

## 參考文獻

### 中文與譯文部份

王英裕(1999)，《全球整編與本土共謀：台灣流行音樂工業轉變之政經分析》，嘉義：中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

王瓊英(2000)，《臺灣現代劇團行銷之研究》，台北：台灣大學戲劇研究所碩士論文。

王啟明(2003)，《1960年代反叛文化對臺灣的影響》，台北：中國文化大學史學研究所碩士論文。

方巧如(1996)，〈民國七十年代台灣的國語搖滾樂團所建構的夢想世界及其限制〉，《中外文學》，1996年7月，第25卷，第二期。

何東洪(2000.09)，〈「搖滾樂精神」的幽靈〉，《搖滾客雜誌》，2000年9月復刊一號，台北，水晶有聲出版社。

何東洪(1998.06.)，〈音樂的政治效果——一場多方角力的拉鋸戰〉，《當代》雜誌，第130期。

吳芳銘(2002)，《當選進行式：選舉行的策略觀點——一個概念性架構的提出》，「2001年縣市長暨立法委員選舉政治行銷與選究學術研討會」論文，台北：世新大學民意調查研究中心。

李蘊芬 (2003.02.22)，〈Say Yes to Taiwan!!!第四屆和平音樂會熱鬧登場〉，《東森電子報》。

Wimmer, R. D. & Dominick, J. R.，〈大眾媒體研究〉，李天任，藍莘譯(1995)。台北：亞

太圖書出版社。

Babbie, Earl(1998). The practice of social research, 8th ed. .《社會科學研究方法》，李美華等譯，台北：時英出版。

沈清松 (1984)，《解除世界魔咒—科技對文化的衝擊與展望》，台北：時報。

Attali, Jacques(1977). Bruits: Essai sur l' économie politique de la musique. 《噪音：音樂的政治經濟學》，宋素鳳、翁桂堂譯(1995)，台北：時報文化。

林怡伶(1996)，〈複製或原真？主流與非主流流行音樂之事實與迷思〉，《中外文學》，1996年7月，第25卷，第2期。

林欣宜(1999)，《當代台灣音樂工業產銷結構分析》，桃園：元智大學資訊研究所資訊傳播組碩士論文。

林瑞端(2001)，《媒介、消費與認同：台灣青少年收看日本偶像劇之效果研究》，台北：世新大學傳播研究所碩士論文。

Freddy(2004) (林昶佐)，〈不受地層壓抑的台灣樂團〉，未正式書面發表。

邵琮淳(2002)，《網路歌迷社群認同之研究—以交大機械歌迷版為例》，新竹：國立交通大學傳播所碩士論文。

周甫亮(2001)，《青少年在網咖中的次文化認同建構初探》，台北：世新大學傳播研究所碩士論文。

周倩漪(1996)，〈解讀流行音樂性別政治——以江蕙和陳淑樺為例〉，《中外文學》，1996年7月，第25卷，第2期。

范光描(2003)，《網際網路與社會運動——以台灣人權促進會電子報為例》，台北：中國文化大學新聞研究所碩士論文。

胡幼慧(2000)，《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，台北：巨流圖書公司。

夏學理、凌公山、陳媛編著(1998)，《文化行政》，台北：空大。

Bacon, B. S. and Korza, Pam(1987), “Promoting the arts — Marketing in a Changing Environment.” In Craig Dreeszen & Korza, Pam (ed.) Fundamentals of Local : Arts Management, 2<sup>nd</sup> ed. , CA: Arts Extension Service, 《社區藝術管理—社區藝術管理人手冊》桂雅文編譯 (2000)，台北：五觀藝術管理。

Dreeszen, Craig(1987), “Local Arts Agencies — Marketing Difference in Communities” 、 “Planning — Developing a learning Organization” In Craig Dreeszen & Korza, Pam (ed.) Fundamentals of Local : Arts Management, 2<sup>nd</sup> ed. , CA: Arts Extension Service, 《社區藝術管理—社區藝術管理人手冊》桂雅文編譯 (2000)，台北：五觀藝術管理。

