

# 2013 年客家電視台經營報告



## 壹、年度規畫與執行

### ■ 客家電視十週年系列企畫

樹之年輪，刻畫歲月遷徙；客家電視，紀錄客家時光。

十年，因為有你，讓我們分分秒秒豐實客家。

十年，感謝有你，讓我們時時刻刻鐫刻客家。

在不斷的思考著「明年該做些什麼？」中，客家電視已經十歲了。走過第十個年頭，客家電視要如何和觀眾一起度過？要如何告訴觀眾「十年」的客家電視，是許多人孜孜矻矻爭取來、夙夜匪懈累積來的。於是，客家電視以「時時刻客」為題，規畫十週年「時時刻客」特展，期待鄉親了解客家電視一路走來的過程；舉辦十週年「時時刻客」音樂會，分享客家電視兢兢業業的成果；拍攝「裝滿的生活時光」系列微電影，傳遞客家電視與觀眾間綿密的記憶與情感。

### 十週年「時時刻客」特展

十歲的客家電視要讓大家看見這一路走來的筭路藍縷，要讓新朋友認識我們、讓舊朋友回憶美好時刻。因此，客家電視在臺北市客家文化主題公園近百坪的場地，策畫了為期兩個月的十週年「時時刻客」特展。

凡走過必留下足跡，我們整理出十年來的點點滴滴，最經典的影像與照片，透過靜態陳列、影音播放與多媒體互動形式呈現。數百筆的大事記要一字排開，記憶著每一個重要時刻；數百個節目名稱從天花板串聯而下，刻畫著客家文化與生活；近百個合作夥伴的名字絹印在畫布上，見證了每個節目背後的堅持與付出。從數十筆獲獎事蹟與獎座，我們分享一步一腳印爭取來的榮耀與肯定；從百餘張照片，我們細數客家電視開播時的熱鬧非凡，《鬧熱打擂台》的精益求精，《村民大會》、《風神舞台》踏遍客庄千山萬水的足跡，還有主播奕蓉、盛言從青澀到沈穩的模樣等。

在特展期間，我們以影視製作為核心能力，精選膾炙人口的精彩節目於現場播送；積極創造互動，每日舉辦闖關活動，讓參觀民眾透過學習單認識客家電視；每逢假日舉辦的「ㄣ牯ㄣ牯咕咕咕」劇場表演與唱唱跳跳同樂會、「看到快快講」客語大PK、小小記者體驗等活動，讓大小朋友與客家電視接觸零距離。客家電視所有同仁輪值熱情導覽、聆聽意見，客製紀念照片，讓民眾留下美好回憶……，從大概念的設計到小細節的落實都悉心以對，相信來訪的五千多位民眾的都可以看見、聽見、感受客家電視的誠意，並深深的將客家電視烙印在心裡。

從屏東遠道而來葉先生覺得絕對不能錯過客家電視十週年活動，特地北上參觀並提供意見，他說：「我們好不容易有客家電視，一定要大力支持。」新店的陳媽媽帶著兩個女兒參加「ㄤ牯ㄤ牯咕咕咕」劇場，因為，有機會見到電視上的小牯與小鷗，是孩子們最盼望的事。另外，曾經接受過客家電視採訪的溫送珍、徐鴻煥、賴碧霞等前輩與工作夥伴們都前來給予我們鼓勵與建議。這些來自各方的祝福，讓我們感動不已，客家電視除了感謝還是感謝。

## 十週年「時時刻客」音樂會

十歲的客家電視要讓大家看見節目製作的能量與工作團隊的熱情，展現客家電視不僅是族群頻道，更是一個屬於全民的電視台。於是有別於過去著力客庄，這一次，客家電視的舞台搭建在臺北、臺東、臺中、高雄四個都會區，以最能穿透人心、縮短距離的音樂會形式來接觸群眾。

我們準備了許多精彩又經典的節目內容與民眾分享，邀請十年來參與客家電視的歌手、藝人共襄盛舉。林生祥、謝宇威、劉劭希、鄧百成、溫尹嫦、曾雅君、黃鎮焄…等金曲歌手以連續劇主題曲串連客家電視的點點滴滴；羅茵茵、李秋霞、王鳳珠、林展逸與各地山歌老師詮釋道地的傳統山歌；唐川、謝小玲、張春泉、宋明翰以妙語如珠的相聲與竹板快書說唱客家電視的經營與成長；雞超人與「芹菜姐姐」鍾依芹的勁歌熱舞炒熱現場氣氛；羅時豐、張馨月、張善為、榮興客家採茶劇團等長期相挺的藝人朋友也義不容辭前來助陣。

四場音樂會巡演由客家電視同仁總動員，一同支援十週年「時時刻客」音樂會，無論是負責舞台、節目內容的任務，還是招待前來欣賞的觀眾，每個人的臉上都流露著投入的熱情，以及對於十週年盛事的責無旁貸。

一大清早就從楊梅趕到臺北會場的彭先生說：「我來不及索票，特別來排候補，每天都看客家電視，即使今天無法欣賞音樂會，也要來這裡給工作人員打氣。」而在臺中新光三越百貨前觀賞音樂會的陳小姐說：「從來沒有想過客家歌這麼好聽，回去會開始收看客家電視。」觀眾的回饋與掌聲，成為我們跋山涉水四地巡演最大的動力。

或許數千位的觀眾參與不算多，但走向都會區、展現節目質感，讓客家電視向前跨了一步；爾後的十年，我們不僅要做一個屬於客家人的電視台，更要成為一個屬於全民接觸客家文化與語言的最佳渠道。

## 微電影「裝滿的生活時光」系列

十歲的客家電視要讓大家感受「我們的時光、我們的生活、我們的電視台」的品牌印象，要讓客家電視，是電視台，也不只是電視台；是一個與民眾一起呼吸、一起生活的電視台。

客家電視就像是一個「箱子」，一個收集屬於客家的記憶、情感的箱子，裡面有著人生百態、喜怒哀樂，每一段影像、每一個聲音都蘊藏著生活與時光的軌跡。以這樣的概念，我們邀請李鼎導演成為工作夥伴，蒐羅十年來觀眾表達的意見與同仁接觸的感想做為故事藍本，拍攝了「裝滿的生活時光」一系列共四部的微電影。

「跟你有秘密」篇以共有的《奧林P客》情感記憶拉近父女親情，「延續自己的聲音」篇以追尋阿公秘密之旅展現客家電視延續語言與文化的責任，「懂你的密碼」透過美麗的交會、動心的巧合帶出客家電視的頻道位置，「聊聊的好朋友」則以溫馨的方式詮釋客家電視如同朋友般的角色。網友飛飛在部落格上分享了這四部影片，她說：「很喜歡這樣生活化的表達方式，敘述著客家電視的演變與進步。」曾先生則在FACEBOOK上留言：「看著『阿公的心聲』，就像尋著我的老師。阿公為客家的奮鬥，紀錄下以前所見。盡豐富，盡感心。」

作為客家電視十週年形象廣告，這四部微電影跨越了族群與語言的鴻溝，以共同的記憶、共有的情感打動人心，同時傳達了客家電視成立的目的與意義。其中，「延續自己的聲音」篇入圍時報廣告金像獎，並榮獲電視金鐘獎頻道廣告獎獎項，評審評語寫道：「創意概念切和傳播目標，訴求精準。其系列廣告皆有『裝滿時光秘密的箱子』，富趣味性與記憶度。」評審肯定的不僅是客家電視的頻道廣告，更是肯定客家電視十年來傳承客家語言與文化的努力，這項獎項對創台十週年的客家電視別具意義。

客家電視十週年，我們以「時時刻客」為主題，文案寫著：「樹之年輪，刻畫歲月遷徙；客家電視，紀錄客家時光。十年，因為有你，讓我們分分秒秒豐實客家。十年，感謝有你，讓我們時時刻刻鐫刻客家。」真的，因為有鄉親、有演員、有主持人、有主播、有記者、有導演、有領班、有配音員…，有無數的幕前幕後參與者與協助者，客家電視才有今天。

## 十週年「兒少」、「腔調」、「啟動」專案

十歲的客家電視回顧過往的足印，也要展望未來。十年之間，我們製作過百餘個節目，服務過千百萬觀眾，獲得過四百多個國內外獎項的入圍的肯定，但我們的腳步從未停歇。走過第十個年頭，對客家電視對同仁來說，「思考下一個十年」，是歡慶週年之際最重要的課題。於是，我們展開了以「啟動」為主軸的廣納意見行動，以跨部門的思維，分就「兒少」、「腔調」及「啟動」三大面向議題進行訪問與討論，希望能為未來十年找到些許微弱的前路星火。

透過收視行為調查發現，年輕一代孩子幾乎不看客家電視，對於客家電視來說，是我們要積極攻克的一座山頭，因為未來的世界，他們就是主力，也是客家的未來。「兒少」專案小組要討論的就是「到底孩子們需要什麼樣的客家電視？」於是，展開了以兒少節目為核心議題的九場座談會，又一次進入國中及國小，邀請孩子們自己表達對客家電視及節目的意見。

從孩子的言談中讓我們知道「語言」不是收視意願的主要考量，而節目內容的「搞笑」、「幽默」、「趣味」元素成爲關鍵因素，孩子們的心聲將是客家電視未來要深思的課題。

大埔、饒平、詔安，甚至是南四縣，都是消失危機較爲重大的腔調，不只是那些腔調的長輩們爲此感到憂心，客家電視同樣感受這樣的急迫。「腔調」專案小組分別前往東勢、卓蘭及雲林等這些腔調所在的地區，一方面在街頭訪問收集意見，另一方面與當地的文史工作者座談，並透過製播《平安大集合》特別節目，希望找到客家電視再努力的方向。

