

客身研究

第十四卷 第二期

編輯委員會

(按姓名筆劃順序排列)

- 主 編 周錦宏／中央大學
- 編輯委員 林本炫／聯合大學
吳學明／中央大學
張陳基／聯合大學
張維安／陽明交通大學
黃紹恆／陽明交通大學
羅肇錦／中央大學
- 編輯顧問 孔邁隆／美國哥倫比亞大學
科大衛／香港中文大學
施添福／中央研究院
徐正光／中央研究院
勞格文／法國高等研究實驗學院
渡邊欣雄／東京都立大學名譽教授
蕭新煌／中央研究院
賴澤涵／中央大學
- 編輯助理 何佩珣、宋姿好、劉品萱
- 出版單位 國立中央大學客家學院
地 址 32001 桃園市中壢區中大路 300 號
出版日期 2021 年 12 月出版
刊 期 半年刊／每年六月、十二月出版
封面設計 易風格數位快印有限公司
排版印刷 文陵文具印刷事業有限公司

客身研究

第十四卷 第二期 2021.12

研究論文

- 客家數位能見度及其再現之研究：以 2020 年總統
大選為例…………… 1
劉慧雯
- 客家電視「暗夜新聞」、「遊客家 搞科學」之擬社
會互動效果研究…………… 41
李美華
- 神豬祭祀爭議的行動者網絡分析：以中壢仁海宮為
例…………… 101
彭賢富、石慧瑩
- 從屏東客家聚落發展類型與補助資源談臺灣客庄
發展議題…………… 151
鄭春發

書 評

評《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》的台馬客家族群差異…………… 199

黃信洋

尋找「同基異型」的客家性：評《海外客家研究的回顧與比較》…………… 215

白偉權

張翰璧、蕭新煌（編），2021，《臺灣的海外客家研究》…………… 237

張書銘

書評《客家想像的全球多樣化：浮現與蛻變》…………… 247

劉瑞超

全球在地化辯證下的客家過程：《沙巴客家的形成與發展》…………… 257

陳琮淵

研究論文

客家數位能見度及其再現之研究： 以 2020 年總統大選為例

劉慧雯*

國立政治大學新聞系教授

摘要

本研究以 2020 年總統大選為中心點，蒐集選舉前、後四個月社群媒體臉書上討論客家議題的資料，探究選舉前後客家人能見度（頻率）與再現框架的分析。本文透過臉書官方資料蒐集器以「客家＋客語＋母語＋客基法＋客公廣＋客家電視台＋客台＋講客」為關鍵字，篩選出 8,701 則貼文。透過兩階段資料清洗，將貼文欄位空白、例行節目表等貼文刪除後，獲得 3,322 則貼文為本文分析對象。

經過斷詞與詞頻排序後，本研究發現，在總統大選前後，臉

投稿日期：2021 年 8 月 11 日；接受日期：2022 年 8 月 8 日；刊登日期：2022 年 12 月。

* 通訊地址：台北市文山區指南路二段 64 號政大新聞系，電話：02-29393091 #62416，傳真：02-2939-3830，電子信箱：huiweng@nccu.edu.tw。

書上的客家議題集中在五項議題中：1. 候選人對母語教學的意見，及其子女的母語使用程度；2. 候選人客家後援會成立；3. 世界母語日；4. 疫情指揮中心邀請客家電視台記者即席翻譯防疫資訊；以及，5. 例行客家政策（如：浪漫台三線、桐花祭）。

本研究認為，雖然選舉時各類政策盡出，但對客家議題的呈現仍缺乏穩定長期政策的討論。不僅如此，在臉書上，有關客家族群的刻板印象亦未曾稍減。

關鍵字：客家形象、數位能見度、臉書、總統大選

Research Article

The visibility and Representation of Hakka on digital media: A case study of 2020 Presidential Election

Hui-Wen Liu

Professor, Department of Journalism, National Chengchi University

Abstract

Focusing on the 2020 presidential election, this research collects data on Hakka issues discussed on Facebook in the four months before and after the election day and tries to understand Hakka visibility and representation framework during the selected period of time. This article uses "Hakka + Hakka language + native language + The Hakka Fundamental Law + Hakka Broadcasting + Hakka TV station + Hakka Radio Station + speak Hakka" as the key words through Facebook data collector Crowd Tangle, and 8,701 posts are screened out. Through two-stage data cleaning, after deleting blank posts and routine program schedules, 3,322 posts were obtained as the analysis objects of this article.

After applying Chinese-segmentation and word frequency ranking, this study found that Hakka issues on Facebook were concentrated in five issues: 1. The candidate's opinions on mother

tongue teaching and fluency of their children's mother tongue use; 2. The establishment of candidates' Hakka Support Association; 3. International Mother Language Day; 4. The Center for Disease Control invites Hakka TV reporters to translate epidemic prevention information on the spot; and, 5. Routine Hakka policies (such as: Romantic Taiwan Route 3, Tonghua Festival). This study believes that although various policies have been discussed during the election, there is still a lack of stable long-term policy discussions on the presentation of Hakka issues. Not only that, but on Facebook, the stereotype about the Hakka community has not diminished.

Keyword: Hakka image, digital visibility, Facebook, Presidential election

一、研究背景與研究問題

自從還我母語運動、客家電視台成立，以及鄉土語文教學以來，客家人的能見度在台灣社會已大大提升。客家電視台 2018 年年底的收視質報告的調查結果顯示，自 2012 年以來，客家電視台的頻道知名度均在八成上下（見圖 1）：

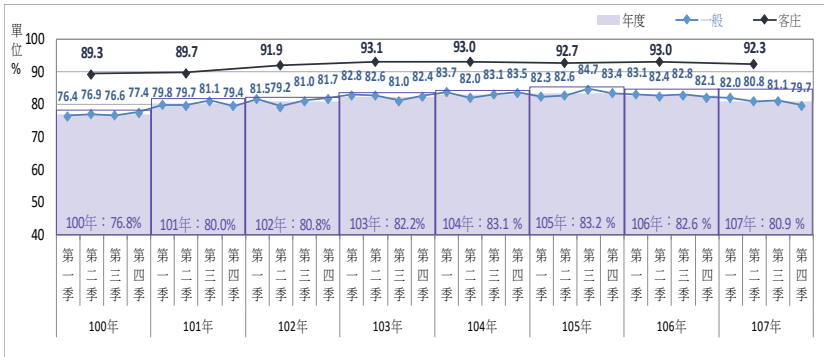


圖 1 客家電視台知名度（歷年調查）

資料來源：2018 客家電視台收視質研究計畫年度報告

客家台知名度與客家人能見度的提升，顯示出客家族群在台灣社會已經不再是隱形、難以接觸的族群。也正因如此，台灣政治（選舉）活動中，多年來亦常見各層級候選人提出「客家政見」。舉例來說，2000 年陳水扁就以成立客家委員會、客家電視台、桃竹苗三所大學增設客家學院為重要客家政見；2008 年馬英九競選的客家政見則是「客家事務預算四年倍增」以及推動客家基本法；2016 年蔡英文的客家政見，則包括了「創造客語學習環境」、「推廣客家文化藝術」、「建構客家區照顧醫療網」、「建立客家鄉村發展基金」及推動「國家級台三線客庄浪漫大道」等五個旗艦級計畫。

不僅如此，六都市長等級的選舉活動中，也經常可見各等級

候選人端出的客家政策。例如，2014 年的九合一大選中，有台中市市長候選人林佳龍提出的客語示範幼兒園、台中客家日等政見。同年，在更次等級的縣市長選舉中，則曾有嘉義市長候選人陳以真提出的「新客家」五大政見，表明要歷史文化造街，發展客家文創產業等。

由此可以看出，客家人的社會能見度不僅限於日常社會生活，更與政治選擇扣連在一起。在各種層級候選人爭相推出客家政見，且部分政見在時間流逝過程中被嚴格考驗是否付諸實行的今天，我們好奇，這些客家政見到底是植基（*embedded*）在日常生活中，確實有效協助客家族群發展語言文化保存的實質工作，還是競選期間，為拉攏客家選民的嘉年華式口號（參見：施正鋒 2012）？這些「客家政見」是否真如施正鋒所言，只要不挑戰主流社會價值，便可被允許為點綴社會生活的文化花招（施正鋒 2012.12.15）？選舉激情結束後，新聞媒體，又是如何給與客家能見度，如何構造客家人形象的？客家人在做為「選票」的時候，如何具有被談論的價值？這是本研究想要探討的問題。

為了確定客家族群在政治生活中被再現的能量與方式，本研究以 2020 年總統大選（2020 年 1 月 11 日）為中心點，蒐集選舉前、後四個月社群媒體臉書上討論客家議題的資料（即，2019 年 9 月 11 日至 2020 年 5 月 11 日），探究選舉前後客家人能見度與再現框架的分析。也就是說，本研究著重兩者對客家人的再現：政治人物（以其政見為主），以及社群媒體使用者。

為了更貼近社會事實，本研究的研究對象，是由社群媒體使用者在其公開貼文中不論轉載或創文發佈於其臉書粉絲專頁上的貼文，這有助於我們從源頭瞭解新世代數位閱聽人如何透過社群

媒體平台構成對客家人的印象。

近年來，多項研究調查顯示，全球各地數位原住民（digital natives，Tapscott 1998; Prensky 2010; Thomas 2011）接觸新聞的管道，已經不若過往那樣直接從大眾媒體取得（PEW 2013.10.23；張約翰 2016.02.12；劉慧雯 2020）；相對地，由於媒體使用習慣已轉向社群媒體，絕大多數年輕人選擇從社群媒體上直接獲取新聞訊息；而且，這個趨勢有越來越往年齡較高群體發展的趨勢。因此，針對臉書粉絲專頁轉載之內容進行能見度與再現框架研究，能讓我們瞭解客家再現的數位樣貌。同時，亦可銜接過去進行過的各種報紙、電視、電影等媒體對客家人的再現研究。尤其，臉書在臺灣流行已久，相較於更新興的社群媒體（如：Instagram），其使用者更多更廣，影響範圍自然也更大；也就是說，在臉書上進行的客家議題呈現，有更大的可能可以觸及更多社會成員。至於個人性質的社群媒體（如：Line），在資訊獲取上受限於使用者建立與加入的群組，同溫層效應更為厚實，對於希望改變族群再現、刻板印象的客家人來說，有實際上難以達成目標的困難。因此，本研究以臉書為研究對象。

二、相關文獻之回顧

本研究透過蒐集臉書粉絲專頁資料，希望瞭解數位閱聽人所能接觸到的「客家」意象。我們希望瞭解在選舉年時「客家」如何被臉書粉絲專頁再現。轉化後，前述問題意識形成了三個研究問題：

1. 選舉前後臉書使用者對「客家」的再現（頻率）分布狀況如何？

2. 選舉前後臉書使用者對「客家」的再現特徵為何？

3. 粉絲專頁小編是否以及如何以其眉批、摘要或評述等話語再現「客家」？

為了回答以上三個研究問題，本節將處理兩批文獻：「客家再現」以及「社群媒體與新聞／資訊接收」。

（一）客家再現

客家族群自 1987 年來的「還我母語」運動，在各種主客觀條件配合下，漸次完成了客家委員會成立、客語頻道設置、客家電視台成立、客家基本法通過施行、客家母語教學向下紮根於中小學……等項目。2018 年，更有有關「客家公共廣播集團」的倡議主題出現。不論如何，這些有關語言露出、傳播媒介使用的努力，都希望影響台灣社會所有族群，正視客家族群過去受到打壓的歷史，從而回復客語的社會地位。

也是在族群形象的大前提之下，客家委員會、桃竹苗三所大學客家學院等單位，亦鼓勵、獎勵客家學術研究的進行。因此，客家形象建構的研究一直是客家研究的重要主題。根據劉慧雯的整理（參見劉慧雯 2018b），客家運動的核心是語言復興（見林彥亨 2003），這使得能夠承載聲音的媒體成為客家族群的最為關注的社會運動成效。林彥亨（2003）認為，前工業時期與農業時代的鄉村生活，塑造了濃濃的鄉愁，使得最早期的客家運動中，經常描繪的就是受盡打壓的客家人形象。即使面對社會快速變化，這種對族群傳統喪失的擔憂，也一直圍繞著客家論述（見，林信丞 2003）。

另一方面，客語復興運動也促使研究者以「還我母語運動」

為研究核心進行客家形象分析。謝文華（2002）即採取語藝分析方法指出還我母語運動在不同時期的不同論述，以及其中的不同客家人形象。姜如珮（2003）的框架分析顯示，一般媒體中的客家節目常隱惡揚善，並以中原情懷等手法描述客家人。李美華、劉恩綺（2008）的內容分析也顯示，報紙上呈現的客家族群形象多與政治議題相關，而且多呈現「客家族群不屈不撓精神」。這個研究也指出，主流報紙對客家的描述雖然多偏正向，但是無形中卻也不斷複製族群刻板印象，缺乏深入文化內涵的報導。

也正是在李美華、劉恩綺（2008）的研究成果中我們發現，還我母語運動在客家電視台成立之後，被客家運動倡議者認為是母語運動的一大成效。但是，客家族群議題從此卻形成了缺乏單一明確主題的狀態，一般新聞媒體的報導，開始進入依附於政治活動的「客家人=選票」狀態中。這正是本提案在研究動機一節所言，各種層級候選人所端出的「客家政見」成為當前新聞媒體處理客家議題的簡便手法：在選舉之外，已經難有客家主題新聞。

鍾皓如（2003）的研究就發現，在新聞中出現的客家文化報導，常與政治人物如何設定分類系統、表明發話對象（常是「客籍選民」）有關，因而也就經常帶有政治說服的目的。這些較為近晚的研究顯示，政治事件與在地客家人的形象有著密切的關係。由此，本研究選定以 2020 年總統大選為核心，討論選前四個月，至選後四個月的新聞與臉書粉絲專頁資料，進行客家形象研究，希望從資料中說明客家形象與政治事件之間的關係。

（二）社群媒體與政治生活

從臉書在 2008 年推出繁體中文版以來，台灣閱聽人、媒體工作者乃至於社會觀察家在媒體效應評估、民主政治版圖解讀、社

會交往生活感受，乃至於廣告公關與媒體購買等工作上，沒有人可以忽略這個社群媒體在形塑與帶領意見上造成的效果與影響。在 2014 年 318 學運之後，伴隨著 2015 年年底的九合一大選，以及 2016 年年初的總統大選等政治事件後，也都可以讀到觀察家撰寫有關社群媒體在資訊傳遞、影響政治生活的評析文章（如：劉子維 2014.11.12；網路溫度計 2014.12.01；羅上修 2014；郭力昕 2016；謝汶均（編譯）2016.11.10 等）。這顯示，臉書已成為理解今日台灣社會非常重要的場域。

作為一種使用者生產內容（user-generated content, UGC）的平台，社群媒體／臉書的內容經常被認為是觀察「網路輿情」的重要根據地；特別是涉及政治制度、選舉結果、意見表達等社會參與事件，社群媒體上的意見，今日已經佔有如同民意調查雷同的地位。特別是 2010 年前後崛起的國內外政治明星，幾乎沒有人可以忽略透過社群媒體與選民溝通的重要性。美國第 44 任總統歐巴馬在 2008 年的競選活動以及 2014 年年底台北市長候選人柯文哲的臉書數據分析競選模式（參見：林毅祥 2014.12.27；高靖 2019 等）都是絕佳例證。

然而，到了 2016 年，美國第 46 屆總統選舉，社群媒體的能量以及傳播學術與實務界對其的討論，開始有了不同的焦點。2016 年美國總統大選前，包括《紐約時報》、《時代》雜誌等主流新聞媒體，以及在調查研究上素來享有盛名的 Pew Research Center 皆以選前各種民意調查結果，多階段、多次預測民主黨總統候選人將在大選中勝出。然而，實際的選舉結果出爐，卻由共和黨候選人當選。選舉結束後，社會觀察家、選舉與民調專家，乃至於網路與資訊社會專家，才展開了對共和黨候選人川普競選策略的實質分析。有學者就認為，川普的出線雖然相當程度上與美國的總

總統大選「選舉人制度」本身有關，但就選舉結果預測而言，選前民意調查過於依賴傳統調查路徑（如：電話、問卷），忽略了網路使用者與川普在網際網路上隨時以網路用語發言，同時善用各類型社群媒體平台動員選民情緒的特徵（見：喬木 2016.11.11）。

2017 年 1 月 6 日，CIA、FBI 與 NSA 等美國國家情報單位，向當時的美國總統歐巴馬與總統當選人川普分別提交「評估俄羅斯在美國總統大選中的活動與意圖」報告（參見：https://www.dni.gov/files/documents/ICA_2017_01.pdf，上網日期：2019 年 3 月 2 日），文中稱，俄羅斯確實以網路工具與情報干擾 2016 年的美國總統大選。這份報告的內容雖然沒有獲得俄羅斯的證明，卻對美式民主政治在網路時代的發展，投下了震撼彈。因為即使未能被證明為真，但是這些報告顯示，當代數位資訊的發展，特別是在社群媒體上特別明顯的同溫層效應，有可能改變人們對世界的認知，甚至進一步影響政治傾向，在實際的選舉中，做出不同與以往的決策。

2018 年 3 月底，英國報紙《衛報》報導，英國電視台 Channel 4 的臥底記者在商業諮詢公司「劍橋分析」內蒐集到該公司對五千萬個臉書用戶資訊作詳細分析，並進一步提供數據給政治人物，甚至提供廣告投放、競選策略的操盤建議。由於 2016 年川普正是雇用劍橋分析為其投放競選廣告，這使得當時大受選舉結果驚嚇的美國政界，不得不開始重視社群媒體對政治生活的巨大、實質影響。

劍橋分析事件的實質影響，不是指誰真正當選了美國總統，而是，藉由心理學與數據分析的結合效果，社群媒體操盤手可以針對特定人格投放特定內容，並順利產生說服效果，進而影響一

般選民對候選人的態度意見、投票意願與傾向，最終決定了選舉結果。在越來越多人直接在社群媒體上接收新聞資訊的年代，這些包裝成新聞資訊的內容，常被誤以為具有新聞所具有真實性而被照單全收。再加上同溫層、回聲效應等，一個圍繞在類似訊息中的個人，就更容易因為「西瓜偎大邊」或「沈默螺旋」效果，轉而趨向認同特定訊息內容。BBC 中文網在劍橋事件後三個月，製作了一個長約三分鐘的短片，說明「大數據如何比家人伴侶更瞭解你」（參見：<https://www.bbc.com/zhongwen/trad/world-43681199>），完整說明了社群數據分析與操盤已經被深化為一門結合各種學問的高深技巧。

由此，社群媒體與政治生活之間的關係，已經昭然若揭。社群媒體在年輕世代中，幾乎要完全取代傳統大眾媒體，成為年輕世代主要的資訊來源。在此前提下，考察選舉前後數位閱聽人所接觸的資訊，有助於我們認識特定議題被表達的邏輯、型態與結果。

三、研究方法、執行步驟與執行進度

為了瞭解臉書粉絲專頁對客家的再現能見度與框架，本研究將採取兩階段分析。第一階段以數據方法，利用 Facebook 官方粉絲專頁資料蒐集器 Crowd Tangle 大規模蒐集在研究時期中，發布於臉書粉絲專頁、在個人帳號公開貼文（開地球）且符合本研究設定之關鍵詞字組之所有貼文。在第二階段中，本研究將研究區間（2019.09.11~2020.05.11）中出現「客家」一詞的新聞篩選出來，進行再現框架分析。經由此二階段，我們便可分析出客家族群在選舉前後的再現能量（數量）與框架狀態。茲將本研究之研究方

法詳細說明如下。最後，我們將進行選舉前後的能見度與再現框架比較。

本研究選擇臉書為研究標的，原因在於臉書是臺灣地區最受歡迎的社群媒體，活躍的用戶超過 1900 萬，相當於臺灣八成人口數。網路觀察家 Naomi(2018.04.15)根據社交媒體營銷公司 We Are Social 以及品牌管理服務商 Hootsuite 所提供的 2017 年臺灣網路使用者的社群媒體行為數據整理的報告指出，臉書不但是臺灣人使用最多的社群網站，同時，即使在全球臉書使用者逐漸老化的情況下，臺灣地區使用臉書最多的人仍是 25-35 歲上班族，大約有 510 萬人，即使再次少人的組別（35-44 歲組），臉書亦擁有 430 萬使用者。這顯示，若想在大眾媒體之外，接觸臺灣青壯族群，臉書可以一次一網打盡近千萬使用者，可能是所有社群平台中最有效率的接觸管道。

由於臉書使用者眾多，且絕大多數臺灣使用者都是活躍用戶（亦即，每個月至少登入一次），整體留下的數位足跡相當可觀。因此，若要進行相對全面的考察，就必須利用數據/程式工具。在現有客家研究中，雖已可見對網頁資訊的大數據討論（例如：劉慧雯 2017；施雅惠 2020；Hu, Chang, & Lin 2021），但利用臉書官方資料蒐集器進行大選前後族群再現研究，是本研究創新之處。

本研究將使用臉書官方經營的蒐集器 Crowd Tangle 蒐集資料，完整蒐集特定時間區間內，所有發佈於臉書的公開內容。這也是在客家研究中首次引進 Crowd Tangle 為研究工具，對於未來想要從事客家臉書呈現／再現的研究者來說，可以提供合理的研究步驟與研究設計。

(一) 第一階段：以系統工具蒐集資料

本研究蒐集所有粉絲專頁、公開社團、公開的個人帳號之貼文於研究區間八個關鍵字客家相關關鍵字為篩選機制，盡可能蒐集在研究區間中與客家相關的新聞。臉書對個人帳號有朋友清單五千人的上限，因此有超過此數的社交需求者大多經營粉絲專頁替代個人帳號。粉絲專頁是公開的資訊，任何人無論是否加入粉絲團，都可以隨意閱覽粉絲專頁的貼文、留言等內容。社團則可以選擇公開（自由瀏覽、留言）、半公開（可自由瀏覽，但僅限社團成員留言）以及封閉（僅社團成員可瀏覽、留言）等型態。本研究的目標是瞭解客家族群的數位形象，因此希望盡可能擴大資料蒐集的範圍。因此，凡是臉書粉絲專頁（內容均公開）以及公開社團（可自由瀏覽與留言）等資訊都在研究範圍中。

接著，為了方便進行主題分析，本研究將使用 *nodejeiba*（多譯為「結巴」）進行中文斷詞處理（*Chinese segmentation*）。*Nodejeiba* 是中文開放碼源社群開發的中文斷詞器，其功能是將寫作成一句、一段或一整篇文章以「語詞」為單位做斷詞處理。經過斷詞處理後，可以計算每一詞語在一批文本中出現的頻率（詞頻），由此可以將所有詞語排序，瞭解為特定主題最常使用的詞語為何，從而瞭解該主題的內涵與屬性。除此之外，利用其他文本分析套件（如：*Corpro*，參見：<http://dh.lis.ntu.edu.tw/resource.html>）則可以分析詞語共現（哪些詞彙一起出現）、詞語叢集（哪些詞彙群聚在一起）、詞語脈絡（任一詞語出現的上下脈絡）等。中文斷詞可說是以數據方法考察文本意義在處理中文文本時，必須完成的第一個工作。

Nodejeiba 在處理社群資料方面至少有兩個優點：第一，

nodejeiba 為開源程式，無須另外負擔使用費；第二，nodejeiba 支援自建字典，因此可以針對特定主題先建立斷詞字典。自建字典的好處在於，研究者只要能掌握研究主題的特殊性，就可以提高斷詞正確率。例如，在選舉新聞研究中，可以事先將候選人名單鍵入自建辭典中，在斷詞過程中就可以將這些人名詞成功斷出；例如：「蔡英文」不會被斷成「蔡」、「英文」。不支援自建辭典的斷詞器依賴既有辭典作為斷詞依據，因此在面對首次出現的「新人名」時，即便真實社會已經討論得鬧熱滾滾（例如：2014 年選舉時的柯文哲、洪慈庸等，皆是選舉開始之後立刻竄升的政治新星），討論度極大，但對既有斷詞器來說，卻是從未認識過的「新詞彙」，系統無法指認（參見：劉慧雯 2018a）。因此，自建字典功能對於我們正確指出哪位候選人常用哪些詞彙等資訊，有非常大的幫助。同樣的，在處理客家議題時，我們可以事先依據客家相關領域知識（domain knowledge）建立人名（如：歷屆客委會主委）、事件（如：還我母語運動）、專有或特用詞彙等（如六大腔調），協助工具進行符合情境的斷詞優化工作。

（二）第二階段：再現框架分析

前一階段斷詞處理後，將詞頻、共現、詞叢等工具產出結果依照實際選舉事件的種種脈絡，找出各種詞彙出現的可能模型，從而建立以數據成果為基底的框架分析。

框架分析是傳播研究針對傳播內容經常採取的分析模式。框架分析的基本架設來自議題設定（agenda-setting）假設，也就是認為新聞報導使用的語言中，會設定議題的屬性，促使閱聽人以特定的方式來理解該議題（參見 McCombs 2005）。在這個假設前提下，1993 年由 Entman 首先進行了議題設定假設中的框架研究。

Entman (1993) 的研究發現，由於社會成員對特定屬性的價值有偏好與嫌惡的傾向，因此，當特定議題被關連在偏好的價值體系時，社會成員就容易對該議題產生較為正面的觀感。例如，徐美苓、熊培伶、賴若函、吳姿嫻、施馨堯 (2011) 等人的研究就發現，臺灣地區新聞報導對愛滋病的描述，在 2004-2007 年間呈現出四種不同的詞語聯繫關係：「可被醫治的病」、「受害者」、「無可救藥的失敗者」以及「加害者／失序者」等。其中「加害者／失序者」的數量又最多，這使得愛滋病在這段時間中被說明為相當負面的疾病。

框架分析顯示了資訊呈現時的各種「選擇」機制，同時也展現了說話者（通常是新聞記者）如何將一個原本可能並無偏向的議題，導入特定認知方向，並進一步影響了資訊接收者的態度。這個概括的研究結論，對要求母語形象恢復的客家人來說，是重要的啟發。

在大數據以及數位足跡逐漸成為傳播研究的重要方法與對象後，有關新聞框架的研究，也開始得利於數據方法。盧安邦、鄭宇君 (2017) 就曾以數據工具蒐集並分析特定時間中有關「反核+核能+核四」關鍵字的公眾訊息，並且以前述詞頻、共現等方法，加上情緒分析，將數位資料清洗處理後，再以質性方法分析其再現框架。研究結果顯示，在爭議性的話題中，意見雙方不一定直接採取對立的語言使用模型。相對地，由於網路文化本身的影響，在像是核四這種長期爭議的議題上，已經出現進化為酸語、反諷，乃至於會利用對手論述中的核心概念進行論點攻防的情況。

為了有效處理這批文本，本研究採取數據方法，以系統工具協助進行蒐集與斷詞工作。在這個過程中，透過詞頻排序，更可

以進一步瞭解新聞報導在處理客家事務時，較常使用的屬性，從中理解目前新聞媒體從業人員在選舉前後是否，以及如何對客家報導採取不同角度。由此，過去對「客家形象」的小規模處理，可在本研究中進入大規模階段。

四、研究資料分析

(一) 量性分析：兩階段資料清洗與分析

本研究透過臉書官方資料蒐集器 Crowd Tangle，蒐集 2020 年總統大選前後四個月，共計 243 天，在臉書粉絲專頁、公開社團下的公開貼文，並以「客家+客語+母語+客基法+客公廣+客家電視台+客台+講客」等八個關鍵字（以加號連接，取聯集）初步篩選出與客家相關的貼文。本研究在此階段所獲得的貼文數量共計有 2,145 個粉絲專頁貼出 8,701 則貼文；平均每個粉絲專頁貼出 4 則客家相關資訊。不過，如果深入考察便可發現，有 1,387 個粉絲專頁僅貼出一則客家訊息，佔全體粉絲專頁 64.7%，已超過半數。這個比例顯示，本研究蒐集到的粉絲專頁或社團中，多數並非長期或深入關注客家議題。

為了區分並呈現不同目標粉絲專頁與社團在貼文上的特徵，本研究從「消息來源」的角度將所有粉絲專頁分為「政府組織」、「媒體」與「客屬私部門組織或團體」等三類，以及無法併入前述三類的「其他類」。這個分類，有助於吾人瞭解是哪些機構、組織與/或公眾人物會關注客家議題，進而在大選前後在臉書上張貼客家相關資訊。初步的蒐集結果，「政府組織」貼文數共計 1,083 則，「媒體」共計 1,866 則，「客屬私部門組織或團體」共計 1,115 則。無法分入前三類的「其他」則共有 4,637 則貼文。換言之，「其

他類」粉絲專頁的貼文佔本次蒐集資訊量的一半以上。在經過兩階段清洗後(清洗標準與說明見下文),最終分析的貼文數為 3,322 則;本研究將於最終階段說明「其他類」的貼文特徵。

由此,為了掌握客家再現在大選年的基本樣貌,本研究特別著重那些由機構、組織經營的社團與粉專。這是因為,這些帳號經營較為穩定,

這四類粉絲專頁所涵蓋的粉絲專頁包括:

●政府組織。由中央或地方政府組織為名稱、名義所開設的粉絲專頁。例如:客家委員會、地方政府客家事務局、文化部、平鎮區公所……等。

●媒體。具有生產媒介內容,且定期向一般大眾播送揭露該內容的媒體組織機構。例如:蘋果日報、講客電台、客家電視台……等。

●客屬非政府組織(圖表中簡稱「非府組織」)。以「客家人」、「客庄」為組成要件的私部門組織、機構或社團。例如:我是新屋人、美濃客家文物館、海外客家網……等。

●其他類。非前述三類,但具有公開發送本研究主題相關資訊的其他公開帳號或粉絲專頁。如:個人粉絲專頁、綜合性粉絲專頁等,如:黑特成功、iCook 愛料理、自由爆料公社……等。

1. 所有貼文分析

若將貼文分布的情況以一週為單位,可以看到各類型粉絲專頁張貼客家相關資訊的數量分配與變化如圖 2:

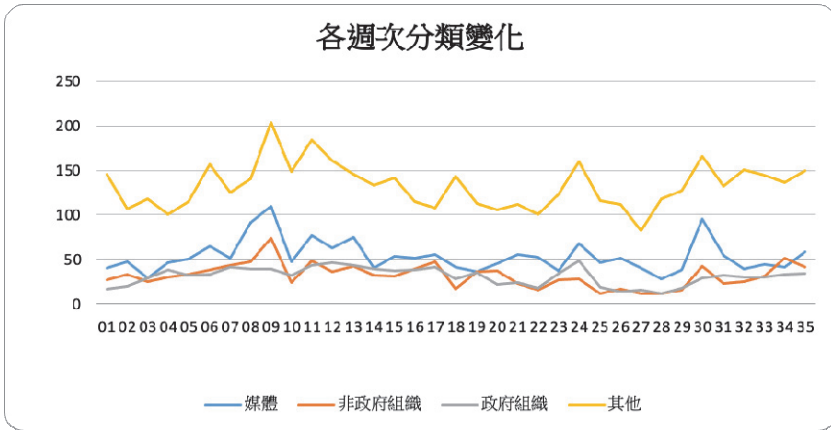


圖 2 四類粉絲專頁貼文（8,701 則）數量分週變化圖

從圖 2 可以查知，除了其他類粉絲專頁的總和外，媒體是最多客家相關資訊的集結地，至於客屬非政府組織與政府單位則互有消長。

值得注意的是，在研究區間內雖然每個粉絲專頁平均貼出了約 4 則貼文，但實際上研究調查的 8 個月期間內，有 1,387 個粉絲專頁僅貼出了一則客家相關訊息。換言之，約有六成五的粉絲專頁僅能算是「偶然」張貼客家相關資訊，並非常態性的關注客家議題。由這種偶然的貼文也可以看到，在這 1,387 個粉絲專頁中，也難有政策議題的連續性討論。

2. 有內容貼文分析

針對這筆超過八千則的貼文，本研究在初步檢視貼文後發現，部分貼文因直接張貼連結，沒有文字，因此在 Crowd Tangle 資料集中顯示貼文內容為空白。由於我們無法對空白內容進行分析，因此第一階段將貼文內容為空白的資料刪除；此舉可能低估透過「直接轉貼」所形塑的客家意象。本階段資料清洗結束後，

剩餘貼文數量為 5,436 則。

在此階段，四類粉絲專頁在每週張貼客家相關議題的分布如圖 3。

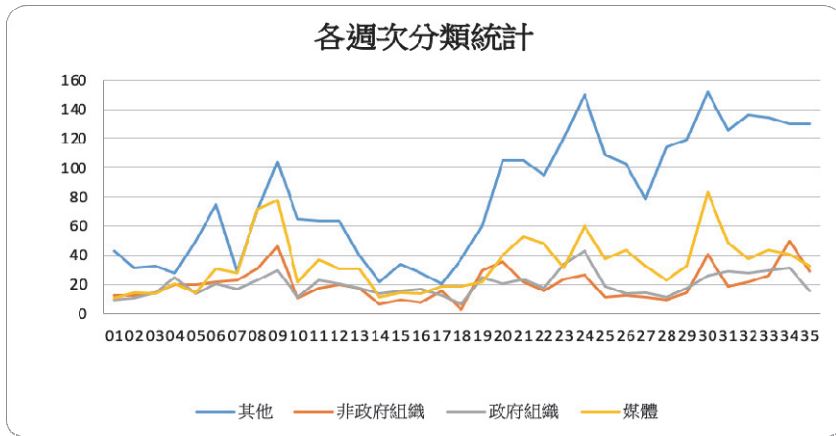


圖 3：第一階段資料清洗後（5,436 則）四類粉絲專頁貼文數量分週變化圖

第一階段為內容有具體文字的貼文。從分布中可以發現，媒體對客家議題最為關注的**第 9 週**、**第 24 週**以及**第 30 週**。對照這些議題可以發現以下特徵：

(1) 第 9 週（2019/11/06～2019/11/12）的主要議題是國民黨籍總統候選人韓國瑜提出「在家學母語」政見，引發各種意見者的評論。此事到了第 10 週（2019/11/13～2019/11/19）則進一步發展為該候選人子女無法熟練使用其母語（指河洛語）的影片流出，引起另一波對其政見的反應。由這個議題引發的貼文高峰可以看出，大選期間的客家討論，包裹在廣義的「母語」議題中。雖然在概念層次上並無不可，然而客語本身因為瀕危狀態而需要的特殊關注，被「母語」這個更大、更抽象的概念涵蓋，甚至消融。另一方面，也正因為候選人本身族群身份的關係，使得客語無法

在「母語」概念中成為核心議題。換言之，更多客籍人士的參政，有可能有助於客語在母語議題中脫穎而出，成為真正被討論的對象。

(2) 從圖 2 亦可看到，第 24 週（2020/02/19~2020/02/25）這週恰好遇到 2 月 21 日「世界母語日」，自然受到以「還我母語」為公共政策最重要素求的客語族群的重視。比較值得注意的是，關心世界母語日的除了客家族群外，包括原住民語、河洛語相關社團亦高度重視母語的發展；這些粉絲專頁在論及母語日的宣言、各國政策時，不僅關注自己族群的語言發展，更利用 hashtag(#) 符號將臺灣島內被視為母語的語言標注出來。這也使得此週客語議題數量大增。不過，從河洛語粉專、原民語粉專的討論、標籤來看，如同第 9 週的議題層次一樣，客語在相當程度上也是包裹在「母語」的概念中，仍無法獨立地在政策上成為受到關注的對象。

(3) 最後，同時媒體與非政府組織在第 30 週（2020/04/01~2020/04/07）也有一波對客家議題的關注；這是因為在中央流行疫情指揮中心的記者會上，衛福部長陳時中考慮客語族群的防疫資訊需求，臨時點名客家電視台記者蘇韋宣上台協助將新聞稿翻譯為客語發音。在本次研究的「其他」粉絲專頁間，此事成為值得大書特書的重要事件。回顧這段時間的發文，與客家相關的粉絲專頁（如：「涯係客家人」粉絲專頁）大力稱讚客台記者即興發揮的功力，並且廣傳「客語防疫宣導」。事實上，中央流行疫情指揮中心徵召電視時段播出的「防疫新生活運動」早已有客語版，只不過，這是第一次在防疫直播記者會中出現客語。由此亦顯見，客語族群對於在公共場域以客語發言仍十分在意。同時，儘管社群媒體已經常見於日常生活中，但大眾媒體仍是客語宣傳的重要

通道。

3. 刪除節目預告

資料清洗的第二階段，是將「節目預告」刪除。人工檢視發現，有相當數量粉絲專頁貼文主要是預告講客電台、客家電視台、民間小功率電台的節目內容。這些內容僅提到節目名稱、播出時間、主持人等資訊，沒有其他內容。由於節目資訊有週期性，且容易因為主持人、節目製作單位粉絲專頁分享與宣傳而被多次提及，因此若將這類資料納入，可能高估特定詞會被計算的數量。加以，多數粉絲專頁上會出現的是節目名稱，而節目排程與客家族群遇到特殊事件（如：本研究設定之總統大選）關連性較低，因此較無法展現本計畫研究問題相關之特徵。是以，本研究資料清洗的第二階段將「節目預告」刪除後，剩餘貼文數量是 3,322 則，粉絲專頁則計有 1,328 個。本研究最終以這 3,322 則內容為主要分析對象。

圖 4 顯示第二階段清洗後，四類粉絲專頁張貼客家資訊在每週的分布情況。

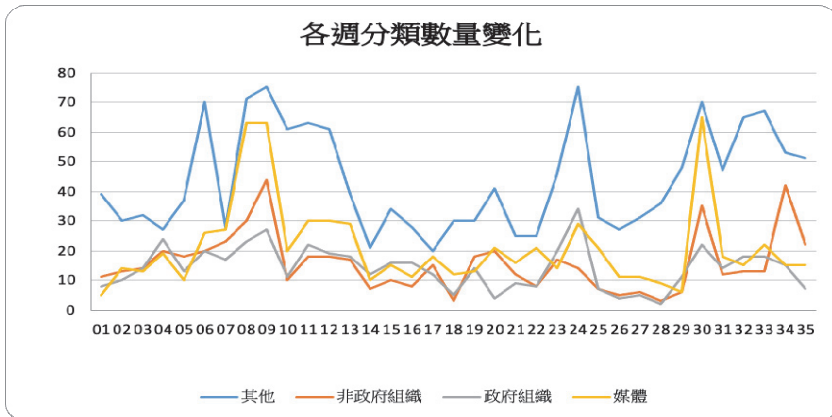


圖 4 第二階段清洗後（3,322 則）四類粉絲專頁貼文數量分週變化圖

由圖 2 到圖 4，經過兩階段清洗之後，可以清楚看到，除去沒有內文的貼文與節目預告後，貼文狀態出現了比較大的起伏；因此我們可以進一步討論哪些週次出現較多貼文，並比對具體政治社會環境中的事件。

第二階段清洗後因保留了資訊的實質意義，有助於我們瞭解不同類型粉絲專頁如何處理客家相關議題。除了前一階段討論過的第 9 週「回家教母語」及其後續影片、第 24 週「世界母語日」、第 30 週「防疫中心記者會客語即時翻譯」等三個事件外，大致可以進一步說明重要事件如下：

(1) 「其他」類粉絲專頁在第 6 週（2019/10/16~2019/10/22）有大量貼文，經查發現，在這段時間中，客委會主導的「台三線藝術季」、高雄市政府主導的「六堆客庄馬拉松」、台北市政府主導的「北市客家義民嘉年華」等活動，都在本週上場，吸引了大量客家相關個人或社團的分享轉貼。在這一週中，媒體也展現了較高的關注，原因是民進黨成立「客家助選團」。換言之，在本次觀察區間內，因為大選產生的議題討論仍與政黨結合，而且多半並非對議題實質內容作討論，而是以競選活動為主。

(2) 「其他」類粉絲專頁在第 34、35 週（2020/04/29~2020/05/11）這兩週貼出了相當數量與「桐花祭」有關的貼文，並在疫情已趨於緩和的時間點上，貼出大量客家美食、客庄旅遊等資訊。同時，第 34 週亦是初級客語認證的報名時間，此訊息亦受到各類型個人或社團的關注，相互提醒要注意報名時間。也就是說，這類議題屬於例行行政工作，與是否為選舉年沒有關係。

(3) 除了前述受到關注的事件外，「媒體」類粉絲專頁在第 11 週（2019/11/20~2019/11/26）出現了貼文次高峰。這段時間中，

國民黨籍總統候選人韓國瑜成立「客家同鄉會」並爆出查帳爭議；民進黨客家部亦成立助講團；桃園市成立客家挺小英後援會...等。顯示選舉前一個半月，媒體關注的客家議題，皆與競選活動有關。可惜的是，在此過程中，媒體僅關心後援會、力挺等事件，並未將候選人客家政策視為報導重點。

4. 佔數超過一半的「其他類」

除了上述事件外，從初步資料蒐集階段到最終階段，「其他類」的貼文一直都佔本研究整體研究數量的一半以上；這顯示，即使在大選前後，由政府部門、客屬非政府組織以及媒體，對客家議題的關注，總和仍不及這些分散在各領域的個別粉絲專頁。

經過兩階段清洗後，在最終分析階段的 3,322 則貼文中，含有 1,532 則分類在「其他類」的貼文。這些貼文是由 794 個粉絲專頁與社團所張貼，不過，其中有 562 個粉絲專頁在本文研究時間區間中，僅張貼一則貼文。這顯示，貢獻了半數貼文的「其他類」粉絲專頁，事實上對客家事務的關注也是非常短暫、淺薄的。表 1 呈現在「其他類」中，貼文數從 1 則到 30 則（30 為最大數）的粉絲專頁分佈狀況：

表 1 最終階段「其他類」粉絲專頁與公開社團貼文數量分佈表

貼文數	粉絲專頁與 公開社團數量	百分比 (累積百分比)	粉絲專頁或 公開社團舉例
1	564	71.0 (71.0)	農村武裝青年 小兔小安*旅遊札記
2	104/668	13.1 (84.1)	桃園吃喝玩樂讚
3	54/722	6.8 (90.9)	JeRR PS Rion
4	20/742	2.5 (93.5)	肥到深處無怨油~徐天麟
5	11/753	1.4 (94.8)	Yuki's Life
6	10/763	1.3 (96.1)	馬修連恩 Matthew Lien 官方粉絲團
7	7/770	0.8 (97)	亞莉的好客廚房
8	6/776	0.8 (97.7)	中平路故事館
9	2/778	0.3 (98)	見域 Citilens
10	1/779	0.1 (98.1)	王齡嬌·由心服務
11	1/780	0.1 (98.2)	鄉民食堂
12	5/785	0.6 (98.9)	吃喝玩樂 竹縣 go 藝思 ICook 愛料理 竹縣好好玩 黑特南一中 2.0
13	2/787	0.3 (99.1)	風味美食網 新竹故事館
14	2/789	0.3 (99.4)	溫士凱 Danny Wen 生祥樂隊
15	1/790	0.1 (99.5)	美食宝典
18	1/791	0.1 (99.6)	羅文裕 WING
19	1/792	0.1 (99.7)	客家妹—陳明珠
22	1/793	0.1 (99.9)	足英台三聲道磅米芳
30	1/794	0.1 (100)	美食~烘焙食譜區
小計		794	

說明：本研究蒐集之粉絲專頁與公開社團部分並非由臺灣使用者所建立，表 1 中所列繁簡中文，為該粉絲專頁原始用字。

由表 1 可以看出，超過七成其他類粉絲團僅貼文一次，九成以上的粉絲團更是貼文不超過三則；這顯示，其他類粉絲專頁與公開社團對客家事務的關注絕大多數僅是偶一為之。表 1 將貼文超過 10（含）則的 16 個粉絲專頁或公開社團逐一列出，我們發現其中有 8 個屬於吃喝玩樂類型（「鄉民食堂」、「吃喝玩樂」、「竹縣 go 藝思」、「iCook 愛料理」、「竹縣好好玩」、「風味美食館」、「美食寶典」、「美食～烘焙食譜區」）；6 個個人粉絲專頁（王齡嬌、溫士凱、生祥、羅文裕、陳明珠、足英台三聲道磅米芳）；以及兩個以身份為集合的粉絲專頁或社團（南一中、新竹）。整體看來，不論客家相關貼文多寡，在其他類中，最常見的就是吃喝玩樂（尤其是食譜、做菜類型）以及地區社團。在前述分週次的分析中已經看到的幾個重點事件，也是貼文較多次粉絲專頁或公開社團關注的議題；不過，除此之外，即使在總統大選前後其他類粉絲專頁並沒有不同於前三類粉專的特殊表現。

（二）質性分析：大選年客家議題的主題

1. 高頻字詞隱含的刻板印象

若從臉書粉絲專頁的內文試著理解總統大選前後四個月的客家議題便可發現，儘管有總統大選這個重要議題，然而絕大多數貼文仍圍繞在客家族群給社會的既定刻板印象；舉凡美食、客庄旅遊、節儉等，都是常見的主題。本研究主持人在資料清洗過程中逐一檢視所有貼文，並將「節目預告」類型的貼文刪除。在清洗過程中，發現了粉絲專頁常用貼文字詞；表 2 是內文欄斷詞計算詞頻之後的高頻詞列表。

表 2 內容欄位「高詞頻詞」與「次數」列表

客家	5944	bit.li	631	講客	443
http	4174	新竹	582	桃園	439
文化	1449	客家人	573	桐花	406
臺灣	1405	客家文化	566	www.youtube.com	391
母語	1381	苗栗	534	客庄	331
活動	1021	台語	533	美濃	329
語言	854	藝術	496	(台)三線	322
客語	687	美食	449	浪漫(台三線)	313

從表 1 的結果來看，客語／母語／語言、美食／藝術、客庄／美濃／台三線等三組概念，分別屬於語言、文化與地理三個角度，基本上就是粉絲專頁貼文的主要內容。這與李美華、劉恩綺（2008）的研究出入不大。

將高頻字與前段量性分析的結果相互參照便可以發現，在大選年比較突出的客家議題，圍繞在候選人對母語教學的意見與作法，以及候選人成立客家後援會等事件上。這些事件雖然引起了社群媒體經營者的關注，但因並非結構地改變客語、客語學習的社會地位，因此也就曇花一現，隨著選舉議題的變化而消失，難以累積成連續的政策。

比較值得重視的是，儘管「客庄」所代表的客家族群群聚地一直都是客家相關議題中常出現的主題，不過，「浪漫」、「浪漫台三線」、「三線」等詞彙明顯與客委會所提產業政策有關。因此，我們也可以反過來說，大選年在缺乏重要客家政策的前提下，平常時期主管機關（如：客家委員會、縣市政府客家事務相關局處）進行中的政策推動工作，就足以拿出來成為各政黨宣揚客家政策與績效的成果。換言之，客家政策與客家語言文化的推動，重心仍在客家事務主管單位的例行活動中，而不在大選候選人的政策

中。

2. 客家再現：另一種刻板印象表達法

在本次分析的資料中出現相當數量「其他」類粉絲專頁，這些「其他」粉絲專頁不但面貌多元，且客家相關貼文的數量驚人，由表 3 可看出其每週貼文量大多領先「媒體」、「政府部門」、「非政府組織」等三類。

表 3 四類型粉絲專頁各週貼文數量表

	分類				總計
	其他	非政府組織	政府組織	媒體	
週次 01	39	11	8	5	63
02	30	13	10	14	67
03	32	14	14	13	73
04	27	20	24	19	90
05	37	18	13	10	78
06	70	20	20	26	136
07	28	23	17	27	95
08	71	30	23	63	187
09	75	44	27	63	209
10	61	10	11	20	102
11	63	18	22	30	133
12	61	18	19	30	128
13	39	17	18	29	103
14	21	7	12	10	50
15	34	10	16	15	75
16	28	8	16	11	63
17	20	15	12	18	65
18	30	3	5	12	50

19	30	18	14	13	75
20	41	20	4	21	86
21	25	12	9	16	62
22	25	8	8	21	62
23	46	17	20	14	97
24	75	14	34	29	152
25	31	7	7	21	66
26	27	5	4	11	47
27	31	6	5	11	53
28	36	3	2	9	50
29	48	6	11	6	71
30	70	35	22	65	192
31	47	12	14	18	91
32	65	13	18	15	111
33	67	13	18	22	120
34	53	42	15	15	125
35	51	22	7	15	95
總計	1534	552	499	737	3322

說明：粗體灰底是數量超過總數一半之週次

表 3 顯示，「其他類」粉絲專頁的貼文幾乎佔所有貼文量的一半（46.2%），同時，不論哪一週，「其他類」粉絲專頁的貼文數量都超過其他三類；其中，有 11 週（表 3 中粗體灰底週）貼文佔比超過總數之一半。

除了個人經營的粉絲專頁，在前一節所提及的特殊事件（如：總統候選人成立客家助選團、世界母語日、客語認證報名截止……等）會引發其他類粉絲專頁的貼文外，還有一種頗為特殊的客家相關貼文出現，而這種類型貼文，顯然與對客家族群的刻板印象

有關。

從第一週開始，就出現了「靠北中興」貼出的內容：「有沒有同學可以分享學餐的客家吃法，預算不能超過 75 而且份量要大最好有肉又有菜。」第二週的「黑特南一中 2.0」則有「同學是客家人怎麼辦？」等貼文。整理後發現，在「靠北」、「黑特」系列粉絲專頁中，大量出現以「客家人」為隱喻 (metaphor) 的貼文，目的都在呈現「客家人小氣」的刻板印象。我們將此類貼文整理為表 4。

表 4 黑特與靠北粉絲專頁對客家人之描述一覽表

週	粉絲專頁名稱	貼文日期	貼文內容
1	靠北中興	2019.09.17	有沒有同學可以分享學餐的 客家吃法 ，預算不能超過 75 而且份量要大最好有肉又有菜。
2	黑特南一中	2019.09.21	同學是客家人怎麼辦？
3	黑特家齊	2019.09.26	客家人最討厭什麼？ 藥，因為 medicine， 沒得省 7 秒就學會一個單字，右腦圖像學習法我們下次再見
5	靠北必勝客	2019.10.14	身為一個必勝客家人 說說你們怎麼省的
6	黑特南一中	2019.10.22	各位真一中的學生可以有點素質嗎？不要消費客家人 客家人是不消費的
8	黑特南一中	2019.10.30	明天可以穿個垃圾袋說我扮演 客家鬼 嗎
9	黑特南一中	2019.11.10	請問客家人都怎麼 把吵架的時間省下來 ？
9	黑特南一中 2.0	2019.11.11	客家人會不會到最後太省以至於把「省下來」這個動作給省下來啊？
10	黑特南一中 2.0	2019.11.16	為什麼女中買我們的紀念品跟我們的價格一樣然後我們買他們的卻要貴 5 元是他們學生會 太客家 還是我們學生會客家到吵不贏女中

			的
12	黑特 磐石	2019.11.28	普一某男同學到底為什麼不洗澡還要一直跟別人宣傳現在是要大肆宣揚 客家精神 嗎
18	靠北 全家	2020.01.11	靠北苗栗國全家代收加購不給寄杯我整個問號因為我空汙國都可以寄杯所以我大概重複問了三次店員應該會覺得我是 奧客 aka 客家精神
20	黑特 南一中	2020.01.26	客家人出去都開什麼道？。 。 。 。 。 。 。 。 。 省道
21	黑特 南一中	2020.01.27	一般人：人之初，性本善 客家人：人之初 ， ， ， ， 要記賬
22	靠北 中興	2020.01.30	How 客家 you?
26	特急件 小周的人渣 文本	2020.03.10	運費七塊很貴？批評前先想想自己有沒有客家血統。有些事情只有我們神族…… 省族才能抱怨 。
30	黑特 南一中	2020.04.07	什麼人喜歡下雨天？客家人（因為他們終於可以洗澡了）
33	靠北 台中一中 2.0	2020.04.28	40 人份的蛋花湯只丟 2 顆蛋下去真是客家人的驕傲（節錄）

表 4 蒐集到的資訊顯示，無論在哪個時期，總是有粉絲專頁拿「客家人節省」這個刻板印象來作文章。在第 18 週的靠北中興粉絲專頁有一則貼文說「可以不要一直消費客家人嗎？別人的民族被你們變成貶義詞自以為很幽默？」雖然這類粉絲專頁原本即是以憎恨、反串為貼文發言的目標，然而從所蒐集到得資訊卻可以發現，部分粉絲專頁貼文已經變本加厲，甚至到了任何事都可以展示對客家族群刻板印象的地步。

3. 小結

整體而言，本研究雖針對 2020 年總統大選前後四個月在臉書粉絲專頁上的公開貼文進行分析，試圖瞭解大選年客家議題的出

現狀況，但很可惜的是，儘管大選影響國家社會深遠，但除了成立助選團、候選人子女學習母語情況、疫情期間母語宣傳等活動外，並未看見具體的客家政策。不僅如此，此次地毯式蒐集資料也同時發現，少數特定粉絲專頁樂於取用對他族群的刻板印象取樂，這可能是包括客家在內，少數族群始終被錯誤、不對等對待的關鍵之一。

五、結論與研究限制

依據過去的文獻，客家文化與語言復興的「議題化」，經常是伴隨著各層級選舉，由候選人喊出的口號中成形。過往的研究者曾嚴厲地指出，這些隨著選舉喊價而出的所謂「客家政策」，經常是嘉年華式的口號，而難以形成持續性的政策。不過，從政府組織與媒體發展的角度來看，客家委員會、客家電視台、講客電台（以及客家公共廣播基金會）的成立，同樣也是選舉過程中的政策實現而來。因此本研究希望瞭解，最近一次總統大選期間，客家與客家議題如何再現在社群媒體上。本研究考察 2020 年選舉前後四個月在臉書上以粉絲專頁與公開社團方式張貼的資訊，以客家相關關鍵字共計八個，試圖蒐集最廣泛、廣義的客家議題貼文。經由臉書官方資料蒐集器 Crowd Tangle，一共蒐集到 2,145 個粉絲專頁所張貼的 8,701 則貼文。透過將沒有貼文內容，以及例行性節目表等資訊清洗調的歷程，最終獲得 794 個粉絲團所張貼的 3,322 則貼文。

在最終分析的 3,322 則貼文中，本文發現貼文高峰（也就是粉絲專頁經營者關注的議題）集中在以下五大議題中：

- (1) 候選人對母語教學的意見，以及其子女的母語（閩南語）

使用狀況

- (2) 候選人客家後援會成立
- (3) 世界母語日
- (4) 疫情指揮中心邀請客家電視台記者即席翻譯防疫資訊
- (5) 客家政策、例行活動（如：浪漫台三線、桐花祭、客語認證）

這五大議題中，僅有前兩者直接與選舉相關；其中第 1 項又直接與候選人認知的母語教學策略有關。這個議題本是選舉年的重要議題，因為候選人的發言關乎其政黨或當選後的客語學習政策。不過，此議題在社群媒體上的焦點很快地從「哪一種方式更能有效教授母語」轉移到「候選人子女（也就是其宣稱有效的教法）母語使用程度」的表現上，使得政策議題八卦化、個人化，從而也就失去了選舉年的政策討論空間。

除此之外，本研究在資料分類時發現，原本應側重政策面的政府組織、客屬非政府組織、媒體等三類資訊來源，除了前述五大議題外，並未特別關注選舉年的客家議題。而貼文數量佔半數以上的「其他類」則多集中於客家飲食、客庄遊玩等資訊；雖然前述五大議題也短暫引發「其他類」的貼文高峰（通常在一週內消失），然而從貼文表現來看，超過九成其他類粉絲專頁在研究區間八個月中，貼文都不超過三則。由此可知，客家議題的偶然性性格十分強烈。

若從數位再現的角度來看，除了五大議題的短暫性、偶發性之外，真正在資料蒐集八個月間持續不間斷出現的，竟是對客家

族群的刻板印象（參見表 4）。由此可知，儘管媒體環境變化，整體社會對客家族群的再現，竟不易改變。

在研究限制方面，由於本研究僅針對 2020 年選舉前後數月進行資料蒐集與分析，在政治社會變遷極為快速的情況下，本研究的結論很可能無法推論到其他（未來）選舉活動中。此外，本研究選擇臉書考察對象，係因過去五年所有研究調查皆顯示臉書是臺灣地區接觸率最高的社群媒體；然而，這個優勢正在改變中。市調公司 eMarket（2017，轉引自龔方毅，2017.08.22）的調查指出，雖然 2017 年臉書的美國用戶增加了 2.4%，然而 12-17 歲的用戶卻減少了 3.4%，這表示臉書正在「變老」。同樣的情況也發生在臺灣，由台中市惠文高中新聞社針對校內學生的小調查指出，有 66% 學生經常使用 YouTube，其次是 Instagram 的 24%，臉書只剩下 6%（參見：<https://udn.com/news/story/11322/2908436>）。這顯示，本研究對臉書的考察，極有可能很快地落在對特定年齡層的考察。比較值得注意的是，過去對族群刻板印象所進行的大眾媒體調查研究，其主要針對的對象，正好是今日積極使用臉書的使用者。這些使用者在 1990 年到 2010 年間為大眾媒體的觀眾，今日則是所謂「臉書老化」論述中的使用者。如果這樣理解，或可約略理解為什麼在選舉年的考察，得出的結論與大眾媒體時期大同小異。

此外，在本研究資料蒐集期間，因為 COVID-19 疫情緣故，出現基於當前疫情資訊而廣泛流傳的貼文。例如，客家電視台記者蘇韋宣的即時翻譯，就在數據上呈現一股貼文的高峰。

以選舉事件來說，雖然 25-34 歲以及 35-44 歲族群是重要的選民，然而時間過去後，現在十多歲的青少年將開始擁有投票權。

這將使得本研究考察的結果面臨「到期」問題。這應該是本研究最大的研究限制。

參考書目

- 李美華、劉恩綺，2008，〈台灣報紙如何再現客家形象與客家新聞：1995-2007〉。發表於中華傳播學會 2008 年年會，台北：淡江大學，2008 年 7 月 4-5 日。
- 林信丞，2003，《從客家雜誌分析台灣客家形象之變遷》。新竹：國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 林彥亨，2003，《客家意向之形塑：台灣客家廣播的文化再現》。新竹：國立清華大學人類學研究所碩士論文。
- 林毅祥，2014.12.27，「從社群數據看柯文哲如何打贏選戰」，*數位時代* <https://www.bnext.com.tw/article/34837/BN-ARTICLE-34837>。（上網日期：2018 年 8 月 27 日）
- 姜如珮，2003，《台灣電視中之客家意向：公視「客家新聞雜誌」之個案研究》。台北：中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 施正鋒，2012.12.15，「對於客家政策的看法」。「臺灣客家政策之研究與建議」焦點座談會發言摘錄。
<http://faculty.ndhu.edu.tw/~cfshih/politics%20observation/other/20121215-1.html>。（上網日期：2018 年 9 月 3 日）
- 施雅惠，2020，〈客家料理之大數據分析〉。《全球客家研究》，14：234-258。
- 高靖，2018，《媒介生態學觀點下的政治傳播研究：以 2014 柯文哲現象為例》。台北：國立政治大學傳播學院碩士學位學程論文。

- 張約翰，2016.02.12，「看新聞，上臉書！」，*大數據*。
<http://group.dailyview.tw/2016/02/12/看新聞，上臉書/>（上網日期：2018 年 9 月 3 日）
- 郭力昕，2016，〈作為「劇場」的新聞/紀實攝影與社運：以「太陽花運動」的照片為例〉。《傳播研究與實踐》，6（1）：79-115。
- 喬木，2016.11.11，「美國大選結果，我們為什麼預測錯了？」，*BBC 中文網*，https://www.bbc.com/zhongwen/trad/world/2016/11/161111_us-election_result_unexpected。（上網日期：2018 年 9 月 3 日）
- 網路溫度計，2014.12.1，「九合一大選網路總回顧！鄉民的力量無極限~」，*SET 三立新聞網* <http://www.setn.com/e/News.aspx?NewsID=50706>（上網日期：2018 年 9 月 3 日）
- 劉子維，2015.11.12，「特稿：臉書成為台灣九合一選舉新戰場」，*BBC 中文網* http://www.bbc.com/zhongwen/trad/indepth/2014/11/141112_tw_election_facebook。（上網日期：2018 年 9 月 3 日）
- 劉慧雯，2017，《以（大）數據方法認識客家電視台閱聽人：以臉書為例》。106 年度客家委員會獎助客家學術研究計畫結案報告。
- ，2018a，〈以數據方法考察臉書上的「公開分享」：以懶人時報在學運期間的貼文為例〉。《傳播研究與實踐》，8（1）：183-217。

___, 2018b, 《誰是「典型客家人」：以客家新聞雜誌的論述形構為例》。107 年度客家委員會獎助客家學術研究計畫結案報告。

___, 2020, 〈從新聞到粉絲專頁：社群小編重構公共話語現象的初探研究〉。《傳播與社會學刊》，54：161-192。

盧安邦、鄭宇君，2017，〈用方法說故事：探西電腦輔助文本工具在框架研究之應用〉。《傳播研究與實踐》，7(2)：145-178。

謝文華，2002，《客家母語運動的語藝歷程（1987-2001）》。台北：輔仁大學大眾傳播所碩士論文。

謝汶均（編譯），2016.11.10，「臉書選舉廣告豐收大贏家」。聯合知識庫財經新聞監測 <https://udndata.com/ndapp/udntag/finance/Article?origid=8560837&ptname=%E5%A4%A7%E9%81%B8>。（上網日期：2018 年 9 月 3 日）

鍾皓如，2003，〈論電視媒體中客家族群之「再現」〉，發表於「第三屆『客家研究』研究生學術論文研討會」。中壢：國立中央大學客家學院。

羅上修，2014，《以 Facebook 實踐社會運動之工具—以 318 太陽花學運為例》。新竹：國立清華大學科技管理研究所碩士論文。

龔方毅，2017.08.22，「扎克伯格的用戶和他一樣變老了，不過他 5 年前花 10 億美元買的 Instagram 接了上來」，*好奇心日報* <http://www.qdaily.com/articles/44362.html>。（上網日期：2018 年 8 月 4 日）

- Entman, R., 1993, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm." *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Hu, I.L., Chang, C.C., & Lin, Y.H., 2021, "Using big data and social network analysis for cultural tourism planning in Hakka villages." *Tourism and Hospitality Research*. 21(1), 99-114.
- McCombs, M., 2005, "A look at agenda-setting: Past, present and future." *Journalism Studies*, 6, 543-557.
- Naomi, 2018.04.15, 「FB 社群龍頭地位不保？臺灣網路社群趨勢全分析」，發表於 DGcovery, <https://www.dgcovery.com/2018/04/15/2017-social-media-analysis-report/> (上網日期：2018年9月3日)
- PEW Center, 2013.10.23, *Facebook seen as a supplemental news source*. <http://www.journalism.org/2013/10/24/the-role-of-news-on-facebook/3-facebook-seen-as-a-supplemental-news-source/>, retrieved on September 03, 2018.
- Prensky, M., 2010, *Teaching digital natives: Partnering for real learning*. Thousand Oaks, CA.: Corwin.
- Tapscott, D., 1998, *Growing up digital: The rise of the net generation*. New York: McGraw-Hill.
- Thomas, M., 2011, *Deconstructing digital natives: Young people, technology and the new literacy*. New York & London: Routledge.

