

南 華 大 學

傳播研究所

碩士論文

客家文化形象之敘事分析：

以「客家委員會」官網為例

The narrative criticism of Hakka cultural image : A case study of

the Council for Hakka Affairs



研 究 生：林果潔

指 導 教 授：蔡鴻濱

中華民國 102 年 01 月

南 華 大 學

傳播學系

碩 士 學 位 論 文

客家文化形象之敘事分析：以「客家委員會」官網為例

The Narrative criticism of Hakka cultural image: A case study.

研究生：林果潔

經考試合格特此證明

口試委員：

陳考龍
蔡鴻漢
劉子凡

指導教授：蔡鴻漢

系主任(所長)：蔡鴻漢

口試日期：中華民國 102 年 01 月 08 日

誌 謝

很多人問我說，爲什麼要讀碩士？女孩子學歷念那麼高幹什麼？…等之類的话，這些問號在我問過老哥之後，就迎刃而解了。「因爲這是我學業上的目標。」他的這番回答更加堅定我努力完成碩士學業。

大學即將面臨畢業時，毅然決然進入補習班去惡補“那些年還給老師的理論”課程，利用閒暇時寫著補習班名師出的每週一問與考古題，爲的就是考上研究所。雖然經歷多次筆試通過、口試卻失敗的窘境，但是家人依舊支持著我繼續朝研究所邁進，母親更是還陪伴著我去各個考場考試，搞得比我還緊張，只能說「媽咪，我愛您」以及「謝謝，有您真好」。

這三年的碩士校園生活，要感謝的人太多，就利用這版面來好好謝謝各位老師與朋友們。首先，感謝指導教授蔡鴻濱老師願意指導我，每次都帶著黑眼圈辛苦的指導我論文，利用這學期監督我完成，真的不可思議地實現了我 2012 年的願望，希望老師能好好保重身子；也感謝劉平君老師在課堂上，讓我腦力激盪，使我思考模式與切入點都比以往更深層，還有下次我一定要去澎湖找您玩；更感謝的是陳彥龍老師，在口委老師搖擺不定之時，您就像燈塔一下照亮著我，使我看見了出口，真的是萬分感激。另外，謝謝陳婷玉老師在碩一時對我的震撼教育，使我對課業不敢鬆懈，上您的課很有趣卻也很嚴謹，真是又愛又恨的課程；而賴正杰老師一磨磨的消夜、舞台劇、劇本…明明咖啡才剛上桌卻馬上就到分離的時刻，少了我的位置的消夜團可要記得補人進去哦！系上可愛的珍玉姐感謝您總是對我報好康又給我多方面的幫助，可別忘了我這對您滿滿地愛的「送花人」。

再來，感謝還沒進入研究所之前就借我住宿的好姊妹簡宇瑄，今年一起畢業的我們終於又邁向另一個階段了，彼此加油吧！碩班的好姊妹昱芳與雨縈，感謝你

們兩位的陪伴，讓我的碩班生活多采多姿：69 火鍋、夜市、活魚三吃、便宜的理髮店…等等美好回憶就留在心中吧，我們「三仙女」的緣分從何起就從何滅，即便未來相遇機會不比在學校多，但是該相聚的時候還是要浮出水面哦！碩班學妹們，跟你們在一起講八卦真的很開心，不過論文也要趕快弄出來，加油！大學部的學弟妹們，很高興擔任助教時認識了大家，你們都很熱心幫我弄資料或買食物飲料進來學校，真的「傳播人」就是要充滿熱血。

最後，完成了我畢生小小的心願—客家文化相關的論文，然後，我畢業了。祝福自己畢業快樂，祝福大家小龍年快樂。

摘 要

政府日以繼夜推動多項重要施政工作，不但努力替客家族群爭取權益，更是提升客家人自我文化認同及客家刻板印象的改觀，甚至是對國際社會宣揚客家文化。經過 10 幾年的努力，客家文化的推廣邁向了穩定期，網路普及化後，政府積極打破刻板印象，突顯內斂而溫暖的客家文化，花很多時間和心力修復，當然也不忘以網路來拉近民眾距離。近幾年打出「台灣客家 (Hakka Taiwan)」品牌，透過網路與媒體等力量推廣至全世界，因此，吸引身為客家族群研究者的興趣，並企圖了解政府所成立的網路資訊網對於客家文化網路的形象呈現。

本研究以客家委員會官方網站作為研究對象，來分析 2008 年至 2012 年間，客委會是如何經營客家文化網路形象。藉由語藝中的敘事批評方法，分析客委會官網呈現的客家文化形象為何，及客委會官網呈現之客家文化形象之敘事評估。研究方法從敘事分析裡的角色、場景與事件發現客委會呈現的客家文化形象為「好親近」與「好客」，每年舉辦熱鬧的嘉年華活動與文化交流，建立民眾對客家文化好印象，並重視文化的傳承與孕育。最後，分析顯示客委會的角色特質在呈現客家文化形象中，若較符合說服社會大眾認知，有達成說服的可能。

關鍵字：語藝學、敘事批評、客委會、客家文化

Abstract

The government is propelling a lot of important administrative work day in and day out. It not only fights for the right of Hakka, but also improves their cultural identity and stereotype. And it even publicizes Hakka culture to the international community. The promotion of Hakka culture has entered a stable period through efforts of more than a decade. The government breaks the stereotype of Hakka actively, highlights restrained but warm Hakka culture and spends much time and many efforts on its restoration, and closes the gap between Hakka culture and the common people through Internet after pervasive Internet access is made possible. It has launched Hakka Taiwan in recent years, hoping to popularize Hakka culture to the whole world through the power of network and media. Therefore, this research hopes to attract the interest of researchers on the Hakka and attempts to learn about the online presence of Hakka culture presented by the information network established by the government on.

With the official website of the Council for Hakka Affairs as the object of study, this research analyzes how the Council for Hakka Affairs has managed the online presence of Hakka culture between 2008 and 2012. It analyzes the online presence of Hakka culture presented by the official website of the Council for Hakka Affairs and its narrative assessment with narrative criticism. It's found through characters, setting and events in narrative analysis that the image of Hakka culture presented by the Council for Hakka Affairs is "approachable" and "hospitable". The Council for Hakka Affairs holds carnivals and cultural exchanges every year to create a good impression of Hakka culture among the common people and values cultural continuity and breeding. Finally, the analysis

shows it's possible to persuade the public if the role of the Council for Hakka Affairs in presenting the image of Hakka culture corresponds to their perception.

Keywords: Rhetoric; Narrative Criticism; Council for Hakka Affairs; Hakka Culture

目次

第一章 緒論	1
第一節 研究動機	1
第二節 研究問題	7
第二章 文獻探討	9
第一節 客語文化運動	9
第二節 敘事批評的概念與理論基礎	14
壹、語藝是什麼.....	14
貳、敘事理論發展.....	15
參、敘事特徵.....	16
第三節 敘事批評方法之應用	20
壹、分析要素.....	20
貳、敘事意涵.....	23
參、敘事評估.....	23
肆、敘事批評方法的適用性.....	25
第三章 研究方法	31
第一節 研究對象	31
壹、「客家委員會」背景介紹.....	31
貳、客家文化形象推廣活動.....	35
第二節 文本選取	37
第三節 分析方法	39
壹、文本的分析要素.....	39
貳、敘事意涵與敘事評估.....	40
參、文本登錄原則.....	41
第四章 敘事分析結果	44
第一節 客委會官網文化形象的角色呈現	45
壹、主要角色：客家族群.....	45
貳、相關角色.....	58

第二節 客委會官網文化形象的場景呈現	65
壹、客家山海人文：祈福與藝文.....	65
貳、客家學院：傳承與孕育.....	69
參、客家園區：融合與再現.....	70
第三節 客委會官網的事件呈現	73
壹、客庄十二大節慶：熙來攘往的嘉年華.....	73
貳、學術文化交流：獎學金成立、海內外交流.....	78
參、品牌建立：商品展售、設計比賽.....	78
第五章 結論與建議	83
第一節 結論	83
壹、客委會官網的文化形象塑造.....	83
貳、客委會官網所呈現之客家文化形象之敘事評估.....	85
第二節 研究限制與建議	91
壹、研究限制.....	91
貳、研究建議.....	91
參考文獻	93
附錄一	96
附錄二	101

圖 次

圖一：1987-2006 客家文化的發展過程.....	11
-----------------------------	----

表 次

表一：國內運用敘事批評的相關論文研究	27
表二：《客家・好親近》第七系列結婚篇	42
表三：客委會官網之敘事分析結果總表	44
表四：客委會官網文化形象中的敘事角色	45
表五：《客家好趣味》硬頸篇	50
表六：《客家好愛你》八、告。別	56
表七：「好客連年 2008-2009 台灣客家博覽會」	60
表八：客委會官網文化形象的敘事場景	65
表九：2009 桐花季「桐花仔篇」	67
表十：苗栗客家文化園區廣告	71
表十一：客委會官網文化形象的敘事事件	73
表十二：「客庄十二大節慶」廣告	76
表十二：「HAKKA TAIWAN HAKKA FOOD」廣告	81

第一章 緒論

第一節 研究動機

「果潔，來思飯!這塊妞安後思，思多點。」¹、「果潔，ㄅㄨㄥ快誰神，好雖目。」²、「這安髒不要玩。」³、「……。」這是受過日本教育的外婆，用她的母語來訴說著對小外孫女的疼惜。

「摸ㄟ，來趕緊叫爸爸媽媽。」⁴、「果潔，末扣睡，ㄅㄨㄥ快起床。」⁵、「果潔，來給爸爸親一個。」⁶、「落水要多穿衣服，不然會感冒。」⁷、「……。」是父母親對我這個掌上明珠的百般疼愛與關心。

這些很稀疏平常的客家對話，在當下聽起來並沒有什麼情緒，反觀是長大後，成為我重要的記憶點。以致於每次聽到有人講客家話，總覺得十分親切，心中頓時會湧上滿滿的感動與親人的愛。

壹、學齡前的客家氛圍

「我家門前有小河，後面有山坡……」這種場景不是只存在於歌謠裡，在我小時候成長的高雄美濃客家庄就是如此。好山好水好風景，再加上濃濃的客家風情，讓我直到現在仍記得與鄰居小孩一同騎腳踏車去「柑仔店」，用家人給的零用錢買小糖果跟冰棒，一邊吃一邊享受迎面而來的陣陣涼風，好舒服；家門前的河流裡面也總是有許多大肚魚和蝌蚪優游著，調皮的我們總是赤著腳丫子下去抓

¹ (譯) 果潔，來吃飯，這塊肉很好吃，吃多點。

² (譯) 果潔，趕快洗澡，好睡覺。

³ (譯) 這很髒不要玩。

⁴ (譯) 女兒，來叫爸爸媽媽。

⁵ (譯) 果潔，別在睡了，趕快起床。

⁶ (譯) 果潔，來給爸爸親一個。

⁷ (譯) 下雨天要多穿衣服，不然會感冒。

魚玩水，然後不免又被大人臭罵一頓；傳統客家三合院的建築構造，是我們這些小朋友玩捉迷藏的地點，禾埕⁸則是玩「一二三木頭人」和「老鷹抓小雞」的場地；洗澡時沒有熱水器和太陽能的幫忙，這時候就要輪流幫忙用木柴來燒熱水，辛苦燒出來的水洗起來也特別有感覺……，總總零碎的片段所編織成的回憶雖然很平凡，卻是我獨家的客家庄記憶。

由於當時並不流行什麼觀光客，所以不管是大人還是孩童都說著一口流利的客語，連當時還沒開始讀書的我，也懵懵懂懂學了幾句簡單的生活用語，更不用說是當地的耆老了。小時候就這樣在長輩的關愛和左鄰右舍的照顧下，平安又幸福的慢慢長大，直到學齡年紀到來時被帶到高雄市就讀。

貳、八〇年代的過渡期

開始讀書後雖然離開了鄉下，但生活中仍充滿著客家話（父母雙方都是客家人，所以在家多多少少會用客家話對談），所以總是認為客語就跟閩南語一樣，人人都會講會聽，可是在學校裡頭卻找不到同鄉人，也就沒有機會開口說客語了，孰不知原來我的母語及文化正逐漸隨著社會變遷而流失。

某天，學校老師突然調查起家庭背景，全班幾乎都是閩南人或外省人，講到客家人時只有我一個人舉手，我永遠忘不了全班人轉向看我的眼神，是有種厭惡又有點同情，事後有其他同學跟我承認他們也是客家人，可是當下不敢公開舉手，問其原因居然是父母要他們別承認自己是客家人，以及自己覺得當客家人是件丟臉的事情。百思不得其解的我決定回家問了家人，得到沒有答案的答案—小孩有耳朵沒嘴巴—，後來因為家中準備了小點心，就沒再繼續追問。幸運的是，那時候我並未受班上同學排擠。

⁸即由正屋與橫屋圍出的廣場，為客家建築中的閒置空間，為處理農作物、休閒、婚喪喜慶和舉行儀式的多功能公共空間。

度過愉快的六年小學後，上了當地有名雙語教學的明星國中，偶爾想起小時候在客家庄的悠哉與人情溫暖，下一秒沉重的課業又馬上把我拉回了現實。就這樣平穩穩的過了一年，直到國二時候，我迷上了郵購⁹這玩意兒，每天省下早餐錢就爲了購買當時喜愛的卡通卡片，甚至拉班上同學團購湊到某金額來抵免運費。對於當天沒辦法繳清自己費用的同學，我都會讓他們欠著，等到訂購的商品來再給我，卻沒想到越欠越多，甚至商品拿到也不給我費用，忍無可忍的情況下我和欠錢的同學發生了口角。

「林果潔，妳們客家人真的很小氣耶！欠一下會死喔！難怪我爸媽叫我不要跟客家小孩當朋友，小氣死了。」口無遮攔的同學一番話刺激了我，小時候那段尷尬的記憶又湧然而上。我是做錯了什麼？爲什麼要這樣子說我？今天欠錢的人不是我呢？何況在我父母親的身上，我嗅不到他們對人苛薄，跟朋友出去都是不吝嗇的請客，爲何說我們客家人小氣呢？腦海裡充滿著許多問號，回家後馬上問家人原因，這次有了答案—即是被修理了一頓以及早餐費被迫取消，以後家裡都會準備。

我想父母親大概也知道我所面臨的問題與困境，只是當時風氣就是對於客家人的印象不好，他們也無能爲力。爲了不想讓同學繼續傷害寶貝女兒，最後決定讓我離開這間明星學校，轉學去一般國中就讀，尷尬的「種族歧視」經驗才劃下句點。

參、九〇年代的大躍進

升上高中時，剛好是九〇年代初，那時候我從母親口中得知政府成立了「行政院客家委員會」，令我又驚又喜。從那時候我就時常關注客委會的新聞，尤其是 2003 年客家電視台的出現，以我的經歷，外公外婆那一代客語能說能講，甚至

⁹不同於現在的郵購，當時網路沒很發達，只有利用紙本 DM 來購上面的商品，包刮卡片、貼紙、飾品、偶像海報…等。付費與收貨部分都是透過郵局來處理。

會很多諺語，但是普通話不大行；父母親那一代則是客語和普通話一樣厲害，但是諺語沒幾個會說；到了我這年代，離開客家庄後客語還聽的懂會說一些就很了不起了，更不用說比我小的八年級生了。所以讓我很欣慰的是，老一輩總算有個看得懂、聽得懂又可以討論的電視節目了。

其實，政府在九0年代後期開始有大大小小的推動，包括：

- (一) 推動客家事務法制化，落實「客家基本法」；營造公事客語無障礙環境，落實客語薪傳師制度，表揚客語家庭，促進客語向下扎根。
- (二) 持續推動臺灣南、北客家文化園區營運管理工作（北苗栗、南六堆），成為客家文化交流平台及串聯客庄旅遊。
- (三) 辦理客家文化生活環境營造工作，推動客家名人故居、聚落建築保存及再利用，活化客庄生活空間。
- (四) 維護客家族群媒體近用權益，建構健全發展之客家傳播環境。
- (五) 推動客庄十二大節慶、客家戲劇、音樂發展，全方位振興客家表演藝術文化。
- (六) 召開「全國客家會議」、「全國客家事務首長會議」，建立中央與地方客家事務交流平台。
- (七) 建構客家文化基礎資料，促進客家知識體系成長。
- (八) 推動各項輔導客家特色產業計畫，培育各類人才及輔導傳統產業創新，活絡客庄經濟。
- (九) 暢通海內外客家合作交流平臺，拓展臺灣與世界的連結及促進客家文化之在地薪傳。
- (十) 推動辦理「數位臺灣客家庄」數位典藏計畫，以落實政府「深耕臺灣、佈局全球」的施政原則。

政府日以繼夜推動多項重要施政工作，不但努力替客家族群爭取權益，更是

提升客家人自我文化認同及客家刻板印象的改觀，甚至是對國際社會宣揚客家文化。在我的故鄉—美濃，確實強烈感受到有所改變，政府配合原有的人文情懷和自然景觀，將其打造成知性、景觀和人文兼具的美麗市區，這些改變也深受當地人與觀光客的喜愛。但是不知道是否因為改變太劇烈，客家文化已儼然變成了一種「商品」、一種「事業」在進行，進入官僚體系後，更是有意識地被展現出來。當文化變成商業在處理後，就已經沒了價值，犧牲掉的只是那些純樸的客家庄與善良的在地人。

即便現在北一中一南都擁有客家文化交流平台及串聯客庄旅遊，但是大部份卻只著重在觀光消費上面，其客家背後的文化意義真的有被民眾吸收而內化嗎？就以客語認證報考人數逐年上升，但是社會上有哪些企業需要這份證照且承認它呢？另外，政府預算雖逐年升高而言，每個月部分花費用在政策宣傳及廣告上所費不斐，卻沒有達到預算效果，造成公帑浪費的情況…種種問題說明了其實在某些政策上仍有缺陷。

所以這也是為什麼我大學跟研究所都是選擇讀傳播，除了是想要更了解媒體的運作外，更是想要為自己的族群盡一份心力，透過目前所學來探討這幾年客委會的運作。從民國 2001 年客委會的成立開始、2003 年客家電視台的出現、至客家文化相關的活動等，許多學者紛紛用文字來探討客家運動與文化歷史。經過 10 幾年的努力，客家文化的推廣邁向了穩定期，網路普及化後，政府積極打破刻板印象，突顯內斂而溫暖的客家文化，花很多時間和心力修復，當然也不忘以網路來拉近民眾距離，近幾年打出「台灣客家品牌（Hakka Taiwan）品牌，透過網路與媒體等力量推廣至全世界。種種因素乃激起研究者研究客家網站文化形象的動機與興趣。換言之，研究者企圖透過政府所成立的網路資訊網，來了解客委會對於客家文化網路的形象呈現。本研究以客委會官方網站作為研究對象，研究 2008 年至 2012 年間客委會官網是如何經營客家文化網路形象。研究者並試從語藝學的

敘事批評的角度來探討客委會官網如何敘事其文化故事，以達到讓民眾了解，形成認同感，進而去行動。

第二節 研究問題

自 2001 年 6 月 14 日在政府政策下成立的客委會，以各種形式試圖挽救客語及其文化，目標是復興日漸流失的客家文化，延續客家傳統文化命脈，並打造台灣成爲一個尊重多元族群文化的社會。至此，客家開始成爲一種「事業」，在進入官僚體系後，有意識地被展現出來。

客委會其實是客家社會運動人士，在 1988 年底開始，爲搶救客家語言文化，經過十餘年的奮力爭取，形成一股力量與風潮之後，因逢省市長及總統開放民選，在爭取選票的考量上，候選人才承諾將客家文化社會運動的訴求與能量逐步納入政府體制內。學術界裡進行過的客家研究極少，民間文史工作者也才在萌芽階段，故客家族群基礎性的統計資料幾乎沒有。因此，客家人身在何處、客家人有多少人口…等等尚無確切的答案。

客委會作爲政府傳播客家文化機構，利用網路平台來傳遞訊息給民眾，每天不定期更新內容，近三年來推出三部客家形象系列短片¹⁰，利用令人會心一笑的情節，自然融入音樂、美食、服飾等客家元素，讓民眾不知不覺中認識客家。「硬頸」與「好客」精神是客委會近期主打的指標，其不但保留傳統的客家性格，更以網路傳播加以發揚光大。截至今天（2013 年 01 月 05 日）爲止，客委會官網（網址：<http://www.hakka.gov.tw/mp1.html>）總瀏覽人次已達到 24,239,169（自 2009 年 9 月 21 日起），由此可知，客委會官網已經慢慢吸引起民眾的關注力和興趣，

¹⁰ 98 年底推出《客家·好親近》形象廣告，以簡單明快的畫面構成和引人入勝的故事情節，榮獲「廣告王網站」《2009 年台灣地區 10 大廣告影片》網路票選活動第 7 名，也是唯一獲獎的公部門廣告影片。參見客委會官網 <http://broadcasting.hakka.gov.tw/files/16-1000-60.php> 其後《客家好趣味》系列短片除突顯客家人的「好客精神」，慷慨讓座給路上行走的老牛搭便車外；也以 KUSO 風格，透過美艷吸血鬼的挫折，展現客家人不像現實困境低頭的「硬頸」精神。參考客委會官網 <http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xitem=98890&ctNode=2159&mp=2013> 101 年春節又推出《客家好愛你》系列形象廣告，以微電影拍攝手法，展現祖孫間俏皮對話與感動故事，短短兩週，影音網站點閱率直逼 16 萬人次，更引發廣泛討論，成功帶動客家影音熱潮。參見客委會官網 <http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xitem=126415&ctNode=308&mp=1>

又賦予不同以往的客家文化網路形象，因此，研究客委會官網形象語藝說服策略係具有其研究的價值性。

再加上馬總統 2008 年上任以來，積極推動客家文化有成效，至今也將近 5 年了，即便政策上推廣許多看似宣傳跟發揚客家文化，實際上仍有缺陷存在。基於前述問題，本文企圖透過語藝學中的敘事批評方法，來分析 2008 年至 2012 年間，客委會官網所呈現的客家文化形象，對此，本研究欲得知的研究問題為：

一、客委會官網呈現的客家文化形象為何？

二、客委會官網呈現之客家文化形象之敘事評估。

第二章 文獻探討

第一節 客語文化運動

台灣客家族群擁有 400 多萬人口，在人數上是居全臺第二大族群，但在其他強勢族群文化的長期同化下，正面臨認同薄弱、文化斷層及語言流失等危機。正當我惶恐客家文化正流失之際，發現其實早在 1987 年至 2000 年間，就有間接不斷的客家社會運動，尤其又以 1988 年「還我母語運動」最為盛大。還我母語大遊行具有兩個重要的象徵意義：一是，客家議題之公共化；二是，爭取集體權以體現族群意識。