Korza, Pam(1987), “Program Development — Connecting Arts With Audiences.” In Craig Dreeszen & Korza, Pam (ed.) Fundamentals of Local : Arts Management, 2<sup>nd</sup> ed. , CA: Arts Extension Service, 《社區藝術管理—社區藝術管理人手冊》桂雅文編譯 (2000)，台北：五觀藝術管理。

North, Halsey M. & North, Alice H.(1987), “The Art of Fundraising — Never Ask a Stranger for Money!” In Craig Dreeszen & Korza, Pam (ed.) Fundamentals of Local : Arts Management, 2<sup>nd</sup> ed. , CA: Arts Extension Service, 《社區藝術管理—社區藝術管理人手冊》桂雅文編譯 (2000)，台北：五觀藝術管理。

Kotler, Philip & Scheff Joanne(1997). Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Art. HBS Press. 高登第譯(1998)，《票房行銷》，台北：遠流。

梁玉芳(2003.02.23)，〈搖滾反戰 High起來.....露了〉，《聯合報》。

陳敏鳳(2004.03.09)，〈綠營將辦「舉起大拇指」的活動〉，《聯合報》。

陳逸潔(1991)，《行銷取向之公共關係研究:非營利機構之個案分析》，台北：輔仁大學大眾傳播所碩士論文。

陳正男(1998)，《行銷管理》，台北：三民書局。

McQuail, Denis(2000). McQuail's Mass Communication Theory, 4<sup>th</sup> ed. , CA: Sage. 《最新大眾傳播理論》，陳芸芸、劉慧雯譯(2001)，台北：韋伯文化事業出版社。

張玉杰(1998)，《誰在聽什麼音樂？—探索新新人類特質與音樂品味的關係—》，台北：世新大學傳播研究所碩士論文。

張鐵志(2004)，《聲音與憤怒》，台北：商周出版。

張育章(1996)，〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉，《中外文學》，1996年7月，第25卷，第2期。

張永誠(1991)，《選戰行銷—如何在競爭中獲勝》，台北：遠流出版公司。

Frith, Simon(1987). "Toward an Aesthetics of Popular Music." in Leppert, Richard & McClary, Susan(ed.) Music & Society: The Politics of Composition, Performance and Reception. New York: Cambridge University press. 〈邁向民眾音樂美學〉，張釗維譯，《島嶼邊緣》1994.06第三卷第三期，總號第十一期，台北：唐山出版社。

Redhead, Steve & Street, John(1989). "Have I the right? Legitimacy, authenticity and community in folk's politics." In Popular Music. 〈我有權力嗎？民歌政治策略中的正當性、原真性與社群〉，張釗維譯，《島嶼邊緣》1994.06第三卷第三期，總號第十一期，台北：唐山出版社。

Garofalo, Reedee. (1986). "How Autonomous is Relative: Popular Music, the Social Formation and Cultural Struggle" In Popular Music. 〈自主性是如何相對的—民眾音樂、社會形構與文化抗爭〉，張育章譯，《島嶼邊緣》1994.06第三卷第三期，總號第十一期，台北：

唐山出版社。

Throsby, David (2001). Economic and Culture. 《文化經濟學》，張維倫等譯 (2003)，台北：典藏雜誌社。

Hebdige, Dick (1979). Subculture the meaning of style. 《次文化生活方式的意義》，張儒林譯(1997)，台北:駱駝出版社。

郭威君(2003)，《台灣流行音樂唱片產業的未來在何方？》，台北：台灣大學新聞研究所碩士論文。

Wicke, Peter(1987). Rock Music: Culture, Aesthetics and Sociology. 《搖滾樂的再思考》，郭政倫譯(2000)，台北：揚智文化。