大埔腔的林先生認爲：「『語言』會影響看客家電視意願，如果對電視內容沒有興趣，再加上是不熟悉的腔調，就很自然的會轉台。」詔安腔的李先生建議可以用雲林在地的人事物，當成戲劇的題材，推廣詔安客語；饒平腔的劉先生則是提出製作針對饒平發音的教學節目，讓饒平腔不再南腔北調……。不同腔調的鄉親們對自己的腔調有一定的堅持，也對客家電視寄予厚望，這也將是未來十年客家電視要關心的層面。

而「啓動」專案小組也展開由內而外、由下而上的意見討論。我們走訪客庄，透過一次次訪談，尋求鄉親與意見領袖對節目內容、語言運用與人才培訓的想法。新竹的戴女士建議節目要能提供更多讓鄉親表現的機會，屏東的林先生覺得持續培養客語流利的主持人是當務之急，桃園的陳老師則是建議要提供孩子展演的舞台，讓孩子有機會接觸客語、表現文化……。上百則的意見，讓我們聽見鄉親的殷殷期盼，也點出客家文化、語言、人才傳承所面臨的困境，也是未來十年客家電視要面對的議題。

面對語言與文化逐漸流失的客家，面對一個仍是標案，仍沒有法源，預算仍是四億等種種現實條件的限制，承載客家鄉親的期待，客家電視的每一位同仁沒有找藉口、也沒有躲避的權力。只有每天精進，將原本就在做的，做的更好；還沒做的，就著手規畫去做。因此，我們清楚的知道，堅強的工作信念與工作團隊是成就客家電視的基石。

於是，我們對內展開跨部門同仁的意見交流，從工作條件建議、節目創意發想到共築願景目標，你一言、我一句地進行熱烈的討論；會議中同仁提出的具體意見包括跨部門合作以激發創意，藉由聯誼活動以深化團隊情感與默契，改善工作流程以提升工作效率等，都是希望客家電視好，還要更好。在相互交流的同時，我們凝聚了客家電視夥伴的共識，加強了工作信仰，養蓄了團隊向心力，期望讓客家電視的每一個腳步都能穩固踏實，爲下一個十年邁步向前。

2013年，一整年的「啓動」專案，透過座談會、節目錄影、採訪、共識營等媒介，累積上千人次的建議，深度挖掘客家電視下一個十年的可能，企圖將客家電視累積十年的功夫，作爲展開下一個十年的準備。

## 貳、節目服務

### ■ 「移動」之舞，如繁花般燦爛

物理的移動是速度，人類的移動卻是文化，祖先們的移動刻痕，成就今日我們探索的長年透天祖公業。

客家的祖公業，是語言，是在地特色，腔調的傳遞、在地的彰顯，亦將這一代留給後代的百年祖公業。

延續祖公業，是客家電視最重要的志業。

在「移動」中寫下數百年歷史，客家先輩們爲了給後代更好的生活及未來，勇於和時代及環境拼搏，也寫就一篇篇繁花似錦的史詩，2013年，客家電視以不同型態的節目，企圖開展每個篇章。

### 記憶與經驗，創造《阿婆的夏令營》

以戲劇結合新移民及親子、弱勢關懷等多元素材的《阿婆的夏令營》爲「移動」主軸揭開序幕，是一個都市小孩到花蓮阿婆家過暑假的故事。因爲父親移居臺北，孩子又在父親對故鄉的思念，回到故鄉。而透過這樣的時空移動的故事，放進了身心障礙成人的婚姻問題、偏鄉就業的難度造成青壯人口外移，獨居老人增加、婆媳觀因時代而不合的問題、都市房子如天價的現狀……，都在這部戲中，以輕鬆的方式表現出來。

《阿婆的夏令營》播出後，收到許多觀眾的來電，希望可以出版DVD，觀眾葉太太還說，她看了這部戲，終於知道可以透過孫子，來化解她與媳婦相處時的格格不入了！聽到這番話，欣慰之餘，同仁們覺得這是戲劇的附加價值！

### 關懷與探討《死了一個國中生之後》

跨國婚姻之子人數快速成長，已經成爲台灣主要族群之一，而這群因婚姻而移動所產生的教育、文化及社會問題值得關切，《死了一個國中生之後》是爲探討這個趨勢而製作，結合新移民、弱勢關懷及未來趨勢等多元議題的優質戲劇。

從台灣劇曲學院找林嘉瑋等有潛力的年輕演員演出、將社會關懷放進劇本中，種種的用心透過金鐘獎得到肯定，《死了一個國中生之後》入圍四項金鐘獎獎項，其中還包括戲劇節目獎及第一次演戲就入圍男主角獎的嘉瑋。

## 等待與傾聽《零下四十度的思念》

《到外婆家FUN寒假》是公視、原視與客家電視共同製作的節目，以台灣眾多新住民帶孩子回娘家為主軸，而展現出來另一種移動面向。爲了尋求適合節目的新移民親子，兒少組打了上百通電話，訪談過上百位孩子，找到外婆家在內蒙古的小彤，完成了《零下四十度的思念》，以及外婆家在泰國的梁雅琪，拍攝了《青木瓜的滋味》。前者在2013年獲得芝加哥國際兒童影展紀錄片類首獎、第八屆美國尤金國際影展年輕觀眾票選最佳短片獎、台灣國際民族誌影展入選影片。而獎項背後代表的除了榮耀外，更是這部片子觸動了不分國籍，所有人感受的經驗。

「婚姻」把一個女人帶到另一個世界，這女人再把原來土地上學習的東西，在另一世界生養孩子，母親是一個傳遞者，一個溝通者，牽連著相距萬里的親情與先天氣質或是基因。

《零下四十度的思念》裡的八歲小孩叫小彤。小彤媽媽是內蒙人，已十年沒有在冬天回娘家，因此這一趟回家娘家的旅程，是小彤媽媽的想念之旅，也讓小彤體會到媽媽的童年是如何的一片冰封嚴冬，也爲生長在台灣亞熱帶、土生土長的製播團隊，帶來相當大的考驗與震撼。在零下35至40度間，冷得連攝影機因太冷而當機…，但一進到滿滿是小彤外婆及眾多親友的屋內時，卻又感受到無比的溫暖，不僅是人情的暖，真的是連溫度都是暖的。

這對母女及其家人有著色彩飽滿的故事及流利的口語表達，外在極難的生活條件下，讓他們對人、對世間有著直接的、明快的生命態度，在短短的拍攝過程中，只須安靜的等待及細膩的傾聽…小彤母女就自個成就了這部零下四十度的驚豔。

### 「重要之物」濃縮出的「異地韶光」

《異地韶光》是另一種不同型態的移動故事，30位海外客家移民的心情，拍成了充滿人生況味的移動故事。

對於移居世界各國的客家鄉親來說，來自故鄉的消息總是親切可喜，因此，每年世界各大洲都會舉辦客家年會，只要允許，客家電視都會派員參加年會，以便了解世界客家鄉親動態，同時也將客家電視和台灣客家動態和海外鄉親分享。因此，趁著參加「歐洲臺灣客家聯合會第三屆年會」於維也納舉行之便，客家電視前往當地拍攝《異地韶光》節目。

短短五分鐘的《異地韶光》由鄉親娓娓道出在離鄉背井海外打拼故事，也請鄉親分享他們當年離家時，所帶的最珍貴的物品，如傳家的卷軸、媽媽的照片、小時候的獎牌、與父親的往來書信、祖傳的風水羅盤等這些珍藏數十年寶物，就是他們藏在內心的鄉愁與未完成的夢想。

## 記錄客家遷徙的「移動」系列紀錄片

客家人的移動是《邊界移動200年》、客家人的山歌是《山歌一條路》、如果有客家產業，那必然是《一心二葉終歸鄉》的茶葉，三部紀錄片，記錄的是不同面向的客家移動史、音樂史與產業史。

《邊界移動200年》是客家電視與任教於政治大學新聞系的鍾適芳老師和她的學生以及印度當地的影像公司跨國合作製作的。值得一提的是，這部記錄印度客家移民辛酸史影片，從18世紀末華人首次移入印度，歷經英屬印度時期、印度獨立時期等，在政局更替中，客家人如何面對政府的壓迫下安身立命的過程。難能可貴的是，我們找到史料並製作了一段鮮為人知印度侵華的史實。在影片裡，亦記錄了當年移居印度的湖南人皆從事補牙工作、山東人賣絲綢、客家人則製作皮革…。然而，時代終會改變，當這些行業逐漸沒落，新一代出生，站在新體制及新潮流的浪頭上時，他們如同早年移居印度的祖先，努力的尋求符合這個時代的行業及步調。

《山歌一條路》則是歌手黃連煜的鄉愁之旅，在創作遇到瓶頸時，這位創作經歷豐的客家音樂人選擇回到自己最深層的鄉情中，想順著家族的遷徙之路，回頭看客家山歌的源頭與變異，以提昇自我的創作領域。因此在影片中，可以看到中國各地老鄉唱山歌的天籟之聲及厚實的環境，如此的信手捻來的歌謠，真是大地上的瑰寶。

《一心二葉終歸鄉》深入了解台灣的茶產業與客家的關係，發現在臺東、花蓮兩地的茶產業，都是分別由新竹關西及桃園龍潭的百年茶家族後代，因要尋求更好的發展，移居花東地區後，在該地所創立的。

紀錄片的拍攝常需經年累月，從資料搜集、田調到確定拍攝主題、開始記錄拍攝，字面上的「一心二葉」，卻是我們的最大誠意。自開始啟動製作，到2013年5月拍攝完成，歷經一年多的時間，完成臺東茶移民的故事《一心二葉終歸鄉》。拍攝期間，剛好自新竹關西移民臺東的溫家老母親的骨灰要回關西入祖墳，這也讓我們了解，無論走到哪裡、走多遠，客家人都要回到最初蘊育自我的那個「家」，即使他鄉已經成為子女們的故鄉，客家人，仍無法忘卻根之所在，我們「終歸鄉」。

為了和鄉親分享，我們特地在也是茶鄉的桃園龍潭社區公開放映過，當溫家老母親的骨灰回家畫面、音樂一出，現場的觀眾紛紛拭淚，我們可以感受到鄉親對於移動萬里根仍在的感動。

