

研究論文

多元文化傳播政策下的臺灣少數族群媒體： 客家電視台的節目內容多元探析*

李美華**

國立交通大學傳播與科技學系教授

摘要

臺灣在 2003 年及 2005 年分別成立客家電視台及原住民族電視台，此兩家少數族群電視頻道的建立與發展，有賴於政府推動並落實多元文化主義(multiculturalism)傳播政策。從多元文化主義與少數族群媒體之理論視野出發，本研究採用文獻分析法及內容分析法，探討國內外多元文化傳播政策與臺灣客家電視台節目之內容多元表現。研究結果發現：客家電視台的節目類型多元，包括：「教育文化與生活資訊」、「戲劇戲曲與電視電影」、「新聞」、「兒少」、以及「音樂綜藝」。客家電視台節目使用的客語腔調，以四縣腔(含南四縣腔)為大宗，其次是海陸腔，第三是大埔腔；並使用饒平、詔安之客語腔

* 本論文是 104 年度客家委員會補助大學校院發展客家學術機構「客家知識體系天弓計畫-全球化架構下的台灣多元文化與傳播：客家族群媒體的內容產製與接收分析」的部分研究成果。本論文初稿曾於「2016 年中華傳播學會年會」宣讀。作者感謝客委會、交大客家文化學院、《客家研究》編委會、匿名評審以及研究助理胡學為、麻愷暉、吳維倫的協助。

** 李美華，國立交通大學傳播與科技學系教授，通訊地址：302 新竹縣竹北市六家五路一段 1 號，聯絡電話：03-5131286，傳真：03-5509658，電子信箱：mhlee@mail.nctu.edu.tw

調，周延呈現臺灣客語腔調之多樣化現象。客家電視台針對不同年齡層之觀眾需求，規劃多樣化節目類型，整體表現符合其少數族群頻道、少數語言頻道以及公共媒體的特性。

關鍵字：多元文化主義、族群媒體、客家電視、媒介多元化、內容多樣性

Research Article

Multiculturalism and Ethnic Minority Media: An Analysis of Content Diversity for the Hakka TV Programming

Mei-Hua Lee*

Abstract

Drawing from the theoretical frameworks of ethnic minority media and multiculturalism, the current study employs methods of document analysis and content analysis to examine the programming of Hakka TV to evaluate its content diversity. The results show that as an ethnic and language minority medium, as well as a member of Taiwan Broadcasting System (TBS), Hakka TV produces diversified program types including information, education & culture; TV drama, opera & cinema; daily news & in-depth reports; children & youth; and variety entertainment & musical performances. The results also show that Taiwan's six Hakka dialects have all been used in the programs including Sixian, Hailu, Dabu, Raoping, Zhao'an and Nan-Sixian. Limitations for the current study and suggestions for future research are discussed and provided.

Keywords: Multiculturalism, Ethnic media, Hakka TV, Media diversity, Content diversity

* Mei-Hua Lee, Professor, Department of Communication and Technology, National Chiao Tung University, No.1, Sec. 1, Liujiia 5th Rd., Zhubei City, Hsinchu County, Tel: 03-5712121 ext. 31286, Fax: 03-5509658, E-mail: mhlee@mail.nctu.edu.tw.

一、緒論

在全球化與數位化的趨勢下，世界各地的少數(minority)及離散(diaspora)族群可以透過數位新科技，接收母國族群媒體(ethnic media)的資訊。族群媒體一方面有助少數族群在移居地之文化適應過程；另一方面則是藉以維繫其對於母國以及自我族群的認同(Croucher, et al. 2009)。在華人離散族群中，客家移民是分布較廣的一支，因此「在全球化來臨的時代，由客家人的文化多樣性來談全球視野最為合適」；並且「在探討客家源流的同時，應改變追求單一性的價值，建立肯定文化多樣性的價值觀，最重要的利器是多樣態的客家族群文化。」(陳運棟 2011：21；38)。

臺灣自 1987 年 7 月 15 日解嚴，1988 年開始解除報禁、黨禁，也逐步釋出廣播與電視頻道資源，是為開啟臺灣多元文化傳播政策的起點。在臺灣有為數四百多萬的客家人，卻直至 1988 年「還我母語」運動後，才終於擁有屬於自我族群的廣電媒體做為發聲管道，並擁有基本的族群文化傳播權。執客家族群媒體牛耳的客家電視台成立於 2003 年 7 月 1 日，迄今已逾 14 年。客家電視台於 2007 年 1 月 1 日加入臺灣公廣集團，成為具備少數族群媒體與公共媒體特質的電視頻道；其節目產製對於客語的保存延續以及客家意識與客家文化的提升及復振扮演極為重要的角色。¹

劉慧雯(2013：7-20)回顧客家電視台的成立背景，根據傳播政治經濟學的研究視角，歸納出三個影響客家電視頻道節目產製的結構性因素，分別是：(1)政策法規、(2)產業市場及收視率、(3)傳播科技(包括：無線電視多頻道環境、數位化訊號匯流、數位電視)。其中，政策法規因素有關政府審查管制或扶持特定傳播行為，例如：政府於 2008 年至 2010 年以及 2011 年至 2013 年期間所規劃施行的「客家傳

¹ 客家電視台網站，取自 <http://www.hakkatv.org.tw/principle>，上網日期：2017 年 7 月 5 日。

播發展計畫」，²對於客家電視台的節目產製影響甚鉅。

過去關於客家電視的研究文獻大多針對媒體再現、節目產製、組織經營管理、閱聽人研究等面向進行分析(彭文正 2005；徐巧昫 2009；詹國勝 2010；蔡珮 2011；李美華 2013；劉慧雯 2013；劉慧雯 2015；劉慧雯 2016；魏均 2016)。施正鋒(2004)、李儒林(2009)是少數以多元文化概念檢視客家電視台定位以及新聞節目內容表現的研究。李儒林(2009)檢視客家電視台「暗夜新聞」節目的多元文化概念呈現，其研究結果指出：2007年加入公廣集團的前後期間，客家電視台在多元文化新聞呈現比例、多元文化團體，以及報導類型表現上有顯著差異。其內容分析結果並指出：客家電視台已成功形塑為一個以多元文化價值為內涵的族群頻道。

事實上，身為少數語言族群頻道以及公廣集團成員之一的客家電視台，其多元化實踐與一般主流媒體不同(陳一香 2002)。族群媒體多元化的實踐，尤需從少數族群的角度，彰顯其與主流媒體之差異，並強調自我族群文化的認同(陳一香 1999)。由於近年從多元文化主義之政策法規面向探討客家電視台節目多元化的研究如鳳毛麟角，本研究希冀透過文獻分析並採用內容分析方法，一方面檢視國內外多元文化主義傳播政策對於族群媒體的影響；另一方面探討與反思成立迄今逾14年的客家電視台之節目多元化的實踐樣貌。

二、文獻回顧

本研究檢視「多元文化主義與媒介多元化」、「各國多元文化傳播

² 自 2008 至 2010 年期間客委會「客家傳播發展計畫」所執行之工作項目分為「推展客家電視媒體」、「推展客家電影」、「推展客家廣播媒體」、「推展客家平面媒體」、「推展客家傳播人才」、「客家形象塑造與傳播」等六大類 15 個工作分項(趙雅麗等，2011，「客家傳播發展計畫效益評估報告」，行政院研究發展考核委員會)，上網日期：2017 年 6 月 3 日，取自 <https://ws.ndc.gov.tw/001/administrator/10/refile/0/1288/413d7d1e-4e8a-4a09-b8c8-eee86bf4e702.pdf>

政策」、「族群媒體之定義、功能、類型與研究傳統」、「族群媒體與認同」、「客家族群之媒體與認同」之研究文獻，以做為評估與反思客家電視節目之媒介多元化與文化多樣性的理論視角及分析架構。

(一)多元文化主義與媒介多元化

多元文化主義的主旨，在於探究一個社會中存在數個歧異甚大的文化群體(例如族群、語言、宗教信仰等)時，如何建立群體間對等關係的論述(蕭高彥 1998；陳一香 1999：148)；並且至少包括階級與種族、法律與政策、自由與多元社會等三個基本元素(葉乃靜 2004：71)。而在多元文化的社會裡，是以「族群」作為最主要的劃分跟分類(蕭新煌 2005：5)。

