

客家電視台戲劇製作的困境與出路： 外製的角度

劉慧雯*

《摘要》

著眼於客家電視台兼具族群與準公共頻道身份，以及身為客委會標案無法自行開闢財源等行政位階，本文透過訪談外製單位，試圖了解客台與外製單位的合作實況。

本文發現客台接納多元題材、尊重戲劇專業，且編審標準清楚嚴謹，獲得好評。但客台需要清楚定位，並擴大戲劇作品行銷管道。對外製單位來說，能在多元管道下行銷戲劇，才是客家戲劇製作得以自給自足，並獲得社會影響力的關鍵。

關鍵詞：客家電視台、戲劇、戲劇製作、外製制度

* 劉慧雯為國立政治大學傳播學院副教授，E-mail: huiwen@nccu.edu.tw。

壹、緒論

客家電視台（「客台」）開播十一年，由公視基金會承製也已八年。受到客委會預算，以及公視相關法規所約束，客台一直處於「兩組公婆」的狀態。

戲劇節日常是電視台投入最多資金、人力以及各項設備資源的節目類型。客委會編列於客台的預算逐年遞減，使得最花錢，卻連年得獎的戲劇節目，成為客家電視台甜蜜而沈重的包袱。在有限的經費預算下，客台 2014 年共產生 2,449 小時新製節目（佔節目總量的 29%），每一小時新製節目只能分配到 16.3 萬；2015 年營運計畫書雖規劃將此數提高到每集 18.1 萬；但整體而言，戲劇製作預算仍十分拮据。根據《2014 客家電視台年度報告》，台內節目群來源有 49.3% 自製，33.4% 委製；其中，自製節目多為歌唱、新聞雜誌節目，委製節目則多是戲劇戲曲。這顯示，委外是客台戲劇的主要製作模式。

本文由此出發，試圖從客台戲劇外製單位的角度，解析客台戲劇製作的困境與解決之道。本文的研究問題是：在現有客觀條件下，客台戲劇製作模式及其成因為何？這種製作模式在組織架構上提示了哪些待解的障礙？從製作方的角度來看，客台又該提供什麼樣的專業協助？本文希望瞭解現實、提出建議。

貳、研究背景與文獻：客台的成立與外製模式的確立

客台創立之初，分別由台視文化以及東森電視製播。然而，每年一次的標案，非常不利於需要長時間規劃、拍攝與後製的戲劇節目。加上得標單位有權決定客台主要人事案，且若未連續取得標案將閒置資本門，使得客台不論在播出、節目規劃、人事、基礎投資建設以及人才培訓等方面皆經常變動。在 2007 年之後，客台依法由公視基金會辦理，客台方能做彈性而長期的規劃。

客台戲劇在歷年金鐘獎亮眼的表現有目共睹；然而，客委會對客台編列的預算，卻進入了凍結狀態。根據劉慧雯（2013）的整理，自 2007 年起，客台預算從新台幣四億四千萬元（2007、2008）降到四億元（2009 至 2011），然後微幅增加約兩百七十萬元（2012、2013 年度）；客台 103 年度報告及 104 年度營運計畫書則指出，2014 年預算為四億兩百七十萬；2015 年則微降至四億兩百萬元。若將微型通貨膨脹算入，客台預算可說完全沒有增加。

預算沒有增加，新製時數卻沒有下降。這表示，可用於節目製作的資金變相減少。在戲劇製作每集成本動輒百萬元，以及高畫質政策形成的攝製與播映成本增加的情況下，等於是從預算、科技等角度遭到夾擊。在品質要求下，為了達到客委會的新製時數規定，勢必對外求援；外製模式便應運而生。

本節從客台的成立背景下手，一方面說明族群電視台形成的政治經濟與文化因素，另一方面，也將說明台灣特殊電視製作環境下，客台為了符合預算與主管機關要求，漸漸發展出的戲劇節目製作模式。由於客台成立的環境就是其戲劇製作模式的成因，因此，本文將研究背景與研究文獻於同一節說明。

一、族群電視台的兩種解釋模型

（一）客台成立的政治經濟背景

在台灣，要從政治經濟角度討論族群傳播，就要提及肇始於 1950 年代的語言政策，以及解嚴後一連串媒體開放鬆綁政策。

客家社團面對獨尊國語政策，於 1980 年代展開一連串「還我母語」運動（參見，劉慧雯，2013），先後透過《客家風雲》、《客家雜誌》等媒體，成立「客家權益促進會」（丘昌泰，2007，頁 539），並在 1988 年 12 月 28 日走上街頭。面對此訴求，無線三台直至 1991 年才有每日各 15 分鐘的客語新聞；新聞局也屢藉口市場機制，將客語節目製播責任推給電視台（楊忠龍，2008）。1994 年 9 月「寶島客家電台」開播，雖然一再遭到抄台，但在客家鄉親持續捐款、護台，甚至兩度赴立法院請願下，終於在 1996 年 6 月在第 8 梯次開放電台頻道中，獲新聞局指定客語頻道（葉德盛，2012，頁 152）。

在商業主導的媒體生態中，媒體自由或社會責任等說法無法保障少數族群媒體的存在（施正鋒，2006），因而更需要國家投入公共資源。客家族群開始思考如何讓客家電視成為政策議題時，與當時台北市長候選人陳水扁的合作，就成為關鍵（丘昌泰，2007，頁 542）。1996 與 2000 年總統大選，客家電視台更是李登輝與陳水扁的主要客家政見（范振乾，2002，頁 117）。

2001 年，客委會掛牌成立；不到一年，便提出設置客家電視頻道之計畫。2002 年，客委會主委葉菊蘭在立法院的業務報告中提及，專屬電視台有資源運用的困難（立法院公報，2002，頁 128）；但僅不到三個月，原分散於各電視台客語節目，搖身一變成為專屬電視頻道。嗣後，葉菊蘭多次在立法院報告客台設置的必要、委託模式與節目規劃，終於使立法院同意客委會動支預算。客台的成立，可說達成了

客家族群長久的訴求；但另一方面，設置的過程充滿政治角力，使得客台自始沾染政治性格（范振乾，頁 2004）。這使得台灣社會始終瀰漫要求客台自行營運的訴求（范佐雙，2003 年 8 月；黃瑞琪，2003 年 7 月 6 日）。

更多研究指出，客台成立的標案型態，造成營運上的諸多挑戰與限制。例如，受委託單位需考量客委會需求（陳清河，2007）；又如，初期依附於台視，行銷模式以及任務宗旨卻頗有出入，致使客台的活動多配合被動，難有開創性（黃葳威、李佳玲，2005）。最難堪的，莫過於以經費效率考察客台營運績效，導致「有媒體，沒認同」，完全與族群電視台成立宗旨背道而馳（李信漢，2008）。

不僅如此，由於客台預算來自客家委員會，依據《國有財產法》第 7 條規定，其收益與處份必須依照預算程序為之，收入國庫。在客台所有內容之著作財產權皆歸屬於客委會的情況下，客台即使產製優良節目，卻無法因為品質精良，轉化為製作資本，投入到下一輪的製作經費中。

在客台成立歷程充滿政治性、制度身份過於附屬等障礙下，讓族群電視台維繫族群主體的主張一直無法得到顯著成果。現有著作財產權歸屬的規定，更導致客台無法在品質與資本間取得良性循環。

2007 年，《無線電視事業公股處理條例》通過並頒布，其中第 14 條規定，客台等政府編列預算招標的電視台，交由公視基金會辦理；至此，客台取得「準公視頻道」的地位。2014 年 4 月，政院版「公視法修正草案」提交立法院審議，條文中明確規範，客家電視頻道納併由公廣基金會運作之定位；法案若通過將使客台正式成為公視頻道。

從政治經濟角度觀之，客台雖在客家族群的期待中誕生，但其少數族群的背景，必然要與主流權力配合；這造成了客台的特殊處境與屬性。本文訪談外製單位時也發現，這種屬性形成的行銷障礙，進一步影響了戲劇節目的實質傳播效應。另一方面，在無法自行開源的情況下，高成本戲劇製作持續受到客委會刪減預算的直接影響，對客台維繫戲劇品質將會是嚴峻的挑戰。

（二）多元文化觀點下的客家電視台

蕭高彥（1998）對多元文化論（multiculturalism）的說明指出，一個社會中，存在數個差異甚大的文化群體時，有關如何建立不同文化群體間對等關係的論述，就稱為多元文化論。少數族群、原住民族等在早前社會中比較容易受到排擠的族群團體，在社會歷程中受到新興社會運動的啟發，不願被迫沈默或被邊緣化，展開的自救活動，就是在多元文化觀點下要求包容差異的公民資格觀（Kymlicka, 1995）。

根據 McQuail (1992) 的分析，傳播領域中的多元概念可應用在內容、結構、個人資訊使用以及地理範疇等面向上。在實際操作上，則又有市場經濟論與社會價值論兩種觀點（參見鄭瑞城，1993）。市場經濟論要求國家退出，讓言論市場解除管制，以收言論自由之效；社會價值論反而希望政府扮演積極的角色，帶動媒介內容與結構的形式多元，免除商業利益造成的壟斷。

從歷史的角度來看，台灣的兩個族群電視台：客台與原視，實是政治協商下的產物（參見張鴻邦，2010；劉慧雯，2013）。這兩個電視台成立之後，似乎為台灣族群融合邁出了一大步；但張鴻邦（2010）卻認為，從自由主義推論出的多元論觀點過度重視個人與價值中立，在實踐上，有可能忽略了少數族群的實際需要。因此，族群電視台的操作，有必要讓少數族群「自決」發展其傳播事務（張錦華，1997）。

張鴻邦（2010，頁 37）指出，提供近用權給弱勢與邊緣的聲音，有助於協助其在社會中獨立存在，增加敵對團體間的相互瞭解。不過，族群電視台要能扮演此角色，需要釐清族群間「平等」與「差異」兩個概念的實質內涵。Kymlicka (1995, p. 35) 就認為，要讓文化少數實現其文化身份，需要「族群差異權利」的觀點。這是指，對少數族群的補貼，並非一種權利特化，而是糾正多數族群享有之優勢。實際應用上，對外要注意是否會不平等對待其他團體，對內則要重視內部成員之間的異質性。不過，無論如何，媒體多元化的重點在於，讓少數族群的文化能夠完整維持，避免受到主流社會的不當決策影響。