## 當「馬可波羅」碰上「歐陸特快車」

為了呈現不同觀照角度的「移動」，除了自製節目外，購片組也努力尋找世界各國優質



影片，再配上客語播出，德國的《馬可波羅再啓程》與日本的《歐陸特快車》就是二部極爲優質的作品。《馬可波羅再啓程》以紀錄片的方式，重返700年前史籍中馬可波羅東遊的路線，看見土耳其、敘利亞、伊朗等中亞各國及中國。節目從主持人出發前在威尼斯找到裁縫師，瞭解當年馬可波羅在長途旅行時所穿的服裝開始，出發後一邊攝影又一邊與當地人訪談，帶領觀眾看見歲月帶給這些國家的遞嬗變化。

購自日本的《歐陸特快車》，則是以鐵路移動手法刻畫歐洲各國風貌。旅途中，配合主持人導覽認識當地特色文化，明媚風光、悠久古蹟、風味美食等不在話下，與各國觀光客的互動交流，看見跨文化的地域交流，則是這部片子裡著實精彩的一頁。

客家電視的「移動」，只是一年的主題，我們祖先的移動，造就了數千數百年的燦爛，當然無法透過這些節目窺透全貌，未來客家電視仍會製作更多有助理解客家面貌的好節目，爲了前輩客家、當代客家及未來客家。

## ■ 在地人，說在地事

在地人、在地事、在地腔；是尊重、是精彩、是多元。這也是客家電視作爲族群頻道必須遵守的重要精神。

對少數腔調的尊重，如同客家電視在全民的支持下成立一樣，客家電視近幾年也一直著力在客語少數腔調的存延工程，大埔、饒平、詔安及南四縣腔的傳承，在2013年全面啓動。

美濃、內埔、麟洛、竹田、萬巒及佳冬，南部六堆的六個鄉鎮，雖然有著相通的客語，卻各有不同的人物風土故事。對北部的台灣人來說，六堆，可能只是個地名而已，於是，客家電視製作了「南風。六堆」系列劇集，第一個六堆人、六堆事、六堆腔的戲劇節目，一則是爲了強化南部客家與客家電視的接近，更重要的是，增加南四縣客語的露出。

由六位風格不同的導演，拍攝六個貼近土地的故事。製作期間，導演和劇組一塊南下駐地三個月，進行紮實深入的田野調查，透過和鄉親一起生活，找到屬於六堆地區的人文故事。

### 發掘更多在地的夢想

鄉親的故事，就要鄉親自己來說。爲了找到合適稱職、又能說道地南四縣客語的演員，我們分別在屏東及美濃地區舉辦在地素人演員徵選。此一創舉，獲得六堆鄉親的熱烈參與。鄉親們積極投入，也意外地發掘出多位在地優秀的表演人才。例如《竹田車站》劇中的「紅利」，以及《檳榔樹蔭下》飾演阿明一角的張敏瑛。

代表內埔的《檳榔樹蔭下》的場景中，一株株檳榔樹，在湛藍的天空下昂然佇立，有股

硬頸不屈的氣勢。甫喪獨子的檳榔老農阿明，對著從臺北回來奔喪的女兒說：「年少時是一塊田，現在也是這塊田，都種一輩子了，有什麼好保重的？」女兒無言望著老爸背影，又聽他叨叨絮絮唸道：「你們全都出去了，都沒有人在家…」。

接著，阿明，和回鄉當牙醫的女兒阿娣，爲了檳榔致癌的問題起的爭論。阿明操著道地南四縣腔客語教訓道：「我沒有妳這個碩士這麼有學問！妳才剛回來，家鄉的狀況都不了解，不要用臺北人的想法來批評這裡！」

透過幾個場景，道盡了南部地區的人口、家庭、及產業等現況，也能讓全台灣共同感受屬於六堆的感動。

爲了讓更多南部鄉親參與，「南風。六堆」拍攝完成後，行銷部特別規畫於屏東內埔及萬巒舉辦兩場返鄉見面會，邀請參與演出的演員和鄉親一同觀賞自己的第一次優秀的演出。旅居臺北的六堆鄉親也沒被遺忘，我們在臺北光點舉辦記者會，邀請了六堆鄉親一起欣賞故鄉的故事。

我們很高興，因爲誠意被看見了。美和科技大學邀請客家電視同主辦「2013眷客屏東臉譜影展」，深度演譯南部語言風土的「南風。六堆」在屏東地區進行連續六週的巡演，客家電視把在地參與的感動回饋給鄉親，也是對南部鄉親的一種致敬。

## 架一座對話的橋梁

若說戲劇動人之處是在地人的心，那麼，新聞則鏡射出在地人的眼。三百多次下鄉採訪，到各地客庄巡迴，囊括在地產業經濟、生態環境、校園教育等各大議題，深入傾聽在地人聲音的《村民大會》，可說是現有媒體中唯一完全在地觀點、關切在地生活的新聞論壇節目。

在地議題幾乎被商業電子媒體忽略，客家電視的新聞卻是以客庄焦點爲核心，同時著力於積極擴大公民參與，落實公眾的媒體近用權，對於弱勢團體、偏遠地區等少數公民的權益給予關注，讓在地鄉親也能有與學者對話、公部門溝通、表述心聲的機會，並期許公部門能透過節目的反映，對亟需改善的問題積極處理，是《村民大會》所要扮演的角色。

從紅火蟻入侵，到美濃究竟要不要蓋國家公園，從關切花蓮地方政府無預警地停辦農民種稻申請，到六堆產業如何提升？從農民反對大安大甲溪聯合輸水工程的興建，到關西廢棄物掩埋場的抗爭……不管走到哪裡，「感謝客家電視來關心我們。」是《村民大會》下鄉時普遍獲得的回應。

隨著時代變遷，《村民大會》的議題也愈來愈受到許多返鄉耕耘的年輕人的重視，也有很多非客籍人士的關切，這都證明了，有質感有深度的服務性節目，是不會受到語言不同的

侷限。而《村民大會》也將一秉過去，跑遍各個客家村落探討公共議題的精神，持續關懷客庄大小事。

### 呈現南部觀點的驕傲

在地新聞議題激化了人與土地的關係，而小人物的故事則讓觀眾更加體解在地人的生活，以在地故事為核心的策略，讓客家電視新聞成為鄉親身邊的頻道，大學畢業回鄉做老人長照的年輕人、做資源回收的阿公、從印尼遠嫁到台灣客庄的志工媽媽、一個月電話費高達四千塊的媒人婆、想找回香蕉產業風光的蕉農、跑遍新埤各地婚喪喜慶場子的阿秋綜藝團……，這些人並不知名，也非一定功成名就，卻是會令觀眾感動、同喜共悲的在地人。他們精采的生命故事，便透過《六堆常民人物誌》記錄觀點的介紹，一一呈現在觀眾眼前。

可貴的是，這些故事全來自南方影像學會——一群長年住在南部、以鏡頭關切庶民生活的紀錄片工作者。在原本影像資源相對貧乏的地方，鳴放出一朵朵瑰麗多元的花朵，呈現南部觀點的驕傲：「這絕不是臺北人在第一時間可以看到的故事！」

### 熱力四射的公益平台

同樣以南部觀點製作的，還有《福氣來了一好采風好所在》。在地活動訊息就此突破濁水溪，透過電視播送傳送全台。臺東的熱氣球嘉年華、甲仙拔河隊、美濃黃蝶祭……，一股股不輸臺北的四射熱力在地方上演。

「那個電視一播出，就收到好多好心人的**掃**手！」即將被鄉公所收回租約的高樹元氣館，便透過節目獲得熱心觀眾的援助，讓原本只為連結感情的電視節目，搖身一變成更寬廣又有意義的公益平台。媒體傳送的效果，在地人的熱情，融合成一股更積極正面的向上能量。

### 關心並發揚少數腔調

客語的傳承，向來是客家電視的工作重點。針對大埔、饒平和詔安等少數腔調族群，所製作的座談性節目《平安大集合》，便透過舉辦座談、客庄街頭訪問、節目錄影等活動，以客家電視為平台，促進更全面性的交流。一方面讓客家電視的服務更紮實、節目製作能量更豐沛，也善盡媒體近用功能，尤其是針對相對弱勢族群的需求。

「除了介紹大埔腔外，還是要讓大家喜歡東勢更重要。」這是參加《平安大集合》錄影的東勢鄉親一再強調的心聲。雖然也會收到針對不同腔調所製作的節目「數量」不夠多的意見，但大多數鄉親在乎的，還是希望節目的質感好、觀眾愛看，能將在地風情順利推廣出去。對鄉親來說，能提供在地觀點一個表達抒發的管道，讓少數族群得以發聲被看見，是當前客

家電視最能為他們著想之處。

## 擴大招募客語新血

作為全國唯一客語發音的電視台，致力於維護弱勢客語腔調族群之傳播權益，不單是電視媒體的責任，更是專業能力的顯現。近年來，客家電視已陸續培養了不少具知名度及優秀的客語配音人才，去年更首度至南部開班，期能讓客家文化呈現更多元的發聲。

「原來配音是件需要智慧、反應、技巧、情緒的一項艱難學問，因此我便提醒自己要好好學習、好好吸收。」「在南四縣配音班裡上課雖然疲累，不過只要想到這是很難得的機會，就會拍拍自己的臉繼續打起精神上課。希望活動能夠年年辦下去，也給客家注入更多年輕活力的新血。」學員上完課後的學習心得，不單激勵了客家電視招募新血的信心，也為電視台之永續經營打下堅實的基礎。

## 把客語化為音符

「頭擺頭擺，有一個人，去山上砍柴，分老虎吃掉了。嘿嘿嘿！騙你的啦！騙你的啦！」這首名為「騙你的啦」的客語童謠，是知名客籍音樂創作人林生祥的作品。

因為客語童謠具有利於客語學習、普及速度快、受歡迎等特色，學齡前兒童節目《ㄣ牯ㄣ牯咕咕》特別邀請了南四縣、海陸、大埔、饒平、詔安，約16位的詞曲創作者，一同參與童謠MV的創作。

