

負面客家形象的建構： 以電視綜藝性談話節目為例

孫榮光

國立聯合大學
台灣語文與傳播學系助理教授

摘 要

近年，台灣的談話性節目（talk show）日趨風行，其中部分收視率頗佳、頗受年輕族群喜愛的綜藝性談話節目紛紛製播與客語／客家族群／客家文化相關的主題，有的邀請客籍演藝人員至節目中以輕鬆搞笑的方式談論客家文化，有的則以辯論方式，由主持人與來賓針對傳統客家刻板印象進行激辯。本文以再現為理論基礎，對綜藝性談話節目建構的負面客家形象進行論述分析，探討客家族群在該類型節目中如何被描繪與再現，以及這種媒體再現一再重覆出現的社會脈絡與意識型態。本文發現，小氣、吝嗇是最常出現的負面客家形象；而客家人的硬頸精神也經常被有意無意地與小氣混為一談。這些談話內容表面上只是藉由藝人的激烈對話與自我解嘲製造笑點，卻深化並傳遞了客家族群的負面形象。

關鍵詞：綜藝性談話節目、客家族群、再現、客家形象、論述分析

負面客家形象的建構：以電視綜藝性談話節目為例

A Discourse Analysis of Construction of Hakka Negative Images in TV Talk Shows

Jung-kuang Sun

Assistant Professor

Department of Taiwan Languages and Communication
National United University

Abstract

In the past few years, some of the popular entertaining talk shows unusually and extraordinarily put Hakka people and culture under spotlight. Some of them invited Hakka performers to chat and satirize related subjects, while some invited performers to debate on stereotypes of Hakka people. Based on the theory of representation, this study analyzed negative images constructed in these television programs by means of discourse analysis and discussed the context in which these negative images were brought forth repeatedly. It was found that stinginess and parsimony were qualities most frequently mentioned, while Hakka spirit of Ing-Jing, a quality of persistence and assiduity, was mixed up with parsimony. On the surface, these topics appeared to be harmless teases; however, they strengthened and continued negative images of Hakka people.

Key words: entertaining talk shows, Hakka, representation, Hakka images, discourse analysis

壹、前言：負面客家形象的一再重覆

台灣文化是由有著特殊文化特色的不同族群共同構成的，但是客家文化卻一直在其中扮演著隱性的角色，這種現象在大眾傳播文化中更明顯。在二〇〇三年客家電視台開播前，客家族群整體而言沒有媒體的控制權，也無法有效傳佈對自身形象所做的話語及論述，這是客家族群的「再現」經常充斥刻板印象的重要原因（孫榮光，2008.12；李美華，2008.12）。當其他優勢族群掌握權力，或者在資本主義市場導向的情形下，電子商業媒體對於客家人所建構的刻板化形象經常上演（鍾皓如，2003.11）。再加上媒體本身對於客家文化缺乏了解，對於「他者」（包括各個弱勢族群與團體）的刻畫經常缺乏善意與深度，再加上媒體又有濃厚的嗜血性與商業本質，客家族群的形象經常被扭曲或簡化了。

負面的客家形象與再現對客家人造成相當的打擊。有些客家人會在弱勢地位下對負面刻板印象感到排斥而隱藏認同，就如謝世忠（1987：27）對認同污名的描述：「污名角色的扮演，是因為弱勢的一方感受到深深的羞恥，這種強烈的負面感覺來自弱方對自己身份地位的判斷，弱方對另一方如何對他做判斷的想像，以及強方真正對弱方的判斷等。」有時負面客家形象建構的過程，甚至被客家人內化成為自我認知的一部份，進而以社會上支配群體的角度來看自己。

客家形象的建構是全面性的。就電視新聞對客家族群的塑造而言，意識型態的宰制經常發生在主流媒體對少數族群的新聞報導上（李信漢，2006.07）。以近年來電視台對於客家美食大肆報導的現象為例，表面上客家文化受到重視，卻忽略了深刻的客家議題，這種將客家族群／文化邊緣化的現象，說明了資本主義體系下淺薄與殘酷的媒體生態與本性（鍾皓如，2003.11）。再以常受到電視新聞青睞的義民節相關報導為，每年八月客家族群舉辦的義民祭，對於客家人來說具有重要的文化意涵；但新聞媒體報導義民祭時，往往只強調供奉的神豬有多重，卻對背後的文化精神略而不談，使得客家族群重要的文化祭典淪為膚淺的慶賀式報導（李信漢，2006.07）。

在電視綜藝節目裡，客家族群經常以刻板化的丑角形象反覆出現（鍾皓如，2003.11）。一九九八年電視綜藝節目《紅白勝利》中，就出現了一位客家中年女性「董月花」，她滿口誇張的客家腔國語、個性囉唆、愚蠢粗俗、小氣，這些負面的角色塑造使許多觀眾將客家人與董月花聯想在一起（耿暄，1998）。樂觀來看，客家形象是可以藉媒體重新塑造的，但是從悲觀的角度看來，這無疑醜化了客家在一般民眾心中的形象。這樣的形象似乎反映著客家在社會結構下被框架與

