

100 年特種考試地方政府公務人員考試試題

代號：40360 全一頁

等 別：四等考試

類 科：客家事務行政

科 目：客家政治與經濟概要

考試時間：1 小時 30 分

座號：_____

※注意：(一)禁止使用電子計算器。

(二)不必抄題，作答時請將試題題號及答案依照順序寫在試卷上，於本試題上作答者，不予計分。

一、解釋名詞：

(一)臺灣客家族群 (5 分)

(二)臺灣客家社會文化運動 (簡稱臺灣客家運動) (10 分)

(三)戰後臺灣客家族群政治 (5 分)

二、戰後臺灣客家政策與法制之主要討論重點為何？請簡要說明「客家基本法」之重要性及其主要重點，並評論之。(25 分)

三、請說明客家社團應如何定義？再者，請簡要說明客家社團在臺灣客家文化傳承方面之重要性。(25 分)

四、請簡述戰後臺灣客家經濟與產業發展之主要討論重點為何？再者，請簡要說明臺灣客家媒體之發展。(30 分)

一、【擬答】

(一)臺灣客家族群：

所謂臺灣客家族群，係指自大陸客家原鄉移墾至臺灣落居聚集的客家人，因擁有共同的來源或共同的祖先、共同的文化或語言，而自認為或被其他人認為，構成獨特社群的一群人。

(二)臺灣客家社會文化運動：

所謂臺灣客家社會文化運動，是一種以客家文化為主軸的社會運動，也是一種政治運動、族群運動，或是族群自我改造運動。臺灣客家運動與民主轉型密不可分，約略可區分成三大階段：發軔期（1987~1989）；集結期（1990~1995）；制度期（1996~）。

(三)戰後臺灣客家族群政治：

所謂戰後臺灣客家族群政治，係指二次大戰後的臺灣政治環境下，客家族群參與政治的生態演變。客家族群是台灣第二大族群，威權統治時期，客家政治力的發展面臨許多限制，除閩客考量外，政治主導勢力的刻意安排也是主因。民主轉型後，客家政治則發生重大變化，體制內客家地方政治生態逐漸擺脫派系、宗親的桎梏；體制外社會運動的風起雲湧激發客家運動，迫使政府正視客家議題。

二、【擬答】

(一)戰後臺灣客家政策與法制之討論重點：

- 1.在戰後的殖民同化裡，許多客家人接受了關於族群源流的中原南遷論述，將自我定位為「漢人的正統」，從而與新殖民主義的大中華論述緊密接合。客家人在臺灣本土化中要表明的不僅是他語言文化的特殊性，甚至還要進一步回答本土化族群史的政治正確問題。
- 2.自 1987 年以來以《客家風雲雜誌》的創刊、客家公共事務協會的成立和寶島客家電台的開台為標誌所展開的台灣客家運動，一方面強調對政府大中國族群文化政策的批判和反抗，也明確宣示對本土化運動和民主化運動的認同與參與；另一方面客家運動更強調客家人應該改變「過去保守的態度」，應該積極「走出來」參與各種公共事務，要在台灣民主改革中有所貢獻才能獲得承認，建立族群的尊嚴地位，才是「新客家人」。
- 3.鑑於客家人在本土化中要表明的不僅是他語言文化的特殊性，甚至還要進一步回答本土化族群史的政治正確問題。客家族群長期以來未受到應有之重視，而面臨身分認同斷失、文化活力萎縮及客家公共領域式微之危機，連帶也使得做為族群特色之語言與傳統日益流失。故政府於 2001 年成立「行政院客家委員會」，專責推動全國客家事務及相關行政。

(二)「客家基本法」之重要性：

- 1.因為台灣具有多元之族群，然而客家族群長期以來未受到應有之重視，而面臨身分認同斷失、文化活力萎縮及客家公共領域式微之危機，連帶也使得做為族群特色之語言與傳統日益流失。
- 2.因中央政府於 2001 年 6 月 14 日成立行政院客家委員會，專責推動全國客家事務及相關行政，但由於行政措施有其侷限，缺乏法源依據，以致無法普遍而深入地推展各項工作。

3.為建立制度性規範，以增強推動力度與效果，並確立客家事務未來基本方向，乃藉此建構客家事務施政總目標。

(三)「客家基本法」之重點：

- 1.促進多元文化平衡發展：基於落實中華民國憲法增修條文第十條第十一項國家肯定多元文化之意旨，透過保存、傳承與發揚客家語言、文化及文化產業，達成促進多元文化平衡發展、保障客家族群集體權益之目的。
- 2.認定客家族群方式：以「原鄉論述」，即從血統、語言、文化三方面來認定客家人、客家族群及客與等用詞。
- 3.客家文化重點發展區：藉由選定具特殊客家特色之特定地區，凸顯客家語言、文化與其他族群文化之區別，達成客家語言、文化及產業傳承創新之政策目標。
- 4.落實客語無障礙環境：為因應以客語洽公人士需求，政府機關（構）應提供必要之客語播音、諮詢、或通譯等服務，以落實客語無障礙環境。

三、【擬答】

(一)客家社團之定義：

所謂客家社團，係指以客家族群為主，彼此間在心理互動或互相影響的團體所構成。按客家社團因時代背景因素成立，可區分為傳統型客家社團與現代型客家社團。

1.傳統型客家社團：

以謀生互動而形成的客家社團，約 1950 年代開始成立，社團成員移居臺北的動機以謀生、發展為主。由於客家族群在臺北地區相對福佬、外省族群較為弱勢，因此成立有聯誼、互助等功能的社團來幫助在臺北生活的客家人，並且有凝聚認同的作用。