多元文化主義特別重視群體特質的差異，強調群體認同的重要性，並試圖以差異為核心，建構其理論，對於少數權益的保障，給與政治上的支持與肯認，以修正其弱勢的地位(陳一香 1999：150)。「多元」(diversity)³的概念應用在傳播媒介時，主要作為評估大眾媒體對於公共領域之建立與貢獻的重要指標 (McQuail 1992)。「媒介多元化」(media diversity)是將多元化實踐在媒體的表現上；亦即傳播媒介應該發揮之民主與公共的特色與角色(McQuail 1992)。張錦華(1997a：7)指出：多元化的理念落實了媒體服務民主社會的目標，並超越其他如「自由」、「平等」、「公正」等概念(鄭瑞城 1993：15-18)。Downing and Husband(2002)認為：媒介多元化的具體實踐乃是抗拒媒體單一化與集中化的現象。Glasser, et al.(2009)指出：多元文化主義思考的是，如何讓弱勢族群取得經營媒體權與近用管道，並促進不同族群之間的對話。

Hoffmann-Reim (1992：49)指出：媒介多元化的概念包括：(1)意見；(2)個人、團體與機構；(3)議題；(4)空間與區域；(5)節目種類；

³ 本論文通篇將'diversity'翻譯作「多元」，亦可翻譯為「多樣」；'diversification'翻譯為「多元化」或「多樣性」。上述兩個譯名的意義相同，本論文皆會使用。

以及(6)頻道類型等六個指標面向。McQuail(1992：144-145；轉引自陳一香 1999：159)以(1)反映(reflection)；(2)近用(access)；(3)消費者的選擇等三個面向來評估媒介多元化的程度。魏玓(2006：44-45)則是提出包括：媒介內容、媒介近用、媒介選擇等三個媒介多樣性的基本元素。

此外，媒介多元化的概念面向，亦可分為「外在多元化」與「內在多元化」兩個層面(陳一香 1999：159；Hoffmann-Reim 1996；McQuail 1992)。外在多元化著重社會結構面中，各種媒介頻道的數量及差異；內在多元化則關注單一媒介頻道內，節目的內容與型態之多樣性。若從閱聽人的角度出發，多元化的概念又可區分為「水平多樣化」與「垂直多樣化」兩個面向(陳一香 1999：161-162)。水平多樣性探討同一時間內，不同頻道提供閱聽人不同節目類型與內容的多樣性；垂直多樣性則是探討在一段時間內(例如：一個星期)，同一個媒介頻道提供閱聽人不同類型與內容的節目數量及比例(陳一香 1999：160)。

曾國峰(2005)反思媒介內容多元指標測量與統計問題，其研究結果指出(2005：82-87)：多元的概念有三種型式，分別是：(1)來源多元；(2)暴露多元；(3)內容多元。「來源多元」包括「所有權的多元」以及「媒體工作者的多元」；「暴露多元」可分為閱聽人的「水平暴露多元」以及「垂直暴露多元」。至於「內容多元」則是傳播政策的核心議題，又分為「市場經濟學派之實證主義」所關注的「產品樣式多元」(例如：節目類型多元、演員與主播人口特質多元等)；以及「社會價值學派的建構主義」所著重的「實質想法與觀念上的多元」。

節目多樣性是檢驗及評估媒體節目內容品質的項目之一，是傳播管理領域的重要研究議題。李秀珠、江靜之(1998)將節目多樣性分為「垂直多樣性」及「平行多樣性」兩種類型，並據以比較台視、中視、華視在有線電視合法(1993年)的前後三年間的節目多樣性。其研究結果指出(1998：21)：有線電視合法後，三台的確有節目數量增加及播

出時間加長的改變，但並未呈現節目類型更多元的樣貌。李貞怡、李秀珠(2006)探討新興媒體(有線電視、網路電子報)對於臺灣傳統報業媒體市場的影響與因應策略，其研究結果指出：市場競爭增加傳統報業媒體產品內容的多樣性；而媒體內容多樣性有促進社會民主與提升生活品質等功能，可以用來做為評估媒體表現的指標。劉怡靖(2007)根據「結構-行為-績效」(SCP：Structure-Conduct-Performance)模式，分析 1986 年到 2000 年間，臺灣無線電視台晚間戲劇節目在垂直多樣性指標上的表現。該研究結果指出：由於臺灣電視市場結構的改變與競爭，無線電視晚間戲劇節目的品質因而降低。該研究亦發現：通常在微弱程度的競爭壓力下，無線電視之晚間戲劇節目的主題類型會有較為創新的變化。

(二)各國多元文化傳播政策及策略

多元文化主義源自西方多元化政治哲學概念，而大眾媒體對於公共領域之貢獻多寡的重要指標之一即是多元化的概念(McQuail 1992)。臺灣的傳播學者曾針對廣電媒體如何落實多元文化，提出「承認」、「平等」、「欣賞」等三個核心價值；並提出媒體製播節目策略之多元文化指標的建議(張錦華 1997b；郭良文等 2007)。

張錦華等(2003：130)指出：『臺灣在 1997 年通過憲法增修條文第十條第九項，明訂「國家肯定多元文化，並積極維護發展原住民族語言及文化」』，此為臺灣實踐多元文化傳播政策的開端。張錦華(1997b：128-132)將臺灣的廣電政策發展階段分為以下四個時期：(1)光復初年到 1950 年代的「放任期」，(2)1960、1970 和 1980 年代的「國語優先期」，(3)1990 年代的「個案獎助期」，以及(4)1993 年開始的「頻道開放期」。至於臺灣的客家族群廣播媒體的發展歷程則可追溯自 1993 年的「頻道開放期」開始邁入新的里程碑。

關尚仁(2002：1)表示：臺灣自 1988 年解嚴後，政府釋出大量廣播及電視頻道。然而頻道增加不代表節目內容及題材選擇更多元，少

數族群的文化呈現也並未增加，故建議政府從多元文化取向擬定傳播政策。針對客家廣電媒體政策，關尚仁提出以下三個具體建議(2002：13-16)：(1)頻道資源的特定指配：公共電視族群頻道的指配、地方有線電視系統族群近用頻道之要求、族群廣播頻道之保留與指配、商業無線電視台客語或客家文化節目之比例要求；(2)建立客語節目製作中心：由政府集資捐助，比照財團法人公共電視文化基金，設立全國性客語節目製作中心，供應相關廣播或電視電台使用；以及(3)族群節目內容的品質管理：進行閱聽眾研究、規劃閱聽眾對話機制、輔導組成族群節目監看團體。

吳克能(2005：77-79)提出政府落實多元文化與客家傳播政策的三個實際做法，分別是：(1)確立多元文化的傳播政策原則及體系，並設定指標、績效進行評估，包括：召開多元文化傳播政策公民會議、賦予公共、公營及民營廣播電視一定的文化多元再現的公共責任、規劃族群經營廣播電視優惠措施、推動有線電視系統之公眾近用頻道要求；(2)擴大現有公共電視服務範圍，納入族群傳播的需求；以及(3)建置客家傳播發展輔助體系，包括：設立客家電視評議會以及客家廣播發展基金會。

從族群傳播權的理論視野出發，魏玠(2008：4-6)指出：多元文化主義在國際社會仍屬高度爭議性概念。應用於客家傳播政策時，首先須釐清三個面向：(1)多元文化的意涵與族群文化之關係，包括如何兼顧族群的平等及差異；(2)少數族群的性質，區隔少數民族(national minorities)以及族群(ethnic groups)；(3)少數族群的權利，包括：自治權(self-government rights)、多元族群權利(polyethnic rights)、以及特別代表權(special representative rights)。

蕭蘋、黃淑鈴(2010：193-194)根據多元文化主義研究視角，分析各國國際組織及國家對於與族群相關的電視節目之製播原則，並探討臺灣族裔議題的電視節目案例。該研究結果指出(2010：191)：各國有關

族裔電視節目的製播規範有三個原則，包括：(1)防止種族歧視與仇恨言論；(2)族群平等與尊重差異；(3)內容多元與媒介組織結構的多元。該研究結果並指出：有關電視節目之族裔議題製播準則涉及新聞、綜藝娛樂以及廣告內容之規範，有以下六個具體作法：(1)應制訂規範確保廣電節目內容不得因種族、國籍、宗教、性別而歧視他人；(2)新聞節目應避免以偏見或輕蔑的方式報導特定種族、膚色、宗教、性別、性取向或身心障礙者；(3)新聞從業人員應檢視自身文化價值，避免強加其價值在他人身上；(4)新聞從業人員應盡可能報導多元的新聞，包括不同年齡、種族、信仰、性別取向及社經地位等方面；(5)綜藝娛樂等流行文化節目在沒有必要的情況下，應避免強調個人特質；(6)廣告行銷內容所傳遞的社會價值應避免貶抑有關族群、國籍、種族、性別、年齡、性傾向、宗教或身心障礙的個人和團體。