制約的宿命，也暗示了在權力光譜中客家人的劣勢（王雯君，2005）。

近年來，客家族群又成為不少綜藝性談話節目鐘愛的主題，部分收視率頗佳、頗受年輕族群喜愛的綜藝性談話節目，罕見地紛紛製播與客語／客家族群／客家文化相關的主題，有的邀請客籍演藝人員至節目中以輕鬆搞笑的方式談論客家文化，有的則以辯論方式，由主持人與來賓針對傳統客家刻板印象進行激辯。其中包括了《康熙來了》、《國光幫幫忙》與《冰火五重天》等（見表 1）。表面上，這些節目企圖在激烈對話與自我解嘲中製造笑點，卻深化並傳遞了客家族群的刻板印象。雖然這些刻板印象較當年的「董月花」、「神豬」等議題，在操作上沒那麼赤裸裸地挖苦嘲諷客家人，但是在節目主持人與來賓看似生動風趣、笑點十足的互動中，掩蓋著的卻是對客家族群不變的刻板印象與貶抑。

本研究即以綜藝性談話節目為例，探討客家族群在這類型節目中如何被描繪與再現，以及這種媒體再現一再重覆出現的社會脈絡與意識型態。我們的目的是，藉由對電視談話性綜藝節目中有關客家人/客家文化的再現，探討客家人的刻板印象如何藉大眾媒介不斷的複製並存在。我們希望藉由對媒體中族群再現的分析，了解族群現況，期望為族群公平正義做出一些貢獻。

表 1：本文討論綜藝性談話節目介紹

節目名稱	開播時間	主持人	播出頻道	節目特色
康熙來了	九十三年	徐熙娣、蔡康永	中天綜合台	兩位主持人蔡康永和徐熙娣（小S）一個知性、一個搞笑風趣，是近年台灣收視最高的綜藝談話性節目
國光幫幫忙	九十四年	屈中恆、孫鵬與庾宗康	三立都會台	以男性角度向來賓挖掘內幕，並探討男性的共同經驗，造就綜藝性談話性節目男性觀眾群的高收視率
冰火五重天	九十四年	白冰冰	緯來綜合台	少數的閩南語訪談節目，標榜透過女性角度邀請資深藝人上節目

資料來源：國光幫幫忙網站、冰火五重天網站、康熙來了網站。

貳、從「再現」看客家形象

在上述背景和研究目的下，我們以「再現」做為分析電視綜藝性談話節目呈

現客家族群的理論基礎，探討相關節目如何呈現客家族群的刻板印象，以及這種刻板印象的複製有什麼樣的意涵。「再現」是一個藉由符碼等表意系統來中介、展演特殊共享意義，藉以建構社會真實的過程（Hall，1997：16-18）。它研究人類如何透過語言、符號、圖像形成自己的文化、經驗和意義，並進而透過符號、語言，連到社會文化之中，表達抽象的概念，並且產生意義（Hall，1997：13-74）。

「再現」描述的是：將不同的符號組合起來，表達複雜而抽象的概念，以令人明瞭且有意義的一種實踐活動（Taylor & Willis，1999／簡妙如等譯，2002）。

「再現」並非被動地反映社會狀況，而是在無數紛雜零星的社會事件中主動挑選、重組、編排，以文字或圖像等符碼組成一套有秩序、可理解、有意義的敘述方式（張伊青，2009：24-25）。各種意義在文化實踐及時間的沈澱下，透過語言的建構（construction），反映（reflective）外在客體，並塑造人為意圖（intentional）的過程，就是再現。「再現」是一個表意系統（signifying system），是社會成員共享的意義地圖，也是我們能夠以概念來呈現及交換意義的基礎（Hall，1997）。

傳統的觀點將「語言」視為對所有事物的一種「再現」，一種「狀物寫意從而能在人際進行交流的符號象徵」，在這裡「不僅是客觀存在的世界，以及主觀的意義世界，都必須透過語言才能得到再現」（盛寧，1997：58）。從符號使用的角度來看，不只是語言，包括文字、印刷、電視、電影、錄音等在內的一切表意系統，都是「再現」藉以進行社會表達過程的媒介。在不同的媒體、不同論述中，都含有意識型態的再現。再現連結了語言和概念，它使我們得以指涉真實世界與虛構想像世界的人、事物與事件，過程中包含了語言與非語言型態之記號（signs）與意象（image）的使用（趙雅麗，2006）。

「再現」研究關心的不是真實究竟是什麼，而是媒體在重組社會狀況時產生的真實效果為何（曹明正，2001：24-25）。從傳播媒體與社會真實之間的關係來看，媒體藉著新聞報導或是娛樂文化等特定的語言使用方式，建立出有關社會的「真實效果」，亦即閱聽人將媒體對社會的呈現視為自然且真實（林芳玫，1996）。在這個過程中，媒體並非被動地反應社會狀況，而是經由主動地對文字、圖像符碼加以組織，再藉由媒體的特定使用方式而建立出有關於社會的「真實效果」（林芳玫，1999：16-17）。由於傳播媒介是儀式和神話複製最重要的管道，藉由再現以及符號連結的過程，正可以塑造民意，建構公眾論域的議題，甚至可維繫族群權力的現況。也因此，媒體對族群的再現，往往是反映社會建構的形象，而且是選擇性、單面向、片面及扭曲的，傳遞的往往都是族群的刻板印象（Hall，1985）。雖然媒介未必有意識地陰謀抹黑、醜化弱勢文化與族群，但在這場文化戰爭中，藉由再現產生刻板印象仍是一種意識型態的工具，蘊含了霸權的意味