研究論文

客家電視「暗夜新聞」、「遊客家搞科學」 之擬社會互動效果研究

李美華*

國立陽明交通大學傳播與科技學系教授

摘要

擬社會互動效果包括閱聽人使用媒介當下的涉入反應，以及超越立即、現下的媒介使用體驗，進而對於媒介人物產生喜愛感，並形成一種短期或長期的擬社會關係。本研究根據擬社會互動理論，分析與比較客家電視台的帶狀新聞節目「暗夜新聞」，以及兒少科普節目「遊客家搞科學」的擬社會互動效果。本研究以焦點團體訪談與問卷調查方法，比較「暗夜新聞」與「遊客家搞科學」的擬社會互動效果；並探討性別、客語能力等變項對於閱聽人與主播／主持人的擬社會互動及擬社會關係的影響。研究結果指出：閱聽人的客語能力可以正向預測擬社會互動效果；

投稿日期：2021年8月19日；接受日期：2022年8月8日；刊登日期：2022年12月。

* 通訊地址：新竹縣竹北市六家五路一段一號國立陽明交通大學傳播與科技學系，電話：03-5712121#31286，電子信箱：jenniferlee@nycu.edu.tw。

「暗夜新聞」受訪者的擬社會互動效果較「遊客家 搞科學」顯著。

關鍵字：擬社會互動、擬社會關係、客家電視、暗夜新聞、遊客家搞科學

Research Article

A Comparative Study of Parasocial Interaction Effects of Two Hakka TV Programs: *Nightly News* and *You Ke Jia Gao Ke Xue*

Mei-Hua Lee

Professor, Department of Communication and Technology,
National Yang Ming Chiao Tung University

Abstract

Based on the theory of parasocial interaction (PSI), the current study employs methods of focus group interviews and social survey to collect data from viewers of two Hakka TV programs: *Nightly News*, a daily news program for the general public, and *You Ke Jia Gao Ke Xue*, a popular science program for children and youth. The current study affirmed the theory of parasocial interaction proposed by Donald Horton and Richard Wohl to understanding relationships people have with television personalities. The results show that the parasocial interaction effects tend to be greater for male audiences than female audiences for both programs. Moreover, Hakka language proficiency positively affects parasocial interaction and parasocial relationship building. In general, *Nightly News* has a greater parasocial

interaction effect than *You Ke Jia Gao Ke Xue*. Limitations of the current study and implications for future research are discussed and explored.

Keyword: Parasocial interaction, Parasocial relationship, Hakka TV, *Nightly News*, *You Ke Jia Gao Ke Xue*

一、緒論

美國知名廚師作家及電視節目主持人 Anthony Bourdain 於 2018 年 6 月 8 日在法國自殺身亡。¹數以千計的觀眾粉絲上 CNM 官網，書寫自己如何透過收看 Bourdain 主持的節目而與 Bourdain 建立如同至親好友般親密「互動」關係的故事，以懷念及紀念這位親切、慧黠、多才多藝的電視節目主持人。²以下摘錄幾則貼文，顯示觀眾與這位著名電視節目主持人所建立如「摯友」、「恩師」、「叔伯」般的「擬社會」(parasocial) 人際關係。

Mr. Bourdain spoke to me like no other “personality” had ever done in my 60+ years of television addiction. I just wish I could have met him and talked food, politics, music, and Ross MacDonald’s books. MICHAEL YATES

Oh, I don’t know where to begin. I feel like I lost a great friend. I have always loved culture, travel and food and Tony was guide and mentor. April Casinial

I am so devastated and feeling sad the whole day as I lost my best friend and a really cool uncle that I’ve never met. Mr. Bourdain, you will be deeply missed. Thank you for all your works and my condolences to his daughter and all the loved ones of his. Rest in peace Tony. I love you man! Bryan New York

觀眾與電視人物之間的人際互動正是擬社會互動 (Parasocial Interaction, PSI) 研究的初始核心概念。擬社會互動概念起源自

¹ 取自 <http://www.bbc.com/news/world-us-canada-44414747>，上網日期：2018 年 6 月 8 日。

² 取自 <https://edition.cnn.com/interactive/2018/06/us/bourdain-memories/index.html?slack=true>，上網日期：2018 年 6 月 8 日。

1950 年代，由 Donald Horton 和 Richard Wohl (1956) 兩位學者提出。此概念原本探討大眾傳播媒介閱聽人對於媒介人物所產生的社會互動，之後有研究將「擬社會互動」概念延伸為「擬社會關係」(Parasocial Relationship, PSR)。擬社會互動理論著重於分析電視觀眾與媒介人物（尤其是單向觀看電視）的互動以發展一種想像與感知的人際互惠關係。例如：持續收看電視新聞節目，進而產生被主持人注目及問候的擬社會互動體驗與感受。正面的擬社會互動指涉閱聽人對於媒介人物發展出長期社會連結（attachment）、親密感，並且產生幾乎像是與朋友相處般的親近感受，並影響自我幸福感（well-being）（Hartmann 2017）。

擬社會互動構念包括以下三個層次的互動概念：（1）認知互動（cognitive interaction）、（2）情感互動（affective interaction），以及（3）行為互動（behavioral interaction）（Levy 1979；Rubin and Perse 1987；Sood and Rogers 2000）。Horton and Wohl（1956）、Horton and Strauss（1957）指出：擬社會互動是電視觀眾與媒介表演者在單一媒介暴露過程中所建立之非對等的互動關係；媒介使用者可以透過多次重複使用媒介而與媒介表演者建立一種較為長久，且通常較為正向的、單向而遠距離的擬社會關係。至於擬社會互動與擬社會關係的研究取徑，乃是針對媒介的中介他者（mediated others）如何影響吾人在擬社會互動及擬社會關係中應運而生的親密感及類友誼關係，提出理論概念與實證效果研究發現（Cohen 2009；Dibble et al. 2016；Giles 2002；Horton and Wohl 1956；Tsao 2004；Hartmann 2017）。

客家電視節目的擬社會互動效果

屬於少數族群媒體的客家電視台於 2003 年 7 月 1 日開播，並於 2007 年納入台灣公廣集團（TBS）旗下，具有族群頻道、少數語言媒體，以及公共媒體的特性。客家電視台以客語為主要使用語言，並自我定位為「復振瀕危語言之媒體」，負起傳承彰顯與保存不同客語腔調的責任。³客家電視播出的節目類型包括：「教育文化生活資訊」、「兒少節目」、「戲劇戲曲與電視電影」、「新聞」、「音樂綜藝」，反映台灣客家文化的多元化與多樣性（李美華 2016）。過去有關客家電視節目對於閱聽人的效果研究多根據使用與滿足（uses and gratifications）理論，探討閱聽人收看客家電視節目的動機及效果（彭文正 2005；詹國勝 2010；李美華 2017）。

本研究從擬社會互動的理論視野出發，探討與比較客家電視台播映的每日新聞節目「暗夜新聞」，以及兒少科普節目「遊客家 搞科學」的擬社會互動效果及異同。過去研究結果顯示：不同類型的電視節目（例如：新聞、戲劇、娛樂、政論節目）會產生不同的擬社會互動效果（Burnett and Rhea 2000；Giles 2002；Tsao 2004；Tian and Yoo 2015；Vinney and Vinney 2017；Dunn 2018）。本研究針對的兩個客家電視節目的主播或主持人與觀眾進行擬社會互動的形式有很大的差異。其中，帶狀新聞節目「暗夜新聞」於星期一至星期五的晚間 7 點到 7 點 55 分，以及星期六、日的晚間 7 點到 7 點半鐘播出，此一在黃金時段播出的每日新聞節目曾於 2016 年獲得「卓越新聞獎」（電視類每日新聞節目獎）。⁴「暗夜新聞」的主播是以半身坐姿對著鏡頭播報新聞，自

³ 取自 <http://www.hakkatv.org.tw/principle>，上網日期 2018 年 7 月 5 日。

⁴ 取自 <https://tw.news.yahoo.com/%E7%AC%AC15%E5%B1%86%E5%8D%93%E>

始自終目光直視觀眾並對著觀眾說話。至於兒少節目「遊客家 搞科學」則是由客家電視台製播的外景節目，⁵此節目結合客家文化與科學知識，主持人游詩璟曾榮獲 2008 年青少年優良評鑑五顆星。⁶「遊客家 搞科學」的主持人與節目參與者採坐姿、站姿，以及到處走動的方式，自然地聊天交談與互動，主持人較少對著鏡頭說話。本研究比較上述兩種不同類型的客家電視節目所產生的擬社會互動效果，研究目的在於一方面希冀增進台灣族群媒體之傳播效果相關領域的研究內涵與能量，另一方面則是期盼研究發現有助於提供客家電視台在未來製播更多提升收視及觀眾認同的各類型節目之參考建議。

二、文獻探討

(一)「擬社會互動」的概念化定義

芝加哥大學社會學者Donald Horton與Richard Wohl在符號互動論（symbolic interactionism）及對話互動分析（conversational interaction）的學術氛圍下，於1956年提出「擬社會互動」概念，後來逐漸發展成為傳播研究的重要領域（Sparks 2016），其中心意旨在於探討媒介使用者如何視媒介表演者為親密的對話夥伴

8%B6%8A%E6%96%B0%E8%81%9E%E7%8D%8E%E5%BE%97%E7%8D%8E%E5%90%8D%E5%96%AE%E5%85%AC%E5%B8%83-101755189.html，上網日期 2022 年 2 月 1 日。

⁵ 「遊客家搞科學，不只要用科學活動來讓觀眾瞭解日常生活中的生活科學原理，還要帶著同學們與觀眾朋友，一起體驗客家文物達人的生活。藉由自己親自製作，不僅能學到先人的生活智慧，更能知道先人是如何在物資缺乏、善用資源的前提下，利用簡單的科學原理，增進生活的便利與樂趣。」取自 <http://activity.pts.org.tw/hakka/A2009SCHakka/>，上網日期 2022 年 1 月 1 日。

⁶ 取自 <http://activity.pts.org.tw/hakka/A2009SCHakka/host.html>，上網日期 2022 年 2 月 7 日。

(intimate conversational partner) 所形成的認知反應 (Dibble et al. 2016)。在當時，擬社會互動概念針對的是大眾傳播媒體中的人物 (例如：新聞主播)，並探討閱聽人與傳播科技的互動關係 (Horton and Wohl 1956；Burnett and Rhea 2000；Handelman 2003；Schiappa et al. 2007；翁秀琪等 2009)。

Horton and Wohl (1956) 認為：擬社會互動的發生場域介於電視觀眾與電視人物 (表演者) 之間；擬社會互動為觀眾的一種想像經驗，想像自己與電視人物互動，是一種單向而非互惠的關係。Horton and Wohl (1956) 引用 Kenneth Burke (1937) 的指導態度 (coaching of attitudes) 及共同期許 (collaborative expectancy) 的概念，認為可以透過製作技術，讓觀眾感受自己是電視所建構世界的一部分 (Schiappa et al. 2007：302)。Horton and Strauss (1957) 認為：擬社會互動乃是由媒介人物所主導。Horton and Strauss (1957：580) 分析擬社會互動的感受品質，認為媒體閱聽人的擬社會互動，是即時的 (immediate)，個人性 (personal) 且互惠的 (reciprocal) 經驗，但這些經驗通常是想像的，且通常不會跟別人分享。

Rubin et al. (1985) 認為擬社會互動是將媒介人物視為朋友、想像自己身在節目所處的環境，並希望能跟媒介人物見面 (Dibble et al. 2016：25)。Rubin and McHugh (1987) 指出：擬社會互動為一種由電視觀眾自行建立，與電視人物之間的單向人際關係。Grant et al. (1991) 認為擬社會互動指涉電視觀眾與其觀賞節目人物之間的人際關係。Giles (2002) 指出：擬社會互動是閱聽人對於媒介人物的認知及行為層面的反應。其中，行為反應關乎閱聽人能否與戲劇角色對話；認知反應則類似閱聽人能夠預測戲劇角色將如何行動的反應。Hartmann and Goldnoorn

(2011) 指出：擬社會互動是一種直接、立即的媒介使用經驗，觀眾感受自己與媒介人物之間存在一種對等的社會互動 (reciprocal social encounter)。

擬社會互動 (Rubin and McHugh 1987; Rubin and Perse 1987; Rubin et al. 1985) 稍後發展為一種長期認同，或是與媒介人物所建立的擬社會互動「關係」(Rubin and McHugh 1987; Grant et al. 1991)。事實上，Horton and Wohl (1956) 最初提出的擬社會互動概念所欲檢視的，主要是電視觀眾與電視人物在互動當下之對話交換 (give-and-take) 的擬社會互動「經驗」，而非長期的擬社會「關係」。進一步檢視，擬社會關係意指透過觀賞電視節目而與節目人物 (演出者) 建立人際關係的發展過程，又包括以下三個路徑：(1) 社交與任務吸引力 (social and task attraction)，(2) 擬社會互動，以及 (3) 對於關係重要性的感受 (a sense of relationship importance) (Rubin and McHugh 1987)。Rubin and McHugh (1987) 指出：電視人物在社會性 (social) 及任務性 (task) 兩方面的吸引力可以預測擬社會互動效果；且與擬社會互動關係的感受重要性之間亦為正向相關。Perse and Rubin (1989) 指出：「擬社會關係」係指吾人對於媒介人物所產生的感覺 (feelings) 及連結；擬社會關係的建立與對於媒介人物的不確定性降低 (uncertainty reduction) 相關。

此外，認知「真實性」(realism) 與擬社會關係的形成有關 (Rubin et al. 1985; Rubin and Perse 1987; Rubin and McHugh 1987)。真實性指涉媒介人物 (特別是主角人物) 在面對困難時，其情緒及心理反應的表現是否真實。若真實，即會引發觀眾對其角色的認同，觀眾也較傾向將其視為真實人物而非虛構人物。Perse (1990) 的研究指出：觀賞地方新聞形成的擬社會互動

乃是與新聞真實性的程度有關。感知真實性越高，觀賞新聞節目時越快樂，越容易產生擬社會關係。此外，擬社會互動可以預測觀眾的涉入（*involvement*）程度；若節目人物越真實，其所建立的擬社會關係也越真實。觀眾產生擬社會關係時，對於觀賞電視產生一種親近感（*affinity*），並且感覺更真實。再者，關於觀眾的涉入，Brown（2015）指出有四種過程類型：（1）傳輸（*transportation*）、（2）擬社會互動、（3）認同（*identification*）、（4）崇拜（*worship*）。其中，擬社會互動又可加以延伸，進而產生擬社會關係、擬社會連結（*Parasocial Attachment, PSA*），以及想像的愛情關係（*romantic relationship*）。而擬社會關係主要來自閱聽人對於媒介人物的喜愛、媒介人物本身具有的吸引力，以及閱聽人與媒介人物之間的相似性與同質性。

Schiappa et al.（2007）指出：由於電視節目中的人物可能對觀眾進行自我揭露，因此彼此可能產生人際關係。對於觀眾來說，通常與電視人物建立的擬社會關係是類似家庭成員、朋友、工作夥伴的關係（Schiappa et al. 2007：302）。至於形成擬社會關係的動機，以及擬社會關係的建立則與一般人際關係的發展情況類似（Schiappa et al. 2007：302）。此外，若觀眾的個性害羞或生活寂寞，對於發展與媒介人物的擬社會關係會有所助益。若觀眾發現媒介人物的行為不符期望，可以隨時終止此一單向擬社會關係，轉而選擇與自己的價值觀或品味相符的媒介人物以建立擬社會關係（Schiappa et al. 2007：303-304）。Schiappa et al.（2007：307-310）透過後設分析方法彙整出正向影響電視觀眾建立擬社會關係的因素及相關係數，如下：

- （1）電視觀賞量（*amount of television viewing, r=.217*）
- （2）喜愛觀賞電視程度（*affinity for watching television,*

r=.273)

- (3) 電視節目角色的感知真實度 (perceived television programs characters as real, r=.476)
- (4) 電視人物的感知吸引力 (perception of television characters as attractive, r=.599)
- (5) 電視人物的感知相似性 (perception of homophily with television characters, r=.483)
- (6) 擬社交能力 (parasocialability, r=.340)
- (7) 性別 (gender, r=.181)⁷
- (8) 年齡 (age, r=.037)⁸
- (9) 害羞、寂寞、溝通焦慮程度 (shyness/loneliness/communication apprehension, r=.139)
- (10) 內控 (internal locus of control, r=.260)⁹

Branch et al. (2013) 則是歸納擬社會關係的五點特質，如下：

- (1) 是個人建構，與媒介人物的一種單向 (one-sided) 關係。
- (2) 擬社會關係感覺就像面對面、真實的人際關係一樣。

⁷ 分析結果顯示：女性較男性容易建立擬社會關係。

⁸ 年齡越大越容易建立擬社會關係，但相關係數小。

⁹ 內控 (Internal Locus of Control) 意指：The belief that events in one's life, whether good or bad, are caused by controllable factors such as one's attitude, preparation, and effort. 取自 <https://psychcentral.com/encyclopedia/internal-locus-of-control/>，上網日期 2018 年 12 月 19 日。

(3) 人們對於媒介人物的回應如同面對面關係一般，會對媒介人物講話，並會推測媒介人物的行為。

(4) 人們對於媒介人物有相互連結的感受，並尋求持續此一人際關係。

(5) 時間越久，此人際關係會變得更加親密且重要。

此外，如同一般人際關係的建立，投入（commitment）對於擬社會關係的建立十分重要（Branch et al. 2013），包括：(1) 對於擬社會關係的滿意程度越高，投入越多；(2) 具有品質的替代人際關係越少，對於擬社會互動的投入越多。

事實上，擬社會互動與擬社會關係皆屬於擬社會現象；兩者都能夠在使用媒介的過程中發展；且兩者有重疊之處（Dibble et al. 2016：28）。Dibble et al.（2016）指出：擬社會互動發生在閱聽人使用媒介的當下（Schramm and Hartmann 2008）；擬社會關係則是閱聽人對於媒介人物的長期涉入或喜愛態度。擬社會關係雖然可能肇始於閱聽人使用媒介的當下，但若持續發展，可發展長期關係，故通常超越閱聽人使用媒介當下的擬社會互動經驗（Dibble et al. 2016：29）。

總之，擬社會互動與擬社會關係此兩者概念雖然相關，但嚴格來說，兩者的基礎概念相異。擬社會互動指涉閱聽人在使用媒介過程中，對於媒介人物所產生的一種暫時性的相互認知與想像瞭解之互動經驗；至於擬社會關係則是閱聽人自行建立的，與媒介人物之間的一種長期而持久的友誼關係（Dibble et al. 2016：25）。

(二)「擬社會互動」與「擬社會關係」之測量

回顧測量擬社會互動與擬社會關係的研究文獻，Horton and Wohl (1956) 指出：媒介人物的身體及眼神是否面對觀眾，以及是否以觀眾作為說話對象是促成擬社會互動的關鍵因素。關於「擬社會互動量表」(Parasocial Interaction Scale, PSI Scale) 的建構歷程，Lin and McDonald (2011: 3-5) 指出：最初擬社會互動量表乃是根據Rosengren et al. 在1976年所提出的量表項目，包括：「感知真實性」(perceived reality)、「行為反應」(behavioral reaction)，以及「視為朋友」(treating characters as friends) 等三個指標。其後，Nordlund (1978) 建構了六個指標來測量媒體互動 (media interaction)，前四個指標與不同類型節目內容有關；後兩個指標則是測量觀眾與電視節目表演人物或主持人之間的媒體 (社會) 互動。Levy (1979) 採用焦點團體訪談法，發展出包括「情感互動」(affective Interaction)、 「認知互動」(cognitive interaction) 及「行為互動」(behavioral interaction) 等三個構面的七項「擬社會互動」命題 (proposition)¹⁰，並用以測量觀眾與新聞節目人物的互動。

Rubin et al. (1985) 定義擬社會互動為觀眾對於節目或節目人物的人際涉入 (interpersonal involvement)，並進而發展20個擬社會互動測量項目。除了測量觀眾對於媒介人物的喜愛 (liking) 程度，包括：是否認為媒介人物很實在 (down-to-

¹⁰ 1) The newscasters are almost like friends you see every day. 2) I like hearing the voices of the newscasters in my house. 3) When the newscaster shows how he feels about the news, it helps me make up my mind about that news item. 4) I like to compare my own ideas with what the commentators say. 5) When the newscasters joke around with each other, it makes news easier to take. 6) I feel sorry for the newscasters when they make mistakes. 7) Television shows you what people in the news are really like.

earth）、媒介人物像朋友一般、希望能跟媒介人物實際見面（Dibble and Rosaen 2011；Klimmt et al. 2006；Schramm and Hartmann 2008）；並測量電視觀眾與媒介人物的友誼（friendships），也就是長期的人際關係。

上述Rubin et al.（1985）所提出的擬社會互動量表的重點並非探討電視觀眾在觀賞節目時對於媒介人物的感知涉入（feeling of being involved）（Auter and Palmgreen 2000；Cohen 2004；Schramm and Hartmann 2008），並可被歸類為以下六個構面：（1）視節目人物為朋友、（2）感覺自己置身節目中、（3）想要跟節目人物見面、（4）感同身受的元素（components of empathy）、（5）感知相似性、（6）外在吸引力（physical attraction）。此量表最早被用來測量美國觀眾收看電視新聞節目時與主播產生的擬社會互動，之後也被應用於線上虛擬化身（online avatars）、電影角色（movie characters），以及政治人物（politicians）（Giles 2002；Schiappa et al. 2007；Tsao 2004）。

Rubin and Perse（1987）認為：閱聽人對於媒介人物的涉入互動可分為情感、認知及行為等三種互動，並認為擬社會互動主要發生在情感互動。Rubin and Perse（1987）將Rubin et al.（1985）的擬社會互動量表修正為10個項目，此量表亦被應用於多項研究，包括：收看電視節目動機（Conway and Rubin 1991）、電視購物行為（Grant et al. 1991）、觀賞肥皂劇（Perse and Rubin 1989）、觀賞情境喜劇（Auter 1992）、觀賞本地新聞（Perse 1990）、談話性廣播節目（Rubin and Step 2000）、電視表演者（Turner 1993），以及中介（mediated）人際關係發展歷程（Rubin and McHugh 1987）。Auter and Palmgreen（2000）則

是發展了22個項目的「觀眾與媒介人物互動量表」(Audience Persona Interaction Scale, APR Scale)，並用於測量情境喜劇的擬社會互動效果，包括：(1)對於最喜愛的角色的認同、(2)對喜愛角色的興趣、(3)團體層次的認同與互動、(4)對於最喜愛的角色的問題解決能力的感知等四個面向。

Sood and Rogers (2000) 採用質性研究方法檢視擬社會互動，透過文獻分析，提出擬社會互動構面所包含的五個次面向，分別是：情感互動 (affective interaction)、認知互動 (cognitive interaction)、行為互動 (behavioral interaction)、參考涉入性 (referential involvement)，以及批判涉入性 (critical involvement)。Sood and Rogers (2000) 並採用內容分析方法歸納整理美國知名肥皂劇 *Hum Log* 所收到的伍佰封觀眾來信，其研究結果指出：「情感互動」、「認知互動」與「行為互動」屬於「擬社會互動」的次面向；至於「批判」及「參考涉入」則屬於「反思」的次面向。「擬社會互動」與「反思」都可被歸類屬於「觀眾涉入」(audience involvement) 的概念領域。

Hartmann and Goldhoorn (2011) 提出「擬社會互動經驗量表」(Experience of Parasocial Interaction-EPSI Scale)，旨在測量閱聽人使用媒介的過程當下，閱聽人與媒介人物之間所建立的相互理解 (mutual awareness)、關注 (attention)，以及調適 (adjustment) 的體驗。相關研究 (Cummins and Cui 2014; Hartmann and Goldhoorn 2011) 指出：使用EPSI量表可以測量電視人物的身體面對 (bodily addressing) 及眼神注視 (eye-gazing) 對於觀眾所產生的擬社會互動經驗效果。

綜上所述，擬社會互動概念的測量與閱聽人涉入相關，其測量指標通常包括認知、態度及行為三個面向。閱聽人的涉入不只

在使用媒介的當下，而通常會延續並進而建立擬社會（人際）關係。為了釐清擬社會互動與擬社會關係在概念化定義上的差別，Dibble et al. (2016) 指出：「擬社會關係」指涉媒介使用者對於媒介人物所建立的，較為長期持久的關係；至於「擬社會互動」則是媒介使用者在使用媒介當下所發生的短暫互動經驗。因此，Hartmann and Goldhoorn (2011) 提出的 EPSI 量表較適於測量短暫的擬社會互動經驗而非長期的擬社會關係。

（三）相關研究

值此數位媒體匯流時代，新興媒體科技對於傳播領域的學術研究及實務應用影響甚鉅，擬社會互動理論應用於傳統媒體及新興媒體科技的效果研究也反映此一潮流趨勢。早年閱聽人使用傳統媒體獲取資訊、娛樂休閒、排遣時間，在今日，新興媒體科技更具互動性及涉入感，閱聽人對於媒介人物更容易形成擬社會互動經驗或建立長期深遠的擬社會關係。傳統媒體與新興媒體科技的擬社會互動效果研究範圍包括：廣播、報紙、影視、社群媒體、遊戲媒體、智慧手機應用程式。在學術研究方面，除了傳播媒體與廣告行銷的傳播效果，擬社會互動效果也應用在組織傳播、政治傳播，以及娛樂教育領域。

回顧擬社會互動效果的中文文獻，在廣播媒體方面，陳婷玉、王舜偉（2006）的研究指出：廣播賣藥節目的擬社會人際互動程度與購藥金額、收聽時間、個人媒介系統依賴程度、廣播效果參與者效果程度，以及叩應頻率之間皆為正相關；且閱聽人的叩應頻率越高，擬社會人際互動越強。此外，教育程度低者對節目主持人的擬社會互動較強；購藥者比非購藥者的擬社會人際互動程度來得高。諸葛俊、黃于恬、汪明生（2012）根據擬社會

(人際)互動理論，分析高雄地區的地下電台 Call-in 節目主持人與聽眾如何進行互動。研究結果指出：地下電台透過資訊傳播連結特定閱聽人，建立與聽眾的友誼，進而形成態度一致化的效果。電台與聽眾的擬社會互動關係除了成為當地建構社會動員的力量，也取代了忠實聽眾的真實人際關係。賴筱茜（2012）、賴筱茜（2013）、賴筱茜、陳延昇（2015）根據擬社會互動理論，探討新媒體時代的流行音樂電台如何經營電台節目與聽眾之間的擬社會互動，並建立擬社會關係。研究結果指出：主持人的社交及聲音吸引力與聽眾的擬社會互動經驗之間為正相關；不同時段的聽眾有不同的收聽動機及擬社會互動效果。電台主持人的自我揭露程度越深，擬社會互動程度越大；主持人使用社群媒體發文的內容深度過量或淺薄則會產生反效果。陳玥蓁（2022）的研究指出：Podcast 閱聽人的內容涉入度、媒介角色的自我揭露及互動性，會正向影響閱聽人的品牌態度、後續行為及擬社會互動效果。

在新聞媒體方面，邱宜儀、蘇蘅（2009）將「提供訊息」、「彰顯社會人脈」、「參與互動」、「營造關係」作為擬社會互動的新聞框架特色。該研究分析《自由時報》、《聯合報》及《中國時報》的「政治名人」新聞框架，包括：（1）個人特質、（2）政治風格、（3）背景故事、（4）擬社會互動等四種新聞框架的分佈差異。研究結果指出：各家報紙媒體最重視的是「擬社會互動」和「政治風格」框架。周葆華（2013）的擬社會互動研究提出「新聞可視化」的概念。周葆華指出：不單只是媒體的明星與節目主持人，新聞工作者亦可與閱聽眾產生擬社會互動。尤其在新興媒體科技的環境中，閱聽眾可以透過留言、轉發等方式與新聞從業人員或媒體工作者互動，因而可以發展出更具互動性與親近性的人際關係。周葆華表示（2013：61）：「新聞

從業者與受眾之間的類（擬）社會互動，已經超出傳統的媒體消費與情感交流層面，而在公民行動的層面上產生共鳴、互動與合作，從而重構出新聞業、從業者與受眾之間的新關係」。

在廣告行銷方面，陳雅婷（2006）將擬社會人際互動做為調節變項，使用實驗方法，探討資訊人際互動及社交人際互動等兩種虛擬體驗對於消費者社群感知的影響效果。研究結果指出：不同程度的擬社會人際互動在不同的虛擬經驗組合下產生不同的調節作用，故建議廠商可以依照消費者不同的個人特質，企劃適合的行銷策略，以加強跟維持與消費者間的良好關係。耿慶瑞、丁慧瑩、鄭璧嫻（2012）根據擬社會互動概念，分析閱聽人與虛擬廣告代言人的媒體互動效果，探討廣告說服效果是否會因為消費者的擬社會互動程度不同而有所差異。研究結果指出：擬社會互動程度與虛擬角色代言人具有交互作用，當使用者對網站的擬社會互動程度高時，虛擬角色代言人呈現的廣告說服效果較好。

在社群媒體方面，黃凱毓（2013）分析社群媒體臉書上觀看者與發文者之間的擬社會互動效果。研究結果指出：較高程度的圖像式訊息與情感導向訊息會提升擬社會互動效果；並正向影響線下實際互動的意願。劉冠麟（2015）採用實驗法探討臉書粉絲專頁不同貼文類型對於品牌態度、貼文態度和追蹤意願的差異。研究結果指出：使用文字搭配圖片的方式會產生較高程度的擬社會互動；擬社會互動程度越高，使用者對於品牌態度、貼文態度及粉絲專頁的追蹤意願越高；擬社會互動效果能夠提升使用者對於臉書粉專的黏著度，進而產生信任感及忠誠度。梁凱婷（2016）探討老齡化社會的銀髮族使用智慧型手機而產生的擬社會互動關係的現象因素、持續使用意願與影響效果。研究結果指出：銀髮族因為孤獨感及熟悉通訊軟體功能的緣故而使用智慧型

手機應用程式 LINE，以與家人朋友建立擬社會互動關係。劉文英（2018：166）根據擬社會互動理論，針對網路直播影音平台直播主與粉絲互動並維繫關係提出策略建議，包括：適度的自我揭露、展現真實感，以及讓粉絲感受主播是一位好夥伴/朋友。王紹蓉（2022：46）探索影響觀眾在行動直播平台提供直播主社會支持的因素模型，研究結果指出：新鮮感、中介窺視和渴望認同會正向影響觀眾對於直播主的擬社會互動；寂寞和擬社會互動對於遠距臨場感有正向影響。

在遊戲媒體與新興科技方面，劉以琳、劉婉儀（2013）探討冒險遊戲玩家的心理特質對於其投入遊戲角色及故事文本的擬社會互動效果。研究結果指出：五大人格特質（Big Five Personality Traits）中的「外向性」（extraversion），以及「遊戲時間」等兩個變項均能正向預測擬社會互動程度；此外，男性玩家的擬社會互動程度傾向較女性為高；年齡愈輕的玩家（未成年的青少年玩家）越傾向與遊戲人物建立擬社會互動關係。鳳仙（2014, 2015）從擬社會互動的分析視角出發，探討「月球車玉兔」航天技術如何吸引微博用戶的注意力，包括運用擬人化的語言、富有情感的表達方式，成功拉近普羅大眾與科技知識之間的距離。

檢視國外研究文獻，在廣電媒體方面，Nabi et al.（2006）指出：與電視人物建立擬社會關係可以預測觀眾對於電視影集或真人實境秀的觀賞愉悅程度。Hoffner and Buchanan（2005）、Hoffner（2008）的研究指出：青少年及兒童觀眾對於媒介人物會產生希望認同（wishful identification），或產生與面對面人際傳播情境相似的情感連結。Rubin et al.（2003）分析 345 名大學生收看八卦談話節目（Tabloid Talk Show）所產生的擬社會關係。研究結果顯示：「歐普拉秀」（*The Oprah Winfrey Show*）的觀眾比同

類型的「傑瑞斯普林格」(*Jerry Springer*)的觀眾有較高跟節目主持人建立擬社會關係的動機。Tian and Hoffner (2010) 根據擬社會互動理論，分析觀眾對於美國 ABC 電視台連續劇 *Lost* 中三種角色所持有的喜歡 (liked)、中立 (neutral)、不喜歡 (disliked) 的反應。研究結果指出：認同感與高度擬社會互動相關；感知相似性 (perceived similarity) 可以正向預測認同感及擬社會互動程度。Hartmann and Goldhoorn (2011) 採用擬社會互動經驗量表，應用實驗設計方法，針對受試者觀看電視節目人物的擬社會互動經驗，探討觀眾對於節目人物的感知吸引力，以及觀眾感知接受能力對於擬社會互動經驗的影響程度。研究結果指出：擬社會互動經驗與社會規範的投入，以及收視愉悅感之間呈正向關係。Ramasubramanian and Kornfield (2012) 以問卷調查方法，檢視美國年輕觀眾對於日本少女動漫女主角的希望認同及擬社會互動效果。研究結果指出：喜愛日本動漫女主角的親社會 (prosocial) 特質者，較為傾向產生強烈的希望認同與擬社會關係。

Tian and Yoo (2015) 檢視觀眾對於電視實境節目 *The Biggest Loser* 的反應，以分析觀眾對於媒介人物所產生的擬社會互動及認同效果。研究結果指出：觀賞節目與擬社會互動及認同之間皆為正相關；擬社會互動與自我效能 (self-efficacy) 亦為正相關；認同與自我效能之間則是負相關。Johnson and Patnoe-Woodley (2016) 探討廣播節目聽眾的收聽行為、消費認知與社群媒體涉入行為。研究結果指出：對於喜愛的廣播主持人的擬社會互動經驗及擬社會關係可以正向預測聽眾對於廣播節目的收聽、正面認知、記憶、品牌購買、推薦，以及社群媒體涉入等變項。Spangardt et al. (2016) 以擬社會互動及心流 (flow) 經驗作為中介變項，研究結果指出：廣播音樂節目主持人的個性會影響聽眾

與其進行擬社會互動的意願。Rosaen and Dibble (2016) 採用橫斷 (cross-sectional) 社會調查方法，分析媒介使用者的連結、社交補償 (寂寞感、欠缺歸屬感、社交焦慮) 等變項對於使用者建立與媒介人物之擬社會關係的影響。研究結果發現：與不喜愛的電視媒介人物的擬社會關係會受到社交補償作用與連結的交互作用影響。Vinney and Vinney (2017) 探討媒體使用閱聽人熟識的名人來配音，會使得閱聽人產生喜悅感，而喜悅感則會提升擬社會互動效果。除了新聞及娛樂節目，擬社會互動效果研究亦擴展於政治節目類型。Dunn (2018) 的研究指出：擬社會互動與娛樂教育的概念可解釋人們對於政治評論者的說服訊息是否抱持正面態度；擬社會互動與支持政治評論者的立場之間為正向相關，並較可能改變人們的政治態度及行為。

在網路與社群媒體方面，Goode and Robinson (2013) 檢視電視節目人物的部落格貼文及閱聽人對於貼文回應的語言使用行為。研究結果指出：正如傳播適應理論 (communication accommodation theory) 所預測，閱聽人採用語言同步 (linguistic synchrony) 及語文接近 (verbal immediacy) 的方式回應部落格貼文，以與電視人物進行擬社會互動。Savage and Spence (2014) 檢視廣播節目主持人使用社群媒體的擬社會關係效果。研究結果指出：社群媒體對於擬社會關係的強度及可信度有負面影響。Ledbetter and Redd (2016) 將擬社會互動作為中介變項，檢視影響社群網站公眾人物之認知可信度的影響因素。研究結果指出：公眾人物的社群網站貼文頻率與擬社會互動測量中的興趣 (interest)、團體認同 (group identification)、問題解決 (problem solving) 等項目之間呈正向關係；興趣與問題解決變項可正向預測公眾人物之認知可信度；團體認同與自我揭露態度的交互作用亦正向影響公眾人物的認知可信度。Banks and

Bowman (2016) 分析電玩遊戲玩家與虛擬化身 (avatar) 之間的擬社會互動與社會現象。研究結果指出：遊戲玩家與虛擬化身之間存在擬社會互動及社會關係 (social relationships)。

Gong and Li (2017) 指出：新興媒體科技品牌管理者常會透過知名部落客為自己的產品背書，可透過分析粉絲與知名部落客的擬社會互動，探討微網誌背書機制的影響效果。Gong and Li (2017) 的研究結果指出：擬社會互動可作為背書機制效果的前置變項，並且也是消息來源吸引力與背書效果的中介變項。Dai and Walther (2018) 指出：公眾人物直接回應社群媒體粉絲或內團體成員的貼文，有助於建立粉絲的擬社會親密感 (parasocial intimacy) 與認同感。而此處的擬社會親密感，指的是社群媒體用戶被社群媒體人物所瞭解、認可及關心的一種想像感受。Gregg (2018；Cohen 2003, 2004) 的研究指出：聽眾與離職廣播電台DJ之間的擬社會分手 (parasocial breakup) 就如同失去摯友一般，引發生氣、寂寞、失望的情緒，除了反映在社群媒體 (Twitter) 的貼文上，並會影響聽眾對於廣播電台的品牌認同。Rihl and Wegener (2019) 檢視YouTube網紅透過在YouTube平台回應貼文以跟粉絲建立擬社會互動關係與提升認同的現象。Kim (2020) 依據使用與滿足理論框架，驗證觀眾與YouTube開箱文影片網紅的擬社會互動對於產品購買意圖具正向中介效果。Lee and Lee (2021) 檢視觀眾與YouTube美妝頻道網紅的感知擬社會互動關係對於美妝商品消費意圖的正向影響效果。

在行銷傳播與組織傳播方面，Schramm and Knoll (2015) 探討媒介使用者對於媒介人物的認知、態度、行為等三個層次的擬社會互動，以及如何影響品牌置入 (brand placement) 的識別、回憶、評估、消費行為等四個層次的效果模式。Knoll et al.

(2015) 的研究證實：越正向的媒介人物透過擬社會互動，對於品牌置入會產生越正向的認知效果。Tsai and Men (2017) 探討組織應用社群媒體作為一種關係管理的機制，聚焦企業經理人 (CEO) 如何透過社群媒體建立其與利益關係人的擬社會互動關係。研究結果指出：(1) CEO 在社群媒體的回覆溝通會正向影響擬社會互動；(2) CEO 肯定式的回覆溝通會正向影響擬社會互動；(3) CEO 的擬社會互動會正向影響組織公共關係；(4) 擬社會互動會正向影響組織的公共倡議 (public advocacy)。

綜理國內外研究文獻，擬社會互動的概念可應用於分析閱聽人使用傳統媒體及新興媒體科技 (例如：廣播電視、網路平台、社群媒體) 與媒介中介他者進行真實性高的擬社會互動，其所產生的效應包括：認同感、親密感、喜悅感、幸福感，並可建立短期與長期的擬社會關係。

(四) 研究問題

擬社會互動與擬社會關係理論自 1956 年由 Donald Horton 和 Richard Wohl 提出，迄今已逾六十載。早期的擬社會互動研究乃是針對電視觀眾在觀看本地新聞節目的當下，對於主播所產生的一種實際對話互動的想像。經過時代變遷，擬社會互動的概念演進也歷久彌新，其研究所及的媒體範圍從傳統電視、電影、廣播媒體，擴大至新興媒體科技，包括：網站、電玩、虛擬與擴增實境環境 (Goldberg and Allen 2008； Jin and Park 2009)；並應用於廣告行銷、社群媒體管理、組織傳播、政治傳播，以及娛樂教育領域 (Savage and Spence 2014； Schramm and Knoll 2015； Banks and Bowman 2016； Johnson and Patnoe-Woodley 2016； Gong and Li 2017； Tsai and Men 2017； Hartmann 2017； Dai and

Walther 2018；Dunn 2018；Gregg 2018）。根據研究背景及目的，本研究分析及比較客家電視台的每日新聞節目「暗夜新聞」（主播以半身坐姿對著鏡頭播報新聞），以及融入客家文化元素的兒少科普節目「遊客家 搞科學」（主持人與節目參與者採坐、站姿與走動方式互動）的擬社會互動效果。以下是研究問題：

（1）客家電視每日新聞節目「暗夜新聞」與兒少科普節目「遊客家 搞科學」的擬社會互動效果為何？

（2）閱聽人特質（性別、客語能力）對於「暗夜新聞」、「遊客家 搞科學」的擬社會互動效果有何影響？

（3）「暗夜新聞」、「遊客家 搞科學」閱聽人與主播、節目主持人所建立的擬社會互動關係有何異同？

三、研究方法

本研究採用焦點團體訪談及問卷調查方法，分析與比較收看客家電視「暗夜新聞」、「遊客家 搞科學」節目觀眾的擬社會互動效果。本研究使用的擬社會互動量表取自 Rubin et al. (1985)，研究者根據研究目的加以修改後，總共有 18 個題項，使用五點力克特量表（1 非常不同意；5 非常同意）。問卷內容包括性別、年齡、客語能力等題項。

本研究分兩個階段進行（以下稱研究一、研究二），研究一於 2013 年 10 月至 11 月期間，透過人際網絡滾雪球方式招募 40 名「遊客家 搞科學」閱聽人。¹¹其中，男性受訪者有 20 名

¹¹ 作者邀請研究一所招募的 40 位受訪者在焦點團體訪談前先上 Hakka ING（好客 ING）網站，收看「2008 遊客家搞科學 第 20 集」節目。節目著作者：新

(50%)、女性受訪者 20 名 (50%)；16-25 歲的受訪者有 33 人 (82.5%)、26-35 歲 5 人 (12.5%)、46-55 歲 2 人 (5%)；不懂客語的受訪者有 11 人 (27.5%)、略通客語者 19 人 (47.5%)、客語普通者 7 人 (17.5%)、精通客語者 3 人 (7.5%)。研究一總共進行 6 場焦點團體訪談，請受訪者分享觀賞「遊客家 搞科學」的感受與體驗（包括對於節目主持人的觀感）。以下是訪談綱要：

（一）請問您認為「遊客家 搞科學」節目主要傳達什麼資訊？

（二）請談談您收看「遊客家 搞科學」的體驗與感受？

（三）請問您對於「遊客家 搞科學」的節目內容與製作有何看法跟建議？

研究二於 2016 年 4 月到 6 月期間，透過網路社群廣告與人際網絡滾雪球方式，招募來自台北、新竹、台中、高雄、花蓮的 38 位受訪者。¹²其中，男性受訪者有 19 名 (50%)、女性受訪者 19 名 (50%)；29 歲及以下受訪者 12 人 (31.6%)、30 到 50 歲者 13 人 (34.2%)、50 歲以上 13 人 (34.2%)；未註明客語能力的受訪者有 1 人 (2.6%)、略通客語者 8 人 (21.1%)、客語普通者 14 人 (36.8%)、精通客語者 15 人 (39.5%)。研究二總共進行 7 場焦點團體訪談，請受訪者分享收看「暗夜新聞」節目的感受與體

視紀整合行銷傳播股份有限公司。取自 https://broadcasting.hakka.gov.tw/video?recordId=1647&_p=video&catalog=59&videoCatalog=10&subCatalog=19&sort=ASC&p=1，上網日期：2022 年 2 月 7 日。

¹² 研究二的焦點團體訪談受訪者來自作者於 2016 年執行之客委會研究計畫：「客家知識體系天弓計畫 III，全球化架構下的台灣多元文化與傳播：客家族群媒體的內容產製與接收分析」，受訪者事先收看置於網路雲端的完整節目。此計畫的部分研究成果發表於：李美華（2017）。〈客家電視台新聞節目之接收分析〉。收錄於張維安主編，《在地、南向與全球客家》，頁 11-70。新竹：國立交通大學出版社。

驗，以及對於節目內容製作及主播表現的看法。以下是訪談綱要：

- (一) 請問您對於「暗夜新聞」印象最深刻的報導？
- (二) 請問您收看「暗夜新聞」的感受與體驗？
- (三) 請問您對於「暗夜新聞」的節目內容與製作有何看法與建議？

四、研究結果

(一) 研究一：兒少科普節目「遊客家 搞科學」

客家電視播出的「遊客家 搞科學」兒少科普節目由新視紀整合傳播行銷公司製作，主持人游詩璟來自新竹竹東，畢業於玄奘大學，專長為戲劇、主持，別號「客座小老師」、「漂亮美少女」。¹³ 焦點團體受訪者觀賞本研究以隨機抽樣方式選取的 2008「遊客家 搞科學」的第二十集「紅糟肉」，該集節目在苗栗縣立大倫國民中學拍攝，節目介紹客庄傳統飲食文化特色之一的「紅麴」，並融入食品科學知識。¹⁴

¹³ 取自 <http://activity.pts.org.tw/hakka/A2009SCHakka/host.html>，上網日期：2018年5月13日。

¹⁴ 節目內容簡述：「以前沒有冰箱的時代，吃不完的食物，要避免浪費，就會加入紅糟方便保存。糯米泡一晚上後，蒸飯籠蒸好之後加入紅麴來攪拌，放入罐中不時加入酒和攪拌放一個星期，就完成紅糟。原來紅麴是一種真菌，靠著附生而生，有抑制細菌的功效，同時也是一種天然色素。」「遊客家 搞科學」第二十集完整節目影片取自 <https://broadcasting.hakka.gov.tw/video/?recordId=1647&videoCatalog=10&subCatalog=19&catalog=59>，上網日期：2021年8月17日。

(1) 擬社會互動量表

受訪者觀賞節目之後，填寫擬社會互動量表，量表信度的 Cronbach Alpha 值為 0.921，符合標準。表 1 呈現擬社會互動量表項目的平均值與標準差，其中平均值最高的是：「我覺得主持人很親切，就像是跟朋友相處一般自在」（平均值 = 3.6），其次是「我喜歡主持人的聲音」（平均值 = 3.57），第三是「主持人對我瞭解科學知識幫助很大」（平均值 = 3.40）。整體量表的平均值為 3.16（表 1）。

表 1 「遊客家 搞科學」擬社會互動量表平均值與標準差

擬社會互動量表項目	平均值	標準差
我覺得我瞭解主持人的個性	3.10	.928
主持人對我瞭解科學知識幫助很大	3.40	.810
當我在看節目時，感覺自己也是其中一員	2.60	1.008
我喜歡比較自己與主持人所具有的科學知識	3.07	1.047
我覺得主持人很親切，就像是跟朋友相處一般自在	3.60	.778
我認為主持人是一個很自然又實在的人	3.35	.893
我喜歡主持人的聲音	3.57	.903
如果主持人有主持其他節目，我會願意收看	3.25	.954
我覺得主持人知道我需要何種科學知識	2.73	.751
我在觀賞節目過程當中會想要跟主持人對話	2.57	.984
我會想要閱讀報章雜誌上關於節目的相關訊息	2.82	.984
我想要在現實生活中遇到主持人	2.95	1.176
我覺得主持人很像我的老朋友	2.50	1.038
我覺得主持人很有吸引力	3.22	1.230
若換了其他主持人我會覺得不滿意	2.60	.744
我覺得我瞭解主持人的興趣跟喜好	2.60	1.033
我想要跟朋友討論關於主持人的事	2.80	1.203
我想要跟朋友討論並分享這個節目	3.15	1.051
平均值	3.16	0.973

進一步檢視性別變項，男性受訪者的擬社會互動平均值較女性為高，T 檢定結果顯示性別與擬社會互動之間無顯著相關性（男性平均值=3.02, 女性平均值=2.97, $t=0.275$, $p=0.785$ ）。在客語能力方面，客語普通的受訪者的擬社會互動平均值最高（3.30），其次是精通客語者（3.24），第三是略通客語者（2.90），平均值最低的是不懂客語者（2.89）。進一步以 One-way ANOVA 檢視，客語能力與擬社會互動之間無顯著相關性（ $F=0.912$, $p=0.445$ ）。