在多元文化論觀點下，由客委會出資對客台的挹助，顯然就是在社會責任論之下，要求國家介入市場，達至商業利益與文化保存之間的平衡。在台灣的媒體歷史上，則更是回應了語言政策造成之文化效果的補償與回復。

從族群的觀點，多元文化論道明了少數族群應有的傳播權利，從政治經濟的角度，則闡明了客家頻道誕生與政治力量結合的不得不然。然而，這些學理上的說明，在面對客委會編列預算逐年遞減，高畫質技術燒錢燒得更凶的困境，客台在戲劇製作的實務操作上，勢必有所變通。由此，外製制度所能引入的外在資源，就成為客台營運戲劇節目的重要手段。

二、節目製作制度

「外製」制度並不是世界各國產製電視節目的主要方法，而是台灣電視節目特有的一種現象。而客台則是在台灣特殊電視環境中，面對現有法治規範的擠壓，創

造出與合作單位間的新關係。

（一）經費

台灣電視製作的特殊狀態，可以從經費與人力兩個角度來談論。其中「外製外包」幾乎可說是台灣電視製作的創新發明。

根據蔡念中（1991，頁 7）的說明，「外製外包」是指電視台將節目時段交給承包商經營，電視台則賺取節目與廣告佣金。徐鉅昌（1986）將外製外包定義為電視公司與廠商之間的合作：電視台提供播出時段，廠商，即傳播公司或製作單位，製作、播出並承擔廣告業務。張時健（2004）的研究指出，代表台灣電視事業起點的台視，在創台時只有兩種節目生產型態：「現做的」，指現場節目，和「現成的」，指外購影片。由於電視硬體設備資本門檻高，台灣電視事業早期運作，基本上由電視台提供設備，台內外工作人員承接委託製作。余亞客（1968，頁 45-6）直言，在製作人才一時難覓的情況下，以合約方式委外製作是台灣電視製作主流模式。

蔡念中（1991，頁 20）指出，台灣電視制度最早期，並不存在這種「外製外包」制度。外製模式的出現，其實肇因於電視台無力負擔高昂的節目製作成本。張時健（2004，頁 72）將外製外包制度的確立，精準地定位在民國六〇年代初期，因為中視、華視急切開播造成節目需求大增，不得不尋求台外人力。

台灣電視產業外製制度常被認為肇因於無線三台的惡性競爭（蔡念中，1995；陳清河，1995；吳萬萊，1997；黃黎明，1991 等）。廣告代理商擔任節目製作人的情況層出不窮，形成了節目受廣告客戶控制的扭曲情況（廣播與電視，1972，10）。

然而，客台並非商業電視台，文獻中所談外製制度的廣告收益、播出獎金等，並不能完全解釋客台外製制度運作的全貌。舉例來說，在外製制度中，雖然各商業電視台也有「監製」的身分，但通常不會執行內容審查。然而，客台草創之初，絕大多數節目部工作人員，都有節目審查的工作（參見劉慧雯，2012），審查內容包括是否符合年度方針、品味是否合乎客台屬性，以及客語發音與字幕正確性等。這表明了客台與其外製廠商之間的關係，並不僅是金錢利益的交換；相對地，這個族群電視台的成台立意、目標等，也是客台與外製廠商之間互動的關鍵。

有鑑於此，在既有的文獻架構過度強調商業模式的情況下，有必要以一手資料了解客台戲劇節目製作實況。

（二）人才

台灣電視節目外製制度的興盛，也與「電視製作人」人才有關。

電視製作人負責從提出構想、企畫、腳本到演員安排、預算控制與後製等環節，培養起來費時費力。電視台在有限資源下，通常無法培養台內製作人才；外製單位的製作人，就成為電視節目的靈魂人物。關尚仁（1991）的研究指出，電視公司基本上以外製處理綜藝、戲劇、社教節目，以內製方式製播新聞與轉播節目（關尚仁，1991，頁 75-76）。這顯示，台灣多數電視頻道的編制人員，以製作現場節目為主；需要大量前置、後製作業的戲劇節目，有時並非電視台人力所能獨立負擔。

根據廖峰香（1991，頁 135-136）的研究，台灣電視事業也曾培訓電視從業人員。例如，台視訓練班早在民國 60 年 9 月開辦，以培育電視工程技術人員與演藝人員為主；華視與中視也分別在民國 61 年、63 年開班培育節目製作、工程技術、節目編劇以及戲劇表演與廣告人員等（參見中國電視公司，1981，頁 236-238）。不過，這些訓練班壽命不長，成效不佳，人員留用比例也不高（張時健，2004，頁 62）。無線三台的人才養成，多著眼於短期效應。這為台灣電視事業留下的只是不完備的訓練史，不是制度。於是，外製制度也就更輕易地取代台內培訓。

客台除要求專業知能，還要求客語能力以及對客家文化的了解，使得製作人才更難尋覓。這促使客台必須採取更為彈性的作法。外製，就成為製作模式的常態；這一點客台製作制度的沿革中，看得更清楚。

（三）客台製作制度

考慮製作人才培訓無法速成，電視台開播在即，客台從 2003 年到 2007 年 7 月之前為止，多以外製以及委製為主要製作模式。

根據徐鉅昌（1986）及何貽謀（1978），委製是一種在費用核銷上給予製作單位彈性方式，同意一張發票便可以直接報銷節目的直接製作費。「直接製作費」是指節目製作單位向電視台支領或報銷的費用。像是支付給演員、編劇、企劃等人員的酬勞，以及製作特殊道具所需要的用品費等，都算是「直接製作費」。

外製與委製在客家電視台成立之初經常可見。客台成立初期人力不穩定，幾乎不可能在台內編制戲劇節目製作人。外製就成為客台在資源有限與經營方針又不斷情況下，為符合製作時數規範的實作手段；委製則是彈性處理外製成本的附屬辦法。

從過去的研究可知，在 2003 年到 2007 年這段時間中，客台節目部的製作人，

實際工作內容多為編審，真正參與節目製作的時間極為有限（參見劉慧雯，2013）。曾任客台副台長兼節目部經理的湯昇榮認為，進入公廣集團有助於客台以比較合理的時間安排戲劇製作進度¹。

除了外製委製外，對客台來說，成本龐大的戲劇難以成為經營的主力。為配合客台的特殊台性，於是又有「合製」成為戲劇節目的主要製作模式。湯昇榮解釋說，有些製作公司很會寫案子，操作執行能力卻不好；在每個團隊都有各自專長的情況下，客家電視台並不排除以合製的方式來製作節目（劉慧雯，2007，頁32）。

2007年之後，客台組織架構調整，自製節目更能展現公共電視的精緻與深度。但在真正進入自製階段之前，客家電視台一度採取「短期約聘」的任務編組模式。這種模式就是去尋覓業界人才，例如燈光、製片、編劇等，以短期聘約的方式合作（劉慧雯，2007，頁33）。

這種任務編組型態的「短約」，與學理上的「內製」類似。蔡念中（1991）定義內製節目為

由電視台編制內專任人員，自行企劃製作之節目。（或）由電視台的特約製作人，依照電視公司的節目規劃而製作節目，雖然他不屬於電視台內編制人員，但是特約製作人卻可以接受委託，按個案配合電視台相關工作人員執行製作節目（頁6）。

換言之，「保持彈性」、「利用外援」是客台過去十一年經費與人才缺乏時，維持戲劇製作水準的不二法門。

綜合而言，客台在客家族群在爭取傳播權的過程中，以「與政治力量結合」的方式，透過客委會，取得了在台灣電視生態中的一席之地。然而，也正是這個進程使然，導致客委會和客台始終籠罩在究竟能否獨立的質疑中；客委會對客台掌握的預算與智慧財產大權，則進一步箝制了客台以現代傳播機構角色，獨立構成內容，並在品質與資本間達成良性循環的可能性。此外，台灣特殊的電視制度生態，從1960年代起，便因為人才與資本雙重因素，創造出特有的「外製外包」制度。客台在經費有限，又必須每年達到新製時數標準的情況下，挪用「外製外包」制度，就成為客台營運的必要法門。

根據監察院（2014）「公廣集團經營成效及問題之探討」報告書所示，商業電視台營運規模一年約新台幣15億元，相較之下，以約莫新台幣4億元營運的客台，光是絕對數字已經顯得捉襟見肘。更何況，客台借用公視建物，以及每年攤提的轉播站台折舊、電費、人力等營運費用高達5,280萬元（佔客台預算約13%），使得

客台必須持續精簡、節省；根據客台 104 年度報告，整個客台包括節目部（32 人）、新聞部（51 人）、行銷企劃部（18 人）、行政室（5 人），共計才 106 人。對於一個綜合性頻道來說，客台的人力遠低於所需²。

然而，即便在這個十分拮据的經費與人力條件下，客台戲劇作品仍從 2007 年起至 2014 年共獲得近廿座金鐘獎（包括個人、技術、團體獎項）。專長評論娛樂消息的網站「娛樂重擊」更盛讚「目前台灣最認真製作高水準本土劇的電視頻道首推台視、客台與公視」（Maple, 2015 年 4 月 8 日）。這顯示，客台雖尚未擺脫政治經濟影響，甚至未能從客委會手中獨立並獲取智慧財產權利，但其製作戲劇的水準已經有目共睹。在此前提下，本研究希望進入製作現場，取得製作方對「製作客台戲劇的優缺點」的說明，為客台下一階段戲劇製作提出建言。

由此，本文研究問題是：外製單位眼中，與客台合作產製客台戲劇的優缺點是什麼？以及，外製單位為了克服客台戲劇製作障礙，演化生成的製作程序，及其對客台的啟示又是什麼？藉由回答這兩個問題，本文可提出對客台組織、人力乃至於戲劇推廣等方向，提出建言。

參、研究方法

學理上，外製是借重電視台外部人力的專業。不過，客台既有特殊台性，又受限於法律定位，與商業頻道大不相同。過去，有關台灣族群電視台營運的研究，多從規範族群頻道之相應法規制度（如：陳彥龍、劉幼俐，2006；陳清河，2004）、電視台經營文化（如：李美華，2012、2013）等面向下手，少見研究從協作單位的角度說明實際的操作過程。有鑑於此，本文認為，以訪談方法從外製端瞭解製作歷程，才能揭露客台戲劇製作實況，並且避開客台內部人員因其族群使命對現實製作條件的過度美化。