(Hall, 1985)。

Fairclough 與 van Leeuwen 指出，在媒介再現及實踐的過程中，那些人或事該現身存在，那些該消失，或納入背景、或隱入預設等，固然是一種當下的選擇，卻也是一種意識形態的操作 (Fairclough, 1995; van Leeuwen, 1996)。在這種狀況下，媒體經常藉由媒體再現與刻板印象的形塑，成為強勢文化與統治階級用以鞏固國家及統治利益的宰制性工具，不斷傳遞多數族群的意識型態，迫使少數族群居於被宰制的地位 (孔文吉, 2000: 87-91)。Foucault (1980) 即指出，權力的關係是循環的，它不集中在同一點上，而是一種壓制與反壓制、支配與反支配、收編與排擠、中心與置換邊緣的循環；換言之，權力關係不僅是一種壓制性的控制，它同時也是一種生產，包括生產新的權力關係、新的他者等。「再現」在涉及了權力的關係的同時，也涉及了我群認同的建立，進一步就是召喚「主體」(subject)，也就是所謂追問「他者論述」形構的「發言位置」。薩伊德在《東方主義》中也指出，從殖民歷史的角度反思西方現代知識和文化體制的構成，認為東方論述中所再現的東方與現實存在的東方沒有多大關聯；東方是被觀察者、被命名者與被界定者，東方的存在是作為西方的對立，而西方的主體性格更是在把東方作為「他者」的基礎上建立的。這也說明了我族需要靠「他者論述」來建立自身的認同，進而維繫並強化其優勢身分 (Said, 1978)。

觀察國內外主流媒介對少數及弱勢族群的再現，往往呈現刻板印象，或者予以「象徵性地消滅」及「符號貶抑」；而操作的方式首先是區別差異、其次為劃分範疇，以對立的概念賦予弱勢族群負面的形象，使其難脫「他者」的形象 (van Dijk, 1991)。從這個角度來看，就不難了解客家族群的形象來由，與媒體對客家族群的再現為何一再重覆既有窠臼。一些既定的負面意象左右了媒體中的客家再現，而這些客家再現又回過頭來形塑更多、更負面的客家形象。以客家族群的形象為例，許多人認識客家，便是從媒體的再現開始。我們在這個理論基礎上，藉由對媒體上客家再現的批判，說明這種再現的僵化，並試圖解開客家族群刻板印象的迷思。也唯有了解他者再現的過程與機制，才可能使客家脫離一再複製的形象建構 (鍾皓如, 2003.11)。

參、研究問題與方法

電視綜藝性談話節目選擇製播客家主題，原本蘊涵落實多元文化價值的可能性，但卻因其戲謔的手法與口吻、一再重覆的老舊話題、刻板印象與族群對立的重現，使得這種客家再現無法貼近現實中的客家族群，反而是一種貶抑。我們以近年來較受年輕觀眾喜愛的談話性節目為例，探討客家族群的刻板印象如何被生

產與複製。主要的研究問題是：綜藝性談話節目製造或複製了那些負面客家刻板印象？這些刻板印象又是如何被生產和複製的？

我們分析的對象是電視台製播的綜藝性談話節目，它涵蓋的面相包括了許多層面：主持人與來賓的言詞、語氣、聲音、表情、節目的製播型態、道具、佈景、配音、字幕等，整個節目的影像與聲音都是分析的重點。因此，傳統的內容分析並無法回答研究問題，而僅以文本的概念來思考這些節目產製的內容，也缺乏足夠的批判性。在此考量下，我們採用「論述分析」做為研究方法，對電視談話性節目中的客家再現做深入分析。文本與論述兩者的關係是互補的，沒有論述，文本無法具體，缺乏真實；沒有文本的架構骨幹，論述只是一種語言遊戲，缺乏深刻有力的問題意識（夏春祥，2000：77）。

「論述」最簡單的定義是指「透過對話、訪談或方式，所獲得的任何有關談話形式之資料」（潘淑滿，2003：210）。談話、寫作，或是媒體傳送的訊息與文本，不論是說或寫，或是圖文影音，都被視為一種論述。論述同時是構成與被構成的，它是社會實踐的形式，不僅組成社會世界，同時被其它的社會實踐所組成（Jorgensen & Phillips, 2002）。簡言之，論述是透過社會所構成，同時論述也形塑社會。

論述從生產到接收，是一種傳播的過程。談話者將他的理念或訊息，以可辨認、組織完整的方式傳送給聽者。論述和再現的關係密不可分，再現本身就是一種論述。Chouliaraki 表示，再現的差異可以藉由不同的論述而被指認出來，論述猶如一個社會實踐的語言符號建構，中介的語言不只是傳遞或是「訴說」實體而已，它們事實上在傳播過程中建構了實體（Chouliaraki, 2000）。Hall 也指出，論述（discourse）是討論再現的另一項取徑（Hall, 1997）。

論述所依賴的語言，並不是透明的，它有著自己的領域及運作規則，而論述分析的作用，便在於指出「各種散亂呈述之間的規律」（夏春祥，2000：78-79）。它不只聚焦在說話（talk）與文本（texts）的分析，也關注哪些資源（resources）使這些實踐得以可能，以及這些社會實踐用什麼方式（Potter, 1996）。

論述分析做為一種研究方法，是由結構主義和符號學發展而來，它是社會、歷史和制度構成的產物，語言系統的意義會受到特定時空和社會關係所侷限，語言本身也透過論述再現出來而產生意義。而論述分析的作用在於「以社會建構為基礎，對社會科學研究進行批判與反省」（潘淑滿，2003：210）。研究者與讀者在閱讀文本時，要不時思考「此文本說了些什麼？」、「誰說了它、或誰寫了它，或是誰聽到、誰讀到它？」、「文本結構是如何生成？」等問題（Johnstone, 2002:8-9）。

