

「村長」深入客庄 探討公共議題

■謝怡萱/報導



無論身分、職業、年齡，「村民大會」捍衛每個關心公共事務的人發聲的權利。
(范光忠/提供)

恬靜的客庄，這天掀起了一陣騷動，以往只有三三兩兩老人家泡茶、話家常的村莊廟口前，卻聚集了許多村民。從村頭到村尾，人們奔走告，不是總統下鄉巡視，也不是大明星駕到，而是他們都收到了開會通知，「范村長」要在村口召開村民大會了。

范光忠是客家電視台「村民大會」節目製作人，與多數製作人不同，他下鄉的時間總是多過在電視台工作的時間。節目開錄前，除了每集的企劃會議，從勘景、場地布置、邀請地方代表，製作團隊都要親自深入村落。針對客家村落探討公共議題的「村民大會」，不是一般的談話性節目，少了名嘴的舌燦蓮花，要把發聲的麥克風交給民眾。

電視台當記者 歡無客家節目

「村民大會」特殊的節目構想，來自於范光忠對客家的深厚情感。他是新竹關西頗富盛名的范氏家族成員，有「現代竇燕山」之稱、十子登科的客家鄉賢范朝燈，也是關西范家的一員。直到北上就讀世新三專，范光忠才離開關西，但至今無論是撮戲、義民祭，兒時的客庄記憶仍歷歷在目。他希望讓更多人透過鏡頭，看到自己回憶中客庄村落的美好。

從世新三專編採科畢業後，范光忠選擇到出版社從事企劃工作，後來則到大成報擔任影劇版記者，卻發現無法發揮新聞專業，反而必須向廠商拉廣告才能交差，因此產生離開平面媒體、到電視台工作的想法。輾轉待過數家商業電視台擔任記者，范光忠的内心常有一個疑問：「有這麼多電視台，為什麼都沒有客家節目？」

於是范光忠開始到各家電視台尋找製作客家節目的機會，卻到處碰釘子。雖然缺乏客語相關人才是一個問題，但其實范光忠很清楚，商業電視台拒絕製作客家節目的主因，其實是市場考量。幸而行政院客委會成立後，政府開始重視客家族群，范光忠從同事口中得知公共電視台有製作



范光忠

把麥克風交給小村民

范光忠驕傲地說客家電視台新聞節目品質優良，屢獲金鐘獎的肯定。
(謝怡萱/攝)



客家節目的計畫，因此主動與籌備的製作人林玉清取得聯繫。面試結束後，范光忠還未走出電視台大門，就被通知錄取了，二〇〇一年正式成為「客家新聞雜誌」的記者，開始用鏡頭刻劃客家風景。

客家新聞雜誌 激發傳播願景

在「客家新聞雜誌」採訪新聞六年，范光忠遇到了同樣一群對客家傳播有願景的媒體人。他們希望能夠領頭，做出讓商業電視台看得到效益的客家節目，證明客家題材的價值，讓其它電視台願意跟進。他強調，「只要大家都來製作客家節目，客家就不需要刻意去喊傳承的口號。」就像客家人看了閩南語節目就會學說閩南語一般，范光忠認為客家

節目也有同樣的社會化功能。「客家新聞雜誌」雖然努力發掘客家相關題材，但畢竟無法掌握許多地方的公共議題，二〇〇七年「客家新聞雜誌」從公共電視移到客家電視台播出時，范光忠也順勢提出了「村民大會」的節目企劃，希望創造一個以客家村落為主的發聲平台，藉由媒體傳播的力量，廣為宣傳客家事務，讓大家有管道能關心公共事務。

製作村民大會 實踐媒體責任

范光忠坦言：「製作這個節目前，我就知道這個工作吃力不討好。不但收視率低落，而且很孤獨，需要很長的時間經營，才能達到目標。」范光忠的



即使棚外錄影時間、空間狀況都難以掌握，范光忠仍堅持要貼近客家村落來做節目。
(范光忠/提供)

目標，就是盡善公共媒體的教育責任，以及捍衛弱勢族群近用媒體的權力。他說，客家人多務農，資訊不流通而喪失發言權，是農民成為弱勢族群的原因，要改變這種情況，首先就要訓練他們勇於表達主張。