訪談方法是社會科學研究中最廣泛應用的資料蒐集方法之一。深度訪談法能使得研究者瞭解受訪者個人對社會事實的認知（林金定、嚴嘉楓、陳美花，2005），並將研究者的角色退回到觀察者，降低研究者介入造成的意義漏失（胡幼慧，1996）。

黃俊英（1996）認為，研究設計有兩大類：探索性研究（exploratory research）與結論性研究（conclusive research）。探索性研究是為了釐清與定義問題的本質所做的初始研究，雖不一定能找出有明確界定的研究問題與假設，但卻能發掘、洞察

新的想法、觀念與見解（也可參見 Churchill, 1995; Zikmund, 1994）。Crabtree & Miller (1992) 指出，質性研究的資料蒐集方式，可經由觀察、錄製以及訪談方式取得。Malhotra (1993) 認為深度訪談法是一種單獨的、個人的互動方式，用來發掘受訪者的基本動機、信念、態度等。

本文訪談 2012 至 2013 年間曾獲得客台徵件或標案，或這段時間內有作品在客台播出的戲劇外製團體；因此是從「作品」出發，尋求有意願受訪的工作人員。最後獲得 4 個單位共 9 位受訪者。本文作者於 2014 年 8 至 9 月間執行訪談，由過錄員過錄訪談稿（包括預訪、正式訪談、補訪等）後，由本文作者校對後定稿。受訪者中有 2 位導演（兼編劇）、5 位製作人、2 位專業顧問。

訪談大綱如下：

1. 與客台合作的契機與意願為何。
2. 對於與客台合作的認知、態度與評估如何。
3. 客台戲劇產製有待改進的題項是什麼。

肆、訪談結果分析

本文的目標，是要瞭解客台外製單位對客台戲劇製作的評價。為了避免在匿名處理的過程中佚失戲劇作品的特殊性，導致客台屬性無法被考慮，本文逐一徵求受訪者同意公開身份。然，為符合學術倫理，本文仍以代碼標示所有受訪者，同意公開身份者，對於可能揭露其身份之資訊（如：戲劇名稱）不做特殊處理；不同意公開者，則將可辨識受訪者的資訊消除或取代。9 位受訪者中，有 1 位不願公開身份。

為了使分析較有條理，本節分析將時間軸轉化為三個角度，分別是：代表與客台初接觸經驗的「進入客家」；說明製作歷程中與客台相互磨合理解的「成為客家」；以及說明製作端願景與建議的「繼續客家」。依據文獻，本文將特別側重族群電視台的定位，以及外製制度優缺點等兩個議題進行分析。

受訪者基礎資料如表一。

表一：受訪者列表

受訪者代碼*	主要訪談時間	工作身份	備註
A	2014.08.20	導演、編劇	
B	2014.08.20	專業顧問	受訪時 A, B, C 三人同時受訪，B, D, E 三人接續同時受訪。
C	2014.08.20	專業顧問	
D	2014.08.20	製作人	
E	2014.08.20	製作人	
F	2014.08.21	編劇、製作人	
G	2014.08.22	製作人	
H	2014.08.27	製作人	不願公開身份
I	2014.09.02	導演、編劇	

*依訪談順序排定受訪者代碼

一、進入客家：參與客台節目製作的契機

從前我們都不會想到說要去拍客家台，原因是聽不懂客語，然後就想說他們應該會去找客家籍的導演。

（受訪者 I）

自從《客家基本法》在民國 99 年 1 月 5 日通過後，「誰是客家人」似乎有了明確的答案。相對於《原住民族基本法》限定國家在認定原住民族身份的唯一法定權力，客基法以相對廣泛的「熟悉客語、客家文化」為認定原則。

這個原則排除了以血統為判定標準的模式。客基法初審期間，國民黨籍立法委員吳育昇即認為客基法宣示意義大於實質意義，條文內容有限（僅 14 條）而單薄。國民黨籍立法委員鄭金玲甚至認為，客基法定義過於寬鬆，可能造成選舉期間「候選人都說自己是客家人要搶客家票源」或「想當客委會主委的人，也可以透過宣稱自己認同客家，便是客家人」（參見，陳威任，2009 年 12 月 28 日）。所謂「客家人」的定義，就在擔憂過猶不及的狀態下落座在「文化客家人」這個範疇。

（一）文化客家，多元包容

雖然政治人物認為客基法對客家人的定義過於鬆泛，然而，本文卻發現，「文化客家人」的定義，卻使客台在許多層面上得以方便行事，不受血統影響。訪談結果顯示，多數戲劇製作單位之所以參與客台戲劇製作，多與該台「方針」有關。

多次與客台合作的編劇兼製作人 F 分析指出，客台戲劇主題的開放多元，是客台戲劇傲視台灣所有綜合頻道的強項，更是吸引創作者的特色。

最早期，客語戲劇以改編文學作品為大宗，如《寒夜三部曲》、《魯冰花》、《青春三部曲》、《源》等。接著，人物傳記成為主軸，如 2007 年的《大將徐傍興》，2008 年改編自吳錦發自傳小說的《菸田少年》、2011 年描述萬家香醬油創辦人的《醬園生》等。到了近晚，客台的戲劇主題，可以用百花齊放來形容。從偶像劇《花樹下的約定》、黑色喜劇《三春風》、剪輯自同名電影的歷史劇《一八九五乙未》、驚悚推理劇《神仙谷事件》、喜劇《死神卡卡》、生態劇《三隻小蟲》，乃至於探討生命禮儀行業的職人劇《出境事務所》…等，題材多元豐富。

本文 9 位受訪者，異口同聲提到客台對創作題材的包容，是他們樂於投入客台戲劇製作、參與徵件投案的重要原因。

從吳錦發原著改編作品《源》開始，陸續參與客家電視台《菸田少年》、《三春風》、《黃金稻浪》、《日光天堂》等作品的受訪者 F 說：

對我來講客台有一個非常棒的地方，就他是公正的，他不因為你曾經拍過醬園生，或你曾經拍過什麼得多少獎，你的提案我就會特別過，沒這回事……（另外）是他在題材上面的寬廣度……你可以遞出一個你知道商業台不會收的黑暗故事，你可以送出一個很奇怪的題材，客台說不定會過，因為他是外審。……我會想要拍客台的戲，（是因為可以）拍一些我們自己想寫的、想做的戲。

（受訪者 F）³

同樣感同身受，甚至認為這就是客台戲劇節目最重要的特色的，是具有理工科背景，後來轉戰文學改編以及戲劇製作的編劇兼製作人受訪者 G。他說：

客台我覺得有好處是說，劇本的自由度比較大啦，不會一直被限定在愛情，然後可以拍一些比較時代的東西……

（受訪者 G）

題材開放是資深從業人員願意投件的關鍵。而客台的準公共媒體的身份，更受到創作人的關注。從事影視工作超過三十年的作家、編劇、導演兼製作人受訪者 I 提到：

公廣集團……終究是比較認真看待創作，有創作空間，然後基本上是尊重，他不會講說你要收視率優先，然後你一定要去拍一個，所謂的迎合市場導向的（戲）。

……他就變成是單純的，你是用徵案然後你是靠實力去爭取，然後你很可能兩三年才有辦法做到一檔[笑]。

（受訪者 I）

題材開放與公平評選，吸引了資深影視工作者，同時也讓產業新手找到入行機會；客台自身也在自決的戲劇主題中，得以自主。受訪者 A 首次執導演筒便是參與客台戲劇《三隻小蟲》。該劇聚焦於昆蟲系學生，並加入科學教育內容，題材特殊，在台灣影視產業中極為少見。受訪者 A 提到：

以客台的歷年來做的選題來講，我覺得他跟其他的電視台有個很不一樣的優勢……就是說他以商業的價值來講是弱勢的，在這個弱勢的狀態之下如何發揮他的影響力事實上就是要在選材上……

（受訪者 A）

受訪者 H 代表了一個年輕的製作團隊，他提到了新進工作人員都非常需要「機會」：

譬如說你想要有一些作品，可能透過電視台給你一些機會，可能給新導演一些機會、然後給新的製作公司一些機會，甚至新的編劇一些機會。

（受訪者 H）

受訪者 D 雖然與客台合作經驗有限，但特別強調：

我覺得客台他願意去嘗試，讓我們沒有做戲劇經驗的 team，一直鼓勵我們說你們就是放膽去做，去嘗試……他們戲劇這方面的眼光真的都很在行。

（受訪者 D）

也正因如此，有多年戲劇製作經驗的受訪者 D 與 G，都提到雖然客台製作預算

偏低，仍舊是非常重要的合作夥伴。

拍客台戲是沒有可能賺錢的，但是他就是喜歡我們就拍……那你是不是願意在沒有利潤的情況下拍一點你想拍的，那如果我公司只要能活下去我會願意。

（受訪者 D）

剛好適合或是有題材，在那個預算內可以做的話，會想試試看。（問：他完全不賺錢啊。）你不賺錢但是可以有錢有一些朋友來拍片，而且可以拍一個自己喜歡的東西阿。

（受訪者 G）

從客台徵件選出的主題來看，客台的外審制度讓資深工作者能夠「拍自己喜歡的東西」，同時也讓戲劇新手有機會進入這個領域。反過來說，外製制度為客台廣泛引入不同團隊、不同工作者基於對戲劇的偏好與興趣，所創發出的多元議題。從這個角度來看，客台在有限的資源中，雖無奈依賴外製制度，卻能以配合公平的外審制度，讓外製人才能夠有效引入台內。這些手法顯示，《客基法》定義出的「最廣義客家人」雖被政治人物認為過於浮濫，但在客台戲劇作品的產製過程中，卻有機會在日常生活中擴大「文化客家人」的範疇，使客家語言受到一定重視，並且表現為更豐富的題材與更多元的演出。

（二）「進出」客家文化

幾乎所有製作團隊都在合作初期，便瞭解到客台戲劇必定要遵守的文化目標。有些受訪者甚至認為這是非常務實的作法。受訪者 A 舉了一個有趣的例子：

很多人小時候的經驗可能來自於比如像圖鑑或書，可是其實，現在時代都已經在改變，所以在思考傳播的方式他就有做一些變化……如果說在一千年前，可能就是聖經，但是現在如果耶穌再度降世，他也是要拍電視劇。