還我母語運動除了讓當時的執政者（國民黨）必須有更具體的行動與資源來安撫客家族群。更重要的是影響了往後各種公職人員選舉，政黨或候選人必須提出與客家事務有關之政見來取得客家族群之選票。1988 年的客家母語運動主要挑戰「語言不只是溝通工具」此一常識性認知。客籍運動領導者接合主流社會的價值，面對不同情境重新定義社會問題、論述運動的理由。因此，客家主委黃玉振常說一句話：「沒有語言，就沒有文化；沒有文化，族群就會滅絕了！」。

對此，謝文華（2002）的研究，將台灣客家母語運動的語藝歷程分成四個時期：

一、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」。

二、第二時期（1990-1993）：宣示身分。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

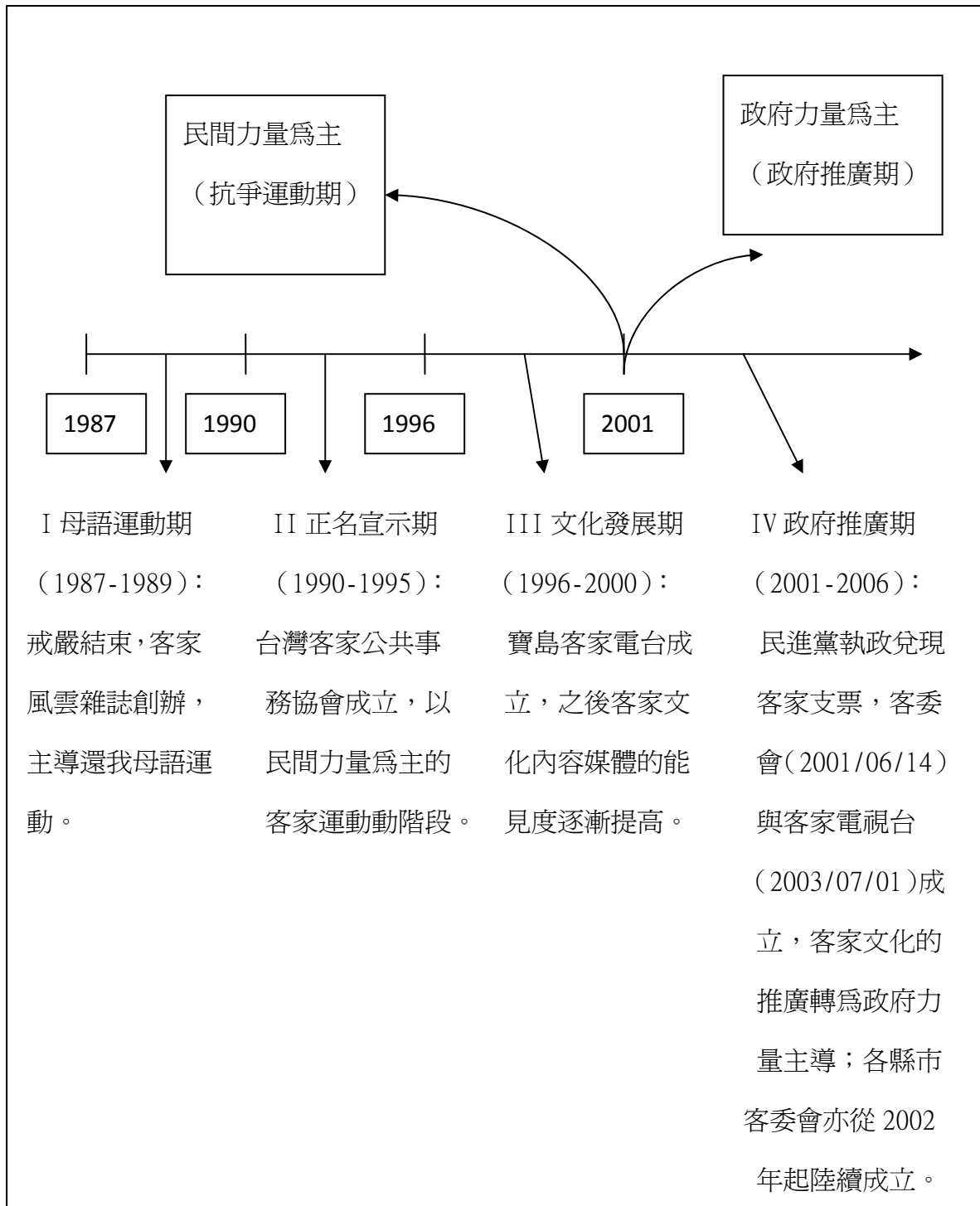
主流文化價值的語藝，爭取內部與外部認同。

三、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。

四、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」。

此四時期呈現客家母語運動語藝生命史的三大階段：從運動先期的喚醒意識到開拓務實的目標；從以敘事的、感性訴求為主的語藝，到論辯的、理性訴求為主的語藝；從與政府對立到積極合作的關係。歷經10餘年的抗爭，直至2001年終於成立行政院客家委員會，其成立讓許多學者與社會人士都以為，這就是當年積極爭取權益的客家運動，由民間力量所開展出來的結果。

林信丞（2008）研究 1987 年至 2006 年期間的客家文化，發現 2001 年至 2006 年是屬於政府推廣期，認為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。如圖一，1987 年至 1989 年間為解嚴時期，隨著國民黨威權體制自由化後，民間社會運動開始崛起，尤其在 1986 年民進黨成立之後，更是發起一連串的街頭抗爭運動；1990 年至 1995 年則開始積極接觸公共事務與媒體，冀望有平台能讓社會大眾認識客家文化；1996 年至 2000 年更是爭取客語平等地位並公領域化，讓客家文化的能見度逐漸提高；2001 年至 2006 年則是個轉捩點，歷史上第一次政黨轉替，由民進黨執政並兌現選舉政見，陸續成立客委會與客家電視台，以下為圖一：1987-2006 客家文化的發展過程。



圖一：1987-2006 客家文化的發展過程

所以，有學者就表示客委會成立至今，其整體的歲出預算規模呈現逐年增加的趨勢，且客委會的年度歲出預算占中央政府總預算的比例亦是呈現逐年增加的現象，代表政府逐漸重視客家文化的傳承及客家族群的需求（黃裕修，2009）。

王保鍵（2011）總和以上劃分並提出其觀點，將台灣客家政策演進分為三個階段：

- （1）第一階段為1987年至2000年：此時期為台灣客家運動開始到民進黨勝選執政前。當時台灣客家問題雖已出現，但政府並無具體政策解決方案，屬「無具體客家政策時期」。至2000年台灣的總統副總統大選，各陣營總統副總統候選人相繼提出「客家政策白皮書」，才開始有具體的有關客家政策政見（基本主張）。
- （2）第二階段為2000年至2008年：此時期為民進黨執政時期。各陣營候選人提出之政策主張，執政實踐施行後，經政府部門審慎評估，始得成為公共政策。
- （3）第三階段為2008年迄今：此時期為國民黨執政時期。此時客家政策是延續民進黨的客家政策，並將重要事項實行。

綜合以上的研究，可得知政府對於客家文化是從力不從心到不屈不撓、態度從保留不屑到發揚並傳承。因此，客委會成立至今已經 11 年，不管是完成「客家基本法」立法、客語能力認證、輔導客家文化產業發展、設立客家研究所學生獎學金……等政策都有所成長。其中，「客家基本法」獲頒施行，象徵國家肯認客家族群的地位及其對臺灣多元文化的貢獻，是將客家族群的權利保障落實為國家的法律建制。客委會成立之後，客家意識更加抬頭，爭取語言平等、族群平等的觀念漸漸興起，也開始有人以客家人的角度來論族群權益的問題。

總之，客委會成立的主要目的在於復甦文化及喚醒認同，因此語言傳承、文化活動、族群傳播等，均成為其主要政策實質內涵。正因為客委會的成立所牽動的層級甚廣，「客家」猶如一項龐大的事業體，官方所主導構築的「客家事業」，

由上而下地決定了客家的相關事務，舉凡客家知識體系建構、傳播、集體節慶活動等等，這些動作也建構出人們對客家理解的框架（廖慧娟，2010），另一方面這也是客委會想賦予民眾更多更好的客家形象。

根據上述，藉此觀察並了解客委會官網如何形塑呈現客家文化，以及其對大眾的說明力為何？而本文則接著探討語藝的意涵與應用。

第二節 敘事批評的概念與理論基礎

壹、語藝是什麼

語藝是在特定的情況下，尋找所有可行之說服方法的藝術。

Aristotle (引自 Herrick, 2005)

語藝的發展在國內雖然不盛行，但是在西方早已有久而光輝的歷史，這可追溯至古典希臘與羅馬時期。語藝據說是起源於西元前第五世紀斯若克斯 (Syracuse) 的 Corax，斯若克斯是希臘在西西島 (Sicily) 上的一個殖民地，一場發生於約西元前 465 年的革命-民主政權建立之後，公民對於自己的土地所有權需竭盡所能去說服陪審團，因而成爲正式的語藝研究的催化劑。Corax 瞭解到有系統地教導在法庭上說話藝術的重要性，於是寫了《語藝的藝術》(the Art of Rhetoric)，其認爲可能性 (probability) 是非常重要的概念。他認爲當事實的絕對確定性無法成立時，言者 (rhetor) 必須在可能性的基礎上進行論辯 (林靜伶, 2000)。雖說語藝早在西元前五世紀已逐漸發展成知識領域，可有關於語藝批評 (rhetorical criticism) 的系統性討論，卻是在二十世紀後才發展起來。

Foss (1996); 林靜伶釋 (2000) 認爲語藝的定義應包括兩個不同層面：

- (1) 語藝是人類表現的行動。
- (2) 語藝是人類採取的觀點。語藝作爲一種行動 (action)，牽涉到人類使用符號以達到溝通的目的。語藝作爲一種觀點 (perspective)，牽涉到以象徵過程 (symbolic process) 爲關注焦點。

其學者認爲語藝是一種藝術，也就是可被允許想像、創意、天馬行空和表現的空間。並認爲語藝行爲基本上是一種說服行爲，其說服工具是語言，也就是利用語言溝通並達到說服的策略。

自從人類社會形成以來，傳播溝通行為便已產生。人類藉由語言或非語文的溝通形式進行互動、訊息傳遞、告知與說服，因此人類與訊息的關係是一個古老的傳播及溝通的議題，這也是語藝學的課題。

語藝學除了關注於論述的形式之外，也關心論述的實質，即論述所傳達的主題、意念、思想等，當我們透過語藝學進行語藝批評時，便是對人類論述作有系統的分析。在語藝術批評方法中，敘事批評藉由檢視故事中的組成要素，包括背景、人物、情節、行動、時間序列等，嘗試探討人如何透過故事達到某些語藝功能，如說服目的（林靜伶，2000）。本研究以行政院客家委員會官網為研究對象，即是一種敘事結構的語藝文本，而且本研究以語藝批評作為研究取徑，採取敘事批評方法進行分析，因此以下將對於敘事批評的理論基礎與實踐方法做介紹，再說明敘事批評方法對本研究的適當性。

貳、敘事理論發展

James A. Herrick 根據 Susan Wells 的觀點：「敘事成為現代主要的論述是因為它的異質性（heterogeneity）、複雜的時間連接，以及在文句結構上，敘事者變動的論題立場（subject position）」，認為敘事透過高度多樣性的風格（deep diversity of styles）、論辯的類型（forms of argument）與語藝的關係（rhetorical relations）而受到注意，並且它提供組織個別知識軌跡（trajectories of knowledge）與表達的方法。而且一些語藝的敘事理論在回應不同的文化背景時，已被發展成相當合適的分析方法（James A.Herrick, 2001：234/轉引自李冠興，2009）。

因此無論在文學批評、媒介批評或是語藝批評的領域中，敘事批評是常見的分析方法之一，但是在語藝批評領域中的敘事批評，與文化領域或媒介批評領域中的敘事批評，並不相同。林靜伶（2000）認為文學批評或媒介批評中的敘事批評可能比較偏向從美學的觀點分析故事結構或形式，而語藝批評領域的敘事批評

則比較是從功能的觀點出發。因此，語藝批評領域的敘事批評關心的是論述中的故事如何達到某些語藝功能（如說服、論辯），或意圖達到什麼語藝功能，以及透過什麼樣的敘事內容與敘事方式來達到某些目的。

語藝批評中的敘事觀點最早可追溯至希臘羅馬時期，在 Aristotle 與 Quintilian 的著作中，皆有關於敘述（narration）的論述（Foss, 1996：399）。而最早討論演說中敘事的使用則是 J. T. Marshman 在 1938 年所發表的文章〈演說中敘事的使用〉（The Use of Narrative in Speaking）。雖然早在 1930 年代末期就已經出現討論敘事的文章，但是敘事批評直到 1970 年代末期、1980 年代初期，期刊中開始出現相關的文章，才有較多的討論，並且逐漸被視為語藝批評方法的一種（林靜伶，2000）。

在語藝批評的領域中，則有不少當代學者對於敘事研究有所貢獻，其中 Walter R. Fisher 則為敘事批評提供了主要的理論基礎。接下來本研究將對於語藝批評中的敘事相關概念，以及 Fisher 所提出的敘事典範（narrative paradigm）和相關評論作說明。

參、敘事特徵

Alasdair macintyre 在 1981 年指出「人們在他們的行動和實踐中，或是在他們的想像中，基本上就是一個說故事的動物，並且實行戲劇性的敘事（dramatic narraive）是描述人類行動特徵的基本類型」，對此，Fisher 認為敘事是一種相爭行為，它包括語言或是行動，對於那些生活其中，創造或詮釋那些象徵行動的人而言，敘事除了能組織經驗次序也能賦予其意義，而且敘事不僅與真實及想像力的創造（fictive creations）有關聯外，也與生活中的故事和想像的故事有關（Fisher, 1987：58）。

Foss 則在 1996 年說明，敘事藉由敘述角色、行動、場景等要素所組成的情境，

去組織或呈現一種世界觀，而且在敘事中通常以時間線為主軸將事件與情境有次序的組織在故事發展情節中，或是以一個主題、角色、實質（quality）等元素為主軸，在次序上作組織排列。因此敘事幫助我們有條理的利用過往的經驗，使我們能夠理解在我們生活中的事件與行動，並且透過敘事亦讓我們去解釋外在世界的真實，因為它幫助我們確認一個特定的經驗是關於什麼，而我們經驗中的各個要素是如何被連接。

Hart 在 2005 年也指出敘事透過說故事的方式，也是一種邏輯推論的過程，當政府推行公共政策時，常常是透過演說者以說故事的方式，來闡明其論點以說服公眾。敘事以故事的形式呈現，而具有說服力，主要是因為以說故事的方式呈現，除了對於聽者具有吸引力之外，也能解除人們心中的戒心，而且藉由故事情節也能喚起聽者潛藏的經驗和情感。對於敘是所呈現的特質，Hart 提出以下的看法，包括：

一、敘事發生在自然的時序

在敘事中有開頭、中間部分和結尾。一旦開始進行敘事，它會迫使人們去依循故事的鋪陳，直到故事的結論。因此敘事透過故事形式，在聽者尚未知道故事結果之前，會誘使人們持續的關注故事內容，保持人們欲知結論的渴望。

二、敘事包含角色特徵

人們對於他人是感興趣的。因此敘事亦是在告訴人們，故事中的人物在做什麼。敘事有時會提出令聽者感興趣的人，或是偉大的人物，當人們碰到這類的故事時，會自然的想要去知道更多有關故事中人物的經歷。

三、敘事呈現細節

一個好的故事，透過細密的處理會引領人們到故事中的時間、地點。當故事描述人們穿什麼衣服或他們遵循什麼習慣以及說什麼方言時，亦使人們宛如置身

在故事中。

四、敘事是原始的

有些故事是源自於族群中的文化，演說者藉由敘事告訴人們故事中的意義，並傳遞其文化。

五、敘事沒有明顯的論辯

如果演說者的論點過於強勢，具有壓迫性，人們會有所防備。一個好的敘事應該要保持開放的論點，讓聽者能去決定它的意義。因此敘事要能夠看起來像是自由陳述的論證，或以一個隱藏的結果呈現，解除聽者的防備。

Black (1992) 則認為演說者的角色是非常有影響力的，演說者的無知會限制聽者思考故事中正在告訴他們的論點，他認為敘事通常是說最簡單且最令人欣慰的故事，而能引起人們的關注，因為一般人的精力常常是既不簡單也不令人欣慰。Hart (2005) 認為敘事藉由說故事的方式，傳遞給聽者欲傳達的論點，並使聽者在不知不覺中接受其論點，達成說服的目的，而這種有目的的說故事方式，即為語藝的敘事 (rhetorical narrative)，但它也必須遵循某些規則，包括 (1) 簡短的概述 (normally brief) (2) 通常是反覆的 (3) 概略的特徵描述 (sketchy in characterization) (4) 頻繁中斷的，且 (5) 很少奇特的。

敘事以講故事的方式，除了呈現人類的生活經驗、世界觀之外，藉由分析敘事亦可瞭解故事所要陳敘的觀點，Foss (1996:401) 指出敘事是能夠被檢視的，它展現出有關個人或是文化的特性，因為故事會呈現出主角如何解是事物，以及什麼事物對於他們來說具有意義，因此它提供線索去瞭解個人的主觀、價值與文化特徵所含有的意義，其次藉由言者以說故事的方式，Foss 認為它也提供了線索去瞭解個人或某個族群他們的世界觀與行為動機。而且在文化中所說的故事亦幫助人們從特定事件的意義一窺其文化內涵，包括它的價值觀和道德系統。

從上述學者對於敘事的說明可知，敘事常以故事的形式呈現之外，人類常透過說故事的方式，而有條理的組織角色、行動、場景等要素，並將生活中的經驗與欲傳遞的觀點融入故事當中，藉此傳遞給聽者。因此敘事可以在人類使用的所有象徵類型（types of symbol）中被發現，例如小說、漫畫、歌曲、電影或是對話、演說等類型（Foss, 1996:400），甚至本研究的客委會官網亦為分析的文本。

第三節 敘事批評方法之應用

語藝批評中的敘事批評關心的問題包括：敘事的實質內容是什麼？敘事如何被呈現？敘事者透過敘事意圖傳達什麼訊息或提出什麼主張？敘事如何具有說服力（林靜伶，2000）？要解答以上問題，就必須從分析要素、敘事意涵、敘事評估三方面來分析：

壹、分析要素

Foss（1996）建議研究者首先應仔細地檢視構成敘事文本，分別是文本中八大要素：場景（setting）、角色（characters）、敘事者（narrator）、事件（events）、時間關係（temporal relations）、因果關係（causal relations）、閱聽眾（audience）以及主題（theme）。接著研究者對文本加以檢視後，再依照研究目的與研究問題，從八項要素中找出最重要且契合研究目的或能回答研究問題的敘事要素加以討論，最後，視研究的需要再決定是否進行評估。以下為八項敘事要素的說明：

一、場景（setting）

在敘事中是怎樣的場景或情景？在敘事的過程中，場景有隨著改變嗎？場景是如何與情節和角色產生關聯性？特殊的場景是如何被創造的？

二、角色（characters）

在敘事中誰才是主角？這些角色是否有一些非人類的角色或物體被擬人化？角色的生理與心靈特質為何？在何種狀況能讓角色致力於什麼行動？在敘事中角色的特徵和行動是如何隨著敘事的發展而有所改變？角色是如何登場？是擁有平淡而容易被人猜透角色的行動，或是具有多變樣化、衝突而矛盾的特性且行為是較難以預測的角色？

三、敘事者 (narrator)

在敘事中是直接呈現給觀眾，還是透由一個敘述者來牽引？如果是前者，觀眾是直接目睹行動、聲音和隱藏在觀眾中的場域和角色。反之，如果是後者，觀眾則是透過敘述者來被告知事件跟人物，一切都是由敘述者來主導敘事。敘事者的存在，在敘事中產生什麼意識？是什麼原因讓敘事者介入敘事裡頭？敘事者的類型是如何？敘事者的用字遣詞為何、偏好使用何種類型的文字、文句結構、比喻或是論辯形式？敘事者的敘述表達是偏向哪種？敘事者擁有何種的權利？敘事者是透過何種權力發聲？敘事者是抱持什麼態度去陳述？如果敘事者的敘述與觀眾對敘事的推論和判斷不相同，便可能產生不被信任的敘事。

四、事件 (events)

在敘事中什麼是主要和次要的事件？主要事件被稱為問題的核心 (kernels)：在敘事中最為重要，其為引導故事的走向，因此不可被省略，否則會破壞掉故事的連貫性與意義。次要事件則稱為衛星 (satellites)：它的發展和運作是源自於核心，其功能是在於補充和詳細說明，使主要事件更完整。事件如何被呈現？次要事件要如何使核心發展的更完整？另外，次要事件要如何影響主要事件？

五、時間關係 (temporal relations)

它探討的是敘事在時間序列上是如何被鋪陳、相關問題包括：在敘事裡事件發生什麼時間關係？事件發生的過程是短期時間還是長時間？敘事者是否以倒敘法或順序的方式、採取預測未來、現在進行還是描述過去的形式？敘事的速度為何、是否藉由描述時間的長短，強調事件與角色的特殊性？

六、因果關係 (causal relations)

在此探討的是在敘事中建立什麼樣的因果關係？原因與結果之間是如何連

接的，兩者出現的先後次序為何？在因果之間如何清楚且強而有力的作連結？敘事中強調因還是果？敘事中主要受到何種原因所影響？事件大部分的起因是人為行動、突發意外還是自然力量？對於因果的描述有多詳細？

七、閱聽眾 (audience)

敘事者主要是對誰陳述、是個人、群體還是敘事者自身、閱聽眾是否為事件描述的參與者？在敘事中標示閱聽眾的是什麼？在敘事中能夠推翻出什麼有關閱聽眾的態度、知識或社會背景？在敘事中，閱聽眾是被詳細描述還是簡略的概述？敘事者對於閱聽眾的知識、特質和能力的評價為何？

八、主題 (theme)