國外方面，從 1970 年代開始，美國、加拿大、澳洲皆放棄先前盛行的同化(assimilation)主義而採取多元文化政策(鄧紅風譯 2004：154)。美國透過學校教育(例如：雙語教育)，於 1972 年推動《族群遺產教育法案》(Ethnic Heritage Education Act)；並於 1980 年代推動公立學校學童跨區就讀與族群整合政策(張茂桂 2009：1)。而掌管廣電媒體事務的美國聯邦傳播委員會(Federal Communications Commission, FCC)則是在 1978 年公布優惠少數族群的措施，以增加少數族群擁有廣電媒體的機會，並增加節目的多元性(劉幼琍 1998)。美國聯邦政府雖然沒有正式的多元文化主義政策，但包括各級政府、地方教育委員會、醫院、警察部門和軍隊等公共機構中都可以看到多元文化主義政策的實施(鄧紅風譯 2004：154)。

而世界上首先在全國範圍內正式採取多元文化主義政策的國家是加拿大。張茂桂指出(2009：1)：1971 年加拿大總理皮耶杜魯道(Pierre Trudeau)採取多元文化政策與雙語(英語及法語)並進的立場，之後在 1988 年正式立法為《多元文化法案》(Multiculturalism Act)。早期加

拿大的多元文化主義政策賦予少數族群保存其固有文化的權利，後來則強調各族群在國家一體的情況下，享有平等與社會參與權(蕭蘋、黃淑鈴 2010：5)。加拿大多元文化主義研究重鎮 Taylor(2012)以及 Banting and Kymlicka(2010)指出：多元文化主義的牽涉範圍有三個層面，分別是：(1)政府政策、(2)國內與國際的審查主題，以及(3)對於族群文化整合的一種威脅。Taylor (2012)並提出對於多元文化主義在面對社會轉變時，採取無差異式廣泛包容拼貼文化將面對的諸多問題與挑戰。Taylor(2012)以及若干多元文化學者(Bissoondath 1994; Gregg 2006; Kymlicka 2005)故主張以批判觀點的多元文化主義來因應相關問題。相較於傳統自由主義多元文化論，批判多元文化主義呈現一種另類論述，除了檢視主流社會論述的意識形態及偏見，並批判社會霸權的宰制力量(張錦華等 2003；張錦華 2014；Fleras 2010；Henry, et al. 2006；May and Sleeter 2010)。例如：Lindgren (2015)研究加拿大多倫多市郊布蘭普頓市(Brampton)的少數族群媒體運作。Lindgren 採用內容分析法探討印度族群報紙媒體 ‘*The Punjabi Post*’ 的報導內容，其研究結果指出：該族群報媒人力普遍不足、翻譯費用龐大，加上公部門民代倡議等複雜因素，在在挑戰並影響該族群報媒的市政新聞及廣告內容。

加拿大多元文化主義學者 Fleras(2015：28)提出「後多元文化媒體」(post-multicultural media)的概念，並指出加拿大政府官方的多元文化主義乃是植基於兩個不同但相似的概念，分別是：「融合」(integration)，以及「包容」(inclusion)；其目的乃在於建立一個協助移民及少數族群融入既有體系的包容國家。Fleras(2015)主張：多元文化傳播媒體做為社會資本，在功能、結構及過程上，應同時具有反應(reactive)及主動(proactive)；對內(inward)與對外(outward)的雙重二元角色。反應的功能，意指對於主流媒體再現扭曲少數族群形象的反制。主動的功能，在於產製少數族群切身相關的文化及經濟議題。對外的功能，在於建構在地的族群文化議題，並成為少數族群對外溝通

的橋梁。對內功能則強調族群認同建構，並使用母語報導少數族群所關注及對少數族群有意義的事務，如此則可以強化少數族群之文化認同(Fleras 2015：39)。(表 1)

表 1 後多元文化媒體的多重面向內涵

| 內涵 | 反應 (防禦 defensive) | 主動 (主張 affirmation) |
|-----------------|----------------------------------|----------------------------|
| 對內(連結 bonding) | 建構緩衝調節 (constructing buffers) | 創造連結 (creating bonds) |
| 對外(橋接 bridging) | 去除障礙 (removing barriers) | 建造橋樑 (building bridges) |

資料來源：Fleras, A.(2015). Multicultural media in a post-multicultural Canada? Rethinking integration. *Global Media Journal-Canadian Edition*, 8(2), p. 39.

綜觀世界實行多元文化主義政策聞名的國家無不積極維護其少數族群的文化傳播權益，澳洲即為著名的典範。王菲菲指出(王菲菲 2005：106-110)：以多元文化主義傳播政策聞名的澳洲，「多元文化」一詞是在 1972 年進入政策場域，其著名的多元文化特別廣電服務組織(Special Broadcasting Service：SBS)於 1978 年正式成立。回首 80 年代，SBS 曾經歷被澳大利亞廣播公司 Australian Broadcasting Corporation(ABC)合併的危機，此一艱辛的發展歷程正是澳洲官方廣電機構不斷定義「澳大利亞多元文化(Australian multiculturalism)」的過程。王菲菲並指出(2005：110-111)：1991 年通過的 SBS 專屬公共廣電憲章(The Special Broadcasting Service Act)載明 SBS 的主要功能在於提供多語言、多元文化的收音機與電視廣播服務，以告知、教育、娛樂所有的澳大利亞人。服務對象包括所有族群及原住民，以反映澳大利亞是一個多元文化社會的事實。SBS 經由展現多元觀點以及創新表達方式，擴展澳大利亞廣電服務的範圍，呼應澳大利亞社會的變動本質。

除了官方媒體，澳洲其他少數族群媒體的發展亦不遑多讓。Budarick and Han(2015)從公共領域的角度，訪談澳洲非裔族群媒體的製作人，探討在公共領域中少數族群媒體的運作，以及主流社會與澳洲少數族群的關係。該研究指出：在多元族群社會中，多元族群公共領域(multi-ethnic public sphere)的理想模式有助於吾人理解與欣賞少數族群媒體跨社群的溝通行動。少數族群媒體在澳洲這個複雜的社會網絡中，可以作為跨文化對話與溝通的重要媒介，並進而增進主流社會對於少數族群的理解。此外，在商業競爭對象環伺的環境中，少數族群媒體可以提供有限的族群相關資訊，對於主流社會與少數族群之間的關係建立扮演舉足輕重的角色。

另一方面，與澳洲唇齒相依的紐西蘭歷年也對於少數族群媒體採行多元文化傳播政策。早在 1842 年，紐西蘭的最大城市奧克蘭(Auckland)就已出現由政府出資經營，紐西蘭原住民使用的毛利文字跟英文並列的報紙《紐西蘭信使》(*Messenger of New Zealand*)(黎劍瑩 1974)。有關紐西蘭的公共廣電與多元文化的研究指出(林麗雲、王靖婷 2006：163)：「公共廣電反映在地文化，促進文化認同。對內，公共廣電應製播本國的節目，反映國內不同社群的多元文化。對外，公共廣電應展現本國的文化，爭取國際的認同」。

由於近年原住民與亞洲移民人口快速增加，紐西蘭的新聞媒體特別注重多元化在新聞教育及媒體方面的實踐(Robie 2009)，其多元文化策略包括(Robie 2009：86-87)：

- (1) 新聞媒體主管與新聞教育單位應投注更多心力，聘用及招募原住民及少數族群人員及學生。
- (2) 媒體新聞室及新聞從業人員應接受多元化的新聞教育與訓練，以促進跨文化對話。
- (3) 並非只有少數族群背景者需要注意，新聞室的每位工作者皆須注意報導的多元化。

- (4) 對於聘僱少數族群背景新聞工作人員的需求應明確化，包括：雙語能力、多語能力、優良英語能力、以及良好的多元社群網絡。
- (5) 透過企業菁英人物進行宣傳，以吸引少數族群人員投入新聞事業。
- (6) 更系統化地培育少數族群人才，將學校教育作為多元化新聞事業的推手。
- (7) 更多主流新聞媒體及族群媒體從業人員至對方單位接受在職訓練。
- (8) 多製作需具備跨文化新聞報導技巧的多元化節目。
- (9) 企業及學校應提供更多的多元文化報導之獎項及獎金。
- (10) 新聞教育單位應廢棄過時且不公平的篩選依據，改採新的且公正平等的多元文化新聞人才晉用標準。

(三)族群媒體之定義、功能、類型與研究傳統

族群媒體的定義繁多，相對於主流媒體，族群媒體乃是屬於特定族群或是為特定族群⁴產製內容的媒介(Matsaganis, et al. 2011)。若以研究角度出發，族群媒體可從：(1)媒體形式(media forms)，例如：平面報紙；(2)群體類同關係(affinity groups)，例如：非裔報紙或西裔廣播；以及(3)地理位置社群(geographic communities)等三個面向加以定義。由於媒體全球化以及新媒體科技迅速發展與變遷，族群媒體(ethnic media)及少數媒體(minority media)⁵在歐美各國持續茁壯發展，其定義也變得愈加複雜，並與國際媒體(international media)、社區媒體(community media)、原住民媒體(indigenous media)、移民媒體(migrant media)、離散媒體(diaspora media)的定義多所重疊(Johnson 2010)。