「和電視上的名嘴不同，『村民大會』上的民眾幾乎都是第一次拿麥克風，支支吾吾地用不流暢的語言邏輯，表達自己的意見。」為了讓對談順利進行，在節目開錄前的前置作業，范光忠會先找當地的意見領袖，或對這個議題有興趣的人，把節目中會探討的問題列出來，這些種子觀眾消化題目後，會被安排在節目中發言，一旦有人開始表達意見，就能帶起群眾效應，得到更多的迴響。

身為客家電視台的一員，也肯定客家電視台的表現，但范光忠依然認為客家電視台推廣客家文化的效果是有限的。他以捷運來比喻，「捷運如果一天只開一班，乘客只能選擇在特定時段坐這一班，錯過就搭乘不到；每隔幾分鐘就開一班，從空中俯瞰連成一條的捷運列車，能搭到的乘客就多了許多。」范光忠認為，把所有客語集中到客家電視台，其實是一種邊緣化，侷限了收視觀眾的範圍。

客家獨特文化 常民生活保存

此外，范光忠認為雖然客委會近年對客家文化的推廣，成功淡化了一般民眾對客人的刻板印象，也使客家文化逐漸獲得認同，但客家文化不須與其他文化刻意切割，因為客家人除了語言外，與其他人並沒有什麼不同。「或許祭拜的習俗不同，有些



范光忠一再強調公共議題的重要性，認為媒體應負起公民教育的職責。
(謝怡萱/提供)

交大人文社會學系101級

■謝怡萱/報導

交大傳播與科技學系104級

■許仲廷/報導



范光忠接受訪問時，表示「村民大會」的節目發想是來自地方決議事務的「里民大會」。
(范光忠/提供)

食物不同，但客家人並不會天天吃客家麻糬。」他解釋，真正的文化不應該像在博物館中展示的古文物一樣，死氣沉沉，而是其獨特性仍在常民生活中展現，讓大家自發性地從事相關文化活動，才是客家文化保存的重點。

從「客家新聞雜誌」到「村民大會」，四處下鄉拜訪客庄的范光忠，很欣懽地從歡迎他們到來的村民身上，看到媒體的教育功能，正慢慢發揮效用。雖然愈來愈多的期望與感謝，意味著他須背負更重大的責任，但他依舊會堅持製作「大眾媒體的小眾取向」節目，樸實地擔任傳聲筒，把小人物最迫切的心聲傳達出去。

■採訪側記

為理想燃燒熱情

採訪范光忠的當天，氣象局發布了鋒面特報，幾天前的冬日暖陽，轉眼就失去蹤跡，陰雨伴隨低溫，讓人只想縮在棉被裡睡上一場好覺。不過，想到身為「村民大會」製作人的范光忠為了撥空受訪，下鄉錄影的行程一結束就趕回客庄電視台，我不由得打起十二萬分的精神，冒雨直奔位於台北內湖的客家電視台新聞部。

走進我們約訪的會議室，從范光忠臉上看不到為節目奔波一日的疲憊，反而神采奕奕，想必是因為全心投入喜愛的工作，所獲得的滿足感。帶著長期與客庄居民博感情的親切笑容，范光忠要我跟著客家電視台的同事，稱他為「村長」，可見他對「村民大會」的深厚情感。

採訪過程中，范光忠引人入勝的說故事能力，彷彿帶我走進時光隧道，讓我一下子似乎聽到范光忠童年記憶裡廟口唱的平安戲，下一刻就跟著他到處尋找願意製作客家節目的電視台。不需要斑駁的老照片，就宛如置身其中，甚至不自覺忘記了記者的身分。

這次的採訪經驗，不但讓我看到范光忠為客家族群發聲的努力，也提醒我，媒體被賦予的社會責任不該被遺忘，做為一個具有媒體識讀能力的閱聽人，我們應該用手中的遙控器做出選擇。

(謝怡萱)

■採訪側記

親切的大姊 認真的背影

相較於舞台前的表演者，製作人在我的想像裡應該是一板一眼的工作者。採訪這天我提早到了客家電視台，看到施懿倫認真處理事情的背影，心裡十分緊張。進行採訪的客室既單調又狹窄，更是讓開始採訪的氣氛有些壓抑。

出乎我意料的是，開始談話後，施懿倫更像是一個親切的大姊姊，沒有想像中的距離感，並且相當樂於分享自己的想法。在聊到小時候外婆帶她回鄉下參加民祭典的經歷時，施懿倫心有餘悸地說：「我只記得有一隻好大的豬，嘴裡還咬著一顆鳳梨，我都快做噩夢了！」