敘事中的主題是什麼？主題是敘事所要說明的想法，也是透過的意義或是有關行動的意義，並指出敘事的重要性。在敘事中，主題如何透過場景、角色與事件的描述，或是敘事者的評論而能清楚有力的表達？

除了 Foss 的理論之外，王孝勇 (2008) 指出，Rybacki&Rybacki (1991) 建議批評者可將焦點集中於「角色塑造」(characterization)、「情節」(plot) 以及「場景」(setting) 三元素，以下分別加以討論：

(一) 角色塑造

Rybacki&Rybacki (1991) 指出：「角色是敘事的中心，故事的可信度通常建立在角色如何塑造其動機與行為」。他們同時也指出，敘事中或隱或顯地包含了角色的人格特質之描述，例如年輕或老、富或貧…。經由這些描述，閱聽人將增進對於角色的覺察與了解。

(二) 情節

所有的敘事都包含情節，情節是角色在敘事中的行動。Rybacki&Rybacki (1991) 並指出：「情節的發展有很多方式，可能是待解決、待改變的關係、待克

服的障礙等任何動態的情境」。

(三) 場景

Rybacki&Rybacki (1991) 建議，當研究者再進行語藝分析與批評時，應該將場景視為「語藝情境」。尤其對於非虛構性的敘事而言，場景即為語藝行動發生的特定「歷史社會」(historical-social) 時空。

貳、敘事意涵

Hart (1997) 建議三個在敘事批評過程中應思考的問題，可作為探討敘事意涵的參考：

- (一) 文本中的敘事是否源自社會文化中的主要敘事(master narrative)？
- (二) 敘事企圖提出什麼主張？
- (三) 敘事企圖遮蔽什麼主張(林靜伶，2000)？

參、敘事評估

Fisher(1985)認為「敘事評估的意涵，在於指出所有人類的論述都是有意義的，都是必須經由敘事理性檢視的」。在這前提下，Fisher(1984)建議兩個評估敘事理性的判準：「敘事可能性」與「敘事忠實性」。

「敘事可能性」是評估故事的完整性與一致性，為敘事形式的評估。Fisher (1987)提出三個評估敘事可能性的準則：

- (一) 論辯或結構的一致性 (argumentative or structural coherence)：
即敘事內容個元素是否一致或矛盾。
- (二) 題材的一致性 (material coherence)：即敘事外部各元素是否一致。
在敘事內部各元素達到一致性時，卻可能遺漏敘事外部的一些重要的

事實，或忽視對立的論辯、相關議題，因此必須檢視敘事外部的一致性。

- (三) 角色邏輯的一致性 (characterological coherence)：角色包括行動者與敘事者。敘事是否可信，也是取決自角色的行動與意向是否一致。

「敘事忠實性」是評估故事的可信度與真實性，為敘事實質內容的評估。Fisher(1987)提出「好理由邏輯」(a logic of good reasons)，作為檢驗敘事忠實性的方法。所謂的「好理由」是指故事的實質內涵，也就是對信仰、態度、行動的保障。並指出「好理由是關於支持某些主張或價值判斷的陳述」與「一個好的理由必須與價值判斷結合，因為在評估敘事理性的過程中，價值判斷是無法避免的」。所以說，「好理由邏輯」的出現不是為了解決有關價值的爭議，也不是用來區分價值的優劣高下，而是用來評估敘事中價值如何被推論，並且探索論辯在社會中的角色。

因此，Fisher(1987)提出了五個評估敘事忠實性的「好理由邏輯」準則：

- (一) 事實 (fact)：訊息中明示或隱含的價值為何？
- (二) 相關 (relevance)：這些價值和訊息中的相關決定是否相符？是否有被省略、扭曲或誤傳的價值？
- (三) 結果 (consequence)：依循敘事中的價值的可能結果是什麼？這個結果對自我概念、個人行為、與他人及社會的關係、語藝行動過程產生什麼影響？
- (四) 一致性 (consistency)：敘事中的價值是否可以被個人的生活經驗加以確認與接受？
- (五) 超越的議題 (transcendent issue)：儘管敘事中的價值表面上合理，但是否合乎人類行為的理想基礎？

肆、敘事批評方法的適用性

敘事是一推論的表達形式，它能打動情感、傳達價值觀、並博得認同。其主要的功能，在於規範性的捍衛、傳達、反映並維繫社會中的某些價值。基於語藝始終帶有一種社會介入的目的，因此語藝旨在於發覺敘事的各種創新可能，以及敘事背後的觀念倡導、行動召喚。

王孝勇（2003）提到，敘事的過程其「說服」意圖或許是更為強烈的，因為藉由故事形式的包裝更容易使聽眾「解除防備」（disarm），讓人誤以為是「無主張的論辯」（depropositionalized argument）。也就是說，敘事的說服意圖似隱而不顯，卻往往比說理更具說服力。因此，研究者希望以敘事批評這種方式，藉由說故事的型態，使閱聽眾了解政府在語藝策略上是如何傳達說服的可能。

從 MacIntyre 對於敘事的觀點來看，人類是說故事的動物，並且戲劇性的敘事是人類行動特徵的基本類型。人們藉由敘述角色、行動、場景等要素所組成的情境，去組織或呈現一種世界觀，亦是敘事的重要特質之一。而且我們可以看到人類常透過說故事的方式，將生活中的經與欲傳遞的觀點融入故事當中，藉此傳達給聽者，因此我們可以看到人們創造出各種類型的敘事文本，例如小說、漫畫、歌曲、電影或是對話、演說等。

當人類的敘事行為逐漸受到學者的關注後，除了發展相關的敘事理論基礎之外，運用敘事觀點的相關研究也開始陸續出現。因此本文接下來將分別從國外國內運用敘事批評方法的相關研究，說明敘事批評方法對於本研究之適用性。

在國外的相關研究方面：Berdayes（1996）則是透過敘事要素中的場景、角色、敘事者與主要事件，分析《仕女》（Mademoiselle）雜誌中，一篇由男性作者所撰寫的網路資訊文章，試圖找出具有敘事特徵的假設和價值，藉此探討文章中

所主張的性別價值觀。研究結果發現，女性被描繪為家庭裡具影響力的角色，但是她們只是資訊高速公路上的乘客。在家庭中，女性操作機器、工作、生產，且看來似乎符合社會的需求，但一旦她們走出家庭，這個權力就被削弱，她們沒有掌控科技而是科技接受者。因此，在資訊文章中所陳述的價值觀是建議年輕女性待在家中消費他們所提供的資訊與產品。布袋依認為這樣的性別價值預設是將女性排除在科技領域之外，而將科技的知識與權威歸為男性專家所有。

Bishop (2003) 則運用敘事分析新聞報導中有關蒐集的主題，探討記者如何框架蒐集這個主題使它成為一種社會活動，以及如何建構蒐集者的角色。彼夏特的研究結果現，這類的敘事是採用敘說收藏家的生活故事形式。新聞報導的焦點則在於收藏家的熱情，以及收藏品具有令人感興趣的歷史，和收藏家渴望分享有關收藏品的知識與收藏品有一個其他東西所沒有的收藏價。其次在新聞報導中可發現收藏家的角色如同收藏品的守護者，而且這些東西亦是從商品轉化為令人垂涎的收藏品，在意義上來說，收藏品是運作於商品市場之外。

Weber & Martin (2006) 則是針對倡導器官捐贈的訊息作為研究文本，他們發現大多數人表示他們願意捐贈器官，但實際上只有一小部分人口已經簽署了器官捐贈卡。而當受訪者報告他們有關器官捐贈的態度和知識時，研究結果發現捐贈卡的簽署與整體的捐贈知識有。當只考慮這些人對於器官捐贈卡。其次，當在人們閱讀了有關器官捐贈的訊息之前，要求他們簽署器官捐贈卡時，訊息的內容(即敘事與統計)和訊息的影響(例如，幽默與悲傷)是被操縱的。結果發現，敘述的訊息比起統計的訊息，效果更好。此外，幽默的訊息比悲傷的消息更有影響性。

國內相關研究方面，運用語藝批評的敘事觀點來進行分析的碩士論文，則如表一：

表一：國內運用敘事批評的相關論文研究

時間	作者	論文名稱
2001	吳珍政	弱勢團體的另類發聲：以敘事觀點分析改寫童話
2001	林奕辰	原住民女性之族群與性別書寫：阿女鳥書寫的敘事批評
2003	王孝勇	呂秀蓮副總統言論中的「自我」：女性主義觀點的敘事批評
2006	張瑋容	由 Michael Moore 的敘事策略看紀錄片的語藝意涵
2006	顏伊旻	主體的困境：同志基督徒的敘事分析
2006	李惠菁	追獵女巫：由「倪夏崎戀」看話題女性新聞的語藝框架
2007	殷美香	流行音樂作為一種社會反叛：以敘事觀點分析張雨生歌詞創作
2008	林佩怡	邁入符號消費時代：宜蘭童玩節的敘事分析
2008	林欣誼	共構生存與成功的敘事：從觀點看實境節目「誰是接班人」的故事敘說
2008	張雅君	外太空新聞所建構的神祕性與未來圖像
2009	林信男	從語藝觀點看「慾照事件」的媒體角色與新聞敘事
2009	殷美香	棒球論述中的國族意識—以 1998 年至 2008 年國際賽事報導為分析對象
2009	董倩雯	網路自白的敘事分析
2009	鄭子瑜	私領域中的行動女性：從語藝觀點看川端康成的小說
2010	李冠興	以敘事批評分析網路小說建構的宅男意象
2010	賴怡潔	「寫」一首料理：飲食書寫之敘事分析
2010	郭蕙芳	媒貝對新世代工作價值觀的建構-以《Cheers 快樂工作人》

		雜誌之幫面故事為例
2011	陳怡伶	台灣與中國意識在國中歷史教科書中的角逐-以台灣歷史為例
2011	何毓菱	從《敗犬女王》看女性角色與性別關係
2011	林慧婷	從敘事理論分析代理孕母電視劇建構之跨文化意涵
2011	梁碗淨	重於泰山？輕於鴻毛？以敘事批評析論死刑存廢論述
2012	鄭昱芳	台灣少子女化現象因應策略之敘試分析—以 2009~2012 年為例

資料來源：研究者整理

國內運用敘事批評方法分析的文本類型相當廣泛，包括書籍、新聞報導、電視節目、個人的文章書寫等，其中以故事形式之書籍為分析文本，則有葉紋陵（1998）以獲得推薦的優良兒童圖畫書為分析對象，探討國內被推薦為優良的兒童讀物，是以什麼樣的敘事形式與敘事內容呈現兒童的價值觀。研究結果發現兒童讀物呈現出的兒童形象，包括勇敢面對困境、自行完成心願的兒童形象、以幻想方式與自行轉換心境的方式解決問題、無偏見的試探世界、疏離而非對立的親子關係與不具明顯的說話位置。此外，還有李蕙菁（2006）以新聞事件「倪夏崎寄」為研究文本，由語藝觀點來看喧騰一時的話題女性新聞的建構歷程。作者把這則新聞視同由媒體和社會所共構的新聞劇本，嘗試在其建構過程的新聞脈絡中尋找台灣社會可藉以重塑性別價值的可能契機。

殷美香（2007）以語藝批評方法中的敘事批評分析張雨生的歌詞創作，試圖解答張雨生的流行音樂創作是否達成社會反叛的目的與力量。研究中選取張雨生早期創作，自熱門音樂大賽合輯《青春像把槍》、第二張個人專輯《想念我》、《第一張個人創作專輯《帶我去月球》以及第二張創作專輯《卡拉 OK.LIVE.台北.我》

等選取具場景、人物與情節等要素的創作歌曲，以及張雨生書寫個人創作想法的專輯文案，共十三首歌曲與兩篇文章做為分析文本。研究步驟採取 Foss 所建議的三個程序，檢視文本構成敘事實質內容與表達形式的八大要素，爾後找出其中最重要的相關敘事要素加以分析討論，最後則是依據研究問題進行敘事評估。

林信男（2008）採取語藝觀點，將新聞報導視為一種藉由敘事，對閱聽人進行說服的語藝行動。其選擇轟動兩岸三地的「慾照事件」為研究個案，透過「敘事批評」對《中國時報》、《聯合報》、《自由時報》、《蘋果日報》的新聞進行分析，探討媒體對自身角色的想像、媒體在新聞報導中所倡導的主旨和價值、以及媒體敘事是否具有說服力等研究問題。

董倩雯（2009）則以語藝批評中的敘事分析為研究取徑，分析網路 BBS 中的自白論述。自白（*confession*）的概念從宗教儀式中擴散後，逐漸在世俗社會中開展出各種意義，自白在研究中意指向他人坦承自己過去做出違反社會規範的經歷，而網路作為自白空間，人們會如何表達自過錯經驗與價值觀，以及呈現出何種對話關係，是研究中試圖研究的問題。該研究選擇網路 BBS 中述說自己劈腿戀情（*multi-lovers*）的文本為研究對象，以了解網路自白的敘事樣態。

李冠興（2010）以語藝批評方法中的敘事批評，分析網路小說建構的宅男意象，研究中選取網路部落格作家食凍麵所撰寫的宅男故事小說做為分析文本。研究步驟採取 Foss 所建議的三個程序，檢視文本構成敘事實質內容與表達形式的八大要素，以了解在藝文創作中所描繪的宅男意象，以及它所呈現的宅男和價值觀與現今學校族群認知之契合程度為何。

梁碗淨（2011）則是藉由語藝學中的敘事批評方法，選取台灣廢除死刑聯盟所舉辦之殺人影展中，三部與死刑相關的劇情片，藉由語藝學中的敘事批評方法中的角色呈現、場景呈現和因果關係，分析影片中所欲傳達何種敘事意涵，且再

從死刑存廢議題的討論，思辯「生命」課題。

鄭昱芳（2012）透過敘事批評方法中的角色呈現、主題呈現和因果關係，來分析長久以來政府最頭痛的問題—少子女化的危機，從前內政部部長江宜樺上任期間，政府顯開始不斷的推動少子女化政策，全力改善少子化現象。因此以2009~2012年中國時報新聞稿作為研究，探討政府針對少子化現象之因應策略，試圖了解說服社會大眾多生小孩之敘事策略為何。

因此，綜觀上述敘事相關研究，可以發現不論是什麼形式的議題，只要其中有說故事形式及脈絡存在，皆可運用敘事批評的方式來做分析。本研究在分析上，以客委會官網為研究對象，研究2008年至2012年間其網站是如何經營客家文化形象，試圖解答客委會在網站上建構客家文化特色之語藝策略，和說服的可能性。因此本研究適合使用敘事分析進行研究，在下一章節，將介紹本研究文本之選取原則與研究的分析步驟。

第三章 研究方法

本研究的研究對象為客委會官網，並根據研究對象的性質與研究目的，本研究採取語藝觀點中的敘事批評作為分析方法。在分析步驟方面，本研究參考 Foss 和 Rybacki&Rybacki 等人建議的分析步驟作為參考架構，嘗試以敘事觀點對於「客委會官網」進行語藝批評。因此，本章將簡介客委會的背景介紹與其官網中客家文化形象推廣活動，接著說明本研究的分析步驟。

第一節 研究對象

客委會是全球唯一中央級的客家事務專責主管機關，以振興客家語言文化為使命，以建構快樂、自信、有尊嚴的客家認同為信念，以成為全球客家文化交流中心為願景，「以「牽成客家、繁榮客庄」為目標」（客委會官網，2012）。

壹、「客家委員會」背景介紹¹¹

「客家委員會」係配合行政院組織再造，自 2012 年 1 月 1 日起改制的新機關，其前身為 2001 年 6 月 14 日成立的「行政院客家委員會」，是全球唯一的中央級客家事務專責主管機關，當時由民進黨執政並兌現選舉政見而成立。直到 2008 年國民黨再次奪回政權，總統馬英九延續民進黨的客家政策，開始以振興客家語言文化為使命，建構快樂、自信、有尊嚴的客家認同為信念，並以成為全球客家文化研究與交流中心為任務，其最終以「牽成客家、繁榮客庄」為目標，以「榮耀客家、藏富客庄」為願景。

客委會成立以來積極推展客家事務，引領客家文化發光發熱，奠定客家在臺灣多元族群中不可或缺的重要地位。2011 年 2 月 25 日公告 69 個鄉（鎮、市、區）

¹¹ 參見客委會官網 <http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=126452&ctNode=2016&mp=2013&ps=>

為「客家文化重點發展區」，用以加強區內客家語言、文化與文化產業之傳承及發揚。自 2008 年 5 月以來，客委會推動「客家文化重點發展區」、召開「全國客家會議」、「全國客家事務首長會議」及「全球客家懇親大會」、建立「客語薪傳師」制度、達成「客家預算倍增」、舉辦「客庄十二大節慶」、輔導行銷客家特色產業、訂定「全國客家日」、增設國家公務人員考試「客家事務行政類科」，以及制定劃時代意義的《客家基本法》。凡此種種，都是為客家在法制面深植基礎，使客家語言、文化能永續傳承發揚，以下為振興客家文化的要項：

一、推動客家語言復甦 建立客語無障礙環境

客家古諺：「寧賣祖宗田，莫忘祖宗言」，道出客家人對客語的堅持。為達成客家語言復甦與永續成長，客委會透過推動「客語薪傳師制度」、「客語家庭」、開辦「客語能力認證」、鼓勵「客語生活學校」、設置「哈客網路學院」、編印「客語學習教材」、製播「優質客語學習節目」及建立「客語無障礙環境」等八大重點工作，結合獎學金制度，鼓勵高中職以上及國民中小學學生踴躍參加並通過客語認證考試，希望經由家庭、學校、社區和公共領域的帶動，加速客語復甦，讓客語代代薪傳。

二、推廣客家文藝創新發展 呈現客庄傳統節慶之美

客委會除積極鼓勵及扶植客家藝文創新發展，並自 2009 年度開辦「客庄十二大節慶」，納入包括「客家桐花祭」、「六堆嘉年華」、「傳統戲曲收冬戲」以及客庄地區具有特色的民俗慶典活動；輔導客家藝文團隊升級成長，薪傳「客家大戲」等傳統藝術，以帶動客庄觀光旅遊、繁榮地方經濟。

三、建構客家知識體系平台 推動「客庄文化資源普查計畫」

「客家學」在國內學術領域方興未艾，為廣泛建構台灣客家學術研究根基，積極設立客家學院及研究中心，提升客家知識社群人口，並藉由獎助相關研究與

博碩士論文，擴大客家研究資源，奠定客家研究堅實基礎，建立台灣成爲全球客家學術研究中心。文化是生活形式的累積，深藏在客庄角落的常民文化，是最珍貴的客家資產。客委會以鄉(鎮、市、區)爲調查範圍，委託社區團隊以在地參與方式，推動「客庄文化資源普查」，並建置「數位臺灣客家庄」¹²，透過數位化永久典藏，有計畫地建構「客家文化重點發展區」之基礎資料，豐富臺灣多元文化。

四、制定《客家基本法》 召開「全國客家會議」 匯聚共識

鑑於過往客家事務之推動缺乏法源依據，諸多施政項目面臨發展瓶頸，自2008年6月起全力推動《客家基本法》之立法工作，12月起，每年均召開「全國客家事務首長會議」，於2009年10月22日經行政院院會通過，10月30日送立法院審議，並於2010年1月5日立法院三讀通過，1月27日總統以華總一義字第09900017991號令頒布施行，開創台灣多元族群文化的重要里程碑，同時宣示客家事務正式邁入法制化。

五、保存客庄聚落空間 建置南北客家文化園區

爲延續客庄聚落風貌、保有客家文化特色、營造客家文化環境及提供民眾接觸客家文化機會，特輔導地方政府推動客家文化生活環境營造計畫。設於屏東縣內埔鄉的「六堆客家文化園區」作爲客庄文化展示、地方產業扶持及觀光導覽之窗口；苗栗縣銅鑼鄉的「苗栗客家文化園區」作爲接觸客家文化與知識學習的平臺，並結合在地資源，帶動周邊觀光產業，促進客庄經濟發展。

六、加強傳播媒體的載具功能 維護發聲權 行銷新客家

傳播媒體是現代公民發聲的重要管道，對於文化的形塑更具影響力，但在商業掛帥的媒體市場，客家族群長期被忽略，因此客委會積極推展客家於傳播媒體發聲。2003年設立全球第一個客家電視頻道，2008年首部客語史詩電影「一八九

¹²「數位臺灣客家庄」網站(網址：<http://archives.hakka.gov.tw>)

五」上映，2011 年更推出客家偶像戲劇電視節目「美樂！加油」，適度融入客家元素，引領觀眾認識、了解客家。近年更積極推動客家廣播電台聯播客語節目，並委製及扶植鼓勵製播客家廣電節目，以維護客家族群的媒體近用權益。同時，爲了增進族群的和諧與交流、推廣多元文化之風貌，使更多人瞭解客家文化內涵、增進客家族群之認同，透過電子、平面、網路、甚至國際等各種媒體廣爲宣傳，以塑造客家新印象，展現客家族群蛻變的創新能量。

七、輔導客家產業創新升級、落實藏富客庄願景

鑒於美感經濟與體驗經濟爲引領之當代文化產業發展趨勢，客委會自 2008 年起，依據馬總統「牽成客家 繁榮客庄」客家政見，以高度視野，在地關照爲理念，積極推動「幸福客庄運動」，透過好文化、好環境、好經濟之提升，建構文化認同、產業競爭力，以創造在地就業與客庄生活福祉，擘劃客家優質生活經濟藍圖。配合中央政府組織再造，且爲進一步加強推動客家文化產業發展，客委會自 2012 年起增設「產業經濟處」，專責推動辦理客家文化產業工作，除延續輔導客家特色產業之施政政策外，更將以馬總統 2012 年所提出之「榮耀客家 藏富客庄」爲客家願景，全力打造台灣成爲世界「客家新都」。

八、推動海內外合作交流，建設台灣成爲全球客家文化交流中心

客委會爲全球唯一中央級的客家事務專責主管機關，對客家文化的保存、傳承與發揚，扮演關鍵及引領潮流的角色。爲推展海內外客家事務，透過海外客家聯繫網絡、參與海外客家活動及會議暨拜訪客家社團，加強合作交流，厚植認同基礎。並藉由籌辦全球客家文化會議、海外青年客家文化研習營及海外客語教師研習班、派客家青年文化訪問團出國巡演等活動，以強化台灣與國際客家的連結，從而提升對台灣及客家之認同、向心及能見度，逐步建設台灣成爲全球客家文化研究與交流中心。