Fairclough 提出的批判論述分析模式，是一個兼具社會與文化實踐過程的

探討，以及部分語言學論述（linguistic-discursive）結構的研究模式（Fairclough, 1995）。他的核心論點在於論述不但是重要的社會實踐形式，也具有意識型態功能，它不但是一種再現，可以改變知識、認同及社會關係，同時也透過其他社會實踐和結構被形成。在這個基礎上，握有優勢主權的社會團體產製論述，將他們的意識型態以論述形式實踐於社會，以維護優勢團體的霸權地位和權力關係；論述與其他社會實踐在一個辯證的關係中相互角力（Jorgensen & Phillips, 2002）。批判論述分析正可用以探討社會實踐和論述背後隱藏的族群意識型態功能。

藉由批判論述分析，我們可以發現論述實踐所建構的世界如何再現，社會主體和社會關係又在論述實踐過程中有什麼樣的本質（Jorgensen & Phillips, 2002; Fairclough, 1995）。批判論述分析不只是思考文本說了些什麼、誰說了它，也注意到論述實踐中文本的接收、詮釋及再製的過程，並將論述實踐視為社會實踐的重要形式之一，進而從社會文化實踐的角度，解釋文本和論述過程間的關係，以及論述過程與社會文化過程間的解釋關係，從中找出文本背後的社會文化意涵與意識型態，挖掘社會關係中隱藏的不平等權力關係，並對其進行批判與反省，以改變不合理的現狀（ibid）。

本研究即把電視綜藝性談話節目中有關客家話題的討論視為一種客家的再現以及有關客家的論述，採取批判論述分析作為研究方法，深入剖析這些談話性節目究竟再現了那些客家形象，這些再現又是在什麼樣的脈絡下一再被複製，以及這種客家論述有沒有機會打破，使台灣的族群關係回歸平等，或至少減少不平。

肆、研究發現

本研究在蕃薯藤網站所屬的網路電視及一般網站進行蒐索，從九十五年至九十八年播出的節目中，共得到十六集有關客家的綜藝性談話節目。我們針對其中完全或有相當篇幅環繞著客家族群文化與客家藝人的節目為分析對象，包括《冰火五重天》製播的「藝人省錢術」與「客家藝人大集合」，《國光幫幫忙》製播的「客家人錯誤印象大激辯」，以及《康熙來了》製播的「我的第一個一百萬」等四集節目（見表 2）。我們首先一再觀看蒐集到的節目影音檔案，除了了解客家議題如何被再現，也了解這些節目的架構、呈現相關內容的模式、主持人與來賓的對話內容與風格，以及節目的後製技巧。再將這些節目中與客家有關的討論進行逐字繕寫。最後進行文字稿和影音文本的論述分析。

表 2：節目內容與客家族群／藝人有關的電視綜藝談話性節目

節目播出時間	節目名稱	節目主題	節目主持人	節目來賓	節目內容
九十六年六月十九日	冰火五重天	藝人省錢術	白冰冰	阿嬌 小鐘	在節目當中主持人與來賓藝人大談自己平常的省錢招術與生活習慣。
九十七年四月三十日	冰火五重天	客家藝人大集合	白冰冰	羅時豐 陳盈潔 小鐘	來賓在節目中大談自己在客家家庭中的成長經驗，說出了很多讓人出其不意的經驗。
九十七年九月三十日	康熙來了	我的第一個一百萬	小 S 蔡康永	狄鶯 小鐘 張友驊 王彩樺等	在節目當中藝人們分享他們第一次存到一百萬的時期以及心得分享，並分享平常生活中可以省錢的小秘訣。
九十七年十一月八日	國光幫幫忙	客家人錯誤印象大激辯	屈中恆 度宗康 孫鵬	文英 陳為民 小鐘 蜻蜓哥哥	小鐘等客籍藝人在節目中大談一般人對客家族群的印象，以及客家人平常的生活模式。

我們的研究發現，這些節目的主持人、訴求的觀眾群、上節目的藝人都有差異，但是節目觸及客家話題時，竟出現相似的表现方式與橋段，也可看出客家議題在電視談話性綜藝節目中，除了刻板印象的一再重提外，少有表現空間。而在諸多客家族群的負面形象中，客家人吝嗇的負面刻板印象和硬頸的精神是談話性綜藝節目中最常出現的討論話題。這些話題正是一種「差異的再現」(representations of difference) (倪炎元，2003：19)，有如切割客家人與其他台灣族群之間的一把刀，不斷強斷彼此之間的差異。

一、小氣與節儉形象的建構

小氣與節儉是所有談話節目中觸及客家時都會出現的話題。《國光幫幫忙》用辯論的名義讓客家人「平反」，《康熙來了》用誇張的短劇呈現，其他節目則由客家藝人七嘴八舌地貢獻每個人小氣、節儉的事蹟。它已成了客家族群最揮之不去的負面形象。

《康熙來了》「我的第一個一百萬」一集中由小 S 和客家藝人小鐘進行角色扮演模擬狀況劇，調侃小鐘省錢的誇張行徑。在這段模擬的狀況劇中，小 S 扮演小鐘的助理，分別由蔡康永提出不同的情境，首先是小 S 幫小鐘買熱狗卻沒有把