我們這幾代的年輕人常常面臨一個問題，就是與祖父母有語言溝通上的困難。施懿倫的父親是閩南人，但從小由外婆帶大的她卻不會說閩南語。每次跟爸爸回阿公家都要面臨聽不懂的窘境。「我那時候也覺得很奇怪，為什麼阿公阿嬤講的話我一個字都聽不懂？我只跟我爸學了一句，就是『聽無』」，施懿倫無奈地說。「回阿公家」也成了施懿倫小時候最害怕的事情之一。

在暢談過去經歷的過程中，我在想，也許正是這麼一顆樂於分享的心，才能製作出客家新樂園這樣充滿生命力的節目。
(許仲廷)



用全新的形式來詮釋客家歌曲，聽起來別有一番風味。
(客家新樂園部落格/提供)

做一個外婆聽得懂的節目

施懿倫認真專注的工作態度是《客家新樂園》節目的品質保證。
(施懿倫/提供)

施懿倫

打造客家新樂園

施懿倫自豪的說：「將傳統元素創新包裝，讓客家文化可以更廣為人接受。」
(許仲廷/提供)



人了客家音樂的創作，為客家音樂注入新血，客台終於在二〇〇九年開播了第一個長版的客家音樂節目《客家新樂園 Hot Music》，由施懿倫擔任製作人。

然而，唱客家歌曲的歌手多數知名度都不高，新樂園起初在宣傳上相當困難。她們只好請一些當時較有名的主流歌手來打響名氣，如陳國華、彭佳慧、羅時豐、殷正洋等人，有客籍的、非客籍的，只要他們肯練客語歌曲，就能來表演。

除了表演者以外，找到合適的主持人更是一項艱鉅的任務。客家音樂節目的主持人，除了要會講客家話、要會音樂，最好還要懂一些樂器。找金曲



容，例如將世界名曲，或者一些流傳已久的大家琅琅上口的流行歌曲改編成客家歌。當初的想法很簡單，就是找那些主流的、非客家的歌手來表演，若用這些他們比較熟悉的歌曲旋律，只要專注練習客家話的發音就好。客語的獨特韻味，意外地讓「舊曲新編」成了一個新的單元。近期新樂園還嘗試了傳統戲曲的改編，將一些現代的社會議題，例如全球暖化，放到客語傳統戲曲中呈現。

嘗試創新 不忘保存傳統

為了配合民國一百年活動，很多電視台做了百年歷史回顧，啟發了施懿倫的靈感，製作了一個客家音樂發展史的單元。大部分的觀眾平時不常聽客家歌曲，有些剛開始投入客家歌曲創作的年輕人，對於客家音樂的歷史其實並不熟悉，於是施懿倫製作的這個單元裡面介紹了客家音樂的發展歷程，並且介紹呂金守、林子淵、涂敏恆等人的生平和歌曲。

為了製作這個單元，製作團隊第一次走出攝影棚，到戶外採訪當年的這些音樂創作人，請他們講當年參與客家音樂的過程，讓團隊的成員大開眼界，更賦予新樂園一個新的樣貌。

客家新樂園播出兩年以來，為了顧及老中青三代的觀眾，節目內容必須同時包括傳統以及流行的歌曲，然而要同時留住不同年齡層的觀眾並不容易。「整個節目的調性沒有主軸，定位不是十分明確一直是我們的困擾。」施懿倫說，製作團隊也開始思考節目轉型的問題。為了開啟客家音樂的新視野，創新、流行的歌曲是必須要經營的，但施懿倫認為傳統的部份絕對不能被放棄，傳統的歌曲雖然變化不大，卻是值得被保留的。

找歌手難 找主持人更難

客家歌曲在流行音樂界一直不是主流，早期更是乏人問津，加上各種版權的關係混亂，所有權清楚、可以使用的歌曲不足，施懿倫的製作團隊起初一直無法做出長度足夠的客家音樂節目。後來經過努力，她們漸漸釐清了客家歌曲的版權問題，再加上新聞局提倡母語音樂比賽，開始有很多年輕人投



《客家新樂園Hot Music》是施懿倫近期最得意的作品。
(客家新樂園部落格/提供)