創作內容包括客語詞彙中特別多的天時與自然的描述，還有孩子腦中單純又古靈精怪的各種想像。把客語學習轉換成一個個有趣吸引人的音符，透過連孩子都能輕鬆吸收的方式來進行母語學習，成為客家電視落實族群媒體客語傳播教育的一大特色。

對客家電視來說，「在地參與」不是名詞口號，是正在進行的行動，我們期待透過影像的傳播，成為在地鄉親的眼、耳、口、手，成為不同觀點與價值互動的橋梁，也成為溫暖所有熱愛土地與文化觀眾的一片光亮。

## ■ 提供多元角度，堅守土地及公民正義

導演齊柏林拍攝的《看見台灣》紀錄片上映後，關心台灣生態環境的聲浪，不斷在社會各界蔓延，事實上，關心台灣、關懷土地，也正是客家新聞十年來的堅持。

而過去曾經參加客家電視新聞評量的學者專家們，不只一次的說過，在地化的新聞是客家電視新聞與其他媒體的最大區隔。事實上，我們要很驕傲的說，不從網路找新聞，不靠爆

料找議題，我們從民眾生活裡找新聞，是客家電視新聞最大的特色。

### 多元探討，讓政策資訊明確

2011年日本311大地震，造成福島核電廠輻射外洩，世界各國開始正視核電廠的破壞與威脅，也引爆了全球各地的反核運動。其實在台灣，反核運動從1980年代就已經開始至今，直至2013年3月9日，由150個公民團體發起，全台約22萬人參與的反核大遊行，更加喚醒民眾訴求「非核家園」的目標。而在其他媒體將重點放在反核運動時，客家新聞製作了「核去？核從？」專題，進一步務實的從政府能源政策與再生能源的發展，探討台灣核能發電的必要性。

「核去？核從？」專題從能源發展深入分析，風力、火力、水力、太陽能、綠能、沼氣、養水種電等，是台灣目前所採用的發電方式，而從德國2022年前的非核目標為例，台灣是否能仿效德，透過多元的發電方式，逐步走向非核國家。

### 詳實報導，為土地伸張正義

核能政策，攸關這片土地的所有人民；而土地，則是人民賴以養生棲息的憑藉，客家新聞始終堅守公共媒體的角色與責任，為保護台灣的土地發聲。

從2001年苗栗大埔事件發生至今，堅守社會正義，完整追蹤、公正報導一直是客家新聞堅守的立場，客家新聞希望傳遞的不是只有「土地正義」字面上的意義，讓希望讓社會思考政府在講求拚經濟，建設科學園區的同時，對民眾的土地權與居住權的保障應該更完整。

近年來土地徵收的問題，各級政府層出不窮，當居住權與都市計畫相衝突，執政者與民眾要如何看待每項施政伴隨的損害與獲益，面對不合的政策時，又應該如何發動不服從運動等，這種種問題，都是客家電視應該關心的。《聚焦國際》特地製作從「公民不服從」運動探討「憲政體制內的抗議」，並以1849年梭羅撰文「公民不服從」，成為許多改革者採行的手段之理論出發，藉由各國的經驗與過程，邀請學者深入探究公民不服從運動的原則與影響力，並反觀我國在政治文化仍無法凝聚的同時，是否還有哪些可供參考以補不足。

大埔事件之後就是「桃園航空城計畫」，這項計畫徵地達3,200公頃，預計徵收一萬戶民宅，影響超過兩萬六千人，徵地、遷村規模影響之大，也引發在地與社會各界議論。在報導上，客家新聞秉持一貫初衷，不斷追蹤式的報導，讓觀眾了解航空城計畫是如政府宣稱的創造GDP成長3%、八萬個就業機會的經濟產值，還是影響人權、土地、財產、居住權。

除了新聞報導，《村民大會》也針對桃園航空城計畫，邀請政府部門代表、業者、學者、民間團體與在地鄉親，面對面溝通與交換意見，落實公民社會精神，傾聽在地的聲音。

## 食在安心，為消費者把關

食安問題是2013年台灣最重要的新聞事件，從混充米、毒澱粉、塑化劑、黑心混油、人工香精等等，與飲食有關的黑心事件，幾已成為每日新聞報導的頭條。

新聞部在食安議題上，亦進行總動員式的採訪，在《村民大會》方面，製作了「食在很毒」、「農夫市集」、「食現有機村」、「米不要再混了」等等與食品安全有關的議題探討，邀請農政單位、學者、民間團體、農民、民眾直接對話，共同討論台灣農業未來與飲食安全。

《客家新聞雜誌》特別製作了「吃天然，好難」專題報導，告訴觀眾在飲食中如何分辨化學添加物，而這些化學物質吃下肚，會對人體健康產生哪些不良的影響。專題中也探討了，政府食品安全的政策，對業者、消費者而言，能否做有效的規範與保障。也因此如此詳實而深入的報導，該則專題獲得2013年度「消費者權益報導獎」電視新聞類－專題報導獎優勝殊榮。

其實，土地不僅生產了糧食，也生產了文化，也因為有了文化，讓我們對族群有更深的認同與凝聚力。

新聞不只是報導每日所發生的事情，同樣的，也能成為文化的傳遞者，特別是以族頻道角色為重的客家電視。台灣25縣市，從北到南，從西到東，11位駐地記者深入客家庄，報導在地采風、語言教育以及文化藝術等，從在地觀點傳承客家，從多元報導讓非客籍者親近客家。

2013年，客家電視新聞部前往中國福建省沙縣，採訪當地特有民間藝術—肩膀戲。這項源自清末，具百年歷史民間藝術，曾失傳30年，直到八年前，被列為福建省第一批省級非物質文化遺產代表作項目，沙縣政府也成立「發現肩膀戲傳承與保護中心」，還設有幼兒園專門孕育小演員，努力重現傳統戲曲風采。

此外在沙縣夏茂鎮，老屋正廳不僅掛有堂號，老一輩的人都還身著藍衫，盛極一時的菸業，更曾為夏茂帶來可觀的收入，種種獨特的文化，都透露著夏茂與客家深厚的淵源。

除了中國福建，深圳市的觀瀾地區，在深圳市政府的特別保護下，以凌姓和陳姓為主的客家古民居，被保留下來並搖身一變，成為中國的版畫基地，形成藝術產業的指標。《客家新聞雜誌》的雄秀、靖維也走訪深圳市，一探號稱深圳「世外桃源」的觀瀾版畫村。

值得一提的是，深圳在觀瀾客家古聚落成立版畫基地後，中國版畫快速發展，目前正在興建全世界最大的版畫博物館，預計2015年落成，未來還要成立深圳版畫藝術學院。從深圳如何利用客家古聚落，打造藝術品牌，讓我們反思，台灣的「文創產業」，十年走來，留住了什麼，又創造了什麼。

除了中國之外，日本「瀨戶內藝術祭」也是今年文化專題著重的焦點，《客家新聞雜誌》前往日本本州、四國和九州之間的瀨戶內海採訪。在這個人口老化、外流嚴重的小島漸漸沒落，國際知名公共藝術策展人北川富朗，以海洋、島嶼為背景，找來藝術家和島民共同創作，為衰退小島注入活力，重塑地域價值。

回頭檢視台灣，近年來舉辦了不少藝文活動，希望活絡地方，不過被認為成功的似乎不多，如煙火般的活動，卻缺乏深層文化內涵與底蘊。透過「瀨戶內藝術祭」的深入報導，從地方發展的提升、農特產的推廣或是因為觀光客湧入對當地交通、環境的衝擊與應對等等做借鏡，期待能藉此提升「文化台灣」國際的能見度。

### **卓越榮耀，客家新聞十年有成**

卓越新聞獎、消費者報導獎、優質新聞獎以及台達電能源與氣候特別獎，是客家電視新聞在2013年交給鄉親及觀眾的成績單，記者們的努力獲得各界肯定，但在各界肯定的同時，好還要更好，是客家新聞致力追求的目標。

新聞部的每一位同仁，努力堅守自己的崗位，讓每日新聞、新聞類節目的成果被看見，不僅在客家庄被看見，而是在台灣、在兩岸，甚至在世界被看見，因為客家電視成立十年後，還有數十個十年、數百個十年……。

## 參、公眾服務

客家電視是一個族群頻道，也是一個公共頻道，除了提供優質的節目、傳遞多樣的資訊給觀眾之外，更重要的是成爲一個公眾服務的平台，提供各種訊息服務、分享媒體資源。

透過不同的形式、多樣的管道，我們以傾聽與溝通、接觸與互動、分享與交流讓所有人得以了解、認識甚至於運用客家電視，成爲一個屬於全民共享、共有的「我們的電視台」。

### 多樣形式接收觀眾意見

客家電視是一個願意傾聽、會花時間溝通的電視台。我們提供多元的接觸管道：客服電話、網路、傳真與信函等方式，讓每個人都可以表達想法與意見。我們視這些彌足珍貴的意見爲節目精進的最佳指南，無論是詢問、建議、批評與讚美，我們都虛心接納、認真看待、積極行動。

在全年收到的867件觀眾意見中，有六成的觀眾運用電話管道提供意見，客服人員以流利的客語、熱情的態度回覆鄉親的問題與需求，獲得許多讚賞與肯定，三日內完服的比例達到91%，全年服務滿意度調查，其態度、速度與解決問題三項滿意度爲99.1%，確實達到了「以客爲尊」的服務品質。

在各式各樣的意見中，今年以《福氣來了》與《客庄好味道》採訪的美食、人文與景點詢問度最高，占客服總量的三分之一，這也讓我們深感作爲客家的傳播媒體，要更努力挖掘與介紹客庄好吃、好玩、好風景、好人物給更多人認識，讓客家的生活與文化在吃喝玩樂中傳承發揚。

