象的研究方面，本研究試圖建構出屬於台灣之客家形象，並且探討其變遷，為以往研究未提及的部份，以往對於客家形象或意象的研究雖已起步，但也尚未歷史情境的觀點配合分析；對於客家歷史以及社會運動的探討上，也尚未談及至客家形象轉變的部份，本研究試圖將兩者結合，配合客家歷史發展和雜誌中客家形象的變遷做對照，期望能為客家形象之研究有更深入之解釋。

另外在族群媒體的功能方面，本研究亦探討了族群媒體功能展現的部份，對於以往族群媒體之研究來說，除了較少探討族群媒體的形象之外，其背後可能之再現脈絡的探討亦尚未有相關之研究，未來的研究應也可朝向此取徑，針對另類媒介或小眾媒介做分析，探討其可能建構出的族群形象，或是其形象建構背後的意涵和脈絡的探討。

對於研究對象客家雜誌，希冀客家雜誌能夠繼續存有帶領「還我母語運動」的精神，繼續將客家文化復興為己任，扮演客家族群的傳聲筒角色，而非政令宣導的工具，使客家族群的聲音能夠呈現在公共領域上。

在雜誌內容方面，適逢選舉活動時，各候選人置入行銷的文章過多，易招致極端政黨傾向之讀者對雜誌的內容反感，應做修正或平衡藍綠候選人的文章篇幅，讓讀者能夠讀到公平、中立、客觀之文章；此外，雜誌文章中過多團體活動的專題報導，對於一般訂閱的客家鄉親來說，閱讀此類文章內容可能無法有所共鳴。

在雜誌的創新方面，現在的客家雜誌應可建立一些平台，或是不同的媒介呈現方式讓年輕人投入，由於雜誌內容一直以被認為存有傳統客家文化的樣態，講一些老舊傳統的東西，跳不出傳統的框架裡面。在文化的推廣上，從客委會的成立後，客家族群意識的抬頭下，要思考的問題就是，雜誌的閱聽眾為何？是否仍為專屬於客家族群的族群媒體，抑或是要轉而推廣族群文化。

在形式上，紙本呈現的方式是否有所不足？是否應該以摘要或主題目錄方式發行電子雜誌，應可吸收更多年輕族群閱讀，因此也要加入年輕人寫的一些文章，提供更多的客家年輕子弟觀點，讓客家文化能夠經由年輕人的創新思維，不再只是陷入傳統的窠臼，有更多再生的可能性。

參考文獻

中文部分

- 王 旭（1985）。《中共傳播媒介塑造的台灣形象：以人民日報中的「今日台灣」專欄報導台灣消息為例》。國立政治大學新聞研究所碩士論文，台北。
- 王石番（1989）。《傳播內容分析法：理論與實證》。台北：幼獅文化。
- 王甫昌（2004）。《當代台灣社會的族群想像》。北市：群學。
- 王雯君（2005）。〈客家邊界：客家意象的詮釋與重建〉，《東吳社會學報》，18：117-156。
- 王嵩音（1998）。《台灣原住民與新聞媒介：形象與再現》。台北：時英。
- （2000）。〈少數族群媒介之觀眾分析：以公共電視原住民新聞節目為例〉，《文化流傳：國際華語廣播電視文化性節目觀摩與研討會論文集》，台北：政治大學傳播學院廣電系。
- 王雅各（2000）。〈綜論質性研究〉，《傳播質性研究方法之發展與省思研討會論文集》，頁 17-46。台北：世新大學
- 丘昌泰（2006）。〈台灣客家族群的隱形化行爲：顯性與隱性客家人的語言使用與族群認同〉，《客家研究》，1(1)：45-96。
- 方雅慧（1999）。《家園重建，誰的夢？從災後社區政商競合的重建計畫看社區報紙》。台大新聞研究所碩士論文。
- 孔文吉（1998）。〈建構原住民傳播網絡：政府的角色〉，《原住民成人教育國際觀摩暨學術研討會論文集二》，台北：國立台灣師範大學社教系、成人教育研究中心。
- （2000）。《忠於原味：原住民媒體、文化與政治》。台北：前衛。
- 古國順（2000）。〈客家雜誌對客家文化的貢獻〉，《客家雜誌》，124：38。
- 世新大學（2004）。《台灣客家民眾客語使用狀況》。台北：客委會。
- 台邦·撒拉勒（1993）。〈廢墟故鄉的重生：從《高山青》到部落主義：一個原住民運動者的觀察和反省〉，《台灣史料研究》，第 2 期，頁 28-40。