買東西找的零錢還給小鐘，諷刺小鐘對小錢的在意。

小鐘：我剛給你的一百塊，是一百塊，你要找錢給我啊！

小 S：銅板，都是銅板，都是銅板。

小鐘：銅板也是錢啊！對啊！

小 S：我怕你弄了手會髒髒的。

小鐘：沒有，我有一個那個皮箱專門放銅板的。

小 S：都是銅板喔！（作勢把錢拿給小鐘，小鐘仔細算起零錢）

小鐘：欸！少兩塊喔。

小 S：被你發現了，兩塊你也要嗎？

小鐘：之前已經有少五塊過了，你還給我少，交出來！

蔡康永特別強調這是真實情況，誇張地強調「他跟助理討零錢耶」，小鐘又再一次地突顯客家人小氣的刻板印象。在第二個情境中，電視字幕打著「客家省錢一哥小鐘請助理喝昂貴咖啡」，主持人蔡康永強調「當了五年（的助理）了哦」，並要小 S 扮演助理。當老闆小鐘請助理小 S 喝咖啡時，小 S 露出不可想像的表情，螢幕上出現「傻眼」兩個大字，配上「咚」的一聲音效，諷刺意味十足。接著「買大送小」四個大字出現在螢光幕上，小 S 誇張地婉拒小鐘請的咖啡，螢幕上出現「沒關係，我真的不用咖啡」、「那都很貴的」幾個大字。當小鐘認真地請小 S 喝咖啡時，小 S 誇張地作出泫然欲泣的表情，背景響起誇張的音效，蔡康永在一旁被逗的大笑，主題仍是小鐘的節省與小氣。在這段節目中，主持人對小鐘節儉的習性百般嘲諷，而小鐘不但不以為忤，反而順著主持人自我調侃。

蔡康永：所以你真的五年才請他（助理）喝一杯咖啡，對不對？

小 鐘：沒有到五年啦！一年就請了啦……

蔡康永：然後真的有像小 S 這樣很感動嗎？

小 鐘：沒有！我叫他買兩杯，他買過來的時候，他就走了。我說你回來，他說幹嘛事情，我說這一杯是給你的啊！

《國光幫幫忙》中，客家人的小氣與節儉，也是節目中的主要笑點之一。主持人庾宗康以他一貫屌兒唧噥的口吻問在場客籍藝人：「你有沒有在你們客家莊吃過喜酒？」「那菜色有什麼不一樣嗎？你都送多少錢？」「你們」兩字有把客家人視為「異類」的口吻。偏偏來賓蜻蜓哥哥也像套好招般回應：「如果是說比較不好的鄰居，來炸我們家的話，我媽只包八百塊。」庾宗康露出不可思議：「那

全家去？」蜻蜓哥哥：「對，八個人一起去！」現場一陣錯愕，文英：「比你們自己在家裡煮的還便宜耶！」陳為民也說：「比吃自助餐還便宜啊？」話題還沒有就此打住。

蜻蜓哥哥：客家人是比較喜歡包菜回家，然後她（蜻蜓哥哥的母親）就喜酒吃到一半的時候，他（喜宴主人）會發袋子，我媽就不會問，說不用吃了，然後就包起來拿回家，客家人會這樣。但如果是說好一點的我們家會包一千二，然後也是帶四個人去。

文英：有一次我去吃喜酒，那一桌大概有七、八個客家人，而我們兩個不是，有的更離譜勒，譬如說那個甜點，我們大家有點吃不下，那個上菜的小姐還沒拿到桌上，他們就拿來倒在帶子裡包起來。

對於這種說法，來賓陳為民諷刺地說：「你都可以當『客』委會主委了。」主持人孫鵬也說：「我們是要宣揚客家精神，你們是在抹黑客家精神。」對話中「客家人」來、「客家人」去，「客家人」已被異化成不折不扣的「異族」。節目的氣氛固然熱鬧，但卻加深了刻板印象。

另一個討論的話題是「自己劈柴燒熱水洗澡」，蜻蜓哥哥依舊爆自己的料，以自身的經歷說：「我住老家中壢，我們家是三合院，然後都要自己劈。」主持人驚訝地問：「現在還要嗎？買瓦斯就好啦！」蜻蜓哥哥回答：「瓦斯只是擺好看的，老人家都不肯你用，她說浪費錢……後面有竹林，自己去劈竹子。」

節目尾聲，主持人雖然表示客家人的勤儉是有原因的，「勤儉不是摳門」，也強調「要娶老婆，真的要娶個客家老婆，你真的就等於家財萬貫」。但是節目下來，有的內容直接貶損客家傳統習俗，有的則把客家當笑話，主持人結尾時說的「勤儉是一種美德」，只像是微弱的自圓其說，完全看不出族群文化深層的意涵。

《冰火五重天》「客家藝人大集合」節目中也把客家人的勤儉與小氣當做節目的重要話題，節目本身直接打上「勤儉持家刻板印象」的標題。白冰冰先問「硬頸」到底是什麼意思，話題一轉，重點卻變成了「你們四個人哪一個最勤儉？」羅時豐搭腔：「客家人比較節儉，應該就是屬於小鐘啦！」接著則是各人「駭人聽聞」的節儉事蹟。

澎澎：這個是他自己（小鐘）講出來的，這個是說他們家裡的人要上

廁所喔，要每一個人，要每一個人上完廁所以後才可以把那個水沖掉。

白冰冰：不能每一泡都沖。

澎 澎：我們家裡每一個人都是上廁所把那個沖掉。他不是，家裡人不可以喔。

大 芭：對啊！我媽媽以前也是這樣耶，所以晚上大家入睡的時候，她才沖。

對此白冰冰體貼地補充：「古早時候的人，不是說一定是客家人喔，以前真的是物資都很缺乏，是真的是很節儉。」但是她在談論到羅時豐買麵包請工作人員吃時，卻也語帶嘲諷：「這一點不像客家人耶。這一點如果是一般那種比較節儉的人，買了十份來，還不夠喔，等一下……你先不要吃，來分一半，這才是我們客家精神嘛。」客家精神被扭曲成小氣，負面印象又被強化。

