

第一章 緒論

第一節 研究背景

在我國早期「推行國語」的政策影響下，少數族群的母語缺乏發聲的管道，廣電媒體中亦少見母語節目。尤其自民國五十二年「廣播與電視無線電台節目輔導準則」施行以來，廣電媒體的播音開始受到語言比例的限制，方言的播出時間逐漸減少，至民國六十五年「廣播電視法」公布施行時，方言節目的比例更降到45%（調幅電台）至30%（調頻電台），這樣的情形直到民國八十年廣電法廢除有關語言的規定才算解除（劉幼琍，1997a）。

然而在長期政策限制以及資源不足的情況下，方言節目的發展無疑是居於弱勢的，尤其是少數族群（客家與原住民族群）的母語節目更是寥寥可數。梁世武（1996）分析民國八十四年的台灣地區的廣播節目生態，發現在語言使用方面，以國語（51.2%）及閩南語（46.7%）為主要的使用語言，客語（0.87%）及原住民語（0.29%）所佔比例極低，呈現出極為明顯的失衡情形。

客家族群人口約佔台灣總人口數的12%，為台灣的第二大族群，但在推行國語的政策影響下，在公共領域無法使用客家話交談，長期以來客語廣電節目不僅數量稀少，播出時段也冷僻，客家族群的傳播權益未受重視。在教育與傳播體系強勢語言的影響下，會說客家話的客家子弟逐漸減少，客家語言與文化的傳承面臨斷層。這樣的危機感，促使客籍人士為客家語言與文化的存續挺身而出，客家意識抬頭，1988年11月，在「客家權益促進會」的發起與主導之下，客家人開始進行「還我母語運動」，提出「還我客家話，尊重客家人」等口號，為客家人長期的母語抗爭揭開序幕（謝文華，2002）。在近十五年的抗爭歷程中，爭取客家話在廣電媒體中的能見度，一直是客家母語運動的訴求重點之一，而其中申請廣播頻道，成立客語廣播電台，更是一項具有重要意義的里程碑。

政治解嚴以來，有鑑於我國廣播頻道長期由黨政軍控制，造成資訊與意見的壟斷，社會的反對運動抗爭不斷。新聞局自民國八十二年開始釋出廣播頻道由民間申設電台，為我國電波開放的開端，至民國八十九年為止，總共分十個梯次釋出151個頻道。在電波開放初期，電波頻率核配的主要原則有四項，包括：一、為最多數之聽眾之最大利益；二、節目應具專業性、服務性與公益性；三、鼓勵民營，限制公營；四、重整電波秩序，保障新設電台之播音品質（張錦華，1997:11）。可見初期的開放政策，雖然力求多元化，但主要著眼於地區性的、所有權結構的、以及節目內容上的多元，講求的是「普遍均衡」，對於弱勢族群

的傳播需求並未特別照顧，其結果便是多數民營的電台，在市場考量下疏於對弱勢族群的服務，而弱勢族群也很難有相同的競爭條件來申請電台，又造成所有權的不平衡。

電波開放卻未顧及族群平衡的情形，在民國八十三年「全國客家權益行動聯盟」提出「寶島客家電台」小功率電台申請案未獲通過時，引爆了客家族群的強烈抗爭，十二月三十日近千名客家鄉親抗議新聞局忽視族群權益，不重視恢復客家語言，發展客家文化（黃娟，1995:50）。在客家族群的壓力下，新聞局同意優先考慮撥配基隆台北地區的FM93.5 頻率，供客語電台申請，同時廣播電台審議委員會並修正審議原則，加入保障少數族群的項目。修正後的審議原則為：一、健全廣播事業；二、均衡區域發展；三、避免壟斷經營；四、符合地方需要；五、主客觀條件相同時，民營優先，「並尊重族群權益」（張錦華，1997:16）。因此第八梯次至第十梯次的頻道開放，皆保留有客語或原住民語的指定用途電台，實際核配了八個頻道供少數族群使用（孫彬訓，2003）。

頻道開放之後，各地陸續出現少數幾家客家與原住民電台，其中的客家電台包括有：寶島客家電台（基北區，小功率電台）、新客家電台（桃園，中功率電台）、苗栗客家文化電台（苗栗，小功率）、苗栗之音（苗栗，小功率）、大漢之音（苗栗、小功率）、地球村電台（台中）、大苗栗電台及高屏原住民與客語電台等八家，其中大苗栗電台為國客語並用，高屏電台則並用原住民語與客語。故新電台中有六家客家電台，以及兩家兼顧客語族群的電台。

客家電台的成立，與客家意識抬頭，客家權益推動等社會運動密切相關，本身的設台宗旨多半帶有「延續客家母語」、「發揚客家文化」、「推動客家意識」等理想主義的色彩。然而在電波開放期間設立的客家電台，所面臨的是電台數量暴增的市場環境，以客家話發聲的客家電台，先天受限於服務少數族群，又缺乏政策上的支持補助，在競爭激烈的市場中，生存實屬不易。客家電台要突顯特色、創造優勢，亟需導入專業的媒體經營管理概念，以尋求永續經營之道，如此才能達到傳承母語、延續文化的理想。客語廣電從業者蔡秀玲即指出：