除此之外，觀眾也提供了許多節目製作的意見，像是新竹彭小姐建議《客家戲曲》節目應調整唱腔與播出時間；東勢詹先生對主播播報速度與咬字的建議；旅居美國的陳老先生對戲劇《阿婆的夏令營》具社會教化意義的內容表示讚美，臺北葉太太要給全客家電視新年鼓勵等，點點滴滴的意見都讓工作同仁有深刻的省思與感動，也時時提醒自己要做到「好，還要更好」。

一直以來，客家電視《與觀眾有約》LIVE節目與「傾聽觀眾的聲音」座談會是與觀眾溝通、聆聽觀眾意見的管道，亦是媒體實踐公共價值的創舉。

今年6月與12月《與觀眾有約》LIVE節目，除了向觀眾報告經營成績與節目規畫外，最重要的是現場接受鄉親CALL-IN的建議與鼓勵。新北市的李太太是《日頭下月光光》的忠實觀眾，一路伴著竹板快書的演員宋明翰長大，她特地打電話到現場打氣，希望他可以繼續爲客家說唱藝術堅持下去，這對一個戮力培植新人的節目無非是最大的鼓勵。住在臺中的彭小姐



雖不是客家人，但她覺得連續劇很好看，也喜歡看《鬧熱打擂台》，還參加了十週年音樂會臺中場活動，目前正在看客家電視學客語。南四縣腔的賴大哥建議客家電視要走出去，多做年輕人的節目；苗栗羅先生指出《鬧熱打擂台》的評審要具備公平性，同時應多鼓勵孩子參與…。從近百通的觀眾意見電話，我們獲得了許多中肯的意見，感受到觀眾的關心與肯定，也將把這些期盼與叮嚀轉化為全體同仁努力的目標。

另外，今年的「傾聽觀眾的聲音」座談會以兒童青少年節目為討論主題，前往新竹、臺中、花蓮、屏東四地舉辦，邀請在地的語言教育發展相關的社團意見領袖、學校師長家長共同參與，透過溝通與交流期望能製播更貼近兒童青少年喜愛的電視節目。老師們建議多提供《牯牯咕咕咕》作為學校客語教學教材，或製作有關客家諺語、俚語的節目，以每日一句的方法，讓小朋友以最簡單的方式學習客語、了解客語。也有老師希望客家電視能提供學生表演的舞台，讓學生能藉由節目的參與及表現，進而增加學習客語的興趣……，而這些意見我們都聽見了，也逐步將這些想法規畫成新年度的發展重點。

我們不斷地增加與鄉親直接對話的機會、分享客家電視所擁有的媒體資源，於是，持續製作開放展演舞台的《風神舞台》、《大樹下溜山歌》，活絡客庄活動與產業的《福氣來了》、《客家新聞雜誌》，讓鄉親表達心聲的《村民大會》以及提供海外鄉親情感連結的《海外鄉親慶團圓》等節目。因為，我們相信媒體的價值不僅僅在傳遞資訊，更在於關懷社會，關注公眾福利，服務群眾；唯有走入客家庄，把麥克風交給鄉親、把舞台讓給鄉親，才能讓客家電視的存在更具價值。

### 精心規畫歡迎來賓參訪

客家電視是喜歡與觀眾互動與接觸的電視台。走出電視機框，我們敞開大門，秉持「好客」精神，歡迎大家前來客家電視認識客家文化、體驗媒體趣味。

客家電視悉心規畫豐富的參訪行程，以親切熱情態度帶領每位貴賓走訪辦公室，了解客家電視經營特色、客家文化語言、體驗金鐘榮耀，並前往攝影棚、道具庫房、主控室與衛星天線，認識環環相扣的節目製作流程，透過90分鐘生動有趣的專業導覽，滿足每一顆好奇心，而參訪後的有獎徵答、深度座談都讓大家滿載而歸。

今年4,606位來自大專院校、小學、幼稚園、社會團體、親子團體與中國、新加坡等世界各地前來拜訪的好朋友，對客家電視之行留下深刻美好的印象。日僑國小的80位小朋友在參訪後寄了五大張卡片致謝；大部分的小朋友在感想中提到：希望下次可以再來參觀客家電視！而大石俊榮小朋友則表示，在參觀之後，讓他對電視行業產生了興趣；谷川彩香小朋友說，以前從沒看過客家電視，在參觀後回家會想要收看！而來訪的臺北曲藝團、曼都髮廊的來賓也異口同聲表示，參訪客家電視他們對客家文化有了更深刻的認識，也肯定客家電視的專業

堅持與表現更令人欽佩。

爲了服務無法親自到客家電視參訪的民眾，我們持續與新北市、臺東客家文化園區合作設立客家電視館，讓民眾不用到客家電視，也能體驗客家電視。

今年，我們特別加強館內展覽的互動性，例如：新北市客家電視館新增客語學習互動裝置，讓到訪民眾可以領略語言之美；而主播體驗也進化爲可錄影並傳送到電子信箱或社群網站，讓民眾在當下體驗之餘，也可以分享他人或留檔紀念；而臺東客家電視館亦加強布展內容，以活潑可愛的《ㄤ牯ㄤ牯咕咕咕》爲主打，讓展覽空間更顯趣味。一整年下來，有將近92萬人在新北市、臺東與客家電視零距離接觸，透過美好的體驗，了解客家電視，感受客家電視的用心。

### 培訓課程開放參與

客家電視是希望分享、願意提攜的電視台。我們視培養客家傳播人才爲長期的志業，唯有傳遞經驗、開放機會、提供舞台，才能讓對傳播有興趣、對電視工作有熱忱的人開發潛力、展現長才，爲客家媒體注入新血，讓節目內容愈發精彩。

邁入第五屆的「後生提攜計畫」已成爲許多年輕學子職場體驗的首選，因爲，「後生提攜計畫」的核心概念不僅只是「實習」，更是「養成」；因爲，客家電視提供的不只是學習職場的專業與技術，還有更多的職場溝通與工作態度。今年，我們網羅了來自全國15所大專院校、18位優秀的同學，分新聞採訪、新聞攝影、節目製作、行銷企畫四組進行爲期兩個月的培訓。學員們從專業理論中架構工作概念，從實務操作與觀察中汲取經驗，一對一的導師指導，讓他們快速累積經驗，多樣的活動刺激與任務指派，讓他們的身心在短時間內收穫滿盈。

實習的同學在工作日誌上寫道：「我發現我多了很多小習慣，看到不確定的字會不自覺查字典，每天會跟大家問早道好，看到人會很有禮貌的微笑，看到有人需要幫忙會自動走上前去，這些都是在學校的時候不可能做的事……，看來來這裡真的影響我很深，也希望這些小習慣能一直伴著我，讓我不管過了多久、去到哪，都還能留有這些好習慣。」也許很多人認爲這些是小事，但客家電視相信，以小見大，良好的工作態度與習慣是成就團隊的關鍵因素，這也是我們要培養媒體工作者的基本能力。

除了主動提供青年學子職場學習機會的「後生提攜計畫」外，對於校園合作，客家電視永遠願意盡最大的力氣分享經驗、協助青年學子爲就業提早準備。

我們持續與聯合大學合作就業學程，規畫18周的「客家電視新聞進階製作」課程，讓製作人們分享製播經驗，讓SNG車、攝影機進入校園成爲實戰教材，幫助大四同學在畢業前搶

先獲得職場經驗。除此之外，還設計了80小時的職場體驗，透過跟隨職場導師實際參與工作為求職場生涯他出第一步。跟著苗栗駐地記者實習的同學，恰逢苗栗農地徵收抗議行動，站在新聞的第一線，感受到新聞從業人員的角色，感受到自己肩上扛的不只是攝影機，還有更多的社會責任。

每學期，客家電視與文化大學新聞學系合作整合行銷傳播課程，推動「行銷企畫競賽」活動，讓同學可以在課本理論與業界經驗中相互印證與學習運用。同學以小組工作坊的方式與台內行銷企畫部進行一次又一次的腦力激盪與討論，針對行銷與創意抽絲剝繭，從中汲取經驗。來自大陸的交換學生說：「學習在有限資源下做行銷，是一件很有成就的事」，透過一整個學期的與業師交流，同學學會課本沒教的事，經歷了行銷團隊的分工合作與創意思考。

除培養在學的學生，客家電視還舉辦了「客家主持人才徵選會」、「客家影像紀錄人才培訓班」、「南四縣腔客語配音人才培訓」為客家傳播人才累積能量。

「客家主持人才徵選會」徵選了13位儲備主持人進行培訓，透過「客語表達」、「聲音表情」、「肢體開發」等專業課程，以及棚內、棚外主持實作體驗累積臨場經驗，期待不久的將來能在客家電視的活動與節目上看見新面孔、新風格。

而長達五個月「客家影像紀錄人才培訓班」則以穩紮穩打的態度設計課程，學員們從設定拍攝主題、架構拍攝計畫到拍攝技巧，皆由專人協助指導，並透過實作練習累積拍攝技術能量，其中學員結業作品《拆不掉的家》入選為第七屆「1394打戲路」紀錄片徵案活動影片，透過記錄他身邊的大埔農地徵收議題，我們看見了15鐘影片的力量。

「南四縣腔客語配音人才培訓」讓我們從南臺灣找到了許多客家好聲音。從10歲到45歲，從白天到黑夜的馬拉松徵選，我們見識到一百多位鄉親的參與熱情及對語言的執著，20名入選的成員將成為2014年南四縣腔節目的最佳配音員。

除此之外，這一屆「1394打戲路」紀錄片徵案活動吸納了更多學子的參與，主題更加寬廣、表現更加多元，入選的作品從客語傳承、大埔土地徵收、外傭議題到關懷流浪狗、關心亞斯伯格症等，都展現誠摯溝通的心靈，勇敢擁抱屬於角落的議題；讓這個舉辦七年的「1394打戲路」紀錄片徵案活動成為公民發聲的最佳平台。

## 數位平台多元服務

隨著智慧型手機、平板電腦的普及化，欣賞電視節目已不再固定時間、固定地點的娛樂，觀眾可以隨時想看就看、隨地用各種載具收看。多螢時代來臨，客家電視努力因應觀眾需求，提供更便利的收視管道。