根據我們的資料，這段談話長約五分半鐘，從硬頸到勤儉，再到節儉，最後大談如何省錢、如何小氣已經成了談話性節目既定的窠臼。同樣的模式，在由眷村出身的主持人主導的《國光幫幫忙》中出現，在本土味十足的《冰火五重天》中再度重演。這些節目表面上佯裝關心客家的「硬頸」精神，似乎真正關心的是客家人如何小氣、吝嗇、節儉。否則，我們很難想像如何把硬頸和「馬桶不沖」連結在一起。而這樣的處理模式不斷強化重複客家的負面刻板印象，也使得客家族群的地位表面提升不少，實質上卻仍只是其他族群品頭論足、甚至譏評嘲諷的對象。

另外，九十六年六月十九日製播的《冰火五重天》「藝人省錢術」，以眾家藝人如何小氣節儉為主題進行對談，節目並非完全鎖定客家人，但由於客籍藝人小鐘受邀上節目，並被封為「小氣王」，使得整集又有相當的篇幅放在客家人如何「寒酸」上。主持人白冰冰一開始介紹小鐘，固然沒有「說」小鐘是客家人，但卻強調「他是一毛不拔的鐵公雞」，並且用帶有客家腔的閩南語來歡迎小鐘，點明了小鐘的客家身分，使客家人藉由小鐘，在不光彩的情形下被動成為節目的焦點，負面的客家形象又被大肆炒作。白冰冰也馬上把寒酸跟客家話扯在一起。

白冰冰：寒（ㄉㄨㄛˋ）就是很冷了，酸（ㄘㄨㄛˋ）就是霜（做出痛苦的表情），客家話寒酸還有什麼？

小 鐘：客家人叫做勤儉。

白冰冰：勤儉啦？亂解釋，等一下，勤儉是好話，但是龜毛和小氣客家話怎麼講？

小 鐘：龜毛喔！客家話也是叫做龜毛。

白冰冰：所以說你是龜毛還是勤儉？

小 鐘：我是龜儉（字幕上跳出很大的龜儉兩個字），有點龜毛又有點勤儉。（在場藝人笑成一團）

接著小鐘大爆他各項節儉的事蹟，包括擠牙膏「從中間把它剪開，再把它從旁邊硬擠，大概還可以刷個十次牙」；「想吃好料的又沒有錢，只有兩百塊，就看人家有沒有結婚嘛，就包個兩百塊然後進去，坐在那邊，大吃一頓」。小鐘的各項事蹟讓現場來賓聽了直呼「你第一名」、「小鐘的媽媽第一名」；白冰冰甚至語帶譏諷：「你還是死都不肯帶她（女朋友）去有氣氛的地方，所以說到現在還沒娶妻，只有買房子沒有結婚。」

客家人小氣與吝嗇的形象流傳已久，學者徐正光認為繼續放大這類的刻板印象不恰當，「族群文化的行為表現是多面性的，和它生存的環境有很大的關係。現在我們不能用刻板印象去判定客家人是如何如何，因為文化是長時間累積的，特別是現代社會變遷得快，不能說以前客家人是怎樣，現在就是怎樣，用刻板印象去套用現在的台灣客家人未必適合。」（姜如珮，2004：91）儘管這是大家都了解的道理，但是在「他者」的再現上，居弱勢的一方，往往所再現的就是優勢族群所加諸其身的迷思（倪炎元，2003：30）。小氣、節儉的形象鋪天蓋地的出現在各個談話性綜藝節目中，就是一個例證。

二、硬頸意涵的扭曲

硬頸（不低頭、不服輸）、煞猛打拼（努力）、節儉，是幾項常被反覆提及的客家族群特質（姜如珮，2004：48-49）。黃琦君在研究李喬作品中的客家文化時指出，硬頸代表了「不認輸，肯吃苦的強項精神」（黃琦君，2003：106）。換言之，硬頸精神可以說是客家族群最有代表性的一個傳統與價值。但是在綜藝節目中，不知之出於無知或是刻意嘲諷，常把它解讀為「硬的脖子」，常拿「脖子」開玩笑，要不就是把它曲解窄化成小氣勤儉，使它成為綜藝談話性節目最常揶揄的話題之一。

《國光幫幫忙》討論到這個特質時，小鐘先把「硬頸」解釋成固執，主持人以誇張嬉鬧的方式比畫自己地脖子，現場鬧成一團。

小鐘：固執，客家人很固執很硬頸（指著脖子，用客家腔說）。

孫鵬：來，小康演個硬頸。硬頸跳出來（指另一位主持人庹宗康）。

（庖宗康滑稽地伸長了脖子，似乎在模仿丑童起乩，又有點像在表演鐵頭功之類的國術。）

孫鵬：再硬頸，再來。

（庖宗康重覆同樣的動作，螢幕上出現庖宗康脖子的特寫鏡頭）

更突兀的是另一位來賓蜻蜓哥哥談到自己的「硬頸」時，竟以自己的節省為例，強調往返台北中壢「一定要搭公車」，因為可以省十塊錢。對話中，主持人不斷回應以「這麼省啊！」、「一直到現在還是嗎？」而蜻蜓哥哥也一再回以：「因為客家人，沒有辦法。」