- 江佳陵（2004）。《電視新聞台主播形象指標之建構》。世新大學傳播研究所碩士論文，台北。
- 江彥震（2003.8.3）。〈客家精神，客家族群文化象徵〉，《客家郵報》，7版。
- 全國意象顧問股份有限公司（2004）。《全國客家人口基礎資料調查研究》。台北：行政院客家委員會。
- 吳中杰（1999）。《台灣福佬客分佈及其語言研究》。國立臺灣師範大學華語文教學研究所碩士論文。
- 李喬（1992）。《台灣文化造型》。台北：前衛。
- 李金銓（1984）。《大眾傳播理論》。台北：三民書局。
- 李信漢（2006）。〈族群媒體圖像之描繪：以客家電視為例〉，「中華傳播學會 2006年年會」論文。台灣，台北。
- 何臺明（1989）。《報紙內容與民意代表形象之研究》。政治作戰學校新聞研究所碩士論文，台北。
- 步明薇（1998）。〈社區媒介參與：以參與傳播架構對小功率社區電台所行之評估〉，《1998 中華傳播學會論文集》。台北：中華傳播學會。
- 林忠正、林鶴玲（1991）。〈台灣地區各族群的經濟差異〉，張茂桂（編）《族群關係與國家認同》。台北：業強。
- 林佩君（2004）。《台灣地區客家廣播電台經營管理之研究》。國立政治大學廣播電視學系碩士論文，台北。
- 林彥亨（2003）。《客家意象之形塑：台灣客家廣播的文化再現》。國立清華大學人類學研究所碩士論文，新竹。
- 林東泰（1999）。《大眾傳播理論》。台北：師大書苑。
- 林崇熙（2001）。〈誰是客家人？作為一種意識型態的族群認同〉，「第一屆文化山海觀：文化資產維護研討會」論文。雲林：國立雲林科技大學文化資產維護研究所。
- 林福岳（2002）。《族群認同下的社區傳播：以美濃反水庫運動論述為研究脈絡》。國立政大新聞所博士論文，台北。
- （2005）。〈媒介中刻板印象之建構〉，周典芳、陳國明（編）《媒介素養概論》，頁 151-176。台北：五南。

- 林慧斐（2000）。〈N 世代選民認知總統候選人形象之研究：以公元 2000 年台灣地區總統選舉為例〉，「公元 2000 年總統選舉：傳播、行銷暨策略理論與實務學術研討會」論文。台北：世新大學民意調查研究中心。
- 卓怡君（2004）。〈客家唱片談古說今〉，《客家文化季刊》，9：14。台北：台北市政府客家事務委員會。
- 范振乾（2001）。〈扮好客家文藝復興運動的推手：對行政院客家委員會定位、使命、角色與任務的期望〉，《客家雜誌》，134：63-69。
- 范揚松（1994）。〈客家人的經營管理觀念〉，戴興明、邱浩然（編）《客家文化論叢》，頁 137-143。台北：文化復興運動總會。
- 施正鋒（2004a）。《台灣客家族群政治與政策》。台中：新新台灣文化教育基金會。
- （2004b）。〈從多元文化主義看客家電視〉，「客家紮根、多元成長：2004 客家電視研討會」論文。台北：行政院客家委員會。
- （2006）。《台灣族群政治與政策》。台中：新新台灣文化教育基金會。
- 倪炎元（2003）。《再現的政治：臺灣報紙媒體對「他者」建構的論述分析》。台北：韋柏文化國際。
- 祝基滢（1973）。《大眾傳播學》。台北：學生書局。
- 邱天助（2002）。《布爾迪厄文化再製論》。台北：桂冠圖書。
- 邱秀宇、陳定銘（2007）。〈中央與地方政府互動關係之研究：以客家桐花祭活動與經費補助為主〉，「地方自治與民主發展：台灣經驗的省思學術研討會」論文。台中：台灣民主基金會、台中市政府、東海大學政治系、東海大學地方自治中心。
- 邱彥貴、吳中杰（2001）。《台灣客家地圖》。台北：貓頭鷹出版社。
- 邱炳進（1988）。《公共宣傳與形象塑造之研究：警察學校第五期、甲種一一九期招生宣導效果案例》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 邱榮舉（1994）。〈論臺灣客家文化運動〉，戴明興、邱浩然（編）《客家文化論叢》，頁 31-41。台北：文化復興運動總會。
- 邱春美（1994）。〈從客家「傳仔」研探其文學發展〉，《客家文化研討會論文集》，頁 91-104。台北：行政院文化建設委員會。