⁴ 此處「特定族群」包括：移民、少數族群(ethnic minority)或少數語言(minority language)族群、原住民(Matsaganis, et al., 2011: 10)。

⁵ 「少數媒體」(minority media)或稱「弱勢媒體」，可指非關種族或族裔的媒體，包括：女性媒體、同志媒體。

少數族群語言(minority languages)指曾經被長期壓抑、否定與忽視，導致流失情況嚴重的族群語言(Sheyhoulslami 2009)。客家是臺灣的第二大族群，約占臺灣總人口的 20%。⁶在 1988 年「還我母語」運動以前，客家人與客語是隱形的。根據客委會 2013 年的「臺灣客家民眾客語使用狀況調查」的研究結果，臺灣的客家人中只有 65.5%能聽懂客語(客委會 2013：1)。客家電視台於 2003 年成立後，客家族群有了屬於自己的族群媒體；客家電視是臺灣多元文化社會中的「少數族群媒體」(ethnic minority media)以及「少數語言媒體」(language minority media)。

Riggins (1992)將少數族群媒體在社會中所獲得的支援類型分為：(1)外部結構性支援(external structural support)，⁷以及(2)內部結構性支援(internal structural support)等兩種類型。Husband (2005)指出：在少數族群媒體的產製過程中，少數族群媒體工作者本身的族群認同與媒體專業職務認同之間存在角力關係。Fleras (2011)認為：少數族群媒體一方面扮演與主流社會融合的媒介角色；另一方面則是扮演連結族群內部成員之社會資本的功能。

檢視過往文獻，少數族群媒體所具有的功能包括：建構對立論述(constructing counter-narratives)、認同建構、強化社會融合、以及提供公民教育(Baffoe 2012; Bai 2010; Fleras 2010; Kong 2013; Li 2015; Matsaganis et al. 2011)。此外，少數族群媒體功能可分為兩類，分別是：(1)延續與維護文化連帶(cultural ties)、倡議族群榮譽(ethnic pride)(Johnson 2000; Zhou and Cai 2002)；以及(2)藉由閱讀、聆聽及觀賞原母國的語言以與移居國之主流社會有所連結(Zhou and Cai 2002)。

⁶ 客委會：「全台每五人就有一位客家人！全國客家人口暨語言調查成果發表」，上網日期：2017年2月22日，取自 <http://www.hakka.gov.tw/Content/Content?NodeID=34&PageID=38261>

⁷ 包括國家(nation)與社會運動(social movement)等兩種類型。

Brantner and Herczeg(2013)分析奧地利少數族群之平面、廣播與網路新媒體，其研究結果指出：作為社會資本網絡的橋樑，奧地利的跨文化族群媒體(transcultural ethnic media) ‘biber’ 雜誌與傳統族群媒體(classical ethnic media)不同。跨族群媒體的內容兼具族群內與跨越族群的議題，故較受到主流媒體的重視；且扮演至少兩種功能，分別是：(1)針對不同族群提供媒體空間；(2)提供少數族群與主流社會之間的聯繫管道。

Caspi and Elias(2011)提出兩種不同的少數族群媒體類型，分別是 media-for(由主流社會創立、支配少數族群議題)以及 media-by (由族群團體或個人創立，反映少數族群議題)等兩種類型。Caspi and Elias(2011)又將此兩種類型分為三類，分別是：(1)媒體創立與設計(medium initiative and design)、(2)媒體功能(medium functioning)、以及(3)媒體控制(medium control)；並提出其各自衍生出來的 12 個項目。此 12 個項目為：(1)創立者、所有權、員工認同、管理；(2)媒體的議題(agenda)功能、對於主流的態度、對於母國的態度、專業參考團體、少數族群之媒體近用與再現；(3)媒體控制的政治面、經濟面、公共面(林純如 2012：10-11)(表 2)。

表 2 少數族群媒體類型

| 分類 | Media-for | Media-by |
|----------------|-------------|-------------------|
| 媒體創立與設計 | | |
| 1. 創立者 | 主流社會 | 族群團體或個人 |
| 2. 所有權 | 公共/政黨/政府/個人 | 私人(由政府或非營利機構補助經費) |
| 3. 員工認同 | 主流族群 | 少數族群 |
| 4. 管理 | 主流族群 | 少數族群 |
| 媒體功能 | | |
| 5. 議題 | 支配少數族群議題 | 反映少數族群議題 |

| | | |
|---------------------|------------|------------|
| 6. 對於主流的態度 | 支持整合 | 支持分離 |
| 7. 對於母國的態度 | 忽略/批評 | 理想化/懷舊 |
| 8. 專業參考團體 | 主流專家 | 族群專家 |
| 9. 少數族群之媒體近用 與再現 | 限制近用/再現表象 | 近用機會多/再現可信 |
| 媒體控制 | | |
| 10. 政治面 | 強大 | 寬鬆 |
| 11. 經濟面 | 忽視公共媒體 | 依賴社區資源 |
| 12. 公共面 | 不在乎少數族群閱聽人 | 重視少數族群閱聽人 |

資料來源：Caspi, Dan, and Elias, Nelly, 2011, "Don't Patronize me: Media-By and Media-For Minorities." *Ethnic and Racial Studies*, 34(1): 67.

根據以上 Caspi and Elias(2011)的分類，客家電視台可被視為「media-by」類型的族群媒體(由客家族群製作節目)。客家電視台於2007年加入臺灣公廣集團，成為公共廣電媒體的一員，肩負服務社會大眾與客家族群的任務，並扮演維繫客家族群與主流社會溝通橋樑的角色。

族群媒體的研究傳統在 90 年代的歐美社會發揚光大。相關文獻指出(Johnson 2010: 110-113)：族群媒體研究共分為四種類型，第一種類型強調族群媒體的同化導向(assimilation-oriented)功能；著重媒體的控制力及主流化效果。與其相對的第二種類型則是多元導向(pluralism-oriented)；強調族群媒體負有保存及復振族群文化以及強化族群認同的功能。第三種類型聚焦於探討族群媒體內容(content)，並將媒體內容視為族群媒體之使用效果的中介變項。上述三種類型的族群媒體研究都屬於社會學研究取徑，著重探討族群媒體對於移民群體接納及融入主流社會過程中所扮演的功能(Johnson 2000)。至於第四種類型的族群媒體研究則屬於質性及批判分析視角，植基於政治經濟學或社會文化理論，蒐集實證及質性資料。研究主題包括：閱聽人研究、

族群媒體的社會情境與權力結構分析，以及媒體產製者之探討。

(四)族群媒體與認同

Sinardet and Mortelmans(2006)指出：在全球化與數位化的趨勢下，少數族群之媒介使用(media usage)已成為多元文化主義及族群融合(integration)的重要論述。Sinardet and Mortelmans(2006)針對居住在比利時的第二代及第三代摩洛哥、土耳其以及東歐國家後裔的媒介使用行為進行分析，研究結果指出：受訪者的族群背景確實會影響其族群媒體的使用行為。此外，族群媒體的社會化功能則會影響少數族群對於其母國文化的連結與認同(Dayan 1998)。例如：Ray (2000)分析居住在澳洲的斐濟印度人(Fiji Indians)，如何藉由觀賞寶萊塢(Bollywood)電影，建立其想像的共同體(imagined community)(Anderson 1991)。Shiramizu(2000)則是認為：衛星電視在媒介全球化的趨勢下，已成為「全球族群媒體」(global ethnic media)，直接傳遞母國訊息給少數族群閱聽人接收。

Ferle and Morimoto(2009)根據角色理論(role theory)與社會認同理論(social identity theory)，採用實驗設計方法探討亞裔美國女性學生與上班族的族群媒體使用、族群認同，以及族群相關產品的消費行為。其研究結果指出：亞裔學生與上班族在族群文化認同的強度、族群媒體使用，以及對於族群相關廣告產品的態度方面有顯著差異。該研究採用 Xu et al.(2004)對於族群媒體使用研究的操作型定義，包括：(1)我常常閱讀與自己族群背景相關的報紙或雜誌；(2)我比較喜歡收看與自己族群背景相關的電視頻道及節目；(3)我會收看自己族群所製作的電影或收看呈現自己族群背景的背景電影；(4)我聆聽與自己族群文化背景相關的音樂。

在近年傳播科技與社群媒體的快速成長下，族群媒體已呈現更嶄新而多樣的面貌。網路媒體亦已成為全球資訊流通過程中不可或缺的載具，除了創造離散族群之網路虛擬社群的想像共同體；也建構離散