（受訪者 A）

客台成立的起因之一，是在族群語言遭打壓的高壓統治下，對於保存族群文化語言傳統的反應。與客台合作的外製單位，對此也表達了認同與肯定，甚至認為「就是該用客語發音」⁴。

我覺得他有他的堅持，他還有他的使命，我真的覺得客台對客語的要求是

合理的。

(受訪者 F)

我是百分之百贊成(問：怎麼說)，這語言都要被毀滅了[笑]……我認為，你既然要投這個案子了，你就是要要有那個認知是這是電視台的需求，那第二件事是可能對我來說那某程度是一種使命感，就是，本來這個語言就已經非常弱勢了，所以我覺得就應該把他做好，該花的錢⁵你就編那個費用就是了。

(受訪者 G)

從前我們都不會想到說要去拍客家台，原因是聽不懂客語然後就想說他們應該會去找客家籍的導演。……雖然有很多客語比例，因為台灣是有字幕的所以其實不會有隔閡，然後你又讓他覺得好看，可是從裡面又認識到客家文化跟客家的精神，我是覺得這樣的狀況是最好的。

(受訪者 I)

應該說一開始就知道是客台的戲劇，其實我們自己一開始，反而是限定的比較嚴格……就是我們一開始就想像角色都是講客語。

(受訪者 A)

受訪者 F 提及第一次與客台編審討論劇本時，就提到了「僵固的客家刻板印象」；她說：

我還記得黃桂慧跟我講的第一件事情就是，你知道我們客家人啊，不用客家花布的妳知道嗎？[笑]。……你知道我們客家人沒有什麼生離死別不穿藍布衫的妳知道嗎[笑]？喔！真的嗎？！[笑]。

(受訪者 F)

幾位受訪者對客語處境的認同，顯示製作端試著進入客家族群面對的現實中，以現代專業傳播手法承擔延續客語的任務。而在客台監製端，也考量客家族群生活的現代性格，早早地放鬆了僵固而單一的「客家形象」。比較重要的是，外製單位在製作過程中，分別且各自想像了讓客語比例符合要求的「方法」。這其中，台灣電視事業發明外製外包時希望「利用外製外包專業人力」的目標，便清楚展現出來。

戲劇製作所著重的寫實感、合理性，不因客台肩負的族群任務而打折。同時，所謂「族群任務」也並非去強化在政治操作中被建構出來的花布、桐花等符號。相反地，不論製作或編審，對於戲劇的合理性與戲劇感的要求，已經超越了為族群而故意族群的政治手段。從這一點來看，外製單位代表的「專業」與族群頻道所謂「自決」內涵之間的溝通，在客台的戲劇操作中，已大大超越了刻板印象與政治語言。而這，正是引入外製單位才有可能發生的專業戲劇操作。對客台來說，編審人力的專業化，更是與外製單位溝通協調的必要條件（參見本文「編審人力配置」一節）。換句話說，外製制度的引入，讓客台本身的人力也朝向專業化演變。

二、成為客家：製作過程中的磨合與理解

（一）「客語」：溝通工具或製作障礙？

對於使用客家語言的體認與認同，表現在實際拍攝過程中各單位面對「客語障礙」的具體作法上。對多數製作團隊來說，客語其實並非溝通工具，而是製作障礙。

語言的部分我們是很依賴客語老師的，……然後五個主要的那個演員，他們本身也不會講客語啊，他們是因為這個戲，拼了命來學。

（受訪者 A）

「客語障礙」不僅僅是新手團隊的困難，對於資深工作者來說，在越瞭解戲劇的「日常性」的情況下，不論編寫劇本或執導，都有可能受到客台語言比例的限制，而必須與之衝撞、協調。受訪者 F 說：

這個戲他很好看，那他若講台語，或講國語，他就失去要客台要推廣的目的，但如果你都講客語，只會講台語跟講國語的人也不會看他……那你為了要讓這個戲劇的客語比例達到自然而且不奇怪的狀態下，最簡單的方式就是你讓你的某一個主角成為客家人。……你的 character 該講的客語講不好，你竟然會覺得說是客語影響了演出，那你弄錯了，本末倒置。

（受訪者 F）

這段說明指出了以語言為界線造成的溝通限制，同時卻也說明了客語戲劇實際操作必須忠於日常生活的理由。另一方面，受訪者 F 更明白指出，戲劇既然是專業，演員本該配合劇本演出，劇中使用的語言不該拿來當作是演出不理想的理由。

在過去，每一次遇到「客台戲劇」這四個字時，客語演出就成為甄選演員的困難：必須尋找已經熟稔客語的演員演出，也就造成角色設定的限制。外製單位引入後，演員的溝通對象就是「一般戲劇製作單位」，客語戲劇演出也就等同於「一般戲劇演出」。這麼一來，不但角色的語言設定自然而然，演員在演出前接受客語訓練，也就更理所當然。也就是說，客台因其特殊族群頻道的身份造成的角色設定與選角限制，可以透過外製單位的介入轉化為一種演出條件，與其他類型的演員訓練（例如：武打、特殊技藝）平起平坐。在 2015 年的戲劇作品《出境事務所》中，主要角色都非客籍演員擔綱演出，並在開拍前接受客語訓練。結果顯示，該劇演出品質備受稱讚，令人驚艷。這證明了外製單位帶入的專業要求讓客台戲劇有更多可能。在「娛樂重擊」網站為該劇撰寫評論的湯昇榮即以盛讚的口吻說「幾位演員……在楊宗樺語言指導下，把角色的真實感受，用客語淋漓盡致的表演出來……感謝共襄盛舉的演員們！你們有種！」（湯昇榮，2015 年 5 月 6 日）。他並認為，這些願意以客語演出的演員，正是使得客語得以貼近大眾的姿態，向社會挺進的重要推力。

更重要的是，受訪者 F 特別強調，在製作過程中，語言設定並非客台單方面的「規定」。相對地，在相互尊重的前提下，編審單位其實給予很大的討論空間。受訪者 F 直言「沒有這麼多人在屋簷下不得不低頭的感覺，就是討論」，這個說明表明了客台在守護族群文化的同時仍尊重專業；這使得客台戲劇得以更具現代高度。對於一個轉型中力求獨立自主的族群電視頻道來說，兼得兩者確實是建立制度的不二法門。而客台編審與外製單位的合作溝通，正是使得客台能夠引用業界標準，不至於閉門造車、自我設限的關鍵。

然而，即便相互尊重，但在實際執行時，客語障礙的解決，仍是所有承接客台戲劇的單位不斷提到的重要主題。

例如，拍攝題材特殊，內容涉及科學專業的《三隻小蟲》劇組，從導、編、製，到專業顧問，都說明了製作客語戲劇必須耗費的來回往覆功夫。具有昆蟲專業背景，後來投入科普傳播工作受訪者 B 說：

蘭嶼有一種很像獨角仙的甲蟲，叫蘭嶼姬兜，他不是在客家族群居住的地方的東西，所以他其實根本沒有那個講法。

（受訪者 B）

同劇製作人受訪者 E 則提到科普節目《昆蟲捉迷藏》遇到的「客語障礙」：

比如說嘴巴，昆蟲不是用嘴巴，他是用口器，……我們最後用一種方法就

變成，老師打電話去問劇組說，那這個在台語會怎麼唸，對我們之後就用這種方法來（處理）。

（受訪者 E）

也就是說，客台戲劇的強項若是落在題材多元包容，那麼也就代表每一個劇組，都有可能遇上客語翻譯的困難。這種困難不是客語所獨有；在台灣也算得上是主要語言的閩南語，也有同樣的困境：

就是台語裡面也是有一樣狀況，蝴蝶就叫「牙阿」，鳳蝶就是「尾牙阿」頂多就是大小，就是牙阿。

（受訪者 C）

這等於是說，若以「整個日常生活」為題材，客語就會面臨傳統語言與現代社會之間的落差，導致難以溝通。

不過，戲劇製作不同於歌唱、新聞節目、記錄片之處，就在於戲劇本身的活潑調性，以及製作過程中隨著議題多元而漸漸產生的彈性作法。透過外製外包、徵件選件等規範，多元而嶄新的主題，使「客家」的表現型態更豐富，而「客語」的使用場景，也更貼近現代生活；這些使得客家與客語皆能取得更具時代性的面貌；如同湯昇榮所言，「以貼近大眾的姿態挺進社會」。

（二）客語人才荒

在不涉及特殊題材的客語使用中，大部分劇組仍舊面臨了「演員說客語」的挑戰。這個挑戰具體形式有二：第一是能說客語的演員不多，導致重複曝光率高；第二是不諳客語的演員會拉長製作時間。無論哪一個，都增加了製作成本。從外製單位的角度來看，客台預算已屬有限，增加製作成本有可能等於無法交件，或者因為降低某些支出而犧牲了品質。在這個情況下，外製單位各顯神通，縮短製作時間以降低製作成本。這等於是委外製作下，客語戲劇製作發展出來的實作準則。

我的困擾是會講的客家話的演員太少。……第一 database 太小，你總是在同樣的人去選來選去很煩，所以我的戲裡面有很多非客籍演員，非常多，然後就是想辦法練會。……我們拍攝之前會有語言課，因為怕拍攝的成本實在太高，所以我們盡量不讓演員在語言上影響我們的製程。

（受訪者 F）

暗示演員說，語言這件事情會阻礙表演，那偏偏你又是主要角色。另外一個最麻煩的其實是，因為客語啦，所以多數怎麼找大概都那些演員。

（受訪者 G）

說實在的，當然那個選擇性會比較少一點，所以可能在演員上面很多節目都會出現類似的人選一直在出現，那再加上如果說他有一定的知名度的要求，那會又更難一點點。

（受訪者 H）

為了確定戲劇製作進度符合計畫，提早訓練演員、必要時協調事後配音等，已經是製作單位都已熟悉工作模式。外製單位的經驗等於是在提醒，客語戲劇既然涉及語言表達，那麼，專業製程中在開拍前提早做語言訓練，就是客語戲劇製作的必然路徑。此一實作經驗讓客語戲劇的選角能突破「客家籍演員」的既有範圍，將不同演員納入名單。對專業演員來說，「客語訓練」也就漸成常態。

不過，要面對「客語不熟」的演員的，不只是統籌拍攝進度的製作人，還有直接監控演出品質的導演。在大多數導演並不熟悉客語的情況下，劇組對於客語老師、客語指導的依賴，常成為影響戲劇品質的關鍵。