2.現代型客家社團：

現代型客家團體主要向傳統客家宣傳，推動客家文化社會運動需要傳統客家團體的支持。

(1)國內部分：包括客家雜誌社、臺灣客家公共事務協會、財團法人寶島客家廣播電台、臺北市中原客家崇正會、臺灣客家研究學會、台灣客家文經發展協會、世界台灣客家聯合會。

(2)國外部分：包括新加坡南洋客屬總會、香港世界客屬總會、美國客家聯合會。

(二)客家社團在臺灣客家文化傳承方面之重要性：

- 1.以推動「客家文化設施興（修）建」計畫，充實地方文化硬體據點，提供客家文化體驗與互動空間政策，協助客家社團參與社區文化復興與社區總體營造。開拓客家文化發展的據點，規劃不同層級之客家文化園區、客家文化館、客家文物館、客家文化特色館等客家文化空間，以並帶動客家文化的普及化，以促進客家文化生命的延續。
- 2.透過客家社團希望藉由文化藝術與產業的角度切入，凝聚客家社區意識，改善社區生活環境，建立社區文化特色，由點至線到面的循序形塑整體客庄環境，確實造就了實踐客家文化社區總體營造實現的好時機。
- 3.客家社團與社區結合，將當地「客家文化設施」的設置與國內觀光遊憩結合，成為

觀光遊憩景點之一；因此，帶動傳統客家聚落、農庄轉型，結合當地社區、客家文化園區、文化館、博物館、鄉土文化館及藝術創作，吸引民間團體以策展方式舉辦活動，使當地的客家建築、歷史、鄉土文史、傳統藝術、生態與景觀能成為具有代表性的文化活動及地方藝術節慶。

- 4.與政府互動關係上，建立共舞關係：客家社團與政府的關係，是一種「共舞的關係」，從行銷策略的角度來思考，共舞關係其實就是一種「策略聯盟」與「夥伴關係」，這種關係是一種愉快的經驗和愉快的學習，不一定要每件事須達一致才共事，必須接納各方的意見，要學習溝通、相互傾聽，如果這樣看待彼此之間的關係，即是「共舞的關係」。

四、【擬答】

(一)戰後臺灣客家經濟產業發展之討論重點：

客家產業經濟研究主要在「區域」與「文化」，也就是客家地區的產業經濟結構和客家文化相關的產業。客家經濟在多元文化的發展趨勢下，儼然已成為當代台灣消費經濟與文化創意產業發展的代表象徵之一。客家經濟既是客家地區，亦是客家族群的經濟活動與產業領域，且其所受台灣政治、經濟、社會與文化環境的深刻影響，也具體地呈現在當代客家文化創意產業、客家數位內容產業及客家企業家的發展上。

1.客家傳統產業方面（按區域發展產業說明）：

(1)北臺灣客家聚落產業：主要在桃竹苗地區，代表性產業有新竹茶業、苗栗蠶絲業及帽蓆業，客家婦女投入相當多的人力。

(2)南臺灣客家聚落產業：主要在六堆地區，有紙傘業、菸業等。

(3)東臺灣客家聚落產業：包括關山咖啡栽培業、舞鶴茶業及富里菸業等。

2.客家文化創意產業方面：從傳統客家的生活文化中發掘客家的原始智慧、善意、熱情、自然流露在產業中，且激發出客家人對自己文化的認同、喜愛與反省，不必冀求多大規模，只是適合社區及人們的需要適度發展即可。創造出「客家文化」的產業，在食衣住行育樂之中展現，在每一環節中都有濃郁的在地性、獨特性與原創性。

3.客家數位內容產業方面：目前仍以數位影音、數位學習與數位典藏與出版為主要領域。分析客家數位內容產業時，可依循以社會面向的「客家認同」(identity of Hakka)、文化面向的「客家意象」(image of Hakka)、數位面向的「資訊科技」(information technology)、經濟面向「經濟利益」(interest in economy)、制度面向的「智慧財產」(intellectual property)的「5i」構面進行分析。

(二)臺灣客家媒體之發展：

1.在客家雜誌方面

1987年《客家風雲雜誌》的創刊，不僅是一個從客家角度發聲的輿論公器，同時也是台灣客家人意見匯流的象徵，以及有計畫推動客家運動的先聲。於1990年1月改組為「客家雜誌」後，雖仍以「延續客家文化香火，爭取客家族群權益」為目標，但其風格漸趨靜態而圍繞在客家傳統文化、民俗與語言上。

2.在客家廣播方面：

政府於 1996 年 7 月核准「寶島客家電台」，使客家運動訴求制度化的開始。

3.在客家電視方面：

(1)委外製播：客家電視台自 2003 年 7 月 1 日開播到 2007 年 1 月 1 日納入公廣集團之前，一直以「電視內容與勞務」為標的的政府採購案，分別由台視（2003~2005 年）與東森（2006 年）兩家電視公司得標負責營運。

(2)納入公視：2007 年 1 月 1 日納入公廣集團後，客家電視台得以擁有獨立的組織與經費，也逐漸擺脫「委製」的模式，開始自行製播節目。客家電視台也設置影音中心，將製播節目於 24 小時內上傳網路平台，同時透過商業影音網站 You Tube，擴大客家電視節目的能見度與附加價值。