貳、客家文化形象推廣活動

從「牽成客家·繁榮客庄」到「榮耀客家·藏富客庄」，這是客委會近年的期許與目標。因此，積極推廣許多能替客家文化形象加分的活動，以下分別說明：

一、推廣客家文藝創新發展 呈現客庄傳統節慶之美

爲了扎根客家文化、活化客庄發展、行銷客庄觀光，「客庄十二大節慶」自2009年開辦以來，全台熱鬧連年，透過每年重新評選，強化活動競爭力，不僅桃園、新竹、苗栗等傳統客庄，分別舉辦別具客家特色的慶典活動，就連非以客家族群爲主的雲林、高雄、台東等縣市，也都頗具獨特風格的客家節慶，吸引觀光客的目光，包括雲林「詔安客家文化節」、高雄市「夜合客家文化藝術季」及台東縣「臺東好米收冬祭」等。

二、客家文化品牌「HAKKA TAIWAN」、「HAKKA FOOD」雙品牌登場

透過品牌認證，讓民眾更能輕鬆品嚐道地客家美味，體驗客家風華，打造具客家元素的文創產品，並首度與國內通路龍頭統一超商進行策略聯盟，喊出「客企相投」口號，透過「創新」、「時尚」、「城鄉」、「動感」的行銷策略，爲其特色商品開啓雲端、實體及海內、外商機的行銷模式，同時提升客家「品牌」價值與國際環保形象。

三、媒體廣告宣傳

爲了增進族群的和諧與交流、推廣多元文化之風貌，使更多人瞭解客家文化內涵、增進客家族群之認同，透過電子、平面、網路、甚至國際等各種媒體廣爲宣傳，以塑造客家新印象，展現客家族群蛻變的創新能量。其中以形象廣告廣受好評，2009年的「客家好親近」「戲」列廣告，就藉由一閩南，一客家的男女戀

人相識相戀，進而兩家通婚往來的過程，實際進入客家庄的家去認識客家，也生活化的去認識客家文化，進而打破外界對於客家人小氣難搞的成見。不僅是導正品牌負面觀感的正確步驟，比起政府部會過去八股又硬梆梆的宣導廣告，也的確予人有一新耳目之感。雖不一定能立即消除日積月累的偏見，但至少已為客家鄉親，成功扮演「相識自是有緣，客家待客如親」的「親」「善」大使角色。

第二節 文本選取

隨著時代的網路資訊化，關於客家文化研究的網站如雨後春筍般多，其中又以政府設立的「客家委員會」¹³網站最為豐富盛大，其網站清楚地按照年份、項目、類別來細分資料，每天更新網站內容，可見政府對於此網站的用心。語藝方面的學術研究上多半只探討至 2006 年前，再者，馬英九總統 2008 年上任以來，經過將近五年時間幫助客家族群去汙名化，並重新塑造客家文化形象，因此，本研究選擇以 2008 年至 2012 年「客家委員會」網站內的新聞稿和形象廣告作為分析文本。

壹、新聞稿

自馬總統上任期間選取新聞稿（從官網首頁上的主動公開資訊進入到最新資訊裡的新聞稿），從 2008 年 6 月至 2012 年 12 月，共 541 篇新聞稿，符合本研究關於客家文化形象推廣活動的新聞稿則有 136 篇（附錄一），包括前面所提的「客庄十二大節慶」、「客家文化品牌」、「學術交流」等等。

貳、媒體廣告宣傳

客委會近三年來推出三部客家形象系列短片—《客家·好親近》、《客家好趣味》與《客家好愛你》，以下做說明：

《客家·好親近》¹⁴描述非客家籍的男主角（吳定謙飾）融入客籍女主角（陳靖婕飾）家庭的過程，歷經出遊、拜訪、求婚、結婚，至懷孕等人生必經階段，以生活化風格展現客家特色，帶出琅琅上口的客家語言，並打破刻板印象，突顯內斂而溫暖的客家家庭文化。10 支系列廣告各有主題，整合後又能呈現客家新意

¹³ 「客家委員會」網站：<http://www.hakka.gov.tw/mpl.html>

¹⁴ 「客家·好親近」10 支系列分別為序曲篇、出遊篇、拜訪篇、招待篇、娛樂篇、求婚篇、結婚篇、家規篇、婆媳篇、新生篇。

象，一推出即引起大眾討論，且「第七話——結婚篇」更獲網友票選為《2009 年台灣地區 10 大廣告影片》。

《客家好趣味》¹⁵則是由知名客籍導演林志儒操刀，將趣味概念注入廣為人知的客家意象，創造客家文化新風格。「客家好趣味」系列短片共 8 部，以「客家好趣味」的主軸貫穿，再分別以美食、硬頸、好客、紙傘、擂茶、語言、藍衫、音樂等元素為主題，強調各主題的趣味點。詼諧幽默的內容呈現出客家文化的多元面向與特色，更完全顛覆大眾對於客家文化的刻板印象。其系列短片除突顯客家人的「好客精神」，慷慨讓座給路上行走的老牛搭便車外；也以 KUSO 風格，透過美艷吸血鬼的挫折，展現客家人不向現實困境低頭的「硬頸」精神，可說是《暮光之城》的台灣客家版；另外，環肥燕瘦各具特色的面試者，更在飢腸轆轆的主管眼中，變成一道道經典的客家菜餚。

2012 年客委會推出《客家好愛你》¹⁶系列形象廣告，以微電影拍攝手法，展現祖孫間俏皮對話與感動故事，內容描述美國土生土長的華裔客家青年 MAC（柯有倫飾），趁暑假返台遊覽，與阿婆（梅芳飾）同住客庄所發生的一連串趣事；從兩代間的對立、衝擊，到互相認識、了解，進而產生濃厚情感羈絆，充分顯露現代社會的溫馨祖孫情。片中融合各種客家元素，呈現生活化風格的客家特色，也帶出琅琅上口的客家語言，並打破刻板印象，突顯內斂而溫暖的客家文化。

客家形象系列廣告與活動宣傳廣告加起來總共有 41 部（附錄二），因為沒有「官味」，所以常常引起共鳴，讓民眾感覺「客家就在你身邊」，並塑造客家人「硬頸」、「好客」的形象。客委會官網除了在內容上緊緊扣住客家文化形象以外，亦從角色、行動等方面傳達其價值觀與角色的世界觀，因此在下一章節中，將說明本研究所要選取的敘事要素與分析步驟。

¹⁵ 參見客委會官網 <http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=98890&ctNode=2159&mp=2013>

¹⁶ 參見客委會官網 <http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=126415&ctNode=308&mp=1>

第三節 分析方法

對於要如何進行敘事分析，Foss（1996）建議研究者首先應仔細地檢視構成敘事文本的八大要素，包括場景（setting）、角色（characters）、敘事者（narrator）、事件（events）、時間關係（temporal relations）、因果關係（causal relations）、閱聽眾（audience）以及主題（theme）；Rybacki&Rybacki（1991）則建議研究者可將焦點集中於「角色塑造」（characterization）、「情節」（plot）與「場景」（setting）三項敘事要素進行分析。經過文本檢視之後，接著依照研究者的研究問題，從中找出最重要且相關的分析要素並加以討論，最後依據研究所需進行敘事評估。本研究透過 Foss 建議的步驟進行以下說明的分析過程：

壹、文本的分析要素

根據 Foss 和 Rybacki&Rybacki 的建議，本研究在進行文本分析時，將選擇角色（characters）、場景（setting）和事件（events）等要素，藉以進行敘事批評。就本研究的研究問題來看，角色、場景和事件的分析能夠有助客家委員會如何建構客家文化網路的形象；在這五年間客委會官網的形象建構是如何被鋪陳的；以及其敘事方式對自身角色想像的反映。

文本中的角色、場景和事件等敘事要素，是構成故事內容的主要要素，而本研究的研究焦點為屬政府行政院部門下的「客家委員會」，其如何利用客委會官網內的新聞稿、電子報、媒體宣傳來建構客家文化形象。在檢視文本時，故事中的主要角色「客委會官網」即為本研究關注的重點，透過角色的描述來觀察出它所要呈現的客家形象及特質。因此，根據研究問題，本研究決定挑選角色、場景和事件作為分析要素。以下則為這些敘事要素的分析焦點：

一、角色

本研究關注的焦點包括客委會如何呈現客家文化的形象，也就是角色的塑造，因此在角色要素的部分，將對於故事中被設定為客委會的角色，分析客委會的客家文化形象如何被呈現？客委會在文化推廣活動、客家文化形象品牌、媒體宣傳等行動方面是如何隨著敘事發展而有所改變？

二、場景

在敘事中場景的描述即是反映真實世界，可藉由敘事中場景要素的分析，有助於了解客委會在社會上的文化推動政策。因此本研究將檢視與客委會舉辦的活動的主要場景有哪些？並這些場景是如何與情節和角色產生關聯性？

三、事件

在敘事中分為主要事件與次要的事件，前者在敘事中最為重要，其為引導故事的走向，是不可被省略，否則會破壞掉故事的連貫性與意義。本研究對象客委會對於客家文化形象的活動事件是如何被呈現？另外，次要事件是如何加強主要事件，且如何影響其事件？

貳、敘事意涵與敘事評估

本研究主要分析客委會官網對於客家文化形象的呈現，以其發佈的新聞稿及廣告形象影片為主，探討客委會如何藉由敘事來呈現客家文化的形象，並進一步了解客委會官網欲傳達的價值觀與角色的世界觀。而敘事批評藉由分析敘事形式與敘事內容，嘗試探討人如何透過故事要素分析之後，進一步從敘事要素中，找出客委會官網對於客家文化形象提出哪些主張，並傳達了什麼訊息，或者在文本中呈現出何種客家文化的精神與形象。

關於敘事評估方面，將採用 Fisher 的敘事評估方法：即敘事可能性與敘事忠實性兩方面來進行評估。敘事可能性是評估故事的完整性與一致性，敘事忠實性則是評估故事的可信度與真實性；前者是敘事形式的評估，後者是敘事實質內容的評估（林靜伶，2000）。針對研究文本進行評估，判斷文本內容的角色、場景與事件等敘事要素的一致程度以及和對外在世界的解釋能力。

參、文本登錄原則

本研究以上述欲分析的敘事要素作為主要類目，在文本的分析單位方面，以客委會新聞稿一個段落為單位、形象廣告以一則為單位，包括角色、場景、事件等，所構成的敘事結構作為一個分析單位，將文本內容予以拆解與分類編碼，以利後續進行分析討論。在本研究的新聞稿編碼方面，以數字 2008、2009、2010、2011、2012 分別代表本研究所選擇的新聞稿年份，其次，為所選新聞稿的段落，以數字 1、2、3...作為代表，最後的數據代表該分析文本出現的段落。以(2011-1-3)為例，即代表 2011 年第 1 篇新聞的第 3 段的內容。以下為登錄範例：

黃主委表示，台灣年產六千多公噸的芥菜，其中苗栗縣公館鄉就佔了三分之一的產量，「福菜之鄉」的確實至名歸。本次舉辦「齊力趣踩福一千人踏鹹菜」活動，就是要讓「老一輩的人回味，年輕世代嚐鮮」，更希望藉由福菜的諧音，讓大家在民國 100 年福氣滿滿。他說，福菜蘊含著深厚的客家特色，更完整地呈現出庶民文化生活；從芥菜、鹹菜、福菜到梅干菜，說明了客家人敬天惜物、物盡其用的勤儉精神。

(2011-1-3)

在本研究的形象廣告編碼方面，首先以以數字 2008、2009、2010、2011、2012 分別代表本研究所選擇的廣告年份，其次，英文字母 A、B、C、D 分別代表《客家·好親近》、《客家好趣味》、《客家好愛你》及「其它廣告」，最後以數字 1、2、3...作為順序選取。以(2010-A-7)為例，即代表《客家·好親近》第七系列結婚篇的影片內容。以下為登錄範例：

表二：《客家·好親近》第七系列結婚篇

時間	畫面	台詞	畫面說明
00:01-00:03	 結婚...還要準備什麼啊	女主角：結婚...還要準備什麼啊	男女主角穩定交往後，男方父母終於來提親，女方父母準備豐富的菜餚招待他們。
00:03-00:07	 -那個 麻糬 -啲對 麻糬	男主角：那個(客)麻糬 女主角：啲對(客)麻糬	爲了化解尷尬狀況，男女主角討論結婚時候要準備什麼東西。
00:07-00:09	 客家人結婚的時候	女主角：客家人結婚的時候，一定要請客人吃(客)麻糬	男女主角討論出客家人結婚一定要請吃麻糬，但男方父母表情依舊凝重。
00:09-00:15			話畢後，雙方父母依然沉默不語，而男女主角也尷尬的講不出話來。
00:15-00:16	 你們怎麼了	女主角母親(低聲問)：(客)怎麼都不講話 男主角：(閩)你們怎麼了	女方母親忍不住低聲問，女主角擔心看著母親，男主角也趕緊問父母親狀況怎麼了。

00:16- 00:20	 <p>怎麼這麼好吃啊</p>	男 主 角 母 親：這(客) 糰…………… 怎麼這麼好 吃啊	這時男方母 親終於說話 了，原來是 因為嘴裡的 麻糰好吃到 令人講不出 話來。
00:20- 00:26	 <p>客家好親近</p>	(女方父母聽 聞大笑)	女方父母聽 到後，緊張 的情緒也放 鬆而大笑了 起來，男女 主角也安心 的笑了出 來。
00:27	 <p>[最近好嗎]</p> <p>行政院客家委員會</p>	全體：(客) 最近好嗎	瞬間雙方父 母拉近了距 離，而男女 主角也順利 解決了這難 關。

資料整理：研究者；資料來源：客委會

(2010-A-7-00:01~00:30)

第四章 敘事分析結果

在本章節中，研究者嘗試藉由敘事中的角色、場景、事件等三項敘事要素，分析客委會官網新聞與形象廣告，其角色呈現出哪些特質與形象，其次是客委會官網創造出何種場景與事件來反應所呈現客家文化形象。其整理下表三所示：

表三：客委會官網之敘事分析結果總表

角色	主要角色	客家族群	角色特質	1. 重視家鄉觀念、保家愛國、順應時勢演變 2. 敬天惜地、節能減碳、物盡其用的節儉精神 3. 純樸勤勞、堅忍刻苦的「硬頸」精神 4. 好客、好親近的親民形象
	相關角色	一般民眾 海外僑胞 學校師生		1. 融入並參與客家文化活動 2. 積極學習且認同客家文化 3. 學術研究客家文化，並傳承下去
場景	相關場景	客家山海人文	情境特徵	祈福與藝文
		客家學院		傳承與孕育
		客家園區		融合與再現
事件	主要事件	客庄十二大節慶	次要事件	熙來攘往的嘉年華
		學術文化交流		獎學金成立 海內外交流
		品牌建立		商品展售 設計比賽

資料來源：研究者整理

第一節 客委會官網文化形象的角色呈現

在敘事中，角色是主導故事發展的重要元素，透過角色的各種特徵以及行動的描述，可呈現出角色的形象與人格特質。因此本研究將焦點放於客委會官網裡所呈現的是哪些角色？這些角色有什麼特質或形象，以及這些角色與客委會的關係為何？在文本中分為主要角色和相關角色；前者為客家族群，後者則有一般民眾、海外僑胞及學校師生。客委會所呈現的角色特質反應在文化活動上面，如表二所示，本研究將從這四種角色所呈現的角色形象與特質，說明敘事中的角色。

表四：客委會官網文化形象中的敘事角色

客委會官網中的角色		呈現的角色特質
主要角色	客家族群	1. 重視家鄉觀念、保家愛國、順應時勢演變 2. 敬天惜地、節能減碳、物盡其用的節儉精神 3. 純樸勤勞、堅忍刻苦的「硬頸」精神 4. 好客、好親近的親民形象
相關角色	一般民眾 海外僑胞 學校師生	1. 融入並參與客家文化活動 2. 積極學習且認同客家文化 3. 學術研究客家文化，並傳承下去

資料來源：研究者整理

壹、主要角色：客家族群

在本研究所選取的文本中，客家族群是主要的角色之一，身分不但有可能是民眾也可能是參與者。客委會官網對於客家族群此一角色的描述，包括行為、性格與價值觀等三方面，而本研究是以客家文化形象為主要的探討對象，因此新聞稿對於客家文化所賦予的角色形象、性格與價值觀等三方面進行討論，以了解客家文化的角色形象，結果發現其角色特質包括：「重視家族觀念、保家愛國、順應時勢演變」、「敬天惜地、節能減碳、物盡其用的節儉精神」、「純樸勤勞、堅忍刻

苦」與「好客、好親近的親民形象」，以下方別討論。

一、重視家鄉觀念、保家愛國、順應時勢演變

在客委會官網新聞稿中，時常強調「北義民、南忠勇」的保家愛國精神，北部客家人信仰義民爺、南部客家則祭祀忠勇公，是客家傳統中相當重要的精神寄託。清朝時代客家族群開始分批來到台灣，分散到各地後各自再另起爐火，所以在漫長的墾拓歷程中顯得特別的團結，也比其他族群更重視家族觀念。

從馬英九總統上任以來，就命令黃玉振為客委會主委至今，所以客委會瞭解除了少數客家庄較龐大外，其餘客家人零零碎碎在台灣各地，因此藉由舉辦一年兩度的春秋祭典，讓客家人團結在一起，並喚起自我意識，使客家文化傳承下去；對於一般民眾而言，儼然像是場盛大又熱鬧的嘉年華派對，使其有意願前往參加盛會，進而更認識客家文化的「美」與客家的熱情與活力。

行政院客委會主委黃玉振表示，很高興看見客家文化主題公園在台北都會區開園，讓城市裡的客家人也能找到屬於自己的家園。他說，義民爺是台灣客家的信仰中心，代表著愛鄉愛國的客家精神。也盼在大家的努力下，彰顯客家精神、發揚客家文化，讓台灣客家事務能推展的更順利…。

(2011-21-04)

客委會在許多方面都有比賽，包括美食、繪畫設計、攝影等等，這次在建築繪製方面，得獎隊伍不是客家鄉親卻花很多時間來瞭解客家建築與文化，融合本身的設計特色與客家精神所創造出來的樣貌，是客委會這幾年大力推舉的，不再被傳統客家文化侷限，而是要充滿現代感的客家文化。另外，從東部池上客家文化園區、南部六堆客家文化園區成立到中部東勢客家文化園區出現，北部終於在去年(2011)成立了客家文化主題公園，這對於在台打拼的客家人無疑多個「家」的感覺。

…當初在參與這個競圖時，考慮到各個文明多半都有其代表的建築樣式，然而客家建築確有各種變化，因此團隊決定從「客家精神」來著手、發掘苗栗園區應該呈現的樣貌。於是「尊重自然環境、重視家族觀念、順應時勢演變」便成為團隊擷取的重心，於是設計出這個配合基地丘陵起伏、創作梯田景觀意象、挑空中庭展覽空間、以及結合生態和節能的文化園區。

(2008-04-04)

客家委員會黃玉振則指出，義民爺保鄉衛土、犧牲小我的忠義精神，不僅代表客家族群，更是臺灣精神的象徵。在嘉年華的活動的現場可以看到許多非客家族群的朋友也一同共襄盛舉、感受文化熱力，這正反映出多元文化是全民的共同資產，未來我們要持續將文化精神傳承給下一代，豐富我們共同的家園。

(2012-12-02)

二、敬天惜地、節能減碳、物盡其用的節儉精神

一般人對於客家人最常見的誤解就是，節儉的美德被認為是小氣，劃地群居的民風被視為難相處。但是隨著社會型態轉變，從以前色、香、味俱全的重口味到現代的「低熱量輕熟食」，主要觀念為「節能減碳、愛護地球」。

早期客家族群擅長將食物用「醃漬」和「曬乾」的方式保存下來，常利用鹽或其它作料去揉、壓、醃泡食材，或將食材經過太陽曝曬，以延長它的賞味期限。醃漬時間則依各種食材之特性而有不同，從數天到數周甚至數年都有，目的在使食材產生鹹味或酸味，拿來搭配白飯，可說是人間美味、風味絕佳。

再者，客家人總是運用在地食材製作美味佳餚，既養生、環保又有減碳之特色，客委會為使客家美食普及推廣，達到帶動相關產業發展，時常加入創新元素在裡頭，並舉辦多場美食料理比賽¹⁷，今年(2012)還打出「Hakka Food」品牌，讓更多人知道客家美食。

¹⁷ 參見客委會官網 <http://www.hakka.gov.tw/sp.asp?q=料理比賽&xdURL=gss/gss.asp&mp=1>

黃主委表示，傳統客家菜代表著客家人的生活文化，以及節能減碳的高度智慧，他以最經典的「客家小炒」為例，虔誠敬神的客家人每逢節日總以豬肉、豆乾等祭神，加上自家栽種的芹菜、蔥，還有逢年過節作為伴手禮的乾魷魚，切絲拌炒後，就成了香噴噴的「客家小炒」，這也反映出客家人就地取材和愛惜食物的良好生活習慣。

(2010-29-03)

黃主委表示，台灣年產六千多公噸的芥菜，其中苗栗縣公館鄉就佔了三分之一的產量，「福菜之鄉」的確實至名歸。本次舉辦「齊力趣踩福一千人踏鹹菜」活動，就是要讓「老一輩的人回味，年輕世代嚐鮮」，更希望藉由福菜的諧音，讓大家在民國 100 年福氣滿滿。他說，福菜蘊含著深厚的客家特色，更完整地呈現出庶民文化生活；從芥菜、鹹菜、福菜到梅干菜，說明了客家人敬天惜物、物盡其用的勤儉精神。

(2011-01-03)

…黃主委進一步指出，以前客家人務農，需要充沛的體力，料理時使用大量豬油增添香氣及熱量、以重口味增進食慾；更重要的是，客家人克勤克儉，絕不浪費食物，這也符合現代節能減碳，將食物里程減到最短的重要概念。

(2011-16-03)

三、純樸勤勞、堅忍刻苦的「硬頸」18精神

「硬頸」這個詞彙儼然已經成為客委會自詡且強調的客家人個性的核心性格之一，而其他族群也以「硬頸」來稱讚客家人的堅毅性格。但聽在年過半百的親戚耳中，卻是不予置評，原因是他們認知中的「硬頸」是說一個經勸阻仍一意孤行的人，或被要求做某事卻執拗不從的態度。也許「硬頸」一詞從貶義詞轉變褒義詞也不為過，就跟「風騷」¹⁹一詞相同漸漸偏離它的本義畢竟這是時代的轉變。