受訪者 I 在多年電影攝製經驗之後，轉戰電視。在實際拍攝客台戲劇期間，基於對於「演出」的要求，他竟「突然聽懂了客語」，從而可以進一步對「語言演出」提出專業要求。他說：

我一直到拍了大概一個多月之後，因為常聽啊，就突然聽懂。……印象很深刻，我就問女主角說，為什麼這句話講成這樣子，我說這個意思不對，精準的意思跑掉了，然後她就說導演你聽得懂，我說對[笑]。

（受訪者 I）

並非每一位導演都有機會漸漸聽懂客語，於是，在外製制度下，語言指導就非常重要。客台所有類型節目，包括新聞、戲劇，都需要語言指導。但受訪者 F 直言，真正的困難不在客語，反而是客語老師與劇組的配合：

語言指導與劇組之間最大的問題不在於你是不是 qualified 的語言指導，對我們來講是你是否了解拍戲這麼一回事。因為我們拍戲有時候通告就是早上五點半六點鐘，然後晚上就幾點這樣子，所以你要跟著理解拍戲這一回事的語言指導……你要讓你的整個劇組知道，你在拍一個有對白語言限制

的，你要讓你全劇組的人知道包括導演組，包括所有製片，包括所有的演員，所以我們公司的語言指導是編在導演組底下。……當你的語言指導在導演組的時候，你就受到尊重。

（受訪者 F）

一旦客語指導進入導演組，就表示客語直接與最後成品的品質聯繫在一起，因而也就同樣擔負著是否需要重拍、重說的責任與義務。將語言指導編入導演組的另外還有受訪者 G 製作的《新丁花開》劇組。這顯示，外製單位在面對客台語言要求時，以改變劇組組織結構來因應；這同時也是得語言指導不再「置外於」劇組，單純從事客語校正的工作，同時還需投入表演中。更有甚者，《出境事務所》的演員表中，更進一步出現了由兩位客語指導擔綱演出的角色。由此看來，外製單位的彈性作法，意外開啟了語言與演出之間的融合。

不過，客家族群鄉親長久以來非常關注的「客語發音正確性」的問題，因為客語九腔十八調與地域差別，在操作上難以應付，最終也就形成了戲劇製作的障礙。受訪者 A 就認為，儘管劇組非常尊重語言指導，卻仍擺脫不去來自「鄉親」的苛責：

基本上他們還是會尊重我，就是讓這一段表演結束，可是他馬上就會過來說那一段講錯，……不對的我們就一定重來……可是我也認為就是說對我們來講客家是一個族群，但是如果內在又分了好幾個的話，你要回過頭還要去讓每個人聽了都覺得很滿意，這個就……。

（受訪者 A）

考慮了語言指導與劇組的配合，另外也要考慮語言指導本身經歷的語言時間點，與劇情本身的配合程度。《新丁花開》劇組的受訪者 I 說：

我們當初選這位客語指導主要原因是我們（這部戲）比較是早期的，我們整個劇應該有三分之二左右是在 1949 年之前，所以比較多用語可能是比較古典的，客語的用法，我常常也在跟他敲說，這在當時有這個詞嗎[笑]。

（受訪者 I）

語言的多元腔調，是語言發展過程中的必然，非客語獨有。但這卻形成現代傳播工作與傳統語言使用習慣之間的尷尬。這層困難在後製時，更是清楚展現。拍攝

生態影片非常有經驗的受訪者 E 說：

語言的關係會讓那個表現的東西再打個折扣，在 monitor 裡面看到演員在演繹一些他的劇本的時候，能喊卡是一回事，但是還是要擺頭過去問客語指導這樣 O 不 OK，其實這個 O 不 OK 這件事情已經掌握在另外一個語言專家身上，語言專家只盯語言，沒有辦法表現場面調度的走位，我覺得做一個導演、他把每一個鏡頭都接好之後他內心還是虛虛的。……每個剪接師都說剪久了就聽懂，這句話其實是說，剪久了大概摸稍微懂，就像學英文一樣而已大概懂，但是情感追求得進去嗎？……（劇本）他本來有很好的創意的謎語是用華文表現的很好，他有趣味感，但在客家的語言性來說不見得會有同等對待，……我相信他很強他是編劇，（但）對幫他揉成客語的人強不強我就不確定，那個是我沒辦法打分數，但（編審）他們通常在審片的時候才決定，他們在審片的時候我都已經錄完了，他已經最後。

（受訪者 E）

事實上，有關語言翻譯過程中佚失文化要義的討論，即使是英翻中也很常見。在論及外製制度的歷史時，論者總認為電視台受惠於外製制度，但在客台的情況看來，台內編審實質把關具有重大影響力，且戲劇外製反過來形成製作過程中品質的不確定狀態：導演無法確定、語言指導也無法確定。在下引受訪者 D 的話語中，更可以發現，連編劇都無法確定劇本被如實執行：

（《三隻小蟲》戲中）有一個主要的要角叫冠強，然後其實導演他們編劇團隊都叫大媽強，可是老師他們在現場翻譯成臭屁強，就是灑批強……全部的影片回來的時候，連導演都說，他不是臭屁，他應該是媽寶的意思，那怎麼辦全部都出來了…
…那一塊我們沒有看到，我們也沒能力看，我們真的沒有能力，所以回來接受後製就會有問題，不多但是的確是個問題，……

（受訪者 D）

換言之，劇本雖然在審查階段完稿，但任何一個轉換語言的時刻，並非僅指語言指導的翻譯而已。這些在提醒客家戲劇製作時，語言呈現的難度。這個難度一方面緊扣著戲劇製作的品質、戲劇感，另一方面，又扣合著客語在現代生活裡面對一大堆新詞彙的窘迫與詞窮。這個困難在受訪者 I 那邊，是導演「突然聽懂了客語」來把關，在受訪者 D 所屬的劇組中，卻一直到非常後期才發現。這顯然是客家

戲劇必然需要面對的翻譯人才與製作流程問題，卻也是外製制度間接將戲劇與語言切離造成的窘境。

客語人才荒的情況，在遇到需要配音的節目時更為明顯。同一劇組的受訪者 D 與 E 都坦言，鄉土語言教育的成果，其實根本不夠應付電視媒體的需要。找來配音的不論大朋友小朋友，第一線體驗著這種壓力。最後的結果，同樣是因為語言障礙而更動原始節目設計。這個問題，在科普節目中，清楚地暴露出來。

小朋友現在（所謂）擁有客語的能力，其實沒那麼好，（因為）會講跟變成是播音員是兩回事，比方說，我會講中文、我講得還不錯，但是我絕對不會是配音員。

（受訪者 E）

此處兩個值得關注的議題。第一，專業術語在大眾媒體普遍化的歷程中，到底該生活化到什麼程度。第二，客台是否有義務為客語傳播留存人才資料。

客台因人力預算等限制，將戲劇製作工作外製後，雖然可以收納更多專業的傳播工作者，然而，客語仍舊會回到客家電視台作業流程，乃至於客家電視台定位的問題上。在外製單位難以在短時間內掌握客語表現的情況下，「外製制度」一定程度上代表了戲劇製作與客語必然要先切離，然後又（透過客語指導及編審）重新融合起來的畫蛇添足歷程。

本文同時也發現，製作端大抵同意由客台負責整理、收錄客語人才名單。因為，比起各個製作單位，客台作為一個永續經營的電視台相對容易做到；同時，客家電視台對於這些人才的「在職訓練」，乃至於經紀條件的掌握，其實能夠更為專業而全面。受訪者 G 就認為：

客台必須自己培訓演員，這件事情，我覺得這是得作的，而且培訓演員最好是能有經紀公司簽他，然後至少要保障他客台的單元劇跟連續劇能有一定的角色演出的機會。

（受訪者 G）

雖然劇組慢慢也摸索出找尋客語人才的辦法，甚至要求職業演員學會客語，不過，這需要時間。若非長期投入客家戲劇製作工作，就是得拉長前製作業時間，並且在後製階段考量語言銜接問題。客家戲劇經驗豐富的受訪者 F 就提到：

一開始當然只會委託、拜託客台的意見，那你拍了戲拍久之後，全部都是

客籍的演員，你就很熟了。

（受訪者 F）

受訪者 F 在受訪時在提到幾位優異的客語演員，古斌、謝瓊煖等人時，一再地肯定他們的演技與語言表演，然而卻也直言，「看太多實在也會膩」。

至於年輕新進的團隊，多半以依賴客家電視台提供的既有資料下手。這卻有可能是製作階段許多挫折的開端。受訪者 H 就提到：

我們當然從客家台以前有的資料（下手）……那再來就是，透過口耳相傳哪一個人好像他是客家人……。那其實很多一線的演員他們……都是客家人，但是你可能找不到他們。

（受訪者 H）

從外製單位對客語的特別關注看來，所謂「族群頻道」一詞其實未能描繪每一個族群的特殊傳播需求。在受訪者言談中本文發現「培養、整理客語演出人才（包括語言指導）」，是外製單位對客台最大的期望；這與政治經濟學側重政策，多元文化論側重文化保存等甚高陳義，有一大段的落差。對執行單位來說，能夠專業快速解決製作障礙，才是讓客語戲劇製作門檻降低的關鍵。

要思考這個問題，其實與客委會認定的客台定位也有關係。許多受訪者清楚表明客台戲劇編審專業負責，作品連連得獎，客委會卻逐年調降客台預算經費，並另外委託其他商業頻道進行客語或客家行銷，等於模糊了客台在客家傳播政策上的位置。對此，受訪者 F 直言，客委會對客台的信任度不夠：

客委會為什麼要去投資不同商業電視台去拍一些[那樣]的片？你投資了[某齣戲]之後你獲得什麼，裡面有沒有客語有超過十句呢。……那為什麼不乾脆把錢給客台就好。……你又嫌客台的傳播力不好，於是你又把錢花在一些沒有用的地方，那對於這麼認真在推廣客語的客家文化的電視台。
（問：就是一個很奇怪的懲罰）對，我覺得是欸。

（受訪者 F）

所有直接面對商業競爭的製作人都同意客委會有必要重新思考「客家傳播策略」，以及客台在其中的位置。而且，大抵認為客台本身就是一個值得好好投入、用心經營的既有單位。受訪者 G 說：