- 胡淑裕（1987）。《大眾媒介塑造政治人物形象之研究：孫運璿、林洋港、李登輝之個案分析》。文化大學新聞研究所碩士論文。
- 徐正光（1991）。〈序：塑造台灣社會新秩序〉，徐正光（編）《徘徊於族群與現實之間》，頁 4-9。北市：正中書局。
- 徐正光、蕭新煌（1995）。〈客家族群的語言問題台北地區的調查分析〉，《民族學研究所資料彙編》，10：1-40。
- 徐正光、鄭力軒（2002）。〈當代台灣客家生活〉，徐正光（編）《台灣客家族群史：社會篇》。南投：台灣省文獻館。
- 徐宗國（1997）。《質性研究概論》。台北：巨流。
- 徐智德（2004）。《從政治過程論的觀點探討台灣客家運動》。佛光人文社會學院政治學研究所碩士論文，宜蘭。
- 梁榮茂（1998）。〈感言與感謝〉，「客家發展研討會議」論文。北市：台北市民政局。
- 莊英章（1994）。《家族與婚姻：台灣北部兩個閩客村落之研究》。台北：中央研究院民族所。
- 莊華堂（1998）。〈傳承、突破與發展：從當前客家文化的危機看客家文化的再生〉，「客家發展研討會議」論文。北市：台北市民政局。
- 郭 岱（1994）。〈臺灣客家人的山歌〉，戴興明、邱浩然（編）《客家文化論叢》，頁 167-171。台北：文化復興運動總會。
- 郭良文、林素甘（2001）。〈質化與量化研究方法之比較分析〉，《資訊傳播與圖書館學》，7(4)：1-13。
- 許禎元（1997）。《政治研究方法與統計》。台北：五南。
- 許瑞弘（2004）。《社區報紙的社區公共事務功能：以美濃菸農自救運動為實例的研究》。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文，高雄。
- 晁成婷（2002）。《弱勢社群媒介近用策略初探：以心智障礙者家長團體為例》。世新大學傳播研究所碩士論文，台北。
- 敦 誠（1991）。〈「小眾媒體」是什麼？由四個國外的實例，省視本地的狀況〉，敦誠（編）《邊地發聲：反主流影像媒體與社運紀錄》，頁 3-19。台北：唐山。

- 傅楷傑（2004）。《客家六堆運動會發展之研究》。屏東師範學院體育教學碩士論文，屏東。
- 黃秀（1999）。《政治人物在大眾媒介中的形象研究：以台視、中視、民視及無線衛星電視臺對陳水扁的報導為例》。國立政治大學新聞研究所碩士論文，台北。
- 黃文珊（2005）。《應用隱喻抽取技術挖掘品牌行銷創意：以客家電視為例》。世新大學傳播管理所碩士論文，台北。
- 黃金益（2001）。《國內服務弱勢族群公益性電台的價值與生存問題之探討》。世新大學傳播研究所，台北。
- 黃恆秋（1998）。《台灣客家文學史概論》。台北：愛華。
- 黃雅榆（2002）。《客家人對客語及客語教學的態度：以臺灣四個地區為例》。國立新竹師範學院臺灣語言與語文教育研究所碩士論文，新竹。
- 黃葳威（1999）。《文化傳播》。台北：正中書局。
- （2002）。《聲音的所在：透視電台節目規劃管理》。台北：道聲。
- 黃榮洛（1989）。《渡台悲歌：台灣的開拓與抗爭史話》。台北：臺原出版社。
- 黃儀冠（2007）。〈母性鄉音與客家影像敘事：台灣電影中的客家族群與文化意象〉，《客家研究》，2(1)：59-96。
- 曾金玉（2000）。《台灣客家運動之研究（1987-2000）》。臺灣師範大學公民訓育研究所碩士論文，台北。
- 曾逸昌（2005）。《客家通論：蛻變中的客家人》。苗栗頭份：作者自印。
- 曾喜城（1999）。《台灣客家文化研究》。屏東：屏東平原鄉土文化協會。
- 彭文正（2004）。〈客家元素與收視行為互動模式探究〉，「客家紮根、多元成長：2004客家電視研討會」論文。台北：行政院客家委員會。
- 彭月媛（2007）。《《落水天》、《大埔調》、《正月牌》、《半山謠》、《喊我唱歌就唱歌》之樂曲分析與詮釋：兼論客家民歌所呈現之傳統客家的婦女形象》。臺北市立教育大學音樂藝術研究所碩士論文。
- 彭明輝（1997）。〈政經環境與報業經營：以聯合報系為中心的討論〉，《國立政治大學歷史學報》，14：303-330。