族群在移居地所經歷之不同階段的多重認同。採用少數族群認同發展的理論模式(Phinney 1989)，Kim-Ju and Akutsu(2015)分析美國華裔移民的族群認同，並提出三個發展階段，分別是：(1)未經檢視的族群認同(unexamined ethnic identity)、(2)尋求族群認同(ethnic identity search)、(3)達成族群認同(ethnic identity achievement)。在認同心理成熟的三個階段發展過程中，個人的族群歸屬感提升，並會(透過媒介)主動探索自我族群之文化傳統與歷史遺產(Phinney and Ong 2007)。

Fina(2013)探討美國華盛頓(Washington)地區西班牙族群電台之族群認同建構，其研究結果指出：大企業、專業人士、在地企業及在地行動者皆在族群認同建構過程中扮演重要的影響角色。根據媒體生態(media ecology)的研究視角，Matsaganis(2014)分析美國洛杉磯地區服務多元族群的媒體工作者如何協商及建構其新聞專業認同。其研究結果指出：影響多元族群媒體工作者的專業認同及組織目標建構的因素有三，分別是：主流媒體組織及製作人、主流社會體系，以及少數族群社區。

Lu(2015)探討居住在澳洲的中國人之離散認同。其研究結果指出：全球化與數位媒體科技促使媒體內容同質化與雜揉化(hybridity)，數位媒體科技(digital media technologies)，尤其是網路社群媒體及行動通訊軟體，已建構兩種族群認同展演的平台場域：一個是實際的社會互動；另一個則是透過數位社群媒體的虛擬互動。Yin(2015)探討紐西蘭華人使用華文網路空間(Chinese-language cyberspace)與華人身分認同之間的關聯性。其研究結果指出：線上族群媒體(online ethnic media)具有以下雙元功能：(1)有助移民者融入移居地之主流社會；(2)有助少數族群之文化保存及認同建構。該研究結果並指出：紐西蘭華人使用線上族群媒體來強化、建立及協商華人移民族群之身分認同；線上母國媒體(online homeland media)是華人網民據以建立正統中國認同(authentic Chinese identity)的根源。

(五)客家族群之媒體與認同

多元文化主義對於社會中的少數族群的生存與發展扮演關鍵角色。以臺灣少數族群之一的客家族群為例，其族群運動的發展歷程可以回溯自 1987 年臺灣解嚴後，於 1988 年 12 月 28 日由《客家風雲》雜誌所發起的「還我母語」運動，以及繼而興起的客家母語及文化復興運動。「客家人由一群原本只是會說客家話的文化集團，進一步提升為具有集體認同的客家族群」(施正鋒 2011：452)。曾金玉(2000)認為：客家運動的意義在於使客家族群重視及邁向多元文化的社會。而客家族群媒體發展的時空環境亦與客家運動之歷程緊密扣連。

以下回顧客家運動與客家族群媒體的發展歷程(方念萱 1989；謝文華 2002；李美華 2013)：1989 年由台視首先推出每周播出一次的客語節目；1991 年三家無線電視台於每天中午播出 15 分鐘「客語新聞氣象」；1994 年第一家全客語發音的「寶島新聲客家電台」設立；2001 年客委會成立，教育部將福佬話、客家話、原住民話列為國小必修課程；2003 年 7 月 1 日「客家電視台」正式成立；2017 年 6 月 23 日「講客廣播電台」正式開播。

以下則是實踐客家族群文化傳播權以及建置客家族群媒體的重要里程碑：1988 年 1 月 1 日解除報禁；1993 年立法院通過刪除《廣電法》第二十條對本土語言的限制；1996 年教育部將母語教育正式納入鄉土教學活動；2001 年 6 月 14 日「行政院客家委員會」成立，並於 2012 年 1 月 1 日起改制為「客家委員會」；⁸ 2010 年 1 月 27 日通過《客家基本法》，對於多元文化與客家族群傳播權的保障提出具體規劃。《客家基本法》第 12 條指出：「政府應保障客家族群傳播及媒體近用權，依法扶助規劃設立全國性之客家廣播及電視專屬頻道；對製播客家語言文化節目之廣播電視相關事業，得予獎勵或補助」；2017

⁸ 客委會網站，上網日期：2016 年 2 月 23 日，取自 <http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=126452&ctNode=2016&mp=2013&ps>

年5月9日由客委會接收自中廣頻道所成立的全國性客家廣播電台「講客廣播電台」第一次訊號測試，⁹於2017年6月23日正式開播，以「傳承、創新客家語言文化，實踐客語成為台灣主流通行語言」為宗旨。¹⁰2017年12月29日立法院三讀通過「客家基本法修正案」，正式將客語列為國家語言。¹¹

許維德(2013: 152-155)指出：客家族群的認同是客家研究的重要議題(莊英章 2002；張翰璧、張維安 2005)，原因包括：(1)客家認同是解決客家身分認定問題的最重要概念之一；(2)對某個體的客家認同狀態進行研究，可以幫助我們了解與其相對應的行為和思考模式；(3)對客家認同的研究可以幫助我們理解客家運動為何興起、如何興起、什麼時候興起等相關議題。據此，從微觀跟鉅觀的兩個層次理解，探討客家族群媒體必然牽涉客家族群的「認同」議題。

有關族群媒體與客家認同之關聯性的研究文獻不多，其中探討客家電視台閱聽人與客家認同之關聯性的文獻包括：蔡珮(2011: 189)分析16位不同世代，居住在臺北的客家閱聽人的客家認同。其研究結果指出：客家電視台節目對於客家閱聽人在客家認同的四個面向：「族群自我身分認同」、「族群歸屬感」、「族群態度」、「族群投入」均有提升效果。不同世代的客家閱聽人在認同召喚上有異同之處。該研究結果並指出：客家電視台有助於改善客家人的隱形現象；並能夠提升客家人的自信及榮譽感；並促進族群文化參與行動。

李美華(2013: 190)探討桃竹苗地區客家閱聽人使用客家族群媒體的傳播效果，其研究結果指出：客家閱聽人使用客家族群媒體的時間

⁹ 『等了14年「講客廣播電台」今訊號測試』，自由時報電子報，上網日期：2017年5月9日，取自 <http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2062313>

¹⁰ 維基百科，上網日期：2017年6月23日，取自 <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%AC%9B%E5%AE%A2%E5%BB%A3%E6%92%AD%E9%9B%BB%E8%87%BA>

¹¹ 《自由時報》電子報，上網日期：2018年2月28日，取自 <http://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/2297609>

越多，其族群認同程度越高；對於客家族群媒體的滿意程度越高，其客家認同程度也越高。該研究結果並指出：無論是電視、廣播、雜誌或網路媒體，客家族群媒體除了是傳遞客家相關訊息的重要管道，更扮演跨族群互動交流平台、傳承客家語言文化，以及建立客家集體認同意識的重要角色。

魏鈞(2016)透過文獻分析與田野訪談研究方法，分析馬來西亞閱聽人收看客家電視台製播之戲劇節目的情形，並探討收視客家電視台節目與客家文化復振及客家認同維繫之間的關係。其研究結果指出：馬來西亞客家族群很少接收客家電視台的戲劇節目，客家認同與接收客家節目之間很難建立實質關係(魏鈞 2016：99)。然而即便如此，客家電視台不需僅著眼於節目輸出及其影響力，而是建立與其他地區客家社群共享的客家文化精神；並分享與交流其具體的客家媒體實踐經驗(魏鈞 2016：126)。

(六)小結

根據以上研究背景與文獻回顧，本研究探討國內外多元文化主義傳播政策以及客家族群媒體相關研究文獻；並藉由分析客家電視台節目的內容表現，評估與反思客家電視所呈現之客家文化的多元化及多樣性。

三、研究方法

本研究採用文獻分析法，探討國內外多元文化傳播政策以及族群媒體傳播之相關文獻；並採用量化內容分析法探討客家電視台節目之內容多元表現。

(一)文獻分析法

文獻分析法(document analysis)是指根據研究目的，透過蒐集市場資訊、調查報告、產業動態等文獻資料，以全面精確掌握所要研究問

題之相關資料的研究方法(蘇蘅等 2007: 22); 亦指透過文獻蒐集、分析、歸納、研究, 並對文獻做系統而客觀之描述的研究方法(陳憶華 2007: 81)。本研究根據研究背景及問題意識, 蒐集與分析國內外多元文化傳播政策及族群媒體傳播之文獻資料, 包括: 書籍、期刊論文、媒體報導、公部門文件、網路資訊。除了分析大範圍的國內外多元文化主義及傳播政策的文獻資料; 並著重探討族群媒體與客家認同的相關文獻。