我覺得客台就是台語說「那媳婦啊」，客委會要想辦法啦……就是我覺得他另撥四千萬去做別的能見度高的，這我覺得[某節目]或什麼我都 OK，但我的問題是你要先顧本，你都養了一個電視台你已經接線就是，對人都有了，你有衛星了都可以接收可以打到國外什麼都可以了，那應該要是經營他啦，要去想，客語節目怎麼被其他電視台接受。

(受訪者 G)

對於外製單位來說，這也就等於保障了比較好的投件條件。在這個基礎上，發揮客台題材多元、鼓勵新人的特質，就有機會成為台灣整體電子媒體環境中，最值得期待、也最具有特色的頻道。受訪者 I 的話，非常適合作為這段討論的結語：

客台他歷年來還是可以在金鐘獎有比較多掌握，因為他按照該有的過程跟規格來作。……要改變一種觀念跟想法，讓他是影響力更大、可以滲透到別的族群跟別的族群互動，我覺得那樣的方式會是比较有效的……我覺得客家電視台這個單位，最重要的是不要讓他們公務人員化，那其實這些人我覺得他們其實都對客家很有使命感，你要善用這個客台的優勢……。客台本來就尊重創作自由，你越給他自由他們就越會來，而且會吃好道相報（台語），人才就會匯聚。

(受訪者 I)

三、繼續客家：願景與建議

在談到與客台合作的經驗時，大部分外製劇組工作人員都提到了製作費不足，以及客台受限於法令戲劇作品版權無法販售、交換這兩個大問題。這兩個問題也成為製作端是否願意「繼續客家」的關鍵。

(一) 開源

整體而言，台灣的戲劇製作環境可說是每況愈下。究其因，主要是文化的影視產品輸入過多，台灣戲劇作品因為市場過小，資金不增反減，戲劇品質無法力拼。此外，網際網路成為 i 世代接觸影視產品的關鍵通道，電視收視率、廣告費被網際網路點閱沖淡的情況下，立基在廣告量的影視產品製作大餅，就只有萎縮一途。客台身為準公共頻道，雖不用如同商業媒體那樣在意收視率，但，客委會連年刪減客台預算，客台有必要重新思考開源之道。從台灣電視事業的歷史來看，「外製外

包」就是為了讓電視台省錢省（人）力所創造出來的制度。那麼，是不是有了外製制度，客台戲劇就可以進入佳境了呢？實際的情況似乎沒有這麼單純。

由於客委會的疏忽，過去十年屢屢在金鐘獎等各項獎項表現亮眼的客台戲劇作品，竟沒有系統性的行銷計畫。

無法與其他頻道洽談播映權、製光碟販售，首先造成的結果，就是客台戲劇的資本完全依賴客委會預算。客台工作人員再如何專業、奉獻，都無法透過優秀的作品增加戲劇製作所需的資本。另外，從影視收視的角度來看，好的作品也無收視成績等實質獎勵。

對承製客家戲劇的外製單位來說，這種情況等於直接讓作品，在客台播映後，直接打入冷宮。《三隻小蟲》製作人受訪者 D 與 E、與客台長期合作的受訪者 F、資深製作人受訪者 G，都表達了作品無法發揮最大傳播效益的惋惜。

我覺得客台的戲劇其實他水平是很不錯，就像比如說我也看「在河左岸」，我也會看其他家拍的，我覺得戲劇部分其實真的不錯，但我覺得他們的行銷比較弱，說真的我會覺得好可惜喔。

（受訪者 D）

我當然希望客台多一些跟其他電視台的合作……那我們希望他有機會可以讓我們配成台語，或者是留下部分客語去降低那個進入的門檻。或者是有一些時裝戲，像《三隻小蟲》很適合發國語啊，對你就把整個配成國語，但你 original 拍攝你還是客語嘛，那你就是客台播完之後希望你可以同意這個配成國語播……就是我是希望多一點空間，可以讓客台的戲給大家看到。

（受訪者 F）

他們就說因為合製是不可能、法規上不可能……我覺得這一點是，客台戲劇上最最最可惜的……如果錢比較多，以客台可以拍得題材，一定跟有線電視台拍的題材會比較不一樣，在國際影展裡或是電視展上面會比較有競爭力啊。

（受訪者 G）

客台戲劇是台灣影視產業中，最能廣泛接受各種題材的露出管道；但受限於版權，無法於客台之外的其他電視頻道、其他國家區域進行版權買賣或交換，導致播

映計畫的單調與受限；這使得客台戲劇作品的露出機會有限，讓這一點優點毫無發揮的空間。

本文訪談的幾位外製單位受訪者所著眼的除了播映利益外，還有「傳播效益」問題；這關乎節目品質與行銷策略。從得獎情況來說，客台戲劇的品質有目共睹，現在要討論的是在不同法制定位的前題下，客台對於戲劇節目的行銷策略，究竟是什麼。

在現有的法治條件下，所有與公部門投資金額「合作」、「合製」可說是完全不可能，因此受訪者 G 談及合資的方法，顯然需要等到公視法修正案通過重新審視公部門資金的相互關係。

不過，即是在目前的規範中，仍可能有不同的行銷思維。幾位受訪者都談到，在客委會獨資的情況下，能否透過管理版權的方式，後製重新配音、交換節目，乃至於參與國際影視展覽等方向，讓客台審製的節目有其他曝光機會。

不僅如此，受訪者 G 還從「積極管理版權」的角度說明了對外製單位來說一種頗為重要的「製作可能」。他提到了兩位「大明星」：

我們談過邱澤耶，邱澤經紀人說……客台 OK，你客家加[商業台]，我說我還有日本電視台，他可能就會聽因為你有個日本電視台，那你有[商業台]，那就 OK 啊，那去練客家話對他來說不難。就是你找 Ella 來演客家台其實真的不是不可能，但是你如果真的只有客家台 Ella 就是不會來。……我覺得對經紀公司來說就是平台問題。

（受訪者 G）

這等於是說，單從明星演員重視的「傳播效應」觀點來看，客委會不積極處理版權，就等於讓這些摩拳擦掌準備大顯神通的外製單位製作人們，連談的籌碼都沒有。

不僅如此，受訪者 A 說明國家政策的直接影響：

現在規格都逐漸改進，然後每個人家裡電視都越來越大，……以前你比如說佈景，就景片然後牆上釘釘子什麼的是不會有感覺，現在其實你 HD 看，你就覺得你沒辦法接受，因為這個在未來，那個畫面上真的有差。

（受訪者 A）

客台戲劇節目的版權，不但直接涉及販售、播映收入以及交換節目節省的成

本，同時，也代表了執行時，演職員組合乃至於劇本創作的可能性。對製作人來說，能夠積極而專業地處理版權，就等於增加製作收入與曝光，這對工作者來說是最直接的獎勵。另一方面，作品可以在多元頻道被看見，則有助於累積專業聲譽。在高畫質已成為國家既定政策的前提下，無法開源，將成為預算逐年降低的客台戲劇，極大的隱憂。從政治經濟學的角度來看，客委會握有客台預算大權，本應主導版權事務。然而，現實的狀況卻是，這兩個自始就充滿政治意味的單位，尚未跟上製作端現代專業的腳步，仍停留在陳舊的族群想像中，其傳遞文化的能力，自然不會太高。

換句話說，倘若客台視自己為「服務單一族群的族群頻道」時，可能無須考慮戲劇作品曝光、乃至於獲利的程度。然而，一旦引入外製制度，製作端從業界角度審視，馬上就會發現這種狹隘心態可能造成的「客家戲劇越來越衰弱」的原因。在無法遇見預算提高、作品曝光有限，以及拍攝前製作業（例如：語言訓練）費時耗力等等條件下，客家戲劇幾乎沒有成長的空間。特別是，外製製作端若因客台選材多元公平而願意投入，那麼，客台戲劇就更應該善用這個優勢，在廣納外製人才的前提下，積極與客委會洽談版權運用事宜。

在此，外製制度的引入，這些外製製作人的精打細算時時提醒客家電視台，客台戲劇作品不能夠再諱限於族群內團體的滿足，而更應該讓已經投入於戲劇的所有資源，都以更廣義的「文化產品」的面貌，擴及整個社會，甚至成為與其他社會文化交換的籌碼。即便從在商言商的角度，積極管理版權，也確實能為客台創造一定收益，擴大戲劇產製的資金來源。這可能是客台行政管理單位未來必須思考的重要課題。

（二）戲劇行銷

「客台行銷真的要打屁股，太誇張。」在訪談過程中始終直言不諱的受訪者 G 半開玩笑地說：

我認為花那麼多力氣，花了一千多萬兩千萬拍的片子，行銷就做這樣真的很可惜，但當然那反映說，我做這個行銷我能獲得什麼，又沒有錢進來……

（受訪者 G）

同樣爽朗而直接指陳客台戲劇行銷問題的受訪者 F 也說，

我覺得不合理的是你拍出來的這些東西[笑]不給大家看，然後你的理由竟然只是沒有可以法可以管，這種事其實就是荒謬……

(受訪者 F)

長期經營生態傳播，曾與 Discovery 等國際頻道合作的製作團隊，在完成首部生態戲劇《三隻小蟲》後難掩欣喜；然而，辛苦拍攝完成的作品卻受限於行銷計畫，對製作團隊來說實在有苦說不出：

拍完，跟他們協調拍完，最後會議的時候，那時候真的有一個衝動是，我們是不是自己另外多一筆錢再辦一場記者會……我覺得，如果以八點檔的生態的這樣戲劇其實我們公司開了先例，那，很可惜啦。那時候也是覺得說，如果真的可以好好行銷一部戲劇的話（應該可以大有可為）。

(受訪者 D)

只是可惜說，頻道的力量他會影響到最後看的人數。

(受訪者 A)

這些看似抱怨的談話，全都指向客台缺乏行銷戲劇作品的人力與經費；而這，又得回到客委會對客台預算、功能的想像。客台成立十一年，「標案」身份如影隨形，處處影響著客台作為一個半獨立、半官方機構的營運。2008 年，隨著總統大選結束，台灣的客家政策重新進入若有似無的狀態中，定位客台的公視法修正案遲遲無法通過，客委會主委一職重回酬庸狀態。國家對少數族群權益的不作為，竟反而讓積極尋求開源、傳播效益的商業力量顯得特別關注於客語戲劇的推廣。這是客台面對的政治現實，更是長久以來無條件唾棄商業媒體的評論者難以理解的現實。