庖宗康：長大之後什麼事情是你很固執的？

蜻蜓哥哥：我跟女朋友之間對錢很固執。

庖宗康：那叫摳。

蜻蜓哥哥：用錢要用得很有原則，這是客家人一定要有的觀念。

孫鵬：所以你跟你女朋友一直沒有辦法達成協議？

蜻蜓哥哥：因為客家人，沒有辦法，像坐車來說好了，像我從中壢要上台北，工作我都要坐公車，（孫鵬高呼「這麼省啊」）因為客家人啊！沒辦法，一趟省十塊，來回我省二十塊。

鏡頭帶到文英，她面露不可思議的表情，低聲說「那麼會算喔」，蜻蜓哥哥卻越談越起勁。

蜻蜓哥哥：像現在我來參加錄影，然後有便當，剩的我就會帶回家，然後甚至說有飲料，我就會帶回家說放著，以後朋友來就說，請你們喝飲料喔！我沒有說我很摳。

主持人庖宗康聽了高呼，把飲料、礦泉水收起來，「今天客家人來了」，螢幕還配合作特效，另兩位主持人則作出瞠目結舌的表情。小鐘卻在旁邊配合節目對客家人的嘲弄，幫腔：「來不及了，剛剛已經裝滿一袋」。鏡頭帶到蜻蜓哥哥，他則笑得樂不可支。整段談話從固執跳到硬頸，又跳到「摳」、節省，客家人小氣節省的刻板印象在幾分鐘的談話中被誇大地一再重複，現場非客家人的主持人與來賓則頻頻面露不可思議的表情，客籍來賓卻仍大談自己的消費方式，不但爆自己的料，還理所當然的強調「因為客家人」。小鐘甚至開自己族群的玩笑，接腔說：「有時候客家人也不會那麼固執啊！譬如說吃飯的時候，我們也不會要固

執搶著付錢。」對於這個突兀的「笑話」，連來賓文英等都說：「很冷耶，不好笑耶。」這時螢幕上打上「你當然不會」五個大字，已分不清是在嘲諷小鐘個人或是整體客家人。

在《冰火五重天》「藝人省錢術」節目中，小鐘再度把客家硬頸精神跟自己的小氣節省扯到了一起。

白冰冰：小鐘是因為什麼環境讓你節儉，你有什麼節儉的事蹟？

小 鐘：因為我覺得是客家人的關係，客家人原本本身就是比較節省的。

白冰冰：什麼硬頸的精神（「硬頸」模倣客語腔調）？

小 鐘：硬頸的精神（小鐘糾正白冰冰的發音），勤儉的態度……

其他來賓：硬頸是什麼意思？

白冰冰：硬頸就是堅強啦！

小 鐘：而且唐山過台灣，沒帶半點錢（先用客語發音，又用國語解釋了一次）……

白冰冰：沒有半點錢啊？

小 鐘：所以我們客家就很有那種危機意識，所以經常都是錢都不會亂花。

白冰冰：所以才會那個福菜，梅乾菜，那為什麼會醃那麼多，就是怕沒東西吃。

小 鐘：對。

觀眾聽了這些過度誇張的節省之道，和小鐘不著邊際的談話，對客家硬頸精神增加多少了解？抑或是加深了心目中客家人小氣吝嗇的負面形象，答案其實很明顯。

「硬頸」本是最重要的客家精神象徵，若能適當地藉由媒體再現，可以使很少接觸客家人的其他族群了解客家人在台灣安身立命的憑藉。例如改編自李喬原著的電影《一八九五》與電視劇《寒夜》系列都深刻地再現了客家人的硬頸精神。但是在談話性的綜藝節目中，硬頸被窄化成小氣、節省，看了這樣的再現，對族群歷史不夠了解的客家人不明白自己族群精神的所在，其他族群的人則把它當笑話。

伍、結論

本研究針對電視綜藝性談話節目對客家負面形象的建構進行批判論述分析。我們發現，《國光幫幫忙》用辯論的名義讓客家人「平反」，《康熙來了》用

誇張的短劇呈現，其他節目則由客家藝人七嘴八舌地貢獻每個人小氣、節儉的事蹟。這些談話性節目不斷複製的再現，已成了客家族群最揮之不去的負面形象。這些負面客家形象的再現與建構，不只是一組攜帶意義系統的符號組合，它是一種「論述」(discourse)，也是各種勢力交鋒爭執的體現(倪炎元，2003：35)。這些形象論述的背後隱藏了族群的意識型態，擁有優勢主權的社會團體生產並包裝這種意識型態，實踐在包括了電視媒體在內的社會各場域中，以維護優勢團體的霸權地位和權力關係。

近年來，客家電視台與原住民電視台先後成立，表面上台灣弱勢族群有了自己的發聲管道，但是理想的族群再現並沒有因此產生。反而因為有了這些族群電視台，主流的商業媒體中，不是看不到弱勢族群的蹤影，就是弱勢族群成為追求商業價值的工具。有時他們的形象被扭曲，有時則成為順應節目鋪陳的棋子，只能跟著節目的「梗」發言，沒有表現才藝的空間。我們的研究證實了弱勢族群藝人在商業電視中的窘狀。這種現象要改變，除了社會中的族群關係必須有本質上的變化，也必須輔以法律上的規範，除了要求商業目的的電視媒體仍須秉持多元文化主義的原則，製播節目平衡族群發展，也須以更高的要求，或自律或受法規約束，杜絕以族群作為笑談的節目內容。而社會中的閱聽大眾也應發揮更積極的角色，監督各媒體減少製播以族群負面形象為主題的節目內容。只有這樣子，「董月花」、神豬相關報導、小氣吝嗇的客家藝人等客家描繪才有可能逐漸成為歷史，我們也才可以看到更多、更完整的客家再現。