(二)內容分析法

內容分析法經常被應用於媒體研究, 咸被認為是相當重要的傳播研究方法及大眾媒體研究的良好工具(黃振家等 2014: 184)。「內容分析法是關於各種人類交往傳播紀錄的研究方法, 適合研究的形式包括: 書籍、雜誌、網頁、詩詞、報紙、歌曲、繪畫、演講、信件、電子郵件、BBS 上的訊息、法律與規章, 以及其相關的任何元件或收藏品」(林秀雲 2014: 425)。內容分析法可被定義為:「以系統、客觀與量化的方式, 來研究與分析傳播, 藉以測量變項的研究方法」(Kerlinger 1986; 羅文輝 1993)。本研究錄製客家電視台 2015 年 5 月 5 日至 5 月 11 日連續七天(一個星期), 總共 249 個節目的完整內容, 以進行節目內容分析。根據研究目的與問題意識, 本研究以「內容多元」、「產品樣式多元」的概念(曾國峰 2005: 82、85), 建構內容分析類目。分析類目包括: 節目類型、新聞節目類型、戲劇戲曲與電視電影類型、戲劇節目類型、節目主持人(含主播)性別、首播或重播、¹²自製(含委製)或外購、客語腔調。

四、內容分析結果

本研究採用內容分析法, 針對客家電視節目進行內容多元表現之

¹² 「首播」係指當周首播, 非指該節目為新製並在客台第一次播出。「重播」指該節目於當周是第二次(含)以上播出。

類目分析。在正式進行內容編碼前，由一名傳播科系研究生及兩名曾修習過傳播研究方法的大學生擔任編碼員，針對一周七天，總共 249 個節目樣本的十分之一(以亂數產生器隨機抽取 25 個節目)，進行複合信度檢測。最後得到的平均複合信度為 0.97，符合信度標準(Wimmer and Dominick 2014)。以下是內容分析的研究發現。

(一)節目類型

在節目類型方面，客家電視台在研究期間所播出的節目類型包括：新聞、戲劇戲曲與電視電影、教育文化與生活資訊、音樂綜藝、以及兒少節目。其中以教育文化與生活資訊節目的比例最高(46.6%)，其次是兒少節目(21.3%)，第三是戲劇戲曲與電視電影(13.3%)，再者是新聞節目(12.4%)、音樂綜藝節目(6.4%)(表 3)。

表 3 客家電視台節目類型次數與比例

| 節目類型 | 次數 | 比例 |
|-----------|-----|-------|
| 教育文化與生活資訊 | 116 | 46.6 |
| 兒少 | 53 | 21.3 |
| 戲劇戲曲與電視電影 | 33 | 13.3 |
| 新聞 | 31 | 12.4 |
| 音樂綜藝 | 16 | 6.4 |
| 總和 | 249 | 100.0 |

(二)新聞節目類型

新聞節目類型包括：每日新聞報導(帶狀新聞節目)、每周播出之塊狀深度報導與新聞論壇。其中，每日新聞報導的比例最高(69.7%)，塊狀深度報導節目比例(21.2%)其次，新聞論壇節目的比例(9.1%)最低。

(三)戲劇戲曲與電視電影類型

戲劇戲曲與電視電影的節目類型中，戲劇的比例最高(57.6%)，戲

曲其次(39.4%)，電視電影的比例最低(3%)。

(四)戲劇節目類型

戲劇節目類型中，現代偶像劇(trendy drama)的比例占九成(89.5%)，歷史時代劇(historical period drama)約有一成比例(10.5%)。

(五)節目主持人性別

節目主持人(含新聞節目主播)之性別比例以女性較高(58%)，男性比例為 42%。

(六)首播節目比例

客家電視臺首播節目約佔六成(58.7%)，首播節目比例高於重播節目比例(41.3%)。

(七)自製節目比例

自製節目比例方面，自製(含委製)節目比例(90.2%)高於非自製(境內外購及其他)比例(9.8%)。

(八)使用客語腔調

使用客語腔調方面，以四縣腔(25%)加上南四縣腔(7%)的比例最高(32%)，其次是海陸腔(29%)，第三是大埔腔(9%)，其次是饒平腔(9%)及詔安腔(9%)。

五、結論與討論

(一)研究發現

本研究蒐集並探討國內外多元文化主義傳播政策與族群媒體相關文獻，並分析與評估客家電視台節目的內容多元化表現。本研究的内容分析結果發現：在 2015 年 5 月的抽樣期間，客家電視台播出的節目類型以「教育文化與生活資訊」的比例最高，接近五成。此類型

節目以提供社會文化資訊為主，具備生活教育之目的，運用電視技術和藝術手段，向閱聽眾傳播客家文化、語言、風俗、人物、環境生態、科學原理等知識。樣本節目包括：「作客他鄉」、「暗香風華」、「高峰客家力」、「客家俗諺俚語」、「客庄好味道」、「昆蟲捉迷藏」、「福氣來了」、「異地韶光」、「食在料理王」、「酷客歷險記」、「每日兩詞說客語」、「動一動好健康」、「來歸 六堆常民人物誌」。上述節目以多層次、多面向的角度，提供觀眾客家文化訊息，充分發揮客家族群頻道的教育文化功能。

戲劇戲曲及電視電影節目方面，客家電視台於周一到周四的晚上 8 點播出 2011 年上檔的客家現代偶像劇「雲頂天很藍」；並於凌晨 12：00 以及凌晨 5：00 或下午 1：30 重播。5 月 9 日(周六)凌晨 2：00 播出 2009 年的客家年度大戲「十里桂花香」最終集(第五集)；5 月 10 日(周日)凌晨 5：00 播出 2007 年 10 月公視推出的歷史時代劇「亂世豪門」。2015 年是客家電視台戲劇節目發光發熱的一年。2015 年客家電視台製播的年度大戲，首部以禮儀師為主題的「出境事務所」於 3 月 30 日上檔播出，並於 LINE TV、YouTube、中視 HD 同步首播；而重現法醫楊日松生平專業的警匪推理劇「落日」則於 7 月 4 日上檔播出，並於公視 HD 高畫質頻道、YouTube、LINE TV、LiTV 等平台同步首播。其中，「落日」於 2016 年獲亞洲電視獎評審推薦最佳原創劇本。¹³而「出境事務所」則獲得 2015 年電視金鐘獎的戲劇節目編劇獎。¹⁴戲曲節目「客家戲曲」則是於周一到周五，每日上午 7：30、下午 2：30、傍晚 6：30 播出。電視電影節目則是於周六晚上 9：30

¹³ 「2016 客家電視台 年度報告」，頁 68，上網日期：2017 年 4 月 29 日，取自 http://www.hakkatv.org.tw/upload_file/public/98/2016%E5%AE%A2%E5%AE%B6%E9%9B%BB%E8%A6%96%E5%B9%B4%E5%A0%B1.pdf

¹⁴ 2014 年 10 月 13 日首播的「新丁花開」獲得 2015 年電視金鐘獎的戲劇節目女主角獎、美術設計獎、攝影獎「2015 客家電視台 年度報告」，頁 15，上網日期：2017 年 3 月 15 日，取自 http://www.hakkatv.org.tw/upload_file/public/79/2015%E5%AE%A2%E5%AE%B6%E9%9B%BB%E8%A6%96%E5%8F%B0%E5%B9%B4%E5%A0%B1.pdf

播出：「客家電視電影院：侍親假」。整體而言，客家電視台的戲劇戲曲與電視電影的節目以現代偶像劇為大宗，新製及首播節目的數量及比例稍嫌偏低。

新聞節目方面，客家電視台製播之每日常態新聞節目的比例為每周播出之塊狀深度報導節目比例的三倍。每日新聞節目分別是中午 12：00 播出的「當晝新聞」、傍晚 7：00 播出的「暗夜新聞」以及夜間 11：00 播出的「最夜新聞」等三個現場直播新聞節目。至於每周五晚上 10：00 首播的「聚焦國際」、每周六晚上 8：00 首播的「客家新聞雜誌」、每周日傍晚 5：00 或 6：00 首播的「村民大會」則是由客家電視台製作，每周一次於固定時段播出的國內、外新聞議題深度報導之塊狀節目。其中，「暗夜新聞」以及「當晝新聞」皆入圍 2014 年的卓越新聞獎；「暗夜新聞」於 2016 年獲得第 15 屆卓越新聞獎之每日新聞節目獎。2015 年客家電視台的新聞節目並獲得「消費者權益報導獎-電視新聞類專題報導獎」佳作、電視新聞類平日報導獎佳作，整體新聞節目品質獲得多項專業肯定。¹⁵此外，「山高自有客行路-透視六都客家政策」是 2015 年客家電視台製播之新聞論壇特別節目。該節目於 3 月 7 日首播，邀請政府、學者、媒體人士進行客家政策座談。該節目自 5 月 7 日開始，於每周四晚間 10：00 播出，是由記者實地採訪臺灣六個直轄市之客家事務首長所做的專題報導。