（2）焦點團體訪談

在主持人的表現方面，受訪者認為主持人的個性開朗、親切自然，客語能力佳，與參與者互動流暢，相當適合主持兒少科普節目。此外，有受訪者認為主持人的好名氣讓這個節目更有吸引力。

主持人蠻開朗的，蠻可愛的。（王女士，16-25 歲，略通客語，訪談日期：2013-10-30）

主持人佔了很大的加分角色，因為她蠻活潑的，表情豐富，可以吸引小朋友注意。（陳女士，16-25歲，不懂客語，訪談日期：2013-10-30）

主持人很眼熟，應該是有拍過鄉土劇吧。我覺得這是節目的亮點，或是吸引人的地方。我覺得主持人讓節目更吸引人，更有傳播效果。（李先生，26-35 歲，客語普通，訪談日期：2013-11-03）

針對客語使用，有受訪者認為主持人跟學生們應該全程使用客語，不要夾雜國語。另一方面，多位受訪者肯定主持人使用的客語腔調、咬字遣詞及語氣表現。受訪者表示，無論主持人或參

與者的客語使用是否流暢，都不會影響自己對於該節目所要傳達的科學知識的理解。

小朋友們的客語不是很溜，只有主持人比較溜，但我聽不慣她（主持人）的腔調。因為我是海陸腔，所以聽不太懂，只好看字幕，應該是小時候跟阿婆一起住，聽阿婆一直講海陸腔，聽四縣腔就覺得很怪。（劉女士 A，16-25 歲，客語普通，訪談日期：2013-10-25）

主持人的客語腔調可以聽得懂，但客語和國語混雜著講，我覺得卡卡的。（林女士，16-25 歲，客語普通，訪談日期：2013-11-03）

因為我講海陸腔，節目講四縣腔，但其實我是（兩個腔調）都通的，幾乎所有的客家節目都是用四縣腔發音的。（郭女士 A，46-55 歲，精通客語，訪談日期：2013-10-25）

我覺得主持人應該要全程使用客語比較好。客家電視台大概百分之九十五都是使用客語。小朋友對客家話也要多少有點了解，像主持人在跟他們對話的時候，他們只會以普通話（國語）回答。（彭女士，16-25 歲，客語普通，訪談日期：2013-10-30）

我覺得他是一個科學小知識的節目，雖然主持人在主持或是在對話時，主要使用客語，但不會影響我理解她（主持人）想要介紹的科學知識。（郭女士 B，16-25 歲，略通客語，訪談日期：2013-10-28）

另一方面，有受訪者表示，節目內容整體不夠豐富，趣味不足，步調緩慢，且觀眾與節目的互動不夠緊密，缺乏參與感。

我覺得主持人問問題，讓觀眾思考那部份還不錯，可是在小朋友輪流看顯微鏡和畫氣泡時有點冗，觀眾跟節目的互動好像沒有這麼緊密，觀眾沒有參與感，好像只是在看他們上課。(劉女士B，16-25歲，客語普通，訪談日期：2013-10-30)

我覺得節目內容有點薄弱，看久會有點無聊，比較不會感受到節目的趣味性。(王女士，16-25歲，略通客語，訪談日期：2013-10-30)

節目的科普知識與客家文化內容不足，主持人的表現跟著腳本走，主持方式沒有很吸引人。(賴先生，16-25歲，略通客語，訪談日期：2013-10-23)

(二) 研究二：每日新聞節目「暗夜新聞」

客家電視台新聞部製播每日新聞常態節目，主播群包括向盛言、廖期錚、吳奕蓉、黃小琪、吳詩禹、陳欣淪。每天晚間 7 時播出的「暗夜新聞」於 2016 年獲得第 15 屆卓越新聞獎之每日新聞節目獎，並曾入圍 2014 年卓越新聞獎。2015 年客家電視台的新聞節目獲得「消費者權益報導獎-電視新聞類專題報導獎」佳作，以及「電視新聞類平日報導獎」佳作(李美華 2016)。受訪者收看本研究以隨機抽樣方式選出的客家電視台 2016 年 3 月 1 日晚間七點播出的「暗夜新聞」節目，此集節目的主播是吳詩禹(四縣腔/苗栗三義)，本集節目共包括政治經濟、生活、醫藥、客家觀點、客家庄記事等 19 則新聞報導，受訪者於觀看節目後進行焦點團體訪談及問卷施測。

(1) 擬社會互動量表

擬社會互動量表之信度檢定 Cronbach Alpha 值為 0.959，符合標準。表 2 呈現擬社會互動量表項目的平均值與標準差。其中平均值最高的是：「我會想要閱讀報章雜誌上關於節目的相關訊息」（平均值=3.60），其次是「我喜歡主持人的聲音」（平均值=3.43），第三是「我認為主播是一個很自然又實在的人」（平均值=3.29）。整體量表的平均值為 2.95（表 2）。

表 2 「暗夜新聞」擬社會互動量表平均值與標準差

擬社會互動量表項目	平均值	標準差
我覺得我瞭解主播的個性	2.35	1.125
主播對我瞭解新聞知識幫助很大	3.17	0.985
當我在看節目時，感覺自己也是其中一員	3.11	1.105
我喜歡比較自己與主播所具有的新聞知識	3.11	1.132
我覺得主播很親切，就像是跟朋友相處一般自在	3.11	1.278
我認為主播是一個很自然又實在的人	3.29	0.957
我喜歡主播的聲音	3.43	1.037
如果主播有主持其他節目，我會願意收看	3.20	.964
我覺得主播知道我需要何種新聞	2.71	1.017
我在觀賞節目過程當中會想要跟主播對話	2.86	1.061
我會想要閱讀報章雜誌上關於節目的相關訊息	3.60	0.812
我想要在現實生活中遇到主播	2.91	1.292
我覺得主播很像我的老朋友	2.51	1.121
我覺得主播很有吸引力	2.94	1.187
若換了其他主播我會覺得不滿意	2.71	1.017
我覺得我瞭解主播的興趣跟喜好	2.43	1.195
我想要跟朋友討論關於主播的事	2.54	1.197
我想要跟朋友討論並分享這個節目	3.20	1.208
平均值	2.95	1.094

進一步檢視性別變項，男性受訪者的擬社會互動平均值較女性為高，T 檢定結果顯示，性別與擬社會互動之間無顯著相關性

(男性平均值=3.05, 女性平均值=2.84, $t=0.725$, $p=0.474$)。在客語能力方面, 精通客語的受訪者的擬社會互動平均值最高(3.48), 其次是客語普通者(2.81), 擬社會互動平均值最低的是略通客語者(2.46)。One-way ANOVA 檢定結果顯示: 客語能力與擬社會互動顯著相關($F=4.854$, $p<0.05$)。Scheffe 事後檢定結果顯示: 精通客語者較略通客語者的擬社會互動平均值顯著為高(Mean difference=18.417, $p<0.05$)。

(2) 焦點團體訪談

在主播的外在吸引力方面, 受訪者認為主播的長相漂亮; 表現「中規中矩」、能「溫和客觀」地呈現新聞事實。此外, 受訪者認為主播能夠展現客家女性「純樸」、「老實」的特質。

我覺得主播的裝扮真的是有代表我們客家人, 比較老實, 比較不是那種虛榮的裝扮, 不像一般演藝人員的樣子。

(新竹官女士, 50歲以上, 精通客語, 訪談日期: 2016年4月29日)

主播很漂亮。(台北賴女士, 30-50歲, 客語普通, 訪談日期: 2016年4月20日)

感覺主播很純樸。(新竹徐女士, 30-50歲, 客語普通, 訪談日期: 2016年4月29日)

主播的表現中規中矩。(高雄林女士, 30-50歲, 未註明客語能力, 訪談日期: 2016年5月18日)

客家電視台的主播比較溫和、客觀地呈現事實。(台中甘女士, 30-50歲, 精通客語, 訪談日期: 2016年6月8日)

另一方面，有受訪者對於主播的印象不深刻，感覺冷冰冰、沒有溫度；表現較為「死板」、「呆板」、「不活潑」、「不夠吸引人」。

我覺得主播有一點死板，這是我的感覺。（台北楊先生，29歲以下，略通客語，訪談日期：2016年4月20日）

主播的活潑度不夠，會讓人覺得這個新聞是冷冰冰的，是沒有溫度的。台語或國語的新聞不會有這種情況發生。（新竹龍女士，50歲以上，客語普通，訪談日期：2016年4月29日）

主播沒有給人家明星主播〔的感覺〕，沒有讓人覺得印象很深刻。（花蓮彭先生，30-50歲，客語普通，訪談日期：2016年5月27日）

主播臉部沒有表情，就是很呆板啦。（高雄彭女士，30-50歲，精通客語，訪談日期：2016年5月18日）

年輕世代受訪者表示主播是半身坐式，傳統的播報方式，沒有變化，故影響其吸引力，而中生代受訪者表示如此比較符合老一代的客家電視節目觀眾的收視喜好。此外，中生代受訪者表示：雖然主播的客語腔調沒問題，但不夠順暢，明顯是從國語的稿子轉換過來的，但表示能夠理解國、客語轉換之間的困難。

主播沒辦法吸引現代的人收看，就是坐播，然後就是一個框，然後從頭到尾都那樣。（新竹鄧女士，29歲以下，客語普通，訪談日期：2016年4月29日）

因為主播是用國語的思維在寫稿，那在轉換當中，她可能要講得快、又怕講錯，主播大概也有壓力，不像我們一般講國語講得那麼順，她在這個國語跟客語之間的轉換當中，

要怎麼樣去呈現，同時保持儀態，我覺得很難。(高雄李先生，30-50歲，客語普通，訪談日期：2016年5月18日)

主播講的腔調我聽得懂，但還是必須要看字幕，因為是從國語直翻的客語，這一點是不吸引我的地方。(台北賴女士，30-50歲，客語普通，訪談日期：2016年4月20日)

就一個畫面半身型這樣，不像其他電視新聞有全身型，還有動畫跟綠幕，很花俏，但是像我的阿婆她可能就會看不懂。因此我覺得這個節目可能有在迎合〔老一代〕客家人的口味。(新竹徐女士，30-50歲，客語普通，訪談日期：2016年4月29日)

如果〔客家電視台〕主播〔如其他電視台主播〕穿短裙，很活潑地走來走去，並不會吸引更多人收看。(新竹陳先生，30-50歲，客語普通，訪談日期：2016年4月29日)

(三) 比較研究發現

研究一「遊客家 搞科學」的擬社會互動量表平均值為 3.16，高於「暗夜新聞」的擬社會互動量表平均值 2.95。本研究以無母數統計方法 (nonparametric statistics) 的曼恩-惠尼 U 檢定 (Mann-Whitney U Test) 比較研究一「遊客家 搞科學」及研究二「暗夜新聞」的擬社會互動測量。檢定結果顯示：題項 1：「我覺得我瞭解主持人(主播)的個性」($p < 0.01$)；題項 3：「當我在看節目時，感覺自己也是其中一員」($p < 0.05$)；以及題項 11：「我會想要閱讀報章雜誌上關於節目的相關訊息」($p < 0.01$) 有顯著差異(表 3)。

表 3 無母數統計之曼恩-惠尼 U 檢定結果

擬社會互動題項	平均值	P 值
1. 我覺得我瞭解主持人（主播）的個性	「遊客家搞科學」 3.10 「暗夜新聞」 2.35	.003**
2. 主持人（主播）對我瞭解科學知識幫助很大	「遊客家搞科學」 3.40 「暗夜新聞」 3.17	.349
3. 當我在看節目時，感覺自己也是其中一員	「遊客家搞科學」 2.60 「暗夜新聞」 3.11	.033*
4. 我喜歡比較自己與主持人（主播）所具有的科學（新聞）知識	「遊客家搞科學」 3.07 「暗夜新聞」 3.11	.770
5. 我覺得主持人（主播）很親切，就像是跟朋友相處一般自在	「遊客家搞科學」 3.60 「暗夜新聞」 3.11	.070
6. 我認為主持人（主播）是一個很自然又實在的人	「遊客家搞科學」 3.35 「暗夜新聞」 3.29	.781
7. 我喜歡主持人（主播）的聲音	「遊客家搞科學」 3.57 「暗夜新聞」 3.43	.686
8. 如果主持人（主播）有主持其他節目，我會願意收看	「遊客家搞科學」 3.25 「暗夜新聞」 3.20	.947
9. 我覺得主持人（主播）知道我需要何種科學（新聞）知識	「遊客家搞科學」 2.73 「暗夜新聞」 2.71	.897
10. 我在觀賞節目過程當中會想要跟主持人（主播）對話	「遊客家搞科學」 2.57 「暗夜新聞」 2.86	.167
11. 我會想要閱讀報章雜誌上關於節目的相關訊息	「遊客家搞科學」 2.82 「暗夜新聞」 3.60	.001**
12. 我想要在現實生活中遇到主持人	「遊客家搞科學」 2.95	.957

(主播)	「暗夜新聞」 2.91	
13. 我覺得主持人(主播)很像我的老朋友	「遊客家搞科學」 2.50	.956
	「暗夜新聞」 2.51	
14. 我覺得主持人(主播)很有吸引力	「遊客家搞科學」 3.22	.342
	「暗夜新聞」 2.94	
15. 若換了其他主持人(主播)我會覺得不滿意	「遊客家搞科學」 2.60	.641
	「暗夜新聞」 2.71	
16. 我覺得我瞭解主持人(主播)的興趣跟喜好	「遊客家搞科學」 2.60	.324
	「暗夜新聞」 2.43	
17. 我想要跟朋友討論關於主持人(主播)的事	「遊客家搞科學」 2.80	.388
	「暗夜新聞」 2.54	
18. 我想要跟朋友討論並分享這個節目	「遊客家搞科學」 3.15	.605
	「暗夜新聞」 3.20	

* $p < .05$, ** $p < .01$

擬社會互動量表及焦點團體訪談結果顯示：相較於在攝影棚裡正襟危坐，以嚴肅態度播報新聞的「暗夜新聞」主播吳詩禹（平均值=2.35），「遊客家 搞科學」節目主持人游詩璟（平均值=3.10）表現開朗活潑、表情豐富，與參與節目的學生們互動流暢，是以在「我覺得我瞭解主持人(主播)的個性」此一項目的擬社會互動數值顯著較高。

此外，「暗夜新聞」吳詩禹主播面對、直視鏡頭，以半身坐姿播報新聞；「遊客家 搞科學」主持人游詩璟則是坐、站或走動，與一群國中學生聊天互動，在過程中偶有直視鏡頭或對著觀眾講話。在「當我在看節目時，感覺自己也是其中一員」此一項目上，「暗夜新聞」（平均值=3.11）的擬社會互動經驗測量顯著較「遊客家 搞科學」（平均值=2.60）為高。再者，「我會想要

閱讀報章雜誌上關於節目的相關訊息」此一項目，「暗夜新聞」的平均值（3.60）較「遊客家 搞科學」的平均值（2.82）顯著為高，顯示「暗夜新聞」（每日新聞時事）較「遊客家 搞科學」（兒少科普知識）更能夠引發閱聽人搜尋相關資訊的意願。

五、結論與討論

（一）研究發現

本研究採用並修正 Rubin et al. (1985) 所建構的擬社會互動量表，分析閱聽人收看不同類型客家電視節目（兒少科普節目、每日新聞節目）所發展的連結與涉入感受，以及可持續的感知社會關係 (Schiappa et al. 2007)。除了分析兩種不同類型客家電視節目的擬社會互動與擬社會關係，並分析性別、客語能力因素對於擬社會互動效果的影響。

針對「遊客家 搞科學」，研究一的調查結果顯示：男性（平均值=3.02），以及客語普通（平均值=3.30）的受訪者的擬社會互動程度最高。透過 T 檢定、one-way ANOVA 並未發現性別、客語能力對於擬社會互動有顯著影響效果。須注意的是，研究一的受訪者人數僅有 40 人，因此在統計分析結果的推論上有所限制。焦點團體訪談結果顯示：「遊客家 搞科學」的主持人游詩環個性親切、活潑、可愛、與學生們互動良好。但因節目內容主題單一、未全程使用客語、以及受訪者缺乏參與感等因素，影響其擬社會互動效果。

針對「暗夜新聞」，研究二的焦點團體訪談與擬社會互動調查結果顯示：男性（平均值=3.05），以及精通客語（平均值=3.29）的受訪者的擬社會互動量表平均值最高。One-way

ANOVA 的 Scheffe 事後檢定結果顯示：精通客語者的擬社會互動程度（平均值=3.48）較略通客語者（平均值=2.46）顯著為高。又，值得注意的是，研究二的受訪者人數僅有 38 人，對於統計分析結果的推論亦有所限制。焦點團體訪談受訪者認為主播吳詩禹長相漂亮、能夠表現客家女性的純樸特質。然而因為播報方式較為傳統制式、客語不流暢等因素，影響其擬社會互動效果。

本研究以無母數統計方法的曼恩—惠尼 U 檢定，比較「研究一」、「研究二」的擬社會互動效果。檢定結果顯示：18 個量表題項中，有以下三個題項：「我覺得我瞭解主持人（主播）的個性」、「當我在看節目時，感覺自己也是其中一員」、「我會想要閱讀報章雜誌上關於節目的相關訊息」呈現顯著差異。其中，「我覺得我瞭解主持人（主播）的個性」的擬社會互動效果以「遊客家 搞科學」（游詩璟）較大；「我會想要閱讀報章雜誌上關於節目的相關訊息」的擬社會互動效果則是「暗夜新聞」（吳詩禹）較大。

此外，檢定結果顯示：「當我在看節目時，感覺自己也是其中一員」此一題項，「暗夜新聞」的平均值（3.11）較「遊客家 搞科學」的平均值（2.60）顯著為高。而此題項測量的即為觀眾在觀看電視節目當下的擬社會互動參與經驗（Hartmann and Goldhoorn 2011）。不同於「遊客家 搞科學」主持人游詩璟，「暗夜新聞」主播吳詩禹使用眼神注視、身體正向面對的方式，有效引發了閱聽人的自動讀心活動（automatic mindreading activities），進而提升了擬社會互動效果（Cummins and Cui 2014）。

（二）研究限制與未來研究建議

本研究採用焦點團體訪談方法，在不同時間蒐集兩組閱聽人的焦點團體訪談與自我回報（self-report）資料，以針對客家電視兒少科普節目「遊客家 搞科學」與每日新聞節目「暗夜新聞」進行擬社會互動效果的比較分析。須注意的是，本研究的調查時間不同（2013 年、2016 年）、受訪者樣本數量較少（「遊客家 搞科學」受訪者 40 名；「暗夜新聞」受訪者 38 名）。研究限制包括：研究一與研究二針對不同受訪者，於不同時期進行兩個不同節目的便利樣本之閱聽人的資料蒐集；研究一與研究二的年齡問題題項不同。¹⁵由於上述研究限制，故在比較此兩個節目的擬社會互動效果差異，以及綜整、量化概推與詮釋推論研究結果時應特別謹慎。建議未來研究應採用固定樣本連續訪談（panel study）方法，增加受訪者數量，並使用結合擬社會互動量表（Rubin et al. 1985）及擬社會互動經驗量表（Hartmann and Goldhoorn 2011）進行資料蒐集、測量及分析。此外，未來研究可考慮納入五大人格特質、認知相似性、涉入、連結、認同等變項，探討這些變項對於擬社會互動的影響效果。

本研究比較兩種不同類型的客家電視節目（兒少科普節目、晚間新聞節目）的擬社會互動效果。兩個節目的受訪者的擬社會互動都是發生在媒介人物為真人的情況；且兩位媒介人物皆為具有外在吸引力、客語流利的年輕女性。然而，兩位媒介人物的展演方式迥異：「暗夜新聞」的主播在攝影棚內正襟危坐，表情嚴肅，面對鏡頭，直視觀眾，逐條以客語播報新聞。「遊客家 搞科

¹⁵ 「遊客家 搞科學」以十歲為間隔，包括：16-25 歲、26-35 歲、46-55 歲的受訪者；「暗夜新聞」則分為 29 歲以下、30 歲到 50 歲、50 歲以上的受訪者，而「遊客家 搞科學」受訪者中，某些年齡層（46-55 歲）的受訪者較少（2 人）。

學」則是外景錄影節目，主持人操持客語，說學逗唱，以活潑動態的方式跟一群國中生淺談紅麴的科普原理。

本研究發現：此兩個節目的擬社會互動程度都是男性較女性閱聽人為高，此與國外文獻的後設分析結果相反（Schiappa et al. 2007），但與劉以琳、劉婉儀（2013）的遊戲玩家研究的結果一致。而陳志賢（2021：135）的電視觀眾研究則是指出：「擬社會互動其實也出現在年輕人、男人與高教育程度者身上，只是少數男性觀眾傾向於低估或合理化自己的擬社會互動，卻高估、甚至鄙視其他人的擬社會互動」。

在客語能力方面，精通客語的「暗夜新聞」閱聽人之擬社會互動效果顯著較略通客語的受訪者來得大。研究一與研究二的焦點團體訪談結果顯示：主持人及主播的客語腔調及表達能力會影響閱聽人的擬社會互動經驗與主持人／主播的吸引力。此外，本研究發現，研究一「遊客家 搞科學」的 26-35 歲的受訪者的擬社會互動平均值最高（3.53），其次是 46-55 歲受訪者（3.14），最低的是 16-25 歲受訪者（2.90）；研究二：「暗夜新聞」的 50 歲以上受訪者的擬社會互動平均值最高（3.29），其次是 30-50 歲的受訪者（2.93），最低的是 29 歲以下的受訪者（2.69）。¹⁶ 建議未來研究可針對性別、客語能力、年齡變項做進一步探討，包括：分析男性主播或男性主持人的擬社會互動效果；比較不同性別閱聽人對於不同類型節目主持人的擬社會互動效果；以及年齡與客語能力變項對於擬社會互動效果的交互作用。

客家電視台主播以客語播報每日新聞，由多位主播採輪班制

¹⁶ 由於研究一與研究二的受訪者年齡題項不同，且某些年齡層的受訪者較少或完全沒有，在比較與推論年齡對於此兩個節目的擬社會互動效果時須特別謹慎。

播報。據此本研究認為：針對某位主播（研究二：「暗夜新聞」的主播吳詩禹）所產生的擬社會互動與擬社會關係，原則上應可以被其他主播取代。此外，研究一的兒少科普節目「遊客家 搞科學」雖播畢已久，但仍可以在網路上觀看重播。未來研究可以進一步探討閱聽人是否在節目停播後仍會與節目主持人保持擬社會關係，進行線下溝通，並繼而衍生為忠誠長久的社會關係（例如：迷群、粉絲）。

再者，未來研究可以針對電視產製技術進行分析，例如：燈光、鏡頭、剪輯技術是否與閱聽人建立擬社會互動及擬社會關係有關。Auter and Davis (1991) 指出：當演員直接對著觀眾說話，會比沒有對著觀眾說話能產生較大程度的擬社會互動效果。電視媒體可以透過攝影機操作鏡頭技巧的方式，消除介於觀眾與演員之間想像的「第四道牆」，亦可以促進兩者的擬社會互動 (Auter 1992)。

未來研究亦應建立比較擬社會互動經驗及擬社會關係的因果模式，並透過擬社會互動及關係模式分析客家電視節目建構閱聽人對於媒介人物的希望認同及類似認同 (similarity identification) 的效果 (Dibble et al. 2016; Auter and Palmgreen 2000; Tal-Or and Cohen 2010)。林姿彰、陳延昇 (2016) 曾探討角色特質與文本敘事結局對於少年漫畫角色認同與移情的效果。該研究將「移情」(empathy) 作為角色特質與認同的中介變項，並以感知真實 (perceived realism) 作為調節變項。未來研究可進一步探討移情、感知真實、類似認同、希望認同等變項對於客家電視節目閱聽人之擬社會互動的影響效果。

(三) 結語

根據 Horton and Wohl (1956: 215), 擬社會互動乃是媒介使用者在使用媒介當下所產生的一種對話交換的想像。過往研究將擬社會互動關係及擬社會互動經驗的測量加以區隔, 相關研究指出: 擬社會互動經驗量表適用於測量短暫的擬社會互動中的參與感; 擬社會互動量表則是適用於測量媒介使用者對於媒介人物的短期或長期的喜愛程度及線下社會關係建立 (Dibble et al. 2016; Rosaen and Dibble 2016)。本研究採用被多次驗證且廣泛使用並具高信度的擬社會互動量表 (Rubin et al. 1985), 分析兩種不同類型的客家電視節目 (新聞節目、科普節目) 的閱聽人對於主播/主持人的擬社會互動效果。未來研究可針對其他類型節目的擬社會互動效果進行比較分析。未來研究亦可進一步探討客家電視如何透過媒介人物、節目內容與製作手法, 一方面傳播時事新知或科普知識; 另一方面傳承客家語言, 促進客家認同, 以達成客家文化傳播與提升認同的使命。

值此新興媒體科技時代, 擬社會互動效果不再侷限於探討傳統報紙、電視、廣播、電影媒體, 也延伸至網站、社群媒體、電玩遊戲及虛擬實境環境中的擬社會互動效果, 例如探討網站、電玩遊戲、人工智慧、機器人如何透過個人化的設計及體驗, 讓使用者及玩家得以操作虛擬化身, 產生友誼、情感 (擬社會互動), 並產生連結、沉浸、認同 (傳輸) 效果 (Goldberg and Allen 2008; Jin and Park 2009; Youn and Jin 2021; Hoffman et al. 2021)。建議未來研究可以分析客家社群媒體與新媒體的經營管理, 例如: 臉書、IG、LINE 群組、電玩遊戲、虛擬網紅、聊天機器人的擬社會互動關係建立與認同效果, 並探討社群媒體經營

管理者如何與粉絲進行線上擬社會互動及線下實際互動，以與粉絲建立長久的擬社會關係。

參考書目

- 王紹蓉，2022，〈探索行動直播平臺的社會支持因素：擬社會互動與遠距臨場感觀點〉。《新聞學研究》150：45-95。
- 李美華，2016，〈多元文化傳播政策下的臺灣少數族群媒體：客家電視台的節目內容多元探析〉。《客家研究》9（1）：99-141。
- ，2017，〈客家電視台新聞節目之接收分析〉。頁11-70，收錄於張維安主編，《在地、南向與全球客家》。新竹：國立交通大學出版社。
- 周葆華，2013，〈從「後台」到「前台」：新媒體技術環境下新聞業的「可視化」〉。《傳播與社會學刊》25：35-71。
- 林姿彤、陳延昇，2016，〈角色特質與文本敘事結局對少年漫畫角色認同與移情之效果研究〉。發表於「2016年中華傳播學會年會」，嘉義：中正大學，2016年6月17-19日。
- 邱宜儀、蘇蘅，2009，〈政治名人與媒體：馬英九報導的新聞框架初探〉。《新聞學研究》99：1-45。
- 翁秀琪等，2009，〈從使用者出發的網路資源準社會互動研究：理論建構與使用者經驗研究〉。《新聞學研究》101：1-44。
- 耿慶瑞等，2012，〈虛擬角色代言人對網路廣告的影響—擬社會

互動與產品涉入的干擾效果〉。《資訊管理學報》19 (2)：439-473。

梁凱婷，2016，《以擬社會互動探討銀髮族在行動裝置上之持續意願：以 Line 為例》。中壢：中原大學國際商學碩士學位學程碩士論文。

陳志賢，2021，〈仍愛沙發上的馬鈴薯：電視觀眾的擬似社會互動與自我反思〉。《傳播與社會學刊》58：135-168。

陳玥蓁，2022，〈談心好，還是互動好？以擬社會互動探究在不同涉入度情境中的 podcast 吸引力來源〉。發表於「2022 年中華傳播學會年會」，台北：國立政治大學，2022 年 6 月 18 - 19 日。

陳婷玉、王舜偉，2006，〈愚昧無知或享受參與？廣播賣藥節目的閱聽人分析〉。《傳播與管理研究》5 (2)：1-36。

陳雅婷，2006，《擬社會人際互動與經驗組合順序對消費者虛擬經驗之社群感影響》。台北：國立台北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文。

彭文正，2005，〈客家元素與收視行為結構模式探究〉。《廣播與電視》24：63-91。

黃凱毓，2013，〈Facebook 中的擬社會互動現象分析-Facebook 的訊息呈現特性對線上交流之影響〉。發表於「2013 年中華傳播學會年會」，台北：輔仁大學，2013 年 7 月 12-14 日。

詹國勝，2010，《桃竹苗地區民眾之客家電視台的使用行為與收视評估研究》。新竹：國立交通大學傳播研究所碩士論文。

鳳仙 (Xian Feng)，2014，〈擬社會互動與科學傳播-以新浪微博月兔車為例〉。取自 <http://media.people.com.cn/BIG5/n/2014/1201/c382352-26126256.html>，上網日期：2018 年 3 月 8 日。

—，2015，〈Para-social interaction and science communication-Under the analysis of Sina Microblog Yutu〉。《新聞傳播科學》3：30-38。

劉文英，2018，〈網路直播節目主持人之口語表達策略建議〉。頁 157-169，收錄於游梓翔、溫偉群編，《社群媒體與口語傳播》。台北：五南。

劉以琳、劉婉儀，2013，〈冒險遊戲玩家心理特質與遊戲投入之研究〉。《南臺學報》38 (2)：113-126。

劉冠麟，2015，〈是廣告還是朋友？以擬社會互動探討 Facebook 粉絲專頁之效果〉。發表於「2015 年中華傳播學會年會」，高雄：義守大學，2015 年 7 月 3-5 日。

諸葛俊等，2012，〈地下電台傳播行為對台灣高雄地區公民社會影響之研究〉。《傳播與社會學刊》20：115-150。

賴筱茜，2012，〈Music or Friends? 流行音樂電台節目之音樂與擬社會互動對收聽樂趣的影響〉。發表於「2012 年中華傳播學會年會」，台中：靜宜大學，2012年7月6-8日。

—，2013，《廣播收聽與社群媒介使用對擬社會互動之影響效果與享樂感研究》。新竹：國立交通大學傳播研究所碩士論文。

賴筱茜、陳延昇，2015，〈不只是聽廣播：廣播與社群媒介匯流的擬社會互動經驗〉。《廣播與電視》38：1-33。

Auter, Philp J., 1992, "Psychometric: TV That Talks Back: An Experimental Validation of a Parasocial Interaction Scale." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 36:173-181.

Auter, Philp J. and Davis, Donald M., 1991, "When Characters Speak Directly to Viewers: Breaking the Fourth Wall in Television." *Journalism Quarterly*, 68:165-171.

Auter, Philip J. and Palmgreen, Philip, 2000, "Development and Validation of a Parasocial Interaction Measure: The Audience-Persona Interaction Scale." *Communication Research Reports*, 17:79-89.

- Banks, Jaime and Bowman, Nicholas D., 2016, "Avatars Are (Sometimes) People Too: Linguistic Indicators of Parasocial and Social Ties in Player-Avatar Relationships." *New Media & Society*, 18(7):1257-1276.
- Brown, William J., 2015, "Examining Four Processes of Audience Involvement with Media Personae: Transportation, Parasocial Interaction, Identification, and Worship." *Communication Theory*, 25:259-283.
- Burnett, Ann and Beto, Rhea R., 2000, "Reading Romance Novels: An Application of Parasocial Theory." *North Dakota Journal of Speech and Theatre* 13. Retrieved June 23, 2018, from <http://www2.edutech.nodak.edu/ndsta/beto.htm>
- Branch, Sara. E. et al., 2013, "Committed to Oprah, Homer, or House: Using the Investment Model to Understand Parasocial Relationships." *Psychology of Popular Media Culture*, 2(2):96-109.
- Burke, Kenneth, 1937, *Attitudes Toward History*. New York: New Republic.
- Cohen, Jonathan, 2009, "Mediated Relationships and Media Effects: Parasocial Interaction and Identification." Pp. 223-236 in *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects*, edited by Robin L. Nabi and Mary B. Oliver. Thousand Oaks, CA: SAGE.

- ___, 2004, "Parasocial Break-up from Favourite Television Characters: The Role of Attachment Styles and Relationship Intensity." *Journal of Social and Personal Relationships*, 21:187–202.
- ___, 2003, Parasocial Breakups: Measuring Individual Differences in Responses to the Dissolution of Parasocial Relationships. *Mass Communication and Society*, 6(2):191–202.
- Conway, Joseph C. and Rubin, Alan M., 1991, "Psychological Predictors of Television Viewing Motivation." *Communication Research*, 18(4):443-463.
- Cummins, R. Glenn and Cui, Boni, 2014, "Reconceptualizing Address in Television Programming: The Effect of Address and Affective Empathy on Viewer Experience of Parasocial Interaction." *Journal of Communication*, 64:723–742.
- Dai, Yue and Walther, Joseph B., 2018, "Vicariously Experiencing Parasocial Intimacy with Public Figures through Observations of Interactions on Social Media." *Human Communication Research*, 44(3):322-342.
- Dibble, Jayson. L. et al., 2016, "Parasocial Interaction and Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and A Critical Assessment of Measures." *Human Communication Research*, 42:21-44.

- Dibble, Jayson. L. and Rosaen, Sarah F., 2011, "Parasocial Interaction as More Than Friendship: Evidence for Parasocial Interactions with Disliked Media Figures." *Journal of Media Psychology*, 23:122–132.
- Dunn, Stephanie. G. S., 2018, "Parasocial Interaction and Narrative Involvement as Predictors of Attitude Change." *Western Journal of Communication*, 82(1):117-133.
- Giles, David C., 2002, "Parasocial Interaction: A Review of the Literature and A Model for Future Research." *Media Psychology*, 4:279–305.
- Goldberg, Caren B. and Allen, David G., 2008, "Black and White and Read All Over: Race Differences in Reactions to Recruitment Web Sites." *Human Resource Management*, 47(2):217–36.
- Gong, Wanqi and Li, Xigen, 2017, "Engaging Fans on Microblog: the Synthetic Influence of Parasocial Interaction and Source Characteristics on Celebrity Endorsement." *Psychology & Marketing*, 34:720-732.
- Goode, Jayne and Robinson, James D., 2013, "Linguistic Synchrony in Parasocial Interaction." *Communication Studies*, 64(4):453-466.

Grant, August E. et al., 1991, "Television Shopping: Media System Dependency Perspective." *Communication Research*, 18:773-798.

Gregg, Peter B., 2018, "Parasocial Breakup and Twitter: The Firing of Barb Abney." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(1):38-50.

Handelman, Don, 2003, "Towards the Virtual Encounter: Horton's and Wohl's Mass Communication and Parasocial Interaction." Pp. 137-152 in *Canonic Texts in Media Research: Are There Any? Should There Be? How About These?*, edited by Elihu Katz et al.. Cambridge: Polity Press.

Hartmann, Tilo, 2017, "Parasocial Interaction, Parasocial Relationships, and Well-Being." Pp. 131-144 in *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being: International Perspectives on Theory and Research on Positive Media Effects*, edited by Leonard Reinecke and Mary Beth Oliver. New York, NY: Roulledge.

Hartmann, Tilo and Goldhoorn, Charlotte, 2011, "Horton and Wohl Revisited: Exploring Viewers' Experience of Parasocial Interaction." *Journal of Communication*, 61:1104-1121.

Hoffman, Anna et al., 2021, "Parent Reports of Children's Parasocial Relationships with Conversational Agents: Trusted Voices in

- Children's Lives.” *Human Behavior and Emerging Technologies*, 1–12. <https://doi.org/10.1002/hbe2.271>
- Hoffner, Cynthia, 2008, “Parasocial and Online Social Relationships.” Pp. 309-333, in *The Handbook of Children, Media and Development*, edited by Sandra L. Calvert and Barbara J. Wilson. Boston: Malden Blackwell.
- Hoffner, Cynthia and Buchanan, Martha, 2005, “Young Adults’ Wishful Identification with Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes.” *Media Psychology*, 7:325–351.
- Horton, Donald and Strauss, Anselm, 1957, “Interaction in Audience-Participation Shows.” *The American Journal of Sociology*, 62:579–587.
- Horton, Donald and Wohl, R. Richard, 1956, “Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance.” *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*, 19(3): 215-229.
- Jin, S-A. Annie and Park, Namkee, 2009, “Parasocial Interaction with My Avatar: Effects of Interdependent Self-Construal and the Mediating Role of Self-Presence in An Avatar-Based Console Game, Wii.” *Cyber Psychology & Behavior*, 12(6):723-727.

Johnson, Jessie M. Quintero and Patnoe-Woodley, Paula D., 2016, “Exploring the Influence of Parasocial Relationships and Experiences on Radio Listeners’ Consumer Behaviors.” *Communication Research Reports*, 33(1):40-46.

Kim, Hyosun, 2020, “Unpacking Unboxing Video-Viewing Motivations: The Uses and Gratifications Perspective and the Mediating Role of Parasocial Interaction on Purchase Intent.” *Journal of Interactive Advertising*, 20(3):196-208.

Klimmt, Christoph et al., 2006, “Parasocial Interactions and Relationships.” Pp. 291-313 in *Psychology of Entertainment*, edited by Jennings Bryant and Peter Vorderer. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Knoll, Johannes. et al., 2015, “Good Guy vs. Bad Guy: the Influence of Parasocial Interactions with Media Characters on Brand Placement Effects.” *International Journal of Advertising*, 34(5):720-743.

Ledbetter, Andrew M. and Redd, Shawn M., 2016, “Celebrity Credibility on Social Media: A Conditional Process Analysis of Online Self-Disclosure Attitude as a Moderator of Posting Frequency and Parasocial Interaction.” *Western Journal of Communication*, 80(5):601-618.

- Lee, Minsun and Lee, Hyun-Hwa, 2021, “Do Parasocial Interactions and Vicarious Experiences in the Beauty YouTube Channels Promote Consumer Purchase Intention?” *International Journal of Consumer Studies*, 46(3):1–14. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12667>
- Levy, Mark R., 1979, “Watching TV News as Para-Social Interaction.” *Journal of Broadcasting*, 23(1):69-80.
- Lin, Shu-Fang and McDonald, Daniel G., 2011, “Assessing Dimensionality of the Parasocial Interaction Scale.” *Journal of Information Communication*, 1(2):1-28.
- Nabi, Robin L. et al., 2006, “Emotional and Cognitive Predictors of the Enjoyment of Reality-Based and Fictional Television Programming: An Elaboration of the Uses and Gratifications Perspective.” *Media Psychology*, 8(4):421-447.
- Nordlund, Jan-Erik, 1978, “Media Interaction.” *Communication Research*, 5:150–175.
- Perse, Elizabeth M., 1990, “Media Involvement and Local News Effects.” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 34(1):17-36.
- Perse, Elizabeth M. and Rubin, Rebecca B., 1989, “Attribution in Social and Parasocial Relationships.” *Communication Research*, 16:59-77.

- Ramasubramanian, Srividya and Kornfield, Sarah, 2012, “Japanese Anime Heroines as Role Models for U.S. Youth: Wishful Identification, Parasocial Interaction, and Intercultural Entertainment Effects.” *Journal of International and Intercultural Communication*, 5(3):189-207.
- Rihl, Alexander and Wegener, Claudia, 2019, “YouTube Celebrities and Parasocial Interaction: Using Feedback Channels in Mediatized Relationships.” *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(3):554-566.
- Rosaen, Sarah F. and Dibble, Jayson L., 2016, “Clarifying the Role of Attachment and Social Compensation on Parasocial Relationships with Television Characters.” *Communication Studies*, 67(2):147-162.
- Rosengren, Karl Erik et al., 1976, “Adolescents’ TV Relations: Three Scales.” *Communication Research*, 3:347–366.
- Rubin, Alan M., et al., 2003, “Viewer Aggression and Attraction to Television Talk Shows.” *Media Psychology*, 5:331-362.
- Rubin, Alan M. and Step, Mary M., 2000, “Impact of Motivation, Attraction, and Parasocial Interaction on Talk Radio Listening.” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(4):635-654.

- Rubin, Rebecca B. and McHugh, Michael P., 1987, "Development of Parasocial Interaction Relationships." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31(3):279-292.
- Rubin, Alan M. and Perse, Elizabeth M., 1987, "Audience Activity and Soap Opera Involvement: A Uses and Effects Investigation." *Human Communication Research*, 14:246-268.
- Rubin, Alan M. et al., 1985, "Loneliness, Parasocial Interaction, and Local Television News Viewing." *Human Communication Research*, 12:155-180.
- Savage, Maureen E. and Spence, Patric R., 2014, "Will You Listen? An Examination of Parasocial Interaction and Credibility in Radio." *Journal of Radio & Audio Media*, 21(1):3-19.
- Schiappa, Edward et al., 2007, "Parasocial Relationships and Television: A Meta-Analysis of the Effects." Pp. 301-314 in *Mass Media effects Research-Advances through Meta-Analysis*, edited by Raymond W. Preiss et al.. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schramm, Holger and Knoll, Johannes, 2015, "Modeling the Impact of Parasocial Interactions with Media Characters on Brand Placement Effects." *Journal of Promotion Management*, 21:548-565.

- Schramm, Holger and Hartmann, Tilo, 2008, "The PSI-Process Scales: A New Measure to Assess the Intensity and Breadth of Parasocial Processes." *Communications*, 33:385-401.
- Sood, Suruchi and Rogers, Everett M., 2000, "Dimensions of Parasocial Interaction by Letter-Writers to A Popular Entertainment-Education Soap Opera in India." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(3):386-414.
- Spangardt, Benedikt et al., 2016, "...And Please Visit Our Facebook Page, Too!' How Radio Presenter Personalities Influence Listeners' Interactions with Radio Stations." *Journal of Radio & Audio Media*, 23(1):68-94.
- Sparks, Glenn G., 2016, *Media Effects Research: A Basic Overview*, 5th edition. Boston, MA: Cengage Learning.
- Tal-Or, Nurit and Cohen, Jonathan, 2010, "Understanding Audience Involvement: Conceptualizing and Manipulating Identification and Transportation." *Poetics*, 38:402-418.
- Tian, Yan and Yoo, Jian H., 2015, "Connecting with the Biggest Loser: An Extended Model of Parasocial Interaction and Identification in Health-Related Reality TV Shows." *Health Communication*, 30(1):1-7.

Tian, Qing and Hoffner, Cynthia A., 2010, “Parasocial Interaction with Liked, Neutral, and Disliked Characters on a Popular TV Series.” *Mass Communication and Society*, 13:250-269.

Tsai, Wan-Hsiu Sunny and Men, Linjuan Rita, 2017, “Social CEOs: The Effects of CEOs’ Communication Styles and Parasocial Interaction on Social Networking Sites.” *New Media & Society*, 19(11):1848-1867.

Tsao, Chiangjan, 2004, “Research on Parasocial Involvement: An Overview.” *Journal of Hsuan Chuang Information and Communication*, 1:1–21.

Vinney, Cynthia and Vinney, Lisa A., 2017, “That Sounds Familiar: The Relationship between Listeners’ Recognition of Celebrity Voices, Perceptions of Vocal Pleasantness, and Engagement with Media.” *Journal of Radio & Audio Media*, 24(2):320-338.

Youn, Seounmi and Jin, S. Venus, 2021, “ ‘In A.I. We Trust?’ The Effects of Parasocial Interaction and Technopian Versus Luddite Ideological Views on Chatbot-Based Customer Relationship Management in the Emerging ‘Feeling Economy.’” *Computers in Human Behavior*, 119:106721. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106721>

研究論文

神豬祭祀爭議的行動者網絡分析：以中壢 仁海宮為例*

彭賢富** 石慧瑩***

臺灣鐵路管理局企劃處科長

國立中央大學客家語文暨社會科學學系副教授

摘要

近年來，跨越族群與信仰的神豬祭祀文化，因神豬飽受痛苦的飼養過程及屠宰方式，受到抗議並呼籲以其他方式代替。但在族群觀點與廟方的立場上，認為這是宗教與文化的傳統，應該繼續維持與傳承，因此「神豬祭祀」與「動物福利」兩者產生了價值上的衝突，在多元社會文化與動物倫理觀念進展下，成為值得

投稿日期：2021 年 12 月 6 日；接受日期：2022 年 8 月 8 日；刊登日期：2022 年 12 月。

* 本文初稿曾於 2021 年新楊平社區大學客家語言與生活文化學術研討會上宣讀，感謝評論人邱榮裕教授提供寶貴建議。另感謝本刊兩位匿名審查人惠賜寶貴與專業意見，使本文更臻完備。

** 電子信箱：stevenpsf@gmail.com。

*** 電子信箱：hys@cc.ncu.edu.tw。

探討省思的議題。

本研究以「行動者網絡理論」進行分析，將行動者網絡中所有人與非人的行動者一起討論。所有行動者都必須通過有如漏斗般的強制通行點建構的「兼顧神豬祭祀與動物福利」的平臺，將行動者網絡中所有人與非人的行動者邀來齊聚一堂，共同討論，透過「轉譯」的過程將各行動者間存有歧異或無共識的部分，尋求彼此互相理解、溝通及認同的共同話語，進而得到大家可以接受的解決方案。

關鍵字：神豬祭祀、神豬重量比賽、行動者網絡理論、動物福利

Research Article

The Actor-Network Analysis of the Controversy over the Holy Pig Sacrifice: Take Jhongli RenHai Temple for Example

Hsien-Fu Peng, Hwei-Ying Shih

Section Chief Department of Planning, Taiwan Railways
Administration, MOTC

Associate Professor, College of Hakka Studies, National Central
University

Abstract

In recent years, the holy pig sacrifice culture that crosses ethnic groups and beliefs has been protested and called for alternative to reform the ritual due to the painful feeding process and the way of killing. However, from the perspective of the Hakkas and the temples, they claimed that it was a religious and cultural practice, the tradition should be maintained and inherited. Therefore, the conflict of values between "the holy pig sacrifice" and "animal welfare" has become a subject worthy of discussion and reflection under the development of diversified social cultures and animal ethics.

This article tries to initiate a new perspective on the debate of holy pig sacrifice by bringing it into a dialogue with Actor-Network Theory (ANT), discussing all human and non-human actors in the

network. All actors must pass a funnel-like Obligatory Passage Point (OPP) to construct a platform for both the holy pig sacrifice and animal welfare. All actors of human and non-human are put together to discuss, and through the process of "translation" to seek for mutual understanding, communication, and recognition among the actors where there are discourses or no consensus, and come up with a solution acceptable to both parties.

Keyword: The Holy Pig Sacrifice, The Holy Pig Weight Competition, Actor-Network Theory, Animal Welfare

一、前言

全台舉辦神豬祭祀廟宇不分客家或閩南族群，尤以新埔枋寮義民廟及三峽清水祖師廟最具代表性，此外，中壢區的仁海宮及平鎮區褒忠義民廟每年農曆七月合辦的聯祭活動亦是當地宗教民俗的年度盛事。早年的神豬祭典中，參賽神豬少則百餘頭，多則數千頭，且前幾名的重量幾乎都超過上千台斤。「神豬敬獻」代表著信眾對信仰及奉祀神明的虔敬心意，然而近年來神豬飼養過程屢遭外界質疑，為求把神豬養得特大、特重以求獲獎，而有灌食的疑慮。根據台灣動保團體「台灣動物社會研究會」（以下簡稱「動社」）研究指出，神豬祭祀目前在飼養、運輸及屠宰過程中有諸多不人道的行為，如「下窟增肥，限制豬的行動」、「強迫灌食」、「移動秤重、粗暴五花大綁，拖車吊起秤重，豬隻遭受巨大緊迫」及「公開場合，未經人道致昏、活活刺喉放血」等，因此屢遭動保團體抨擊，引發社會爭議。

中央研究院社科所錢永祥教授（2006）在〈從保護動物觀點看「神豬」習俗〉一文指出，有關神豬祭祀的爭議，主要在於「它是一種民間半宗教、半文化的習俗」，就保障文化多樣性而言，宗教與少數族群的文化實踐確有其保存的價值與必要，但是神豬的飼養過程和屠宰方式實際上卻比動保法規範下的動物承受更大痛苦，此等持宗教與文化等理由就可免受一般動物保護法令的情形是否合理？現今全球動物權益保護意識抬頭，國內也有越來越多民眾關注動物受到的待遇，無論是組織社團或以個人名義關懷動物權益者日增，也因此每年全台各地許多尚舉辦神豬獻祭的宮廟，祭典期間每每遭遇動保團體抗議，雙方在神豬祭祀重量比賽議題立場上激烈對立，成為宗教文化與動物權益衝突的代表性案例之一。即便文化與宗教需要受到尊重和保護，但要護衛這項習

俗有必要證明神豬制度的宗教與文化性格，同時也有必要證明神豬制度對宗教祭祀是重要且不能更動的。即便承認神豬制度的文化及宗教意義，也還需要進一步證明其不可替代性、不可變革性（錢永祥 2006）。尤其是我們從近年來許多宮廟以創新方式舉辦神豬祭祀活動可以發現，習俗文化並非必然不可變易，隨著時代變遷，外在條件或民眾信念改變的情況下，移風易俗漸成事實。

只是無論是在學術研究或社會實踐過程中，如何跨越物種障礙，合理建構人與非人動物的關係，仍有相當大的歧見。社會對任何動物對待方式習以為常，保守的倫理觀點也以非人動物不具備道德能動性（*moral agency*）否定動物具有道德地位，人類沒有義務承認和尊重動物權利（*Sapontzis 1998*）。由於認定只有人類具有意向性，動物並非具有意向性的行動者（*actor*）的觀點，使得能動性概念長期以來成為倡議動物權益的重要限制。然而近年來出現了「行動者網絡理論」（*Actor-Network Theory*, 以下簡稱 *ANT*），以非人類具有能動性的主張突破長期以來人與非人的界限，也為動物倫理研究指出一條新路。本研究擬以仁海宮慶讚中元祭典中的神豬祭祀爭議為對象，根據「行動者網絡理論」探討並分析以神豬祭祀活動為核心形成的網絡中，各行動者¹——人（*human*）（仁海宮、信眾、神豬飼養戶、社區發展協會、政府主管機關、動保團體與關心動物的人士、文史工作者、輪值庄）與

¹ Sarah Whatmore（2002）認為在 *ANT* 中，行動者（*actor*）可以是「自然」或「社會」中各種的因素，要產生「行動」（*action*）不一定要靠「意向性」（*intentionality*）來定義，破除了自然與社會二元絕對的理論，因此「人」在 *ANT* 中並非是唯一的行動者，也不一定是層級或位階較高的行動者，也因此 *ANT* 的應用，有時會以 *actant* 取代 *actor*，藉以表達不一定要有「意向性」才具有「行動」的能力。此外，「人」與「非人」也不以有無生命來區分，而是以該行動者能否產生行動（*action*）來看，因此除了有生命的人類及非人類的動物可以發動「行動」外，其他由人類所組成的機關、團體、機構或組織，也可定義為「人」的行動者。

非人 (nonhuman) (神豬) 之間的關係、互動行為與過程，在同等地位下探討神豬祭祀與動物福利的衝突與未來可能的融合方向。

二、神豬祭祀與爭議各方

以「神豬」²作為祭品的宗教祭儀，普遍存在於漢文化的祭典中，是移民來台的先民將信仰及文化帶入台灣相傳至今的文化習俗，代表著敬天、敬神的誠心，並不侷限於客家族群。但因流傳一百八十多年歷史的義民祭作為客家代表性節慶之一，傳承客家人的忠義精神，既是客家文化中相當有特色的祭典，又是客家人最具代表性的信仰 (蔡惠琴 2010)，因而，義民祭中最受矚目的神豬祭祀活動，很自然地與客家族群聯結在一起，形成特殊的族群印象。每年農曆七月中元普渡期間，各地盛大的祀典活動，賽神豬往往是掀起祭典高潮的節目。由於信眾們相信神豬養得越大，代表越尊重義民爺，主事者的福份就越多。加上獻祭者不只一人，因此祭典以競賽方式來評比祭品的優劣良窳，獲獎者不僅經由獻祭儀式祈求神明護佑，也因此獲得地方殊榮，相當有面子。³在多重因素推波助瀾下，神豬飼養者致力於育種及技術改良，使參賽的神豬重量越來越驚人，往往超過上千台斤。得獎神豬被刻意以華麗繁複的棚架裝飾，典禮萬頭鑽動，人人爭看神豬，成為活動高潮。祭典過後，祭祀完的豬肉要分贈親友，稱為「分福」或

² 依據尹章義 (2004)〈「神豬」考釋--肥豬變神仙的故事〉，神豬指和宗教信仰發生關係、納入祭祀禮拜體系中的豬。一般可分經歷神聖化過程，成為「神」的豬；具有前知功能的「靈豬」；在神靈之前祭壇之上、做為供品，供神享用的豬，簡稱「神豬」。義民祭神豬當屬第三種—供品定義的豬，豬雖因為普遍畜養而逐漸取得在祭壇上的地位，但只能算是低階貴族和平民的祭品。

³ 動社認為神豬重量比賽演變成虐待動物的問題，其中一個重要因素是「面子文化」作祟。參見 <https://www.cast.org.tw/action/8377>，檢取日期：2021.11.24。

「分福肉」(林宜誼等 2016),是舊日社會親友間的一種饋贈活動,主要原因在於當時社會物資匱乏,分送肉塊有社會互助分享的精神與意義在其中。

本文研究場域中壠仁海宮,創建於道光六年,最初奉祀觀世音菩薩,後因中壠一帶閩粵械鬥頻仍,居民想藉由閩粵共同神祇海上守護神媽祖穩定紛亂,清道光八年(文政十一年,西元 1828 年)自北港朝天宮迎請分靈媽祖與觀音佛祖合祀,1867 年將媽祖改為鎮殿主神,以保佑商旅平安,至今香火綿延興盛,觀音佛祖則供奉在後殿。⁴1870 年,王國華重建廟宇,定名「仁海宮」。初期宮殿建構窳劣,同治 9 年(1870),眾信士建議重建廟宇,翌年(1871)完成改建工程,奉祀觀音菩薩及天上聖母,並以「仁」字代表觀音菩薩慈悲為懷、仁者無敵;以「海」字代表天上聖母救苦救難、海無波瀾,故正式命名為「仁海宮」(吳藍功主編 2016)。

仁海宮的中元法會與鄰近的平鎮褒忠義民廟在每年的農曆七月二十日聯合辦理,歷時久遠。⁵主祀神明不同的兩所廟宇聯合輪祀不僅少見,且系統複雜。從歷史脈絡來看,十三庄早期是以仁

⁴ 中壠仁海宮奉祀的神祇相當多元。一樓正殿奉祀主神天上聖母媽祖娘娘,同祀有註生娘娘與三官大帝;二樓前殿奉祀關聖帝君關公,左右同祀文昌帝君與神農大帝;二樓後殿是太歲殿主祀鬥姆,兩側供奉太歲星君;三樓觀音殿主祀觀世音菩薩,同祀有文殊菩薩與普賢菩薩(蔡依倩主編 2011)。

⁵ 中壠仁海宮以天上聖母媽祖娘娘為供奉主神,平鎮褒忠義民祠主祀義民爺,二廟奉祀的主神不同,最卻後形成一套「兩座廟宇、兩個主神」獨步全台的兩廟輪祀制度。根據仁海宮副董事長表示,仁海宮在建廟初期是主祀觀音佛祖,後一樓正殿奉祀天上聖母媽祖,仁海宮辦理的中元祭典活動,性質上也是屬於義民祭,早期褒忠義民廟與中壠仁海宮各自舉辦中元普渡祭典,且時間上稍有不同,義民廟在農曆七月二十日、仁海宮在七月二十三日,考量兩廟祭祀圈重疊,為避免勞民傷財,故兩廟研商共同辦理慶讚中元活動,採平鎮、中壠、楊梅十三庄輪值方式輪值。因為早期資料保存並不完整,正確合併辦理的時間並未留存下來(彭賢富 2021)。