參考書目

中文部分：

- 王雯君 (2005)。〈客家邊界：客家意象的詮釋與重建〉，《東吳社會學報》，18：117-156。
- 孔文吉 (2000)。《忠於原味：原住民媒體、文化與政治》。台北：前衛
- 李信漢 (2006.07)。〈族群媒體圖像之描繪：以客家電視為例〉，「中華傳播學會 2006 年年會」論文。台灣，台北。
- 李美華 (2008.12)。〈客家新聞之批判論述分析：權力關係與意識形態〉，「2008 年第二屆台灣客家研究國際研討會」論文。台灣，新竹。
- 林芳玫 (1996)。〈女性與媒體再現—女性主義與社會建構論的觀點〉。《媒體與社會：多重真實的再現與詮釋》。台北：巨流。
- 林芳玫 (1999)。《色情研究—從言論自由到符號擬象》。台北：女書店
- 張伊青 (2009)。《製造心靈導師：〈心海羅盤〉葉教授媒體再現之研究》。世新大學新聞學系碩士論文。
- 夏春祥 (2000)。〈媒介記憶與新聞儀式—二二八事件的新聞文本分析〉。政治大學新聞研究所博士論文。
- 倪炎元 (2003)。《再現的政治台灣報紙媒體對「他者」建構的論述分析》。臺北：韋伯文化。
- 孫榮光 (2008.12)。〈客家紀錄片與真實的再現：以《客觀》、《1394 打戲路》紀錄片為例〉，「2008 年第二屆台灣客家研究國際研討會」論文。台灣，新竹。
- 耿暄 (1998.04.08)。〈董月花賣笑真惱人〉，《聯合報》(影視廣場版)，26 版。
- 姜如珮 (2004)。《台灣電視中之客家意象：公視「客家新聞雜誌」之個案研究》。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 黃琦君 (2003)。《李喬文學作品中的客家文化研究》。新竹師範學院臺灣語言與語文教育研究所碩士論文。
- 曹明正 (2001)。《日本影視文本的媒體再現研究》。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 盛寧 (1997)。《人文困惑與反思：西方後現代主義思潮批判》。北京：新華。
- 趙雅麗 (2006)。〈跨符號研究：「結構／行動」交相建構中的傳播巨型理論藍圖〉，《新聞學研究》，86:1-44。

- 潘淑滿 (2003)。《質性研究：理論與應用》。台北：心理。
- 謝世忠 (1987)。《認同的污名—台灣原住民的族群變遷》。台北：自立晚報社。
- 鍾皓如 (2003.11)。〈論電視媒體中客家族群之「再現」〉，「第三屆「客家研究」研究生學術論文研討會」論文。台灣，中壢。
- 簡妙如等譯 (2002)。《大眾傳播媒體新論》。台北：韋伯。(原書L. Taylor. A. Willis. (1999)Media studies: Text, institutions and audiences.)

英文部分：

- Chouliaraki, L.(2000). 'Political Discourse in the News: Democratizing Responsibility or Aestheticizing Politics?' *Discourse & Society*, 11:3, pp.293-314.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis. the Critical Study of Language*. New York: Longman group limited.
- Foucault, M. (1980). *Power/ Knowledge: selected Interviews and Other Writings, 1972-1977*, C. Gordon (Eds.), Brighton: Harvester Press.
- Hall, S.(1997) 'The Work of Representation,' *Representation : Cultural Representation and Signifying Practices*. Stuart H.(ed.) London: Sage.pp13-74.
- Hall, S.(Ed.)(1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.
- Johnstone, B.(2002).*Discourse Analysis*. Malden, MA: Blackwell Publications.
- Hall, S. (1985). 'Signification, representation, ideology: Althusser and the post-structuralist debates.' *Critical Studies in Mass Communication*, 2(2), 91-114.
- Jorgensen, M., & Phillips, L.(2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. UK: SAGE Publications.
- Potter, J. (1996) . Discourse analysis and constructionist approaches: Theoretical background: *Handbook of qualitative research methods for psychology and the social sciences*. Leicester: BPS Books. [online] .2003/12/12.Available: <http://www.lboro.ac.uk/departments/ss/depstaff/staff/bio/JPpages/Richardson%20Handbook%20Chapter%20for%20web.htm>
- Said, Edward W. (1978). *Orientalism*. New York: Vintage.
- Van Dijk(1991). *Racism and the Press*. London: Routledge.
- van Leeuwen Theo (1996). 'The representation of social actors,' Carmen R. Caldas – Coulthard & M. Coulthard (Eds.), *Text and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*, London & New York: Routledge. 32-70.

孫榮光

網路部分：

國光幫幫忙網站（2009）。〈國光幫幫忙〉。上網日期：2009年9月25日。取自
<http://www.settv.com.tw/metro/m093/>

冰火五重天網站（2009）。〈緯來綜合台—冰火五重天〉。上網日期：2009年9月
8日。取自 <http://ontv.videoland.com.tw/channel/ice/about.asp>

康熙來了網站（2009）。〈CTI康熙來了〉。上網日期：2009年11月20日。取自
<http://www.ctitv.com.tw/new/36/10hour/index.html>

（投稿日期：99年5月14日；採用日期：99年6月7日）

負面客家形象的建構：以電視綜藝性談話節目為例