外製單位帶來了嶄新的題材、新的劇組組織，以及更豐富可選擇的演員名單，同時，也將商業媒體環境中常見的行銷思維帶入屬於準公共頻道的客家電視台。本文認為，雖然客台的成立以族群自決為其目標，然而，指認客台自身為台灣廣電生態中的一員，是客台在族群之外，必須體認並積極回應的第二重身份。因為，只有在族群與專業雙重肯定的身份中，客台才能與外製單位更精準和諧地合作，創造品質與獲利間的平衡，甚至創造利潤與利基。也唯其如此，外製制度的引入，對客台來說，才不會是單純省時省力省錢的不得不然，而可以成為客台積極操作戲劇製作，提升頻道能見度的專業手法。

（三）編審人力配置

如果說有關客家台如何販售版權、行銷戲劇是製作端開源的想像，那麼，有關編審人力說明，就是對人事制度建言。

本文 9 位受訪者，一致對於客家電視台節目部編審嫻熟的專業能力給予高度的肯定：

合作的感覺來講，客台在要求上他反而是還蠻明確的，其實對於劇組跟製作單位來說，怕碰到的一個狀況就是頻道編審或是監製的要求是不確定的，比如說他跟你講說，我覺得，不好看[笑]，我想要弄好看一點，那這個範圍就太大，我不知道是什麼東西，……客台不會，這個東西是我們台不要，那這個東西是我們台要，這個指令是下的我覺得還蠻清楚。

（受訪者 A）

就會很具體的告訴我們每一個步驟該怎麼做，所以那時候我是覺得是比較輕鬆……他也知道我們初次跟客台合作，所以很多事情會先提醒我們。

（受訪者 D）

她其實是一個厲害的編審（問：喔怎麼說），她很會看本。很會看本不只是題材或者是故事，看劇本是需要 imagination 的……就是說她是一個了解整個戲劇流程跟製程的一個長官…坦白說就現在商業電視台我遇到的編審跟公視或客台，我的確覺得她是最 reasonable。

（受訪者 F）

從訪談結果來看，與不同電視台合作經驗越是豐富的外製單位，就越能清楚說明客台編審的專業向度。在「客台要求明確」的說法中，我們可以很清楚地看到，為了有效與外製單位溝通，客台已有明確編審標準。

雖然製作端肯定客台的專業編審，但繁重的工作內容，卻常讓製作端找不出開會時間，導致製作時程拖延。受訪者 G 就說：

我覺得桂慧 OK 啦，但就是他個人負擔太大。就是譬如說有沒有錢可以養一個編審，用顧問費的方式，顧問你只要負責來看劇本開會就好，你就分出去了……你就有機會站在更高（的位置）看，片子的行程是什麼，這個節目的行程是什麼。

(受訪者 G)

不管是基於經驗、知識，或者實際需要，外製端依其工作程序提出的建議顯示，客台需要重新思索既有的編制。所謂「編審顧問」，重點在於將體制內編審的工作切分出來，讓看劇本的人專心看劇本，行政者專務行政。這麼一來，劇本修改過程中，因編審忙於行政事務，導致開會時程延宕的問題，就可以有效解決：

假設你要我 12 月 1 號播好了，11 月 10 月 9 月你就 3 個月的後製好了，很趕，那再來就 8 月嘛拍拍拍三個月，8 月 7 月 6 月，我現在都 4 月了，我還要找演員我還要讀本。然後我要語言訓練，啊所以到底是要拖到什麼時候……要硬上那就是劇本品質就會比較差嘛。……客台有事務要忙，我覺得就審片比較不是一個很常態的工作，（請顧問的話）他就可以很專注的（做這件事）。

(受訪者 G)

原來，對外製單位來說，客家電視台台內編制人員的工作量、工作性質直接影響了實際操作條件。這顯示，在引入外製制度後，客台不能再閉門造車，而必須面對合作、協製單位的進度與預算控制。就這一點而言，外製制度的引入，讓客台有機會重新審視節目部戲劇戲曲群組工作人員的主要業務，以及合理的時間配置。當然，這也顯示了行政協調扮演了非常關鍵的角色。

伍、結語：從外製端建議思考下一個十年

關於語言的問題，蒔媛與我們一直有爭執。客家話也是台灣的語言之一，蒔媛卻一直覺得客台是小眾，因為語言的因素，演員難找、觀眾挑剔、平台露出困難，也難以引發大眾媒體的討論與廣大收視人口……她完全不看好客家話戲有多少人會看。

(湯昇榮，2015 年 5 月 6 日)

已從客台「畢業」的前副台長兼節目部經理湯昇榮在回顧《出境事務所》的籌拍歷程時，提及編劇呂蒔媛對該劇定位，以及以客台為露出平台的心情。湯昇榮和呂蒔媛的話說得非常直接，從演員、觀眾到平台，客台戲劇就是比商業台、其他公共頻道面對更多猶豫質疑和困難。

這也正是何以本文要從外製單位下手，試圖瞭解客台戲劇製作的現實與未來的原因：因為只有實際執行的外製單位，才能說明清楚其中障礙，以及操作時的可行解決之道。在此，吾人可以清楚看到，外製單位對協助客台戲劇，不只是人力的補充而已，其充滿彈性的思維，更可能進一步刺激客台進行組織改造。

根據多元文化論的觀點，少數族群的傳播權益並不是一種「特化」的權利；相反地，是要糾正主流族群／文化享有的過度權利，才能達成的多元目標。由此觀之，族群頻道維持「自決」與「自主」才能夠避免主流族群／文化對少數族群的不當決策。從客家電視台戲劇製作的現況來看，客家台從徵件、審查到外製成品編審標準等面向，都有自成一格、行之有年且在外製單位眼中，非常專業的表現。由此觀之，客台確實擁有戲劇作品的自決自主權。此外，從「族群差異權利」的觀點觀之，平均地對待族群內外部差異，是追求正義族群關係的起點。就這一點而言，客台戲劇主題的多元性，以及角色設定的自然化、語言使用的日常化等，皆呈現了客台戲劇作品積極與其他族群溝通，以及豐富族群內部成員視野的努力。

另外，從政治經濟學的角度觀之，從 2004 年成立起，客台的社會位置便處於高度政治化的狀態；這對客台的組織結構、經費來源等，造成了一定程度的限制。特別是，在轉型成為「族群兼公共頻道」的歷程中，客台目前仍在妾身未明的狀態，高度受到政治角力的影響。

從客台的法律定位來看，目前客台仍受限於客委會對預算與製作時數的限制，且無法自行規劃作品行銷計畫，導致客台戲劇作品雖品質有目共睹，傳播效益卻十分有限。從製作端的談話中可以清楚看到，客台包容多元題材，徵件與編審標準清楚，使得各類不同製作專長的團隊皆有意願投入。現在，將影響客台戲劇發展方向的，將會是積極處理版權。

目前在客台戲劇製作中，屬於主流的外製外包制度，如同 60 年代彌補了台視、華視因為迅速開播造成的人力與物力斷層，也同樣在今天成就著客台戲劇作品的品質保證。不僅如此，本文發現，外製單位同時也將商業思維導入客台戲劇的製作過程中。外製單位為了配合客台既定族群政策，調整了劇組組織架構，讓語言指導進入導演組，與導演一同監督「演出品質」。同時，外製單位在客台既有預算限制下，將業界常見的開拍前訓練也導入客台戲劇製作過程中，讓客語訓練可以自然而然提早執行；這個操作實際上影響了客家戲劇可以選角的範疇，擴大了客家戲劇作品的表演人才庫。最後，外製單位強調媒體操作中必定要考慮的行銷思維，對客台提出管理版權、合作交換，乃至於管理演員經紀合約、多元發行等建議或要求，希

望藉以增加客家戲劇的曝光度、擴大收視人口。雖然行銷思維難免在商言商，但外製單位的商業思維，卻無形中擴大了客家戲劇的閱聽與接收範圍，並且讓客台戲劇作品有機會以「台灣傳播生態中之一員」的身份，成為台灣社會普遍擁有的文化創作作品。這無意間也正好符合了「客基法」的廣義客家人定義。

由於客台的「公共頻道」定位未決，客委會對於客語比例、預算，以及疏於處理版權等問題，都成為行銷客語戲劇的障礙。甚至，許多違反商業運作的策略，讓善於商業操作的外製單位百思不得其解。與客台合作超過五齣戲劇作品的受訪者 F 在受訪時，一再追問客委會為什麼不放手，讓公視全面接手客台的一切責任義務，以便鬆綁版權障礙，增加製作收入。雖然 103 年 4 月 10 日，行政院已經正式函請立法院審議公共電視法修正草案，其中，將客家電視台納併由公廣基金會運作是本次修正重點之一。但由於審議進度緩慢，至今尚未有結論。客家電視台行銷問題，有待這一波公視法修正對客台定位的明確化，才有可能徹底解決。

除了法治地位形成的版權僵固問題外，客台戲劇對客語傳播的強調，形成了翻譯上兩個困難。第一是因為劇情特殊而發展出來的特殊用語。第二則是客語翻譯造成演出落差。對此，客台需要透過組織架構、人員工作分配等調整，為戲劇專業提供相應的諮商，才能讓編審人員免於因業務繁雜分身乏術而延誤協製歷程的問題得以解決，達到傳承客家文化語言的目標。

客語使用在戲劇製作上的另一層障礙，即是人才問題。從演員重複率高，到客語指導必須熟悉戲劇製程等，無一不需要長期經營人才的單位積極投入。這提示了人才資料庫很有可能是客台在第二個十年需要思考的經營方向。這些人才名單，不應該是個神秘的「口袋名單」，而應該朝著「公共財」的角度思索，才有可能建立客台在客語傳播中的核心地位。

2014 年，客台所有影視內容上傳至 YouTube 平台達 1,895 支。根據公視基金會網站對客台戲劇的報導，《出境事務所》除了在客家頻道主頻播出外，另外還有公共電視頻道、HD 台（中視、公視）、以及社群媒體 YouTube，以及 LineTV 等頻道播出⁶；2015 年新製的《出境事務所》在電視與網路播出後已與公視《麻醉風暴》並列本年度「最值得追的連續劇」之一（Maple, 2015 年 4 月 8 日）。公視主頻道是公共播出，HD 台播出則與 YouTube 及 LineTV 一樣屬於數位播出。也就是說，《出境事務所》露出管道的設定，仍以繞過無線與有線電視權利法規限制，在數位平台上播出為主。其中，社群媒體 YouTube 上的播出，其實是客家台以其官方帳號釋出，不涉及權利轉讓或營收。至於 LineTV 露出，則是在可以掌握訂閱戶的情況下播