黃葳威 (2003)，《試擬方言族群媒體的文化行銷模式：以客家公共電台為例》，2003.09.05中華傳播學會年會客家文化與傳播研究發表論文。

黃葳威 (1999)，《文化傳播》，台北：正中書局。

黃葳威(1999)，〈青少年對電視益智節目的回饋：一個次文化的觀察〉，《走向電視觀眾：回饋理論與實證》，台北：時英出版社。

彭如仙(1999)，《反毒教育宣導訊息與在校青少年用藥之探討》，台北：陽明大學公共衛生研究所碩士論文。

Frith, Simon(1978). The Sociology if Rock. 《搖滾樂社會學》，彭倩文譯(1994)，台北：萬象圖書。

舒嘉興(2001)，《新聞卸妝——布爾迪厄新聞場域理論》，台北：桂冠圖書。

楊珮玲(2004.02.23)，〈見證歷史「手護台灣」發給證書〉，《中國時報》。

葉月瑜(1993)，〈搖滾樂、次文化、台灣電影〉，《電影欣賞》。

廖炳惠(1995)，〈導讀〉，《噪音：音樂的政治經學》，宋素鳳、翁桂堂譯(1995)，台北：時報文化。

鄭尹真 (2004.02)，〈228搖滾台灣魂？Say Yes to Taiwan〉，《破週報》，復刊第298期。

Goodman, Norman(1992). Introduction to Sociology. HarperCollins Publishers, Inc. 盧嵐蘭譯(1996)，《社會學導論》，台北：桂冠圖書。

羅廣仁(2002)，《整合行銷傳播在政黨競選運用之研究—以2001年立法委員選舉中國國民黨為例》，台北：世新大學傳播研究所碩士論文。

羅文坤(2000)，《表演藝術團體與新聞傳播媒體之互動研究》，台北：文化大學新聞研究所碩士論文。

嚴祥鸞(1996)，〈參與觀察法〉，《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，胡幼慧(2000)，台北：巨流圖書公司。

顧玉珍(1995)，〈性別知識的生產—以國內傳播學院的性別論述之生產為例〉，1995年7月，《新聞學研究》。

## 英文部份

Blaukopf, Kurt(1982), translated by David Marinelli(1992).” The Economic Delemma of the Performing Arts” in Musical Life in a Changing society. Amadeus Press(an imprint of Timber Press, Inc.)

Costa, J. A. & Bamossy, G. J. (1995). “Culture and the Marketing of Culture: The Museum Retail Context” in Costa, J. A. & Bamossy, G. J.(ed.) Marketing in a Multicultural World. Thousand Oaks, CA : Sage.

DeNora, Tia(2003), After Adorno-Rethinking Music Sociology. The Press Syndicate of the University of Cambridge.

Eyerman, Ron & Jamison, Andrew (1998), Music and Social Movements. The Press Syndicate of the University of Cambridge.

Hall, Stuart & Whannel, Paddy(1994), “The Young Audience” In Storey, John(ed.) Culture Theory and Popular Culture:A Reader. New York: Harvester Wheatsheaf.

Herman, Andrew, Swiss, Thomas & Sloop John(1998).” Mapping the Beats:Space of Noise and Place of Music” in Swiss, Thomas, Sloop John & Herman, Andrew(ed.) Mapping the Beat. Blackwell Publishers Inc.

Kir, Tony(1998), “Studying Rock:Toward a Materialist Ethnography” in Swiss, Thomas, Sloop John & Herman, Andrew(ed.) Mapping the Beat. Blackwell Publishers Inc.

Martin, Patricia M. (1997), “Corporate sponsorships: Building revenues and marketing muscle” In Dwight F. Burlingame, Timothy L. Seiler, Eugene R. Tempel(ed.) Marketing the Nonprofit: the challenge of fundraising in a consumer culture. Jossey-Bass Publishers Inc.

Street, John(1997), Politics and Popular Culture. Polity Press in association with Blackwell Publishers

Ltd.

Smith, Arthur M. (1997), “Understanding and building the nonprofit brand” In Dwight F. Burlingame, Timothy L. Seiler, Eugene R. Tempel(ed.) Marketing the Nonprofit: the challenge of fundraising in a consumer culture. Jossey-Bass Publishers Inc.

Supicic, Ivo(1997), Music in Society. Pendragon Press New York.

Tapp, Shelley R. & Arnold Mark F. (1997), “Innovative direct marketing technique:Performance effects in arts organizations” In Dwight F. Burlingame, Timothy L. Seiler, Eugene R. Tempel(ed.) Marketing the Nonprofit: the challenge of fundraising in a consumer culture. Jossey-Bass Publishers Inc.

Usunier, Jean-Claude(1996), Marketing across cultures 3rd ed, Harlow : Financial Times/Prentice Hall.

## 網站部份

TRA網站：<http://tramusica.com>

文化創意產業專屬網站：<http://www.cci.org.tw>