海宮媽祖為核心，之後才逐漸與義民信仰結合。⁶兩座廟提供信徒在信仰上的神聖空間與心理依託，輪祀制度維護了地方宗教秩序，其中一大要事便是舉辦神豬祭祀。聯祀制度形成的祭祀圈，這種宗教共同體使百姓更形團結，地方菁英也在其中角逐權力，透過政治、經濟、社會與文化活動擴展自身網絡（陳雪娟 2008）。然而也是這樣的人類宗教活動衍生出了本文主題「神豬祭祀」爭議。

然而本應平和、莊嚴、神聖的宗教祭典，近年來因為飼養過程涉及虐待動物故受到動保團體的大力抨擊，其存續面臨極大挑戰。動保人士認為，神豬飼養過程有虐待疑慮，被呈獻為供品的豬隻在不人道的飼養過程中飽受痛苦折磨，除了定時強迫灌食，為了增肥，神豬還會被限制行動，以「下窟」方式用粗竹管或鐵管限制豬的活動空間，讓豬僅能翻身而無法站立、移動，時間長達一~二年，最後又在意識清楚、未經人道致昏的狀況下，以長刀直接刺入喉管，割斷動脈，活活放血痛苦致死。⁷

我國政府於民國 87 年制訂動保法，歷經十餘次修法，藉以保護動物權益。然而動保的主要動力仍來自民間的力量。近年來神豬爭議受到各方討論，有組織性的團體、也有關心動物福利的個人紛紛投注心力，呼籲停止因人類宗教民俗祭典致使豬隻蒙受不必要的痛苦。以「台灣動物社會研究會」為例，動社是台灣內部非營利、非政府的民間組織，成立於 1999 年，以推動「人與動物、

⁶ 陳雪娟（2008）指出，從清代到日治，以廟宇來說，中壢十三庄居民比較崇信的是仁海宮而非褒忠義民祠，主要係因仁海宮有十三庄居民精神象徵意涵，而平鎮褒忠義民祠則較像宋屋庄宋家的私人廟宇，平鎮褒忠祠後來進入義民信仰系統，是因當時宋家在地權勢的關係與影響。

⁷ 〈灌食涉及虐待神豬祭典應轉型〉，台灣動物新聞網，<http://www.tanews.org.tw/info/11525>，檢取日期：2021.11.24。

環境和諧互動」為宗旨，長期且深入的進行研究、調查與分析，並結合國內外相關專業組織的力量，從公眾意識和輿論、政策施壓、立法遊說、教育推廣等各方面，希望逐步促進人們意識、行為及公共政策的改變，共創「人與動物、環境的和諧互動」。⁸動社每年在神豬祭祀議題上發起抗議行動，希望社會各界、廟方、信眾及政府單位正視「神豬重量比賽」所帶給豬隻在各「飼養」、「運輸」及「屠宰」等過程中遭受到的痛苦。此外，許多關心動物福利的個人也紛紛努力為神豬發聲，例如文史工作者林瑞珠導演於2011年發起「反對虐養神豬——百位客家人連署」、2013年拍攝「神豬沙龍」紀錄片，揭發神豬飼養過程真相；2019年署名快樂姆姆的動保人士於國發會公共政策網路參與平臺上提出「終止神豬重量比賽祭祀」議案，並在短短14天內達標（5,000人附議）而成案，顯示社會上有越來越多人關注動物福利議題。

最後，是這項爭議中的主角——豬。依據生物學家 Lyall Watson (2005) 的研究，豬被公認是智力高超的動物，足以和猿類及海豚平起平坐，已有充分證據證實豬具備認知能力、會辨別不同的個體、能理解頗為複雜的狀況。豬具有如此高的認知能力，在這種條件下，不僅強迫灌食是對豬隻的傷害，神豬飼養如果真使用下窟增肥，就是不當約束 (undue constraint) 的措施，而以粗暴方式五花大綁，拖車吊起秤重來移動秤重及公開場合，未經人道致昏、活活刺喉放血而死等，更是嚴重違背政府制訂動保法保護動物福利的精神。

⁸ 參見該會網址：<https://www.east.org.tw/about/aboutus>，檢取日期：2021.11.30。

三、以行動者網絡理論分析神豬祭祀爭議

行動者網絡理論 (Actor-Network Theory, ANT) 是由 Michel Callon、Bruno Latour 以及 John Law 等學者發展出來的觀點，主要是提出一種涵納人類及非人類的動植物、物件、工具、制度等的異質網絡，來解釋科學知識與技術的建構 (王志弘 2015)。Callon (1986) 的行動者網絡理論先是提出了三個方法論原則，分別是：對於捲入爭議的各方行動者，必須保持不偏袒的中立性的「不可知論」(agnosticism)；承諾以相同的措辭解釋相互衝突觀點的「普遍的對稱性」(generalised symmetry)；以及放棄自然和社會先驗二分的「自由連結」(free association)。⁹Callon 以三位研究海洋生物學學者在法國 St. Briec Bay 的扇貝研究案為例，針對扇貝保育策略的網絡化嘗試經驗，提出了四個轉譯時刻 (moments)，包括「找出問題」(problematization)、「賦予利益」(interessement)、「徵召」(enrollment)、及「動員」(mobilisation)，探究如何掌握最佳時刻去轉譯自己與他人的語言 (不論人與非人行動者)，如何塑造出利害與共的情境，以及成功徵召盟友以達到目的。其間，啟動網絡化的行動者在整個情境中須要提出「強制通行點」(Obligatory Passage Point, OPP)，若各方行動者能協調同意就能化解問題，但如果其中有行動者有異議 (dissidence)，無論是背叛或有爭議，那麼轉換就以失敗告終，無法形成穩定的網絡。

ANT 最特別之處在於「賦予」非人類重要角色，讓非人類具有能動性 (Sayes 2014)。Latour (1992) 指出，以前非人類是社會科學中被遺漏的龐大群體 (the missing masses)，近年來隨著

⁹ ANT 反對科技、社會、自然之間先驗區分，而強調任何實體其實都是在關係網絡中展演出其存在樣態；一切都是在行動或實作過程中展開的，充滿了不確定性和偶然性 (王志弘 2015)。

行動者網絡理論的出現，非人類行動者不再被無視。但研究發現，有時行動者無法轉譯自己的語言為其他行動者瞭解或接受，可能會攻擊或破壞網絡，此時網絡的仲介發言人就必須扮演調解的角色，重新找出問題、賦予利益、徵召與動員，再網絡化，避免網絡瓦解，尋求一個新的動態平衡之解決方案。儘管非人類如何定義以及非人類擁有能動性意味著什麼等問題，仍有許多爭議（Amsterdamska 1990, Schaffer 1991），但學者們認為，即便非人類不見得具備 ANT 理論預設的能動性程度，他們仍然具備一種有限的「作為原因的能動性」（causal agency）（Bloor 1999, Sayes 2014），若能建立網絡，納入更多樣的對象，打破以人類作為唯一具能動性的框架，更能有效支持整體網絡的持續運作。

此外，ANT 也反對二元（duality）對立，在此爭議中，支持「神豬競重」的傳統方與主張「動物福利」的動保方，雙方之間看似出現了「宗教文化及民間習俗的維持與保存」與「人道飼養與屠宰」的衝突，但 ANT 否定「傳統」與「現代」無法交融的可能、否定「動物福利保護」與「神豬競重祭祀」無法尋求平衡的觀點。

因此，在有關神豬祭祀行動者網絡中，本研究嘗試將人與非人的各行動者間，結合在一個異質（heterogeneous）網絡內，各行動者居於同等的地位，有相同的權重，自然與社會、人與非人類都被同等對待，在動態網絡不斷的交互作用運作的每一個過程中，以仲介（mediation）及動態位移（displacement）的轉譯（translation），透過一個又一個的強制通行點尋求動態平衡，嘗試轉譯並發展出各行動者都能接受的解決方案。

（一）神豬祭祀行動者網絡進程

本研究以 ANT 分析，將神豬祭祀的行動者網絡分為三個時間進程，分別為 2003 年以前，傳統神豬祭祀重量比賽的「初始網絡」（Primary Network）、2003 年~2019 年上半年，動保團體與神豬祭祀的衝突的「過程網絡」（Process Network），以及 2019 年下半年~迄今，逐漸轉型走向融合的「融合網絡」（Convergence Network）。以下即分別以此三個時間進程進行行動者網絡動態運作與轉譯過程探討。

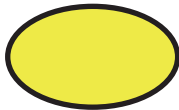
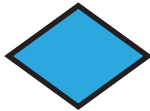

1. 2003 年以前的初始網絡

神豬祭祀文化跨越了清領時期、日治時期到近代的國民政府，迄今已有百餘年歷史。在 2003 年以前，神豬祭祀一直是民間很重要的宗教文化與傳統，所有行動者，除了「非人」行動者豬隻外，包括政府與民間的立場與態度幾乎一致，普遍支持傳統文化與信仰。直至 2003 年動社倡議動物福利觀念，指出神豬祭祀重量比賽，導致神豬在飼養過程及屠宰方式上受到種種不人道的對待，使得神豬祭祀重量比賽的網絡開始有了明顯的變化。

2003 年以前的初始網絡階段，強制通行點（OPP1）為神豬祭祀重量比賽。行動者間立場並未出現明顯對立態勢，但在網絡持續不斷的動態轉譯的過程，仍可區分出「維持方」（信眾、廟方、輪值庄、神豬飼養戶、政府機關）、「反對方」（豬隻）及「中立方」（文史工作者）三個不同立場的行動者群體，各行動者間雖立場不同，但不易轉化自身語言讓其他行動者瞭解並接受，難有轉譯契機。初始網絡以宗教文化與習俗傳承為宗旨，信眾、神豬飼養戶及廟方均虔誠敬奉神豬以酬天謝神，祈求國泰民安，風調雨順。而仁海宮與平鎮褒忠義民廟由中壢、平鎮、楊梅十三庄

輪值共同舉辦慶讚中元祭典，進行神豬重量比賽。至於政府機關，當時雖有推行「端正社會風氣」與「拜拜節約」政策，提倡減少殺豬公及以麵粉豬等替代作法，但與動物福利無涉，原則上仍是支持與認同地方宗教文化習俗。外來的「文史工作者」則是從旁記錄與觀察的角色，是對地方文化、風俗，民情、歷史、建築、古蹟、人文、文物、史料、生活作完整記錄、推動與保存的專業人士。針對神豬祭祀文化，以研究神豬祭祀歷史脈絡、現況發展，社會變遷下面臨的瓶頸，分析對神豬祭祀的影響與衝擊，在初始網絡中未與任何立場的行動者有連結，保持中立。由於當時動保團體尚未出現，因此初始網絡階段唯一反對「神豬祭祀重量比賽」的行動者，僅豬隻一方，勢單力薄，沒有同盟戰友，話語權被淹沒。以 ANT 初始網絡分析，地方人士將神豬祭祀視為敬天酬神、信眾還願重要儀式與文化，更顯示其內心的誠意，此時神豬祭祀的儀式、程式與內容等均不容許輕易變更。

表 1 行動者網絡圖例

立場	圖例	行動者
維持方		信眾、神豬飼養戶、仁海宮、輪值庄、社區發展協會、政府機關、文史工作者、提案人快樂姆姆、豬隻、動保團體
反對方		
中立方		

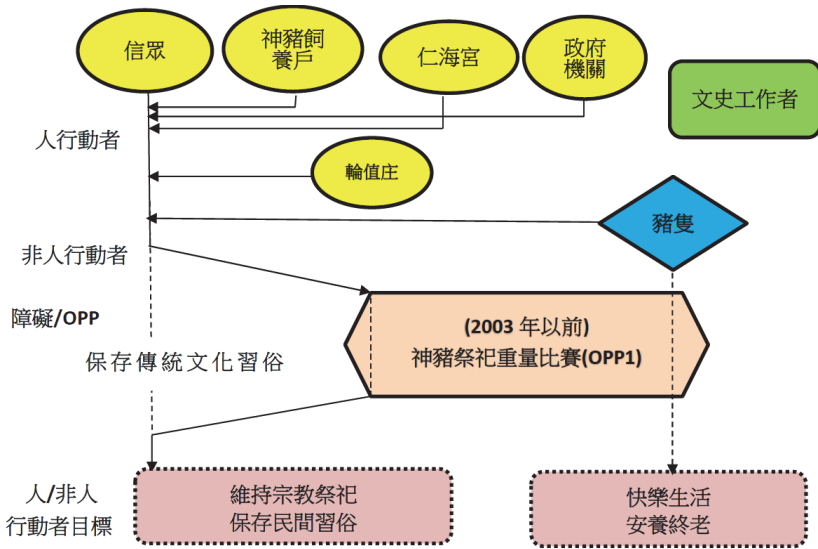


圖 1 初始網絡：2003 年以前的神豬祭祀重量比賽行動者網絡與 OPP1
資料來源：彭賢富（2021：113）

2. 2003 年~2019 上半年的過程網絡

2003 年動社加入網絡後，進入「過程網絡」進程，此時維持方（廟方、神豬飼養戶、輪值庄及信眾）與反對方（動社、豬隻）不斷透過動態轉譯的過程，將自己的語言讓其他行動者瞭解，以徵召更多盟友加入己方陣營。在過程網絡初期與中期，時常發生陳抗事件，維持方與反對方彼此對立難有轉圜空間。各行動者間除希望徵召更多盟友與追隨者加入外，更積極拉攏最初中立方的文史工作行動者，這使得文史工作者開始思索神豬祭祀與動保權益的價值衝突及未來走向，最後被反對方動社成功轉譯而加入其陣營。此外，隨著時代變遷，動物福利受到越來越多人的關心與重視，祭祀文化是否真要用愈大愈重的神豬才能呈現謝神誠意的問題，在社會上引發廣泛討論。

到了過程網絡後期，部分行動者立場出現轉變的現象。其中有兩個重要的行動者加入網絡，分別為 2011 年 6~8 月的「反對虐養神豬-百位客家人連署」，形成第二個強制通行點（OPP2），及出現於 2019 年 7-8 月的「為阿義發聲」，形成第三個強制通行點（OPP3）。

2.1 反對虐養神豬——百位客家人連署

2011 年新竹市公害防治協會及動社等團體召開「百位客家人發起反對虐養神豬，呼籲停止神豬重量比賽記者會」，公佈來自 204 位客家人發起的反省連署、「鍾肇政等客家耆老或意見領袖訪談紀錄」、「台灣各地義民廟神豬祭祀現況調查」，及因重量比賽導致神豬遭受虐養的調查影片，要求應「尊重生命，創新祭拜文化——取消神豬重量比賽」（台灣動物社會研究會 2011）。

2010 年 8 月，時任記者的紀錄片林瑞珠導演去新竹採訪神豬農場，出現在她眼前豬隻的各幕情況令她震撼，從而以豬隻的立場去思考，設身處地站在非人類動物的角度，感同身受他所受的苦，因此決定要為他們做一些事情。根據 ANT 轉譯四階段分析：

(1) 找出問題：林瑞珠導演於 2011 年 6 月，朝社會運動方向走，從內部去反省，從民間去帶動，並與動社共同進行活動。

(2) 賦予利益：林瑞珠導演拍攝「反對神豬虐養」紀錄片，號召百位客家人連署，影片探討集約式神豬農場的虐養問題，而不是反神豬祭祀文化，讓社會大眾瞭解此活動的目的與意義。

(3) 徵召：林瑞珠導演聯繫客家、文化界大老，包括文學大師鍾肇政、作家李喬、聯合大學林本炫教授、范文芳教授等、NGO 團體，並與動社合作，由動社負責聯繫動保界人士，包括昭慧法

師、悟泓法師（動社執行長朱增宏）等人。由於先前動保人士批判這個問題時，被義民廟方以非客家人，不懂客家文化、非客家人打壓客家文化，及動保團體、出家人不懂神豬祭祀文化等理由反駁。所以，她想號召各領域的客家人為反對虐養神豬發聲，證明客家鄉親也反對這種虐養行為。

(4) 動員：林瑞珠導演依其過去社運經驗，採取「針對性」策略，集中火力針對新埔義民廟，因為它具有帶頭的效果，神豬重量比賽也是以新埔義民廟為首，因此記者會後被大幅報導，社會各界討論度高，成功的策略，引起社會廣大的迴響。



圖 2 2011 年百位客家人連署——反對虐養神豬，呼籲停止神豬重量比賽記者會¹⁰

¹⁰ 照片來源：2011 年 08 月 11 日「神豬比賽不人道 百位客家大老連署廢除」《環境資訊中心》，記者廖靜蕙，<https://e-info.org.tw/node/69286>，檢取日期：2021.3.17。

然而，此階段出現異議，林瑞珠導演「反對虐養神豬-百位客家人連署」行動與動社的觀點有些許不同。但雙方透過溝通與協調，化解歧見，得出一個彼此可以接受的方案，2011年8月10日在臺北舉行記者會時，林瑞珠導演提出的「反對虐養神豬」的連署題目與動社要求的「停止神豬重量比賽」併存於記者會場的紅布條上，行動者網絡仍舊穩定進行，並未因此而產生隔閡或崩解，也由於眾多知名客家代表連署，使得這個運動成功帶動族群內部反省及外部改變。依據農委會資料「2006年至2020年神豬飼養戶數及飼養隻數歷年統計資料表」顯示，2012年神豬隻數年暴減及2013年神豬飼養戶驟減的主要原因，簡要分析如下：

(1) 1997年口蹄疫爆發：台灣在1997年爆發口蹄疫，經政府全力控制，2013年後未再出現案例，2020年世界動物衛生組織(OIE)宣告將台灣(台、澎、馬)改列為不打疫苗的非疫區(不含金門)(楊淑閔2020)。

(2) 2011年起農經政策與經濟環境改變造成生產成本上升：2011年中國大陸發生不明原因高熱病，韓國也爆發口蹄疫，導致兩國豬肉生產短時間內急速減少，從而使得美國豬肉出口增加，交易價格上揚，增加養豬農民信心，豬隻在養頭數頓時增加；至2012年，因市場供過於求，豬價開始下跌，又導致豬隻數減少；2013年時，又因種種因素導致生產成本大增，豬隻價格疲軟不振，養豬業者叫苦連天，豬隻數大為減少，養豬產業產生很大的變化，部分轉為代養，有些甚至就此離開。(2011年至2013年《台灣養豬統計手冊》)

(3) 2011年「百位客家人發起反對虐養神豬，呼籲停止神豬重量比賽記者會」社運的影響：紀錄片林導演與動保團體動社共同發

起，神豬重量比賽的爭議正式浮上檯面，社會熱烈討論與廣泛迴響，引起政府部門高度重視與關切。社運之後的幾年，台灣神豬祭祀重量比賽方式或制度，及民眾觀念上都起了很大的變化。林導演認為，此運動產生許多實質效果，包括喚起族群內部的反省，同時也整合了各方力量，在轉向民間風氣上具指標意義，為「神豬議題」的重要轉捩點。神豬從飼養到參賽耗時約 2 至 3 年，飼養戶數與神豬隻數的減少與此社運有高度相關，民眾對動物福利的認知意識被成功喚起。

林導演發起的這個社會運動喚起了社會重視動物福利，思考族群與祭祀文化，並在網路上發酵，引發熱搜、部落格大量轉貼，促使舉辦廟方、信眾、神豬飼養戶等內部產生自覺並開始思考神豬議題，促成減量、舉辦方式轉型。

從「應然面」來看，動物福利意識抬頭，也獲得社會各界普遍認同，廟方、信眾、神豬飼養戶及政府等行動者面對龐大的輿論壓力，本應在神豬議題上進行改革；但是以「實然面」來說，持動保理想者仍屬小眾，相較而言，宗教界的政治、社會、經濟的影響廣大，執政當局考量相關政治效應，仍不願立即就神豬議題明確表態，只是籠統地一方面表示不以法律介入裁處神豬祭祀疑似違反動保法規的爭議部分，並鼓勵廟方轉型或設計「創意神豬」等替代方案，另一方面又肯定動保方倡議的動物福利理念，顧全雙方立場。

表 2 2006 年至 2020 年神豬飼養戶數及飼養隻數歷年統計資料表

年度 (以當年 12 月調查為基準)	飼養戶數	飼養隻數
2006	20	158
2007	23	144
2008	20	152
2009	20	183
2010	17	174
2011	21	175
2012	20	79
2013	6	50
2014	7	95
2015	7	77
2016	6	71
2017	7	85
2018	5	72
2019	7	43
2020	7	39

資料來源：行政院農委會

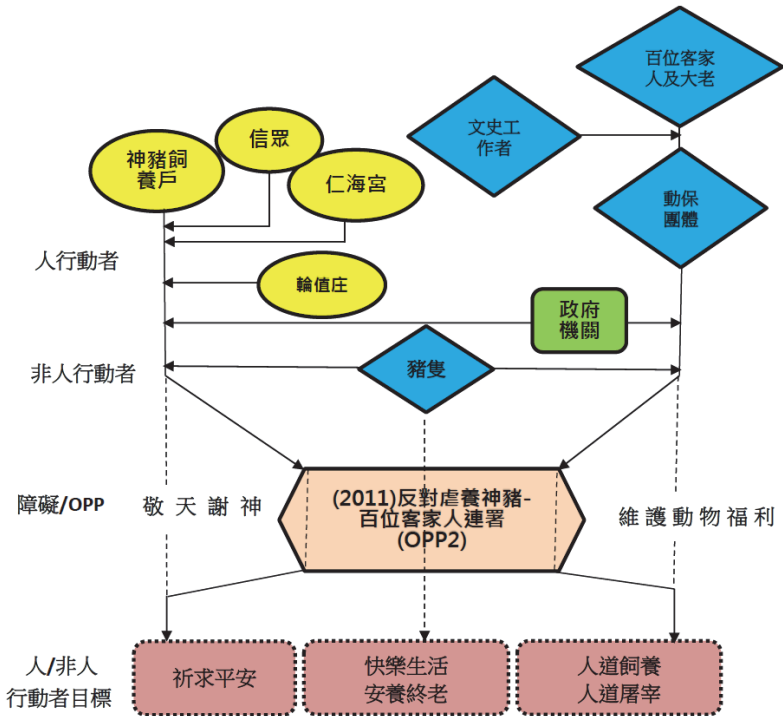


圖 3 過程網絡 (1/2)：2011 年反對虐養神豬——百位客家人連署行動者網絡與 OPP2

資料來源：彭賢富（2021：122）

2.2 為阿義發聲

動社自 2003 年起，19 年來持續針對神豬祭祀的重量比賽予以關注，認為政府並未依法行政，因為此神豬重量比賽，讓豬隻在「飼養過程」、「運輸過程」及「屠宰過程」中對身體與心理產生極大的痛苦，未依據動物保護法相關規定依法裁處，因此倡議取消神豬重量比賽，並抨擊政府在神豬議題上，「公、私不分」、「是、非不分」，缺乏法治國施政的一致性，甚至批評政府「政治凌駕專

業」，「選票大於專業」的反彈聲浪。¹¹動社建議，在實務上，應該從動物保護的基本做起，對動物的利用，避免豬隻「不必要」的痛苦，不刻意灌食增重，讓他們重到無法翻身，四肢癱瘓，也不要將他們「下窟」限制行動。並以人道方式屠宰。

動社因為看到阿義受到的不人道待遇，感同身受到他的痛苦，2019年發起「為阿義發聲」活動¹²，行動方案是先以寫故事的方式，讓民眾瞭解阿義每天身心所受的折磨與痛苦，引發人們的惻隱之心，因此動社代表「非人」行動者阿義，幫他把心聲告訴大家：

大家好，我叫阿義，今年3歲，大約體重500台斤左右時，有人來看我，看我長得頭好壯壯（頭大、脖子長、肚子大、腳粗、鼻子長等），飼主把我賣給一個信眾，那個信眾說請我的飼主一定要把我養得又肥又大，將來要把我獻給義民爺，養得越重，獎金越高，也從此開始我痛苦的豬生。

首先，養我的飼主為我打造了一個專門的「窩」，下麵鋪有細沙，他說這樣比較軟，讓我睡得比較舒服，飼主說，他怕我熱，因此給我吹電風扇、噴霧灑水幫我降溫，但是不能吹冷氣，因為怕我感冒，還放音樂給我聽。但我不懂為什麼在我的床上方要架上了鐵條，這樣我就不能自由走動。飼主為了要把我養得更大更肥，每天會用灌食器餵我吃東西，我一天吃兩餐，有時我吃飽了，不想吃了，飼主看我不吃還會敲一下我的鼻子，我被敲暈了，我就張開嘴再吃，吃得我每餐肚子都好撐。隨著我的體重越來越重、身體越來越大，上

¹¹ 引號中的文字引自動社朱增宏執行長之訪談內容（彭賢富 2021）。

¹² 參見動社〈阿義的故事〉，網址 <https://www.cast.org.tw/action/8378>，檢取日期：2021.12.02。

面的鐵條橫桿，讓我無法站立翻身活動，長期躺臥著，我的腹部有時會長褥瘡，很痛，最後我是被灌食成了一個名副其實的「超級大胖豬」，因為我已經胖到連翻身都需要飼主幫忙了。我覺得飼主一方面把我照顧得很好，但是一方面又強迫我吃東西，我真的不懂，為何我不想吃了，還要硬要用灌食器把食物塞進我嘴巴裡，我想說：「我吃不下了，不要再餵我強迫灌食了！」但我的飼主，根本不聽我說的，無論我怎麼吼、怎麼叫，他都沒聽進去。

到了義民節前二天（農曆七月十八日），有一群人帶著大吊車和豬籠來，用麻繩，把我拖出來，我感到很害怕、驚恐，我不斷的嘶叫，但沒人理我，七、八名大漢把我趕到豬籠內，用大型吊車把豬籠吊起來秤重，扣除豬籠重量後，得出我的實際重量，他們說我是第一名，說我今年是特等獎神豬，看到大家歡欣鼓舞，掌聲如雷，我卻是莫名的害怕，然後我被送往買我的主人家中。

義民節前一天（農曆七月十九日）晚上 11 點多，買我的主人擺好供品向義民爺祭拜，並且把要宰殺我的殺豬刀、網綁我的繩索及紅紙包的飯糰一起放在供桌上祭拜，要把我獻給義民爺，然後他們餵我吃紅紙飯糰，象徵給我最後的一餐，我吃了幾口，我就被七、八名大漢用繩索捆綁四肢，我很驚恐，不斷吼叫，想要掙脫，但我怎麼抵抗得了他們，他們花了一番工夫把我制伏，把我四肢牢牢固定網綁，再把我翻身四肢朝上，我看到一個腰綁紅帶的人手拿屠刀對著我的脖子，我知道我的豬生到此為止，我絕望且無奈。在眾目睽睽之下，我眼睜睜的看著他一刀刺向我的脖子，鮮血從我脖子像泉水一樣的噴出，我覺得好痛！不斷的放血，我好痛苦，

我真的好痛苦！我想問：「你們都沒看到我的痛苦嗎？我的痛苦誰能理解，誰能幫我解脫？」在被放血的過程中，我感覺我的生命逐漸消逝，身體逐漸癱軟，終至我的血流乾，我嚥下最後一口氣，走向另外一個世界（彭賢富 2021：124-125）。

上述阿義說的每一句話，代表他內心的無奈與血淚，他無力抗拒人類世界帶給他的痛苦，看似對他百般照顧的人，卻是讓他遭受最大折磨的人，沒有人理解他受到的痛苦，最後甚至被以不人道的方式結束一生，人們如果能設身處地站在他的立場想，或許神豬祭祀議題會有更大的轉變。

動社凝聚大家共識與吸引輿論媒體注意後，最後規劃一場陳抗行動，在 8 月 20 日（農曆七月二十日）至新埔枋寮義民廟發動抗議活動，在策略規劃上相當成功。ANT 轉譯分析如下：

（1）找出問題：動社強調並不反對全豬祭祀，反對的是以動物體重為標的，導致不人道飼養過程、運輸過程及非人道屠宰過程，造成豬隻極大的身體痛苦與心靈恐懼（台灣動物社會研究會 2019）。動社主張神豬的主要問題在於動物福利在幾個方面受到嚴重侵害：

① 飼養過程：神豬比賽以重量取勝，為了達到快速增重目的，因此飼養戶儘可能減少神豬的活動量，一般神豬在重約 300 公斤（500 台斤）時會被「下窟」，使豬隻只能翻身而無法站立，遑論自由運動，加上以灌食器強迫餵食，最後豬隻被養成名副其實的大肥豬，導致癱瘓情形，或因為長期躺臥導致有些神豬腹部時常出現褥瘡，也有因胖到四肢骨骼變形，後期甚至無法自行翻身，膀胱遭受擠壓，無法自行排尿，還得靠人幫忙「擠尿」、翻身以避免褥瘡。

② 運輸過程：豬隻過磅秤重時，由一群人以粗麻繩從豬隻屁股後端環繞，合力將他從受困 2~3 年的「窟」拖出，再五花大綁以堆高車將豬吊起秤重，豬隻常因此驚嚇與恐懼而造成痙攣或受傷。為避免豬隻過度緊迫與恐懼而暴斃，部份飼養者在秤重前還必須為豬注射鎮定劑（台灣動物社會研究會 2019）。

③ 屠宰過程：依畜牧法第 29 條、動保法第 13 條第 2 項及其授權訂定之「畜禽人道屠宰準則」，動社認為神豬屠宰方式有諸多不人道行為，如在秤重過磅與屠宰的過程中，都使用麻繩綁與固定，並且把他拖出豬欄，過程中豬隻都顯得驚懼萬分，不斷嘶吼哀號，想逃離而衝撞鐵籠，但仍被眾人制伏，常導致鼻子、嘴巴等身體受傷（台灣動物社會研究會 2019）。另外，未依「畜禽人道屠宰準則」第 8 條的規定進行人道致昏，即予割喉放血，使神豬痛苦致死。

屠宰神豬係在公開的場合以刀刺進喉嚨放血而死，過程折磨與痛苦，顯然違反動保法第 12 條第 1 項前段訂有「對動物不得任意宰殺」之規定，惟該條文同時訂有排除適用事項，神豬之屠宰方式即依第 8 款規定經政府公告核可，被排除適用動保法，得不經人道方式宰殺神豬。該款賦予行政機關過大的行政權與解釋權，忽視動物福利，違反平等原則與比例原則，有很大的討論空間。

(2) 賦予利益：動社強調並不反對全豬祭祀，而是反對藉由「重量比賽」導致豬隻被養到超重所受的折磨與痛苦，並呼籲神豬祭祀轉型，替代方案可以用健康、自然飼養一般重量，且經過人道屠宰的豬祭祀，或是舉辦創意神豬比賽。動社藉由發起「為阿義發聲」行動，讓社會各界知道這個運動的合理性、正當性與

必要性，並讓他人認同動社理念與做法，灌輸民眾動物福利的觀念，進而讓民眾認同他們的做法。當賦予的利益獲得認同，各盟友間會更有向心力與凝聚力共同往目標前進。動社也認為政府必須引領公共政策，影響宗教團體、影響信徒。因此透過許多管道向相關單位傳達他們的理念，包括客委會、農委會、內政部、文化部等政府機關，雖然政府目前仍不願以法律介入，但立場相較以往已有改變，特別是不贊成舉辦神豬重量比賽。¹³

此外，動社也針對神豬重量比賽，違反動保法規定的部分，於 2019 年正式向政府機關提出檢舉，但檢舉的結果，認定不予裁罰。其原因是政府將「神豬重量比賽」定位為「宗教」活動，在此認知定位下，相關單位不敢貿然依動保法裁處，並且在動保法第 12 條規定中將宗教活動予以排除適用。

(3) 徵召：除了陳抗外，動社平時主要利用社群媒體傳達理念、與廟方溝通、遊說、或是採取其他方式，藉由多管道雙向溝通的方式，增加彼此的共識，轉譯自己的語言給其他行動者與關心的民眾瞭解，以徵召他們加入成為盟友。在「為阿義發聲」這個活動中，行動團體一開始只有動社自身，其他的團體至多協助轉發訊息，並未有積極合作單位。但在最後一天的抗議行動中，動社在臉書公開成功號召了各個團體或個人加入陣營。

(4) 動員：這是行動成功與否的關鍵，動社非常重視議題討

¹³ 新竹縣「褒忠亭義民節祭典」於 2015 年獲文化部指定為國家重要民俗文化資產，但因部分儀式涉及動物虐待的疑慮，文化部的登錄理由並不含神豬競賽部分；農委會也於開放政府月會報告中表示對於神豬重量競賽並不贊同。參見網址：<https://nchdb.boch.gov.tw/assets/overview/folklore/20150326000001>，及 <https://sayit.pdis.nat.gov.tw/2019-10-07-%E9%96%8B%E6%94%BE%E6%94%BF%E5%BA%9Cpo%E7%AC%AC%E4%B8%89%E5%8D%81%E4%BA%8C%E6%AC%A1%E6%9C%88%E6%9C%83#s332435>。檢取日期：2021.12.1。

論的重要性，事前動社多次討論與縝密計畫，形成共識。動社強調他們很重視討論的過程，討論出來的共識就是後續要執行的方案，要共同去執行。

這個階段出現了異議，一個行動或計畫，在討論過程中，不同的意見產生是正常的，且多方不同觀點有時更有助於釐清問題，因此動社強調討論重要性，以化解歧異，取得共識，經過每次的討論，動社內部就會從不同的角度去思考，最後決定的方向是從很多面向討論出來的結果，考慮也相對周全。形成共識後，動社同仁就共同去執行。

動社「為阿義發聲」活動所產生的效益與影響相較於以前有很大的進步，現在有關神豬議題的新聞會在動保方面做適度的平衡報導。政府機關對神豬議題的態度改變也是重要的關鍵，農委會雖然表示神豬祭祀不宜以法律介入執法裁處或禁止，但也不支持以體重作為評比項目，而是鼓勵信徒使用自然飼養的豬隻來祭祀，藉此逐步轉型。與過去相較，不只農委會的態度改變，內政部、文化部、客委會都公開表示同樣的觀點，已經是非常大的進步。近十年來，舉辦神豬重量比賽的廟宇及參賽神豬數量越來越少，有些甚至不再舉辦，原因除了社會變遷等因素外，民眾逐漸瞭解到神豬比賽社會觀感不好，除了虐待動物、造成動物痛苦外，也有炫富的感覺。

當宗教文化與動物福利發生衝突時，兩者間究竟應該如何權衡，動社強調不反對神豬祭祀，但必須是人道屠宰、一般重量的豬隻。但是目前社會面臨到許多的價值衝突，不能再以過去思維考量，祭祀文化應如何表現？動物應該被如何對待？等問題須要充分討論與衡量，透過各方不同的知識與背景，共同來釐清，以

獲得更多的共識。

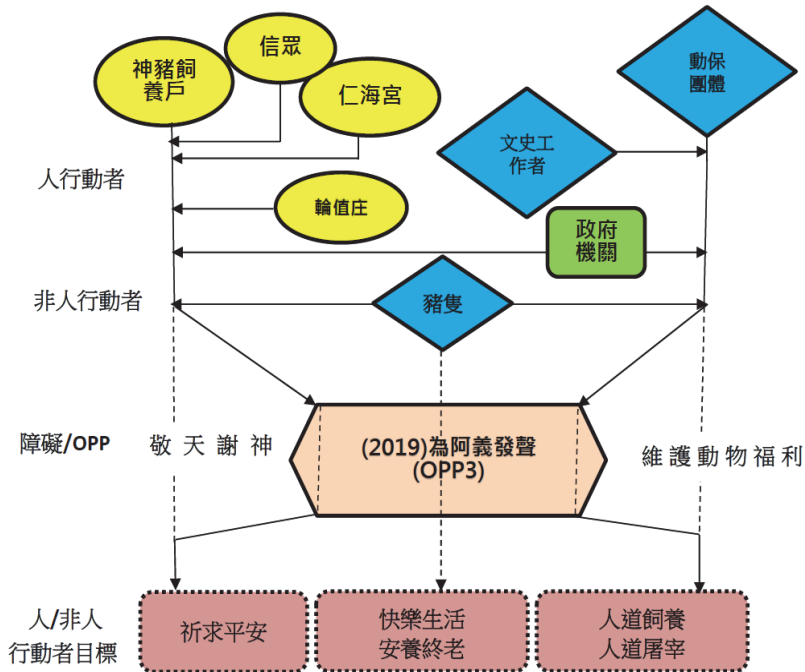


圖 4 過程網絡 (2/2)：2019 年為阿義發聲行動者網絡與 OPP3
資料來源：彭賢富 (2021：150)

3. 融合網絡：2019 下半年以後~迄今

在融合網絡中，行動者的立場出現鬆動，由於各方行動者動態的轉譯，希望拉攏與徵召盟友，部分行動者的立場會因為被其他行動者遊說、勸導、陳情、抗議、新知識的發展、時代潮流的演進等種種主客觀因素的不同及大環境條件限制的演變，立場轉變。在融合網絡階段，人類行動者，如信眾、廟方、政府、輪值庄及文史工作者，漸漸接受以創意神豬方式替代真豬獻祭的觀念，既保留了傳統文化意涵又兼顧動物福利。近年來，越來越多舉辦神豬重量比賽的寺廟，以其他方式取代神豬獻祭。如舉辦神

豬次數全台最多的林口竹林山觀音寺，每年舉辦三次神豬大賽，在動保團體長年呼籲下，廟方與信徒確實已經有所改變，取消或是縮小規模。

融合網絡階段的兩個重要行動者網絡分別是「公共政策平臺提案——終止神豬重量比賽」，為第四個強制通行點（OPP4），以及「仁海宮中元慶典藝術節」，為第五個強制通行點（OPP5）。

3.1 公共政策平臺提案——終止神豬重量比賽

2019年8月19日署名「快樂姆姆」的提案人於國發會公共政策網路參與平臺上提案「終止神豬重量比賽祭祀」。該提案在行動者與盟友的共同努力下快速達標，依規定，權責機關必須於兩個月內做出回應。行政院於2019年11月15日為此舉辦開放政府第58次協作會議¹⁴——JOIN平臺提案「終止神豬重量比賽」，邀提案人與各利害關係人共同討論，尋求共識。

快樂姆姆公共政策平臺提案「終止神豬重量比賽」行動者網絡動態運作與轉譯過程探討分析如下：

（1）找出問題：提案人引用動社網站相關資料，認為神豬比賽非客家族群所專屬，並強調部分客家人士認為以此標榜「神豬重量比賽」為客家文化是汙名化客家文化。也指出神豬從飼養、

¹⁴ 協作會議跟政府部門傳統的公聽會、說明會不同之處，在於協作會議強調公私部門共同磨合出一個適合討論的核心問題，並導入主持技術與科技工具，確保會議能夠符合開放政府精神。開放政府聯絡人（PO）是協作會議當中的靈魂角色，負責轉譯不同行動者的需求，搭起溝通的橋樑。協作過程中，每個人的理念、目標都不相同，民眾不只是監督批評，政府也不只是捍衛既有立場，大家都要一起想辦法解決問題。最後不一定能達到完全的共識，而是能達到「會議產出雖然不是我最想要的結果，但沒有違背我的理念，還能接受」的結果。參見網址：<https://po.pdis.nat.gov.tw/zh-TW/collaborative-meeting/>，檢取日期：2021.11.30。

運輸到屠宰的過程中，飽受著各種痛苦與虐待，包括「增肥限制豬的行動」、「強迫灌食」、「粗暴蠻橫五花大綁、拖車吊起秤重」及「公開場合，活活刺喉放血」等不人道虐養行為。提案人表示：「台灣應該要在國際上與時俱進，上一代的傳統造成對動物的犧牲，希望能在我們這世代結束。」

(2) 賦予利益：行動者「快樂姆姆」必須讓民眾瞭解她的提案「終止神豬重量比賽」的意義與目的，讓社會各界認同她的想法與觀點，也就是賦予他們利益，讓更多人瞭解神豬所受到的不人道待遇。提案人指出，動保團體針對神豬議題每年不斷的倡議、陳情，迄今還未成功，因此公開邀請民眾共同參與向政府表達我們的心聲，不要讓殘酷的陋習毀了真正值得傳承的珍貴文化，一個能夠凝聚民心的文化中，並不需要虐待動物。

(3) 徵召：提案人尋求動社的協助，與各界愛護動物的朋友共同合作，讓更多人知道提案而響應連署進而達標。在徵召盟友階段，她意志堅定，態度明確，運用很多方式與管道讓更多人認同她的理念，為神豬盡力發聲，希望終止神豬重量比賽的活動，不願再看到豬隻受到痛苦。

(4) 動員：在動員、執行技術與各項細節上，「快樂姆姆」預先模擬與沙盤推演，從開始規劃提案，進入附議連署階段時，都表示未曾想過連署失敗的問題，而她的提案確實也在短短 14 天內達標（5,000 人附議）而成案，致使政府機關必須在兩個月內做出回應。

行政院確實於該年 11 月由農委會、客委會作為代表，召開「公共數位創新空間」(Public Digital Innovation Space, PDIS) 協作會議。會前農委會代表針對該議題說明如下：

這個案子涉及的議題是有民眾的信仰文化、動物保護等等議題，雖然農委會在動物保護的立場上，對於神豬重量競賽並不贊同，但是法律有時是沒有辦法完全來解決民俗的問題，所以必須要跟信眾、參賽民眾及文史工作者來溝通，希望能夠達成一個調整做法的共識。¹⁵

但提案人並不認同農委會代表將神豬祭祀拉高到憲法層次的「宗教信仰自由」的說法，她認為宗教信仰自由賦予人民不受他人侵犯的權利，但是延伸出來的行為與活動，必須要有規範，不能因為宗教自由而能成為奪取生命的理由。

雖然由政府單位出面邀集進行各方討論的協作會議在短期內似乎並無產生多大效益，但是長期來看仍有其實質效果。協作會議內容在國發會政策平臺、YouTube 及社群媒體上留有影像及文字紀錄，也能讓人民留言反應記錄在社群上，就是很好的依據，仍對民眾與社會有逐漸導正的效果。

¹⁵ 參見該次會議逐字稿，<https://sayit.pdis.nat.gov.tw/2019-10-07-%E9%96%8B%E6%94%BE%E6%94%BF%E5%BA%9Cpo%E7%AC%AC%E4%B8%89%E5%8D%81%E4%BA%8C%E6%AC%A1%E6%9C%88%E6%9C%83#s332435>

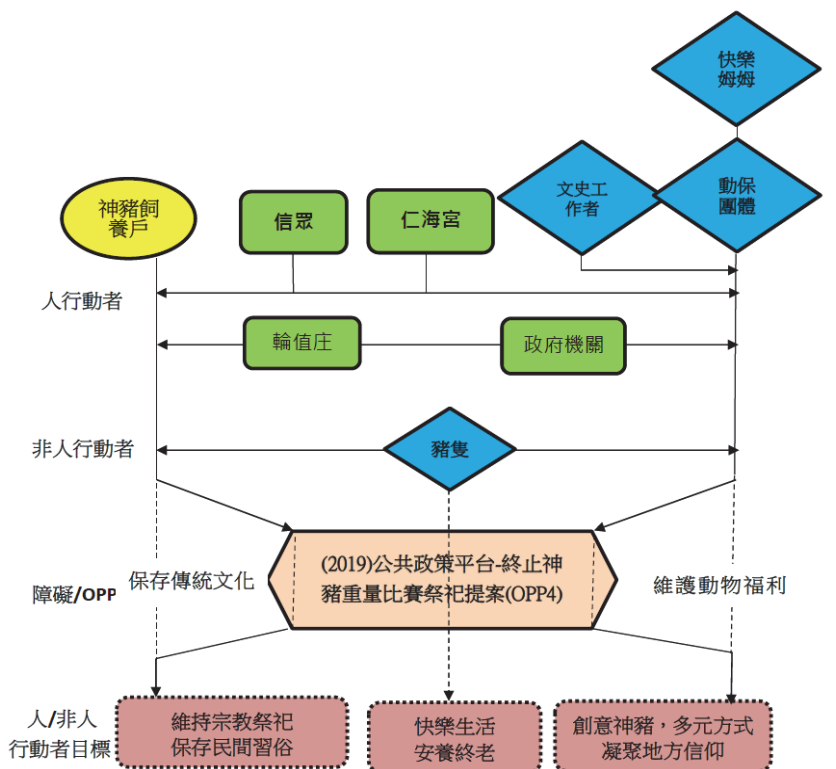


圖 5 融合網絡 (1/2)：2019 公共政策平臺提案「終止神豬重量比賽」行動者網絡與 OPP4 資料來源：彭賢富 (2021：165)

3.2 仁海宮中元慶典藝術節

仁海宮近年來每年舉辦中元慶典藝術節，創新規劃，吸引許多信眾人潮前來，非常熱鬧。2017 年仁海宮首次舉辦環保神豬競賽暨慶讚中元「第一屆創意神豬遶境」（李容萍 2017），2018 年再次以各式資源回收物品打造的創意神豬舉辦「第二屆創意神豬遶境」（李容萍 2018），2019 年的中元慶典藝術節雖然取消創意神豬繞境活動，但仍發揮創意，首創彩繪神豬創作展示（邱怡芳 2019），2020 年邀請在地藝術工作者，創作大型創意神豬藝術，

代替大神豬來祭祀，既以創新方式保留了傳統普渡文化，又賦予傳統祭典文化新的意義（劉筱寧 2020）。2021 年則由高山里、高上里、高榮里、青山里、新榮里、雙榮里六里（原高山頂庄）輪值中元祭典活動，動用多個社區發展協會，打算除了實體豬之外，也發揮創意以沙琪馬、麵、客家紅粿製作「創意神豬」，邀請「瑪麗亞-九天民俗技藝團」到現場表演鼓陣。¹⁶其觀點正是融合傳統與創新的做法，維持傳統神豬祭祀，但不堅持不合時宜的重量比賽，接受與融入創意神豬的概念。

「仁海宮中元慶典藝術節」行動者網絡動態運作與轉譯過程探討如下：

（1）找出問題：仁海宮在 2017 年至 2020 年，連續 4 年舉辦了創意神豬的相關活動，但廟方也強調神豬比賽是祭祀文化中重要的一環，這項傳統文化必須繼續傳承下去，並表示神豬在飼養過程中受到細心照顧，呵護備至，絕無虐養，希望各界尊重這個重要的祭祀文化，並且說明因應社會環境的改變，也接受創意神豬的概念，尋求神豬祭祀的轉型。

（2）賦予利益：仁海宮慶讚中元活動由平鎮、中壢、楊梅十三庄共同輪值舉行，仁海宮表示，近年來廟方內部經過討論認為，神豬祭祀活動不能中斷，方式可以改變，但不能影響它的文化意涵，因此決定以兼具「維持傳統神豬祭祀與創意神豬活動」的方式辦理，賦予了不同行動者各自達到其目標的利益，顧慮到網絡中各行動者的利益，很容易轉譯自身觀點讓他人接受，而加入網

¹⁶ 2021 年仁海宮慶讚中元活動由於適值台灣新冠肺炎疫情三級警戒期間，為仁宮宮建基近 200 年來首見，中元慶典藝術節也因而停辦。參見李容萍，〈破天荒 中壢仁海宮因疫情停辦今年中元活動〉，《自由時報》，網址：<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/3595857>。檢取日期：2021.12.1。

絡陣營成為盟友。

(3) 徵召：「創意神豬」活動主要是由鄭文燦市長發想，交由客家事務局主辦、規劃，並委託中壢區公所執行，區公所再以委外方式辦理。參與的單位包括輪值庄、社區發展協會，協辦的桃園市警察局、桃園市議會，以及事前需宣傳與邀請創意神豬比賽的團體或個人報名參加。透過慶典的辦理，發揚在地客庄文化，凝聚地方共識，讓更多朋友瞭解客家中元節的習俗，提升大眾對於客家文化的重視與認同。

(4) 動員：每年的中元祭典活動，對輪值到的庄來說是地方盛事，中壢區公所、仁海宮及市政府會持續召開協調會議共同討論直到執行，仁海宮全力配合舉辦創意神豬活動。在「舊禮不丟、新禮不捨」的態度下，傳承百年的文化，但隨時代演進，多元社會的觀念，也接受創意神豬及動保的概念。

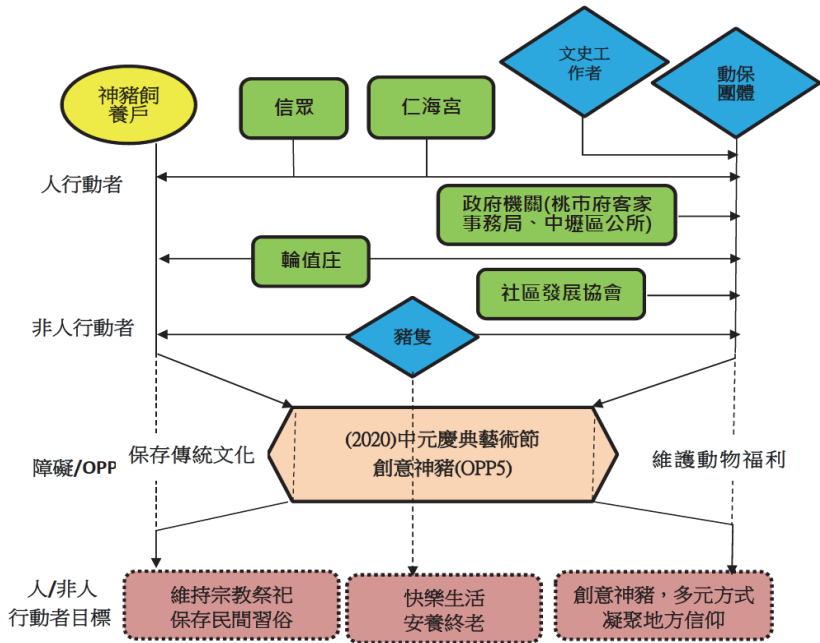


圖 6 融合網絡 (2/2)：2020 中壢中元慶典藝術節行動者網絡與 OPP5
資料來源：彭賢富 (2021：173)

仁海宮慶讚中元活動把傳統與創新融合在一起的概念，既保存傳統神豬祭祀意涵，又兼顧動物福利並結合藝術創作，是融合網絡的經典代表。「2020 仁海宮的創意神豬」活動，邀請在地藝術創作取代大神豬的祭祀，整體來說，不論是年輕人或年長者對「創意神豬」的負評並不多，也不太排斥，表示民眾的觀念在改變，民眾對神豬動物福利的觀念已慢慢建立。仁海宮表示，廟方希望繼續傳承下去，但同時接受動保的觀念，因此出現融合傳統與創新的作法。為驗證此一概念，研究者特於 2021 年 3 月 28 日（星期日）及 4 月 2 日（星期五）共兩天，前往中壢仁海宮對信眾¹⁷進行問卷調查。¹⁸ 結果如下：

¹⁷ 本研究對「信眾」的定義如下：至仁海宮內上香或以手膜拜者。

表 3 問卷調查結果表

神豬祭祀與動物福利衝突問卷長條圖(總有效問卷41件)	同意
1. 神豬祭祀「重量比賽」是重要文化習俗	14
2. 神豬祭祀「重量比賽」可帶來觀光人潮與效益	15
3. 神豬飼養戶表示,神豬被細心照顧,飼養方式並無不人道	8
4. 動保團體表示,神豬被強迫餵食、體重超重、造成豬隻痛苦,飼養方式並不人道	26
5. 神豬飼養戶表示,神豬在獻祭前於公開場合,未人道致昏即割喉放血是宗教文化儀式的一部分,不應受動物保護法的約束	3
6. 動保團體表示,神豬在獻祭前,於公開場合,未人道致昏即割喉放血的屠宰方式並不人道,應受動保法的約束,以人道致昏後再進行屠宰	32
7. 神豬祭祀不應以「重量」為比賽唯一評比方式	34
8. 神豬祭祀「重量比賽」是習俗文化的一部分,應維持傳統「重量比賽」方式,不應轉型或改變祭祀方式	6
9. 神豬祭祀「重量比賽」涉及動保權益,應該轉型,改以創意神豬、環保豬、米糕豬、麵線豬等方式替代真豬舉辦	35
10. 其他	2

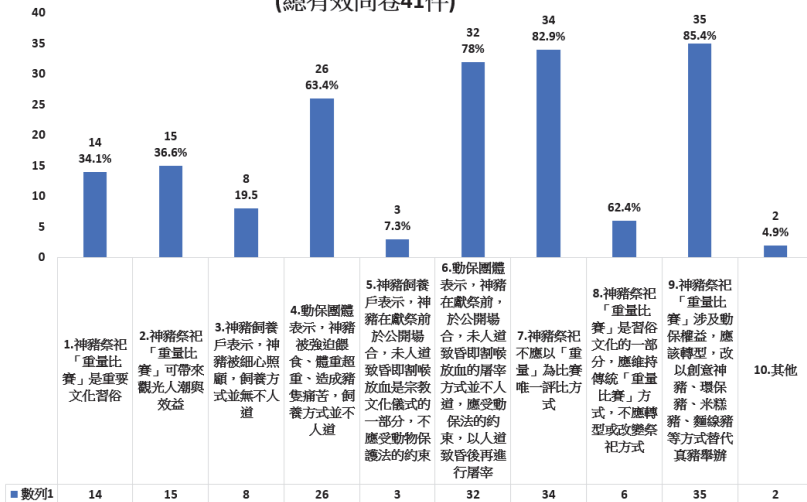
神豬祭祀與動物福利衝突問卷結果
(總有效問卷41件)

圖 7 問卷調查結果圖

資料來源：彭賢富（2021：176）

¹⁸ 依統計學原理,有效問卷最少 30 份才能做出具信度與效度的分析,因此本研究總計發出 42 份問卷,收回 41 份有效問卷,1 份無效問卷,回收率 100%。

表 4 問卷受訪者年齡分佈資料

受訪者年齡分佈（總有效問卷 41 件）	個數
15-20	6
21-30	10
31-40	14
41-50	7
51-60	4
61-70	0
71-80	0
81-90	0