¹⁸ 即面對艱困環境與外來壓力時，客家子弟秉持祖先所傳承下來的堅毅與執著的精神去面對挑戰並予以克服。參見網站 <http://mypaper.pchome.com.tw/souj/post/1311380476>

¹⁹ 風騷在《辭源》該條目的詮釋為：「風為【風雅】，騷為【離騷】，二章並辭章家所祖，後因稱辭章之事曰『風騷』」。後人稱著書立文、舞文弄墨者為「文人騷客」，是為故。隨著時代的不斷進化演變，「風騷」一詞漸漸偏離了它的本義，而被約定俗成地賦予了「忸怩作態」、「賣弄性感」、「曖昧挑逗」等內容，由最初的褒義詞變成了貶義詞。

參見網站 http://tw.myblog.yahoo.com/jw!Uq5UsOCT EUdnwJYFHal4N9iU_e0-/article?mid=146184&prev=146185&next=146183

就台灣地區的客籍而言，其祖先經歷多次的遷徙而來台，不論是時間的演變或遷移地的改變，都保有了其原鄉所具有的传统美德—「上穿大襟衫，下著大襠褲」。換言之，我們從台灣地區客籍婦女的衫褲上講究實用功能、樸素、節儉理性、不分貴賤貧富及崇尚自然和諧的特性中，可看出客家此一民系固有之生命哲學與態度。

(2008-12-02)

…至今已歷經4屆之台灣客家世紀印象展，每一場皆帶給觀眾不同的回憶與感動。今年更首次以「東部客家移墾」為主題，並移駕至花東地區巡迴展出，將展現東部客家族群艱苦拓荒的「硬頸精神」。

(2009-23-01)

1999年初秋的九二一大地震，讓南投縣國姓鄉嚴重受創；同年11月，秉持著客家「硬頸」精神，國姓客庄的鄉親們凝聚向心力，舉辦「搶成功」活動，藉以提振士氣，重建往日活力…。

(2011-23-01)

現在新生代的客家人很多都跟其他民族融合，母語不會講，更別說傳統服裝的哲學有無保留下來。客委會藉由「客家時尚漾新采」等活動，讓傳統與現代對話，展現出嶄新的客家時尚，也因此近年打著「Hakka Taiwan」品牌，與龍頭便利商店聯合出擊，讓更多人能享受兼具品質與水準的客家特色商品。然而，即使面對九二一地震導致家園受創、鄉民嚴重死傷，也忍痛擦乾眼淚的勇敢站起來面對問題並想盡辦法克服，這就是客家人的「硬頸」精神，面對挑戰絕對不退縮不妥協。

在「客家好趣味」中，客籍導演林志儒將趣味概念注入廣為人知的客家文化形象，以KUSO詼諧幽默的方式呈現出客家「硬頸」的特色，直接使用「很硬的脖子」來代表「硬頸」的精神而成功的擊敗吸血鬼，算是另類的形象呈現。故事內容為在月夜風高的夜晚，公園椅子上坐著一對情侶，男主角從後面懷抱著女主角，看似親密，男主角甜言蜜語逗到女主角害羞抱著他，突然居然從嘴巴上冒著像吸血鬼般的獠牙，男主角渾然不知遇到危險，依舊沉溺在幸福中。女主角這時

往男主角脖子上咬了下去，男主角表情愣了一下卻沒事情，女主角皺起眉頭推開男主角，並驚訝著問著男主角是誰，原來男主角是客家人，因為「硬頸」使得吸血鬼無法咬下他脖子，女主角聽聞是客家人嚇到連牙齒都斷了下來，這時旁邊三位路人也說自己是客家人，還沒從恐懼走出來的女主角看到還有三個客家人，更是害怕到整個人直接暈倒了下去。以下為廣告分鏡圖：

表五：「客家好趣味」-硬頸篇

時間	畫面	台詞	畫面說明
00:01-00:08		女主角： 這是一輩子的承諾 女主角： 你愛我嗎 男主角： 我愛妳	在月夜風高的夜晚裡，公園椅子上坐著一對狀似親密的情侶。男主角環抱著女主角，並甜言蜜語逗著她害羞的抱著男主角。
00:08-00:10			擁抱著男友的女主角，突然露出獠牙，現場頓時煙霧迷漫，氣氛緊張了起來。
00:10-00:12			男主角渾然不知遇到危險，依然沉浸在幸福微笑中。

00:12-00:17			女主角準備往男主角脖子上咬，卻發現咬不下去，感到不對勁而推開男主角。
00:17-00:22		女主角：你…你是 男主角：我是客家人	驚恐的女主角問男主角究竟是誰，沒想到男主角用手指敲打脖子說自己是客家人
00:23-00:26			女主角聽到男主角的回答—我是客家人，嚇到嘴巴裡的獠牙瞬間掉了下來。
00:26-00:30		旁人：我們也是客家人	還在驚恐的時候，旁邊坐著三個路人也用同樣的手勢敲打脖子，並說自己是客家人，女主角這時候不只是掉牙齒，而是整個人暈倒過去。

資料整理：研究者；資料來源：客委會

(2010-B-5-00:00~00:30)

四、好客、好親近的親民形象

客委會爲了想拉近民眾與客家族群的距離，因此想遍許多詞彙來代表客家文化形象，後來常使用了「好客」、「好親近」等詞彙來吸引人潮湧入各地的客家文化活動，達到塑造成客家人很親民的形象。

「2009 第一屆客家特色商品國際展」的主題是「艷客·宴客」，「艷客」之意是期待，經過創意激盪的嶄新客家精品能夠驚艷所有來客，展現客家特色商品包裝設計的創意巧思；而「宴客」則是代表客家人以客為尊的好客精神，歡迎大家來作客。

(2009-22-05)

上述的新聞內容表現出客委會的巧思，利用「艷客·宴客」兩個同音不同字，組合出來成有意思的涵義；另外也有使用「好(ㄉㄛˇ)客·好(ㄉㄛˋ)客」表示歡迎好的客人蒞臨。其拋開政府的「官」味，和民眾大玩文字遊戲，我想這也是爲什麼客家文化活動的觀光人潮總是絡繹不絕。

除了玩文字遊戲外，客委會每次活動總是舉行得像是在「辦喜事」，又剛好台灣人是個喜愛熱鬧的民族，兩者不謀而合，因此讓活動每年是越來越盛大與熱鬧，舉凡像是踩街活動、採草莓季等等都吸引各地民眾到場參與。

黃主委一早即抵達高雄褒忠義民廟，繫上花布領巾，挑起貢品，隨著千人踩街隊伍一路走進會場，展現古時挑擔奉飯，崇敬義民爺的精神。他致詞時表示，今(99)年度秋祭活動盛大，吸引許多鄉親熱情參與，單單踩街隊伍就帶來超過 1,200 擔的豐盛貢品，還邀請到有「客家明華園」之稱的榮興客家採茶劇團帶來國家級的客家大戲演出，要用最精彩的戲碼、最熱鬧的氣氛，讓與會民眾都能體驗客家文化，感受「好客」精神。

(2010-23-02)

「大湖草莓客家音樂文化季」活動吸引許多鄉親共襄盛舉，鳴炮及音樂不絕於耳，鄉長陳永福更大方提供多樣農特產免費品嘗，現場十分熱鬧。黃主委致詞時表示，苗栗大湖是客家庄、也是草莓的故鄉，行政院

客委會致力於打造大湖成為富有文化特色的旅遊據點，帶動草莓觀光與客家產業，進而帶動大湖經濟發展，重現文化特色。他特別感謝所有工作人員以「辦喜事」的好客精神，皆帶來四面八方的遊客，讓活動越來越盛大、越來越熱鬧。

(2011-05-02)

在客委會的「客家好親近」系列廣告中，就藉由男閩南女客家的戀人相識相戀，進而兩家通婚往來的過程，民眾透過廣告畫面，像似實際進入客家庄的家庭去認識客家，也生活化的去認識客家文化，進而打破外界對於客家人（小氣難搞）的成見，與男主角一起成長跟見證客家文化。每支影片的片尾用客家話的「恁久好無(最近好嗎)?」作收尾，除了有著客家鄉親熱誠好客的親切問候，也有藉著客家招呼語的簡單學習，能拉近彼此的距離。也就是所謂的入境隨俗或交朋友時通常都是先從一般的問候話開始學起。

客委會「客家好親近」為訴客家人好逗陣的廣告，演來不只清新脫俗且溫馨動人，雖然不一定能立即消除日積月累的偏見，但至少已為客家鄉親，成功扮演「相識自是有緣，客家待客如親」的親善大使角色。以第七集「求婚篇」中，運用客家饗客的特產－齊粿(麻糬)，把本來看似楚河漢界、陌生又不相往來的閩南及客家兩家情感，就像麻糬般水乳交融黏在一起，來代表客家人並非想像中的難以接近，也是個很好的暗喻設計。而內容就是由男方閩南人與女方客家人為開端，交往穩定的兩人決定邁向結婚之路，於是男方到女方家討論結婚事宜，卻沒想到要讓雙方父母談的開心是件困難之事，後來在客家人結婚必吃的「麻糬」上，逐漸化去尷尬緊張的氣氛，以下為廣告分鏡圖：

表二：「客家·好親近」第七系列結婚篇

時間	畫面	台詞	畫面說明
00:01-00:03		女主角：結婚…還要準備什麼啊	男女主角穩定交往後，男方父母終於來提親，女方父母準備豐富的菜餚招待他們。
00:03-00:07		男主角：那個(客)麻糬 女主角：喔對(客)麻糬	爲了化解尷尬狀況，男女主角討論結婚時候要準備什麼東西。
00:07-00:09		女主角：客家人結婚的時候，一定要請客人吃(客)麻糬	男女主角討論出客家人結婚一定要請吃麻糬，但男方父母表情依舊凝重。
00:09-00:15			話畢後，雙方父母依然沉默不語，而男女主角也尷尬的講不出話來。
00:15-00:16		女主角母親(低聲問)：(客)怎麼都不講話 男主角：(閩)你們怎麼了	女方母親忍不住低聲問，女主角擔心看著母親，男主角也趕緊問父母親狀況怎麼了。

00:16-00:20		男主角母親：這(客)麻糬……………怎麼這麼好吃啊	這時男方母親終於說話了，原來是因嘴裡的麻糬好吃到令人講不出話來。
00:20-00:26		(女方父母聽聞大笑)	女方父母聽到後，緊張的情緒也放鬆而大笑了起來，男女主角也安心的笑了出來。
00:27		全體：(客)最近好嗎	瞬間雙方父母拉近了距離，而男女主角也順利解決了這難關。

資料整理：研究者；資料來源：客委會

(2010-A-7-00:01~00:30)


另外，客委會 2012 年初推出的微電影「客家好愛你」更是喚起許多在外地工作的孩子，想念起在老家的親人，其中又以第八系列的「告。別」搭配 2010 年客家音樂 MV 創作大賽—髻髻花²⁰的歌曲，更是動人心弦。這種感覺就像客委會是影片中的傳統客家阿婆，而民眾是個性鮮明的孫子，客委會永遠愛著民眾，就像阿婆那麼愛孫子，相處後更是瞭解阿婆的好，即瞭解客委會的好。

廣告內容講說從國外回來過暑假的孫子要回美國了，交往的客家女友與原本

²⁰ 創作者為鄭朝方，他特別以小故事導聆，再加上新竹縣政府行政室副主任葉國居的新詩，最後再用客家歌詞唱出來。他說「髻髻」是台灣早期客家婦女一種普遍髮型，梳整方便，形狀就是把頭髮全部紮起來，將尾端的部分捲成圓球，最後用髮髻固定住。小時候總跟在阿婆的背後，每次看到她的髻髻，都覺得很好笑，看起來就像是一個人撐著一把小雨傘。隨著日子過去，年長後回家，經過月光下的菜看到菜園裡開了一朵白白雪亮的花，詫異納悶看著這朵花擺動枝葉，並緩緩轉身向他招手，原來，「那是一朵開在我阿婆頭上，白了髮的髻髻花」。鄭朝方心領神會，譜出髻髻花香就是阿婆的汗水香，越老越開花，花兒裡藏著親情，是真正代表台灣婦女的生命之花。參見網址：<http://www.youtube.com/watch?v=VsbQjzFDHOE>

和他相處不好的阿婆一起來送別，阿婆特地準備客家美食給孫子吃，並依依不捨目送孫子上飛機。在去登機的途中，孫子看著平板電腦，突然不知道看到了什麼東西而往回頭飛奔，這時的阿婆想著這陣子和孫子相處後，從陌生到熟悉到疼愛，畫面一一浮現在鏡頭裡：第一次見面的壞印象、吃飯挑食被阿婆追著打、初次學客家話、孫子教他使用 FB、一起幫狗兒洗澡、用客家歌來追女孩子…。想到最後，阿婆用孫子買給他的平板電腦與 FB 留言說：“我孫子讓我很有面子喔！”原來孫子就是看到這留言而奔跑回來。此時的他們很有默契的都看到了對方，阿婆還以為看到幻覺而摘下老花眼鏡，阿婆對著孫子揮揮手，孫子笑了並大聲喊著“謝謝，阿婆，謝謝”以表達這些日子的感恩，阿婆聽聞也感動不捨流下眼淚。以下為「客家好愛你」分鏡圖：

表六：《客家好愛你》八、告。別

時間	畫面	台詞	畫面說明
00:01-00:13		阿婆：(客) 好了好了	人聲吵雜的飛機場，孫子度過完暑假準備要回美國了，女友與阿婆都來幫他送機，看著阿婆為自己準備食物，孫子不捨地擁抱著阿婆。
00:13-00:16		歌曲：(客) 髻髻花	即便知道離下次見面不會很久，但是阿婆仍捨不得在觀望孫子離去的背影，直到消失在眼前。

00:16-00:25	 <p>從早晨工作到日頭落山</p>	歌曲：(客)是這樣勞勞碌碌，從早晨工作到日頭落山	孫子在去登機的途中，看著平板電腦，像似發現了什麼而往回奔跑。
00:25-00:32	 <p>你看那 阿婆越老越開花</p>	歌曲：(客)髻鬃花，你看那阿婆越老越開花	阿婆回想起這陣子與孫子相處的時光：有歡樂一起學唱客家歌、也有生氣拿著扇子追著孫子跑。
00:32-00:40	 <p>白雪雪 黑髮變白髮為了家</p>	歌曲：(客)白雪雪 黑髮變白髮為了家	雖然假藉唱客家歌來追女孩子，但是也有孫子可愛善良的一面。
00:40-00:42	 <p>我孫子讓我很很有面子喔</p>	阿婆：(客)我孫子讓我很很有面子喔	阿婆邊回憶邊在FB上面打上自己心裡的話，希望孫子能看得到。
00:42-00:52		歌曲：(客)日日年年開著啊	阿婆發現孫子怎又站在自己面前，以為是老花眼產生幻覺。後來發現是真的心肝寶貝孫子，感動的和孫子揮手打了招呼。

00:52- 00:58		孫子：謝 謝 阿婆 謝謝	孫子激動地說 著這些日子藏 在內心許久的 感謝。
00:58- 00:60		阿婆旁白 ：有空來 玩喔	阿婆看到孫子 跑了回來，又 聽到孫子對自 己說謝謝，也 感動到流下了 眼淚。

資料整理：研究者；資料來源：客委會

(2012-C-7-00:00~00:60)

貳、相關角色

在客委會官網新聞稿中，除了客家族群為劇情中主要的角色人物之外，亦有其他相關的角色人物，在文本中扮演關鍵的角色，可分為一般民眾、海外僑胞和學校師生。其特色分別為融入並參與客家文化活動、積極學習且認同客家文化、學術研究客家文化，並傳承下去。

一、一般民眾：融入並參與客家文化活動

在客委會官網新聞稿中，均有一般民眾的角色人物，他們在活動中亦扮演關鍵性的角色，其共同的特點為融入並參與客家文化活動。

客委會從年初到年底都有許多客家文化活動，參與的對象不乏很多不是客家子弟，通常參加一個活動不是有興趣就是認同其活動內容意義。現在很多父母會帶著小孩來共襄盛舉活動，可見已經慢慢地拋開過往的誤解來重新檢視客委會所

呈現的客家文化形象。

「好客連年 2008-2009 台灣客家博覽會」自去(97)年 12 月 27 日開展起，參觀人潮絡繹不絕，累積至今(4)日已超過 17 萬 5 千人次參觀。本次博覽會的特色之一是以煮主題式來包裝假日的活動，每逢例假日皆有各式主題日活動，供民眾一起參與，希望結合商品行銷、流行創意，並運用名人元素，增加民眾高度參與感及媒體的追逐焦點，帶動消費行為。

(2009-01-04)

由客家雜誌社主辦的「客家夏令營」堂堂邁入第 21 屆，營隊分為「親子營」及「文化營」，年年爆滿，吸引許多對客家文化有興趣的民眾參與。黃主委今(13)日在「客家夏令營」開營式上致詞時表示，看到小朋友用客語談天說笑，甚至在台上表演客語相聲，他感到非常開心，因為這代表著客語傳承有了希望！在場 135 位大小朋友裡，不乏參與多次、已對客家文化了解甚深的學員，更有多位客語薪傳師…。

(2010-17-02)

黃主委表示，今天看到很多人從台灣各地趕來參加忠義祠秋祭，感到非常感動；雖然自己不是六堆子弟，但和大家一樣有一顆熱忱的「六堆心」，希望明年能看到更多小朋友參與，從小就了解忠勇精神，認識客家之美…。

(2012-17-02)

雖然不能以參觀人數多寡來代表多少人認同客家文化，但至少不會再像從前一樣，在其他民族前面抬不了頭，現在終於可以坐挺腰桿子，大聲地對他人說「奶ㄟ哈嘎人」²¹。現在即便只是小小的夏令營活動也仍然報名人數爆滿，客委會不會以此滿足，依然會保持謙虛的心態在經營客家文化，並努力將其發揚光大，讓國人更喜愛客家文化及讓外國人更了解客家文化。以下為客委會為了「好客連年 2008-2009 台灣客家博覽會」而製作的宣傳影片，這個宣傳影片誠懇地邀請居住在臺灣，這個擁有豐富多元文化社會的各界朋友，透過日常生活，包括：食、衣、住、行、育、樂，各種層面來瞭解客家文化進一步喜歡客家而感受到客家的「好

²¹ (譯)我是客家人

客」精神。雖然沒有對話，但內容圍繞著「共享」與「共樂」的「好客精神」，讓民眾感受參與客家文化活動是處處充滿著笑容、驚奇與歡樂。

表七：「好客連年 2008-2009 台灣客家博覽會」

時間	畫面	台詞	畫面說明
00:00- 00:03			原本晴朗的天空，突然飄下著細雨，這時候的你，應該多帶一把傘，給沒帶傘需要的路人。
00:05- 00:11			即使知道要送禮的人數，但是多準備一個禮物說不定會有很好的事情發生哦!
00:11- 00:17			多一個杯子，讓喜歡喝茶的人與好茶葉能共同被分享。
00:17- 00:23			多準備一些菜，讓大家都攜家人或愛人一同吃得飽飽的。

00:23- 00:30		旁白：(客) 台灣客家博 覽會 12 月 27 日開始 好客年年	從小孩、大人 到年長者，都 懂得分享，讓 大家都能過 好年。
-----------------	---	--	--

資料整理：研究者；資料來源：客委會

(2008-D-1-00:00~00:30)

二、海外僑胞：積極學習並認同客家文化

客家族群不只在台灣，在亞洲、歐洲、美洲及大洋洲都擁有眾多海外客僑，客委會冀望能將客家文化推廣至海外，但是光語言這方面就很難克服，所以特別每年撥用些金費來辦理各項研習，希望透過最好的師資，帶給有志於傳承客家的海外鄉親一個幫助。

來研習的海外僑胞都是對客家文化有極大興趣與熱血，才會不辭辛苦、千里迢迢的來到台灣。客委會除了開有美食料理研習班外，還有客語教師研習營，皆為期十幾天，讓海外僑胞學習到烹飪與客語外，也要使他們更深耕更了解客家文化的價值觀與形象。傳統客家料理給人的印象就是鹹、油、香，但隨著健康和養身風氣的盛行，客家料理除了保留傳統特色外，還結合健康的食材，要讓海外僑胞嚐到美味、也食得健康，並且也學習客家料理。

客家美食與客家族群的文化密不可分，想要一手客家好菜，自然要從客家文化瞭解起，因此研習營除邀請多位大師級名廚指導，更安排精采的客庄參訪行程，讓學員深入體驗客家風情。他進一步指出，辦理研習營的目的，是希望透過各位種子學員，將台灣經典的客家美食帶回僑居地，推動客家美食走向國際，讓世界感受到台灣客家的無窮魅力。

(2011-12-02)

穿著白色廚師服，懷著興奮的心情，50 位來自海外各國的僑胞齊聚一

堂，準備參與為期 12 天的「海外客家美食料理研習班」。主辦單位客家委員會今(9)日特別在弘光科技大學舉行第一梯次始業式，主任委員黃玉振在致詞時表示，每一屆的「海外客家美食料理研習班」僑胞都熱情參與，不遠千里回來共襄盛舉。他期望學員們除了學得豐富的廚藝，並多利用參訪客庄的機會體驗客家風情，回僑居地發揚客家精神，讓客家種子遠播茁壯。

(2012-09-01)

在《英雄本色》樂聲襯底下，來自歐洲、美洲、亞洲及大洋洲的 55 位海外客僑齊聚一堂，放下慣用的各國語言，一同回歸音韻動人的母語，這是客家委員會舉辦的「101 年度海外客語教師研習—初階班」。客委會主委黃玉振表示，希望大家能將客語帶回僑居地，讓客家精神與文化在世界各地綿延不斷、生生不習。

(2012-16-01)

研習班除了美食料理外，也開授教授客家音韻、語法及俗諺，並融合教案設計與情境教學等課程，讓海外客僑能解除語言上的隔閡，達到更棒的學習環境，使客家文化與精神能被帶到世界各地傳承下去。

三、學校師生：學術研究客家文化，並傳承下去

「學校」是教育跟學習的地方，客家學院則是研究客家文化並加以保存下去的機構，其學術研究深入且艱深的客家文化，以至於客委會在學術研究比較偏向客家學院。近年對外也推動客語生活學校計劃，藉此讓其它對客家文化有興趣的學校師生更進一步認識客家文化。