整體而言，客家電視台的新聞節目呈現一定程度的多元化及多樣性，但新聞論壇類型的節目比例偏低(9.1%)。由內容分析結果可知：客家電視台的節目製作策略重視兒少節目、重視新聞；並透過製播「教育文化與生活資訊」之節目類型，強調客家社會成功的故事、強調創業精神；且透過戲曲戲劇與電視電影節目，提升閱聽眾對客家話、客家文化的興趣和需求(鍾振昇 2003；援引自陳清河 2011：495-496)。

¹⁵ 「2015 客家電視台 年度報告，頁 15」，上網日期：2017 年 3 月 15 日，取自 http://www.hakkatv.org.tw/upload_file/public/79/2015%E5%AE%A2%E5%AE%B6%E9%9B%BB%E8%A6%96%E5%8F%B0%E5%B9%B4%E5%A0%B1.pdf

此外，內容分析的結果顯示：客家電視台節目主持人(含主播)的性別比例以女性較高(58%)。其中，新聞節目主持人及主播的男女比例為一比二(男性二人：向盛言、廖期錚；女性四人：吳奕蓉、黃小琪、吳詩禹、陳欣淪)。綜藝節目主持人則以女性比例較高，男女比例約為一比二(女性主持人包括：郎祖筠、劉惠珍、鍾依芹、張馨月、謝安綺、蔡琦慧、陳明珠、謝宗蕙、朱海君、陳若萍、琇琇、羅茵茵；男性主持人包括：羅時豐、巫宗翰、徐哲緯、鍾其翰、黃振蔚、徐淳耕)。未來客台可考慮提高男性主持人(主播)的比例。

音樂綜藝節目的對象以針對青壯及中生代、銀髮觀眾的類型為主，例如：「客家新樂園 Hot Music」、「鬧熱打擂台」、「日頭下·月光光」、「山歌唱來鬧連連」、「風神舞台」。未來可考慮製播與其他少數族群(例如：原住民)互動交流的音樂綜藝節目。至於兒少節目的比例僅次於文化教育與生活資訊類節目，在類型方面亦頗為多元，包括：針對小學生的「奧林P客」、針對學齡前兒童的「ㄤ牯ㄤ牯咕咕咕」，以及於2015年3月7日首播的「小O事件簿」。其中，「小O事件簿」的對象為國小學童，以孩子自主採訪、報導的方式為客家及客語紮根。該節目獲得2016年電視金鐘獎的兒童少年節目獎，節目品質受到專業肯定。

客家電視台自製節目比例達90%，非自製節目多數為外購之卡通兒少節目並透過後製以客語配音，包括：「櫻桃小丸子」、「嗶嗶與喵喵」、「魔法小仙女」、「多奇探險隊」；由公視提供的戲劇節目「亂世豪門」亦屬非自製節目。值得注意的是，雖然客台的首播節目比例高於重播節目比例，但重播節目比例仍偏高，超過四成(41.3%)。客家電視台以政府標案方式獲得客委會之經費補助，2015年的經費全數來自製播經費，總計3.8億，¹⁶ 2016年的經費總計4.125億。¹⁷展望未來，

¹⁶ 「2015客家電視台 年度報告」頁37，上網日期：2017年3月15日，取自 http://www.hakkatv.org.tw/upload_file/public/79/2015%E5%AE%A2%E5%AE%B6%E9%9B%BB%E8%A6%96%E5%8F%B0%E5%B9%B4%E5%A0%B1.pdf

客台應持續提升節目品質及收視率，除了爭取更多經費挹注於新製節目產出，並應提高首播節目的數量及比例。

在節目使用客語腔調方面，客家電視節目使用六種客語腔調，與客語腔調在臺灣的使用分佈版圖互相對映。根據 2013 年客委會臺灣客家民眾客語使用狀況調查研究的結果指出(客委會 2013：2)：客家民眾能與其他人溝通的腔調以四縣腔比例最高(56.1%)，其次為海陸腔(41.5%)，再者是南四縣腔(4.8%)、大埔腔(4.2%)、饒平腔(1.6%)、以及詔安腔(1.3%)。本研究內容分析結果顯示：客家電視台使用的客語腔調以四縣腔(含南四縣腔)為最大宗，其次是海陸腔，第三是大埔；且也有使用人口比例較低的饒平腔、詔安腔。據此，客家電視在語言使用方面如實反映了臺灣客家腔調的多元化與多樣性。

(二)研究結論、研究限制與未來研究建議

本研究以多元文化主義與少數族群媒體為理論基礎，採用文獻分析法檢視「多元文化主義與媒介多元化」、「各國多元文化傳播政策與策略」、「族群媒體之定義、功能、類型與研究傳統」、「族群媒體與認同」、「客家族群之媒體與認同」相關文獻；並採用內容分析法探討客家電視台所製播之節目的多元表現。研究結果顯示：客家電視台播出的節目類型包括：教育文化、生活資訊、新聞、戲劇戲曲、音樂綜藝、兒少節目，其中又以自製教育文化與生活資訊節目以及兒少節目的比例最高。戲劇節目類型包括現代偶像劇以及歷史時代劇。新聞節目方面，除了每日帶狀新聞之外，亦製播「客家新聞雜誌」、「聚焦國際」、「村民大會」等塊狀深度報導以及新聞論壇節目。音樂綜藝節目的訴求對象包括青壯年與銀髮族。在語言腔調的使用方面，客家電視節目以四縣腔(含南四縣腔)的使用比例最高，其次是海陸，第三是大埔，

¹⁷ 「2016 客家電視台 年度報告」，頁 84，上網日期：2017 年 10 月 30 日，取自 http://www.hakkatv.org.tw/upload_file/public/98/2016%E5%AE%A2%E5%AE%B6%E9%9B%BB%E8%A6%96%E5%B9%B4%E5%A0%B1.pdf

並包括使用饒平腔、詔安腔。對於少數族群媒體而言，其與主流傳媒最大區隔的多元化指標，在於其語言腔調的使用是否具多樣性；亦即顧及族群語言使用的周延性及完整覆蓋程度。本研究之內容分析結果顯示：客家電視使用的客語腔調相當周延並具多樣性，完整呈現客語的「五腔六調」。且在節目內容多元的表現上，除了顧及不同年齡層觀眾的需求，並特別關照兒少及銀髮族的需求。整體而言，客家電視台的節目內容多元，符合其族群頻道、少數語言頻道，以及公共服務媒體的特質與屬性。

全球客家族群媒體的領頭羊「客家電視台」成立至今已逾 14 年。客台於 2007 年加入臺灣公廣集團，至今已逾 10 年。2014 年政府推動《公共電視法》修正草案，規範臺灣公廣集團的經營管理主體「公視基金會」得以經營族群頻道。近來客委會規劃結合客家電視、「講客」廣播電台及地方客家頻道，推動成立「客家公共廣播電視集團」。¹⁸回顧陳彥龍、劉幼琍(2006)曾根據國外文獻、國內訪談、法律分析等多方資料，建議將客家電視台與原住民族電視台納入臺灣公廣集團，並視其為勾勒數位時代的公共廣電集團之最佳藍圖。管中祥(2017)亦指出：「站在資源整合、媒體綜效、避免疊床架屋、使客家電視台兼負文化推廣及媒體獨立的功能及立場，政府應考量將客家電視台續留公廣集團」。¹⁹值此全球化與數位匯流時代，客家電視的未來發展應參諸國外少數族群媒體的管理運作及其所面臨的挑戰以作為他山之石；且應多方考量國內外多元文化之情境背景、論述模式及法規政策，由產官學研各界共同討論研議，建立客家電視台之永續經營範式。

本研究之文獻分析，包括加拿大、澳大利亞、紐西蘭等國的多元

¹⁸ 「客家台 2 個選擇：在公廣集團留下，或跟客委會走」，上網日期：2017 年 4 月 12 日，取自 <http://news.m.pchome.com.tw/politics/upmedia/20170412/index-49198832040978236001.html> 及 http://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=15186

¹⁹ 「客家電視脫離公廣集團會更好嗎？」，上網日期：2017 年 6 月 16 日，取自 <https://www.civilmedia.tw/archives/65155>

文傳播政策模式及論述，可提供客家電視台做為頻道定位及未來發展之參考。其中，「紐西蘭公共電視(TVNZ)因受到外部市場競爭壓力，以及內部資源不足的影響，兒少、戲劇、紀錄片與毛利節目比例偏低，共佔約 20%」(林麗雲、王靖婷 2006：174)。與紐西蘭公共電視相同，有經費不足及外部競爭壓力的客家電視的兒少節目比例為 21.3%，戲劇戲曲與電視電影的節目比例為 13.3%，兩者加總比例為 34.6%。相較之下，客家電視台對於兒少節目及戲劇電影類型節目的重視程度相當高。