客家電視的網路影音中心每周固定上傳超過70個節目，年度使用量達十萬次，而全年上傳YouTube的影片達1,222支，累積瀏覽量達5,919,083人次，同時也帶動客家電視網站瀏覽量的成長，全年達4,294,244人次。

年年成長的網路流量印證觀眾收視行爲的改變，網站成爲欣賞客家電視的第二頻道。於是，我們進行了網站的改版，將YouTube嵌入首頁最重要的位置，調整影音中心的儲存容量，加強上傳客家電視YouTube影片數量，觀眾可以透過家用電腦、平板電腦、智慧型手機等，隨時、隨地欣賞客家電視優質節目。

我們嘗試多樣的網路活動行銷節目，包括《阿婆的夏令營》照片募集、《猜猜我有多愛你》畫我的最愛活動、BiLiBoLo兒童網「我是超級特派員」等活動，並在客家電視臉書專頁上積極發送節目新訊，提供動態訊息，加強與觀眾互動，讓觀眾能一手掌握最新資訊，參與客家電視大小事。

我們以語言、文化學習爲目標，爲孩子們量身打造「BiLiBoLo兒童網」邁入第二年，爲了讓兒童網也能成爲語言學習的園地，特別使用客語認證題庫爲藍本，整合網站內的語言資料庫，並增加了更多塗鴉樂、唸唸謠、唱唱歌的素材，嵌入YouTube影音，讓影片欣賞與《尢牯尢牯咕咕咕》節目同步，打造寓教於樂的豐富內容。

## 肆、節目製播品質

### ■ 入圍與得獎

#### 新聞、節目、行銷，全方位獲獎

2013年客家電視在新聞類、節目類、行銷類獎項各有斬獲，其中《當晝新聞》榮獲相當於新聞類金鐘獎的卓越新聞獎的每日新聞獎，要在365天製播的每日新聞獎項中勝出，著實不易；此外，客家新聞「吃天然，好難」專題榮獲消費者權益報導獎，戲劇節目客家電視電影院「南風。六堆」系列的《竹田車站》獲頒亞洲電視獎評審團推薦最佳導演獎，兒少節目《到外婆家FUN寒假—零下四十度的思念》獲得芝加哥國際兒童影展兒童評審團紀錄片類別首獎榮耀，頻道廣告「裝滿的生活時光」則拿下電視金鐘獎頻道廣告獎。

#### 新聞專題關照弱勢，客家觀點關心台灣

從虐兒案件探討高風險家庭的「罪與刑」，以及關心未成年男孩遭受性侵害的「男孩小心」，客家新聞長期關注社會弱勢族群，連續第五年入圍優質新聞獎。我們也經常以客家觀點與角度出發探討社會議題，入圍台達能源與氣候特別獎的「核去？核從？」，深入北中南各地客庄，探索除核能發電外，其他能源開發的可行性與遭遇到的問題。

#### 戲劇節目深入人心，多元呈現客家生活

經營多年的「客家劇場」與「客家電視電影院」，最希望的是把最平凡的人物、最溫暖的關係、最寫實的現象透過戲劇表現出來，在花蓮鳳林拍攝的《阿婆的夏令營》呈現現代社會祖孫隔閡、獨居老人、孩童教養的問題；結合罕病學童、新移民、未來世界議題的《死了一個國中生之後》，登上香港亞洲週刊2013年十大中文電視劇；《陂塘》將族群融合和土地變遷的關係包裝在本格推理劇集中，「南風。六堆」系列透過獨立的故事呈現高屏地區客家聚落的在地人文與景點；《日光天堂》探討生死議題與生命真諦；《交錯》透過底層生活人物的堅韌和寬厚揭露社會的虛妄；多元純熟的戲劇表現，不但入圍多項電視金鐘獎，在亞洲電視獎、首爾戲劇獎中，也突破客家電視以往的入圍紀錄。

#### 兒少節目細膩表現，觸動國際觀眾

兒少紀錄片《到外婆家FUN寒假—零下四十度的思念》透過孩子的觀點，隨著母親回到

零下40度的內蒙古外婆家，讓大家看到新住民母親表面的笑與背後的淚，也希望引起觀眾關心新台灣之子的社會議題，獲得電視金鐘獎、台灣國際民族誌影展、亞洲電視獎、芝加哥國際兒童影展、美國尤金國際影展肯定。

### 頻道行銷嶄露光芒，展現客家實力

客家電視「裝滿的生活時光」頻道廣告，藉由電視與箱子的連結，傳達「我們的時光、我們的生活、我們的電視台」。客家電視延續的不只是語言，更是情感，一份對家人的情感，一份對「客家」的情感，這樣的情感，也獲得了電視金鐘獎與時報華文廣告獎的肯定。

### 最開心的是，我們的作品有更多人喜歡

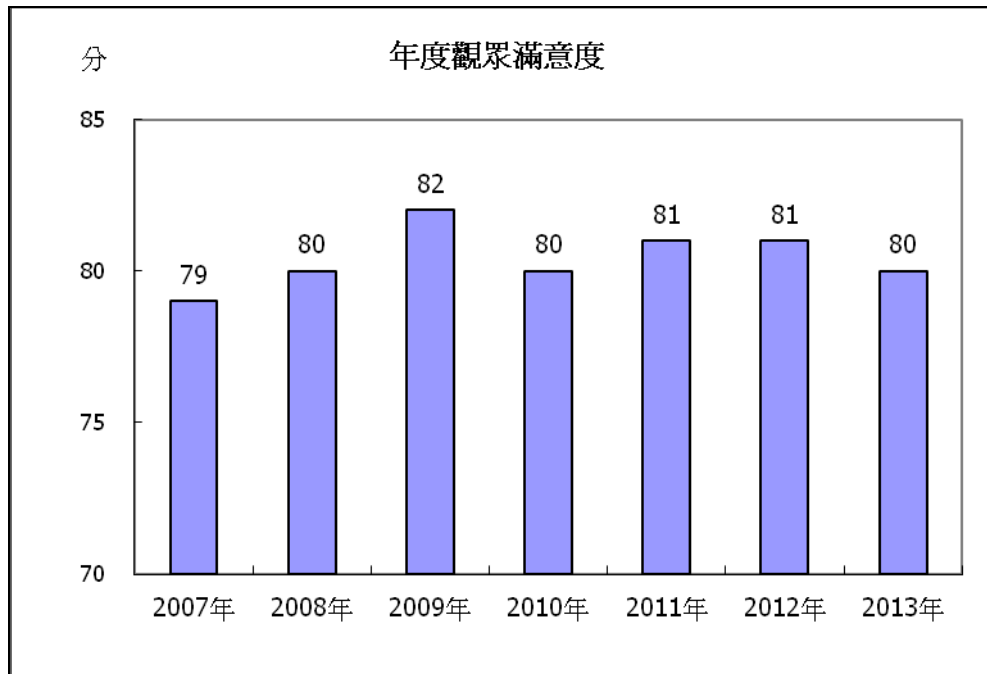
入圍得獎是團隊努力累積的成果，將客家電視節目提升為自我成長與增進觀眾了解客家族群的媒介，是客家電視同仁最想達到的目標。入圍得獎是一種肯定與鼓勵，更是一份責任與期許，提醒客家電視要更督促與鞭策自我，持續努力扮演好族群頻道與公共頻道的角色，讓更多人喜歡客家電視。

2013年客家電視入圍得獎統計

類別	獎項	入圍	得獎
新聞獎項	卓越新聞獎	1	1
	優質新聞獎	2	
	台達能源與氣候特別獎	1	
	消費者權益報導獎	1	1
國內獎項	金鐘獎	17	1
	金曲獎	1	
國際獎項	亞洲電視獎	7	
	芝加哥國際兒童影展	1	1
	首爾戲劇獎	2	1
	美國尤金國際影展	1	1
	台灣國際民族誌影展	1	1

## ■ 觀眾滿意度：80分

根據客家電視委託學術機構所作收視質研究調查，2013年觀眾滿意度為80分，滿意度維持在80分以上。

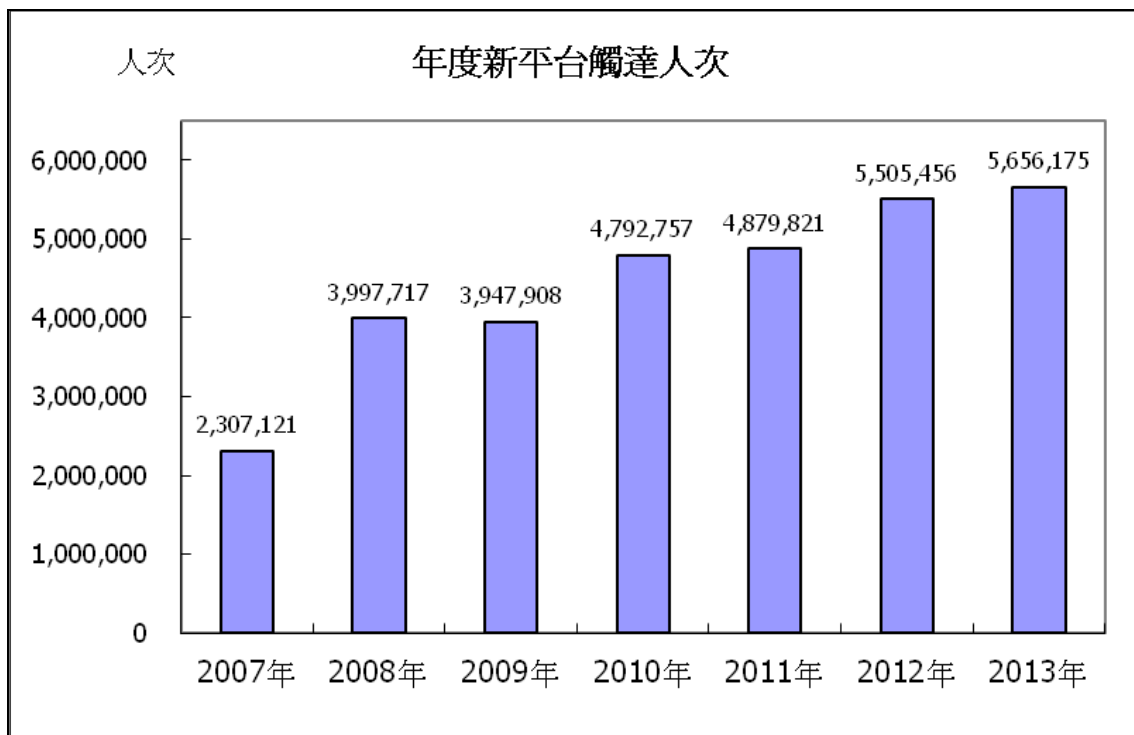


註：資料來源為客家電視年度收視質調查

## 伍、頻道觸達成效

### ■ 新平台觸達：565萬人次

客家電視網站全年新平台觸達人數達565萬人以上，其中，客家電視網站全年瀏覽人數超過420萬人，YouTube收看人次超過145萬人，此外，VOD隨選視訊收看人次約為10萬人，透過Facebook社群網站接收客家電視訊息的觀眾也越來越多，顯示新平台觸達成效。