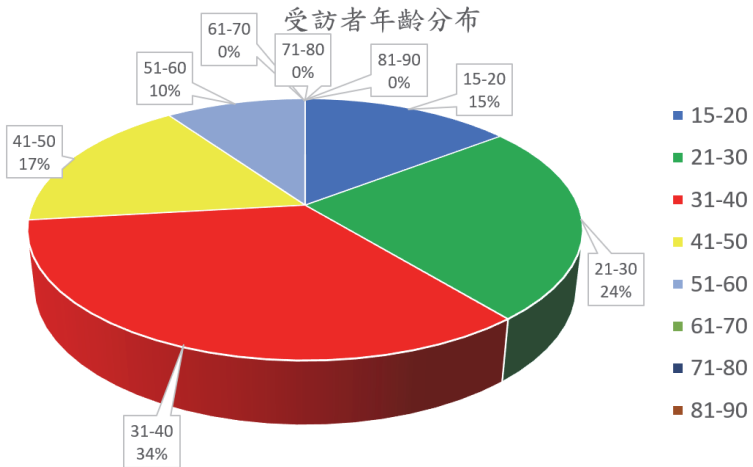


圖 8 問卷受訪者年齡層分佈圖
資料來源：彭賢富（2021：177）

表 5 問卷受訪者職業別資料

職業別 (有效問卷 41 件)	個數
工	12
學生	9
服務業	8
商	3
未填	3
醫護	2
無	2
軍公教	1
其他	1
農	0
法律	0

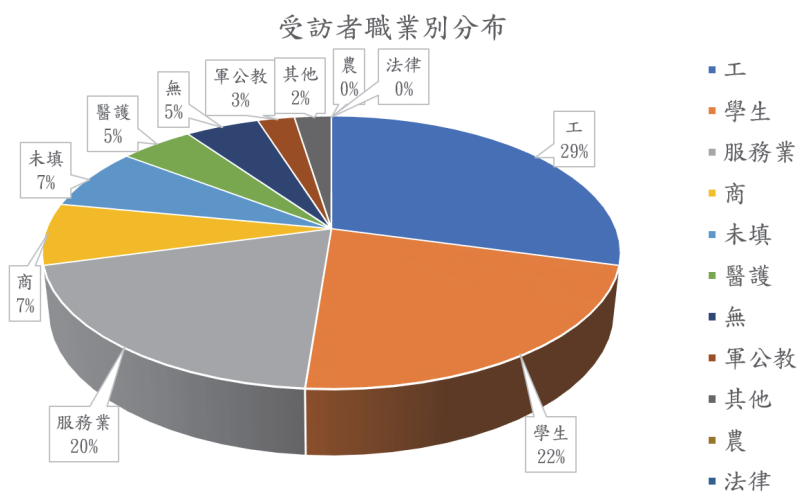


圖 9 問卷受訪者職業別圓餅圖
資料來源：彭賢富 (2021: 178)

表 6 問卷受訪者性別資料

受訪者性別比例（有效問卷 41 件）	個數
男	18
女	23

受訪者男女比例

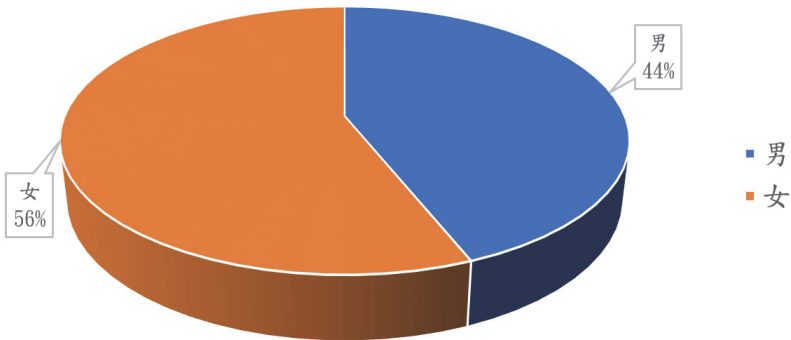


圖 10 問卷受訪者男女比例圖
資料來源：彭賢富（2021：179）

就問卷結果分析，勾選項目前四高者分別為「9. 神豬祭祀『重量比賽』涉及動保權益，應該轉型，改以創意神豬、環保豬、米糕豬、麵線豬等方式替代真豬舉辦」占 85.4%、「7. 神豬祭祀不應以『重量』為比賽唯一評比方式」占 82.9%、「6. 動保團體表示，神豬在獻祭前，於公開場合，未人道致昏即割喉放血的屠宰方式並不人道，應受動保法的約束，以人道致昏後再進行屠宰」占 78%，以及「4. 動保團體表示，神豬被強迫餵食、體重超重、

造成豬隻痛苦，飼養方式並不人道」占 63.4%，以上四選項比例偏高，顯示信眾高達八成以上同意「神豬祭祀應該轉型」，也有八成以上信眾認為神豬祭祀可以不必以「重量」為唯一評比方式，另外也有七成及六成的民眾認為「神豬未經人道致昏即割喉放血」及「強迫餵食」均為不人道的行為。

受訪者年齡以 31-40 歲為最多 (34%)，41-50 歲次之 (17%)，二者合計達 51%；受訪者女性為 56%，男性為 44%，不分年齡、性別、職業都對動物保護的權益有所提升。

值得注意的是填寫問卷的 4 位年長者 (51-60 歲)，4 位均勾選「神豬祭祀可以不必以『重量』為唯一評比方式」，即 100% 同意神豬祭祀並不一定僅以「重量」作為唯一比賽評比的方式；有 3 位勾選了「重量比賽」涉及動保權益，應該轉型，改以創意神豬、環保豬、米糕豬、麵線豬等方式替代真豬舉辦」，也達 75%，顯示年長者的觀念也隨著時代的進步而改變，並不一定非要維持傳統祭祀方式，也同意兼顧動物權益的情況下加入新的元素。

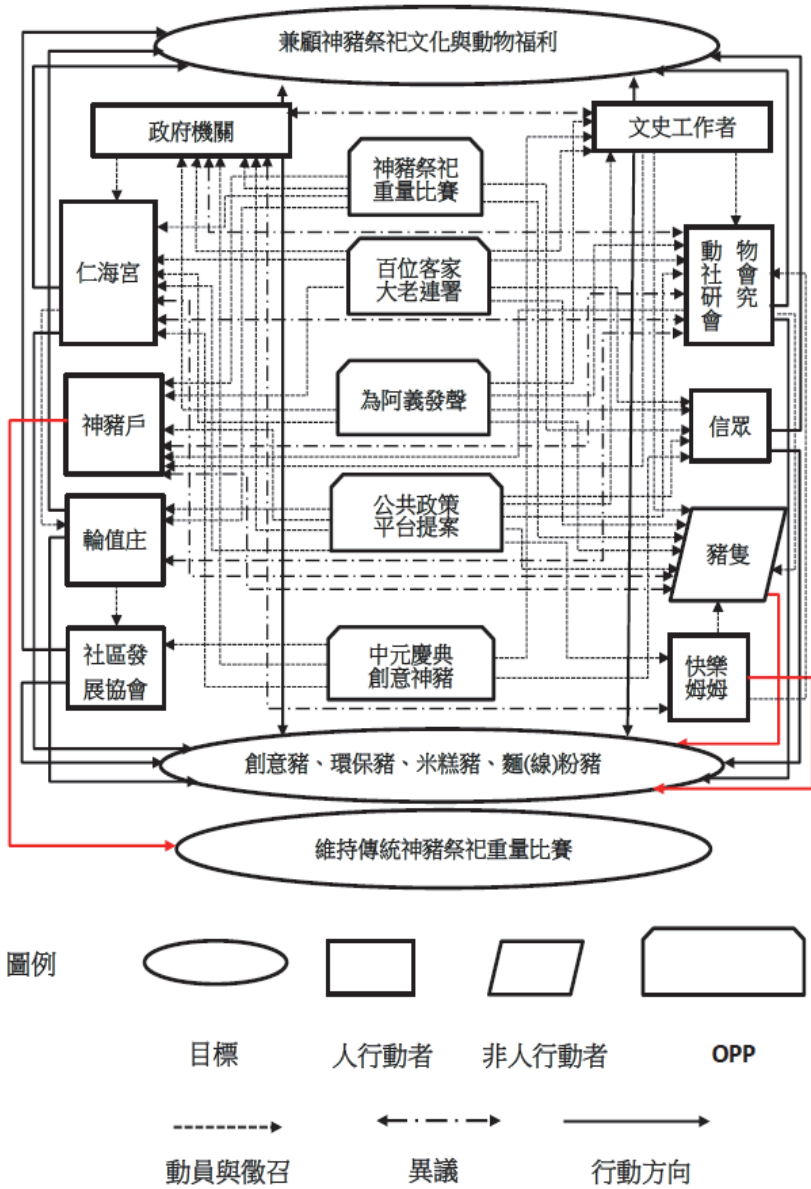


圖 11 兼顧神豬祭祀與動物福利的行動者網絡
資料來源：彭賢富（2021：185）

四、結論

神豬祭祀在台灣是跨越族群（閩客都有）、不分信仰且涉及動物福利的多重議題的文化活動。透過行動者網絡理論分析，我們發現，在正反二方行動者交流溝通網絡轉譯的過程中，從初始網絡，進入過程網絡，再到融合網絡，反對維持神豬重量比賽的「動保方」，在轉譯過程中，曾多次佔上風，輿論普遍支持動保方，但始終都欠缺最後一把勁，未能完全達到預定的目標，其中困境在於「神豬議題」所牽涉的族群文化議題複雜與相關利益團體甚多，政府在公共政策考量，必須多面向的思考，對於宗教族群文化的影響與可能引爆的政治效應都須加以衡量。政府的態度是不鼓勵神豬重量比賽，但也不願以法律強制介入，而是以其他方式如「創意神豬」形式鼓勵轉型。但弔詭的是，大部分民意傾向取消或改變不人道的神豬重量比賽，仍無法使政府立即做成決策取消或改變不人道的神豬重量比賽，原因在於「民意」與「法律」是兩個平行事件，背後的政治效應更是風險與重點，因其涉及宗教、族群文化、信仰與民俗等多面向議題，稍有不甚，恐引發政治風暴。至目前為止，政府在此議題上態度顯得相對保守，以同時兼顧「神豬重量比賽」議題的正反二方。雖然政府與廟方態度已經轉化，民間動物福利觀念也逐漸普及，但要完全進入融合的狀態可能仍是很緩慢的。

動社作為反對方，強調他們反對的不是「神豬祭祀」，而是提醒大眾重視動物福利，神豬祭祀之所以有爭議，在於未經人道致昏即公開宰殺，及「重量比賽」衍生的灌食、增肥等不人道飼養。此外，他們也強調「神豬重量比賽」並非宗教活動，其所衍生的「文化」與「動物福利」價值衝突問題，應遵循動物保護法

之規定，然因現行相關法規在執法適用與裁處上存有模糊空間，讓支持方得以忽視動物權益與福祉。現行政策明顯違反動保法之精神，未來應研討修法限縮其排除適用的範圍，避免行政機關以此概括規定而有過大的解釋空間。

傳統神豬祭祀活動在維持傳統文化習俗與維護動物福利兩項價值上產生了衝突，本研究透過 ANT 分析，瞭解到社會的演變與大環境條件的改變及動社 19 年來的不斷的陳抗與倡議，兩者的衝突與歧異已逐漸化解，並在 2019 年下半年，逐漸往融合方向靠攏。除了近年來，動物福利觀念的宣導與呼籲外，隨著社會變遷與環境的改變，過去堅持維持傳統祭祀的一方，也開始思考轉型或替代方式辦理。針對這個議題，本研究建議應從三階段推動改革進程：

（一）初期：權衡對利害關係人的影響。全面衡量對相關利害關係人（即行動者）利益的影響，並思考因應的方案。「全面禁止神豬重量比賽」改革手段太激進，容易失敗，在改革初期，除了因大環境的改變，如工商社會的發展與變遷，養豬產業成本上漲、年輕人無意願養豬及養豬場所銳減等因素，各個行動者都必須面對的客觀環境與條件改變外，一種折衷式的神豬比賽建議方式，容許維持神豬比賽，但修正比賽的賽制。

（二）中期：政府介入與廟方的配合可加速轉型與改革。主管神豬祭祀的政府相關機關（農委會、客委會、文化部、內政部）須對神豬祭祀政策方向做出調整，如目前客委會補助的「創意神豬」活動，就是很好的典範，未來必須擴大辦理，各地宮廟的舉辦的創意神豬活動都吸引大批人潮，信眾反應與接受度都超乎想像的好，加速了神豬祭祀活動的轉型，也給了政府很大的信心，

作為未來政策方向的指引。

（三）長期：教育札根與動保法修法。從學校教育開始，社會也必須廣為宣傳、導正信眾、廟方與飼養戶神豬祭祀的正確觀念，推動生命教育的認識，不人道的飼養與屠宰方式應予停止，不合時宜的文化習俗應予改良，既維持傳統文化元素精神與意涵又兼顧動物福利的保護，文化與動保相容並蓄而不衝突，是未來社會演進必然的趨勢。

附錄

研究受訪一覽表

序號	類別	編號	受訪者	時間	訪談地點	受訪者 是否同意 受訪者開 姓名
1	神豬飼養戶	C1	平鎮東勢神豬飼養戶演講「台灣特有的神豬民俗文化」	2019.11.6	台南某溫泉會館	否
2	廟方	A1	平鎮東勢建安宮董事	2020.10.4	董事東勢自宅	是
3	動保	B1	台灣動物社會研究會執行長	2020.12.16	動社辦公室	是
4	文史工作者	D1	2011年「反對虐養神豬-百位客家人連署」發起人及「神豬沙龍」紀錄片導演	2021.1.7	北市某咖啡廳	是
5	廟方	A2	中壢仁海宮副董事長	2021.1.29	仁海宮	否
6	廟方	A3	中壢仁海宮董事長	2021.1.29	仁海宮	是
7	動保	B2	公共政策平台「終止神豬重量比賽祭祀」提案人：署名快樂姆姆	2021.2.22	書面訪談	否
8	動保	B3	台灣動物社會研究會主任	2021.3.23	動社辦公室	是
9	神豬飼養戶	C2	2021年平鎮東勢建安宮「開漳聖王聖誕」神豬比賽特等獎飼養戶	2021.3.26	平鎮區東勢里特等獎得主家中	否
10	廟方	A4	仁海宮總幹事	2021.4.2	仁海宮	否
11	學者	E1	聯合大學客家學院院長	2021.4.15	電話訪談	是
12	輪值庄	H1	2021年仁海宮輪值庄爐主	2021.6.25	電話訪談	是

資料來源：彭賢富（2021：18-19）

參考書目

PDIS 協作會議 youtube 連結網址：<https://www.youtube.com/watch?v=ag82IzoSxh4>，檢取日期：2021.4.3。

王志弘（2015）。城市作為翻譯政治的場域—理論性的探索。城市學學刊，第六卷，第一期，頁 1-28。

台灣動物社會研究會（2011.8.10）。百餘位客家人與民間組織發起「反對虐養神豬」連署，呼籲閩客改變共有陋習，停止殘虐生命的「神豬重量比賽」。 <https://www.east.org.tw/action/1365>，檢取日期：2021.4.12。

台灣動物社會研究會（2019.8.16）。為阿義發聲-2019 義民廟神豬重量比賽抗議行動。 <https://www.east.org.tw/action/8378>，檢取日期：2021.2.5。

尹章義（2004）。〈「神豬」考釋--肥豬變神仙的故事〉。歷史月刊。（199），頁 15-21。

李容萍（2017）。中壢首次「賽」環保神豬 誰最具冠軍相？。自由時報。 <https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2189487>，檢取日期：2021.4.24

李容萍（2018）。正港神豬剩 1 頭！中壢中元賽「創意神豬」票選抽日本機票。自由時報。 <https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2534212>，檢取日期：2021.4.24。

李容萍（2021）。〈破天荒 中壢仁海宮因疫情停辦今年中元活動〉，《自由時報》，網址：<https://news.ltn.com.tw/news/life/breaking>

news/3595857。檢取日期：2021.12.01。

林宜誼等（2016）。傳統文化與現代新觀念之衝突——以賽神豬祭典為例。新北大史學，20期，頁67-106。

吳藍功主編（2016）。風華再現仁海宮——仁海宮190週年紀念特刊。桃園市，財團法人台灣省桃園縣中壢仁海宮。

邱怡芳（2019）。中元慶典藝術節，8/19.20一起到中壢看神豬、水燈篙遶境。桃園電子報。<https://tyenews.com/2019/08/280698/>，檢取日期：2021.4.24。

國發會公共政策網路參與平臺，<https://join.gov.tw/idea/detail/09ae5b7b-b8d9-4c92-bc51-46416f4b2df4>，檢取日期：2021.4.27。

彭賢富（2021）。神豬祭祀與動物福利衝突的行動者網路分析-以中壢仁海宮為例。桃園市：國立中央大學客家語文暨社會科學系碩士論文。

陳雪娟（2008）。中壢十三庄輪祀網絡之研究（1826-1945）。桃園市：國立中央大學歷史研究所碩士論文。

廖靜蕙（2011）。神豬比賽不人道，百位客家大老連署廢除。環境資訊中心。<https://e-info.org.tw/node/69286>；檢取日期：2021.3.22。

劉筱寧（2020.9.8）。藝術神豬慶中元 賦予傳統文化新意義。桃園電子報。<https://tyenews.com/2020/09/80903/>，檢取日期：2021.4.24。

蔡依倩主編（2011）。閱讀仁海宮。桃園市，財團法人台灣省桃園

縣中壢仁海宮。

蔡惠琴 (2010)。台灣客家習俗賽神豬與義民信仰。中華飲食文化基金會會訊，11月，頁21-29。

錢永祥 (2006)。從保護動物觀點看「神豬」習俗。鄉間小路，3月，頁72-73。

Amsterdamska, O. (1990) Surely you are joking, Monsieur Latour! *Science, Technology, & Human, Values* 15 (4) : 495-504.

Bloor, D. (1999) Anti-Latour. *Studies in History and Philosophy of Science*. 30 (1) :81-112.

Callon, M. (1986) Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St. Brieuc Bay. *Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge?* Edited by John Law, London: Routledge & Kegan Paul.

Latour, B. (1983) Give Me a Laboratory and I will Raise the World. *Science Observed: Perspectives on the Social Study of Science*, editors by Karin D Knorr-Cetina & Michael Mulkay, SAGE: London.

Sayes, E. (2014) Actor-Network Theory and methodology: Just what does it mean to say that nonhumans have agency? *Social Studies of Science*, Februar, Vol. 44, No.1, pp. 134- 149.

Schaffer, S. (1991) The eighteenth Brumaire of Bruno Latour. *Studies in History and Philosophy of Science*, Part A 22 (1) :174-192.

Sapontzis, S. F. (1998) Moral Agency and Animals, *Encyclopedia of Animal Rights and Animal Welfare*, edited by Marc Bekoff, Westport, Connecticut: Greenwood Press, pp.246-248.

Watson, L. (2004) *The Whole Hog: Exploring the Extraordinary Potential of Pigs*, Washington: Smithsonian Books.

Whatmore, S. (2002) *Hybrid geographies: natures, cultures, spaces*, London: SAGE.

研究論文

從屏東客家聚落發展類型與補助資源談臺灣客庄發展議題*

鄭春發**

屏東科技大學客家文化產業研究所副教授

摘要

特殊的自然環境特性與人文環境，造就了一地特有的產業文化，獨特的地理區位、自然環境、歷史發展、族群與人地關係，使得客庄有著她自己的個性，然而，面對全球變遷的浪潮中，客庄正面臨著不同的發展議題與壓力。本研究為探究屏東客庄聚落發展特性與類型，運用日本宮崎清教授提出「人、文、地、產、景」的五個面向，做為評量聚落發展的基準，透過層次分析方法（Analytic Hierarchy Process，簡稱 AHP），建置客庄聚落發展類型

投稿日期：2022 年 2 月 16 日；接受日期：2022 年 8 月 8 日；刊登日期：2022 年 12 月。

* 本文為客家委員會 107 年度補助大學校院發展客家學術機構計畫-「數位工具應用於六堆客庄聚落整合與在地產業發展類型之評估」部份成果。在此特別感謝客家委員會對本研究之獎助。

** 通訊地址：91201 屏東縣內埔鄉老埤村學府路 1 號，電話：08-7703202#7967，電子信箱：Chunfa6111@mail.npust.edu.tw。

的評估指標體系，應用 SPSS 23.0 版統計軟體進行集群分析（Cluster Analysis），對屏東客庄進行發展潛力與類型的評量。

本研究發現屏東縣六堆客庄聚落發展類型可區分為人文薈萃客庄、產業專業街道、資源豐盛客庄、生活展現客庄、具潛力待開發客庄，以及資源有待挖掘聚落等六大類型。對比近年客委會補助屏東縣客庄生活環境營造補助之件數與經費，補助計畫多集中於人文薈萃客庄、資源豐盛客庄、具潛力待開發客庄等三類型，即現今的內埔村、五溝水、西勢村（忠義亭）、佳冬村等亮點聚落。面對全球化對本土文化的衝擊、客庄人口老化、地方經濟萎縮等，仍有不少有特色開發潛力的客庄聚落，亟待公部門關心與補助，因此，我們應正視每個客庄有獨特的資源，與面臨發展上不同的議題，給予因地制宜的發展策略。

關鍵字：臺灣客庄、聚落發展類型、層級分析、集群分析

Research Article

A study on the Spatial Issues of Taiwan's Hakka Regional Development via Evaluating the Classification and Grant Resources of Hakka Settlement in Pingtung

Chung-Fa Cheng

Associate Professor, Graduate Institute of Hakka Cultural Industry,
National Pingtung University of Science and Technology, Taiwan

Abstract

The research method in the study analyzes Hakka settlements' cultural landscape and natural resources, and the study was to present conditions of the formation and development of the human-land relationship via the Geography Information System. Through the collection of results of cultural resources studies from the Hakka Affairs Council, the study investigated the cultural meaning of cultural landscapes and cultural resources to set up the GIS database of Hakka culture. We use the analytic hierarchy process by cluster analysis via SPSS statistics software to clarify Liu-Dui's township and settlement development according to the morphology, taxonomy, and classification functions. Ultimately, this study provides some implications for cultural resources and industrial development.

This study finds that the development types of Hakka settlements

in Liu-Dui have six major development types. Compared with the development of community empowerment in Taiwan, the Hakka settlements' living environment has just been a Subsidy machine since the implementation of 'the Hakka Basic Act' to enhance the cultural industries by the Hakka Affairs Council in 2010. However, compared with the number and funding of living environment empowerment subsidies in Hasettlementsment in Pingtung County, the subsidy programs are primarily concentrated in bright settlements.

To face the impact of globalization on local culture, the aging population of Hakka settlement, and the shrinking local economy. There are still many Hakka settlements with unique cultures and potential for opening up, and they still need to be cared for and subsidized by the public sector. We should face each Hakka settlement resource's uniqueness and different development issues and give development strategies tailored to local conditions.

Keyword: Taiwan's Hakka Settlement, the Classification of Hakka Settlement, Analytic Hierarchy Process, Cluster Analysis

一、前言

清順治 17 年（1661，永曆 15 年），荷蘭人被南明鄭氏軍隊驅逐，少數閩西及廣東潮州府的客家人隨鄭成功來臺，以協治理臺灣並屯軍墾荒。清康熙末年，中國福建與廣東的移民跨海東移，大量湧入臺灣。嘉應州的客家移民發現下淡水溪（今高屏溪），其後逐漸形成目前臺灣南部客家人口最密集的六堆地區（丘昌泰 2012：3）。300 年來，客家人在六堆書寫著定居臺灣，努力闢墾墾荒生存與這塊淨地自然環境共生的故事，在歷經日治時期的殖民發展與國民政府時期的經濟建設，客家人在臺灣發展始終扮演著重要的角色，客家文化代表著晴耕雨讀、重儒敬字、勤儉持家、身隱於「世」等等特徵。

臺灣光復後，國民政府實施「全國語言政策」，客家、閩南等民系之母語被定位為「方言」，並禁止在公共場合使用。直至 1987 年《客家風雲》雜誌社創刊，為臺灣正式湧起的解嚴浪潮，醞釀出 1988 年「還我母語」運動與思潮，促使臺灣社會展現出一個多元開放的文化政策，從 1990 年起臺灣小學教育開始教授母語課程。「行政院客家委員會」於 2001 年 6 月 14 日成立（2012 年元旦，改為「客家委員會」，簡稱客委會），目的在：「落實憲法保障多元文化精神，傳承與發揚客家語言、文化，繁榮客庄文化產業，推動客家事務，保障客家族群集體權益，建立共存共榮之族群關係。「客家委員會」並於 2003 年公告「補助地方政府推動客家文化生活及產業環境營造計畫作業要點」（以下簡稱，客庄生活營造補助計畫）¹，期望對客庄生活環境品質、文化產業推展有所助益，2010 年《客家基本法》發佈實施，公告客家鄉鎮為

¹ 2020 年元月更名為「客家委員會客庄創生環境營造計畫補助作業要點」。

「客家文化重點發展區」。

客庄因先民墾拓不一、地理區位及自然環境等差異，使得每個客庄文化景觀、在地文化資產、民俗文化活動等都具有獨特性。2017年七月客家委員會提出《靚靚六堆、國建計畫》，期以六堆一體的客家特色及精神……推動六堆客庄經濟，創造及提升六堆客庄的美好生活（客家委員會 2017）。然而，長久以來，客家缺乏一個地域發展計畫或發展藍圖（鄭春發 2015a: 53），復以，2003年客委會公告《客庄生活環境營造計畫補助作業要點》立法本意在「保存傳統客庄社區公共活動場域，強化客屬文化資產特色」，針對突破性創意與前瞻性，具客庄生活環境新風貌潛力為優先補助對象。以致於深具發展潛力地區或亟待文化保存的客庄受到較多關注，這樣的機制是否會囿限了有潛力待發掘的客庄發展，在這樣的背景下，引發本研究的旨趣。

綜上，本研究首先回顧臺灣聚落與客庄相關研究，其次，爬梳戰後臺灣社區發展與環境營造政策，以及 1988 年還我母語運動後，臺灣社區居民因對自身生活環境的生存危機、地方認同而自醒自覺的環境營造運動，以及其他部會如營建署、文化部、水土保持局或農委會等對地方的補助政策，包括客委會補助計畫對客庄營造生活環境的影響；接著，盤點六堆客庄整合資源、及歷年客庄文化資源普查等成果資料後，建置本研究六堆客庄聚落資料庫。在研究操作的部份，應用層級分析方法，在六堆客庄發展類型評估指標體系下，將前述六堆客庄資源調查成果與評估指標體系評估權重，藉由集群分析（或稱群落分析）將調查成果資料中的觀測值或變數，客庄資源類型潛力加以分類；其後，將屏東六堆客庄聚落類型結果與客委會「補助地方政府推動客家文化生活及產業環境營造計畫作業要點」對前述地區補助數量與經費情

形，進行逐一對比，以聚合本文的分析觀點，期透過一個綜合性之分析，提出臺灣客庄發展議題與趨勢。

二、臺灣客庄聚落研究取向與回顧

(一) 臺灣聚落研究取向

聚落 (Settlement)，為了滿足人類生活上之需要，營造各種不同機能的建築物，但在地理學的觀點上，聚落可視為有機體，外觀形態上會隨時間成長改變 (胡振洲 1977)。因此，聚落是一群人居之場所，聚落研究離不開一群人的社會關係和社會組織，同時也離不開藉以定居之空間實質形式 (郭肇立 1998: 7)。「聚落」的發生乃因為人類為了滿足基本的需要—住的需要才建立，遮風避雨、躲避水患野獸，逐水草而居；其後，因農村生產產生過剩，透過以物易物將剩餘價值轉換所需，產品交易促成貨幣的發明，商品的價值形成了，農產品加工、農耕手工具……，漸漸的經濟上的發展，帶動了政治的管理階層、宗教上祭祀的信仰，民俗文化與習俗的產生，乃至於軍事防禦如民團組織的形成等等，都與聚落周圍人地關係緊密的連繫在一起，逐漸的形成不同規模的聚落體系。

臺灣聚落較早研究可追溯至漢人移墾社會研究，早期臺灣 (明、清時期) 移墾社會的研究主題有沿海聚落興起、開發與擴展 (施琅渡海三禁，「隻身」來臺的「羅漢腳」與漢蕃通婚)、土著 (生蕃、熟蕃) 部落社會研究等等。日治時期聚落多聚焦於聚落形態的因子與地域組織的研究取向，最著名的有富田芳郎 (1933: 11) 將臺灣的村落居住型態，以濁水溪流域為一境界，其北多為散居型；其南多為集居型，中部則為集合型 (南部) 與

散居型（北部）的混合型，或是遷移型；學者奧田彥則以濁水溪為界，溪以北為田地型、山地型，以南為杆地型（林美容 1991：18）。

日治時期聚落地域組織的研究方面，當時聚落主要的涵構為不同宗族、姓氏的地域組織（血緣聚落）以及祭祀圈—即由宗教活動所形成的地域組織。岡田謙（1937）曾以臺北士林街為個案，探討聚落中宗族與村落的組織，宗親的關係與人數，以及通婚的範圍所形成的社會圈，隔年，岡田謙以士林街發表了《臺灣北部村落之祭祀範圍》，所謂「祭祀圈」為共同奉祀一個主神的民眾所居住之地域。富田芳郎（1933）則將聚落發展型態按地形、氣候、原始景觀和水源等自然環境因子進行劃分，人文環境影響部份則因開墾組織、農業經營及原住民移住聚落形態的不同，富田芳郎將聚落形態分為原型和維持型，聚落原型主要由開墾組織所決定，其餘四項因子維持了南、北聚落差異的持續發展（施添福 1992：61-62；郭肇立 1998：12）。富田芳郎（1955：100）也曾對日治時期臺灣城鎮的發展作過詳細地研究，日治時期都市的大小，與維持都市的依存圈之大小有著密切的關係。

臺灣光復後，臺灣聚落研究由描述聚落的空間現象或解釋聚落發展的因果關係，走向功能主義的研究，聚落發展規則與規律性是當時研究重心。1950年代後，強調系統研究的實證主義應用於公部門空間計畫，空間普遍性規律的科學研究受到重視。此時期主要的研究者有施添福、陳伯中、陳芳蕙等人，研究主要在聚落形成、發展條件、區位因素、環境資源、歷史事件等對聚落發展、空間布局與演化規律，特別是地景（Landscape）、建築景觀與聚落空間分析做詳細的探討與細膩分析，對於在地的風俗文化與社會經濟結構較少論述，研究方向包括聚落內部分化與空間組

織的研究、聚落分類、空間體系、規模體系與結構。

1970 年代的林安泰古厝事件開始，臺灣聚落保存研究有了發聲的機會，聚落研究主要包括一般通論、聚落空間研究、社會學研究、歷史地理學、民間信仰及社會組織等等取向（李琦華、林峰田 2007：27）。1990 年代後現代人文地理學重新強調地區（Area）、地方（Place）、區域（Region）文化的重要，比起系統地理，具綜合性的區域地理更具特色，不過概念上也更具爭議，並對其中所蘊含的社會權力關係進行批判研究（Baker 2003）。

郭肇立（1998：9-13）對臺灣傳統聚落空間的研究區分為五大類型：「第一類，傳統建築研究，始於 1970 年代中葉，可分為史蹟研究與傳統聚落的社會結構與空間研究，前者專注紀念性建築物的測繪與保存工作；後者綜合人類學者與人文地理學者的分析方法。第二類，都市計畫或都市體系的研究，如臺灣都市之形成與發展；第三類，聚落歷史的研究；第四類，人文地理學者的研究，如富田芳郎、施添福；第五類，人類學者與社會學者的研究，人文地理學者著重聚落形態的差異，其中，社會學者注重聚落社會內部結構的問題，聚落空間的社會單元形成的因素；另一類人類學式的聚落與建築空間研究。」例如蕭新煌、黃世明（2001：415-642）將戰後臺灣地方社會依客家政治力將臺灣的客庄分為五種類型，其中屏東、高雄境內的六堆地區屬於「客庄集中卻孤立型」，閩、客各從其類聚合並呈明顯分際。在蕭新煌、黃世明二人從聚落社會政治力對於六堆客庄的分類，實可為本研究對公部門資源補助客庄時，判斷客屬聚落的重要依據之一。

（二）六堆客庄聚落研究回顧

六堆地區第一本以「六堆」為名的地方史誌，真正記載六堆各項歷史、生活、民俗、人物事務的書，應屬鍾王壽於 1973 年出版的《六堆客家鄉土誌》（吳煬和 2011：103），全書內容包括客家源流考、六堆開拓史、六堆各鄉鎮概況等共十一篇。邱彥貴、吳中杰（2001）在《客家地圖》乙書中，應用臺灣總督府官房調查課 1928 年編印的《臺灣在籍漢民族鄉貫別調查》，釐清一般人對客家人等於祖籍「廣東」，福佬人等於祖籍「福建」的偏誤觀念，破除一般民眾認定祖先來自福建即為福佬人，來自廣東即為客家的觀念（鄭春發 2015b：5）。

過去有關六堆客家研究對象偏重「單一客庄聚落」的聚落研究較多，特別是有關「客庄聚落」議題的討論，研究課題集中討論客庄聚落的地理區位、人地關係、興衰變遷過程及在六堆發展扮演的角色。以整個六堆區域發展為研究方向的有林正慧（2008）《六堆客家與清代屏東平原》應用《臺灣堡圖》、《1920 年代日治地形地圖》對清代客家移民在屏東平原的墾拓、六堆形成，以及與福佬人、平埔族間的關係、衝突與演變做了詳細的整合性分析。李文良（2011）以大量史料為基礎，探討 1680–1790 年清代近百年南臺灣客家人的移墾與形成開發史，對水田化、義民、祖籍認同與閩客關係，從歷史觀點提出新的詮釋。

對「堆域」空間組織研究部份，有利天龍（2007）以「前堆」地區進行研究，探討「堆域」空間的組織建構與解構，以及其不同時期社會空間結構與變遷，從社會空間結構的研究取徑，透過文獻舉證、歷史地圖套繪與田野調查等方法，對清末以來臺灣南部具有相對優勢的堆制組織，建立系統性的理解架構；以及施雅

軒(2011)從歷史地理學與人文主義思維，應用地圖的時空變遷，探討六堆從武裝防衛的組織到區域的實踐，演繹六堆客家(堆)的人地關係。

就研究方法上，多以傳統文獻考證、古地圖應用的研究取徑，除前述的研究文獻外，劉嘉珍(2002)以「內埔」街屋建築之空間分析其組成與使用變遷，發掘客家人日常生活與行為之特殊性；林淑瑛(2010)在探究「鹿寮庄」聚落的拓墾與族群互動關係，以及客庄與周圍族群關係；曾國峰(2014)由文獻資料、田野調查、古地圖套疊，分析西勢庄聚落發展與變遷；賴虹曲(2015)探討佳冬鄉「昌隆庄」客家聚落的形成變遷、聚落發展形態、土地利用今昔樣貌的轉變。

另一類的研究取徑為聚落的婚姻關係、收養義子或閩客聯婚族群融合之研究，事實上，臺灣傳統聚落在組成的時候，血緣佔了一個很重要的原因(特別是單姓村)；而地緣則是另一重要因素，除了在大陸的祖籍地外，祭祀圈更是依地緣而來的具體組織(黃應貴 1998)。林淑瑛(2010)在探究「鹿寮庄」聚落與族群互動關係，包括閩、潮移民，與客庄族群關係，隨著社會變遷，閩客聯婚或收養義子之事，族群融合共存的過程；蔚乙亘(2012)以日治時期戶口調查簿、除戶簿，探討日治時期成德村民的婚姻關係，針對客家社群間、埔漢族群間的婚姻圈，進行族群網絡、地域關係的分析。王慈韻(2012)透過婚姻、收養網絡及遷移情形，利用日治時期戶籍資料瞭解新埤聚落在日治時期與外庄的互動情形與人際網絡。前述研究取徑以聚落的婚姻關係、收養義子或閩客聯婚族群融合為研究主題。

近年來，不少研究者從社會權力政經關係角度，對客庄聚落

空間結構化歷程進行剖析，如陳秋坤（2009）從邊緣政治的角度，探討清代屏東平原客庄聚落的地權結構，從祭祀嘗會田業²至神明組織購置的田業，先民由佃戶變成田主的轉換，以及社會救濟組織的精英對客家聚落政治經濟的影響。林玉美（2015）收集日治時期戶籍資料及歷史地圖，探究客籍郭姓族人在老埤區域之歷史、空間、社會性的脈絡，其能動因素及結構因素間互動關係。洪馨蘭、徐孝晴（2015）透過整理口述記憶進行比對論述，嘗試重建北客在屏東市頭分埔聚落化過程，以及背後呈現北客再移民生活特徵。

（三）數位技術應用於人文研究

什麼是「數位人文」(digital humanities)？項潔、涂豐恩(2011：11)指出是：「數位人文的研究，即是企圖尋找在前數位時代中難以觀察的現象、無法想像的議題與無法進行的研究。」自1990年代以來，數位人文在國際及在臺灣均成為引人注目的新興研究領域（項潔、陳麗華2014：9）。特別是，數位科技改變的不只是人文學者研究的方法，更改變了整體的學術環境，改變我們傳遞、溝通和交換知識的方式（項潔、涂豐恩2011：22）。

近年來，隨著日治時期圖書、史料文獻、古地圖的開放，過去長期被視為機密的臺灣古地圖、國勢調查資料等資料解禁，為近代學者提供了理解過去臺灣聚落與人地關係的詮釋工具。特別是日治時期，日本人學習西方成熟的繪製技術，應善用地球經緯度座標與測量基準點，使臺灣地圖繪圖邁入科學製圖時代，例如1904年間《臺灣堡圖》、1920年代利用成熟天文測量技術應用於

² 嘗會為客家特殊的社會組織，如祭祀公會，田業為嘗會所擁有之田產供做農業利用（或租用），其所得作為嘗會經營管理之用。

地形地圖製作，使得臺灣地圖更臻完美，近年來更結合地理資訊系統疊圖分析（*Overlay Analysis*）與外部參照功能，更廣為社會大眾使用。

「地理資訊系統（*Geographic Information System, GIS*）」係結合地理資訊（泛指地表下可見特性與解釋空間的現象或事件）與電腦科技的一門新興系統學問；能夠將空間性（*Spatial*）與非空間性（*Non-spatial*）電腦資料進行儲存、分析與顯示（張菁芬、黃映翎 2009）。新傳播媒體和呈現技術與元資料（*Meta Data*）觀念及地理資訊空間分析方法，人類世界進入了一個嶄新的大數據（*Big Data*）時代（鄭文惠 2014：169）。雖然「地理資訊系統」已是成熟且廣為運用之技術與工具，但應用於「人文」及「空間」的學術研究，仍有不少挖掘的可能性（鄭春發 2016），例如大數據分析與信令資料（*Signal Data* 或 *Cellular-Based Vehicle Probe, CVP*）的應用。

檢視過去的研究可發現，客家研究以運用傳統文獻、口述訪談、日治戶籍、古地圖應用等方法為主，且以單一客庄聚落為主要研究對象，進行聚落發展、形成與擴展關係，以及以歷史地圖闡述空間體系、社會結構等等的探討。加上，過去受限於資料形態與分析工具，地理資料無法確切地在實際的空間分布情形展現各種空間元素（Bracken 1989）。今日聚落研究已走向多元化的討論，環境識覺、全球化議題、地方感、在地化，乃至於文化資產保存、社區文化產業等等。

日新月異的數位科技改變人的生活，人文及社會科學在學科內涵、實踐開始在研究上創新改變。在這樣的背景下，本研究借助數位工具進行人文研究，利用地理資料圖示與空間套疊分析，

做為探究屏東縣六堆客家聚落發展與類型之依據。

三、環境營造政策對客庄的影響

從公部門補助資源的角度，本研究首先探究臺灣社區營造政策對客庄（重點文化重點發展地區）補助情形，並說明臺灣社區發展與環境營造機制，以及其他政府部會對客庄環境營造補助地區，以作為後續與客家聚落發展類型的關聯比較。

（一）臺灣社區發展與環境營造政策

臺灣社區發展始於戰後國府時期，受美國經濟援助影響，在聯合國專家協助下，將「社區發展」的概念引入臺灣，1970年代為臺灣社區發展政策的極盛時期（曾旭正 2007：36）。「社區發展」公部門著重於社區活動中心、節點標示政治標語、幼兒園、媽媽教室等社會福利建設。1970年代，臺灣十大經建計畫正緊鑼密鼓的推展，隨著臺灣工商業迅速發展，加速都市化與工業發展，大量的鄉村人口集中於都市，城鄉落差、生活環境品質快速惡化。環境影響評估（Environment Impact Act, EIA）的推動，開發逐漸由事前積極預防替代了過去消極之事後補救。1980年代後期，隨著社會解嚴、法令鬆綁，社區居民對於生活環境面臨生存危機而自主的發起自救運動，如1986年鹿港反杜邦、1987年後勁反五輕衝突事件、1992年美濃反水庫運動等。

1988年「還我母語運動」激發人民對過去貶抑臺灣這塊土地認同、忽略本土語言文化的覺醒，由於對在地文化保存的危機意識下，引發林安泰古厝保存運動、1996年原臺北市市長官邸修復與再用（現二二八紀念館）。在這樣的背景下，工業快速成長與

高度都市化致生活環境品質惡化、社經的種種矛盾，以及社區居民對鄰避設施（變電所、資源回收場等）的不滿，隨著政治管制的鬆綁、空間的解嚴，由下而上的社區改革浮上了台面。行政院文化建設委員會（簡稱文建會）1993年提出「社區總體營造政策」後，鼓勵社區對地方文史、社區藝文、人才培育、社區報等進行小額補助提案，此時全臺「文史工作室」蓬勃發展，逐漸影響社區發展協會與村里長辦公室的功能。

由於經濟成長對居住生活環境與景觀品質的忽視，內政部營建署1996年提出「創造城鄉新風貌計畫」運動，改變了過去國家機器由上而下的空間規劃手段，在空間美學認知與革新下，能兼顧經濟發展與生活環境品質的保障，這項政策受到地方各界的響應³。2001年九二一地震後，臺灣的城鄉關係與聚落發展融入生態共生的目標，自此成為臺灣生態環境復育、人文景觀維護與生活環境營造的重要推手。

受1988年「還我母語運動」影響，2001年成立行政院客家委員會（2012年後為獨立部會），客家委員會為了「整體規劃客家聚落，保存傳統客庄社區公共生活場域，強化客屬文化資產特色，落實在地住民共同參與社區發展與環境營造，促進客庄產業繁榮興盛」，於2003年公告《補助地方政府推動客家文化生活及產業環境營造計畫作業要點》，此後，客庄文化產業發展、生活環境營造有了專責的機構與法令。2012年文建會升格為文化部，將原來促進社區民眾參與公共事務，在推動「新故鄉社區營造計畫」、「健康社區六星計畫」、「地方文化生活圈」等營造機制後，提

³ 2001年後成為政府中長程公共建設，開啟2001-2003年為「創造臺灣城鄉風貌示範計畫」、「城鎮地貌改造-創造臺灣城鄉風貌示範計畫」、「臺灣城鄉風貌整體規劃示範計畫」、「城鎮風貌型塑整體計畫」、「城鎮之心工程計畫」及「城鄉風貌及創生環境計畫」等6期公共建設計畫。

出「村落文化發展暨推廣計畫」，著重於村落文化藝術發展，近年已逐漸將「社區營造」及「村落文化發展」計畫整併，將藝文資源與社區營造作整合性的運用。

2014年，日本前總務大臣增田寬也出版了《地方消滅》乙書（又稱增田報告），舉世譁然，預估至2040年，日本1800個基礎地方自治單位，有896個市町村會滅亡可能（陳建仁2017:97）。2018年5月21日行政院宣布2019年為「臺灣地方創生元年」，期望能均衡臺灣的目標，解決總人口減少、高齡化及人口過度集中大都市等問題（中央廣播電台2018）。「地方創生」推動目的能依特色發展地方經濟，舒緩人口過度集中六都之趨勢，期望企業能投資故鄉、科技導入、整合部會創生資源、社會參與創生及品牌建立等五大推動戰略，落實地方創生工作（行政院2016）。

（二）政府部會對客庄環境補助情形

1. 其他政府部會補助計畫

表1為屏東縣歷年城鄉新風貌計畫獲補助地區情形，在客家文化重點地區集中於內埔鄉內埔村、竹田鄉西勢村、高樹鄉東振村、高樹村與廣興村，以及新埤鄉的打鐵村與建功村，然多屬景觀美化與空間營造工程。2010年行政院農業委員會與水土保持局推動的農村再生計畫，則以農業發展的傳統客庄如內埔鄉東片村、東勢村，以及萬巒鄉鹿寮村、泗溝村與成德村等為主要對象（如圖1）。2012年文化部成立後，社區營造除延續文建會社區發展活動補助外，補助重點多為多年期文化景觀或建物的維護與修繕，如表2所示，包括屏東市宗聖公祠、屏東市客家文物館（河南忠實第），以及客家文化重點地區的佳冬村／六根村（蕭家古屋）、五溝水（廣玉劉氏宗祠等）、內埔村（六堆天后宮）、美

全鄉	1										1
客家文化重點地區合計	4	0	4	2	13	8	4	7	11	6	59
非客家文化重點地區合計	8	17	35	19	33	33	33	56	82	24	340
以全屏東縣為範圍合計	3		2	3	3	1	3	7	4	1	27
屏東縣全縣補助件數總計	15	17	41	24	49	42	40	70	97	31	426
客家文化重點地區傳統 客庄補助佔全縣比 (%)	20.0	-	9.8	8.3	18.4	14.3	7.5	10.0	9.3	12.9	13.8

備註：*為客家文化重點地區非傳統客家聚落

資料來源：內政部營建署魅力城鄉主題網

<http://trp.cpami.gov.tw/ch/index.aspx>

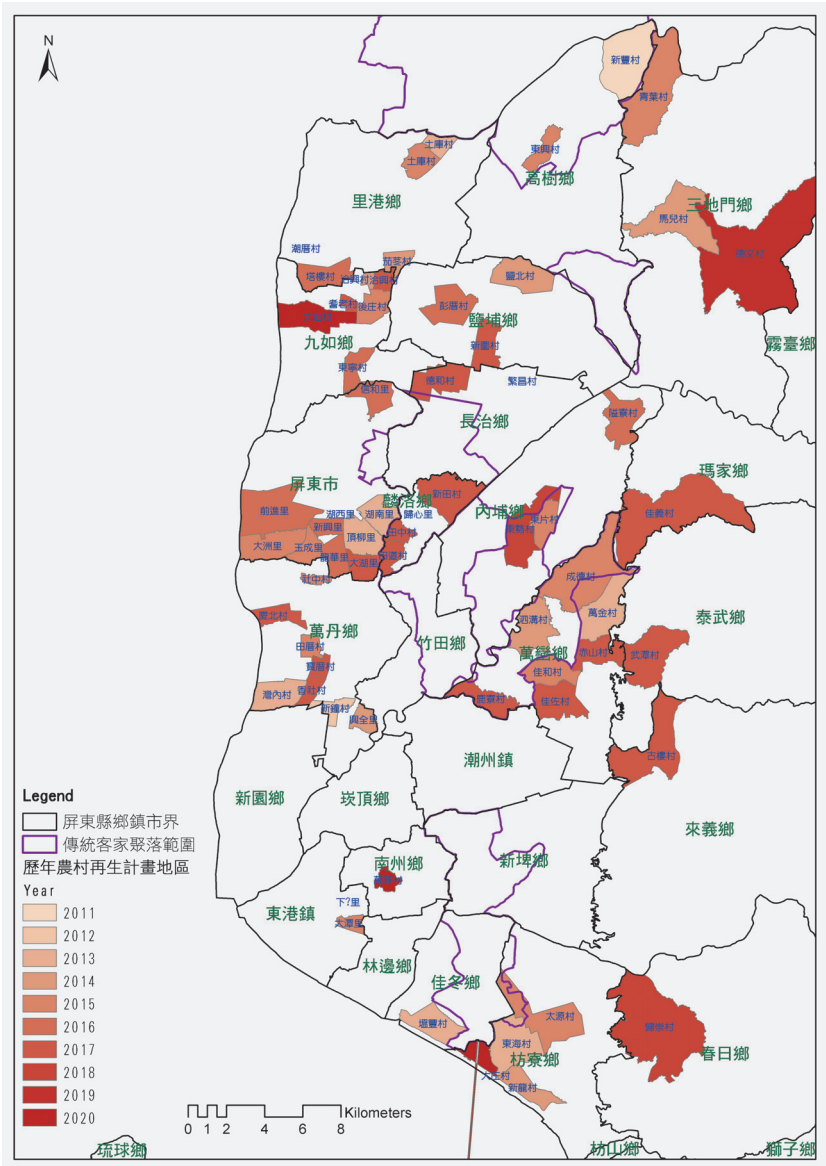


圖 1 屏東縣屏北地區 2011 年-2020 年農村再生補助情形

資料來源：行政院水土保持局農村再生歷程整合發展平台，本研究繪製

<https://ep.swcb.gov.tw/ep/Default.aspx>

表 2 屏東縣文化部營造計畫歷年（2011 - 2020 年）獲補助地區一覽表

區域區分	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	總計
內埔鄉內埔村									2		2
內埔鄉老埤村						1					1
內埔鄉美和村						1	1		2	1	5
內埔鄉全鄉							2	1			3
客家重點發展區域											
佳冬鄉佳冬村	1	2									3
佳冬鄉全鄉			1	1							2
長治鄉長興村								1			1
高樹鄉泰山村								1	1	1	3
新埤鄉建功村										1	1
萬巒鄉五溝村	2	1	3	1	1		1	6			15
萬巒鄉萬金村			2	3	1						6
萬巒鄉全鄉							2		2		4
客家重點發展區域合計	3	3	6	5	2	2	6	9	7	3	57
非客家重點發展區域											
屏東市宗聖公祠		1	3								4
屏東市客家文物館		1	1					2	2	1	7
其他地點		43	36	34	38	96	103	148	139	143	817
非客家重點發展區域合計	33	45	40	34	38	96	103	150	141	144	824
屏東縣全縣補助件數總計	36	48	46	39	40	98	109	159	148	147	881
客家文化重點地區傳統客庄補助佔全縣比(%)	8.3	6.3	9.1	5.6	2.6	2.0	5.5	5.1	4.1	1.4	5.3

備註：*為客家文化重點地區非傳統客家聚落

資料來源：文化部獎補助資訊網 <https://grants.moc.gov.tw/Web/index.jsp>

綜觀其他部會歷年對客庄環境營造補助情形，概以 2004 年成為分水嶺，主因可能為客委會於 2001 年成立，加上 2003 年客委會對客庄生活營造計畫開始進行補助，在公部門主管業務與補助

經費排擠下，多少影響了其他部門計畫對客家文化重點地區的補助機會。可發現 2004 年後，客家文化重點地區補助佔屏東縣比皆低於 15%（如表 1、表 2）。

2. 客庄生活營造補助計畫

《客庄生活環境營造計畫補助作業要點》以「非屬館舍者，以突破性創意與前瞻性，具客庄生活環境新風貌潛力，或對客庄街區、聚落、建築物或地景整建維護，對歷史建築物及其周邊公共環境提出可行再發展計畫，社區組織健全有經驗，推動社區營造具有基礎。」為優先補助對象，由於補助要點以對客家文化及產業發展的效益者優先，補助屬競爭型而非各個客庄雨露均霑，落入某些客庄獲得公部門資源，某些客庄失去補助機會的零和機制（Zero-sum Game）。表 3、表 4 為屏東縣 2008 年–2018 年各鄉鎮村里客庄生活營造補助件數與金額，由表 3、表 4 可知補助多集中於內埔鄉、竹田鄉、萬巒鄉，同一鄉鎮的客庄，則主要集中於內埔村、西勢村與五溝水等客庄。

表 3 屏東縣 2008 年–2018 年各鄉鎮村里客庄生活營造補助件數

鄉鎮市	補助範圍	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	總計
內埔鄉	內埔村					1	1	1	2		1		6
	東勢村					1			1				2
	美和村	1											1
	興南村								1				1
	豐田村					1			1				2
	豐田村、振豐村							1					1
	東港溪沿岸				1								1
	內埔鄉 全鄉			1									1
竹田鄉	二崙村				1	1							2
	西勢村	1				3	1		1				6
	耀耀村									1			1
	竹田鄉 全鄉								1				1

鄉鎮市	補助範圍	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	總計
	佳冬村	1			1	4		1	1		2		10
佳冬鄉	昌隆村										1		1
	佳冬村、六根村						1						1
	德榮村									1			1
長治鄉	繁華村										1		1
	長治鄉 全鄉			1									1
	東振村					1							1
	高樹村								1				1
高樹鄉	廣福村		1					1					2
	廣興村		1										1
	高樹鄉 全鄉					1							1
	建功村	1									1		2
新埤鄉	建功村、打鐵村、 南岸村、新埤村								1				1
	新埤鄉 全鄉						1						1
	五溝村	2	1	2		1	2				1		9
	佳佐村							1			1		2
萬巒鄉	泗溝村											1	1
	萬巒村								1				1
	沿溪客庄	1											1
	萬巒鄉 全鄉					1							1
	麟蹄村		1										1
麟洛鄉	新田村、麟頂村	1											1
	新田、麟頂、麟洛村								1				1
	麟洛鄉 全鄉			1									1

資料來源：屏東縣政府客家事務處

<https://www.pthg.gov.tw/planhab/Default.aspx>

表 4 屏東縣 2008 年-2018 年各鄉鎮村里客庄生活營造補助金額
(單位：萬元)

鄉鎮市	村里	調查研究	設計規劃	調查研究暨設計規劃	規劃設計暨工程	工程施工	合計
內埔鄉	內埔村	99		400	1,761	980	3,240
	東勢村			120	630		750
	美和村				54		54
	興南村	117					117
	豐田村				996		996
	豐田村、振豐村	150					150
	東港溪沿岸		80				80
	內埔鄉 全鄉	94					94
	內埔鄉 合計	460	80	520	3,441	980	5,481
竹田鄉	二崙村			180		1,922	2,102
	西勢村		150		3,860	3,780	7,790
	糶糶村				1,440		1,440
	竹田鄉 全鄉	162					162
	竹田鄉 合計	162	150	180	5,300	5,702	11,494
佳冬鄉	佳冬村	177	143	650	1,010	1,044	3,023
	佳冬村、六根村			100			100
	昌隆村				407		407
	佳冬鄉 合計	177	143	750	1,417	1,044	3,530
長治鄉	德榮村	126					126
	繁華村				450		450
	長治鄉 全鄉	144					144
	長治鄉 合計	270			450		720
高樹鄉	東振村				760		760
	高樹村				567		567
	廣福村				771		771
	廣興村				1,850		1,850
	高樹鄉 全鄉	200					200
	高樹鄉 合計				3,948		4,148
新埤鄉	建功村				141		141
	建功、打鐵、南岸、新埤				1,620		1,620
	新埤鄉 全鄉	162					162
	新埤鄉 合計	162			1,761		1,923

鄉鎮市	村里	調查研究	設計規劃	調查研究暨設計規劃	規劃設計暨工程	工程施作	合計
萬巒鄉	五溝村	895		150	5,160		6,205
	佳佐村				200	1,350	1,550
	泗溝村				280		280
	萬巒村				576		576
	沿溪客庄				2,500		2,500
	萬巒鄉 全鄉		200				200
	萬巒鄉 合計	895	200	150	8,716	1,350	11,311
麟洛鄉	新田、麟頂				250		250
	新田、麟頂、麟洛				1,170		1,170
	麟蹄				720		720
	麟洛鄉 全鄉	162					162
	麟洛鄉 合計	162			2,140		2,302

資料來源：屏東縣政府客家事務處

<https://www.pthg.gov.tw/planhab/Default.aspx>

再對比表 1 與表 2 公部門補助客庄生活營造補助件數，可發現主要為內埔鄉內埔村、竹田鄉西勢村、佳冬鄉佳冬村（六根村）、高樹鄉東振村、高樹村、廣興村，以及新埤村的建功村與打鐵村等客庄，多延續城鄉新風貌的補助計畫，持續獲得客委會資源的挹注。另一方面，對比表 2 與表 3、表 4，內埔鄉內埔村、美和村、佳冬鄉佳冬村（六根村）、萬巒鄉五溝村等傳統客家聚落，具客家文化意涵的地景與建築物，則同時受到文化部與客委會經費的補助修繕。