- 彭欽清（1998）。〈落實客家運動：從落實客家導向教育著手初論〉，「客家發展研討會議」論文。北市：台北市民政局。
- 彭懷恩（2002）。《政治傳播與溝通》。台北：風雲。
- 彭維建（2004）。〈族群電視頻道節目走向分析：以客家電視台為例〉，「電子·口語·人：口傳教育的本土實踐與展望研討會」論文。台北：世新大學。
- 傅仰止（1995）。〈台灣族群的意象與位階：比較他群和我群〉，《中央研究院民族學研究所專刊》，第七十八期。
- 楊孝濬（1978）。《傳播研究方法總論》。台北：三民書局。
- （1980）。《傳播媒介的社會功能》。台北：聯經。
- 楊忠川、李興國（1999）。〈網際網路時代下的小眾媒介發展：虛擬社群的觀點〉，「中華傳播學會 1999 年會」論文。台北，木柵。
- 楊長鎮（1989）。〈街頭運動的新典範：還我客家話大遊行報導〉。《客家風雲雜誌》，14：14-22。
- （1997）。〈民族工程學中的客家論述〉，施正鋒（編）《族群政治與政策》。台北：前衛。
- 楊國樞（1989）。《社會及行為科學研究方法》。台北：東華書局。
- 楊國樞、李本華（1970）。〈台大學生對他族或他國人民的刻板印象〉，《台灣大學心理學系研究報告》，第十二期。
- 楊鏡汀（1997）。〈危機與轉機：客家雜誌十年史的一段記事〉，《客家雜誌》，88：17-20。
- 陳一香（1999）。〈媒介多元化意涵之初探〉，《新聞學研究》，58：141-169。
- 陳右果（2004）。《台灣原住民的「他者」影像再現：以公共電視原住民新聞雜誌為例》。南華大學傳播管理所碩士論文，嘉義。
- 陳世敏（1992）。〈新聞自由與接近使用媒介權〉，翁秀琪、蔡明誠（編）《大眾傳播法手冊》，頁 230-247。台北：政治大學新聞研究所。
- 陳先隆（1995）。《報紙對選民選台北市長候選人的形象塑造：以中國時報、聯合報、自由時報、自立早報為例》。國立政治作戰學校新聞研究所碩士論文，台北。