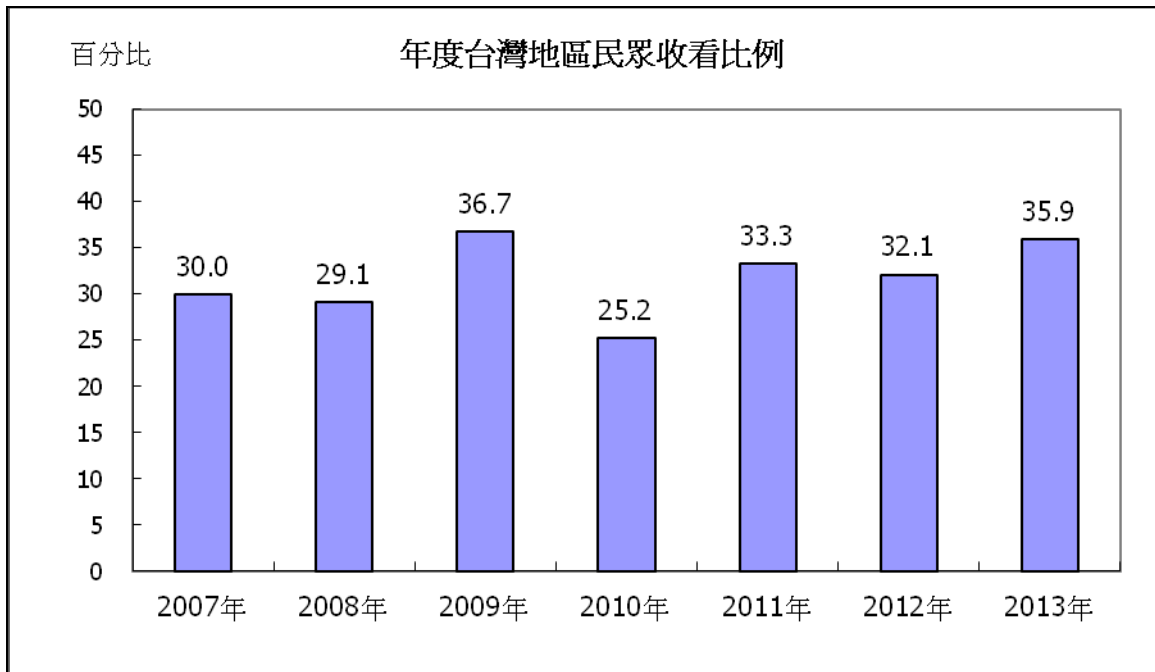


註：資料來源為客家電視年度收視質調查

### ■ 頻道觸達：收看比例35.9%

台灣地區民眾收看客家電視的比例曾於2010年下滑至25.2%，2012年為32.1%，2011年、2012年收看比例維持在32%以上，2013年成長至35.9%。

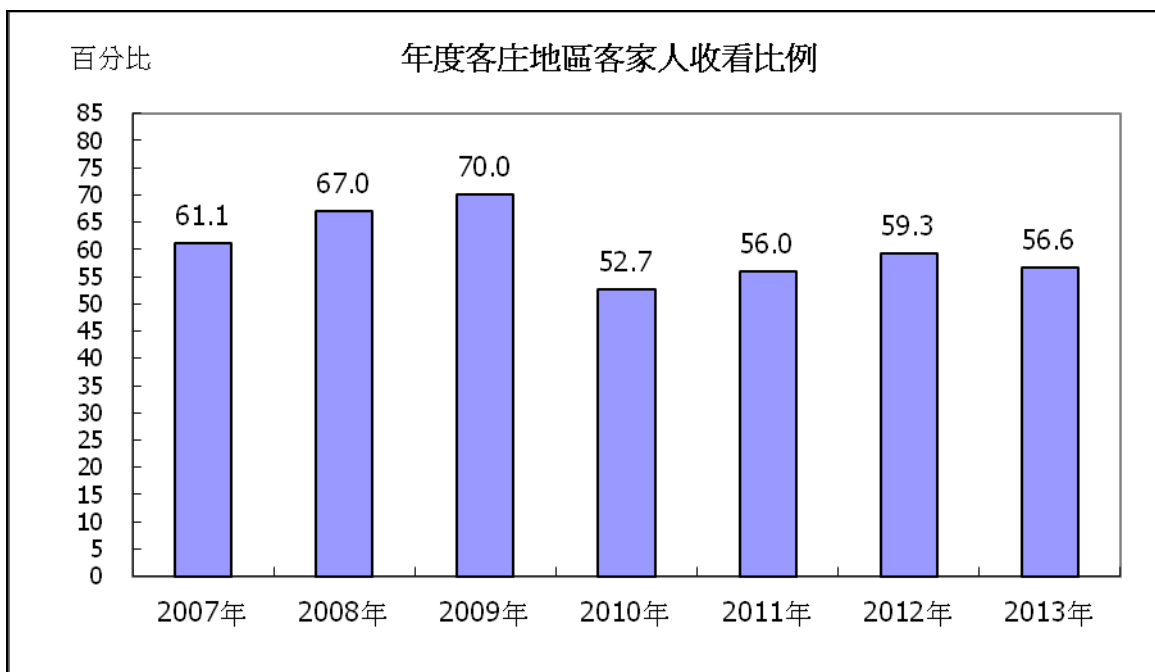




註：資料來源為客家電視年度收視質調查

## ■ 客庄觸達：收看比例56.6%

客庄地區客家人收看客家電視的比例曾於2010年下滑至52.7%，2011年起穩定成長，至2013年收看比例為56.6%。



註：資料來源為客家電視年度收視質調查

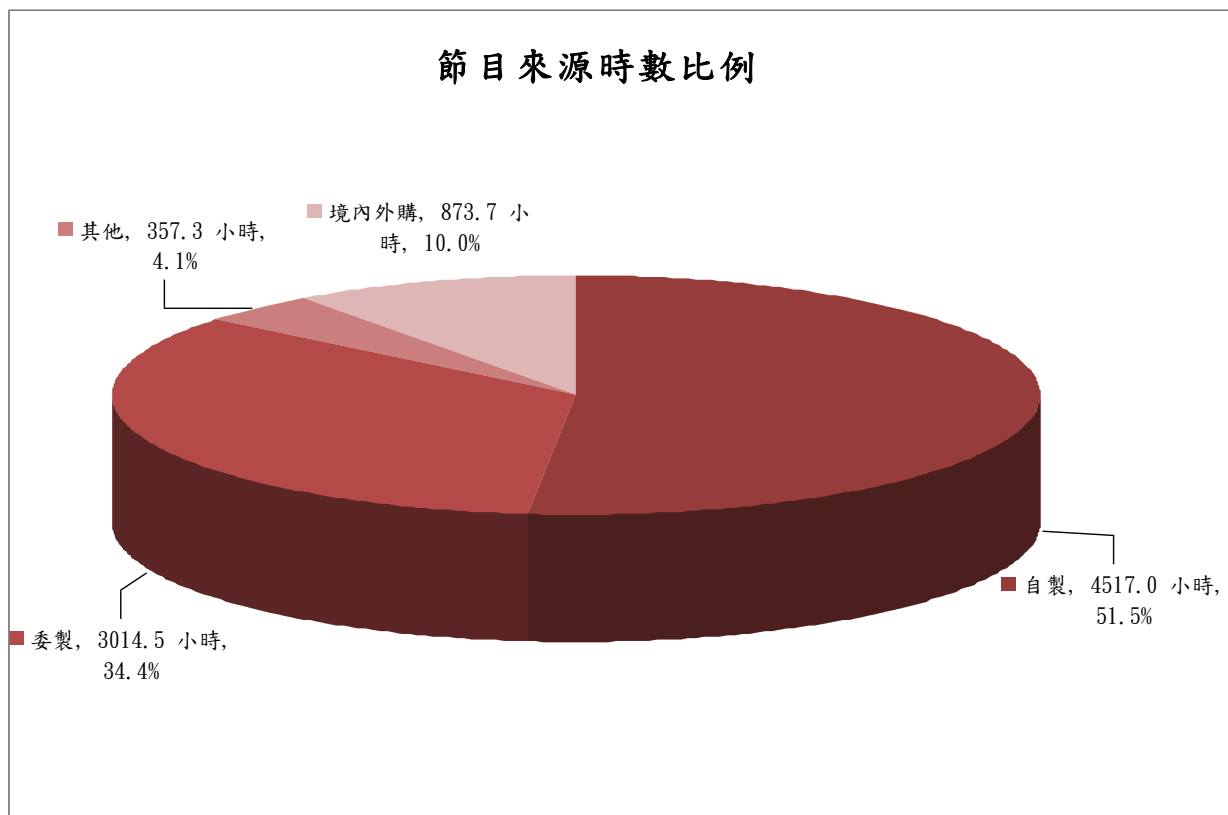
## 陸、族群服務

### ■ 每一個節目，都是一個平台

客家電視節目製作來源有：自製、委製、購片與其他（免費捐贈與交換等）。其各自比例原則：為節目品質把關，節目自製與委製需占八成；其中為落實身為客家影視產業平台的角色，委製節目需占三成；購片與其他維持在一成五左右。