四、六堆客庄聚落發展類型與議題

為利屏東縣六堆客庄聚落發展進行分類，本研究首先盤點屏東縣客庄相關資源、以及歷年客庄文化資源普查等成果資料，利用智慧型手機進行現地補充調查，透過 Google Earth 門牌地址定位對比系統，其將所有資料彙整成數值化圖檔，並建置屏東客庄

聚落資料庫。其次，運用層級分析問卷設計，經客家相關產官學界專家進行填寫，在回收問卷後，進行評估指標權重估算。其後，於地理資訊系統平台進行各項評估指標得分，再將指標權重結果納入計算後，應用 IBM SPSS 23.0 版統計軟體進行集群分析，研究結果共劃設出六類客庄聚落發展類型。茲就研究操作說明如下：

（一）層級分析與評估體系

層級分析法(AHP)為1971年Thomas L. Saaty所發展出來指標評估體系，主要應用在不確定情況下及具有多數個評估準則的決策問題上(鄧振源、曾國雄 1989：13708)。將複雜的問題系統化，由不同層面給予層級分解，並透過量化的判斷，覓得脈絡後加以綜合評估，以提供決策者選擇適當方案(鄧振源、曾國雄 1989：13709)。

考量本研究決策問題之目標、評估項目與方案，以日本社區營造宮崎清教授對社區發展的五大面向，亦即人、文、地、產、景等五個歸類，做為研究中，評估指標各要素的交互影響，決定因素間關係，形成一個樹狀結構，以建立層級架構。本研究建置客庄發展類型評估指標體系如圖2所示。本研究將六堆客庄發展潛力之評估指標意涵(曾旭正 2007：16-18)整理如下：

1. 「人」指的是社區居民需求的滿足、人際關係的經營和生活福祉之創造。

本研究延伸其義，對社區營造與聚落發展具有重要意涵的匠師、團隊等在地人才與名人，共區分為客家名人、客家文化匠師、藝文表演團隊、神話傳說人物(場域)等四大評估準則(要素)，其中，客家名人包括歷史人物如六堆大總理邱鳳揚、美和中學創

辦人徐傍興、客家作家鍾理和、政經名人邱連輝。客家文化匠師包含傳統手工藝、飲食、生活技藝等各類型匠師，如祖牌製作曾學政、榻榻米製作吳德昌、客家藍衫呂嬌蓮。藝文表演團隊包括了演藝團體以及客家文史團體如客家民間文學故事李文古歌劇團、客家歌謠藍衫樂舞團，文史團體如屏東縣六堆客家民俗藝術協會、屏東縣內埔鄉忠勇文教發展協會。神話傳說人物（場域）如九如鄉王爺奶奶回娘家、高樹鄉泰山村四目公傳說。

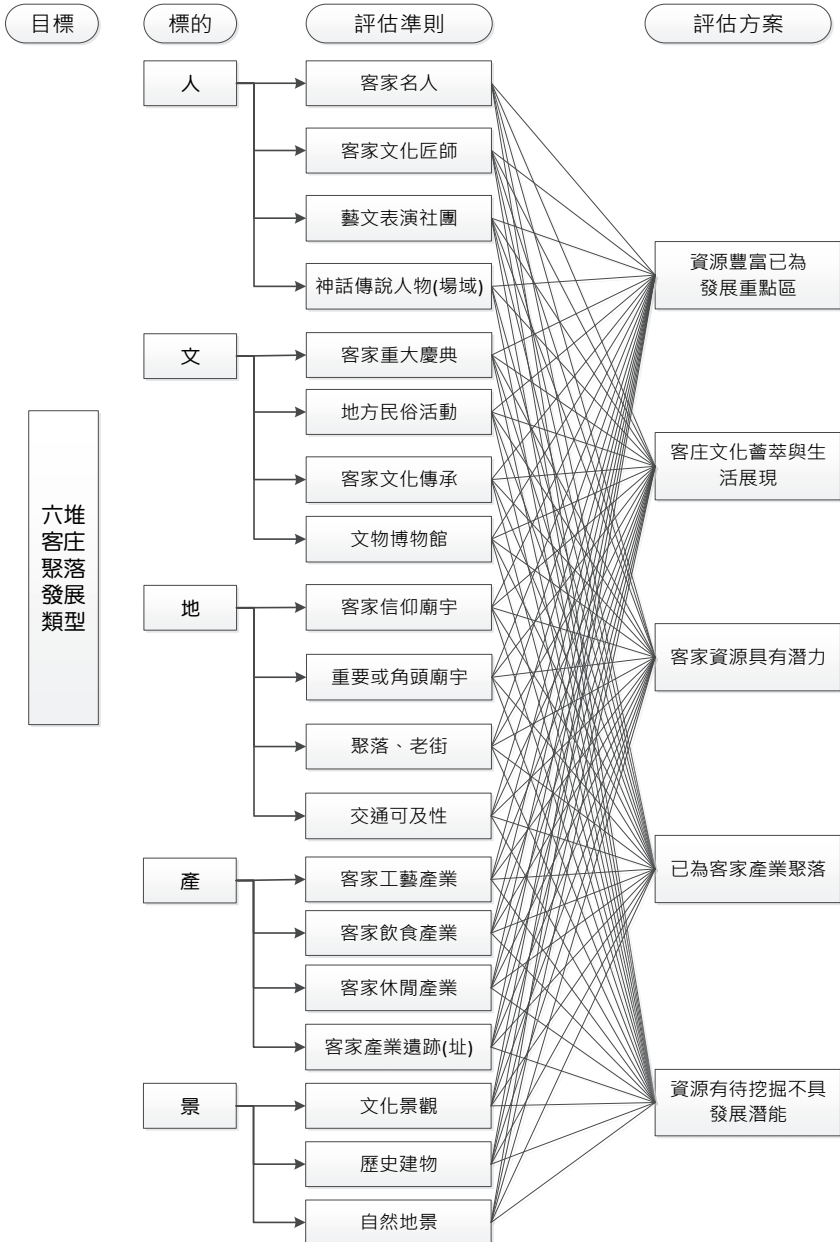


圖 2 本研究建置客庄發展類型評估指標體系圖

資料來源：本研究繪製

2. 「文」指的是社區共同歷史文化之延續，藝文活動之經營以及終身學習等。

本研究依據其義，區分為客家重大慶典、地方民俗活動、客家文化傳承、文物博物館等四大評估準則，其中，客家慶典包含內埔鄉韓愈文化祭、竹田鄉六堆祈福尖炮城、高樹鄉渡孤搶板等各鄉鎮重要慶典。地方民俗活動包含地方節慶如南勢村完福、履豐村完福；地方祭典如六根庄新丁福、林屋灶君爺神像。客家文化傳承包括客語生活學校如屏東縣鹽埔鄉仕絨國民小學、屏東縣長治鄉長興國民小學、屏東縣內埔鄉富田國民小學；客家獅如新豐社區發展協會、新田社區發展協會。文物博物館如內埔鄉六堆客家文化園區、竹田鄉池上一郎文庫、高樹鄉鍾理和故居。

3. 「地」指的是地理環境的保育與特色發揚，在地特性的強調及延續。

本研究延伸其義，為研究地區的地理資源與條件，區分為客家信仰廟宇、聚落老街、交通可行性等三大評估準則，其中，客家信仰廟宇包含三山國王如萬巒鄉國王宮、神農大帝如萬巒鄉先帝廟、土地伯公如萬巒鄉福德祠。聚落及老街如內埔陽濟老街、新東勢聚落、新北勢聚落等。交通可行性包括六堆鄉鎮各個火車站、公車及客運站。

4. 「產」指的是在地產業與經濟活動的集體經營，地產的創發與行銷等。

本研究依據其義，區分為客家工藝產業、客家飲食產業、客家休閒產業、客家產業遺跡（址）等四大評估準則，其中，客家工藝產業如萬巒鄉玉印霞飛手作坊、麟洛鄉揚藝手工藝坊。客家

飲食產業如內埔東寶黑豬肉棧、萬巒林家豬腳、竹田鄉徐媽媽客家鹹湯圓。客家休閒產業如高樹鄉鴻旗有機休閒農場、萬巒鄉可茵山莊。客家產業遺跡（址）如高樹鄉菸樓建築群、里港鄉載興村磚窯廠遺址、麟洛鄉新庄仔香蕉市場等。

5. 「景」指的是社區公共空間之營造、生活環境的永續經營、獨特景觀的創造、居民自力營造等。

本研究依據其義，區分為文化景觀、歷史建築、自然地景等三評估準則，其中，文化景觀如內埔鄉興南村敬聖亭、長治鄉火燒庄抗日烈士祠、六堆全民抗日參戰紀念碑、新埤鄉東柵門。歷史建築如麟洛鄉陳家夥房、佳冬鄉佳冬蕭屋、竹田鄉西勢村忠義亭、新埤鄉穎川堂等。自然地景如高樹鄉源泉村龍虎穴、長治鄉上寮泉水窟。

（二）客庄社區資源的盤點與地理資料庫

「地理資訊系統」已為成熟且廣為運用之技術與工具，本研究將客委會六堆地區歷年之「客庄文化資源普查」成果、以及客委會補助地方政府之客庄生活營造調查計畫（高樹、新埤、內埔、長治、竹田、麟洛等鄉鎮）等成果資料進行重新整理，並按研究建置的評估體系將人、文、地、產、景等評估體系加以分類，將「客庄文化資源普查」（Hakka GIS⁴）資料數化轉繪為地理資訊圖資，並轉換為地理資料庫，以為研究操作的參考資料與工具。其次，運用如智慧型手機定位調查、應用門牌定位對比系統等數位工具，透過網路結合電子地圖，快速完成調查與填寫工作，並建置本研究所需之客庄人、文、地、產、景評估資料庫。

⁴ https://archives.hakka.gov.tw/r/gis/hakka_gis/

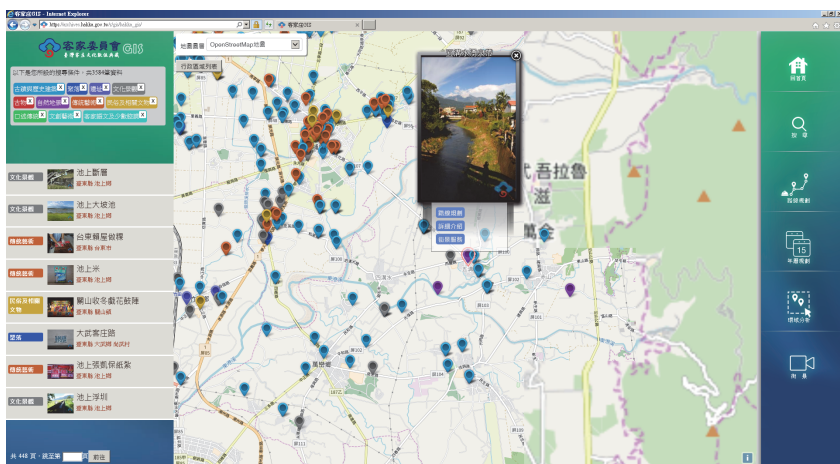


圖 3 客家委員會數位臺灣客庄地理資訊系統
資料來源：https://archives.hakka.gov.tw/r/gis/hakka_gis/

(三) 專家學者分析

層級分析問卷發放對象包括產、官、學、文等專家學者，主要是以從事客家產業經營業者、客家學術研究學者、客家政策之管理單位與客家團體、文史工作者之專家學者為主，每個領域各有 5 位專家學者參與，合計有 20 位專家學者受訪，以衡量層級架構中，各項評估因素的重要性及其權重。本研究層級分析問卷施測日期由 2018 年 5 月 20 日至 2018 年 7 月 15 日為止，總計發放問卷 20 份，回收問卷 20 份，回收率 100%，經三輪問卷往返後收斂，共計有 5 個層面 19 項指標。

其中，專家學者認為五個第一級五個層面中，「文」權重為.240，「人」為.204、「地」為.203、「產」為.200，以及「景」為.153 最低；19 項指標中，「地」的聚落與老街項權重為.077 最高，「文」的地方民俗活動為.075 次之，「產」的客家飲食產業為.070 第三，而「景」的自然地景為.034 最低。對比政府部會環

境營造補助項目與 AHP 層級分析中的 19 項指標，生活環境營造補助常見的人文景觀或建築工程，除「景」的層面文化景觀、歷史建築二項指標外，如「文」層面的文物博物館、「地」層面的客家信仰廟宇、重要或角頭廟宇，以及「景」層面的自然地景等皆非高權重的評估指標。本研究整體層級權重分析結果如圖 4 及表 5 所示。

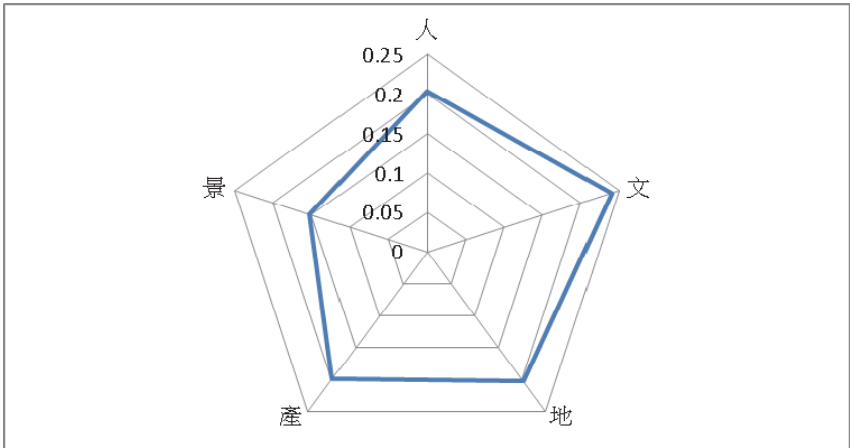


圖 4 客庄人文地產景評估因素結果雷達圖
資料來源：本研究繪製

表 5 各項要素之相對權重及整體排序（全體）

第一層級		第二層級		層級串聯後 之權重值	權重 排名
項目	正規化 權重	項目	正規化 權重		
人	0.204	客家名人	.204	.042	13
		客家文化匠師	.340	.069	4
		藝文表演團體	.281	.057	9
		神話傳說人物	.176	.036	17
文	0.240	客家重大節慶	.248	.060	6
		地方民俗活動	.313	.075	2
		客家文化傳承	.269	.065	5
		文物博物館	.170	.041	14
		客家信仰廟宇	.263	.054	10
地	0.203	重要或角頭廟宇	.167	.034	18
		聚落、老街	.377	.077	1
		交通可及性	.193	.039	15
產	0.200	客家工藝產業	.260	.052	11
		客家飲食產業	.350	.070	3
		客家休閒產業	.208	.042	12
		客家產業遺跡（址）	.181	.036	16
景	0.153	文化景觀	.389	.059	8
		歷史建築	.390	.060	7
		自然地景	.222	.034	19

資料來源：本研究彙整

（四）集群分析的操作與結果

集群分析在將研究調查的資料檔中觀測值或變數，變數相似性高的觀察值集成一群，集群內同質性（Homogeneity）愈高，集群間異質性（Heterogeneity）愈高愈佳，而分群的差異主要是群間距離的定義不同分群。依照其構面或準則（要素）進行歸類分群，即未能分群的個體其相似程度歸於同一群。因此，本研究再得出

初始群集數（分幾群）後，應用集群分析的非階層法（K 平均數集群）重新分群，取到最佳的分群結果，並重新依結果命名。本研究在進行客庄聚落發展類型分群過程中，因考慮各類同質性及行政完整性，將以《客家基本法》公告的屏東縣「客家文化重點發展地區」8 個鄉鎮 113 個村里為範圍及村里分群單位。在結合客庄資料庫與層級分析法操作結果，獲知最佳分群為 6 群，透過 K 平均數集群分析，概可分為六種類型如圖 5 所示。茲就分群結果及其類型說明如下：

類型一為「客庄文化薈萃」型（圖 5 分群 1）

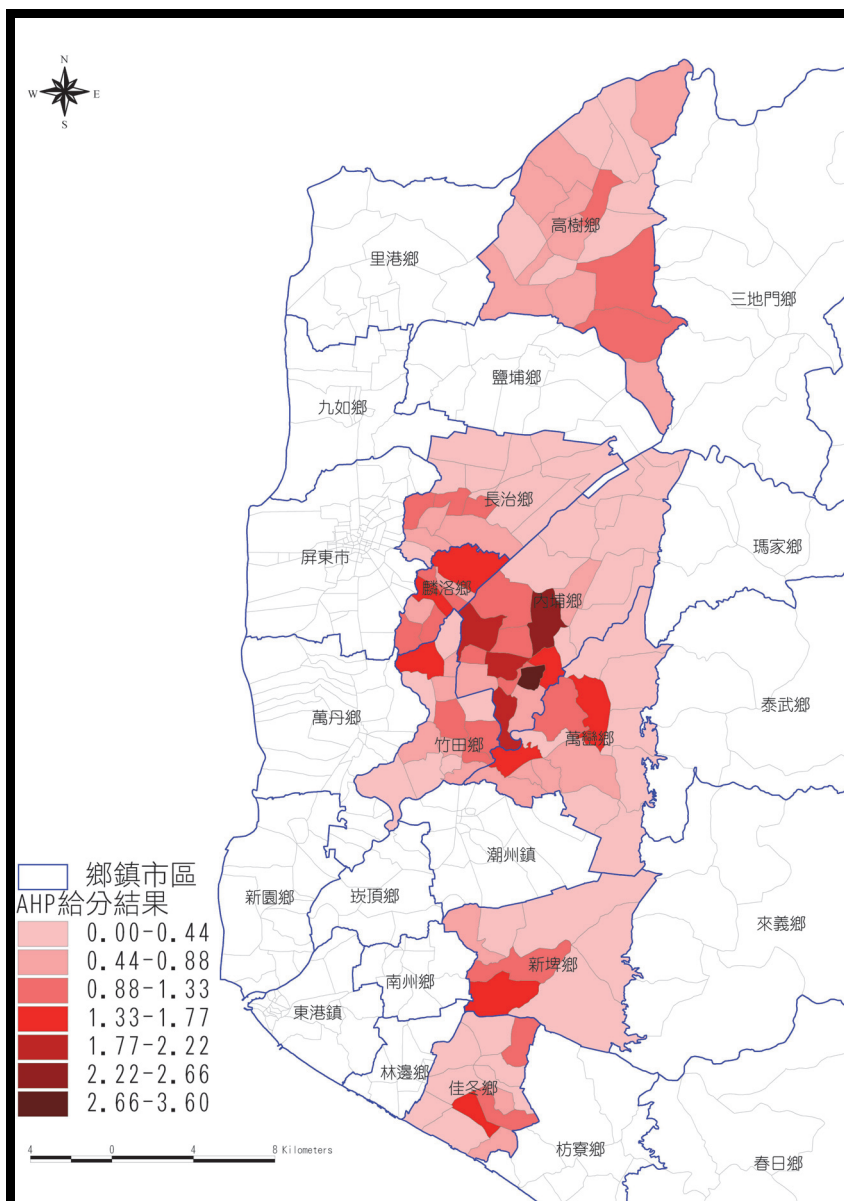
在人、文、地、產、景、各方面資源具全，僅內埔鄉內埔村乙處為典型的客家市街型聚落，內埔村有陽濟老街、源順酒釀等客庄特色，鄰近天后宮與昌黎祠，客家美食、文化產業資源豐富，為六堆客庄必遊之聚落。

類型二為「產業具有優勢－豬腳街美食聚落」（圖 5 分群 3）

萬巒鄉萬巒村為客家豬腳美食專業街道，豬腳街揚名全國，具有明顯的獨特性、惟一性，是屏東縣客庄產業與社區營造的重點之一。

類型三為「資源豐富已為重點發展」客庄（圖 5 分群 6）

如萬巒鄉泗溝村、內埔鄉內田村、麟洛鄉麟蹄村、麟洛鄉麟趾村、竹田鄉頭崙村、佳冬鄉六根村、麟洛鄉新田村、竹田鄉西勢村、萬巒鄉五溝村、新埤鄉新埤村、內埔鄉興南村等 11 個村里，這 11 個客庄聚落在人、文、地、產、景等五大面向擁有相當可發展資源，特點多為市街主要村落，具有相關的發展潛力，其中不乏客家委員會之生活補助重點聚落如六根村、西勢村、五溝村等。



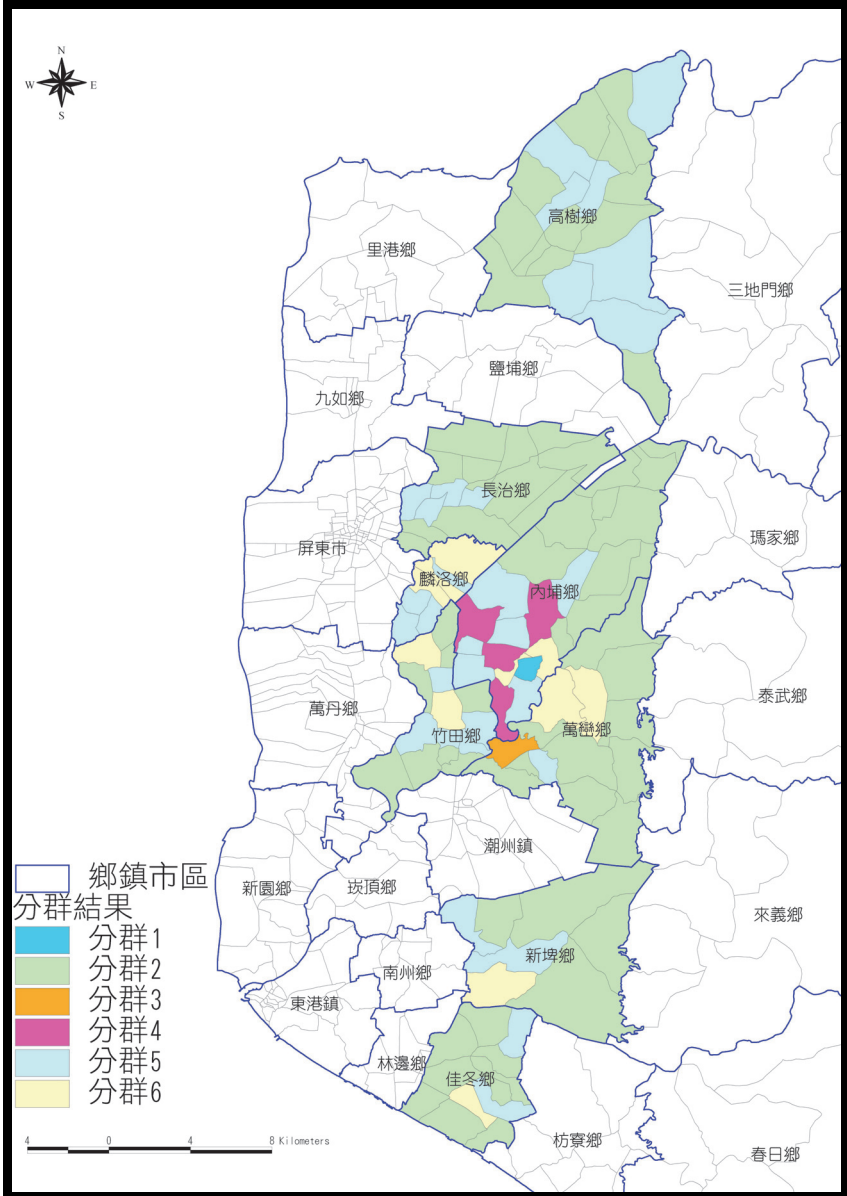


圖 5 層級評估權重結果與集群分類結果圖
資料來源：本研究繪製

類型四為「具有潛力的客庄資源」類型（圖 5 分群 4）

包括內埔鄉東勢村、內埔鄉東寧村、內埔鄉豐田村、內埔鄉美和村等 4 個村里；此分群特色為在地聚落紋理、客家生活展現與旅遊潛力，加上文化景觀或自然地景豐富，具有優先發展潛力的客庄聚落。

類型五為「客庄生活文化、地景展現」類型（圖 5 分群 5）

如內埔鄉東片村、竹田鄉二崙村、竹田鄉竹田村、佳冬鄉佳冬村等 31 村里；多為鄉村型傳統客家聚落，蘊涵客家人勤勞工作、重視人地關係之生活文化，現況發展就如待雕琢的美玉，需投入更多資源進行聚落生活營造。相較於集群 1、集群 3 與集群 4，客庄資源略為單薄，但仍為客庄漫遊、輕旅行，享受客庄寧靜與田野阡陌自然風光，具有一定自然地景或文化景觀。

類型六為「資源有待挖掘暫不具發展潛能」型（圖 5 分群 2）

暫無發展潛力聚落多數村里不屬於「客家文化重點發展地區」如竹田鄉六巷村、竹田鄉泗洲村、竹田鄉鳳明村、萬巒鄉新置村、高樹鄉建興村、高樹鄉源泉村、高樹鄉鹽樹村、高樹鄉田子村等 37 個村里，現況暫無發展潛力。另外，竹田鄉永豐村、竹田鄉福田村、竹田鄉羅羅村、竹田鄉竹南村等 28 村里，則為客家文化重點發展地區，社區資源有待挖掘或地方行銷。

（五）六堆地域客庄營造發展議題

綜理前述類型特性，可發現每個客庄聚落因地理區位與發展歷史背景的差異，使得每個客家聚落之文化資源、產業、元素有明顯的差異，依層級方法與集群分類結果，第一類「客庄文化薈

萃」型與第二類「產業具有優勢－豬腳街美食聚落」，分別為內埔村與萬巒村，結果呈現權重較極端的影響，內埔村在五個層面都具有一定的權重分數，特別是「人」、「文」與「產」層面，萬巒村則以「產」層面權重最高(如圖 6)。第四類「具有潛力客庄」、第五類「客庄生活展現」類型與第六類「資源有待挖掘」等三種類型，五個層面指標給分，幾乎呈等比例倍增的放大，這三類聚落客家文化資源相似，但發展呈現不同的潛能。

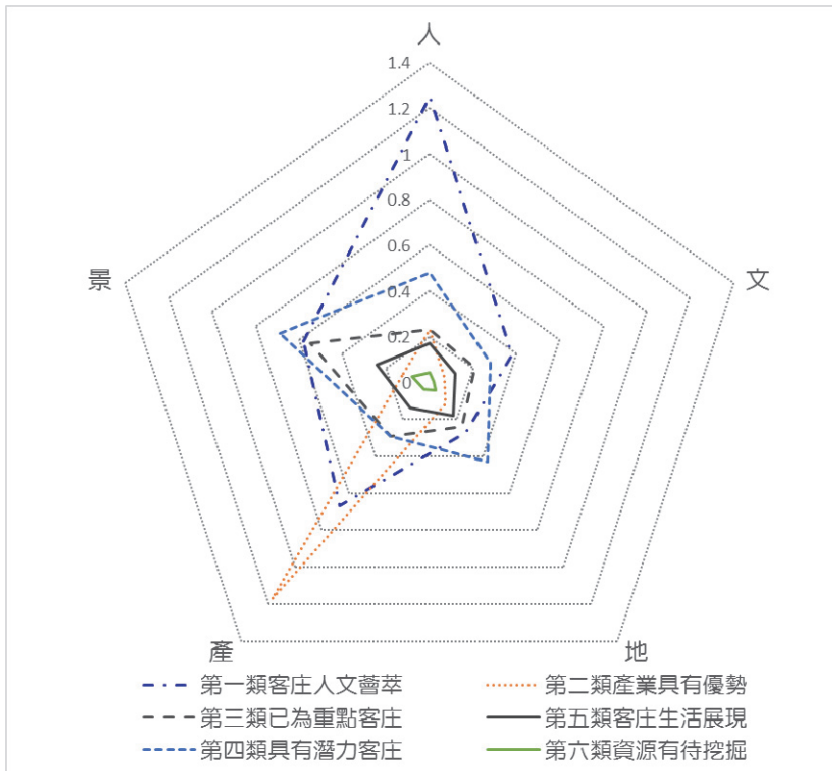


圖 6 集群分類後六種聚落類型人、文、地、產、景權重分佈圖
資料來源：本研究繪製

如將表 6 屏東縣客家生活營造主要補助件數、經費排名與本研究 AHP 權重評估總分比較，可發現除類型二萬巒鄉萬巒村外，內埔鄉內埔村、萬巒鄉五溝村、佳冬鄉佳冬村與竹田鄉西勢村為客家委員會主要補助重點聚落，說明客委會補助生活環境營造計畫的客家聚落（村里），與本研究客庄聚落集群分析分群結果相似。其次，AHP 權重評估最高前十名的內埔鄉內埔村（第一類）、東勢村（第四類）、豐田村（第四類）、美和村（第四類）、竹田鄉西勢村（第三類）、新埤鄉新埤村（第三類）為早期營建署城鄉新風貌補助對象；內埔鄉東勢村（第四類）、麟洛鄉新田村（第三類）為獲水土保持區農村再生計畫補助的客家聚落；而內埔鄉內埔村（第一類）、美和村（第四類）、竹田鄉西勢村（第三類）、萬巒鄉五溝村（第三類）為文化部推動社區營造及村落文化補助地區。如將客委會補助屏東縣客庄生活營造主要補助件數、經費排名前十名，除竹田鄉二崙村外，皆為前述部會歷年補助環境營造計畫的主要對象。

表 6 屏東縣客委會補助生活營造主要補助件數、經費排名與 AHP 權重總分

次序	補助 件數	補助對象	補助經費 (萬元)	補助對象	權重 總分	客庄聚落
1	10	佳冬鄉佳冬村	7,790	竹田鄉西勢村	3.089	內埔鄉內埔村
2	9	萬巒鄉五溝村	6,205	萬巒鄉五溝村	2.309	內埔鄉東勢村
3	6	內埔鄉內埔村	3,240	內埔鄉內埔村	2.065	內埔鄉東寧村
4	6	竹田鄉西勢村	3,023	佳冬鄉佳冬村	2.064	內埔鄉豐田村
5	2	內埔鄉東勢村	2,102	竹田鄉二崙村	1.871	內埔鄉美和村
6	2	內埔鄉豐田村	1,850	高樹鄉廣興村	1.688	麟洛鄉新田村
7	2	竹田鄉二崙村	1,550	萬巒鄉佳佐村	1.683	竹田鄉西勢村

8	2	高樹鄉廣福村	1,440	竹田鄉羅耀村	1,643	萬巒鄉五溝村
9	2	新埤鄉建功村	1,170	麟洛新田、麟頂、麟洛	1,543	萬巒鄉萬巒村
10	2	萬巒鄉佳佐村	996	內埔鄉豐田村	1,514	新埤鄉新埤村

資源來源：本研究整理

最後，將各部會補助屏東縣客庄生活營造情形與本研究聚落發展類型分群結果，作一比較分析，營建署城鄉新風貌補助對象主要集中於第一類型（「客庄文化薈萃」型）、第三類型（「資源豐富已為重點發展」客庄）、第四類型（「具有潛力的客庄資源」類型）；而農村再生補助計畫以第五類型（「客庄生活文化、地景展現」類型）與第六類型（「資源有待挖掘暫不具發展潛能」型）為主；文化部社區營造及村落文化補助除內埔鄉內埔村與萬巒鄉五溝村外，也同樣以第五類與第六類型為多數。

Acemoglu and Robinson (2013) 指出：「資源分配多集中於優勢者，犧牲弱勢或偏遠地區的權利，造成資源保守的積累不均。特別是，短期內得以快速展現政績與新聞版面。」（引自柯志昌 2018）。今日的政治經濟環境重視施政績效（Key Performance Indicators, KPI），聚落發展在具有新聞行銷及 KPI 效應下，具有明顯行銷成果、品牌效應，或者具有新聞性、政策性目的或指標性者，似乎較能吸引大量公、私部門資源的投入。由前述的研究結果可發現，不論是營建署、文化部或者農委會，具有特色文化、有亮點、或有發展潛力的聚落多為其補助對象，特別是，具有自動自發的社區組織與地區共識，部份社區或聚落在歷年推動營造經驗積累下，逐漸形成地方發展特色，進而獲得更多的客家生活營造資源補助的關注。但不可否認地，這些社區受各部會經費的關注以及企業的優先贊助，也擠壓了其他成長中嗷嗷待哺的地方團隊。

此外，客庄生活營造補助計畫要點中規定，提出申請案的地方政府應自行籌措 10%–15%不等的配合款，使得財源豐沛的縣市透過此機制，較易獲得主辦機關的補助，相反地，財政已捉襟見肘的鄉鎮則陷入兩難困境。再者，以鄉鎮市區做為客家文化重點地區判斷補助之依據，有時也無法精準的投入補助資源，甚至造成地方文化的衝突與矛盾，如表 6 所示，萬巒鄉佳佐村屬於福佬村落非傳統客家聚落，相較於未獲補助的其他客庄，其重要性與補助標準有值得討論的空間。

對地方政府而言，應該認知中央政府補助政策實非永續經營之道，應將施政重點放在強調客庄的獨特性、地方感，挖掘地方的 DNA 與在地鑲嵌，透過文化的生產、再現（如電視電影的拍攝、地方秘境挖掘、客庄故事行銷等），應用被創造「文化傳統」都市行銷方式，以故事包裝客家文化產業，做為地方政府或客庄再生的參考，如客家環保日（歲末年終跳蚤市集）、客家童玩節等等，將地方傳統知識作為主體核心，成為客庄再發展的文化基石。

對客家委員會而言，臺灣現行國土空間計畫缺乏客家傳統地域整理發展構想，應重新思考並訂定臺灣客庄未來發展方案與策略。近年來，客家委員會致力於推動「靚靚六堆」計畫，強調地方政府由下而上的「參與」與「規劃」，然而其屬性仍未跳脫以鄉鎮為單位的提案模式，在缺乏上位前瞻的空間規劃下，客庄如何面對全球均一文化浪潮的侵蝕、客庄少子化與高齡化的議題，乃至於客家聚落地方經濟衰退（Decline）、萎縮（Shrinking）。因此，我們應該面對全球變遷浪潮，重新定位臺灣客家地區整體空間發展構想，每個客家聚落面對不同需求、壓力與在地議題（氣候變遷、城鄉萎縮），能以地方傳統知識作為主體核心，共構出一條以地方知識為核心出發的共生之路。

五、結論與建議

客家先民離鄉渡過黑水溝來到臺灣，先祖墾拓、屯田置營，在下淡水溪平原墾拓出十三大莊與六十四小莊的聚落。300年來，在歷史洪流中，客家人靠著闢埤築圳、掘井墾荒，與臺灣這塊土地共生共存，特別是歷經了明清以及日治時期的抗日作戰、殖民建設，發展出北義民、南忠勇、賽豬公、菸樓、樟腦、酸柑茶、三灣梨、東方美人茶、桐花、尖砲城等等獨特性與惟一性的在地文化，臺灣客家文化發展出屬於自己深根（耕）的獨特性。我們應該認知到臺灣客庄因人地關係、景觀、產業、民俗文化而有所不同，每個客庄都有其獨特性。

由於客庄生活環境營造補助計畫較臺灣社區營造運動發展為晚，加上，各部會多以具地方特色或發展潛力佳的聚落為補助對象，部份組織嚴謹、凝聚共識及自發性強的社區，獲得不少政府經費的補助或企業贊助，加上這些地區有著明顯行銷成果、品牌效應下，受到公、私部門資源不斷地獎助，另一方面，過去這些補助機制非以保存傳統客庄生活場域，促進客庄產業繁榮興盛為目的，致不少客庄失去環境營造的機會。客家委員會成立後，致力於客庄客屬文化保存與發揚，除公告「客家文化重點發展地區」外，實施「客家生活環境營造計畫的補助機制」。10多年來，這些機制對客庄聚落生活環境改善，以及客家產業發展才有了明顯的助益。

然而，客庄環境營造補助機制也以具有亮點、發展潛力或具有保存急迫性的客家聚落，導致資源待發掘或缺乏行銷策略的客庄，因為人口少子化、高齡化，客家聚落慢慢萎縮、傳統文化逐

漸消失，客家文化將無法延續下去。在這樣的發展背景下，本研究應用數位人文的方法，透過地理資訊系統、層級分析與集群分析法，依客家聚落不同的地理區位、歷史背景與文化發展異同，將屏東客庄聚落分為六種發展的類型，每一類型的客庄因為區位條件、文化景觀豐富度不同，而有不同的資源需求與再發展議題。

臺灣客庄的美，不在於生活環境營造補助下所創造出來的景觀，而是身隱在客庄古蹟、文化資產、傳統巷弄中。從區域共生發展的思維，將擁有豐富客屬資源的亮點聚落，帶動周圍客庄的連鎖發展。在客家地域整體共同發展下，善用六堆客庄自身獨特性、文化資產及產業資源，對不同聚落之發展視客庄在地獨有特色的資源，給予因地制宜不同的發展策略。最後，面對全球變遷地球村的一份子，今日客庄聚落面臨的問題已不再只是文化傳承與發揚客家文化，客庄生活環境營造補助機制除思考青年返鄉，活絡客庄經濟與產業外，應避免因人口高齡化而造成極限聚落的產生，以及思索在氣候變遷下，客庄面對不確定的天候，如何及時回應衝擊與環境共生。

參考書目

Daron Acemoglu and James A. Robinson (戴倫·艾塞默魯、詹姆斯·羅賓森) 著、吳國卿、鄧伯宸譯，2013，《國家為什麼會失敗：權力、富裕與貧困的根源》。臺北：衛城出版。

內政部營建署魅力城鄉主題網，<http://trp.cpami.gov.tw/ch/index.aspx>，取用日期：2022年4月12日。

文化部獎補助資訊網，<https://grants.moc.gov.tw/Web/index.jsp>，取用日期：2022年4月12日。

王慈韻，2012，《日治時期新埤聚落與外庄互動情形之研究》。屏東：屏東科技大學客家文化產業研究所學位論文。

丘昌泰，2012，〈臺灣客家的過去與現在〉，《臺北市終身學習網通訊》57：2-12。

行政院，2016，《國家發展委員會推動「設計翻轉、地方創生」示範計畫》，臺北：國家發展委員會。

行政院水土保持局農村再生歷程整合發展平台，<https://ep.swcb.gov.tw/ep/Default.aspx>，取用日期：2022年4月12日。

利天龍，2007，《屏東縣前堆地域的社會空間結構與變遷》。臺北：臺灣師範大學地理學系學位論文。

吳煬和，2011，《鍾王壽與《六堆客家鄉土誌》》。臺北：客家委員會。

李文良，2011，《清代南臺灣的移墾與「客家」社會（1680-1790

）》。臺灣大學編譯。

李琦華、林峰田，2007，〈臺灣聚落的空間型構法則分析〉。《
建築學報》600：27-45。

岡田謙著、陳乃龔譯⁵，1937，〈臺灣北部村落於祭祀圈〉。《民
族學研究》4（1）：1-22。

林正慧，2008，《六堆客家與清代屏東平原》。臺北：遠流出版
事業股份有限公司。

林玉美，2015，《平埔地域的客家族群之結構化歷程研究——以
老埤村郭氏家族為例》。屏東：屏東科技大學客家文化產業
研究所學位論文。

林美容，991，〈一姓村、主姓村與雜姓村：臺灣漢人聚落型態的
分類〉。《臺灣史田野研究通訊》18。

林淑瑛，2010，《六堆鹿寮庄的拓墾與發展之研究》。高雄：高
雄師範大學客家文化研究所碩士論文。

邱彥貴、吳中杰，2001，《臺灣客家地圖》。臺北：果實出版社。

客家委員會，2016《數位臺灣客庄地理資訊系統》，5月19日。
http://archives.hakka.gov.tw/gis/hakka_gis/，取用日期2018年6
月4日。

客家委員會官方網站，2017，《中央地方攜手啟動『靚靚六堆』觸

⁵ 譯者附言：本篇原文載日本民族學研究第四卷第一號，係就士林街之各種祭祀
範圍，調查研究之專論。士林密邇本市，與本市經濟文化，有密切關係，為本
市之衛星都市，文中所載復多於本市文獻有關，調查研究本市宗教問題時，不
無裨益；爰不揣譴陋，試為譯述，並可藉此而窺得全省一般之大概情形焉。

動後生人扎根客庄》, 8月28日。<https://www.hakka.gov.tw/Content/Content?NodeID=34&PageID=39180>, 取用日期: 2018年6月4日。

屏東縣政府客家事務處, <https://www.pthg.gov.tw/planhab/Default.aspx>, 取用日期: 2018年6月4日。

施添福, 1992, 〈臺灣竹塹地區的聚落發展和形態〉。頁57-104, 收錄於陳秋坤、許雪姬主編, 《臺灣歷史上的土地問題》。臺北: 中央研究院臺灣史田野研究室。

施雅軒, 2011, 《戰爭、空間、六堆客家: 另一臺灣歷史地理學的展演》。高雄: 麗文文化。

柯志昌, 2018, 〈里山精神與地方創生觀點下的地方知識: 臺東縱谷地區地方學初探〉。《臺灣風物》68(4): 93-136。

洪馨蘭、徐孝晴, 2015, 〈臺灣屏東市頭分埔北客的聚落化過程及其能動性〉。《全球客家研究》5: 35-84。

胡振洲, 1977, 《聚落地理學》。臺北市: 三民書局。

張菁芬、黃映翎, 2009, 〈婚姻移民的空間分析: 地理資訊系統的應用〉。《臺灣社會福利學刊》, 8(1): 71-117。

郭肇立, 1998, 〈傳統聚落空間研究方法〉。頁7-24, 收錄於郭肇立主編, 《聚落與社會》, 台北市: 田園城市文化。

陳建仁, 2017, 〈日本地方創生的規劃與成效〉。在城中志(主持), 發表於《地方創生與地方治理。國土發展、廣域治理及地方創生國際學術研討會及實務論壇》, 臺中: 國立中興

大學，2017年12月2日。

陳秋坤，2009，〈帝國邊區的客庄聚落：以清代屏東平原為中心〉。
《臺灣史研究》161：1-28。

富田芳郎著、陳惠卿譯，1933〈臺灣的農村聚落型態〉。《原刊
於臺灣地學記事》4（2）：11-14。

富田芳郎著、粵華譯，1955，〈臺灣鄉鎮之研究〉。《臺灣銀行
季刊》，7（3）：85-100。

曾旭正，2007，《臺灣的社區營造》。臺北：遠足文化。

曾國峰，2014，《六堆客家聚落變遷與新的文化意涵之研究—以
中堆西勢庄為例》。屏東：屏東科技大學客家文化產業研究
所學位論文。

項潔、涂豐恩，2011，〈什麼是數位人文〉。頁9-28，收錄於在項
潔主編，《從保存到創造：開啟數位人文研究》。臺北：臺
大出版中心。

項潔、陳麗華，2014，〈數位人文—學科對話與融合的新領域〉。
收錄於項潔編，《數位人文研究與技藝》，9-23。臺北：臺大
出版中心。

黃應貴，1998，《人類學的空間研究》。臺北：田園城市。

劉嘉珍，2002，《六堆舊市街生活與空間組構之研究——以後堆
內埔廣濟路街屋為例》。臺南：國立成功大學建築研究所碩
士論文。

蔚乙亘，2012，《客庄婚姻圈的流動—以日治時期萬巒鄉成德村為

- 例》。屏東：屏東科技大學客家文化產業研究所學位論文。
- 鄧振源、曾國雄，1989，層級分析法（AHP）的內涵特性與應用（上）。《中國統計學報》⁶ 27（6）：13707-13724。
- 鄭文惠，2014，〈從人文到數位人文：知識微縮革命與人文研究範式的轉向〉，《人文與社會科學簡訊》，15（4）：169-175。
- 鄭春發，2015a，〈全球跨域治理浪潮中的「客家文化重點發展地區」議題：建構「客家地域發展計畫」之芻議〉。《客家公共事務學刊》12：51-76。
- 鄭春發，2015b，〈由日治時期不同尺度的人口資料與地圖看六堆客庄傳統地域〉。《台中教育大學學報》，29（1）：1-22。
- 鄭春發，2016，〈智慧型手機應用於田野調查初探—以沿山公路聚落為例〉。發表於《數位人文產學論壇暨第一屆南區數位人文研討會》，屏東：國立屏東科技大學，2016年9月23日。
- 蕭新煌、黃世明，2001，《臺灣客家族群史（政治篇）下—地方社會與族群政治的分析》。南投：臺灣省文獻委員會。
- 賴虹曲，2015，《屏東佳冬昌隆庄聚落發展變遷》。臺北：臺北藝術大學建築與文化資產研究所碩士論文。
- 鍾王壽，1973，《六堆客家鄉土誌》。屏東：長青出版社。
- Baker, Alan R. H., 2003, *Geography and History Geography and History : bridging the divide*. Cambridge University Press

⁶ http://jcsa38.stat.ncku.edu.tw/OutWeb/L_CT/Journal/Journal_Page2_ontent.asp?p2=27&p3=6#

Bracken , I.,1989,. The Generation of Socioeconomic Surfaces For
Public Policy – making , *Journal of Environmental Planning
and Management B* , 16 (3) : 07-25 。

書 評

評《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》的台馬客家族群差異

A Revaluation of the Ethnic Difference Between Taiwan and Malaysia in *The Ethnic Relations of Hakka Belts in Taiwan and Malaysia: Harmony, Isolation, Tension and Conflict*

蕭新煌、張翰璧，2022，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：國立中央大學出版中心。

黃信洋*

國立台灣科技大學通識教育中心專案助理教授

一、台馬客家的比較族群研究

台灣學界有出版過一些關於東南亞客家研究的書籍，不過，直接進行東南亞與台灣客家的比較族群研究的書籍目前則只有一

投稿日期：2022 年 9 月 26 日；接受日期：2022 年 10 月 27 日；刊登日期：2022 年 12 月。

* 電子信箱：shinnyang2009@gmail.com。

本面市，亦即由蕭新煌主編並於 2017 出版的《臺灣與東南亞客家認同的比較：延續、斷裂、重組與創新》一書。如今，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》於 2022 年的出版，則是直接聚焦於台灣與馬來西亞的客家帶的比較族群研究，而這樣的一種研究議題的關注，一方面顯示出台灣客家研究對於海外客家研究議題的持續關注，誠然也是受到台灣社會於二次政黨輪替之後，對於北台灣台三線客家傳統生活區域的政策式關注有關。

《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》一書的編者與《臺灣與東南亞客家認同的比較：延續、斷裂、重組與創新》一書的編者皆為同一位，由此也可以看出蕭新煌教授對於此比較族群研究議題的關注與貢獻。本書的研究主旨乃是對於台灣與馬來西亞的客家帶狀生活區域進行不同族群關係的比較性研究，探討不同「客家帶」因為自身所處的不同地理空間與人群分布狀況，究竟會浮現出何種特殊的「族群關係」（蕭新煌、張翰璧 2022：15）。

綜觀《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》一書的基本書寫定論，馬來西亞的客家族群是一種依恃「華人」概念之下的隱形次族群概念，也就是說，客家族群的概念必須「統一」在「華人」的符號之下才有意義。然而，作為台灣社會四大族群之一的客家族群，卻是一個不受「華人」符號囿限，可以突顯自身「差異」的一種群體。從國家的角度來說，馬來西亞的客家族群必須集結於「華人」的符號之下才比較能維繫自身的文化與權益，不過，台灣的客家族群卻可以將自身的族群文化維繫作為群體權益要求的理由。總的來說，族群的文化公民權的保有與否，乃是馬來西亞與台灣客家族群之間的重要差異。

二、台馬的族群關係

依據前述的推論，馬來西亞的客家研究乃是屬於華人研究之一環，其身分是一種隱形族群，因此緣故，台馬的比較族群研究就有其實質上的重要性，亦即透過兩國客家族群地位的學術性比較研究，以對比的方式讓馬來西亞客家族群的實質處境浮現出來，透過學術性的「重新發現」，讓馬來西亞客家族群的隱形樣貌能有更為清晰的圖像。

回到《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》一書的內容，本書基本上可以分成「比較族群研究」、「馬來西亞與印尼客家帶族群研究」，以及「北台灣客家帶族群研究」等三種研究主題，於其中，比較族群研究的論文有 3 篇，馬來西亞與印尼客家帶族群研究的論文有 4 篇，北台灣客家帶族群研究的主題則有 8 篇，由於超過一半的主題討論的是台灣北部台三線的客家帶研究，所以全書的論述重點還是集中在北台灣客家帶族群關係的研究上面。

表 1 《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》一書的主題分類

比較族群研究			
編號	作者	篇名	族群論述要點
01	蕭新煌、張翰璧	〈族群與空間：台馬客家帶族群關係的比較〉	台馬兩國的客家認同的差異頗大；馬來西亞的客家認同是依附於華人認同之下的隱形認同，台灣的客家認同則是國家化的在地認同。
02	張翰璧、蔡芬芳、劉培珊	〈當代族群關係的理論取向與分析層面〉	從英國殖民時期開始，華人是馬來人與政府的中間人少數人群體，客家人則是華人之中

	蕭新煌		的中間人少數群體。
03	林開忠、 周錦宏、 蕭新煌	〈台馬族群政策及其 對族群關係的影響〉	台灣社會在民主發展之後，各 族群之間的族群差異獲得肯 認並有持續協議重塑的可能， 馬來西亞則延續英國殖民者 的種族主義作法，族群之間的 協議也就無法出現，沒有協 議的空間。
馬來西亞、印尼客家帶族群研究			
編號	作者	篇名	族群論述要點
01	林開忠	〈柔佛客家帶河婆客 家家庭和社區的族群 關係〉	族群政策影響著馬來西亞日 常生活的各種面向，即便說這 些政策能夠讓各族群在經 濟、教育與職業方面達到平等 的可能性，族群關係卻實質上 變得更為緊張。
02	利亮時	〈客家社團的族群關 係：以柔佛客家帶為 例〉	柔佛市區的客家團體多為地 緣組織，新村的客家團體則多 為血緣組織，且這些血緣團體 都比較是一種「傳統再造」的 組織。
03	林本炫	〈柔佛客家帶河婆客 家人宗教信仰與族群 關係〉	馬來西亞持續運用種族主義 的排他政策來對待少數族 群，終而讓華人中的各個族群 都必須匯集於華人認同的大 傘之下來進行因應。
04	張翰璧、 蔡芬芳、 張維安	〈印尼西加里曼丹客 家帶田野紀要〉	西加里曼丹的各種族群(客家 人、達雅族人、馬來人)，基 本上是以職業作為族群區分 的方式，在經濟與文化活動都 呈現出鮮明區隔的情況之 下，族群之間的彼此涵化就比 較不可能出現。
北台灣客家帶族群研究			
編號	作者	篇名	族群論述要點
01	張維安、 劉堉珊、 劉瑞超	〈北台灣客家帶浪漫 台三線的浮現〉	客委會推動的「樟之細路」步 道，此古道的基礎是在地原住 民族的原有生活路線，在漢人 入山開墾之後則與國際貿易 發生關聯，成為客家族群入山

			拓墾的道路。
02	周錦宏	〈台三線客家帶客原族群政治：苗栗泰安〉	清代的土牛溝與日治時期的隘勇線，把原住民阻隔於官方統治之外，而隨著隘勇線的深入傳統原住民區域，原住民與客家族群的界線區分就變得無法清楚區分，泰安鄉的原客族群政治也隨之出現變化。
03	張翰璧	〈隘勇線、蓄產交易所到雜貨店：經濟行為中的族群關係〉	隨著台三線成為國際貿易原料的出產地，客家人就以中間人的角色在原住民的傳統生活區域獲取各種利益，分別扮演「經濟入侵者」、「開拓先鋒者」與「商業拓殖家」的各種角色。
04	劉瑞超、張維安、劉琦珊	〈台三線客家帶客原關係的再探與重構〉	北台灣山區的老路、舊路與獵路，都與當時所屬生活社群的生產活動有關，如樟樹就會涉及樟腦產業的生活，因此就會涉及客家族群與原住民的族群關係。
05	蔡芬芳	〈苗栗客原通婚中的性別與宗教〉	客家人與賽夏人皆為父系社會，客家女性被描述為具有勤儉的正面特質，因此在兩者的通婚案例中，賽夏人以能夠迎娶客家女性而自我肯定。
06	黃菊芳	〈族群語言空間分布：苗栗卓蘭〉	從語言空間分布看來，客家內部的群體關係是和諧的，客家與台灣原住民、客家與閩南、客家與外省人、客家與東南亞新住民之間則有和諧也有緊張。
07	陳秀琪、賴維凱	〈語言接觸中的族群關係：泰安、南庄的族語式客家話〉	客家族群與原住民之間的族群關係，從早期的衝突與彼此區隔，直到約莫 60 年前，原客之間開始出現和諧發展的關係。
08	劉琦珊、劉瑞超、張維安	〈新竹客家與東南亞文化的相遇〉	台三線東南亞新住民的文化接觸過程，比較像是外籍配偶的在地台灣化過程，共同成就

			的是一種「新台灣文化」。
--	--	--	--------------

依據表 1 的描述，在蕭新煌與張翰璧（2022）及林本炫（2022）的論文中，馬來西亞實質發揮效力的是華人認同，客家認同則是一種無法彰顯自身文化差異的隱形認同。林開忠、周錦宏與蕭新煌（2022）認為台灣客家族群已經獲得民主化社會的國家肯認，馬來西亞的客家族群則持續陷入種族主義的限制之中。張維安、劉琦珊與劉瑞超（2022）與劉瑞超、張維安與劉琦珊（2022）認為台三線的老路蹊徑分別記錄了原住民族的生活歷史與客家族群入侵拓墾的集體記憶，而周錦宏（2022）與張翰璧（2022）則認為清代土牛溝與日治時期的隘勇線劃定了傳統原漢生活地域的範圍，隨著台三線進入國際貿易商品原料的供應範圍，原住民與客家人的生活區域劃分也就開始變得模糊。綜合上述分析論點可知，本書的基本立論是，馬來西亞的族群認同是以華人認同為主，客家認同僅是隱性的次族群認同，而土牛溝與隘勇線可說是過去原住民族的傳統「自治區」的疆界，因此台三線的發展紀錄的是原住民與客家族群的族群互動關係的歷史紀錄。

這些論文的共同關注焦點是台灣與馬來西亞國內的族群關係，並據此關係進行比較族群的相關論述：馬來西亞的族群對比焦點是馬來人與華人（客家人）的實質處境與差異，而台灣的族群對比焦點則是客家人與原住民。於其中，兩者最大的差異之處則是：馬來西亞的華人（客家人）的文化公民權於法律層面被直接剝奪了權力，而台灣的客家人則是往文化公民權持續深化的路徑發展。

（一）客家：馬來西亞的華人次族群

東南亞客家族群作為一個華人亞群體，可說是學術界的一致

想法，不過，東南亞區域是否存在著客家認同，學者之間則無共識（林開忠 2022：389）。因此緣故，台灣客家與東南亞客家的差別就是一種「族群」與「族類」的差別，亦即「自為客家」與「自在客家」的差別（林開忠 2022：389）。於日常生活中，由於華人大多只會與自身所屬或其他的華人次群體進行互動，因此華人認同作為華人次群體的共同交集，也就變得可以理解，因為他是華人亞群體中最具包容性的群體認同層次（林開忠 2022：392）。

台灣社會 1980 年代開始的民主運動，特別是客家族群運動，讓台灣的客家認同成為一種在地化的族群認同，而由於東南亞欠缺一種能夠促成客家族群運動的大環境，因此東南亞的客家認同始終是一種次族群認同，不是一種能夠特別獨立出來的集體族群認同（蕭新煌、張翰璧 2022：13）。循此，我們似乎能夠認為，東南亞實質上是華人認同在發揮主導性，客家文化則比較是華人之間彼此區分時的一個標記，並沒有上升至族群認同的層次。

