

目 錄

謝辭	I
摘要	II
目錄	III
圖表目錄	IV
第一章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機與目的	4
第三節 研究問題	5
第四節 研究方法概述	6
第二章 文獻探討	7
第一節 少數族群與傳播	7
第二節 客語廣播在台灣	13
第三節 廣播電台的經營策略	26
第四節 非營利的廣電媒體	48
第三章 研究方法	55
第一節 研究設計與架構	55
第二節 研究對象與方法	56
第三節 研究流程	62
第四章 客家電台經營管理分析與比較	63
第一節 客家電台的外在環境分析	63
第二節 個案之一：寶島客家電台	70
第三節 個案之二：新客家電台	86
第四節 雙個案的綜合比較	98
第五章 結論與建議	105
第一節 研究結論	105
第二節 研究建議與限制	111
參考書目	115
附錄	121

圖 表 目 錄

圖 2-1	過程學派	26
圖 2-2	系統的基本資訊流程	26
圖 2-3	音樂類型電台節目規劃管理流程	27
圖 2-4	節目策略系統簡圖	27
圖 2-5	電子媒體經營管理的模型	28
圖 2-6	策略管理模式	29
圖 2-7	廣播媒介經營策略形成過程	30
圖 2-8	策略規劃的步驟	31
圖 2-9	Arbitron 的電台競爭環境模式	37
圖 3-1	研究架構圖	55
圖 3-2	研究流程圖	62
圖 4-1	財團法人寶島客家廣播電台組織架構圖	71
圖 4-2	寶島客家電台各類型節目比例	73
圖 4-3	寶島客家電台週間(一~五)各類型節目比例	74
圖 4-4	寶島客家電台週末(六~日)各類型節目比例	74
圖 4-5	寶島客家電台節目語言比例	75
圖 4-6	寶島客家電台節目型態比例	76
圖 4-7	寶島客家電台音樂播出比例	77
圖 4-8	寶島客家電台廣告播出比例	79
圖 4-9	新客家電台組織架構圖	87
圖 4-10	新客家電台各類型節目比例	90
圖 4-11	新客家電台周日各類型節目比例	90
圖 4-12	新客家電台節目型態比例	91
圖 4-13	新客家電台音樂播出比例	92
圖 4-14	新客家電台廣告播出比例	94
圖 4-15	客家電台節目類別比例	99
圖 4-16	客家電台節目型態比例	100
圖 4-17	客家電台音樂使用比例	101
圖 4-18	客家電台語言使用比例	102

表 2-1	各縣市客家人口分佈比例	13
表 2-2	受訪者說國語及客語的能力	15
表 2-3	受訪者的國語及客語聽力	15
表 2-4	客家人使用客語之場合與頻度深度	16
表 2-5	客家戶內客家人的客語使用情形	17
表 2-6	客家人年齡層間的比較 - 按客語使用情形分	17
表 2-7	十三歲以下客家子女使用的語言	18
表 2-8	從新電台設台宗旨分析新電台類型	46
表 2-9	營利與非營利機構行銷的比較	52
表 3-1	台灣地區客家電台	56
表 3-2	深度訪談受訪名單	58
表 3-3	節目側錄日期與時數	59
表 4-1	廣播電台競爭環境示意表	68