出，與一般大眾媒體不設定特定對象的露出很不相同。也就是說，客台在既有法規條件下，以數位平台作為衝破智慧財產與著作權利限制的法門；這再次突顯了客台法治位置的不合理，以及客台內部急欲改變的創新思維。

換言之，客家電視台於既有法規對其戲劇作品在有線電視權力生態中的限制下，積極開拓以數位轉載為主要平台的社群媒體閱聽群。部落客 Maple 指出，客台為了透過網路平台曝光，還特地設計了適合電腦螢幕觀看的較小字幕；光是這一點，其思維之進步，甚至超越了經營新媒體許久的公共電視。這顯示，即使在現有的法規束縛中，客台仍奮力掙脫。在法制定位讓預算受限，行銷活動也難以施展的情況下，若苛責客台的行銷部門，並不合理。不過，在製作端提出的問題與可能性中，思考行銷策略，也是客家電視台在戲劇作品屢創佳績的此刻，需要開始積極思考的議題。

註釋

- 1 湯昇榮受訪時說：「做戲劇節目的時候平均一部戲是兩年到三年…商業標的時候是一年一標，一年預算消耗完就等下一年，可是因為現在到公廣來了，未來可以把工作時間拉長，所以我們現在已經提早半年、甚至一年以上。」參見劉慧雯（2007），《客家文學戲劇產製之研究：以『寒夜』以及『魯冰花』兩部連續劇為例》。行政院客家委員會獎助客家學術研究計畫結案報告。頁 30。
- 2 根據 1111 人力銀行，同為綜合頻道的聯意製作股份有限公司（TVBS）員工人數登錄為 1000 人，負責 TVBS 新聞台、TVBS 歡樂台、TVBS 資訊綜合台等三個頻道的營運。
- 3 底線為本研究所加。斜體表示受訪者使用國語之外的語言。引述段落中記載於括號內文句，為本文作者對應發話。受訪內容有不影響語意的停頓、重複時，本文將予以整飾刪除。引述段落中之刪節號代表本文為摘要發言重點刪去部分受訪者談話。以下引述段落皆同。
- 4 根據受訪者 F 發言，此處所指「就該使用客語」係指「自然語狀態」。
- 5 此處受訪者 G 指「該花的錢」指因應戲劇客語發音而需負擔的語言指導費用，包括演員因客語訓練拉長製作時程等相關費用。
- 6 其他播出頻道如「中天北美台」、「宏觀電視台」以及「中旺電視台」皆在非台灣地區播出。

參考文獻

- Maple (2015 年 4 月 8 日)。〈《麻醉風暴》：新類型與新寫實的可能〉，《娛樂重擊》。上網時間：2015 年 4 月 13 日。取自：
<http://punchline.asia/archives/10056>。
- 立法院 (2002.03)。《立法院公報》，91(29)。
- 中國電視公司 (1981)。《中華民國電視事業的回顧與前瞻》。台北：中國電視公司。
- 丘昌泰 (2007)。〈政策篇〉，徐正光主編，《客家研究概論》，頁 534-562。台北市：行政院客家委員會、台灣客家研究學會。
- 何貽謀 (1978)。《廣播與電視》，台北：三民書局。
- 林金定、嚴嘉楓、陳美花 (2005)。〈質性研究方法：訪談模式與實施步驟分析〉，《身心障礙研究》，3(2)：122-126。
- 李信漢 (2008)。《客家電視台族群政治分析》。政治大學新聞學系碩士論文。
- 李美華 (2012)。〈客家族群媒體的使用與效果研究：以桃竹苗地區各級學校為例〉，《客家公共事務學報》，5：69-98。
- 李美華 (2013)。〈族群媒體之組織文化與組織認同研究：台灣客家電視台的個案分析〉，《傳播與管理研究》，12(2)：3-52。
- 胡幼慧 (1996)。《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，台北：巨流。
- 范振乾 (2002)。《存在才有希望-台灣族群生態客家篇》。台北：前衛。
- 范佐雙 (2003 年 8 月)。〈客家電視開播前後—感恩與期許〉，《客家》，158：76-78。
- 黃瑞琪 (2003 年 7 月 6 日)。〈讓客家電視台自主發展〉，《中國時報》，A15 時論廣場。
- 黃俊英 (1996)。《行銷研究》，台北：華泰書局。
- 徐鉅昌 (1986)。《電視傳播》，台北：華視出版社。
- 余亞客 (1968)。〈電視節目的開創〉。《廣播與電視》，51：80-81。
- 吳萬萊 (1997)。《台灣電視節目製作業之政治經濟分析》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 楊忠龍 (2008)。〈從母語運動到社區營造：初探臺灣客家運動的擴展〉，張維

- 安、徐正光、羅烈師主編，《多元族群與客家：臺灣客家運動 20 年》，頁 204-224。新竹：台灣客家研究學會。
- 葉德盛（2012）。《臺灣客家運動之未來方程式：形成與發展（1987-2012）》。臺灣大學國家發展研究所碩士論文。
- 施正鋒（2006）。〈從多元文化主義看客家電台〉，施正鋒著，《台灣族群政治與政策》，頁 61-78。台中：新新台灣文教基金會。
- 湯昇榮（2015 年 5 月 6 日）。「『出境事務所』：編劇的作為，製作人的魄力，族群電視台的力量（上）、（下）」。「娛樂重擊」。上網時間，104 年 6 月 10 日。取自 <http://punchline.asia/archives/11502> 與 <http://punchline.asia/archives/11591>
- 陳彥龍、劉幼琍（2006）。〈邁向公廣集團：數位時代我國特定族群專屬電視頻道之法制研議〉，《中華傳播學刊》，10：109-152。
- 陳威任（2009 年 12 月 28 日）。〈客基法初審通過 作用待考驗〉，《立報》。<http://www.lhpao.com/?action-viewnews-itemid-4659>，上網日期：2014 年 11 月 17 日。
- 陳清河（1995）。〈電視營銷體制之評估研究—以無線電視間接經營為例探討其利弊〉，《廣播與電視》，2(2)：31-56。
- 陳清河（2007）。〈廣播電視篇〉，徐正光主編，《客家研究概論》，頁 480-502。台北市：行政院客家委員會、台灣客家研究學會。
- 陳韻如（2011）。《從電視劇探討我國文化創意產業的競爭力》，銘傳大學傳播管理碩士學位論文。
- 蔡念中（1995）。《電視台外製外包制度研究報告》，台北：文化總會電研會。
- 蔡錚雲（2005）。〈從現象學系譜到系譜現象學—譯序〉，《現象學導論》，台北：桂冠。頁vii-xvi。
- 關尚仁（1991）。〈節目策略研究初探〉，《廣播與電視》，創刊號：75-95。
- 張時健（2004）。《台灣節目製作商品化歷程分析：一個批判政治經濟學的考察》，政治大學廣播電視學系碩士論文。
- 張鴻邦（2010）。《解/重構台灣原住民族廣電政策》，東華大學民族發展研究所碩士論文。
- 張錦華（1997）。〈多元文化主義與我國廣播政策—以台灣原住民與客家族群為例〉，《廣播與電視》，3(1)：1-23。

- 黃黎明（1991）。〈台灣電視節目品質提升的瓶頸—獨立製作生存空間的省思〉
- 黃葳威、李佳玲（2005）。〈客家頻道文化行銷模式探討〉，「中華傳播學會 2005 年會」，台北：台灣大學。
- 廖峰香（1991）。〈成人教育與隔空教學〉，《中央月刊》，7：23-28。
- 劉莘（譯）（2003）。《當代政治哲學導論》，台北：聯經出版公司。（原書 Kymlicka, W. [2001]. *Contemporary political philosophy: An introduction*. Oxford University Press.）
- 劉慧雯（2007）。《客家文學戲劇產製之研究：以『寒夜』以及『魯冰花』兩部連續劇為例》。行政院客家委員會獎助客家學術研究計畫結案報告。
- 劉慧雯（2012）。《客家電視台在高等教育中的效用》。行政院客家委員會獎助客家學術研究計畫結案報告。
- 劉慧雯（2013）。《客家電視台節目型態得結構轉型：十年的現象回顧與成因探討》。客家委員會獎助客家學術研究計畫結案報告。
- 廣播與電視（1972）。〈電視節目廣告化問題漫談〉，《廣播與電視》，廣電事業協會，16：86-91。
- 蕭高彥（1998）。〈多元文化與承認政治論〉，蕭高彥、蘇文流（編），《多元主義》，頁 487-509。台北：中央研究院中山人文社會科學研究所。
- 鄭瑞城（1993）。〈頻率與頻道資源之管理與配用〉，《解構廣電媒體》。台北：澄社。
- Chirchill, G. A. Jr. (1995) *Marketing research*. Chicago, IL: The Dryden Press.
- Crabtree, B. F. & Miller, W. L. (Eds.) (1992). *Doing qualitative research*. Los Angeles, CA.: Sage.
- Malhotra, N. K. (1993) *Marketing research: An applied orientation*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- McQuail, D. (1992) *Media performance: Mass communication and the public interest*. London, UK: Sade Press.
- Kymlicka, W. (1995) *Multicultural citizenship: A liberal theory of minority rights*. Oxford, UK: Clarendon Press.
- Zikmund, W. G. (1994) *Business research methods*. Chicago, IL: The Dryden Press.

Drama production in Hakka TV: Producers' prospect

Hui-wen Liu^{*}

Abstract

Focusing on Hakka TV as a both ethnical and quasi-public channel, this study aims at understanding the production model in Hakka TV that made Hakka TV a frequent Golden Bell Award nominee and winner. By applying in-depth interview with key persons from outsourcing co-production companies, it is found that Hakka TV adopts diversified drama topics, respects professional workers, and makes rigorous but clear principles of executive editing policies helps production companies follow rules easily. In addition, it is also found that to promoting Hakka TV became an influential TV channel, interviewees suggest the channel to widen and adjust its marketing strategies.

Keywords: Hakka TV, drama

^{*} Hui-wen Liu is an Associate Professor of College of Communication, National Chengchi University. E-mail: huiwen@nccu.edu.tw.