（二）台三線的族群關係

台三線的別名是內山公路，而其中的部分路段於清領時期就是客家人與原住民生活領域的分界線，原客之間的政治經濟角力，也是在這個區域顯現出來（周錦宏 2022：155）。清代施行的台灣族群政治，形塑了台三線的族群生活空間，而台灣的進入國際經濟生產的領域則讓促成漢人的生活領地往山區發展（張翰璧 2022：178）。從殖民者的角度來說，隘勇線乃是漢人與原住民的分界線，而對漢人與原住民來說，這條線則是一條原漢族群的文化與經濟的分界線（張翰璧 2022：184）。

台三線的納入國際經濟生產的領地，讓隘勇線的退進過程成為客家族群與原住民的生存競爭，也讓台三線這條內山公路具體

成為展現台灣原漢族群關係的一條歷史路徑。早在日治時期，台三線就可以看見客家人與原住民通婚的案例(蔡芬芳 2022: 249)，就語言涵化的向度來說，今日泰安鄉的泰雅族說的是族語式的四縣客家話，而南庄鄉的賽夏族說的則是族語式的海陸客家話(陳秀琪、賴維凱 2022: 318)。

1990 年代現身的「四大族群」論述，在台灣客家運動的推波助瀾之下，成功地讓過去隱而不顯的客家族群身分轉變成一種獨特鮮明的群體(劉堉珊、劉瑞超、張維安 2022: 347)，意味著客家族群乃是一個整體文化差異會獲得肯定的群體。不同於過去從邊陲位置來討論客家研究的論述來說，今日的族群研究開始從周邊人群互動的角度來探討族群關係(劉堉珊、劉瑞超、張維安 2022: 351)。而此種去除族群中心主義的族群研究方式，其實也是一種族群互為主體的平等關係的顯現。

就本書中八篇涉及台三線族群關係的討論之中，與其他篇涉及馬來西亞客家族群研究的主要差異，就在於這八篇論文幾乎看不見「華人」的字眼，不會從「華人」的框架來詮釋台灣的原客族群關係，而這也顯示出一個關鍵差異，即台灣是作為一種民主國家的政治框架，保護了其下各種差異族群的存在正當性，更重要的意涵是，台灣應該是目前全球唯一無須透過「華人」符號的媒介就可以直接討論客家族群的國家，而這也會是台灣客家能在全球客家社會獨樹一格的重要原因。其直接的社會效應是，海外客家族群會樂於與重視客家文化的台灣客家進行接觸。

三、華族與族群

依據前述之說法，華人認同是東南亞華人群體的最大公約

數，而客家族群則是華人次群體，因此，「華族」或許可以說是東南亞華人社會比較有公約數的群體說法。相形之下，客家族群在台灣則是一種受到國家制度性保障的群體，其自身的文化差異性獲得國家的認可。

台灣客家族群雖然在語言與文化上面可能趨於弱勢，其政治與經濟實力卻不一定是弱勢，然而，馬來西亞的客家族群在政治與文化層面則仍處於弱勢地位（蕭新煌、張翰璧 2022：16）。反之，台灣的族群政策的經歷則是從殖民的種族主義、威權的國族主義，一直發展到民主化的多元文化主義（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：119）。民主化的多元文化主義之訴求，讓族群的概念在台灣體現為一種具有平等意涵的概念。如下敘述將描述閱讀本書的過程中，筆者認為較具理論性特點的三項學術觀察。

（一）馬來西亞種族極化中的族群關係

不同於台灣客家族群體現出來的多元文化意涵，馬來西亞的族群關係則是從多元互斥社會往種族極化的向度發展。英國的殖民政策讓馬來亞成為一種多元互斥的社會，讓馬來上層階級成為英國殖民體系的助力（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：97-98）。

英國的殖民統治已經讓馬來亞社會從多元混雜的族群社會往一種含括性的種族社會發展（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：99），後殖民國家的馬來西亞則更進步讓自身演變成一種種族主義極化發展的國家：伊斯蘭教獲得了憲法的保障、馬來語被規定為本國語言，憲法條文更直接保護馬來人在公職與教育方面的特殊權益（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：104-105），而這種以華人為經濟對抗日標的經濟重分配政策，就是所謂的新經濟政策（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：109）。新經濟政策的執行結果，反而讓資

源集中在少數華人與馬來人手中，族群內部的經濟差距反而更為擴大（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：112）。種族主義的發展結果，確實有讓華人認同成為一種族群認同的集合點，華人次族群的文化特殊性，反而無法以族群集體文化的方式展現出來。

（二）多元文化主義理念下的族群平等

1970 年代，歐美國家興起了多元文化主義的思潮，以反對霸權文化與肯認族群差異的多元包容思維來探討文化議題（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：89）。在 1990 年代四大族群概念於台灣社會開始風行之後，台灣客家客家族群對於客家權益的關注也讓 2000 年各政黨的總統候選人都讓客家議題成為選戰訴求，也都把中央層級的客家部會作為選戰的政見（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：93）。其後，隨著客家基本法與國家語言法的推行，族群觀點成為政府特定政策施為必須予以考量的前提。而之後「第五大族群」的分類範疇於台灣社會的浮現，認為要從「社會資產」來看待東南亞新住民的觀點，則讓台灣社會訴求族群多元社會的理念更進了一步。

民住化社會的多元族群概念落實，讓台灣的客家族群可以從群體文化公民權的角度來提出族群訴求，不同於馬來西亞的客家族群必須與其他華人群體在華人認同的觀點之下進行「求同存異」的文化發展工作，台灣客家則能在民主制度下進行「求異存同」的權益訴求，透過國家保障的文化公民權來發展自身的族群文化，此種發展類似於「族群多元、國家一體」之訴求。

（三）族群內部的階級差異

在張翰璧、蔡芬芳、劉堉珊、蕭新煌（2022：42）一文對族

群階層化的描述中，政治、經濟、社會與文化等層面都存在著剝削與被剝削的階級差異，連族群文化本身都會出現「高級」與「低俗」的差異。華人的亞族群認同內部就有其階級上的差異，就馬來西亞的情況來說，福建人與潮州人就比較可能是上層富裕族群，客家人與海南人則比較是中下階級的族群（林開忠 2022：411）。從祖籍地的社團組織來說，梅州人的客家身分會被視為「正宗的客家人」，河婆人則被刻板地認為屬於務農階級，不如梅州客家人一樣勤奮向學（利亮時 2022：431）。

回到馬來西亞內部的華人與馬來人的階級差異來說，本書的重要發現是，下層階級的馬來人為了尋求馬來統治階級的保護，就必須付出代價，作為整體的馬來人而存在，不去在意內部階級之差異（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：98）。同樣地，華人族群由於是透過親屬或社會關係網絡的媒介進入馬來西亞工作，透過此網絡的媒介而在馬來西亞過生活的華人苦力，也不能過問華人雇主與自身之間的階級差異，必須形塑出華人一體感（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：100）。一旦馬來人的底層人士認為自身的經濟落後狀況是因為華人掌控經濟之所致，而華人政治邊緣化則是馬來人掌控政權之結果，族群內部的階級差異就會被忽視，而族群差異反而會被視為導致此種結果之原因（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：103）。

就北台灣台三線的族群關係來說，客家人、原住民與新住民之間也存在著階級上的差異，客家族群的位階還是高於其他兩個族群，然而，在本書的八篇關於台三線族群關係的討論中，階級並未被直接作為分析的變項，而這也是筆者認為本書的遺憾之處，倘若我們真要反思「客家人向原住民致敬」之必要，倘若我們真要思考「族群主流化」之必要，族際與族內階級的各項差異，

就必須赤裸裸地予以呈現。

四、結語：「華人」概念之必要？

本書的研究方向是對於馬來西亞與台灣的客家族群狀況進行比較族群研究，若我們用簡化的方式來說明本書呈現出來的台馬客家現象，似乎可以簡單地說，馬來西亞存在的是以華人認同為主的華族，客家認同比較是一種華人認同的輔助性標記，因此，馬國的客家族群的族群認同必須依附於華人認同之下才有意義。

相形之下，台灣的客家族群卻可以完全不受「華人」符號的框架，能夠直接討論國內四大族群的實質處境，國家的存在是作為一種保障族群和諧的政治體制。脫離「華人」符號囿限的台灣客家，也是當前全球唯一能夠越過「華人」符號媒介而直接以族群來討論的族群，這其實是台灣社會建構出來的難能可貴的一種族群成就，也因為不用談論華人而直談客家，就會特別展現出對於客家族群文化的關注與重視。通常來說，只要與台灣客家社群接觸過的海外客家族群，基本上都會因為台灣社會肯定客家族群的文化而會想要與台灣客家族群持續接觸。因此緣故，台灣之所以成為全球客家的發展中心，其中一個重要因素也是因為台灣客家族群是唯一能擺脫「華人」概念束縛的族群。

當前台灣社會正努力透過「世界南島」的學術研究來建構世界原住民共同體的網絡，卻必須面對「世界南島」於現實原住民世界的實質限制。然而，客家族群的情況卻截然不同，環顧海外的客家群體，不論所屬腔調如何，基本上都願意接受「客家」符號這個大傘，願意接受客家身分作為一種可能的聯結點。職是，「客家」這個詞彙其實就是「全球客家」，無須學術力量的介入就會進

行族群網絡的聯結，而學術力量的作用就在於讓「全球客家」的形象更為清晰與具有故事性。

回到台馬族群關係來說，由於馬來西亞的馬來人政權把種族主義作為一種對抗華人優勢經濟的做法，我們也看到了一種十分特殊、將種族主義作為一種政策工具之作法，透過政策施為來重塑族群地位的高地之分，林開忠、周錦宏、蕭新煌（2022：124）便稱之為「主流族群化」，將不平等的族群制度予以制度化。而台灣社會刻正奮力推動的「族群主流化」概念，目的恰好是要強調政府的政策施為必須具有族群敏感度。

台灣客家處境已經發展成獲得制度性肯認，成為一個有集體意識與行動能量的客家群體，馬來西亞的客家族群卻無法抵抗種族主義的壓力，僅能夠是一種有自我認知卻無法採取行動的群體（林開忠、周錦宏、蕭新煌 2022：125）。於此，台灣客家族群卻有兩種獨特性，一方面是台灣客家能夠擺脫「華人」符號的限制，就客家來談客家，另一方面則是台灣社會能夠在多元民主的制度支持下建構有助於海外客家社會發展的社會創新概念，並構思彼此協作共創的可能性。就筆者的角度來說，倘若台灣客家不只是能夠擺脫「華人」符號的媒介，也能夠脫離「族群」的概念來就客家談客家，那就是台灣客家族群的差異性完全獲得肯認的時候。

參考書目

- 利亮時，2022，〈客家社團的族群關係：以柔佛客家帶為例〉。頁 431-461，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。
- 周錦宏，2022，〈台三線客家帶客原族群政治：苗栗泰安〉。頁 153-173，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。
- 林本炫，2022，〈柔佛客家帶河婆客家人宗教信仰與族群關係〉。頁 463-491，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。
- 林開忠，2022，〈柔佛客家帶河婆客家家庭和社區的族群關係〉。頁 387-430，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。
- 林開忠、周錦宏、蕭新煌，2022，〈台馬族群政策及其對族群關係的影響〉。頁 75-130，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。
- 張維安、劉埴珊、劉瑞超，2022，〈北台灣客家帶浪漫台三線的浮現〉。頁 131-152，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。
- 張翰璧，2022，〈隘勇線、蕃產交易所到雜貨店：經濟行為中的族

群關係)。頁 175-211，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。

張翰璧、蔡芬芳、張維安，2022，〈印尼西加里曼丹客家帶田野紀要〉。頁 493-527，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。

張翰璧等，2022，〈當代族群關係的理論取向與分析層面〉。頁 39-73，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。

陳秀琪、賴維凱，2022，〈語言接觸中的族群關係：泰安、南庄的族語式客家話〉。頁 215-343，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。

黃菊芳，2022，〈族群語言空間分布：苗栗卓蘭〉。頁 287-313，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。

劉琦珊、劉瑞超、張維安，2022，〈新竹客家與東南亞文化的相遇〉。頁 345-385，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。

劉瑞超、張維安、劉琦珊，2022，〈台三線客家帶客原關係的再探與重構〉。頁 213-244，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。

蔡芬芳，2022，〈苗栗客原通婚中的性別與宗教〉。頁 245-285，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。

蕭新煌、張翰璧，2022，〈族群與空間：台馬客家帶族群關係的比較〉。頁 13-38，收錄於蕭新煌、張翰璧主編，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：中大出版中心。

書 評

尋找「同基異型」的客家性：評《海外客家研究的回顧與比較》

In Search of the Common Origins and Different Variants of Hakkaness: *Overseas Hakka Studies: Retrospect and Comparison Review*

蕭新煌、張維安、張翰璧編，2021，《海外客家研究的回顧與比較》。桃園：國立中央大學出版中心；臺北：遠流出版公司，424 頁。

白偉權*

馬來西亞新紀元大學學院中國語言文學系助理教授

《海外客家研究的回顧與比較》（後簡稱《海外客家》）是 2021 年由蕭新煌、張維安、張翰璧所主編，裡面精選了 14 位海外研究者，並針對其多年來的海外客家研究成果進行回顧與討論。全書分成 13 個篇章加以呈現，其中也包含由編者所撰寫的總論。這 13 篇論文雖然各自獨立，但卻是以比較研究的方法論加以貫

投稿日期：2022 年 9 月 26 日；接受日期：2022 年 10 月 27 日；刊登日期：2022 年 12 月。

* 電子信箱：hgking1000@yahoo.com、weechuen.pek@newera.edu.my。

穿，各篇都有它在全局中的角色。編者企圖擺脫台灣本土的視野限制，透過比較及分析全球各主要區域客家社群的「同基異型」（頁 42-43），來回答什麼是客家，客家性是什麼？

《海外客家》是屬於國立中央大學出版社及遠流「海外客家研究叢書」的一部分，有別於以往常見的原鄉——移居地的縱向比較，叢書的編纂目的在於透過移居地之間的橫向比較來更了解台灣客家。根據總主編蕭新煌的觀點，海外客家包含「有華人集中地區的客家」、「亞太海外客家」、「美洲海外客家」以及「其他」，台灣作為移民目的地之一，因此要了解台灣客家，首先需要了解海外客家，而如何移植、如何在地化、如何維繫和延續，是叢書的關注重點。

在此原則下，若要更全面的理解《海外客家》，讀者需要連同三位主編所編著的書籍一起閱讀，按照出版年份，分別為：張維安（2013）的《東南亞客家及其周邊》、張翰璧（2013）的《東南亞客家及其族群產業》、張維安（2015）的《客家文化、認同與信仰：東南亞與臺港澳》、張維安（2017）的《在地、南向與全球客家》、蕭新煌（2017）的《臺灣與東南亞客家認同的比較：延續、斷裂、重組與創新》、蕭新煌、張翰璧、張維安（2020）的《東南亞客家社團組織的網絡》、張翰璧、蕭新煌（2021）的《臺灣的海外客家研究》，以及蕭新煌、張翰璧（2022）的《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。基本上，這幾本書都是聚焦於海外客家，且主題有其針對性，例如產業、信仰、地方社會、社團等。除了上述專書之外，2013年由蕭新煌、張維安、張翰璧及其他學者所規劃發行的《全球客家研究》期刊也值得關注，該刊每年兩期，收錄了全球各地客家研究的文章，投稿語言不限於中文，為各地客家研究者提供發表平台。

在作者群方面，他們絕大部分都是新晉的研究者，有的是在大學任教，也有的在擔任博士後研究員。其中，他們許多也是曾經參與過海外客家系列叢書發表的舊面孔，像是黃信洋（2018）的〈客家博物館與全球客家族群網絡的擴張與拓展〉、張容嘉（2022）的《客家想象的全球多樣化：浮現與蛻變》、劉瑞超（2022）的《沙巴客家的形成與發展》、劉琦珊（2015）的〈當代台灣客家族群經驗對東南亞客家論述發展的可能影響〉。他們長期關注海外，許多的論文也是以海外為主題；也有的作者是以東南亞為研究場域，近期則開始踏入客家研究，如長期關注馬來西亞砂拉越的陳琮淵以及關注越南的張書銘；有的作者則正在修讀博士學位，像是羅曉嵐、蕭宇佳、任婕，以及吳錦棋。由這群新晉研究者來回顧眾海外名家的經典著作，將激發出新的解讀。

一、地理位置與「華——夷」文化變量的鋪排順序

本書既然是以海外研究者的客家經典研究為回顧分析對象，那麼跨域必然是本書的核心精神，在田野選擇上自然是以客家人聚居的地區為主。從地理上看，本書的鋪排順序其實有著一定的規律。首先是離台灣和客家原鄉最靠近的香港，完成香港之後，再南下至另一個有客家人聚居的馬來半島，接著是東馬的婆羅洲。在婆羅洲內，先是與西馬較接近的砂拉越，最後才是沙巴。之後就去到鄰國印尼，以及泰國，隨後再回到越南，之後就進入印度，最後才到太平洋島國法屬波利尼西亞的大溪地，從中去拼湊出客家族群的圖像。

這種鋪排方式除了有地理順序上由近而遠的考量外，在香港之後就暫時跳過越南和泰國先進入馬來半島和婆羅洲的排序方

式，似乎也有客家人口及研究累積量的考量，我們可以見到有關馬來西亞東、西馬的篇章共有 6 篇，佔了全書的半數。作者張書銘在文章中也開宗明義的指出海外華人研究中，獲取檔案文獻、經驗資料以及理論建構中，又以新、馬、印、泰 4 地最為人所熟知，越南華人研究相對缺乏（頁 329）。

上述地區的共通點在於它們都是客家人口較集中，且有明顯客家性的地方。在這些共同點之外，因為落在不同的政治與文化區域，因此又形成了不同類型的差異，這正是本書最關心的「同基異型」。在促成「異型」方面，最直觀的因素就是文化差異了，若是以「華——夷」作為文化差異兩面的光譜來觀察各地區文化屬性的話，可以發現各地會隨著華、夷的文化變量差異而展現出不同的面貌。在光譜軸上最接近「華」的地區便是香港，香港本身就是漢文化區，特別是在新界一帶，這裡自明清時期以來，便是客籍人士的生活領域，因此可以見到許多百年客家圍村。唯，香港被歸入海外客家的原因在於，它自 1842 年開始便成為了英國的殖民地，因此在這個純華人為基底的社會裡頭加入了些許「夷」的元素。

接著是馬來西亞、印尼、泰國、越南在內的東南亞。這裡原先為土著王國的屬地，後來又歷經了歐洲（英國、荷蘭、法國）的殖民，因此族群雜處，「夷」的元素就比香港來得高了。但比較特別的是，這裡是中國移民目的地的大宗，華人雖然在比例上不及土著，但華人人口多，且在空間上具有集中的趨勢，往往形成以華人為主體的市鎮（而非唐人街），這些華人市鎮的人口甚至多於本地人，形成猶如「國中之國」的自我管理體系，因此一定程度都能夠保留華人的認同及文化屬性。

東南亞國家當中，新、馬、印、泰客家人的移民歷史經驗幾乎大同小異，值得注意的是越南，它長久以來深受漢文化影響，在部分時間里甚至是中國一些朝代的領土，但自 19 世紀末開始被法國殖民後，這裡在屬性上開始趨近於我們今天所認知的東南亞。在東南亞之後的選題區域是印度和大溪地，這裡不是傳統上的華人移民大宗目的地，「夷」的元素更進一步增加，華人在印度這個人口大國中，明顯屬於小眾，法屬波利尼西亞的華人更是如此。除了人口和文化這一基本元素之外，各地不同的社會、經濟以及環境條件也是影響「同基異型」的重要條件，它們就像數學當中的不同變量，將不同的組合納入演算都會帶來不同的結果，¹這也是本書有趣之處，也是編者期望呈現給讀者的地方。

二、被回顧的海外研究者

在區域選擇之後，本書另一個重點就是被拿來作為經典回顧的海外研究者，當中有 7 位是海外華人學者，例如：顏清湟、麥留芳、房漢佳、田英成、黃子堅、張德來、周丹尼，另 6 位是西方學者：Nicole Constable（郭思嘉）、Sharon A. Carstens（柯雪潤）、Mary Somers Heidhues（薩默斯）、G. William Skinner（施堅雅）、Ellen Oxfeld（歐愛玲）和 Anne-Christine Trémon（特雷蒙），另一位則是越南籍的阮玉詩（Nguyen Ngoc Tho）。

上述研究者當中，其方法論的背景都不盡相同，像是歷史學、社會學、人類學，以及民間文史研究。其中又以人類學為取向的研究者最多，幾乎所有西方學者都在此列，像是歐愛玲、特雷蒙、

¹ 例如印度加爾各答客家人不同於其他東南亞國家，東南亞地區的華人互動對象是以閩粵地區的移民為主，但加爾各答的華人組成為客家人、湖北人和廣府人，當中以客家人為大宗，因此湖北和廣府人會以客家話為社交語言（頁 358）。

施堅雅、柯雪潤、郭思嘉，因此本書看到的印度、大溪地、泰國、馬來西亞（布賴）以及香港都是由此出發。人類學者的關注面向主要圍繞在宗族、家族、宗親等的觀察，例如特雷蒙對大溪地的研究便傾向於分析家庭結構、親屬網絡、家族企業經濟的發展模式。歐愛玲研究印度的華人時，也以經濟、家庭與親屬紐帶為研究主題。郭思嘉則關注香港客家人的歷史建構及身份認同，宗族、性別、信仰一樣是她的觀察工具。施堅雅也是人類學出身，他進入田野的時間較早，在 1949 年以後，由於中國大陸的政治變化，他被迫將研究區轉至東南亞。施堅雅選擇了泰國，他發現當地顯著的「多元社會」，於是開始藉由方言群的角度去研究當地華人社會的關係。這個研究取徑對於後來從事華人研究的學者影響甚深，在後續本書其他被回顧的華人研究者的著作中，也能見到「施堅雅」出現在其參考書目當中。

接下來另一個大宗則是歷史學背景，當中，顏清滄、黃子堅、周丹尼是歷史系培養的學院派學者，另一組如房漢佳、張德來和田英成則是從其他專業背景出身，但受到民族使命感以及地方認同感的驅使，而全身投入到歷史研究當中，透過對於一個地方的長期經營以及深挖，取得寶貴的研究成果，本書所收錄的歷史學專業研究者，其主要的田野地點都在馬來西亞，取徑主要是幫權結構、產業經濟、社團文教、政治等地方志式的書寫。另一位學者麥留芳則是社會學專業，透過族群分類以及當中的人口、職業、組織、經濟情況等要素進行華人社會的分析。薩默斯出身於東南亞學系，屬於區域研究的養成，其最大特色在於結合了歷史、地理甚至人類學的方法進行討論。

表 1 《海外客家研究的回顧與比較》收錄研究者的學科領域背景

學科領域	學者	研究區域
人類學	Ellen Oxfeld (歐愛玲)	印 度
	Anne-Christine Trémon (特雷蒙)	大 溪 地
	G. William Skinner (施堅雅)	泰 國
	Sharon A. Carstens (柯雪潤)	馬來西亞
	Nicole Constable (郭思嘉)	香 港
	阮玉詩 (Nguyen Ngoc Tho)	越 南
歷史	黃子堅、顏清滄、周丹尼	馬來西亞
社會學	麥留芳	馬來西亞
文史	房漢佳 (教育學) 張德來 (神學) 田英成 (政治、經濟學)	馬來西亞
區域研究 (地理、歷史)	Mary Somers Heidhues (薩默斯)	印 尼

另外值得注意的是，幾乎所有上述研究者的經典著作都並非是以客家為出發點，而是將重點放在海外華人社會。這個現象在東南亞研究者當中最為顯著。他們有的是純粹華人社會的研究，客家只是其研究當中的一部分，這點可見於施堅雅、麥留芳和顏清滄的著作中，因此本書作者在回顧他們的成果時，往往必須要從中特意尋找出著作中的客家的概念。另一些雖然關注的是華人社會，但由於研究區以客家人為絕對優勢，使得研究成果無可避免地會回到客家，不過那還是屬於掛著華人研究外衣下的隱性客家研究，像是田英成、周丹尼、歐愛玲、特雷蒙、薩默斯的著作，

皆是以「華人」或「Chinese」為題。因此無論如何，他們都是被放在華人的視角下的。

雖然如此，但是這樣的安排是無可避免的，因為在海外族群（華人內部及其他族群）雜處的社會當中，客家往往難以獨立出來，或是置外於其他華人族群甚至其他種族來單獨理解，因此研究者的目光容易被導向華人研究。例如施堅雅也是從東南亞華人開始研究，客家是其中的語言群體（頁 301），他研究的是泰國華人社會內部各方言群的社會關係。因此我們必須承認，現階段的「海外客家」其實是華人研究的一部分。但這並不意味著海外客家研究就此停頓。那麼，台灣學界可以為海外客家研究帶來什麼？

以現階段海外客家研究仍主要是以歷史敘事為研究方向的情況下，台灣所能提供的該是方法論的補充，用不同的主題視角再去觀看海外客家，本書作者的回顧與討論正是以這個方向進行的。另一方面，隨著客家研究領域在台灣的興起，專以客家為主軸的海外華人研究，也在許多的學術交流（特別是研討會和訪問學人計畫）以及補助下，開始出現客家的轉向。像是周丹尼，從蕭宇佳的整理中可以發現周氏原先的客家研究同樣隱身在華人研究裡頭，自博士論文以來都是以砂拉越華人為主軸。²到了 2011 年 4 月到 6 月間，周氏來到國立清華大學人文研究中心擔任客座

² 見 1983 年的 *Chinese Pioneers on the Sarawak Frontier, 1841-1941*（沙撈越鄉鎮華人先驅 1841-1941）、2000 年的“Chinese-Indigenous in Sarawak: A Historical Perspective”（砂拉越華人與土著關係：歷史的視角）及 *The Chinese in Sarawak: an overview*（概述砂拉越華人）、2003 年的 *Approaches on writing the History of the Chinese in Sarawak*（撰寫砂拉越華人歷史的途徑）、2011 年的“Chinese in Sarawak, 1946-1963: Education, Land and Belonging”（1946 年到 1963 年間砂拉越華人：教育、土地和財產）及“British Colonial Attitudes Towards the Chinese in Sarawak”，1946-63（1946 年到 1963 年間英國對砂拉越華人的殖民態度）（頁 217-218）。

研究員時，開始與台灣客家學界交流，之後也獲得蔣經國國際學術交流基金會的補助在砂拉越薩馬拉漢（Samarahan）進行田野調查。之後便可以在周氏的研究題目中見到「Hakka」了，像是收錄於《東南亞客家及其周邊》的“Hakka in Engkilili, Sarawak: Community and Identity”（2013）、《客居他鄉——東南亞客家族群的生活與文化》中的“Hakka Identity in Engkilili and Siniawan, Sarawak”（2013）、《全球客家研究》的“A Hakka Civil Servant in Sarawak”。

同樣的，阮玉詩最初也以越南華人為研究對象，之後曾數度到訪台灣進行交流訪問，在與台灣客家學界互動之後，可以見到她開始產出一些以客家為題的著作，像是：〈越南邊和市寶龍區客家人的身分與整合：從三祖師崇拜到天后崇拜〉（2014）、〈「內祖外聖」——越南客家人社區身份認同與融合之道：以同奈省邊和市寶龍區為研究對象〉（2018）、“Hakka Identity and Religious Transformation in South Vietnam”（2020）。這些也可以視為是台灣多年來不斷推動海外客家的一種成果。

總體而言，從有系統的跨域，以及被回顧的研究者本身的學科背景來看，可以看出本書編者企圖從跨區域、跨學科領域中找出與台灣客家的異同以及深化海外華人的研究。

三、海外客家的特色：小眾、邊緣性、弱勢

誠如編者群在《海外客家》的總論所說，本書的出版，其最重要的核心問題在於藉由海外其他客家經驗來回答客家本身的「同基異型」，探究「客家」是什麼？對於這點，筆者針對各篇作者的研究回顧進行歸納。在「異」的部分，當然就是強調客家

族群在移居地與當地土著、其他華人族群以及在地國家的互動與關係。此外他們的經濟生活以及在文化上如何吸納其他族群的特色，都是研究海外客家時所關注的。

首先從這些研究可以得出，海外客家人雖然不少，但客家人與福建或廣府人所不同的是，後者在分佈上相對集中，客家人則明顯分散。在此情況下，客家人多分佈在一些比較偏遠的邊區，其在城區的勢力普遍不強，因此成為了小眾。我們可以見到薩默斯在研究印尼客家人或華人時，她的研究場域都在離雅加達較遠的外島地區，她也將這些地區稱之為「Outer Islands」（Heidhues 2000），如邦加、勿里洞和西加里曼丹，且是以邊陲的視角來看待其田野對象，甚至用「邊陲中的邊陲」來形容客家人的生活場域（頁 255）。在這些邊陲中，客家人也進入了馬來人及原住民的生活圈。

薩默斯與房漢佳、田英成的砂拉越、柯雪潤的北馬布賴經驗完全一致。在這些邊區，客家人從事務農和開礦（邦加、馬來半島的錫礦；西加里曼丹、布賴的金礦），薩默斯也以開拓先鋒來形容這些客家人（頁 274）。施堅雅在泰國的經驗也是如此，客家人在泰國是小眾，³並非如潮州人般佔據主流位置，他們大多移民到比較偏遠的地區，像是難府（Nan）、清萊府（Chiang Rai）、帕府（Phrae）、南邦府（Lampang）、宋卡府（Songkhla），主要從事鐵路和公路的構築（頁 318）。在阮玉詩的越南經驗中，客家人也是小眾，且明顯分佈在山區，像是定居在寶龍山區的惠陽客家人（頁 337）。此外，有的越南山區客家人甚至因為移民時間較

³ 根據施堅雅的資料，19 世紀末客家人在全暹羅約佔所有華人的 16%，在 1955 年，曼谷的客家人約佔全體華人的 16%（頁 316、318）。

早，而已經被認定為少數民族，像是傜族⁴和夏人（頁 333-334）。本書其他的案例，像是歐愛玲的印度以及特雷蒙的大溪地都是閩粵移民目的地中，比較偏遠的地方，唯不同的是，這裡的客家人相對於其他華人族群，他們屬於大宗。

海外客家人普遍往邊區發展的經驗與台灣相似，台灣的客家帶也分佈於淺山地區，這點台灣學界過去也有相當多的討論（蕭新煌、張翰璧 2022）。有者認為精華地帶已經被其他先到者或是勢力較大者佔據，施添福（1987）則從地理學的角度提出原鄉論作為解釋，指出客家人多是選擇與原鄉相似的環境繼續維生。這個議題在海外學界中尚未受到關注，不過若是納入討論的話，將會因為台灣所沒有的內陸礦區這一新的環境變因，而增加許多變數。

除了小眾和邊區之外，客家人也被認為普遍處於弱勢的位置，在派系分立明顯的海外華人社會中，各族群也有顯著的社會分工角色，像是福建人從商，廣府人從事市街的服務業，潮州人從事種植或在沿海從事漁業捕撈活動，客家人採礦和農耕，海南人在歐洲人家庭或機構中當幫傭（麥留芳 1985）。因此在社會階級上，客家人並非金字塔頂端的群體（李亦園 1960），經濟的弱勢直接地影響了客家人在社會中的優勢地位。

總體而言，人口不多，勢力相對薄弱，往邊區拓荒、採礦是海外客家學者研究成果中所呈現的特色，那麼面對這些不利條件，海外客家社群又是如何回應的？

⁴ 傜族也稱山傜、客家人、蛋人、黎人。

四、回應「邊緣」所體現的客家性

對於海外客家社群對於自身小眾、邊緣性、弱勢處境的回應，本文根據《海外客家》一書的經典回顧中所強調的客家性加以整理，歸納為「冒險犯難、刻苦耐勞」、「客家英雄信仰」、「土著社會的融入」、「政治參與」、「教會與教育」5個重點，藉以勾勒出海外客家的客家性。

（一）冒險犯難、刻苦耐勞

根據台灣的經驗，客家人所居住的邊區往往具有環境威脅大、國家力量小的特色（施添福 2004、2005），⁵因此前往邊區開墾時，會面對內山原住民的衝突、自然環境的威脅（如水患），因此特別需要冒險犯難的精神，如此的環境也造就了北埔姜家的金廣福和苗栗黃南球這些武裝拓墾的墾號。東南亞也一樣，客家人選擇未開墾的邊區作為開拓先鋒，經常面對資源爭奪的衝突事件，如顏清滄、麥留芳會提及的礦區資源爭奪；與殖民政府對抗的事跡，例如房佳漢關注的石龍門事件（頁 173）。因此也凝聚出了薩默斯在西加里曼丹所關注的蘭芳共和國，顏清滄、麥留芳在馬來半島所關注的義興和海山公司。在此環境下，客家人的生活不易，除了冒險犯難，刻苦耐勞（頁 142、275），節儉也成為不斷被強調的客家性特色。⁶

⁵ 施添福的研究經驗來自苗栗的罩蘭埔和雞隆溪。

⁶ 可參見楊忠龍和劉琦珊對於柯雪潤和薩默斯的回顧。

（二）客家英雄信仰

根據黃子堅對於客家性的探討，宗教是界定客家身份的其中一項指標，並由此來分辨不同的客家。⁷在邊區移墾的過程中，作為組織凝聚以及安撫人心的信仰變得格外重要。在充滿活力的民間信仰當中，由人逝世後羽化成神的案例相當常見，值得注意的是，海外華人成神且成為地方信仰的主人翁者，又以客家人最為顯著。

在本書中，幾名作者及被回顧的研究者都不約而同地關注到此一現象。例如馬來半島雪蘭莪、森美蘭地區的仙四師爺信仰，仙師爺便是惠州籍的海山礦區領袖盛明利，他是甲必丹，也是帶領海山對抗義興陣營的領袖，後來在戰爭中遭殺害，黃子堅也將之作為區辨馬來西亞客家的指標之一（頁 240）。在砂拉越的石隆門也有類似的案例，陸豐籍的劉善邦是當地採金團體義興公司、十二公司的華工領袖，他帶領社群對抗英國白人拉惹，最後在英國人的突襲下戰死，該衝突史稱「石隆門事件」，為了紀念他，當地民間也出現劉善邦信仰。陳琮淵在回顧砂拉越客家的移民脈絡時，也提及在石隆門事件之後，當地迎來了新的一波客家移民潮，一位來自詔安的田考，據說他因為探得金礦而發跡，由此吸引大批客家人南來。他過世之後，也被奉為財神供奉（頁 163）。

在西加里曼丹，嘉應籍的羅芳伯在當地建立了華人最早的共和國——蘭芳共和國。他過世後，在西加里曼丹坤甸一帶以及砂拉越，也能夠見到供奉羅芳伯的廟宇，（張維安、張容嘉 2009：84），房佳漢 1992 年的〈倫樂華社之今昔〉一文便有部分文字記載了當地忠臣廟對羅芳伯的崇拜。

⁷ 黃子堅在其研究中專指馬來西亞。

筆者必須承認，民間以當地歷史或英雄人物為地方信仰的案例不多，但是他們的背景卻有著顯著的共通性，那就是與邊區客家社群的拓墾有關，因此將之納入。在邊區，這些拓墾組織的領導角色變得格外重要，與客家人在邊區冒險犯難的特色相互呼應。

（三）土著社會的融入

由於在邊區生活的客家人在人數上無法和土著社會相比，因此其生存之道往往是在能夠最大程度上保有客家人或華人性的情況下，融入在地社會，所謂的融入包含了一般的合作以及通婚，薩默斯在印尼的觀察也是如此。在馬來半島「內陸封閉靠山」的布賴（頁 139），柯雪潤發現當地過去有著客家人與土著通婚的現象，在與不同族群的互動之下，雖然當地客家人強調他們仍然維持客家傳統文化，但客家身份意識已經逐漸淡化。周丹尼在砂拉越的研究也指出，客家人普遍在邊緣，生活上與佔主流的伊班人（Iban）、比達友人（Bidayuh）互動頻繁，使得不少人也與土著通婚。通婚之後，有的客籍丈夫會融入原住民妻子的信仰以及語言。房漢佳在打馬庚鎮（Tembakang）的田野訪談也顯示當地幾乎所有華人家庭都有異族親戚的現象，因此無論是語言、飲食習慣、衣著都能夠見到客家文化吸納土著文化的特色，而這種文化交流是雙向的，因為也有比達友人的議員在鎮上舉行會議時，用客家話發言（172）。在這些地方，客家人的身份並沒有被充分表達，而是融入原住民語言、文化以及信仰，這有助於提高集體利益。類似的情況也能在大溪地見到，當地人受法國文化及政策影響，有些人於 Toussaint 節掃墓，有的受法文教育，取法國名字，不少人也改信天主教（頁 394）。

海外客家對於土著社會融入的現象，在清代台灣漢人大舉往邊區拓墾的時代也曾出現，與岸裡社通婚的「番仔駙馬」張達京（大埔籍）便是著名的例子，事實證明，與土著維持良好密切的關係，有助於移民在移居地的發展。當然，土著社會的融入也並非是客家人的專利，其他海外華人如福建人也是以文化融合著稱，福建峇峇社群便是最好的例子，但是藉由本書，我們得知要了解客家人，並非只是留意客家人的「中原貴胄」身份（頁 71），客家的跨文化包容亦不可忽視。

（四）政治參與

為了克服人口和經濟上處於相對弱勢的情況，客家人能夠採取的其中一項手段便是政治參與。本書許多經典作者都留意到客家人藉由政治來改善社群地位的現象。顏清湟討論海外華人企業時，便透過福建幫和客幫商人的案例研究指出，客籍商人能夠與福建和潮幫商人一較長短的秘訣在於善用政治的影響力。大埔籍的張弼士透過與清廷的關係擔任領事，使其成功打造橫跨印尼、檳城和南中國的商業王國（頁 105）。除張弼士之外，19 世紀檳城的一眾客籍領事如張煜南、謝春生、梁碧如、戴欣然皆是如此，學者黃賢強（1999）將前述客籍領袖藉由政治向上爬升的現象形容為檳城華社的第三股勢力。

田英成在《砂拉越客家族群的政治參與初探》一文中也強調客籍社會領袖的政治影響力，許多的客家人會以同鄉在政治上或社團上有出色的表現為榮（頁 179）。陳琮淵在回顧砂拉越的客家研究時也有提及客家人會積極透過參與政治來謀取社群福利和政治改革（頁 165）。藉由政治參與來提升社群福祉並不只是海外客家的專利，在清代的台灣也是如此，像是客家義民與官府合作打擊

「亂民」，希望取得官府的信任，藉此與國家維持友好關係以安身立命。

（五）教會與教育

客家人往海外移民之後，有的仍然維持著原鄉的文化生活，但有的則是融入殖民者的文化，例如加入教會。在歐洲政權所主導的殖民地，傳教活動因為有國家力量的支持，因此並不如中國本土般的嚴峻，為基督宗教的傳播奠下了一定的基礎。相對於其他華人族群，客家人信奉基督宗教的現象相當顯著，劉瑞超所回顧的黃子堅便是從基督宗教的角度看待客家。

根據黃子堅客家基督徒研究，客家基督徒或天主教徒主要分佈於沙巴西海岸、檳城浮羅山背、森美蘭文丁，以及砂拉越，這些地區都是遠離核心的邊區，顯示出客家人的邊緣特性(頁 242)。當然，也有許多客家人早在原鄉便已經信奉基督教，不過他們的原鄉也都是偏遠地區，因此這個過程不影響我們對於客家邊緣性的論述。

加入教會是邊緣客家人對於「邊緣」的一種回應或解套方式。據黃子堅的觀察，在教會的影響下，基督教的客家社群相較其他華人，明顯偏向英文教育，透過英文教育能使他們更容易加入白領和公家體系，擺脫墾殖生計的社會流動方式，也避免了他們與其他華人方言群的競爭(頁 232)。

客家基督徒的議題也是郭思嘉所關注的，他觀察到香港崇謙堂村(隸屬於巴色會)的基督客家社群普遍接受良好的教育，因此大多從事中產階級工作，也因為具有較高的經濟地位，而洗脫了客家人貧窮落後的印象(頁 76-77)，基督教成為客家基督徒向

上流動的「工具」。就崇謙堂教堂的例子而言，客家基督徒的身分起初確實在政治與經濟層面具有實用性（頁 58）。

由於教會屬於西方宗教，郭思嘉和黃子堅都不約而同地關注客家基督徒的認同問題，郭思嘉指出，基督教差會創造出重視客家認同的社會氛圍，影響了客家傳統的認同形式（頁 67）。黃子堅也認為基督教並不會影響客家認同，客家和基督徒身份的結合反而塑造出「另一種客家人」（黃子堅 2019）。總體而言，基督宗教元素的加入，使得海外客家的研究不再是拓殖貢獻史，開啟了不同的可能性。

總體而言《海外客家》有別於其他的海外客家研究叢書，這是一本搜集了眾多不同學科背景的海外名家的研究成果，然後由一眾新晉研究者將之進行跨域比較，從各地經典文獻中尋找客家性的「同基異型」，回應什麼是客家。其中，「異型」展現在各地的文化、經濟、環境、政治等變量的差異，而「小眾」、「邊緣性」、「弱勢」則是全球客家普遍的同基同調，也因為這一共通性，客家人做出了相應的回應，包含刻苦精神、融入在地社會，以及透過政治及教育來改變命運。無可否認，上述的歸納僅為海外客家性的最大公約數，並無法完整勾勒出「客家」的全貌，因此還有待後續不斷的海外客家研究及出版。

參考書目

- 李亦園，1970，《一個移殖的市鎮：馬來西亞華人市鎮生活的調查研究》。台北：中央研究院民族學研究所。
- 施添福，1987，《清代在臺漢人的祖籍分布和原鄉生活方式》。台北：國立台灣師範大學地理學系。
- 張容嘉，2022，《客家想像的全球多樣化：浮現與蛻變》。台北：巨流。
- 張維安編，2013，《東南亞客家及其周邊》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠出版公司。
- ，2015，《客家文化，認同與信仰：東南亞與台港澳》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠流出版公司。
- ，2017，《在地、南向與全球客家》。新竹：國立陽明交通大學出版社。
- 張翰璧，2013，《東南亞客家及其族群產業》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠流出版公司。
- 張翰璧、蕭新煌編，2021，《臺灣的海外客家研究》。台北：巨流。
- 麥留芳，1985，《方言群認同：早期星馬華人的分類法則》。台北：中央研究院民族學研究所。
- 劉瑞超，2022，《沙巴客家的形成與發展》。台北：巨流。

蕭新煌編，2017，《臺灣與東南亞客家認同的比較：延續、斷裂、重組與創新》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠流出版公司。

蕭新煌、張翰璧編，2022，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠流出版公司。

蕭新煌、張翰璧、張維安編，2020，《東南亞客家社團組織的網絡》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠流出版公司。

周丹尼，2012，“Hakka in Engkilili, Sarawak: Community and Identity”。頁 177-234，收錄於張維安編，《東南亞客家及其周邊》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠流出版公司。

—，2013，“Hakka Identity in Engkilili and Siniawan, Sarawak”。頁 210-224，收錄於林開忠編，《客居他鄉—東南亞客家族群的生活與文化》。苗栗：客家委員會客家文化發展中心。

房漢佳，1992，〈倫樂華社之今昔〉。頁 75-91，收錄於饒尚東、田英成編，《砂勝越華族研究論文集》。詩巫：砂勝越華族文化協會。

黃子堅，2019，〈另一種客家人：馬來西亞的客家基督徒〉。頁 41-54，收錄於馬來西亞客家公會聯合會編，《世界客屬第 30 屆懇親大會·客家論壇論文集》。吉隆坡：馬來西亞客家公會聯合會。

- 黃信洋，2018，〈客家博物館與全球客家族群網絡的擴張與拓展〉。
頁 139-162，收錄於張維安等編，《博物館與客家研究》。苗栗：桂冠。
- 劉瑋珊，2015，〈當代台灣客家族群經驗對東南亞客家論述發展的可能影響〉。頁 255-287，收於張維安編，《客家文化、認同與信仰：東南亞與台港澳》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠流出版公司。
- 羅烈師，2015，〈英雄與大伯公：砂拉越新堯灣劉善邦廟的落童問事〉。頁 411-437，收錄於張維安、連瑞枝編，《族群、社會與歷史：莊英章教授榮退學術研討會論文集（下）》。新竹：國立交通大學出版社。
- 阮玉詩，2014，〈越南邊和市寶龍區客家人的身分與整合：從三祖師崇拜到天后崇拜〉。《人文研究期刊》12：33-45。
- ，2018，〈「內祖外聖」—越南客家人社區身分認同與融合之道：以同奈省邊和市龍寶區為研究對象〉。《漢學研究集刊》26：135-156。
- 周丹尼，2015，〈A Hakka Civil Servant Sarawak〉。《全球客家研究》6：79-120。
- 施添福，2004，〈清代臺灣北部內山地域社會（一）—以單蘭埔為例〉。《臺灣文獻》55（4）：147-151。
- ，2005，〈清代臺灣北部內山的地域社會及其地域化：以苗栗內山的雞隆河流域為例〉。《臺灣文獻》56（3）：181-242。

- 張容嘉，2019，〈香港崇正總會與世界客屬想像〉。《全球客家研究》12：1-36。
- ___，2022，〈人、神與幫群：從客家信仰看新馬社會裡的人群關係〉。《客·觀》2：19-26。
- 張容嘉、張翰璧，2015，〈馬來西亞新村客家婦女初探：以沙登新村為例〉。《全球客家研究》5：193-215。
- 張菁蓉、陳琮淵，2021，〈技藝、記憶與意義：試析擂茶在馬來西亞的特色與發展〉。《馬來西亞人文與社會科學學報》10（1）：45-59。
- 張維安、張容嘉，2009，〈客家人的大伯公：蘭芳公司的羅芳伯及其事業〉。《客家研究》3（1）：57-88。
- 黃賢強，1999，〈十九世紀檳城華人社會領導階層的第三股勢力〉。《亞洲文化》23：95-102。
- 劉堉珊，2016，〈臺灣客家研究中的東南亞視野〉。《民俗曲藝》194：155-207。
- ___，2018，〈臺灣客家文化館舍的發展與脈絡分析〉。《博物館與文化》16：23-46。
- ___，2020，〈未被書寫的歷史：Mary Somers Heidhues 歷史民族誌對當代印尼客家研究的啟發〉。《臺灣東南亞學刊》15（2）：155-191。
- ___，2021，〈客家社群在印尼亞齊的發展：社群關係、社團組織與當代跨國網絡的形成〉。《亞太研究論壇》69：125-168。

Heidhues, Mary Somers, 2000, *Chinese Immigration and Settlement: Its Role in Shaping Indonesia's Outer Islands*. Jakarta: Yayasan Mitra Museum Indonesia.

Nguyen, Tho Ngoc, 2020, "Hakka identity and religious transformation in South Vietnam." *Asian Education and Development Studies*, 9(1):56-66.

書 評

張翰璧、蕭新煌（編），2021，《臺灣的海外客家研究》

Book Review: Han-Pi CHANG and Hsin-Huang Michael HSIAO, eds., 2021, *The Overseas Hakka Studies in Taiwan*.

張翰璧、蕭新煌（編），2021，《臺灣的海外客家研究》。臺北：巨流圖書公司。

張書銘*

國立中央大學客家語文暨社會科學學系博士後研究員

一、出版緣由

此書名為《臺灣的海外客家研究》，指的是臺灣一地所出版與海外客家研究相關的學術著作，除了第 1 章總論與附錄書評外，收錄期刊論文 17 篇，共計 19 篇。這些文章皆為過去已經發表的

投稿日期：2022 年 9 月 26 日；接受日期：2022 年 10 月 27 日；刊登日期：2022 年 12 月。

* 電子信箱：xyz972@gmail.com。

學術期刊論著，其出版時間為 2007-2019 年間，大多發表於《臺灣東南亞學刊》、《全球客家研究》與《客家研究》等學術期刊（請見表 1）。編者為國立中央大學客家語文暨社會科學學系特聘教授張翰璧與國立中央大學客家學院講座教授蕭新煌，其中張翰璧教授長年擔任客家學院海外客家研究中心主任，而蕭新煌教授更是榮膺第 9 屆（2021）「客家貢獻獎」（研究發展類）的殊榮，兩人對於臺灣客家研究與海外客家研究的投入與倡議自然不在話下。

臺灣的海外客家研究與東南亞區域研究二者研究領域彼此關係密切，這是因為東南亞地區的客家族群相對於其他地區而言人數具有優勢，相關研究資料與文獻較為豐富；加上，海外客家研究學者與臺灣客家研究社群往來密切，因此形成兩個研究領域的頻繁互動並藉此累積研究能量。這一立基於臺灣的海外客家研究進程，更是與蕭新煌教授的學術關懷有著密切的關係，從開創臺灣的東南亞研究到倡議臺灣的海外客家研究，處處可見其身影與影響。此書的出版，亦得力於科技部「領袖學者助攻方案—沙克爾頓計畫」的支持，兩位編者從已出版的 61 篇論著中，選錄其中 17 篇較具代表性的文章集結成冊。本書的出版也說明了，臺灣客家研究在經過學院建置化的知識工程後，已累積相當的研究能量與基礎，並企圖發展新的研究路徑；其目的也在透過臺灣與海外的比較研究，持續深化建構中的全球客家知識系統。

二、臺灣的海外客家研究特點與視野

本書第 1 章為張翰璧、蕭新煌兩位編者所寫〈總論：盤點臺灣客家研究的對外跨域比較〉，文中即說明了海外客家研究的特殊性與重要性。亦即，全球的海外客家研究，猶如客家研究和區域

研究兩種學科領域的疊加，如何掌握研究對象之於在地社會的整體性知識，遂成為海外客家研究所關心的主要研究課題之一。由於華人移民世界各地的歷史久遠、過程複雜，加上不同的在地語文檔案資料，使得建構海外客家研究的知識基礎並非易事。因此，與海外華人研究相同，東南亞地區也是海外客家最主要的研究區域；自 2000 年後，臺灣研究者所累積的東南亞客家研究成果，以討論新加坡與馬來西亞客家議題為主，其中又以族群認同與族群關係為研究重點。臺灣的海外客家研究不僅在研究區域上有高度關注新馬地區的現象，就連研究議題也有偏好於族群關係與認同層面。然而，在臺灣幾所國立大學的客家學院建置後，客家研究學者開始積極將研究議題延伸至宗教信仰、社群和人物等面向，並採用「比較研究」的觀點，理解全球各地的「客家性」議題（張翰璧、蕭新煌 2021：1-2）。

儘管本書所收錄文章不以東南亞客家為限，但以東南亞區域或個別國家的客家議題為討論主題就佔了 16 篇。這一研究趨勢除了前述的臺灣的東南亞研究和客家研究議題的倡議外，在第 2 章劉堉珊所著〈臺灣客家研究中的東南亞視野〉一文中有著詳盡的分析。劉堉珊指出無論是把客家研究置於東南亞區域研究的脈絡中，或是將東南亞研究置於客家研究發展的脈絡下，值得觀察討論的是臺灣學術界的東南亞區域研究與客家研究二者，究竟是何時開始把「客家」作為一個具有學術討論意義的研究群體看待之（劉堉珊 2021：7）。根據她的觀察，大概是在 2001 年行政院客家委員會成立以及客家學院建置化後，臺灣的客家研究者開始積極投入東南亞客家研究。其次，臺灣的客家研究者在看待東南亞客家議題時，熱衷於探討客家族群性與族群意識，這與臺灣自身的客家族群經驗有關，也是臺灣客家研究的重要特色（劉堉珊 2021：

26)

本書的第 1-2 章，對於臺灣的海外客家研究發展進程已做了詳盡的討論，我們可以看到「海外客家研究」逐漸突破「海外華人研究」的框架限制。這並不是說海外客家研究已經發展出全然不同於海外華人研究的路徑，從臺灣的海外客家研究來看，它已經不再侷限於過去傳統的歷史學途徑的海外華人研究，而是涉及了更多社會科學學門的投入甚至是跨學科、跨領域的多元發展。這一「臺灣的」海外客家研究特色，與臺灣的東南亞研究作為中介的研究方法與知識論有著很大的關係，這也可以從本書所收錄文章的期刊出處看出端倪，除了《全球客家研究》與《客家研究》兩本專業客家研究期刊之外，就屬《臺灣東南亞學刊》了。

表 1 各篇文章作者與研究概要

文章與作者	研究議題	研究地區	學科觀點
第 1 章 總論：盤點臺灣客家研究的對外 跨域比較／張翰璧、蕭新煌	本書緒論	臺灣、海外	——
第 2 章 臺灣客家研究中的東南亞視野 ／劉埴珊 收錄於《民俗曲藝》，2016	文獻回顧 與評述	臺灣、東南 亞	人類學
第 3 章 The Formation and Limitation of Hakka Identity in Southeast Asia (東南亞客家認同的形成與侷 限)／Hsin-Huang Michael HSIAO, Khay-Thiong LIM(蕭新 煌、林開忠) 收錄於《臺灣東南亞學刊》，2007	族群認同	馬來西 亞、新加 坡、印尼、 臺灣	社會學、 人類學
第 4 章 原生性認同、祖籍地聯繫與跨國	族 群 認 同、跨國	新加坡、馬 來西亞	歷史學、 人類學

<p>網絡的建構：二戰後新馬客家人與潮州人社群之比較研究／劉宏、張慧梅 收錄於《臺灣東南亞學刊》，2007</p>	網絡		
<p>第 5 章 Is There a Transnational Hakka Identity?: Examining Hakka Youth Ethnic Consciousness in Malaysia (跨國客家族群認同是否存在？檢視馬來西亞客家青年的族群意識)／Khay-Thiong LIM, Hsin-Huang Michael HSIAO (林開忠、蕭新煌) 收錄於《臺灣東南亞學刊》，2009</p>	族 群 認 同、跨 國 網 絡	馬來西亞	社會學、人類學
<p>第 6 章 國家與客家：新加坡與南洋客屬總會為例／莊仁傑 收錄於《客家研究》，2017</p>	族 群 認 同、社 團 組 織	新加坡、馬來西亞	歷史學
<p>第 7 章 馬來西亞柔佛客家人的移殖及其族群認同探析／安煥然 收錄於《臺灣東南亞學刊》，2009</p>	族 群 遷 移、族 群 認 同	馬來西亞	歷史學
<p>第 8 章 權威、中介與跨域：論星馬華人民間信仰的祖廟想像／簡瑛欣 收錄於《華人宗教研究》，2016</p>	宗 教 信 仰、跨 國 網 絡	新加坡、馬來西亞	社會學、人類學
<p>第 9 章 神的信仰、人的關係與社會的組織：檳城海珠嶼大伯公及其祭祀組織／張翰璧、張維安、利亮時 收錄於《全球客家研究》，2014</p>	宗 教 信 仰、社 團 組 織	馬來西亞	社會學、人類學
<p>第 10 章 國家、族群與客家紳商：以新馬兩地新式學校的創建為中心／黃賢強 收錄於《客家研究》，2009</p>	僑 校 與 僑 教	新加坡、馬來西亞	歷史學
<p>第 11 章 砂拉越新堯灣周邊客籍華人與達雅族的異族通婚家庭／林開忠</p>	族 群 通 婚	馬來西亞	人類學