現在不管是大人還是小孩子，對於客家文化的能見度是越來越高了，因為文化活動宣傳而帶動其他效益，包括語言流傳、文化孕育等，都在客委會長遠的計劃裡，黃玉振主委就曾說過：「沒有語言，就沒有文化；沒有文化，族群將走向滅絕。」(2012-13-3)，所以當然要好好保存並傳承下去。

行政院客委會推動客語生活學校計畫，促使客語從邊陲回歸主流地位，提升師生對客語之認同及使用客語之意願與能力。今年已邁向第 6 年，

自 92 年度的 63 所學校開始，至今(97)年度增加為 338 所國民中、小學及幼稚園參與，申請的校數呈現逐年成長的趨勢，顯示客委會在學校推廣使用客語的各項政策，獲得相當的成效。

(2008-16-02)

不只是客家學院致力於研究客家文化，從國小、幼稚園開始就有與客委會合作客語生活學校計劃，顯示客語已經慢慢深入到孩童的週遭，不在只專美於成年人了。

大學校園，也可以很客家!國立聯合大學首次推出的「客家週」，今(17)日在該校隆重登場，為期 11 天的活動包羅萬象，包含學術講座、研習體驗、文物特展及電影賞析等。行政院客委會主委黃玉振特別南下主持揭幕，並期勉年輕朋友，踴躍投身客家事務，傳承客家語言文化。

(2010-31-01)

民國 92 年，全球首創的客家學院在國立中央大學成立，卻遲遲沒有專屬空間；經過八年辛勤耕耘，在各界引頸企盼下，客家學院大樓今(21)日正式落成啟用，紅磚瓦外牆、深色斜瓦屋頂充分表現客家傳統意象，現場貴賓雲集，掌聲及歡呼聲此起彼落。行政院客家委員會主任委員黃玉振也親自到場表達支持，並期許中央大學客家學院成為全球客家學研究龍頭，扮演兼具台灣特色與全球視野的客家學術機構。

(2011-02-01)

客家學院多半是「先天不足」，一切從零開始，所以客家學院的成立與活動初探代表著從零到一，當然客委員對於其都有極大的期待。再者，全世界目前只有台灣研究客家文化不遺餘力且完整性極高，未來客委會將致力於培養高級客家理論與實務人才，發展客家研究重鎮。

最後，綜觀上述敘事中的角色人物，可以發現客委會在其官網上的文字與影像，已經漸漸懂得如何表達客家人那份熱情又堅忍內斂的情感，並試圖拉近與社會大眾的距離。從相關角色方面，也可發現客家文化的形象呈現是越來越受到社會大眾的關注與重視，甚至更進一步去參與其中，顯示民眾已經從被動轉變成

主動、從漠視的態度變成積極的參與，這也表示官委會這幾年主打的「好客」、
「好親近」的親民路線是奏效的

第二節 客委會官網文化形象的場景呈現

在客委會官網裡，與客家族群文化形象高度相關的場景，包括客家山海人文、客家學院與客家園區三項。而角色在這些場景中的對話或行動，透過研究者的分類，分別為「祈福與藝文」與「傳承與孕育」，如表三，以下將分別討論。

表八：客委會官網文化形象的敘事場景

	相關場景	情境特徵
場景	客家山海人文	祈福與藝文
	客家學院	傳承與孕育
	客家園區	融合與再現

資料來源：研究者整理

壹、客家山海人文：祈福與藝文

在敘事的場景中，「客家山海人文」代表著公開又熱鬧的文化宣傳、把文化跟宣傳活動結合在一起，使大眾不知不覺認識了客家文化並間接認同了客委會所舉辦的客家文化形象活動。

想要體驗最豐富、最有趣的年貨大街嗎？由行政院客家委員會 2008 客家年貨大街，將於 2 月 3 日(日)上午九點，於總統福前北側廣場舉辦，不僅有來自全國各地優質的客委會輔導廠商，現場展售最具客位的商品外；還有客家千元福袋、可愛磁鐵等各項好禮大放送；此外，現場也將提供三千份免費的客家美食讓民眾品嚐，以及客家美食教學 DIY、客家文化體驗等多樣化又精彩的內容。

(2008-01-01)

黃主委在致詞時表示，「東勢新丁粄節」是客庄 12 大節慶中最令人歡喜的慶典，更是客委會連續四年全力支持的大型活動。「2012 東勢新丁粄節」除了新丁粄製作比賽外，更擴大為踩街、丟炮城、求子、求文昌等新春祈福活動，形成東勢最富盛名的元宵習俗；黃主委也邀請民眾趁著難得的好天氣，暢遊東勢，認識客庄。

(2012-02-02)

過年期間家家戶戶都想到要去年貨大街買商品，客委會腦筋動得快，把全國各地客委會輔導廠商的客家相關商品置入於年貨大街上，並結合客家美食免費試吃、千元福袋等次要活動來滿足民眾，其主要目的還是為行銷自家客家商品。而「東勢新丁粄節」為「客庄十二大節慶」之一，配合元宵佳節增添喜氣，將象徵福氣的紅蛋一一分送給在場民眾，用祈福活動把主要事件包裝起來，更顯得有意義，再來，把活動舉辦的像似嘉年華，讓前來參加的民眾可以感受到客家人的熱情活力與親近溫馨。

說到客家文化活動，大家一定馬上想到「客家桐花祭」，每年四、五月台灣就會掀起一陣賞桐熱潮，朵朵學白潔淨的油桐花，為台灣綻開春天的浪漫。其實油桐花之所以是客家文化代表的一部分，主要跟當初客家族群遷徙到台灣的時間比較晚，當時平地已經由漢族人定居，而高山則是原住民居住，最後只能居住在平地跟深山之間的山丘地，從油桐樹的生長地理環境來看，油桐樹大多分布在北台灣的客家山林，剛好與客家人生活地理區相同。而當油桐花開時，也正是催促當地的居民必須上山耕作的特殊節氣，因此也代表的客家族群辛勤生活的本色。另外，油桐樹性喜生長在丘陵、山坡地及貧瘠的黃紅土，而且生長環境越差，花開的越漂亮，這項特性與客家人隨遇而安的精神相符。

根據遠見雜誌「建國百年」大調查，「客家桐花祭」榮登「最能代表臺灣精神和文化」第七名，更是新興節慶第一名。黃主委致詞時首先感謝馬總統連續三年親臨主持「客家桐花祭」開幕式，讓活動一年比一年盛大、熱鬧；更謝謝所有參與的民眾，讓客家越來越有活力。他說，「2012 客家桐花祭」聚集 13 縣市熱情響應，共舉辦 2,468 場賞花活動，是歷

年來規模最大的一次；現在起至五月上旬，是賞花的最佳時機，黃主委強調，民眾可利用閒暇時間前往欣賞春雪紛飛，感受客家文化、體驗客家魅力。

(2012-06-02)

以下為客委會為宣傳 2009 年桐花祭所拍攝的「桐花仔篇」，故事內容為一朵美而不艷的桐花緩緩落下，落在城市中的紅綠燈—小綠人身上，讓所有的小綠人桐花仔瞬間有了生命，全台的桐花仔都跑去參加桐花祭，有賞燈、唱歌、捏陶、結婚、美食等活動，桐花仔歡迎各位到客家庄鬥熱鬧。這裡面很特別的是結合了日常生活中的小綠人號誌，讓小綠人變成小桐花仔，跑步前去參加桐花祭。在這廣告裡多場鏡頭都飄下雪白的桐花，好唯美浪漫，看著廣告都會想要去看一眼，後頭則是充滿著熱鬧的氣氛，使人也想像小桐花仔一樣跑去參與一年一度的桐花祭。

表九：2009 桐花季「桐花仔篇」

時間	畫面	台詞	畫面說明
00:01			開在油桐花上的一朵桐花，忽然落了下來，飄啊飄落到了城市裡。
00:02-00:04			就那麼剛好飄進了小綠人的號誌燈裡，讓所有的小綠人桐花仔瞬間有了生命。
00:04-00:07			而所有桐花仔都跑去參加桐花季。

00:08-00:11			活動內容有賞燈活動，比客家美麗的燈籠高掛在上頭。
00:11-00:15			還有桐花祭歌唱活動，唱出客家風情。
00:15-00:17			以及享受在桐花下捏陶的活動。
00:17-00:21			甚至人生大事之一——結婚也可以在這取景。
00:21-00:23			最重要的是，客家美食這裡一定少不了。
00:23-00:30		女生： (客)歡迎來客家庄鬥鬧熱 旁白： (客)白雪紛飛桐鬧 客 2009 客家桐花祭	還再等什麼，現在就快來客家庄玩樂吧!

資料整理：研究者；資料來源：客委會

(2009-D-5-00:00~00:30)

貳、客家學院：傳承與孕育

在敘事的場景中，學校代表傳承，也是人才傳承文化的場景，當然在社會上也要有熱愛客家事務的人士來幫忙政府產業發展及文化復甦，無論是對於客家族群角色，或是其他相關角色，都需一同創造客家未來。首屆的全國客家會議聚集各領域客家菁英，對於客家未來的發展有好也有壞，好的方面為讓社會各領域發展更好、壞的原因則為這些人並不能代表整個客家族群，到時想必可能會有些利益考量在裡頭。

國際客家學研討會在於探討「客家學與客家發展」，由於有世界各地的學者針對相關議題進行研討，所以其內容涵蓋範圍相當廣泛，雖說用學術論文來探討整個客家發展是很吃重的，不過互相交流求進步是必經之路，也是需要更不厭其煩的繼續鑽研下去。

為落實馬總統競選時的客家政策，今(27)日併同辦理首屆全國客家會議，共分為語言保存、文化復甦、產業發展以及建立台灣為全球客家文化中心等四個主題，邀集近 400 位各領域客家菁英、產、官、學界代表與熱愛客家事務的人士參與，會場討論熱烈。馬總統特別指示，所有意見彙整後，必須落實追蹤及列管，限時執行，才能讓客家的未來更圓滿、更豐富。

(2009-16-06)

行政院客委會主委黃玉振致詞時表示，哈客網路學院吸引許多「好客一族」，至今已有來自 80 個國家、630 座城市的朋友共襄盛舉，他特別感謝中央大學客家學院院長江明修以及來自多所大專院校師生的協助，讓這次學術研討會能辦的有聲有色。黃主委強調，很高興看到許多年輕學子加入，讓客家能代代傳承下去…。

(2009-19-02)

由臺灣大學客家研究中心主辦的「2010 國際客家學研討會」今日在台

大社會科學院綜合大樓國際會議廳舉行，這項為期一天的研討會主題為「客家學 與客家發展」，有包括國內各大學客家學院及研究中心及德國、法國、日本等學者針對相關議題提出論文進行研討…。

(2010-31-02)

參、客家園區：融合與再現

台灣客家園區近幾年陸續建工完成並開園，有別於其他宣傳活動，客家園區成立的責任攸大，未來不只是成為研究客家文化的博物館，更是推動台灣客家文化的推手，說是文化場所也不為過。

苗栗客家文化園區就是以『全球客家文明研究中心』為營運目標，一方面藉著收集散落於全球各地的客家文物與文獻，並且紀錄早期客家移民海外當地的故事；另一方面同步建置完備的客家圖書資訊中心，以及與國內外研究機構的交流合作，來豐富並深化『客家學』的論述與知識，北部客家園區將來也會是一處開放型的博物館，提供國人及海外學人探討台灣與全球客家文明的文化場所。

(2008-04-06)

歷經 15 年，擁有融合傳統與現代、經典與時尚，依照環保概念打造的特色建築，以及 30 公頃廣闊腹地的六堆客家文化園區在 22 日正式開園。首日入園人數近七萬人，參觀鄉親或坐或臥、或談天或嬉鬧，共同體驗豐富客家…。

(2011-22-02)

苗栗客家文化園區位於銅鑼鄉九華山旁的丘陵地，為展現客家人敬天惜地的精神，建築設計特別依地勢規劃，完全融入自然地景，黃主委表示，這項概念展現了愛護自然的客家本色，更充分顯漏客家精神與客家元素；園區建築融合傳統與現代、科技與文化，呈現客家多樣魅力風貌。他強調，未來苗栗客家文化園區不僅將朝全球客家文化產業交流發展中心前進，更將做為推動台灣客家文化的火車頭；園區不但是苗栗地標，更要做為客家文化精神地標。

(2012-07-04)

針對苗栗客家文化園區的廣告拍攝，客委會找了行腳類節目主持人 Janet 來

當一日遊客，其給予人活潑清新的路線完全符合新開幕的文化園區，並也以其知名度來吸引民眾的注意力。內容一開始 Janet 便用他多年旅遊的經驗來到苗栗客家文化園區，代表這地方值得他到來，中間他與小朋友玩得不亦樂乎，又是聽音樂又是看書刊，最後還和民眾一起跳客家紙傘舞做結尾，以下為分鏡圖。

表十：苗栗客家文化園區廣告

時間	畫面	台詞	畫面說明
00:00- 00:08		Janet：我曾經走遍 40 多個國家，卻在這裡看見不一樣的世界。	知名旅遊外景主持人 Janet 走遍很多國家，卻在這裡看見不同的感受。
00:08- 00:15		兒童：(客) 你好嗎? Janet：(客) 大家好	Janet 跟小朋友們玩得不亦樂乎。
00:15- 00:22			充滿客家味的建築，裡頭有很多客家讀物及音樂。
00:22- 00:25		眾聲：(客) 小姐好漂亮 Janet：(客) 謝謝	民眾看到知名美麗的 Janet，便用客家話來讚美她。

00:25- 00:30		Janet：苗栗客家文化園區，開園了(客)和我一起來玩	最後，民眾和 Janet 一起為苗栗客家文化園區跳舞作結尾。
-----------------	---	-----------------------------	--------------------------------

資料整理：研究者；資料來源：客委會

(2011-D-8-00:00~00:30)

最後，綜觀上述對敘事場景的分析，可大致歸納出兩個研究發現，首先是在客家山海人文的場景中，有寫生活動的靜態也有藝文表演的動態，而動態活動在比例上居多；其次，客家園區的場景中，也是有靜有動，按照客委會新聞稿描述，則是靜態的甚過於動態；最後，客家學院的場景中，幾乎都是在學校舉辦學術研討會，動態表演是少之又少。另個發現是，三個場景的相同點就是都在各地客家庄舉辦，例如客家山海人文中的台中東勢新丁板節、客家園區的高屏六堆客家文化園區、客家學院的苗栗地區聯合大學。

第三節 客委會官網的事件呈現

在敘事中，客委會對於客家文化形象的活動事件是如何被呈現？另外，次要事件是如何加強主要事件，且如何影響其事件？在客委會官網中，主要呈現的事件，包括「客庄十二大節慶²²」、「學術文化交流」和「品牌建立」，次要事情則分別為「熙來攘往的嘉年華」、「獎學金成立」、「海外交流」、「商品展售」及「設計比賽」。

表十一：客委會官網文化形象的敘事事件

	主要事件	次要事件
事件	客庄十二大節慶	熙來攘往的嘉年華
	學術文化交流	獎學金成立 海內外交流
	品牌建立	商品展售 設計比賽

資料來源：研究者整理

壹、客庄十二大節慶：熙來攘往的嘉年華

客委會為持續推廣及發展客家大行文化節慶活動，藉以文化地景、戲劇音樂、歲時節慶，及周邊景點等多元主題或有創意及具獨特議題性之在地生活文化與社會互動內涵，打造創意客庄經濟效應。經過票選後，拍案決定了「客庄十二大節慶」活動，並從 2010 開始於各地舉辦活動。

²²「客庄十二大節慶」為全年十二個月舉辦十六項主題活動，一月為美濃「迎聖蹟·字紙祭」、二月為苗栗「火旁」龍、東勢新丁粄節、六堆祈福攻城炮城文化祭、新竹「天穿日」台灣客家山歌比賽、三月為南投國姓「搶成功-鹿神祭」、四月為客家桐花祭、五月為苗栗頭份 4 月 8 客家文化節、苗栗三義雲火龍節、六月為桃園「桐舟共渡 歸鄉文化祭」、七月為花蓮「歡喜鑼鼓滿客情 股王爭霸戰」、八月為新竹義民文化祭、九月為桃園平鎮客家踩街嘉年華會、十月為六堆嘉年華、十一月為新竹國際花鼓藝術節、十二月為客家傳統戲曲收冬戲」等。

2010 客庄十二大節慶熱鬧起跑!今(23)日在高雄縣美濃鎮舉辦的「迎聖蹟 字紙祭」,為一連串的客庄慶典揭開序幕,行政院客委會主委黃玉振致詞時表示,美濃鎮敬字習紙的習俗富含客家精神與意涵…。

(2010-01-01)

近年來,每到元宵時節,苗栗「火旁龍」不但吸引外地觀光群眾進入苗栗參與火旁龍踩街等各項活動,更促使「火旁龍」活動成為「南蜂炮、北天燈、中火旁龍、東邯鄲」的臺灣四大元宵慶典之一。火旁龍為客家發音,也就是炸龍的意思,不僅有迎春納福的意涵,更保有傳統習俗及文化傳承的深遠意義。

(2010-05-04)

客家桐花祭「未來明信片」活動自去(99)年起於行政院客委會主場活動辦理,迴響熱烈,許多親子、情侶及好友紛紛藉此機會展現對彼此的祝福,也為參與一年一度花之盛典留下精彩紀錄。今(100)年行政院客委會特別設計五款不同主題明信片,共限量 5,000 張,以趣味 slogan 及繽紛色彩吸引大家的目光,包括「友誼版」、「親子版」、「愛戀版」、「賞桐版」及「KUSO 版」可供挑選,就是希望讓每個人在收到明信片時,都能會心一笑。

(2011-12-03)

同為「客庄十二大節慶」的「客家桐花祭」,這次有別以往的攝影比賽,選擇用「未來明信片」的次要事件來吸引民眾,並加強明年再度前來找明信片的意願,五種不同的樣式更是幫桐花祭增添些趣味和目光。「客庄十二大節慶」更是客委會近年來主打的客家文化形象活動,廣告巧妙的和愛麗絲夢遊仙境類似概念,以一隻小白兔來牽動整個故事性、及一本書來介紹各大節慶。

一開始男主角在拍照風景,突然一隻小白兔跑了過去,好奇之心跟著小白兔走,就這樣走進到上面寫有「2011 客庄十二大節慶」的建築物裡,而這建築物外面居然是一本書,只見這一本書闔上後又翻開,首先出現的是春節美濃「迎聖蹟·字紙祭」,其祭典是全台唯一,主要為祈求農作物豐作,為學童開啓智慧。突然一陣風便成了另個慶典—苗栗火旁龍,【火旁龍】為客語發音,也就是【炸龍】的意思,其為台灣客家族群每年於元宵節中重要的民俗活動,更保有傳統習俗及文化

傳承的意涵。正當全庄熱鬧的放鞭炮慶祭典，嚇跑了男主角和小白兔並往旁邊跑；這時候跑進去到每年舉辦六堆熱鬧的嘉年華運動會的現場，遇到比賽選手正在跑接力賽，小白兔跟男主角也一起跟著往前跑，突然一個洞他們都跌了下去。

從洞往下掉的他們這時候居然是在划龍舟，原來這是「桐舟共渡，歸鄉文化祭」活動，其為桃園縣特殊的陂塘地理景觀聞名各地，龍潭客家人常在龍潭大池舉辦龍舟賽，並結合神農祭、水神祭等傳統節慶，成為地方上的一大盛事。以及「歡喜鑼鼓滿客情，鼓王爭霸戰」，這活動是透過鼓王爭霸戰，喚起後山居民對鑼鼓喧天的記憶，並搭配社區靚染工坊所推動的客家靚染技藝，重拾客家歲月風華；划著划著居然又划到街上，男主角被換上紅蘿蔔衣裝跟著「平鎮客家踩街嘉年華會」一同參與創意踩街活動，其聯合各大寺廟又請出主祀神明參與遶境，堪稱全台僅有，為全台 319 鄉鎮首創，裡頭各社區民間團體以車隊遊街及團體步行方式踩街，參與隊伍均以客家文化為主的表演設計，令現場民眾為之瘋狂，也引起熱烈迴響。

緊接著，男主角跟小白兔一起比賽爬梯子，原來這次場景被換到「國姓搶成功-鹿神祭」活動，搶成功競賽之優勝者，代表搶得國姓爺的保佑，因此「搶成功」系列活動因而成為國姓鄉年度最具意義、文化特色的活動；最後由男主角先爬到平台上贏得勝利，台上也出現戲班，男主角也被換上戲服，跟著隨後跟上的小白兔演戲，原來這是客家傳統戲曲—收冬戲，這活動具備酬神、還願、祈福的功用，也是客家族群凝聚與自我認同的活動，人們也展現村庄活躍的生命力，是透過「傳統戲曲」與「廟會」活動所形塑之文化創意產業，作為傳統與現代對話的窗口，再造客家戲曲文化風華。以下為分鏡圖：

表十二：「客庄十二大節慶」廣告

時間	畫面	台詞	畫面說明
00:01- 00:05			<p>男主角攝影時，突然一隻小白兔跑了過去，好奇心驅使下也追到上頭寫有「2011 客庄十二大節慶」的建築物裡，只見建築物被一本書給吞噬。</p>
00:05- 00:07	 <p>【春】愛書字紙祭</p>		<p>首先，男主角跟小白兔出現的是春節美濃「迎聖蹟・字紙祭」，只見居民很熱鬧的舉辦，突然一陣風吹起，畫面變了。</p>
00:07- 00:10			<p>出現的是苗栗的火旁龍，全庄熱鬧的放鞭炮慶祭典，男主角邊蓋著耳朵邊和小白兔一起往旁邊跑。</p>
00:10- 00:13	 <p>【春】六堆玩競賽</p>		<p>這時候跑進去正在舉辦六堆運動會的現場，男主角跟小白兔因為氣氛關係也跟著一起往前跑，跑到一半突然一個洞，他們都跌了下去。</p>

00:14- 00:18	 <p>【夏】桐舟共渡，鼓王爭霸</p>	<p>從洞往下掉的他們這時候居然跑到龍舟上面，莫名其妙也跟著划與奪標，而這是「桐舟共渡，歸鄉文化祭」活動以及「歡喜鑼鼓滿客情，鼓王爭霸戰」。</p>
00:18- 00:21	 <p>【秋】踩街嘉年華</p>	<p>划著划著居然划到街上，男主角也被換上紅蘿蔔衣裝跟著「平鎮客家踩街嘉年華會」一同參與創意踩街活動。</p>
00:21- 00:23	 <p>【秋】國姓搶成功</p>	<p>男主角後來跟小白兔一起比賽爬梯子，這次場景被換到「國姓搶成功-鹿神祭」活動。</p>
00:23- 00:30	 <p>【冬】看戲慶豐收</p>	<p>最後由男主角搶先爬到頂點，台上也出現戲班，男主角被換上戲服，跟著隨後跟上的小白兔演戲，原來這是客家傳統戲曲一收冬戲。</p>