- 陳秋鴻（1992）。〈新客家人的條件〉，《客家雜誌》，22：42-47。
- 陳姿羽（2001）。《女性政治人物的報紙新聞再現：以呂秀蓮副總統為例（2003/3/18~2001/3/18）》。國立中山大學政治學研究所碩士論文，高雄。
- 陳香如（2006）。《多元文化主義實踐的考察：台灣本土化潮流下的客家運動之研究》。國立臺灣師範大學政治研究所國家事務與管理碩專班碩士論文。
- 陳逸君（1998）。〈眾裡尋「客」千百度：一個需要重新書寫台灣族群史的時代〉，「第四屆國際客家學研討會」論文。台灣，台北。
- 陳清河（2002）。《原住民專屬電視頻道規劃之評估研究》。台北：行政院原住民族委員會。
- 陳運棟（1979）。《客家婦女的言論》。台北：聯亞出版社。
- （1990）。《台灣的客家人》。台北：台原。
- 陳錦華（2002）。《台灣網路同志運動分析》。國立政治大學新聞研究所碩士論文，台北。
- 管中祥（2001）。〈媒體是產業，還是文化？有線廣播電視法爭議的根本問題〉，《目擊者雙月刊》，第二十二期。
- 蔡偉（1994）。〈客家人的年歲習俗〉，戴興明、邱浩然（編）《客家文化論叢》，頁 183-189。台北：文化復興運動總會。
- 蔡淑玲（1998）。〈社會地位取得：山地、閩客及外省之比較〉，楊國樞、瞿海源（編）《變遷中的台灣社會》。台北：中央研究院民族學研究所。
- 簡麗婉（1992）。《我國報紙對民進黨形象塑造之趨勢分析：以中國時報為例》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 張台光（2006）。《半導體產業廠商員工離職因素之探討：以 M 公司為例》。國立交通大學高階主管管理碩士學程碩士班，新竹。
- 張秋台（1994）。〈當代客籍畫家之藝術風格〉，《客家文化研討會論文集》，頁 111-112。台北：行政院文化建設會。
- 張添雄（2003）。《高屏六堆客家的歷史文化與民情風俗》。國立臺東大學教育研究所碩士論文，台東。

- 張維安（2001）。〈客家婦女地位：以閩南族群為對照的分析〉，曾彩金（主編）《六堆客家社會文化發展與變遷之研究》。屏東：六堆文教基金會。
- 張維安、黃毅志（2000）。〈台灣客家族群經濟的社會學分析〉，徐正光（編）《台灣客家族群史：產經篇》，頁 21-46。南投：台灣省文獻委員會。
- 張維安、王雯君（2005）。〈客家意象：解構「嫁夫莫嫁客家郎」〉，《思與言》，43(2)：43-76。
- 張華葆（1994）。《社會心理學》。台北：三民書局。
- 張春興、楊國樞（1991）。《心理學》。台北：三民書局。
- 張錦華（1994）。《傳播批判理論》。台北：黎明文化。
- （1997）。《公共領域、多文化主義與傳播研究》。台北：正中書局。
- 張瓊方（1998）。〈大家來答嘴鼓：寶島客家電台發聲〉，《光華雜誌》，23(12)：94-105。
- 薛玉龍（2004）。《台灣表演藝術團體付費會員之消費行為模式與付費制度建議》。國立中山大學企業管理研究所碩士論文，高雄。
- 劉中薇（2002）。《尋找一座城：市民書寫中的台北形象》。國立政治大學廣播電視學系研究所碩士論文，台北。
- 劉幼琍（1998）。〈特定族群對廣電媒體的需求及收視聽行為：以客家人與原住民為例〉，《國立政治大學學報》，78：337-385。
- 劉昌德（2006）。〈台灣商營電視節目內容管制的演變：結構去管制下的「內容再管制」〉，《廣播與電視》，26：77-116。
- 劉純杏（2001）。〈客家文化負面印象之辯解〉，《行天宮人文發展中心通訊》，1：16-30。
- 劉惠玲（2005）。《台灣客家文化運動與族群建構之研究》。東吳大學社會學系碩士在職專班碩士論文，台北。
- 劉還月（1999）。《台灣的客家族群與信仰》。台北：常民文化。
- （2000）。《台灣的客家人》。北市：常民文化。
- 歐用生（1992）。《質的研究》。台北：師大書苑。