收錄於《全球客家研究》，2016 第 12 章 甲必丹葉觀盛時代的吉隆坡客家幫權政治發展（1889-1902）／張曉威 收錄於《全球客家研究》，2017	社團組織	馬來西亞	歷史學
第 13 章 客家人的大伯公：蘭芳公司的羅芳伯及其事業／張維安、張容嘉 收錄於《客家研究》，2009	族群遷移、社團組織	馬來西亞	社會學、歷史學
第 14 章 泰國客家社會的形成與多樣性／王俐容 收錄於《客家研究》，2017	族群社會與文化	泰國	社會學
第 15 章 印度加爾各答的客家移民／潘美玲 收錄於《客家研究》，2009	族群遷移、族群關係	印度	社會學
第 16 章 From “Chinese Among the Chinese” to “Tong Ngin Who Convert to Islam”: A Study of Hakka Muslims in Singkawang, West Kalimantan, Indonesia（從「華人中的華人」到「改信伊斯蘭教的『唐人』」：印尼西加里曼丹山口洋客家穆斯林之探究）／Fen-fang TSAI（蔡芬芳） 收錄於《客家研究》，2013	宗教信仰、族群認同	印尼	社會學
第 17 章 香港客家想像機制的建立：1850-1950 年代的香港基督教巴色會／陳麗華 收錄於《全球客家研究》，2014	社團組織	香港	歷史學
第 18 章 香港崇正總會與世界客屬想像／張容嘉 收錄於《全球客家研究》，2019	社團組織、跨國網絡	香港	社會學
附錄 評蕭新煌、張翰璧、張維安等	書評	臺灣、東南亞	——

編，2020，《東南亞客家社團組織的網絡》／黃信洋			
---------------------------	--	--	--

在這些收錄文章中，討論最多的研究議題就是族群認同和社團組織，其次依序為跨國網絡、族群遷移、宗教信仰、僑校和僑教、族群通婚、族群社會與文化、族群關係。除了第 1、2 章和附錄外，跨域研究兩個以上地區的文章有 5 篇，分別是第 3 章、第 4 章、第 6 章、第 8 章和第 10 章，跨域研究的國家地區又以新加坡和馬來西亞居多。兼採兩種學科觀點的有 6 篇，分別是第 3 章、第 4 章、第 5 章、第 8 章、第 9 章和第 13 章，這些文章所採跨學科的研究觀點或研究方法又以社會學和人類學為主。

三、多元的研究方法、在地的知識觀點

除了跨域和跨學科的研究取徑之外，本書收錄的文章還有一個重要的特色，那就是採用在地的知識觀點。以第 11 章〈砂拉越新堯灣周邊客籍華人與達雅族的異族通婚家庭〉為例，作者林開忠以砂拉越新堯灣作為田野地點，首先透過文獻記載與學者研究說明砂拉越地區客家礦工或華人男性商人與土著女性的通婚情況，其所引用文獻包含了砂拉越在地的華人研究者，以及作者自己在當地針對混血華裔的田野觀察和訪談。

這一篇文章的寫作架構與研究方法，在筆者心目中可以說是極具參考價值的範本，作者先以當地文獻資料的背景鋪陳，說明其歷史過程、地理特徵與生活其間的客家族群；接著是討論其他研究者對於研究議題的文獻回顧；然後是作者實際從事田野研究所蒐集到的資料分析；最後，提出經驗結論並與過去的研究文獻進行對話。

四、拓點與連線：臺灣的海外客家研究的實踐

2017 年以後，客家研究有了新的取徑，一是藉由跨學科合作比較臺灣與東南亞客家的認同變遷（蕭新煌 2017）；二是採取社會學的社會網絡分析，探討東南亞客家社團的組織網絡與互動關係（蕭新煌、張翰璧、張維安 2020）；三是比較臺灣與馬來西亞客家的族群關係的理論建構。這些仍在持續建構中的知識系統與方法論途徑，也正在逐漸形塑臺灣與東南亞客家研究的典範（蕭新煌、張維安、張翰璧 2021：16）。儘管本書收錄文章多數早於 2017 年，但是這些文章的作者無論是在研究議題、研究地區以及所採取的學科觀點，均隱約可見上述所謂新的研究取徑的浮現。

回到本書的書名：《臺灣的海外客家研究》，那麼基於「臺灣的」立場，一位馬來西亞籍的研究學者所做的馬來西亞客家研究，可以視為「臺灣的」嗎？除了這些收錄文章已在臺灣的學術期刊出版之外，在 19 位作者群中，這些非臺灣籍的學者，其實大多有留學臺灣的經驗，甚至是目前任教於臺灣的大專院校，其學術訓練與養成可以說與臺灣學界息息相關。

再者，海外客家研究可以說是近幾年來，臺灣客家研究積極建構的全球客家知識體系中的重要一環；從知識生產的角度而言，臺灣所投入的國家資源確實對於客家知識體系的建構形成重要的制度作用。無論是馬來西亞、新加坡等較為人所熟悉的海外客家族群或客家研究議題，還是諸如泰國、印度、印尼等較少受人關注的國別與議題，均可透過客家研究相關學術會議進行發表與討論。也就是說，臺灣的客家研究在國家機構的支持下，透過學術研討會的議程設定以及學術研究計畫的公開徵求，積極招募

海外客家研究學者投入相關研究，這些非臺灣籍的客家研究學者自然而然的成為臺灣的客家研究伙伴。

本書所收錄有關馬來西亞和新加坡的客家研究議題，多數即是圍繞在族群認同和社團組織等傳統研究主題，也有因應全球化潮流而發展的跨國網絡、宗教信仰和族群關係等新興研究議題，將現在正在發生的現象與過去的研究進行對話，這是海外客家研究的連線。此外，也將研究目光關注在新馬之外的其他東南亞國家，或者是非東南亞地區的國家，如本文所收錄的泰國和印度等，此為海外客家研究的拓點。本書即是透過海外客家研究的拓點與連線，生產實踐臺灣的海外客家研究知識體系。

參考書目

張翰璧、蕭新煌（編），2021，《臺灣的海外客家研究》。高雄：巨流圖書股份有限公司。

蕭新煌（編），2017，《臺灣與東南亞客家認同的比較：延續、斷裂、重組與創新》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠流出版社。

蕭新煌、張維安、張翰璧（編），2021，〈海外客家研究的啟發與貢獻〉。頁 15-45，收錄於蕭新煌、張維安、張翰璧編，《海外客家研究的回顧與比較》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠流出版社。

蕭新煌、張翰璧、張維安（編），2020，〈東南亞客家社團區域化的新方向〉。頁 249-267，收錄於蕭新煌、張翰璧、張維安（編），《東南亞客家社團組織的網絡》。桃園：國立中央大學出版中心；台北：遠流出版社。

書 評

書評

《客家想像的全球多樣化：浮現與蛻變》

Book Review: *The Global Diversification of the Hakka Imaginations: Emergence and Transformation*

張容嘉，2022，《客家想像的全球多樣化：浮現與蛻變》。巨流圖書，272 頁。

劉瑞超

國立中央大學客家語文暨社會科學學系兼任助理教授

透過回顧過去臺灣學界對東南亞客家研究成果可發現，至少在二十年前便已發展出包括會館組織（如黃賢強 2011、利亮時 2011、王力堅 2011、黃淑玲與利亮時 2011）、聚落發展（如陳美華 2011、安煥然 2011、張曉威與吳佩珊 2011）、族群產業（如李偉權 2011、張翰璧 2011、林育建 2011）、宗教信仰與家庭（如張維安與張容嘉 2011、黃子堅 2011、林開忠 2011）、客家認同（如蕭新煌 2017）、社團網絡（如蕭新煌等人 2020）等多項研究主題。透過這些主題的研究，探討新、馬地區客家社群的政治、經濟、

投稿日期：2022 年 9 月 26 日；接受日期：2022 年 10 月 27 日；刊登日期：2022 年 12 月。

文化演變過程，以及在該過程中，客家作為一種族裔範疇所體現的意義（劉瑞超 2022：3）。在前一學術世代的開創下，全球／海外客家研究在近年也逐漸有年輕學者投入特定國家、地區、聚落的客家研究，且已慢慢有了成果，例如 2021 年出版的《海外客家研究的回顧與比較》（蕭新煌、張維安、張翰璧編）集結了 13 篇年輕世代學者在各國的客家研究成果。由全球客家研究聯盟（Consortium of Global Hakka Studies）主辦的青年學者工作坊也跨國舉辦了兩屆，逐漸開拓海外客家研究區域，並推廣客家研究網絡吸引新血加入。

以往的海外華人或客家研究的對象，多是抽象的人群團體指涉，或是具體的小範圍社區田野調查，較少關注到華人／客家人連續聚落的帶狀分布（蕭新煌、張翰璧 2021：13），換句話說，鉅觀與微觀經常難以兼具。但並不是沒有學者採取鉅觀的視角來觀察分析全球客家。Jessieca Leo（2015）的專書 *Global Hakka: Hakka Identity in the Remaking* 便提出了「全球客家」的分析性概念。她在概念上捨棄傳統上對於分散地理區域客家人的點狀研究，而將其放在全球的廣闊脈絡下進行重新思考。如她所言，正是由於全球化所帶來的移民跨國流動、解域化、異國文化、技術進步及跨國婚姻等，導致了客家認同逐漸被侵蝕與邊緣化，「去客家化（dehakkalization）」的過程遂迅猛發生，亦帶來客家認同的新變化（陳麗華 2022：268；Jessieca Leo 2015：190-192）。不過，Jessieca Leo 的「全球客家」主要指向海外客家二次移民或持續移動中的客家，與探討各國客家在地化的取向有所差異。

張容嘉這本改寫自博士論文的專書《客家想像的全球多樣化：浮現與蛻變》，書名已經揭示了作者的立論方向，對於「全球客家」或「海外客家」的研究領域有其重要性，她提綱挈領的提

出了分布海外不同區域（尤其是東南亞區域）客家的華人次族群（方言群）想像依據，透過縝密爬梳整理出近代東南亞地區的客家之所以會「成為客家」的大架構，並揭示其思想之流變，在這點上本書算是少數佳作，也對未來進行各國客家研究時，有了一個基礎的參照點。

本書由最簡單的提問出發，19世紀中葉起，伴隨著資本主義世界市場的擴張，提供客家人遷移海外的重要契機，越來越多客家人或為了追求新生活、或因為戰亂因素而選擇離鄉打拼。這些分散在世界各地的客家人，原先可能來自不同祖籍地，彼此間互不相識，甚至語言腔調略有差異，為什麼這些原先幾乎不成一群的人，願意宣稱自己是客家人，強調客家精神，甚至在當代跨越民族國家的國界尋求彼此串連？這個問題實也扣連到客家研究過去30年來的重大學術課題之一，即「客家是什麼」。作者要回答的其實就是這「不成一群」的人，經過了怎樣的經驗與族群動力學過程，最後成為客家人。在累積多年的研究經驗後，臺灣客家研究成果早已顯示，這個問題是全球客家研究的核心議題之一，更是族群研究對「族群形成」的關注主題之一。

本書共計七章。在導論裡，作者秉持「客家想像」的中心關懷，從族群概念、相關人類學與社會學理論開始考察，並強調將以社會學觀點為主要視角，強調族群放在現在民族國家的脈絡下來理解，因為跨國主義及離散的研究取徑經常忽略了影響國家決策行動的國際情勢以及國家之間的權力關係，在本書的研究中，作者更著重1970年代後的階段。亦即，本書相當強調國家角色的重要性，尤其是在1970年代之後，國家力量成為形塑影響客家想像的重要力量來源之一，伴隨著國家間的權力競爭，當「國家」角色介入當代以客家為名的論述競爭，國家的政策與資源配置則

將影響著參與跨國實踐的行動者組成，客家人跨國聯繫場域從過去以政治經濟階層為主的聚會延伸到學界與文化界的交流，參與跨國聯繫的行動者，亦從傳統的客家商業政治菁英階級，擴展至文化菁英。除了導論以外，本書之後各章的書寫安排分別針對「中原客屬」、「海外客屬」、「世界客屬」、到「全球客家」不同階段的客家想像分別進行爬梳、說明及分析。

本書的第二章處理了中原客屬想像，約略是自徐旭增《豐湖雜記》至羅香林《客家研究導論》一百餘年的階段，其時反應了那段時期中人群的遷移以及衝突，生存資源的競奪總是衝突的起源，包括綿延數十年的土客械鬥，為期十數年的太平天國等等，如同梁肇廷所說客家認同是在族群衝突中逐漸累積能量凝聚而成的。而這些衝突也都是造成客家想像萌發的契機，也是客家菁英著述與行動的背景。作者認為羅香林的客家中原論對於客家人的重要性，展現在將客家群體的源流安置在中原漢人系統裡，為當時的客家人找到一個安身立命的位置。同時，在這個階段裡，人們的祖籍認同並未消失，只是包含在客家認同裡，而這個階段中形塑客家想像最重要的力量來源即在於客家研究。

中原客屬想像後來成為胡文虎與香港崇正會推動海外客家人結盟，凝聚海外客屬想像的重要養分與基礎，因此，本書第三章承繼了上一階段羅香林客家研究的基礎，使胡文虎能在南洋推廣客屬意識形成海外客屬的想像。本章有兩個重點，亦即香港崇正總會與胡文虎的社團與商業網絡。當時的香港位居世界貿易中心的位置，擁有串聯各地客家人的地緣優勢，在香港的客家人也以工商兩界為多，在客家與其他族群衝突競爭的背景下，香港崇正總會於焉成立，其目的在於對抗外人加諸客家族群的污名。透過賴際熙、羅香林等學者，創造了傳統客家論述。這套客家知識或

調族源神話能夠對海外地區客家移工、移民發揮影響力，還是得靠身兼香港崇正總會與南洋客屬總會會長的胡文虎才能達到。胡文虎本身就是客籍富商，透過他的事業及社團網絡，推廣羅香林客家論述，宣揚客家意識與客家文化，積極推動新馬各地成立客家會館，強化客屬團體的團結，促使跨域客家想像的形成。這一階段的重要性在於，客家想像概念的推廣與擴散，在地理空間上從過去中國華南地區的中原客家論述，透過民間社團組織力量擴散到海外地區，尤其是南洋新馬一帶。香港崇正會與胡文虎在「海外客屬」的想像形成中，扮演了極其關鍵的角色。

本書第四章則把視角轉向到全球客家想像的「世界客屬」。這個階段最大的特色便是中臺兩岸國家力量的投入，以及其後隨之而來兩岸在國際政治上的敵對與競爭。香港崇正總會於1970年代舉行的世界客屬懇親大會，開啟了積極串聯海外客家社團的新章，臺灣成立的世界客屬總會在定位上是要「做政府的後盾」，爭取海外僑胞的支持，認同中華民國為「祖國」，與後來居上競爭世界客屬懇親大會主導權的中國展開了客家想像詮釋權乃至主辦權的競逐。這個階段便是作者所指的「兩個祖國一個中心化」的想像，共同點是「心向祖國」的中心化論述。不過，隨著臺灣本土化運動以降臺灣意識的確立，乃至2000年的政黨輪替，臺灣不再強調自由祖國，在世界客屬懇親大會裡，過去國共之間的競爭，卻也逐漸調整成友好關係。

作者在第五章進入當代的全球客家想像階段，她認為全球客家想像的形成，代表了原鄉重要性的弱化。本章將視野聚焦在臺灣的經驗上，透過客家移入臺灣的歷史經驗，與臺灣在1980年代後強調臺灣本土意識的政治反對運動，以及邁入新世紀後，臺灣出現了國家層級的族群部會，點出了在全球客家想像的發展上，

臺灣已經走出自己的路，與其他各國「並不同調」，多少也含有隱性國族對抗的意味。但作者也指出臺灣內部的客家想像可說是雙軌併存，除了強調自身獨特的本土、在地性的臺灣客家意識以外，還存有戰後外省客家帶來的中原客家論述。按照作者所言，全球客家想像還屬於一種發展中的概念，人們帶著各自對客家的想像與理解，不斷拓展全球客家想像的版圖。

第六章〈以客家之名攜手前行〉是個較費疑猜的安排，推測是為了符合全球客家想像長時段變遷分析的主旨而安排的章節。第一節的〈新馬客家華人跨國網絡的運用策略〉舉了些許西馬柔佛與東馬沙巴的材料，說明客家華人如何在當代游走於中國與臺灣之間，但侷限於材料，本節論述淪於片段，並不十分完整形成觀點，或待日後可補充。值得注意的是，作者在本章中提到了虛擬客家社群與全球客家想像之間可能的關聯。這裡點出了網際網路為基礎的當代生活型態、網路效應及數位內容產業，確實是非常值得我們去關注並加以研究的。本章在全書的論述脈絡中，雖也能算是最新階段的全球客家想像的其中一個面向，但材料與論述篇幅與前面章節有明顯落差，相當期待作者或其他後繼研究者能繼續耕耘這最新的全球客家網路想像階段。

對於全球客家想像的現狀及展望未來，作者認為相較於其他地緣或血緣的宗親團體，認同永遠都在，但惟有客家是以一種超越血緣、業緣、地緣的方式，運用語緣，承載著多元意涵：政治性濃厚的載體，也因為客家這種方言群認同的人群想像顯得抽象，類似客家懇親會全球客家連結的規模、層次才能越辦越盛大。這樣的抽象或多重、模糊性，來自於客家是在不斷遷徙過程中產生的，客家的聚居地也相對分散，這就造成客家人的原祖籍地呈現一種多重性與相對模糊性。在這個遷徙過程中產生的共同語

言，便是客家社群認同的依據。因缺乏地域界限或明顯的地理依託而立基於語言上的認同，客家社群在觀念及活動上都具有跨地域化和泛華化（trans-local and pan-Chineseness）的特徵，這使得客家社群更容易透過方言紐帶建立起一種超越地域的全國性乃至全球性客家認同及聯繫網絡，成為海外華人最早走上全球化道路的（華人）次族群（劉宏與張慧梅 2007：65-90）。

面對客家移民後代在各國的落地生根，我們經常可以看見在地化的過程，但也不能否認，羅香林創造出的中原漢族貴胄世系的神話及其意涵的原鄉認同，至今深刻的影響著許多客家後裔對自身的想像。因此在結論的部分，作者重申了自己本書對長時間各階段客家想像與演變的觀點，並總結道，落地生根之後成為在地華人或各國公民，這些客家後裔認同的祖國已經是所在國了，但這個中原神話依舊仍成為一種精神上的原鄉認同，其重要性或許在於行動者在國族操作空間中進行資源競逐以追求更好的物質生活基礎，它既是精神上的歸返，也是新生的實踐。

最後，本書也是客家比較研究的一個案例，但綜觀全書，臺灣是全球客家想像浮現與蛻變的主要對照組，臺灣有較細緻的材料鋪成客家在臺灣的在地化過程，其他國家或地區客家的在地化案例部分就較為欠缺，這或是本書美中不足之所在，有待作者及後續研究者繼續在此架構上填補血肉。但本書依舊展示了「全球客家比較研究」的新典範，凸顯了臺灣客家經驗的「自成典範」和特色（蕭新煌、張維安、張翰璧 2022：16）。

臺灣的客家研究典範轉移，已從臺灣客家只與「原鄉」對照的典範，移轉到臺灣客家與各國「他鄉」的比較典範，形成「全球比較的新典範」（蕭新煌、張維安、張翰璧 2021：16）。整體而

言，本書的各章不僅各自闡明了各階段的客家想像的形成與發展，亦詳細的討論了客家研究與移民的理論框架。未來研究若能以此為基礎，夠納入更多的東南亞乃至其他地區的客家比較研究，本研究將可能有更加完整的脈絡。

要進行全球客家研究比較研究，就必須要瞭解海外客家的擴散與文化發展情況。除了鉅觀層次的國際政治經濟架構，也不能忽略移民過程的各種複雜關係，例如移民網絡、親屬關係等面向，維生方式的發展也是關注的重點，關係到成為客家（being Hakka）的文化發展（張翰璧 2013：41）。亦即，理解了全球客家想像的浮現脈絡以後，我們需要更進一步探求各地客家真實生存景況中，何時及如何產生客家研究上的分析意義。亦即全球客家的「同基異型」（蕭新煌、張維安、張翰璧 2022：42）。本書所提出之全球客家想像長時段變遷分析的大架構，或可謂「全球客家」故事的起源，卻是為未來全球客家研究後繼者提供了一個很清晰且實用的入門磚，是本書最大的貢獻。

參考書目

Jessica Leo, 2015, *Global Hakka: Hakka Identity in the Remaking*.
Leiden/Boston: Brill.

陳麗華, 2022, 〈評廖玉禪 (Jessica Leo), 2015, 《全球客家：重
塑中的客家認同》 (Global Hakka: Hakka Identity in the
Remaking)〉。《全球客家研究》18: 267-280。

張翰璧, 2013, 《東南亞客家及其族群產業》。臺北：遠流；桃園：
中大出版中心。

劉宏、張慧梅, 2007, 〈原生性認同、祖籍地聯繫與跨國網絡的建
構：二戰後新馬客家人與潮州人社群之比較研究〉。《臺灣東
南亞學刊》4(1): 65-90。

劉瑞超, 2022, 《沙巴客家的形成與發展》。新北：巨流。

蕭新煌、張翰璧, 2022, 〈族群與空間：臺馬客家帶族群關係的比
較〉。頁 13-38, 收錄於蕭新煌、張翰璧編, 《臺馬客家帶的族
群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。臺北：遠流；桃園：中
大出版社。

蕭新煌、張維安、張翰璧, 2021, 〈總論：海外客家研究的啟發與
貢獻〉。頁 15-45, 收錄於蕭新煌、張維安、張翰璧編, 《海外
客家研究的回顧與比較》。臺北：遠流；桃園：中大出版社。

書 評

全球在地化辯證下的客家過程：《沙巴客家的形成與發展》

Hakka Process as Glocalization: *Formation and Development of Sabah Hakka*

劉瑞超著，2022 年 7 月，《沙巴客家的形成與發展》。臺北：
巨流圖書，iv+334 頁。

陳琮淵*

淡江大學歷史學系助理教授／東南亞史研究室主持人

一、前言

客家（Hakka）是一個在歷史上經過多次遷徙、融合而成的漢民族分支，近代梯山航海向東南亞及世界各地發展。各地客家社群的特性與差異，以及客家文化的創新與多彩，成就了當代客家

投稿日期：2022 年 9 月 26 日；接受日期：2022 年 10 月 27 日；刊登日期：2022 年 12 月。

* 電子信箱：kurtchen1979@yahoo.com.tw。

研究的豐富面向。近廿年來，東南亞客家更是受到台灣學界的廣泛關注，無論是會館組織、語言文化、聚落產業、宗教信仰、族群關係、身份認同與跨國網路等議題，不斷有學者投入研究（蕭新煌等 2005，林開忠、李美賢 2006，張維安主編 2013，張翰璧 2013，林開忠主編 2013，蕭新煌主編 2017，蕭新煌、張翰璧、張維安主編 2020，蕭新煌、張翰璧主編 2022，張維安主編 2022）。當中又以新加坡、馬來西亞的客家研究最為蓬勃，無論是田野調查、個案研究、資料積累，乃至於理論分析，皆有相當可觀的進展（蕭新煌主編 2011）。然而延伸台灣客家經驗／華僑華人研究典範對東南亞客家進行「依樣畫葫蘆」的鏡像解讀，不免受限於民族國家框架，難以就特定地區的客家社群發展進行深入探析，不利於客家研究朝向跨域比較的學術前沿邁進。對此，劉瑞超改寫自其博士論文的新著《沙巴客家的形成與發展》的出版，可謂正得其時，彌補了在地資料及客家社群「動態過程」事例的不足，也增益了理解東南亞客家時不可忽視之地——沙巴客家的掌握。

在馬來西亞華人學界時常提起的現象之一，就是「重西馬輕東馬」，對於東馬砂拉越及沙巴的了解及研究不足，或有其地緣、資源及研究風氣等因素，就筆者經驗而言，研究沙巴的難度要更高於砂拉越。¹劉著在黃子堅教授等人的基礎上，與既有解釋觀點對話，就沙巴客家社群進行較全面且概念性的解讀詮釋。

¹ 筆者曾一度考慮將沙巴列入博士論文的地理範疇，惟幾度田野調查的資料收集情況並不若預期，深知沙巴華人研究之不易。翻查 2007 年 8 月田野筆記曾有以下記錄：「就我個人的觀察要在沙巴研究華人並不十分容易，一方面書面材料留下來的原來就不多，再加上當地華人的心態似較保守，往往問不出個所以然，看來以砂拉越來設想沙巴是不可欲的……有一種無力感，算是一種難以評述的溝通不良；在這邊看不到西馬或砂州那種對華人歷史的重視。」

二、沙巴客家形成的歷史脈絡：殖民、移民與墾民

在導論中，劉瑞超首先點出沙巴客家因近代計劃移民、基督教會影響下的特殊性，進一步釐清國家、跨國等力量對客家認同／文化的形塑及影響。透過客家社團、教會及跨國網絡的研究，該書試圖闡釋沙巴「客家」的歷史及現實意義，以及沙巴客家人如何理解外界所建構的「客家」，協助讀者掌握沙巴客家組織、網絡形構，以及客家文化與認同建構之過程（頁5；15）。劉瑞超指出：「沙巴的客家社群在過去百餘年來，在面臨在地化過程的同時，也在進行著全球化的行動，透過全球（客家組織、教會組織）網絡的建立與遊走，尋找界定自己的方式，這是沙巴客家社群正在經歷的過程。」（頁22）

本書的第二章處理「東南亞華社與客家」等議題。坦白說，這是書中相對平淡且冗雜的一章，不僅歷史脈絡及文獻鋪墊的效果有限，若干內容與後續章節重複，亦未能形成明晰的對話與分析框架，對東南亞華人、客家研究學者而言不無雞肋之感。惟此，本章仍可勾稽出以下重點：（1）語言教育：教育發達帶來職業分化，客家人逐漸脫離農業、也離開鄉區，此後客家人主導了沙巴公務員及歐商白領工作，也與客家早年所傾向接受的英語教育有關。客家基督徒在沙巴各地墾殖的同時也建立附屬於教會的學校，客語在其會眾與學生之間通行，強化了客家認同，後因教會擴張所需大量吸納非客家信徒，才稀釋了教會的客家成分。（頁31、33、40）；（2）社會經濟：沙巴早期移民主要是巴色會引進的客家基督徒農民，來沙形成自給聚落、建立社團，早期的客籍領袖以商人為主，當中不乏大資本家，卻鮮少以「客家」為凝聚商業資本的號召力，不同世代間經濟基礎的差異，也影響其客家

世界觀。（頁 44-48）；（3）全球客家網絡：客家社群「跨國性」鮮明，相較於其他方言群，跨國客家網絡很早就建立起來，包括台灣主導的「世界客屬懇親大會」、香港主導的「全球客家·崇正會聯合總會」及印尼主導的「亞細安東盟客屬懇親會」，彼此互相競爭，帶有濃厚的政治意味；（4）在地客家網絡：馬來西亞各州與全國性的客聯會歸屬於馬國華社網絡、客家網絡，以及全球客家網絡的一部分。包括沙巴在內的在地客家網絡不只奠基在客語的同一性，也立基於共同歷史的想像之上。換言之，這個客家網絡不只是認同網絡，而是商業資本與文化知識流動的網絡。（頁 71、74）

巴色教會對沙巴客家形成與發展的作用十分值得關注。作者在第三章中首先回顧了郭士立、韓山明、黎力基等巴色會教士早期在中國傳教的脈絡。接著說明沙巴（北婆羅洲）概念的形，帶出英國北婆羅洲渣打公司所推動的移民計畫。事實上，早在計畫移民之前，已有零星華人到北婆羅洲各地發展。1882 年，巴色會的黎力基與渣打公司的免費移民計畫合作，透過仁記洋行代理，將中國廣東客家縣份的基督徒（當中不乏太平天國人士）移往古達，是為第一波華人移民潮。1913 年，渣打公司與北婆羅洲當地首席宣教士施靈光合作，將處於戰亂中的中國人移民到北婆羅洲西海岸拓荒，當中包含了「華南客家基督徒」與「華北人民」（沙巴山東村的由來）。1921 年，渣打公司看中客家人勤奮苦幹，推出「免費船票」等優惠政策，鼓勵墾民邀請仍在中國的家人前來發展，致使當地客家社群規模日益龐大。本章的第二節主要內容乃是，描繪巴色會事工發展的轉型過程，以及這些發展對於沙巴客家社群的意義。北婆羅洲的巴色會於 1925 年成立「般鳥巴色自立會」並因應馬來西亞的成立在 1964 年改名為「馬來西亞基督

教巴色會」。在近百年的發展過程中，巴色會在沙巴漸漸吸納了嘉達山杜順等原住民族，客家人不再是教眾的唯一組成人群。除了成員的多元化，巴色會也積極走出沙巴，發展海外事功。當中最值得注意的，便是反哺中國原鄉客家教會的作為，其與巴色會在沙巴本地的發展形成有趣對比。廣東雖是巴色會的重要發源地，卻因長期受中國政府壓迫而漸趨低調封閉，對巴色會及沙巴客家更是十分陌生。誠如劉瑞超所言，相較於巴色會在沙巴逐漸褪去客家色彩的「去客家化」現象，在中國等地的宣教事業卻仍依循親族網絡展開「再客家化」，兩者並無違和或衝突，而是普世化宗教宣教發展的必然過程。（頁 109）

三、形塑沙巴客家的外在動力與形象參照

劉瑞超在第四章中將視角轉向兩岸僑務競逐對沙巴客家的影響，以大量二手資料及觀察訪談為基礎，解讀沙巴客家社群發展跨域連結所建構的文化、經濟乃至政治的複合網絡。對絕大部分的東南亞華人而言，台灣並非其「原鄉」（金門除外），早年台灣與海外客家的連結，附屬於僑務與僑教政策之下，政府希望以精神及文化上的「真正祖國」為號召，動員海外華人的向心力。近期隨著全球唯一中央級的客家事務專責機構——客家委員會的成立及「新南向政策」的持續推動下，政府相關部會在以往「客家社團」的關注之上，更添重視在地文資調查的「客庄聚落」交流型態。台灣透過海外客家社團負責人諮詢會議、全球客家懇親大會、海外青年客家文化研習營、海外客家美食料理研習、海外好客文化巡迴列車、海外客語巡迴教學等活動的舉辦，在「找出」客家族群與文化形質內涵的同時，也積極定義並「打造」何謂客家。相較於台灣，「祖國」與「原鄉」則是中國推動僑務乃至政

治、經濟策略時不可或缺的象徵符碼，也同樣適用於攏絡海外客家人士。中國大陸在 1990 年代即開啟了融合「文化尋根、客家交流、客商經濟」的研習營、客商大會、工商考察團、同鄉聯誼會等活動，²同時透過頒發各類獎項及榮譽，架構起中國與海外華人的政經關係網絡。「一帶一路」所投射的經濟量能及中華民族論述，更成為近年來客家交流活動的重要主題，吸引包括客家在內的部分海外華人汲取當中的政商、社會資本，惟其具體成效如何仍有待商榷。

總體而言，台灣偏向推廣客家文化，探索客家意識內涵，連結客家內涵文化，使海外客家認識「新客家」的多元性及可能性。中國則試圖強調客家人與原鄉（老客家）的關係，進而將其利益、榮譽與情感連結到中國本身。在兩岸競逐客家話語權的影響下，包括沙巴在內的東南亞客家文化，時常統攝了台灣（文化認同）

² 筆者在馬來西亞田野調查中曾收集到一份 1990 年代由中國福建某旅行社以「世界客家公祭大典」、「公祭客家母親河大典」為號召的尋根謁祖專線旅遊企劃書，當中收錄一篇名為〈客魂萬里故鄉情〉的文章，頗能呼應劉瑞超對於中國如何利用客家「原鄉」、「歷史」、「精神」、「源流」等符碼為號召，動員並連結海外客家的作為與論述，茲摘錄如下：

……多少年來，尋找客家祖地的夢想一直縈繞在海內外家家遊子的心中。石壁公祠的落成，公祭母親河活動的舉行，終於了卻了客屬鄉親多年的心願，客家遊子於找到自己的根，找到自己的母親。

客家人源自中原，為避戰亂，五次遷徙至南方，在寧化石壁和汀州找到了一塊生活的淨土。艱難的環境造就了客家人堅韌不拔、吃苦耐勞、守禮節、重道義、好學問的優良品質。

今天，在石壁、在汀州、在客家祖先棲息過的土地上，你能看到更加古老而傳統，閃耀著神聖、智慧和力量光芒的祠堂；你能親身感受到古老、莊嚴、肅穆的拜祭大典。在這裡，人情、親情濃郁似酒；在這裡，古風古訓隨處可見；在這裡，你能感受到那種積極向上，拼搏的客家精神；在這裡，你能真正體會到這裡才是世界上所有客家人凝聚向心、尋根、祭祖的朝拜聖地。「那裡有太陽，那裡就有客家人。」飲水思源、慎終追遠，客家人日夜思念和尋找的祖地石壁、大本營汀州，正敞開胸懷，迎接遊子的歸來。客家遊子，母親祝福你。客家遊子，母親歡迎你！

及中國（祖籍認同）的內涵。（頁 168）吾人不難觀察到，參與跨國活動的海外客家菁英遊走於兩岸客家網絡，將斬獲到的政經及象徵資本引入在地社群，強化自身的名聲及影響力，形成正向迴圈。

四、沙巴客家的論述與實踐

第五章介紹沙巴客家的歷史論述與創新實踐，從沙巴客家之「所思」、「所書」及「所行」凸顯當地社群的自我認知。作者認為沙巴客家社團及教會的歷史論述，有助於我群（客家）意識的生成，故以之為本章第一節的分析重點。首先，羅香林在〈客家源流考〉（1950）一文中提出的「中原客家源流論述」，屢為東南亞客家社團刊物所轉載，也是沙巴客家歷史知識的主幹；然而就劉瑞超的觀察，約莫自 1980 年代起，沙巴客家刊物中音樂、文學、飲食、建築、民俗等文化內容漸增，在地歷史的論述與篇幅也逐漸增加。（頁 179；182-183）；其次，沙巴客家基督徒的歷史論述（張德來 2002），則更接近移民地方意識話語的建構。主要強調教會的主體性，而不特別標舉客家，以及客家人一路從中原南遷的遠古脈絡。

本章第二節討論客家文化符碼在生活範疇的體現，包括：（1）「襲用」（沿襲傳統客家有所更動）：如馬來西亞客家公會聯合會的會徽及會歌；（2）「習用」（學習兩岸客家後重新呈現）：涼圓帽、客家圓樓、桐花及客家花布、客家天穿日；（3）「創造」（創造在地特色的客家）：客家小姐選美、客家菜（山芭菜）、客家文物、客家文創、客家街。

本節對於沙巴客家文化最精彩的解析當屬「創造」部分，劉

瑞超論證沙巴客家社團近年來如何透過跨國網絡引入外地客家文化知識，從而進行在地化的再生產。例如透過與台灣客家菜的對比，發展並界定屬於本地的「山芭菜」（頁 214），又如典藏展示「割膠刀」、「伐木大鋸」、「木工器具」等客家先民來沙開墾使用的工具。推動客家街的命名並營造客家意象，更是凸顯沙巴客家文化在地深根的發展，早已出現有別於其他客家社群的特色，並且為當地客家文化注入新的生命力。用作者的話來解讀就是：「從人物、食物、文物、文創產品、語言、到空間，這些被賦予客家意涵的實踐中，我們可以看見跨國力量的影響與滲透。跨國客家知識，與全球市場合作，讓這一切成了可能。」（頁 233）

第六章資料厚實、觀察細膩，實為本書畫龍點睛的精彩個案。第一節介紹馬來西亞華人的藝陣文化與沙巴客家麒麟團的發展過程。馬國華人民俗藝陣概可分為舞龍、舞獅、舞麒麟和舞貔貅等類別，早年只是華社籌措華教資金的手段之一，直到 1970 年代左右，巫統政府打壓非馬來文化活動，激起華社重視藝陣的族群性及文化意涵。沙巴華人藝陣以龍、麒、獅為主，其中醒獅團、金獅團最多，麒麟團次之，貔貅團最少。2002 年左右，沙巴客聯會呼籲各屬會成立麒麟團，恰逢中國廣東麒麟進入興盛期，各屬會積極向中國取經的同時，也引發麒麟文化「純正性」的爭議。本來沙巴的麒麟舞已具有當地特色，且雙方都意識到各自的麒麟舞存在許多差異，優劣之別及何為正統則人言言殊。目前沙巴的舞麒麟與廣東深圳較為接近，這與兩者交流密切有關。沙巴客家麒麟團傳承頗為不易，面臨的問題包括沒有師傅可教，沒有後生願意學，非華人學子的參與更引發客家文化變質或失傳的憂慮。此外，沙巴本地製作麒麟的只剩下一位山打根老師傅，目前幾乎所有的沙巴麒麟皆由香港、深圳等地進口。為了不讓沙巴麒麟走向

沒落，沙巴龍麒獅總會舉辦了「沙巴世界客家麒麟觀摩大會」，成功將之登錄進《馬來西亞紀錄大全》；同時以文創商品化的方式，使之與客家美食，客家歌唱賽有機結合，歸入「客家文化產業」之一環，打造出沙巴客家品牌。（頁 294）

至於何謂「沙巴客家麒麟」？劉瑞超的看法是：「沙巴當下的麒麟文化本身就是一個雜揉（Hybrid）的文化。從南北麒麟長短身並存，麒獅步伐姿態混用，華人土著共舞來看，麒麟頭下其實是隻雜揉過的麒麟身。」（頁 287）、「麒麟身上揮之不去的異（異族與異質），其實象徵著客家本身既為異質性很大的集合體。……也顯現了『沙巴客家』作為一種人群文化集合體，在認知差異、理解差異、詮釋差異之集體想像的動態過程。……麒麟文化在此過程中展現的超越聚落、進入國家、最後成為族群象徵，以及沙巴客家菁英希望透過這樣的客家文化建構行動中，成為馬來西亞客家麒麟文化的中心地位。」（頁 296-297）

五、客家過程：全球在地化辯證下的客家認同

作者在本書的結論部分總結到：沙巴客家的社群想像涉及製作地方、對特定空間的認同與歸屬感的觀念性理解。他明確指出，客家在沙巴及馬來西亞並非族群單位，華人才是（頁 306）。當地客家不斷調整自我認同與歸屬，早已超越從落葉歸根到落地生根的傳統單向思維。劉瑞超也強調：「全球化乃是塑造社群認同的文化土壤，也因為客家社群的祖籍地分散，要團結客家，只能從精神層面提出一種具有客家特徵的客家精神，當作凝聚社群的力量，在地化及跨國網絡建構的過程中，客家更容易建立多重的身份認同模式。」（頁 55-56）因此，我們能觀察到的是沙巴的「客

家過程』依舊持續，客家並無絕對對應的實體與文化內涵。（頁 307-308）而此一從「自在沙巴客家」轉變為「自為沙巴客家」的過程，實乃「全球在地化」（glocalization）辯證命題的生動詮釋，絕非單向的承繼或照搬，而是因「地」（place/location/situation/role）制宜的創造性調整與再造。

《沙巴客家的形成與發展》主題新穎，行文流暢，有助於學界超越「方法論的民族國家視角」，得以更細緻了解沙巴客家社群。然如本文所述，若干章節安排及論述仍存在進一步修訂的空間：首先、本書對於沙巴客家的討論相當多元豐富，也分析了教會及兩岸的影響，但缺乏較明確的地方層級客家社群參照（如與西馬或砂拉越），較不易凸顯沙巴客家過程的特殊性；其次、書中對於客家身份認同的處理，若能就華僑華人部分加以精簡，更聚焦在客家本身詮釋分析，進一步將客家從華人的既有研究範疇中析出，當能提升本書的貢獻度。第三、本書的理論討論更著重於既有學說的介紹及延伸，無論是過程論、建構論或文化組裝，皆較為寬泛，十分樂見作者能搭配書中各項事例及個案，統整出更為系統性的解釋。第四、書中存在少數錯字（頁 258 第三段第四行：傳統的「乚」新春；頁 261 第二段第一行：傳統麒麟「被」進行）及名詞不一統的問題（第 3、14 頁的砂「勞」越（sarawak），有別於書中其他部分所使用的正規譯名），有機會時可予更正。

參考書目

- 林開忠、李美賢，2006，〈東南亞客家人的認同層次〉。《客家研究》創刊號：211-238。
- 林開忠主編，2011，《客居他鄉：東南亞客家族群的生活與文化》。苗栗／南投：客家委員會客家發展中心/國立暨南國際大學東南亞研究中心。
- 張維安主編，2013，《東南亞客家及其週邊》。台北／中壢：遠流／中央大學。
- 張維安主編，2022，《客家與周邊族群關係》。新竹：國立陽明交通大學出版社。
- 張德來，2002，《沙巴的客家人：客家華人貢獻沙巴州現代化之探討》。亞庇：沙巴神學院。
- 張翰璧，2013，《東南亞客家及其族群產業》。台北／中壢：遠流／中央大學。
- 蕭新煌、張維安、范振乾、林開忠、李美賢、張翰璧，2005，〈東南亞的客家會館：歷史與功能的探討〉。《亞太研究區域論壇》28：185-219。
- 蕭新煌、張翰璧、張維安主編，2020，《東南亞客家社群組織的網絡》，台北／中壢：遠流／中央大學。
- 蕭新煌、張翰璧主編，2022，《台馬客家帶的族群關係：和諧、區隔、緊張與衝突》。台北／中壢：遠流／中央大學。

蕭新煌主編，2017，《臺灣與東南亞客家認同的比較：延續、斷裂、重組與創新》。台北／中壢：遠流／中央大學。

客家研究

徵稿簡則

- 一、本刊為半年刊，每年六月與十二月出版。
- 二、本刊以發表有關客家政治經濟、社會文化、人文史地、語言文學、藝術傳播、族群關係等相關領域之人文及社會科學之理論與實證研究為主。本刊內容分為三部份，研究論文（Research Article）：為具原創性研究成果之正式論文；研究紀要（Research Note）：為開發特定議題或引發概念討論，偏重於資料之整理、檢討或初步分析之論文；書評（Book Review）：就國內外出版之學術專書所撰寫之評論。
- 三、本刊採橫式排列。來稿務請打字，一式三份並附上磁片（使用軟體以 Microsoft Office 為原則），內容以兩萬字為原則，字數過多者，主編得視情況決定分期刊登。文章引證請依學術慣例，並統一於文末列具參考文獻。有關註解格式必須與本院「客家研究撰稿體例」要求一致。來稿如無註解、一稿數投、全部或主要部分已在其他刊物或將在其他刊物發表者，或收錄於已正式出版之論文集恕不刊登。
- 四、來稿請附：
 1. 中文摘要：若為中文來稿，來稿次頁為中文摘要。若為英文來稿，則置於英文摘要之後，並以中文書明論文題目。字數以 500 字為限，並在其後列明中文關鍵詞，以 5 個以內為原則。
 2. 英文摘要：若為英文來稿，來稿次頁為英文摘要。若為中文來稿，則置於中文摘要之後，並以英文書明論文題目。字數以 500

字為限，並在其後列明英文關鍵詞，以 5 個以內為原則。

經審查通過決定採用之稿件其英文篇名、關鍵詞與摘要，本刊得潤飾。

五、所有稿件均須通過匿名評審程序，審查意見與結果將適時通知作者。

六、本刊隨時接受來稿，無論接受與否均不退件。接受稿件之刊登時間依評審進度而定。稿件一經刊登，文責自負；本刊不給付稿費，但致送本刊 2 本及抽印本 30 份。

七、經本刊採用之稿件，作者應先同意授權刊登本院與本刊所屬之網站，始得刊登。

八、來稿請煩請至中央大學客家學院本刊欄位下載「《客家研究》作者基本資料表」，填寫後與稿件直接以電子郵件寄送或寄：中華民國（台灣）320 桃園市中壢區中大路 300 號 中央大學客家學院《客家研究》編輯委員會收。

附註：

《客家研究》e-mail：hakkajournal@gmail.com

中大客家學院 Tel：03-4227151 # 33467

習身研究

撰稿體例

本刊為統一文稿規格，特編訂論文撰稿體例，敬請參考遵循採用。

一、整體格式

- (一) 來稿請以MS Word或其他相容軟體編輯，中文字體為「新細明體」，英文字體為「Times New Roman」，獨段引言可用「標楷體」，不需用其他字型或樣式（斜體、底線等）做強調，12級字，採橫向排列，左右邊對齊，1.5倍行距，並於頁尾置中註明頁碼。
- (二) 稿件順序：首頁、中文摘要與關鍵詞、英文摘要與關鍵詞、正文、附錄、參考書目。以上各項均獨立起頁。
- (三) 若有特殊注意事項，請於稿件後註明。
- (四) 摘要與關鍵字：
 1. 中文摘要：若為中文來稿，來稿次頁為中文摘要。若為英文來稿，則置於英文摘要之後，並以中文書明論文題目。字數以 500 字為限，並在其後列明中文關鍵詞，以 5 個以內為原則。
 2. 英文摘要：若為英文來稿，來稿次頁為英文摘要。若為中文來稿，則置於中文摘要之後，並以英文書明論文題目。字數以 500 字為限，並在其後列明英文關鍵詞，以 5 個以內為原則。

二、首頁

- (一) 論文題目：若有副題，正、副題間以「：」符號區隔。如有附註，請在題目右上角以*符號插入頁尾「註腳」，並在註腳中說明。
- (二) 論文類別：請參考「徵稿簡則」論文類別項下的說明。
- (三) 作者姓名：

請在頁尾「註腳」註明任職機構及職稱。如遇有題目附註，則先註明任職機構及職稱，再提出題目附註。
- (四) 聯絡作者：

請列出通訊地址、電話、傳真、e-mail 等資料。通常第一作者即為此篇

論文之聯絡作者，若非第一作者，則請特別說明。

(五) 謝詞：如有謝詞，請於頁尾「註腳」提出。

三、正文

(一) 為了便於匿名審查作業，文中請避免出現透露作者身份的文字，若有需要則請以第三人稱方式稱之。

(二) 註解與圖表：均請放入文中。註解若針對特定專有名詞，請置於該名詞之右上角，餘則置於該句句末之標點符號的右上角。圖表若集中於文後，須在正文中標示位置，並將圖表放在參考書目之後。

(三) 標點符號的使用：

1. 中文標點符號一律用「全形」輸入。

2. 正文中，書刊名及篇名的標點符號使用範例：

中日文書刊名：《客家研究》

西文書刊名：*History and the construction of Hakka identity*

中日文篇名：〈客家社會大伯公信仰在東南亞的發展〉

西文篇名：“Folk Buddhist Tradition in Meixian Area”

(四) 標題：

1. 中文大小標題以一，(一)，1，(1)，(i) 為序。

2. 西文大小標題以 A，1，a)，(1) (a) 為序。

(五) 分項：內文中之分項以 (1)、(2)、(3) … 表示；再來以 ①、②、③… 表示。

(六) 引書範例：

1. 不獨立起段：

羅肇錦教授說：「舉凡創作用客家思維，而寫作時情感不離客家社會文化，這樣的作品就是客家文學。」

2. 獨立起段：標楷體，不用引號，且每行行頭縮兩個字。

張維安教授指出：韋伯所謂的「價值中立」一詞，實際上隱含著他本人對多元價值的體認與尊重。

3. 引書結束後加註出處：

客家人移民之初的生活條件，由於耕地的缺乏與糧食的不足，驅使他們因地制宜，從事茶葉的生產以增加經濟的收入（張翰璧 2000：116）。

4. 引用書目：直接將作者、出版時間、頁數寫在正文中適當位置。中文著錄作者用「姓名」，西文著錄作者用「姓」即可。

範例 1：

（徐正光主編 1991）、（莊英章 1994：269-272；江運貴 1996：312-313）、（Sanders and Nee 1996）、（施正鋒 1994：280-291）、（Batson et al. 1986, 1973）、（Alba et al. 1999；Ainsmorth-Darnell and Downey 1998；Fejgin 1995：55-56；張茂桂、徐良熙 1992）

範例 2：正文中已有作者姓名

蔡淑鈴（1988：11）、黃紹恆（2000：85）、Fisher（1975, 1982, 1984）、邱榮舉（1987：122-141）、Featherman and Hauser（1978）、范振乾（1998）

5. 論文均於文後以條列方式逐項列出引用文獻（請勿以文後註釋方式）；引用文獻格式務必與引書範例一致。

（七）附加原文的寫法：

1. 一般用語：

族群經濟（ethnic economy）在古典社會學家眼中，曾經具有重要的理論意義。

2. 專有名詞：

在《口述歷史》（Oral History）一書中，湯普森教授（Paul Thompson）…。

（八）圖版、插圖及表格：

1. 排序：

圖版 1，圖 1，表 1；圖版 1-1，圖版 1-2；圖 1-1，圖 1-2；表 1-1，表 1-2；或 Plate 1，Figure 1，Table 1；Plate 1-1，Plate 1-2，Plate 1-3；餘則依此類推。

2. 圖表名的位置：圖名、圖註在圖下方；表名在表上方，表註在表下

方。

(九) 數字寫法：

1. 年代、測量、統計數據以阿拉伯數字著錄。餘者，十以下的數字以國字著錄，十以上以阿拉伯數字著錄。四位數以上數字加四位數撇節法。範例：

85 年間所進行之第一次調查，其樣本係依分層三段隨機抽樣法抽出，共有 2,100 人。

2. 屬於一連串的相關數字群，全文統一用阿拉伯數字或國字表示，切勿混和使用。範例：

已婚者請回答第一題至第六題，未婚者請回答第七題至第九題。

已婚者請回答第 1 題至第 6 題，未婚者請回答第 7 題至第 9 題。

- (十) 簡稱：第一次出現時需用全稱，而以括弧註明所欲使用之簡稱，第二次以後出現，即可使用所訂之簡稱。

(十一) 附錄

1. 附錄置於參考書目之前，如有兩個以上時，依國字數字之順序分別註明「附錄1」、「附錄2」…，或Appendix 1、Appendix 2…。
2. 最好有標題，如有標題，格式如「附錄1：清代台灣大小租業之性質與成因」。

(十二) 參考書目：

1. 論文正文中所引用之文獻，請在參考書目中列出，若論文正文未引用之文獻，請勿列入參考書目中。
2. 先著錄中日文，後排西方語文。
3. 中日文參考書目依作者姓名筆劃排序，西文依字母順序排序。同一作者有數筆參考書目時，從第二筆開始，以一橫線(底線)代替作者姓名，並依出版年代排序；同一作者同一年有數項著作時，再以a、b、c…排序。
4. 著錄格式：依序為作者全名，出版年(西元)，再依序為篇名、書名、叢書名、頁次、出版地、出版者等項。
5. 作者於三人以上時，僅列出第一位作者，餘者以「等」或「et al.」

表示。

6. 範例：

(1) 專書：

格式：(中) 作者，年代，《書名》。出版地：出版者。

(英) Author's Name, Year, *Title of the Book*. Place of Publication: Publisher.

範例：丘昌泰，1995，《公共政策》。台北：巨流。

王甫昌，2003，《當代台灣社會的族群想像》。台北：群學。

吳學明，2004，《從依賴到自立——終戰前臺灣南部基督長老教會研究》。台南：人光出版社。

Kuhn, Philip A., 1970, *Rebellion and Its Enemies in Late Imperial China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

(2) 專書論文：

格式：(中) 作者，年代，〈篇名〉。頁碼，收錄於○○編，《書名》。出版地：出版者。

(英) Author's Name, Year, "Title of the Article." Page numbers in *Title of the Book*, edited by Editors. Place of Publication: Publisher.

範例：羅肇錦，2002，〈客話祖源的另類思考〉。頁 407-421，收錄於賴澤涵編，《客家文化學術研討會論文集》。台北：行政院客家委員會。

張維安、黃毅志，2000，〈台灣客家族群的社會與經濟分析〉。頁 179-207，收錄於徐正光主編，《第四屆國際客家學研討會論文集：歷史與社會經濟》。台北：中央研究院民族學研究所。

賴澤涵，1982，〈我國家庭的組成，權力結構及婦女地位之變遷〉。頁 383-404，收錄於陳昭南等編，《社會科學整合論文集》。台北：中央研究院三民主義研究所。

Feuchtwang, Stephan, 1974, "City Temples in Taipei under Three Regimes." Pp. 263-303 in *The Chinese City Between Two Worlds*, edited by Mark Elvin and G. William Skinner. Stanford: Stanford University Press

(3) 期刊論文：

格式：(中) 作者，年代，〈篇名〉。《期刊名》卷號(期號)：頁碼。

(英) Author's Name, Year, "Title of the Article." *Title of the Book*, volume number (series number): page numbers.

範例：蕭新煌，2002，〈台灣民主轉型中的族群意識變化〉。《香港社會學報》3: 19-50。

鍾榮富，1998，〈客家話研究的過去與未來發展〉。《漢學研究通訊》17: 289-307。

江明修，1995，〈公共行政社區主義的理論與策略：整合國家與社會〉。《國立政治大學學報》70: 159-195。

Donald Sutton, 1990, "Ritual Drama and Moral Order: Interpreting the Gods' Festival Troupes of Southern Taiwan." *Journal of Asian Studies*, 49:553-554.

(4) 會議論文：

格式：(中) 作者，年代，〈論文名稱〉。論文發表於「研討會名稱」，地點：主辦單位，會議期間。

(英) Author's Name, Year, "Title of the Article." Paper presented at the Name of the Conference, Place, Date.

範例：劉阿榮，2003，〈地域、族群與休閒文化產業：台灣閩、客、原住民案例之比較〉。發表於「全球話語客家文化研討會」，廣東：梅州嘉應大學，2003年12月19-22日。

彭文正，2003，〈族群認同、語言使用與客家電視〉。論文發表於「關懷與期許：客家電視對社會之影響」座談會，

台北：國立中央大學客家社會文化所、國立中央大學客家研究中心，2003年10月19日。

潘朝陽，2001，〈土地崇拜的空間示意與景觀詮釋－以苗栗區域土地公祠為例〉。發表於「近代中國的視覺表述與文化構圖，1600迄今」學術研討會，台北：中央研究院近代史研究所文化思想史組，2001年5月31日-6月1日。

Suenari Michio, 1998, "Comparison of the Earth God between the Hakka and the Vietnamese." Paper presented at The Fourth International Conference on Hakka Studies, Nankang, Taipei, Taiwan: The Institute of Ethnology, Academia Sinica, November 4-7, 1998.

(5) 博、碩士論文：

格式：(中) 作者，年代，《論文名稱》。發表地點：校系名稱博碩士論文。

(英) Author's Name, Year, *Title of the Dissertation*. Unpublished doctoral dissertation, the Name of the University, Place.

範例：楊聰榮，1992，《文化建構與國民認同：戰後台灣的中國化》。

新竹：國立清華大學社會人類學研究所碩士論文。

Nordtvedt, Joel Thomas, 1997, *A search for well-being in the hakka chinese view of the spirit world: hakka christian responses (taiwan, folkreligion)*. Ph.D. dissertation, Trinity Evangelical Divinity School of Trinity International University, IL.

(6) 其他：

範例：鍾肇政，1985，〈研究客語的經典 簡介「客家話」〉。聯合報，第八版，1月23日。

陳信木，2003，《台灣地區客家人口之婚配模式：世代、

地理區域、與社經地位比較分析》。行政院客家委員會獎助客家學術研究計畫研究成果報告。

U.S. Census Bureau, 2003, "Table 028: Age-specific fertility rates and selected derived measures." In *IDB Data Access-Display Mode*, <http://www.census.gov.tw/ipc/www/idbprint.html> (Date visited: July 17, 2003).