客家電視以永續經營為前提，長期自製節目，如《奧林P客》、《ㄣ牯ㄣ牯咕咕咕》、《客家新樂園》、《日頭下月光光》、《福氣來了》、《村民大會》、《客家新聞雜誌》、《聚焦國際》等各類節目，另為鼓勵原創製作，邀請委製單位製作「客家劇場」、「客家電視電影院」、紀錄片、生活資訊類等節目，讓更多有心投入客家節目的傳播人才共同參與，以落實「平台」的理念。

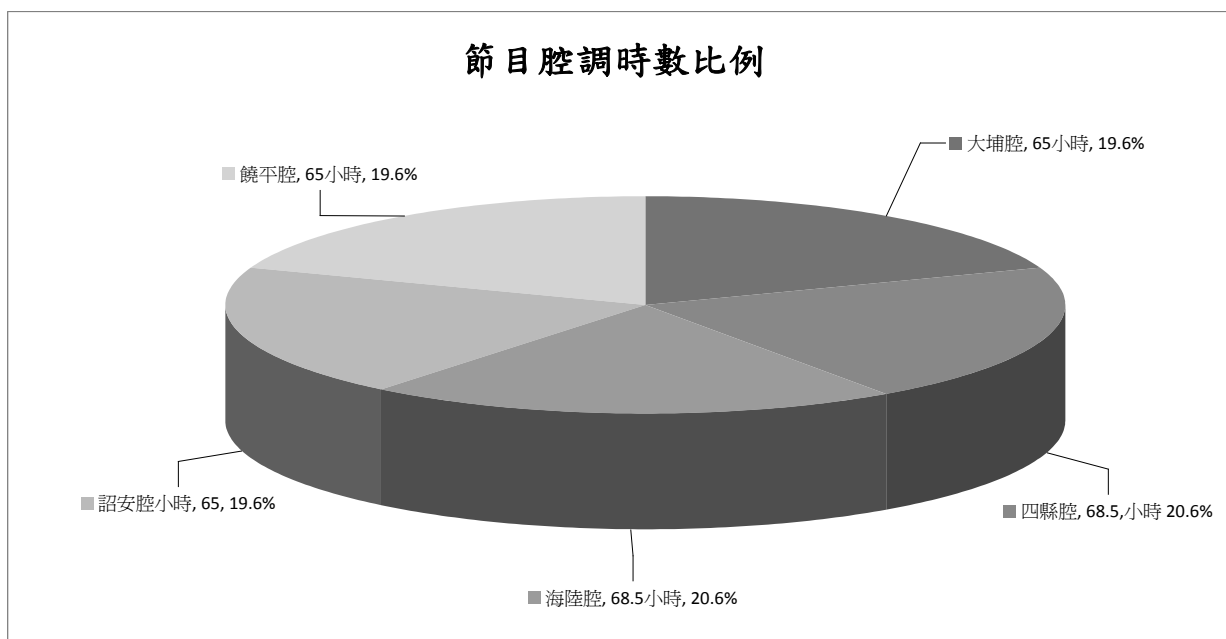
購片重製與捐贈交換節目的比例則計畫維持約15%，主要以動畫卡通、國際紀錄片為主，提供客語配音人員進用與培訓機會。



## ■ 每一個腔調，至少每天播出一個節目

為傳承客家各種語腔，發揚少數語言價值，客家電視在週間安排了兩條帶狀的腔調時段，週六上午也開闢了腔調時段，以每日一腔調方式播出《ㄅㄛㄅㄛ咕咕咕》、卡通《奈奈與小希》、《猜猜我有多愛妳》等節目，希望讓孩童藉由節目的觀賞進而提昇學習客語的動機。

為發揚少數語言價值，尊重客語中少數腔調露出，因此大埔腔調、饒平腔調、詔安腔調的露出比例皆為19.6%，由於四縣腔與海陸腔的人口比例較多，相對的配音員的人數也比較多，因此四縣腔及海陸腔的比例皆為20.6%，略高於其他腔調。



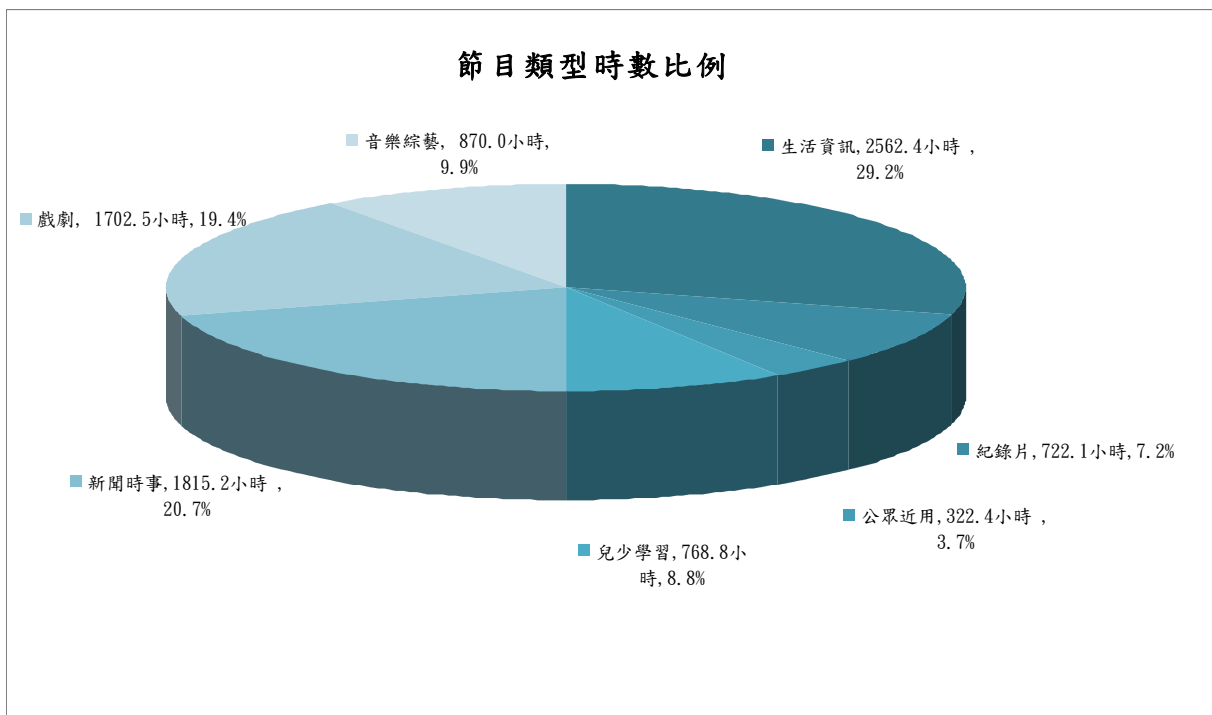
## ■ 每一個年齡層，至少有一個專屬節目

客家電視定位為綜合頻道，節目符合不同年齡觀眾的需求，兼顧新聞、戲劇、生活資訊、音樂、兒童青少年、紀錄片等類型節目。2013年節目類型時數比例排名依序為：生活資訊類、新聞時事類以及戲劇戲曲類節目。

排名第一的為生活資訊類節目比例為29.2%，每季觀眾收視研究調查中，生活資訊類節目經年獲得觀眾喜愛，本年度除了持續製作獲金鐘入圍肯定的《客庄好味道》、《作客他鄉》外，週間帶狀播出《福氣來了》，以打造客家社區及社團參與平台為目的，介紹養生健康資訊與客庄訊息，全年陪伴年長者與家庭主婦。

新聞時事類節目比例為第二，新聞時事類節目比例為20.2%，除了終年不間斷的三節「客話新聞」外，《村民大會》、《客家新聞雜誌》持續關心客家公共議題，報導客家訊息，《聚焦國際》則用最具有客家觀點為觀眾分析國際時勢。

戲劇戲曲類節目，比例為19.4%，排名第三。客家電視於固定時段規畫「客家劇場」、「桐花劇場」、「週六劇場」播出連續劇，培養觀眾收視習慣，「客家電視電影院」則播出單元劇，以豐富多元的戲劇內容吸引觀眾收視。客家電視希望藉由各種類型的戲劇播出，讓更多觀眾願意了解客家、親近客家。



## 柒、製作時數

客家電視台雖因預算有限，無法提供全頻道一天24小時都是新製節目；然在預算最佳配置策略下，新製節目時數為2745.0小時，若將四億元總預算除以新製節目時數，每一新製節目平均預算約14.6萬元。

2013年新製首播比例為31.3%，與2012年新製首播比例 27.9%相較，提高3.4%。

新製首播時數增加，除了續製原有觀眾喜愛的節目外，另外也全新製作更多元豐富的節目，包括：曾在2007、2008年播出，受到不少觀眾的喜愛和好評的《高峰客家力》，睽違四年之後，再次與觀眾見面。讓觀眾有機會近距離接觸客籍企業家的工作、生活領域，配合年度主題『移動』，製播紀錄片以中國客家移民印度為背景之《邊界移動200年》、以客家山歌為背景之《山歌一條路》，以及描述一對都市孫子和鄉下阿婆，從剛開始彼此的衝突，到最後卻依依不捨的一段祖孫情的連續劇《阿婆的夏令營》；為展現南部客家的獨特與價值，於【客家電視電影院時段】播出『南風。六堆』，邀請台灣六位新銳導演參與拍攝，以戲劇方式展現出南部高雄、屏東地區客家庄，最豐富的人文風貌。