- 鄭瑞城（1993）。〈頻率與頻道資源之管理與配用〉，鄭瑞城（編）《解構廣電媒體》，頁 1-73。台北：澄社。
- 鄧尚智（1987）。《「光華雜誌」塑造我國國家形象之研究》，政治作戰學院新聞研究所碩士論文。
- 鄧榮坤、李勝良（1997）。《台灣新客家人》。台北：台北客家文化推廣中心。
- 謝文華（2002）。《客家母語運動的語藝歷程（1987-2001）》。輔仁大學大眾傳播學研究碩士論文。
- 謝敏芳（2004）。《外籍勞工報紙形象之趨勢研究》。淡江大學大眾傳播學系傳播碩士班碩士論文，台北。
- 戴寶村、溫振華（1998）。《大台北都會圈客家史》。北市：台北市文獻委員會。
- 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）。
- 瞿海源（1997）。〈資訊網路與台灣社會：網路使用的社會意義〉，「資訊科技對人文、社會的衝擊與影響期末研究報告」。南港：中央研究院資訊科學研究所。
- 蕭新煌（2005）。〈多元文化社會的族群傳播：剖析一個新典範〉，《中華傳播學刊》，7：3-7。
- 羅文輝（1991）。《精確新聞報導》。台北：正中。
- 羅香林（1992）。《客家研究導論》。台北：南天。
- 羅烈師（2005）。《新竹市客家地圖》。新竹市：竹市文化局。
- （2007）。《客家研究之反思：學術與運動的雙重觀點》，「城流鄉動：2007 文化研究協會年會」論文。台北：台大城鄉研究所。
- 羅肇錦（1993）。〈看不見的族群：只能做隱忍維生的弱勢人民嗎？〉，台灣客家公共事務協會（編）《台灣客家人新論》，頁 31-36。台北：臺原。
- （1994）。〈台灣客家話的現狀與走向〉，徐正光、彭欽清、羅肇錦（編）《客家文化研討會論文集》，頁 1-19。
- 鍾皓如（2004）。《論電視新聞中客家「義民」之建構》。國立台南藝術大學音像藝術管理研究所碩士論文，台南。

鍾孝上（1998）。〈公用國語、尊重母語：為客家並為全民爭取最公道的語言政策〉，「客家發展研討會議」論文。北市：台北市民政局。

翻譯書籍

王佳煌、潘中道、郭俊賢、黃瑋瑩譯（2005）。《當代社會研究法：質化與量化途徑》。台北：學富。（原書 Neuman, W. L. [2002]. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*.）

尚榮安譯（2001）。《個案研究》。台北：弘智文化。（原書 Yin, R. K. [1994]. *Case study research: design and methods*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications (2nd ed.).）

席長安譯（1969）。《現代心理學大綱》。台北：商務印書館。（原書 Sargent, S. S. & Stafford, K. R. *Basic teaching of the great psychologists*.）

李天任、藍莘譯（1995）。《大眾傳播研究》。台北：亞太圖書。（原書 Wimmer, D.W. & Dominick, R. J. [1991]. *Mass Media Research: An Introduction* (3rd ed.). Belmont, CA: Wadsworth.）

徐漢斌譯（1996）。《客家與台灣》。台北：常民文化。（原書江運貴著）



網路部份

文 靜（2001）。〈台語歌謠的奇葩 鄧雨賢〉。上網日期：2007年10月16日，取自 <http://www.taiwan123.com.tw/musicface/face03-2.htm>

管中祥（2004）。〈「偶素」上流社會，好笑嗎？〉，《媒體小鋪電子報 105 期》。上網日期：2007年10月17日，取自 <http://enews.url.com.tw//archiveRead.asp?scheid=24899>

彭欽清（2007）。〈參與與退出：知我者謂我心憂，不知我者謂我何求。〉。上網日期：2007年12月28日，取自 <http://land.ihakka.net/groups/group06.aspx?newsID=31382&stationID=750>

陳 板（2004）。〈台灣客家文化〉。上網日期：2007年10月23日，取自 <http://info.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=13564&ctNode=3491>

陳康宏（2007）。〈風起雲湧到風平浪靜：從客家風雲雜誌到客家雜誌走過二十年〉。上網日期：2007年10月25日，取自 <http://www.hakka.url.tw/hakkahistory.pdf>

張釗維 (2000)。〈在獨立之外—獨立音樂的社會運動空間〉，《原住民族電子報第 3 期》，上網日期：2007 年 10 月 11 日，取自 <http://abo.theleft.org.tw/>

張筱瑋 (2005)。〈客語認證 搶救母語強心劑〉，《新台灣新聞週刊第 492 期》，上網日期：2007 年 11 月 24 日，取自 <http://www.newtaiwan.com.tw/bulletinview.jsp?period=492&bulletinid=22662>

英文部分

Ambrosi, A. (1991). Alternative communication and development alternatives. In Nancy Thead and Alain Ambrosi (Eds.). *Video the changing world* (pp. 1-19). Montreal: Black Rose Books.