資料整理：研究者；資料來源：客委會

(2011-D-4-00:00~00:30)

貳、學術文化交流：獎學金成立、海內外交流

台灣對於客家文化研究很精專，即便如此，仍然需要透過海內外研討交流進而增長知識並修改缺失。另外，很多機構都有設立獎學金給符合條件且學業很好的學生，當然，設立獎學金是為客研所學生實質的獎勵，金額雖然不高，但也是給學生一種肯定並會帶動其學以致用，發揮客研所的堅強實力、深植客家研究並帶動客家學術，讓「客家學」能充滿朝氣、蓬勃發展。

經過不斷的遷徙，客家人的足跡遍布全球，在世界各領域大有所成；為聽取海外客家的聲音，行政院客委會今(7)日首次舉辦「2010 海外客家社團負責人諮詢會議」，邀請來自 22 國、140 餘位客家領袖與會，針對推動客家事務分享心得、交換意見。行政院客委會主委黃玉振在會中指出，建立全球客家連接、傳承發揚客家精神是客委會首要推動工作。

(2010-27-01)

「我們會和客家學院站在一起！」客委會主委黃玉振今(16)日在首次舉辦的「客家研究所學生獎學金頒獎茶會」上，向獲獎學生及觀禮師長肯定保證。為厚植客家學術、建立客家知識體系，客委會今(101)年首次針對各大學院客家研究所成績優異學生頒發獎學金，計 17 位學生獲得這項殊榮。

(2012-08-01)

參、品牌建立：商品展售、設計比賽

爲了有更好的商品設計出爐，客委會時常舉辦設計比賽—以不失傳統又結合新潮流做爲前提。而品牌的建立就是透過客委會與民間團體，朝傳承深化、專業化、品質化等多元特色發展，以達到客家品牌文化扎根，並行銷在地文化創意產業特色，而帶動客庄觀光之目的。

行政院客家委員會近年來致力於客家服飾的推廣與創新成果卓著。97 年持續推動「客家創意服飾開發暨行銷推廣」專案，經過一年的籌畫與

開發，將於南北兩地各辦理一場精彩的動、靜態成果發表會…本次動態秀邀請到 8 位時裝師和 15 家地方服飾業者，藉由客家傳統元素的轉化，搭配極具時尚潮流的設計，共同展出 145 套客家創意服飾，屆時將可窺見各領域服裝設計工作者如何緬懷傳統客家文化，展現不同以往的巧思構想。

(2008-12-01)

「好客連年—2008-09 臺灣客家博覽會」今(4)日下午舉辦「時尚客家決戰舞台」，融入客家文化元素與創意設計概念，創造屬於客家風情的新時尚!行政院客家委員會主委黃玉振親自蒞臨現場，鼓勵所有參賽者，並邀請現場民眾共同體驗客家服飾新意象。

(2009-01-01)

一般人對於客家傳統服飾印象多半為花布或者是藍衫，所以客委會近年舉辦的時尚服飾多是要融合各種客家元素及創意，設計出精緻且凸顯客家特色，為客家注入新活力，讓民眾了解客家服飾奇美之處，藉設計比賽也順勢建立「Hakka Taiwan」品牌忠誠度。

傳統客家醬菜搖身一變成為台灣精品!在行政院客委會大力推動下，客家特色商品紛紛改頭換面，不但品質好，賣相更優。有鑑於此，客委會特別舉辦 4 場「2010 都會區客家特色商品展售會」，要讓民眾在都是裡也能體驗濃濃客家風情，首場開幕式今(16)日在桃園新光三越百貨大有店熱鬧登場，吸引大批民眾前來體驗客家、品嚐客家。


(2010-13-01)

茲為確保標章之專用性，排除他人盜用及避免消費者混淆，維護業者及消費者權益，於 101 年 6 月 1 日完成「Hakka TAIWAN」及「客家美食 HAKKA FOOD」商標註冊登記，以廣泛運用於商品包裝、通路識別及餐飲等相關服務，秉持一貫的好客心、好客情推薦最優質的產品給好客人，打造客家產業領導品牌，建立客家優質形象，創造客家特色產業新紀元。


(2012-18-02)

客家客色商品逐漸走向精品化，不但包裝精美、品質更是優良。傳統客家醬菜特別在百貨公司展售，讓都市裡的消費大眾也能深刻感受時尚客家所蘊含的純樸風味，有別於設計比賽，商品展售搭配品牌是兼具傳承與創新，展現獨特魅力，

讓民眾能以實際行動支持客家商品。而為了確保優質的客家商品，客委會除了在 2008 年設計「Hakka TAIWAN」²³標章作為優質客家特色商品辨識商標，為的是讓消費者能安心選購客家相關產品，相隔兩年(2010)也完成「客家美食 HAKKA FOOD」²⁴圖文設計，作為客家餐廳與美食的品牌標章，希望透過品牌行銷策略，提升客家美食形象，並推廣客家美食文化。下則廣告是 2012 年底，客委會為品牌做的形象廣告，其給予的感覺是很自然、放鬆的氛圍。內容首先是盤著頭髮的女子利用清澈潔淨的水來調染布的顏色，而清澈的水沒有被布染成其他顏色，可見材質是掛保證的，女子隨後到廚房去手工做客家美食、一材一食都是原汁原味、且是傳承上一代的手藝與堅持上一代的理念。女子不管在煮食與作衣服都面帶著微笑，抱著愉悅的心情製作出的產品，也會賦予其正面的能量，而衣服材質從顏色、剪裁到設計都透露出客家人的堅持，當然對於美食也是如此，每一刀工、每一環節都很計較，因為要給客人尊客為上的感覺。最後，在服飾上面繡上客家商品商標和美食商品的商標都代表著客委會對民眾的保證。以下為表十二「Hakka TAIWAN HAKKA FOOD」廣告分鏡圖。

²³  「Hakka TAIWAN」為客家委員會依法註冊之商標，以客家藍衫傳達客家質樸、重感情的特色，作為購買優質客家特色商品及通路之識別，期建立客家產業品牌形象。「藍衫」代表客家傳承的生活美學，外型以簡潔、現代的線條來表現，傳達客家文化精品店時尚、流行及重情感的特色，粉紅色代表祝福滿滿幸運滿滿，藍色象徵客家精神勤儉質樸。

參見客委會官網：<http://www.hakka.gov.tw/content.asp?cultem=128047&mp=2013>

²⁴  「客家美食 HAKKA FOOD」為客家委員會依法註冊之商標，以客家擂茶動態意象，傳達客家待客的好客心，作為選擇優質客家餐飲及美食之識別，以形塑客家餐飲新印象。「擂茶」是客家人招待客人的茶點，富含客家人克勤克儉的精神與生活的智慧，外型以簡單俐落的圓弧表達擂茶的動態意象，一抹微笑代表客家人好客的歡愉，傳達出客家人待客的好客心。藍色沿用客家藍衫，粉紅色以臺灣紅代表客家美食豐富多元。

參見客委會官網：<http://www.hakka.gov.tw/content.asp?cultem=128047&mp=2013>

表十二：「Hakka TAIWAN HAKKA FOOD」廣告

時間	畫面	台詞	畫面說明
00:00-00:05			一開始拍攝清澈的水，感官上會對這商品有信心，接著看到是人工生產，就標榜著「純手工」，出入於客家傳統的廚房，會讓人想像到煮出來的東西才是道地客家菜。
00:08-00:11			傳承上一代的手藝、堅持上一代的理念。
00:11-00:15			抱著愉快的心情製作商品，也會賦予商品正面的能量，每塊布上的碎花都是堅持純手工打造。
00:15-00:21			每個食材都是新鮮的，堅持使用客家食材，配上創意料理創作，吃出美味與健康。

00:21-00:25			有客家人的勤儉質樸，也有時尚品味設計感。
00:25-00:27			繡上客家商品商標，代表經過層層把關才能認證，為的是讓消費者可安心購買與使用。
00:27-00:30		旁白：一切為客	會這個費工夫準備與製作，就是因為——一切為客)

資料整理：研究者；資料來源：客委會
(2012-D-1-00:00~00:30)

最後，綜觀上述客委會官網對客家族群的敘事事件，可以發現其中欲傳遞的價值觀或信念，主要包括不同主要事件所產生的次要事件會有所不同，但是客委會對於客家文化的形象呈現在新聞稿與媒體廣告上都很一致。

第五章 結論與建議

在本章節中，首先將針對第四章中的角色、場景與事件等三項敘事要素的分析結果，討論客委會官網所呈現的客家文化形象為何？其次，回答本研究第二個研究問題，客委會官網所呈現之客家文化形象之敘事評估，包含敘事可能性與敘事忠實性。最後，將於本章第二節提出研究的限制以及建議。

第一節 結論

壹、客委會官網的文化形象塑造

客委會從隱藏不具存在感的藏鏡人，轉變成走向幕前、走進人群，立志要將客家文化發揚到國際的夢想家，懷抱著理想、歷經多年的努力，大多數的民眾對於「客家族群」所賦予的形象也由負面晉升到正面。本研究依據第四章中角色、場景與事件等三項敘事要素的分析結果，探討客委會在官網呈現何種客家文化形象來說服民眾，將於下述分別討論。

一、敘事角色

客委會官網所呈現出來的客家文化形象早期多以「節儉持家」、「純樸勤勞、堅忍刻苦」、「擁有保家愛國的精神」來表示客家族群是吃苦耐勞的類型且過著群居生活來守護家鄉；隨著時代轉變、交通便利，致使分散於各地的族群生活型態融合了起來，為了迎合社會大眾，客委會將其特質換成了「好客、好親近、好愛你的親民形象」，為的是讓民眾會有想要親近客家族群的想法，及打破過往認為客家族群自負不與人來往的觀念。另外，配合現在社會風氣，把客家文化中的節儉當成是「節能減碳」的一種，久而久之，人們會把客家人節儉和節能減碳愛地球換成等號。說穿了，客委會就是運用文字與影像來打破刻板印象，加以重新詮釋

客家文化形象，所以使得現在很多社會大眾已經沒了種族歧視的厭惡與仇恨，取而代之的是，願意放下身段來參與客家活動、投入客家事務及探討客家學術研究以更加瞭解客家文化與發展。

二、敘事場景

在客委會的場景中，全台各地都分布著客家據點，包括動態的藝文表演、比賽活動與靜態的祈福儀式、攝影寫生比賽等。客家山海人文是社會大眾最愛去的場景：全家大小和情人於美麗的桐花下共許未來、和朋友一同觀賞與參與活動表演、為家人和身邊愛你的人祈福求平安、將客家人文風情紀錄於彩色繽紛的畫筆下與生動活潑的鏡頭下。

客家學院由於是培育客家人才和學術研究之處，多半是探討客家文化與海內外學術交流、發表，是繼承了傳承客家文化與孕育下一代的重大責任，令人欣慰的是，這地方不在只專美於客家人，越來越多其他族群加入並熱衷其文化；最後，近年來陸續完工的客家園區，建築設計是保留傳統及融合現代風、是再現傳承與時尚的客家文化指標地，它將連繫整合全台客家文化，並且與國際間客家文化產生共鳴，也是全球第一設立的國際客家文化交流中心。

三、敘事事件

客委會多以舉辦各式各樣的活動來宣傳客家文化形象，不僅月月有，更在台灣北、中、南、東各處遍地開花，讓台灣熱鬧客家一整年。就敘事事件方面，包括了「客庄 12 大節慶」、「學術文化交流」和「品牌建立」，對外舉辦眾多形象活動、熙來攘往的嘉年華；對內也提昇自家客研院的客家文化素質與釋放許多吸引人的條件來招募人才，另外，積極自創客家文化形象的品牌—客家產業「Hakka Taiwan」和客家美食「Hakka Food」，結合在地、養生、環保與減碳理念，普及客家美食及推廣客家文化，並帶動相關客家產業的發展，以得民眾「買的放心用的

安心」的態度。近幾年，客委會包辦食、衣、行，只差住沒達成，由此可知，客委會對文化形象已從多方面著手，不在單單只有一個目標了。

貳、客委會官網所呈現之客家文化形象之敘事評估

本研究接下來將針對客委會官網進行敘事評估，藉以了解客委會敘事合理性與說服力，以及與現今閱聽眾認知之契合程度。本研究將依據 Fisher(1987)所提出的兩項評估的判準，包括敘事可能性與敘事忠實性，來檢驗敘事內容是否具有敘事理性，依循兩項判準來評估客委會官網所呈現的客家文化形象的說服面向為何？

一、敘事可能性

Fisher 提出的敘事可能性是藉由敘事內容的形式進行評估，其關注的面向主要在於敘事內容本身是否具完整性與一致性而不矛盾。Fisher 建議評估敘事可能性的判準可從敘事內容中的辯論結構、敘事題材以及角色邏輯這三方面進行判斷。本研究依據 Fisher 建議的準則對於客委會官網所呈現的客家文化形象進行評估，探討敘事內容在形式上是否具有完整性與一致性，而使客家文化形象能被民眾所接受。結果發現，客委會官網呈現出客家人「很親近」、「很好客」的形象，擺脫過往客家人來往只侷限於客家庄，同樣把其他族群都當成一家親來對待，使人因為親近客家而認識客家，最後喜歡上客家。

客委會因為是屬於官方政府，其官網所發佈的新聞稿其實就是公關稿，所以不管是對內對外消息皆一致，以達到說服大眾的效果；在廣告上呈現的方式也相同是拉近客家族群與其他族群的距離，早期的廣告方式多半只有把活動資訊打進去、喊喊口號卻沒有打動人心，直到馬政府執政時，操作方式為「生活化」與添加「趣味性」來吸引並貼近大眾，這二年更是大打「溫馨」、「創意」又結合趨勢：2011 年《客家好愛你》就使用了平板電腦跟 Facebook 臉書打卡來製造最後感動

的橋段、2012「客家飯筍比賽」則是利用了現代人都當「低頭族」使用智慧型手機來巧妙安排片段，使人看了會心一笑，輕鬆的拍攝方式也容易使大眾收到這項比賽訊息。所以不管是新聞稿還是形象廣告裡的形象呈現都符合客委會的期待，兩者皆試圖說服大眾接受客家文化的形象呈現，因此在敘事結構上亦呈現出一致性與合理性。

二、敘事忠實性

敘事忠實性主要是指敘事故事的内容與閱聽人日常生活中的經驗或是價值觀、信念其符合程度，以及是否違背人們認知的常理。因此敘事忠誠性並非評估故事的真偽，而是關注於敘事内容所傳遞的信念或價值觀，是否與現代社會中普遍民眾所認同的社會文化相符合，而對於閱聽人具有說服力。因此本研究接下來將針對客委會，評估其客家文化形象與傳達的價值觀之忠實性，以瞭解敘事内容中蘊含的意義與現今閱聽眾認知之契合程度。

本研究根據第四章角色要素的分析結果發現，其特質是「重視家族觀念、保家愛國、順應時勢演變」、「敬天惜地、節能減碳、物盡其用的節儉精神」、「純樸勤勞、堅忍刻苦」與「好客、好親近的親民形象」，研究者身為客家人，對這四點是覺得要看年齡與環境來定論，就自己而言，也只會同意兩點，「純樸勤勞、堅忍刻苦」這點就要見仁見智了，畢竟出了社會就會為了保護自己而不在那麼純樸，人權主義的抬頭讓人們也不再那麼堅忍刻苦；另外，「敬天惜地、節能減碳、物盡其用的節儉精神」對七年級來說勉強還能接受，但是八年級生對於商品的淘汰率高到很離譜，更別說是食物，去吃到飽餐廳點一堆卻不吃完。不過就老一輩而說，四點全部都符合，甚至還做到過了頭，令晚輩看不下去。所以客委會所呈現的客家文化形象，算是與一般社會大眾對於客家族群的形象有相符與不相符之處。

(一)客委會官網形象與政府的期待

在分析上因為是使用客委會官網的內容，所以多半偏向正面形象呈現，前面第一章有稍微提到政府在政策上仍有種種問題與缺陷。在此，以第三章介紹客委會背景中的內容，說明到其以「牽成客家、繁榮客庄」為目標，以「榮耀客家、藏富客庄」為願景，並藉由八大要項為振興客家文化，接下來就要來討論客委會官網呈現的客家文化形象是否有符合以上。

針對八大要項來討論，首先為「推動客家語言復甦、建理客家語無障礙環境」，裡頭說了八大重點工作來說明客委會希望從家庭到社會的帶動能加速客語復甦，設立的獎學金制度，雖然有助於鼓勵社會大眾踴躍報告客語認證考試，但是這張認證在社會上並沒有像英文檢定那樣受到國內外企業的信賴，也沒有像電腦認證那樣有實用性。再加上，客語學習教材很難統一，客委會雖然積極編寫教材，可是客語目前總共分為四縣、海陸，大埔、豐順、饒平、紹安、永定等七個腔調，又以前兩個腔調為多數客家人的母語，所以要達到客語無障礙環境，光是在客庄裡就很難實踐了，而客委會在呈現上也較偏頗大多數客家人，與政府期待上有所出入，只能說政府在此政策上設想的太美好，卻沒想到實際情況。

再者，「推廣客家文藝創新發展、呈現客庄傳統節慶之美」是以客庄地區具有特色的民俗慶典來發揚客家文化，這一點作為在社會上是有目共睹。根據客委會主委黃玉振表示，今年(101)度「客家桐花季」所帶來的 600 萬人潮，以及 200 多億經濟產值的觀光效應估計，明(102)年推測可為客庄地區帶來超過千萬的人潮、創造 300 億以上的經濟產值，以及增加在地就業機會，絕對會讓客家鄉親們超級有感。²⁵這份聲明與政策相符，只是客委會在廣告裡呈現出來的客家文化像似將客家節慶淪為單純的嘉年華，這就違背維繫傳承客家文化的本意，所以在廣告創意與傳統文化上必須要做些取捨與衡量。

²⁵ 參見客委會網址 <http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=128870&ctNode=2162&mp=2013>

至於「建構客家知識體系平台、推動「客庄文化資源普查計畫」」上，客委會近年藉由獎助相關研究與博碩士論文，來擴展客家文化研究，設置許多學術平台提供給社會大眾使用與觀看，與政策上的建立台灣成爲全球客家學術研究中心的理念不謀而合，可惜客家文化的歷史悠久並不能全部記載，很多文化不是已成爲過往，就是耆老已成爲故人，委任調查員也只能記錄現在，拼湊過去。另外「制定《客家基本法》、召開「全國客家會議」匯聚共識」爲政府爲求更加發展與改善客家文化，每年都會舉辦一次與各地首長共同商討客家事務，但其實也只是關起門來自己人討論，完全沒有採取一般民衆的意見，是場不公開透明的會議。而客委會官網上也只有發佈新聞稿，沒將開會內容放在網路上讓社會大眾共同討論與觀賞，「共識」倆字現在看來，是在諷刺官員們腦袋裝的都一樣。

在「保存客庄聚落空間、建置南北客家文化園區」方面，政府建置南北客家文化園區，是爲營造客家文化環境及提供社會大眾接觸客家文化機會，但是目前較多工作機會是在苗栗園區與屏東六堆園區，而當地年輕人多往市區去發展。如果沒有優勢條件吸引他們，恐怕只有促進客庄經濟發展，卻沒有留住客家人才。我也深怕如果政府行銷策略失敗，將使美輪美奐的客家文化園區因爲觀光人潮減少導致關館，變成了「蚊子館」。在官網上，客委會多半是呈現出「放假時，大家有個地方可以去了」，沒將背後真正的文化涵義與客庄在地問題表露出來，就像走馬看花一樣，看過就忘了，沒深刻記在心裡。

另外「加強傳播媒體的載具功能、維護發聲權、行銷新客家」這要項，自從 2003 年客家電視台成立以後，正式擁有了傳播媒體這管道，政策內容敘述過去幾年在傳播這塊的績效，也許是收視率跟票房的關係，客委會沒多報導有關客語史詩電影「一八九五」和客家偶像劇「美樂！加油」，反而多半是呈現客家電視台節目部分與培育客家傳播人才的活動。畢竟傳播需要的是時效性與利用知名度打響，今日如果是像國片「海角七號」或者是民視偶像劇「痞子英雄」

那樣有名，客委會必定會在首頁某處保留空間及大肆歡慶。關於「輔導客家產業創新升級、落實藏富客庄願景」這點，客委會終於在 101 年底商標註冊成功，以品牌加強客家商品優質的說服力，及建立社會大眾的品牌忠誠度，呈現出來的成果比政策上的還要精緻完美，其建構文化認同的效果與是否有成功打造出馬英九總統所說的「客家新都」，就要等後續發展了。

最後，「推動海內外合作交流、建設台灣成爲全球客家文化交流中心」這方面，客委會從 2010 年開始，才陸陸續續推動海內外合作交流，呈現上的評價都是正面，但其實研習營才短短幾天，要完全認識客家文化是難上加難，更別說要海外華僑回去宣傳客家文化，難免會有玩票性質，就跟去國外大學交流一樣，說是有興趣要學習語言跟認識其它文化，但大多時間還是都以玩樂居多。相對於政策上所說的強化與國際客家的連結，提升對台灣及客家之認同、向心及能見度，並扮演關鍵及引領潮流的角色，在客委會官網中還看不出來有這麼大的力量與偉大，只能說才剛學會走路，別就想要跑步，一切還是要循規漸進。

客委會乃屬於在政府底下做事的單位之一，做任何客家事務都必須先寫企劃規劃、編列預算、向上級長官呈報、開會表決通過後才能開始執行，任何環節都需要利用很多人力、心力、時間和關係才能達成。有時候會因爲政治、金錢、權力或其他莫名其妙的因素而將整個計畫給腰斬掉，總之，馬英九政府以「牽成客家、繁榮客庄」爲目標，以「榮耀客家、藏富客庄」爲願景，還有待客委會慢慢開花結果。

(二)客委會官網形象與心中的客家

以前對客委會的了解都在於表面認知上，經過這次研究整理出客委會的新聞稿和形象廣告，讓研究者徹底重新認識客委會。客委會的形象以「親切」爲主軸、「好客」爲輔佐，徹底打造平迎近人的性格，利用熱鬧非凡的活動慶典來吸引社