「.....該是方言媒體走向專業化的時代，不能再用過去土法煉鋼的方式來經營頻道，也更走出以往地下電台的經營模式，走進市場機制的良性循環，客家話的廣播不能再靠捐款或施捨來過日子了，唯一的生路就是專業的經營與管理，製作出符合廣播製作原理的節目才能順應潮流，創造出客語廣播的一片天空。」（蔡秀玲，1999:48）

台灣地區的客家電台，目前除了前述的八家新電台外，尚有中廣的客家頻道（AM747）。以播音範圍來看，中廣客家頻道涵蓋最廣，包括台灣西部、北部，

以及東部花蓮地區，其他新電台則為中功率或小功率的地方電台。在經營型態上面，台北的寶島客家電台，以及新竹的苗栗客家文化電台為財團法人的組織型態，可視為非商業電台，其餘則為公司組織，屬商業電台。從播音範圍的不同，以及經營型態的差異，可見客家電台的經營管理，各有其面對的困難與挑戰，若由媒介多元化的角度著眼，客家電台能否永續經營，達到其復興母語、傳承文化的使命，也象徵著少數族群傳播權利的實踐，為一個值得深入研究的領域。

第二節 研究動機與目的

以台灣人口結構來說，約佔 12% 的客家人口屬於相對小眾，而經歷數十年推行國語的語言政策影響下，客家人的客語能力逐步衰退，客家話的使用場合與時機也受侷限。儘管近十幾年來隨著反對運動興起，客家意識抬頭，但整體的客語傳播環境似乎尚未復甦，尤其在我國商業為主的傳播體制下，小眾的客家族群及非主流的客語，一直不受主流傳播媒體青睞。客家電台的成立，承載著延續母語、發揚文化的任務，然而在服務小眾及使用弱勢語言的經營條件下，如何在競爭激烈的廣播市場中求生，達到設台的理想，確實值得探究。

基於對台灣客語傳播媒體的關切，本研究以客家電台為研究對象，試圖對客家廣播環境及經營狀況進行了解，其研究目的如下：

一、探討台灣客語廣播的環境，以及客語廣播的發展：

對台灣地區的客語廣播環境進行了解，並經由文獻探討等方式，對台灣的客語廣播發展歷程進行回顧。

二、剖析影響客家電台經營的外在環境因素，以及內部組織情況：

廣播電台的經營管理，同時受到外在以及內在因素的影響，外在因素包括：市場規模、聽眾特徵、競爭對手、政策規範、社會文化、政治經濟情況等；而內在因素則包括了：所有權、組織結構、人事、節目表現、行銷策略等等。客家電台由於其服務少數族群的特殊屬性，更為其經營增加影響的變數，本研究將針對影響客家電台經營的內在及外在環境因素進行剖析。

三、分析客家電台的經營策略方針：

客家電台成立至今，已累積數年的營運經驗，本研究期望能調查客家電台的經營情況，並對其策略方針進行分析，以了解其經營上的優勢及面臨的挑戰。

四、對客家電台的經營管理提出建議：

經由學理的探討及實務的分析，試圖對台灣地區的客家電台經營管理提出建議。

本研究第四層面的目的，試圖為客家電台找出適切的經營管理之道，實是一個理想化的目的，然而少數族群的傳播，是多元傳播環境中不可忽視的一環，期望藉由此領域的探索，能為相關研究提供一些觀點與思考方向。

第三節 研究問題

根據研究動機與目的，研究問題為以下四項：

- 一、國內客語廣播的發展演進情形為何？客語廣播的現況為何？
- 二、客家電台所面對的外在環境因素有哪些？內部環境因素有哪些？影響為何？
- 三、客家電台的經營策略為何？其經營績效與成果如何？
- 四、何者為客家電台適切的經營管理之道？

第一個研究問題，預期能對客語廣播過去的發展以及現況進行瞭解；第二個研究問題則對客家電台所處的大環境，以及影響其經營的內外因素進行探討；第三個研究問題重點在於了解客家電台為達成其使命及經營目的，擬定何種經營策略，以及其實行成效如何；最後則總結研究發現，試圖找出符合客家廣播電台特性的經營管理之道。

第四節 研究方法概述

本節將概述本研究所使用的研究方法，包括：文獻探討、深度訪談、以及節目內容分析等三項。

一、 文獻探討

藉由文獻探討對少數族群傳播、廣播電台經營管理的領域，進行學理上的探索，同時對台灣的客家族群現況，以及客語傳播的發展進行了解。

二、 深度訪談

深度訪談為質化的研究方法，本研究依據文獻探討所得的客語廣播經營面向及特性，擬定採訪主題，並以客家電台的經營者及從業者為訪談對象，經由訪談了解目前客家電台的生態與經營方式，取得第一手的資料。

三、 內容分析

節目表現是廣播電台經營策略的重要體現，本研究將側錄客家電台的播出節目進行內容分析，透過對節目內容的分析，對客家電台的節目策略及節目表現進行觀察，同時了解電台的節目是否符合頻道的宗旨與定位，是否達成經營的目標。