Armstrong, D. (1981). *A trumpet to arms*. Boston: South End Press.

Bettig, R. V. (1996). *Copyrighting culture: The Political economy of intellectual property*. Boulder, CO: Westview Press.

Bogdan, R. & Biklen, S. (1982). *Qualitative research for education: An Introduction to theory and method*. Boston: Allyn and Bacon.

Boulding, K. E. (1956). *The image*. Ann Arbor: The University of Michigan.

Boulding, K. E. (1969). *The image: Knowledge in life and society*. Ann Arbor: The University of Michigan.

Crespi, L. L. (1961). Some observations on the concept of image. *Public Opinion Quarterly*, 25.

Dawson, Jr. H. G. (1961). *Original and changed attitudes, impressions and perceptions as related to the mass media experience of new foreign students at the university of Iowa*. Unpublished doctoral dissertation, State University of Iowa, Iowa.

Hall, S. (1985). Signification, representation, ideology: Althusser and the post -structuralist debates. *Critical Studies in Mass Communication*, 2(2), 91-114.

Hinton, Perry R. (2000). *Stereotypes, cognition and culture*. Philadelphia, PA: Psychology Press.

Krans, S. & Davis, D. (1976). *The effects of mass communication on political behavior*. University Park: Pennsylvania State University Press.

- Markham, J. W. (1967). *International image and Mass Communication Behavior*. Iowa City: University of Iowa.
- Merrill, J., C. (1962). The Image of the United States in ten Mexican Dailies. *Journalism Quarterly*, 39(spring), 203.
- Nimmo, D., & Savage, R. L. (1976). *Candidates and their images: Concepts, methods, and findings*. Pacific Palisades, CA: Goodyear Publishing Company Inc.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, Calif: Sage °
- Pandit, (1996). The creation of theory: A Recent application of the Grounded Theory Method. *The Qualitative Report*, 2(4).
- Powney, J., & Watts, M. (1976). *Interviewing in educational research*. London: RKP.
- Reynolds, R. J. & Gutman, J. (1984). Advertising is image management. *Journal of Advertising Research*, 24(1), 27-37.
- Riggins, S. H. (1992). *Ethnic minority media: An International perspective*. thousand Oaks, Cal: Sage
- Sereno, K. & Mortensen, D. (1970). *Foundations of communication theory*. NY: Harper & Row Inc.
- Subervi-Velez, F. A. (1986). The mass media and ethnic assimilation and pluralism: A Review and research proposal with special focus on Hispanics. *Communication Research*, 13, 71-96.
- Van Dijk, T. A. (1991). *Racism and the press*. London: Routledge.
- Viswanath, K. & Arora, P. (2000). Ethnic media in the United States: An Essay on their role in integration assimilation and social control. *Mass Communications and Society*, 3, 39-57.
- Zhang, K. & Hao, X. (1999). The Internet and the ethnic press: A Study of electronic Chinese publishing. *Information Society*, 15, 21-31.



附錄：深度訪談題綱

您好：

此份訪談大綱是關於《從客家雜誌分析客家形象之變遷》的研究，相信您對於客家研究的專業知識與意見會帶給本研究有很大的幫助。對於訪談的問題如有不妥之處，煩請告知。另外，本次訪談僅作為學術用途，不會外流，請放心接受訪談，謝謝。

敬祝 身體健康 諸事順心

國立交通大學傳播研究所
指導教授：郭良文 教授
研究生：林信丞

敬上

訪談大綱：

一、您認為的客家形象是什麼？

二、有關於勤勞節儉、義民論述、傳統精神、簡單樸實、婦女美德、客家美食及文化產業等虛擬或實體的特質；就您的觀點，這些是否能代表客家形象？原因為何？或是您有想像中的客家形象代表？

三、就您的感覺，客家形象從早期至今有何不同？是否跟隨時間而有所變化？原因為何？

四、您是否看過客家（風雲）雜誌？對此雜誌有何看法或感想？

五、對於客家文化的傳承與流失現象，請發表您的看法？（例如：語言傳承、客家認同問題、民俗藝術等）