會大眾目光，以刺激每年遊客的回鍋率。對研究者而言，從小生長在客家庄，身邊親戚就是研究所所認為的「客家人」，以外婆為例，每天不辭辛苦凌晨就起來種田，到現在七十幾歲了也依舊如此，而東西壞了髒了總是捨不得換新的，一直秉持著「節儉持家」來拉拔五個小孩長大；又以我父母為例，當年即便不富裕，對親人與朋友依舊很好客大方，桌上的菜餚總是很豐盛；一種米養百樣人，當然也有小氣自私的客家人，即便是自家人也是會計較很多，又或者是自負不己，自我主義較強的客家人。研究者認為，能想到與客委會唯一不同的地方是家庭觀念，客家人到現在重男輕女的觀念還是很嚴重，客委會呈現上則是選擇男女平等的理念。總之，很慶幸研究者家族相處很融洽，比客委會的形象還要更多份家鄉人情味。



第二節 研究限制與建議

最後，在本小節中，將說明本研究所選取有關於客委會官網作為研究的文本，所面臨的研究限制與不足，並針對本研究提出後續的研究建議。

壹、研究限制

在本研究的研究限制方面，主要包括文本選擇之限制與分析取徑之限制，以下分別說明。

一、文本選擇之限制

本研究以客委會的官網作為分析文本，藉由客委會所發佈的新聞稿與形象廣告，探討其所呈現出來的客家文化形象。在本研究中，主要分析的角度為客委會本身，應該還能從其他網頁來探討，例如民間客家網站、知名客籍部落客之網站。另外無法與其他資料來源做文本的比較，因 98 年之後的客家研究方向都偏向在客語用字遣詞方面。

二、分析取徑之限制

本研究以語藝觀點中的敘事批評做為分析客委會的方法，仍有一些限制。由於敘事文本在呈現客家文化的形象時，全為賦予客委會正面的角色形象，而與部份社會大眾對於客委會的認知有些差異，因此其敘事忠實性仍無法完全適用於所有的閱聽人。

貳、研究建議

本研究以客委會官網作為分析文本，其分析對象為客委會本身，為本研究之侷限處。因此，後續研究者仍可尋找其他相關文本，來呈現出其他面向的相關議題。其次，亦可透過其他研究方法來作分析，例如訪談，探究不同背景之閱聽人

對於客委會相關文本的解讀差異。

參考文獻

壹、中文資料

- 王孝勇（2003）：《呂秀蓮副總統言論中的「自我」：女性主義觀點的敘事批評》
- 王保鍵（2011）：《臺灣客家運動與《客家基本法》》。臺灣大學社會科學院國家發展研究所博士論文
- 李蕙菁（2006）：《追獵女巫：由「倪夏畸戀」看話題女性新聞的語藝框架》
- 李冠興（2010）：《以敘事批評分析網路小說建構的宅男意象》。南華大學傳播系碩士論文
- 林信丞（2000）：《從客家雜誌分析台灣客家形象之變遷》。交通大學傳播系碩士論文
- 林信男（2008）：《從語藝觀點看「慾照事件」的媒體角色與新聞敘事》。世新大學口語傳播學系碩士論文
- 林靜伶譯（1997）：《當代語藝觀點》。台北：五南
- 林靜伶（2000）：《語藝批評：理論與實踐》。台北：五南
- 殷美香（2007）：《流行音樂作為一種社會反叛：以敘事觀點分析張雨生歌詞創作》
- 梁碗淨（2011）：《重於泰山？輕於鴻毛？以敘事批評析論死刑存廢論述》。南華大學傳播系碩士論文
- 黃裕修（2010）：《行政院客家委員會預算籌編影響因素之研究》。世新大學行政管理系碩士論文
- 董倩雯（2009）：《網路自白的敘事分析》。輔仁大學大眾傳播學碩士論文
- 廖慧娟（2010）：《「莫忘祖宗言！」：「後客運世代」面臨的「客家性」要求》。政治大學社會學碩士論文
- 鄭昱芳（2012）：《台灣少子女化現象因應策略之敘試分析—以 2009~2012 年為例》。南華大學傳播系碩士論文
- 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碩士論文

貳、線上資料

客家委員會官網

<http://www.hakka.gov.tw/mp1.html>

客委會官網：「客家・好親近」

<http://broadcasting.hakka.gov.tw/files/16-1000-60.php>

客委會官網：「客家好趣味」

<http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=98890&ctNode=2159&mp=2013>

客委會官網：「客家好愛你」

<http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=126415&ctNode=308&mp=1>

客委會官網：《背景介紹》

<http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=126452&ctNode=2016&mp=2013&ps=>

客委會官網「Hakka TAIWAN」「客家美食 HAKKA FOOD」

<http://www.hakka.gov.tw/content.asp?cuItem=128047&mp=2013>

數位臺灣客家庄網站

<http://archives.hakka.gov.tw>

參、英文資料

Berdayes ,L.(1996).Stories in the Making about the Information Highway A View from Mademoiselle. In Narrative Criticism : Exploration & Practice.(2nded). (Foss, Sonja K. pp.447-452).III : Waveland Press.

Bishop, R.(2003).It's not always about the Money : Using Narrative Analysis to Explore Newspaper Coverage of the Act of Collecting. The Communication Review, Volume 6, pages 117-135.

Black, E.(1992). Rhetorical Questions : Studies of Public Discourse. University of Chicago Press.

Fisher,W.R.(1987).Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action. Columbia: University of South Carolina Press.

Foss, S. K. (1996). *Rhetorical criticism: Exploration & practice*. (2nd ed.). Prospect Heights, Ill. : Waveland Press.

Hart.P. (2005) .*Modern Rhetorical criticism*.Southern Illinois University.

Herrick,A.(2001).*The History and Theory of Rhetoric An Introduction*. Hope College.

Rybacki, K. & Rybacki, D.(1991).*Communication Criticism : Approaches and Genres*. Belmont, CA : Wadsworth Pub. Co.

Weber,K.& Martin,M.(2006).*Creating Persuasive Messages Advocating Organ Donation*. *Communication Quarterly*, Voluam 54,pages 67-87.

附錄一

張貼日期	新聞稿標題
2008-08-11	客委會主委黃玉振出席台北縣客家文化節 擔任義民祭典主祭官 傳承客家精神
2008-08-25	客委會主委黃玉振 赴台東參加客家嘉年華 平衡東西資源差異 允諾東部補助應多一點
2008-09-26	鄉野美食脫胎換骨 尋找客家板條王 第一屆冠軍爭霸戰登場
2008-09-30	不畏蕃蜜颱風來襲 黃玉振親赴花蓮表揚東區客語家庭 期勉客語向下紮根 參與全國客語生活學校成果觀摩賽
2008-10-06	第 4 屆全國客語生活學校成果觀摩賽南區熱鬧登場
2008-10-09	客家廣播人才培訓班即將開課 歡迎傳播學子與客家廣播人報名參加
2008-10-09	結合客庄意象 創意產業 表演藝術 客家花車 雙十國慶亮麗登場
2008-10-09	「客家時尚漾新采」～客家創意服飾開發成果卓越 傳統與現代的對話 展現出嶄新的客家時尚
2008-10-09	2009 年「客家貢獻獎」開始徵選囉！
2008-10-13	黃玉振主委陪同馬總統參加台北市義民祭典 共同呼籲鄉親傳承客語
2008-10-13	2008 六堆嘉年華——第 44 屆六堆運動會 邀請「大家來作客 歡喜共下行」
2008-10-20	第 4 屆全國客語生活學校成果觀摩賽中區熱鬧登場
2008-10-27	2008 新竹縣國際花鼓藝術節登場 馬英九總統、黃玉振主委共同擊鼓揭幕
2008-11-12	黃玉振主委出席雲林詔安客家文化藝術節 重申重視區域均衡 全力支持地方客家發展
2008-11-12	「客庄 12 大節慶」入選公布
2008-12-17	2008 台灣客家特色商品行銷工作坊 黃玉振傳授文化行銷秘訣
2008-12-17	「台灣客家世紀印象展-系列 3」開幕記者會新聞稿
2008-12-26	「好客連年—台灣客家博覽會」27 日登場 週週有驚奇 消費最佳去處
2008-12-30	2009 年「客庄十二大節慶」隆重登場 實踐馬總統「牽成客庄、繁榮客庄」政策
2009-01-05	「時尚客家決戰舞台」秀出客家服飾新意象 台灣客家博覽會門庭若市衝破 17 萬 5 千人次
2009-01-19	總統夫人周美青蒞客家博覽會採買年貨

	「好客年貨市集 採鮮趣」開市旺旺
2009-01-20	客庄十二大節慶鳴砲起跑 美濃「迎聖蹟」字紙祭熱鬧登場
2009-02-09	客博會打造全台最大花布燈籠 黃玉振點燈祈福 萬眾夢想飄揚
2009-02-09	客庄 12 大節慶東勢新丁粄節熱鬧登場 黃玉振邀請大家共下來鬧元宵體驗客家
2009-04-07	113 幅傑出畫作 11 種藝術媒材 「台灣客家美術百人展」大氣登場
2009-04-15	「白雪紛飛・桐鬧客庄」 2009 桐花祭 18 日開跑 預計吸引千萬人潮 創造上看百億商機
2009-04-17	打造「台灣客家」新品牌 黃玉振推動「客家等路 台灣情」系列文創商品
2009-04-27	客委會主委黃玉振為客家方頭巨獅開光點睛 頭份 4 月 8 客家文化節 挑戰金氏世界紀錄
2009-05-16	客庄十二大節慶 雲火龍節洋溢歡喜鬧熱
2009-05-28	客庄 12 大節慶 全台唯一客家龍舟競賽 龍潭「桐舟共渡 歸鄉文化季」熱鬧登場
2009-07-08	「好客」板凳電影院 酷夏最佳親子同樂活動 黃玉振盛邀全家一同體驗客庄童趣
2009-07-10	劇團同台飈戲 六堆客家兒童嘉年華熱鬧開幕 禮遇高屏兒福團體 黃玉振保留每場百位觀賞座位
2009-09-07	新竹義民文化祭傳承台灣獨有客家信仰 桃園平鎮客家踩街嘉年華展現多元文化
2009-09-28	匯聚客家菁英 傳揚客家風采 2009 客家貢獻獎頒獎典禮 暨首屆全國客家會議圓滿落幕
2009-10-13	「客家小學堂」開站 歡迎大家來上「客」
2009-10-27	馬英九總統蒞臨屏東豬腳節 黃玉振出席挺客家 親民六堆客家文化園區
2009-10-30	「2009 哈客網路學院客家數位學習學術研討會」登場 吸引跨族群院校參與 開創數位客家里程碑
2009-11-09	傳唱客謠 展現客家風貌 跨界悅讀 打造書香生活
2009-12-08	「戲收冬、謝平安」 重現客家戲曲新生命力 黃玉振邀大家一同感受戲曲文化風華
2009-12-22	百餘攤位千種商品 體驗客家美學魅力 第一屆客家特色商品國際展 12/26 驚艷登場
2009-12-25	台灣客家世紀印象展－系列 4 「處處為客處處家」開幕記者會新聞稿
2009-12-29	2010 年客庄 12 大節慶 年頭 Happy 到年尾 全台 19 項慶典 讓台灣 各處皆能看見客家
2010-01-25	「迎聖蹟 字紙祭」發揚美濃敬字惜紙精神

	2010 客庄十二大節慶隆重登場
2010-02-05	大武山下的小奧運 年初七八登場 六堆運動會 重現六堆旺盛生命力
2010-02-21	六堆忠義祠春祭大典 黃玉振祈求庇祐客家
2010-02-21	臺灣母語嘉年華 展現豐美文化 客家 原民 閩南交織出精采臺灣
2010-02-22	十二大節慶苗栗「火旁龍」開春第一炮 黃玉振為祥龍點睛盼活動邁向國際
2010-04-12	眾星雲集 2010 客家桐花祭活力登場 「桐舞春風·樂揚客庄」全台 11 縣市桐花開
2010-04-26	好戲開鑼 精采連台 客家大戲「真假狀元」 5 月 1 日起全台巡演
2010-05-21	頭份四月八客家文化節——獅出有名 60 組人馬踩街爭艷炒熱客家民俗夜
2010-05-26	客家影像人才培育課開跑 8 所社區大學免費招生中
2010-06-01	擋不住的魅力 客家美食進駐五星級飯店 推薦精緻好味道 黃主委出席「客家美食節」
2010-06-05	「2010 三義雲火龍節」黃玉振主委點睛揭幕
2010-07-12	百位僑胞爭相回台傳承客家好滋味
2010-07-16	客家精品旋風席捲大都會 2010 客家特色商品展售會起跑
2010-07-26	風雨無阻 熱情無限 花蓮「鼓王爭霸戰」 人聲鼓聲齊喧天
2010-08-05	2010『ㄉㄠ、客·ㄉㄠ客』特色商品設計比賽決選結果揭曉
2010-08-06	首部六堆客家史詩漫畫發表
2010-08-13	夏日好客 客家夏令營起跑囉！
2010-08-15	五股七夕嘉年華 體驗浪漫客家情
2010-08-22	黃玉振主委出席「台北縣客家義民祭」
2010-10-04	2010 客家特色產業展續客群集 客家子弟馬總統親臨熱鬧開幕
2010-10-12	九降風拂 品嚐柿餅好時機 新埔鎮柿餅節 16 日創意登場
2010-10-18	高雄褒忠義民廟秋祭大典 千人挑擔體驗古時奉飯敬天精神
2010-10-24	2010 台北客家義民嘉年華 祈求守護客家保佑台灣
2010-11-01	彰縣三山國王客家文化節 體驗福佬客家特色文化
2010-11-03	重溫兒時溫暖記憶 客家收冬戲巡演 11/5 起跑
2010-11-08	八方來客 展現好客情 2010 海外客家社團負責人諮詢會議台北登場
2010-11-08	「2010 客家特色產業展」移師台中 好聽好看好玩好買好心情
2010-11-10	獎百萬尋找客家料理新饗宴
2010-11-12	「平安·戲收冬」99 年客家傳統戲曲巡迴演出 桃園平鎮、新竹竹東及臺中石岡熱鬧開演
2010-11-15	好客小學堂創意卡片 DIY 邀您一起來 FUN 畫

2010-11-17	黃玉振出席國立聯合大學「客家週」開幕式
2010-11-22	2010 國際客家學研討會開幕 黃玉振期勉為客家學發展打拼
2010-11-24	福氣菜香滿客庄 老嫩大細齊種「福」 第一屆全國客家福菜節 苗栗公館熱鬧起跑
2010-12-03	客籍企業家齊聚 2010 全球客家論壇開講
2010-12-27	月月歡喜・精彩 100 2011「客庄 12 大節慶」開跑
2010-12-29	《深耕躍動》展現客家迷人魅力 北美洲 22 位客家菁英譜出活力生命樂章
2011-01-08	客家福菜節千人踏鹹菜 挑戰金氏紀錄成功
2011-01-21	央大客家學院大樓正式啓用 黃玉振期領航客家學術研究
2011-02-14	大湖草莓季饒富客家味
2011-02-16	寶山傳統「打中午」 食福分享好運氣
2011-02-18	小黃穿藍衫 駕駛說客語 2/22 全國客家日 計程車也瘋狂
2011-02-20	六堆忠義祠春祭大典 千人挑擔祈庇佑客家
2011-02-22	客庄好樂活 勤儉愛地球 「全國客家日」首次登場
2011-02-23	精彩客家 活力六堆 第 46 屆六堆運動會 3 月 5 日登場
2011-03-29	全家動員 傳承客語 2011 客語家庭表揚 花蓮開跑
2011-04-01	新埔義民廟春祭 傳承客家精神
2011-04-07	千萬遊客「桐」賞春雪 2011 客家桐花祭浪漫登場
2011-04-21	寫下你的思念 約定 2012 的幸福 客家桐花祭未來明信片 4/23 登場
2011-05-12	「臺灣客家魅力嘉年華」打造未來「好客庄」 5/15-5/22 台北世貿南港展覽館驚豔登場
2011-07-05	客家古典樂 超時空驚豔 《風城交響曲》8/27 全球首演
2011-07-08	恩主公客家文化宗教嘉年華會 黃玉振誠心祭拜祈求天佑客家
2011-07-11	尋找客家食神 2011 海外客家美食料理研習班開課
2011-07-18	亞洲台灣客家聯合總會成立 黃玉振表全力支持推廣客家
2011-07-25	傳統元素結合環保概念 打造客家爽口低碳美食
2011-08-02	2011 精緻客家大戲 8/10 起全台巡演 全新劇碼《偷龍轉鳳—錯婚記》熱鬧登場
2011-08-13	全國客家義民祭熱鬧登場 馬總統為台灣客家誠心祈福
2011-08-20	全國客家義民祭熱鬧登場 馬總統為台灣客家誠心祈福
2011-10-16	義民嘉年華熱鬧打頭陣 北市客家文化主題公園慶開園
2011-10-23	六堆有喜！ 國家級客家園區首開園 七萬鄉親共同見證歷史時刻
2011-11-18	揮別 921 傷痛 國姓搶成功熱鬧非凡
2011-12-15	吃好圓・結好緣 臺灣客家湯圓節暖呼呼登場
2011-12-23	2011 年全國客家會議成果豐碩 期許「好客行銷家」再現客家風華
2011-12-27	龍躍客舞 喜迎新年 2012 客庄十二大節慶熱力接棒

2012-02-06	客家影像人才培育計畫開跑 課程免費 4 所社大同步招生
2012-02-07	元宵鬥鬧熱 龍年福氣滿 東勢新丁叛節 幸福登場
2012-03-11	六堆忠義祠春祭 鐘鼓齊鳴祈平安
2012-03-14	龍耀六堆 精彩客家 第 47 屆六堆運動會 17 日晚間熱鬧登場
2012-03-21	客家商品旗艦店阪急開幕 OPEN 小將藍衫扮相瘋客家
2012-04-30	馬總統三度蒞臨 客家桐花祭活力登場 千人啓動拿獎品 萬人賞桐享幸福
2012-05-12	好客迎好客 銅鑼慶開園 國家級苗栗客家文化園區驚艷亮相
2012-05-16	客委會首頒客研所績優學生獎學金 黃玉振：我們和客家學院站在一起！
2012-05-18	屏教大客家研究中心揭牌
2012-05-22	印尼客僑拜會客委會 齊為客家傳承盡心力
2012-06-11	嘉義客家文化會館揭牌啓用 黃玉振盼嘉義客家落地生根
2012-07-09	Hakka Together 共夏食飯 全球客僑齊聚學客菜
2012-07-25	創造客家產業奇蹟 引爆客家美食魅力「Hakka TAIWAN」、「HAKKA FOOD」雙品牌閃亮登場
2012-08-15	今年七夕很客家 真(珍)愛御守傳情誼 苗栗客家文化園區邀您共度七夕情人夜
2012-08-20	「龍炫新北·義民千秋」新北客家義民嘉年華登場
2012-09-01	苗栗客家文化園區衝破 45 萬人次 馬英九總統親臨 力讚裡外兼具
2012-09-08	頭擺「夏」一跳 展現客家熱情活力
2012-09-17	海外鄉親齊習藝 客家歌謠飄四海
2012-09-27	文化下鄉 大戲連臺 2012 精緻客家大戲 9/29 全台巡演
2012-10-15	海外客僑齊心向學 傳承客語不遺餘力
2012-10-28	六堆忠義祠秋祭大典 黃玉振盼忠勇精神永流傳
2012-10-29	海外教師齊心力 傳承客語無國界
2012-11-14	齊聚好客台灣 共創世界新都 2012 海外客家社團負責人諮詢會議登場
2012-11-29	「平安收冬、戲連客庄」 101 年度客家傳統戲曲收冬戲 全國巡迴演出正式開鑼 11 家優秀客家劇團好戲上檔
2012-12-1	千人集氣 共享福氣 2012 客家飯筍比賽美味登場
2012-12-27	客庄節慶好客來 熱鬧台灣一整年

相關新聞稿總共 132 篇

附錄二

2008-D-1	好客連年 2008-09 台灣客家博覽會-好客篇
2008-D-2	2008 客家桐花祭-旅程篇
2008-D-3	2008 六堆嘉年華篇
2009-D-4	2009 年第一屆客家特色商品國際展
2009-D-5	2009 桐花祭 桐花仔篇
2010-A-1	客家好親近(一)_序曲篇
2010-A-2	客家好親近(二) 出遊篇
2010-A-3	客家好親近(三) 拜訪篇
2010-A-4	客家好親近(四)招待篇
2010-A-5	客家好親近(五) 娛樂篇
2010-A-6	客家好親近(六) 求婚篇
2010-A-7	客家好親近(七) 結婚篇
2010-A-8	客家好親近(八) 家規篇
2010-A-9	客家好親近(九) 婆媳篇
2010-A-10	客家好親近(十) 新生篇
2010-B-1	客家好趣味(音樂篇)
2010-B-2	客家好趣味(紙傘篇)
2010-B-3	客家好趣味(擂茶篇)
2010-B-4	客家好趣味(語言篇)
2010-B-5	客家好趣味(硬頸篇)
2010-B-6	客家好趣味(好客篇)
2010-B-7	客家好趣味(美食篇)
2010-B-8	客家好趣味(藍衫篇)
2010-B-9	2010 六堆運動會
2011-D-1	全國客家日_客語版
2011-D-2	臺灣客家魅力嘉年華.wmv
2011-D-3	2011 客家桐花祭(客語).flv
2011-D-4	客庄 12 大節慶 CF_(客語)
2011-D-5	臺灣客家湯圓節 CF-(客語)
2011-D-6	2012 客家桐花祭 CF-花開篇(客語)
2011-D-7	2012 客家桐花祭 CF- 溝通篇(客語)
2011-D-8	苗栗客家文化園區_開園了
2012-C-1	《客家好愛你》一、愛？礙？

2012-C-2	《客家好愛你》二、P。K
2012-C-3	《客家好愛你》三、討。好
2012-C-4	《客家好愛你》四、開。口
2012-C-5	《客家好愛你》五、動物嘛ㄟ通
2012-C-6	《客家好愛你》六、以歌傳情
2012-C-7	《客家好愛你》八、告。別
2012-D-1	Hakka TAIWAN & HAKKA FOOD.
2012-D-2	2012 客家飯筍比賽-客語版

相關廣告總共 41 部