在研究限制方面，本研究量化內容分析的節目樣本側錄時間為 2015 年的五月初的一整個星期，可能會產生系統性偏誤(systematic bias)(Wimmer and Dominick 2014：167)。研究者將抽樣周次的節目表與 2017 年 10 月 30 日到 11 月 5 日的節目表進行比對，²⁰發現後者與抽樣周次的節目編排策略並無相異。由此可以推論，本研究之內容分析研究發現應能具備一定程度的概推性。又，由於本研究並未針對側錄節目進行質性文本分析，未來研究可採用質性研究方法，探究客台節目的媒介框架、意識形態以及產製義理。此外，未來研究可針對本研究力有未逮之處加以探討，包括：從閱聽人的角度探討客家電視節目的多元表現與節目品質；或探討閱聽人收視客家電視節目對於其客家認同的影響效果。未來研究亦可深入訪談政府人士、學者專家、以及客家電視工作人員，以從產官學研的多方視角，進一步探討客家電視台在節目產製、法規政策以及經營管理的未來走向。再者，未來研究可針對新興客家媒體，例如：全國性大功率「講客」廣播電台，以及網路、社群、行動媒體，探討其內容多元表現。

臺灣自 1988 年解嚴開始，政府逐步釋出廣播與電視頻道資源，並於 1997 年增修憲法，揭開臺灣多元文化傳播政策的序幕。1990 年

²⁰ 「客家電視台節目表」，上網日期：2017 年 10 月 30 日，取自 <http://www.hakkatv.org.tw/schedule>

代開始，傳播科技的發展一日千里，在多元文化主義以及數位媒體匯流的潮流趨勢下，臺灣的少數族群媒體(包括：原住民、客家、新住民族群媒體)也益發茁壯。雖然整體大環境有益於少數族群媒體的發展建制，但同時卻也有千絲萬縷的問題應運而生，亟待審視及解決。這些問題可從結構面(例如：媒介所有權)、內容面(例如：產品的多元化)以及政策法規面仔細觀察，包括：全國客家族群廣播頻道「講客」廣播電台已於 2017 年 6 月 23 日開播，近來引發未來客家電視台是否續留公廣集團的討論。此為客家電視台即將面臨的重大變革，需要社會各界共同討論協商，此也是攸關臺灣多元民主社會發展的重要契機。

對於社會中的少數族群及弱勢群體，政府應遵循多元文化傳播政策，保障其媒體近用權與文化傳播權，提供文化保存及發聲的媒體機制，以及對內、對外的溝通管道，以促進整體社會的多元、自由與平等。本研究以國內外多元文化傳播政策與少數族群媒體之研究文獻為依據，探析臺灣主要的少數族群媒體：客家電視台的節目多元表現。希冀未來客家電視台能有足夠經費，持續產製多元化節目內容與多樣化節目類型，成功扮演延續客家族群語言、復振族群文化、提升族群榮譽感及族群認同感的功能與角色。

參考書目

- 方念萱，1989，《方言族群認同與收看方言節目之關聯性研究—以閩南語語族為例》。臺北：政治大學新聞研究所碩士論文。
- 王菲菲，2005，〈多元文化與公共廣電機構：澳大利亞的實踐經驗〉。《中華傳播學刊》7：103-134。
- 李秀珠、江靜之，1998，〈市場競爭與節目多樣性之研究：以台灣三家無線電視台為例〉。《廣播與電視》11：21-37。
- 李貞怡、李秀珠，2006，〈臺灣媒體競爭市場之報紙內容多樣性研究〉。《新聞學研究》88：135-172。
- 李美華，2013，《臺灣客家族群媒體與文化傳播—再現·效果·語藝傳播》。臺北：時英。
- 李儒林，2009，《多元文化概念下族群頻道定位初探-以客家電視暗夜新聞多元文化訊息呈現為例》。臺北：政治大學新聞學系碩士在職專班碩士論文。
- 吳克能，2005，〈93年出國專題研究：多元文化主義下的加拿大廣電政策〉，行政院客家委員會。取自：「公務出國報告資訊網」http://report.nat.gov.tw/ReportFront/report_detail.jsp?sysId=C09401395，上網日期：2017年1月5日。
- 林秀雲譯(2014)。《社會科學研究方法》。E. Babbie (2013). *The Practice of Social Research*. 台北：雙葉書廊。
- 林純如，2012，《臺灣客家廣播收聽與節目品質研究》。新竹：交通大學傳播研究所碩士論文。
- 林麗雲、王靖婷，2006，〈迷途而知返？紐西蘭的公共廣電與文化創意產業〉。《中華傳播學刊》10：155-192。

- 客委會，2013，《101-102 年度台灣客家民眾客語使用狀況調查研究》。
臺北：客家委員會委託研究報告。
- 施正鋒，2004，〈從多元文化主義看客家電視〉。發表於「客家紮根，
多元成長：2004 客家電視研討會」，臺北：行政院客家委員會，
2004 年 10 月 12 日。
- _____，2011，〈認同政治篇〉。徐正光主編，《台灣客家研究概論》，
頁 448 到頁 479。臺北市：南天出版社。
- 徐巧昫，2009，《民眾觀賞客家電視台節目觀感之實證研究》。桃園：
中央大學客家政治經濟研究所碩士論文。
- 張茂桂，2009，〈台灣「多元文化」政治與運動〉。上網日期：2017
年 6 月 8 日，取自 https://www.zo.uni-heidelberg.de/md/zo/sino/research/10_taiwanduoyuanwenhua.pdf
- 張錦華，1997a，〈多元文化主義與我國廣播政策-以台灣原住民與客
家族群為例〉。《廣播與電視》9：1-23。
- _____，1997b，《公共領域、多文化主義與傳播研究》。臺北：正中。
- _____，2014，《多元文化主義與族群傳播權：以原住民族為例》。臺
北：黎明文化。
- 張錦華等，2003，〈從多元文化觀點檢視新聞採寫教科書-以原住民族
群相關報導為例〉。《新聞學研究》76：129-153。
- 張翰璧、張維安，2005，〈東南亞客家族群認同與族群關係：以中央
大學馬來西亞客籍僑生為例〉。《臺灣東南亞學刊》2(1)：149-182。
- 莊英章，2002，〈試論客家學的建構：族群互動、認同與文化實作〉。
《廣西民族學院學報(哲學社會科學版)》24(4)：40-43。
- 郭良文等，2007，《廣電媒體多元文化指標研究案》。臺北：國家通訊
傳播委員會。

- 陳運棟，2011，〈源流篇〉。徐正光主編，《臺灣客家研究概論》，頁 19 到頁 41。臺北市：南天出版社。
- 陳一香，1999，〈媒介多元化意涵之初探〉。《新聞學研究》58：141-169。
- _____，2002，〈多頻道環境下的電視節目多樣性分析：以臺灣無線電視台與有線電視綜合頻道為例之比較分析〉。《廣播與電視》18：27-58。
- 陳彥龍、劉幼琍，2006，〈邁向公廣集團：數位時代我國特定族群專屬電視頻道之法制研議〉。《中華傳播學刊》10：109-153。
- 陳憶華，2007，《參考服務在國內檔案典藏單位應用之研究》。臺北：政治大學圖書資訊與檔案學研究所碩士論文。
- 陳清河，2011，〈廣播電視篇〉。徐正光主編，《台灣客家研究概論》，頁 480 到頁 502。臺北市：南天出版社。
- 許維德，2013，《族群與國族認同的形成-台灣客家、原住民與台美人的研究》。臺北：遠流。
- 黃振家等譯(2014)。《大眾媒體研究導論》。R. D. Wimmer & J. R. Dominick (2014). *Mass Media Research-An Introduction*, 10th edition. Wadsworth, Cengage Learning. International Edition. 臺北：學富文化事業。
- 彭文正，2005，〈客家元素與收視行為結構模式探究〉。《廣播與電視》24：63-91。
- 曾金玉，2000，《臺灣客家運動之研究(1987-2000)》。臺北：臺灣師範大學公民訓育研究所碩士論文。
- 曾國峰，2005，〈反思媒介內容多元指標測量與統計問題〉。《中華傳播學刊》7：79-100。
- 詹國勝，2010，《桃竹苗地區民眾之客家電視台的使用行為與收視評

估研究》。新竹：交通大學傳播研究所碩士論文。

葉乃靜，2004，〈多元文化主義與資訊服務〉。《圖書與資訊學刊》51：68-76。

鄧紅風譯，2004，《少數群體的權利--民族主義、多元文化主義與公民權》。新北市：左岸文化。(原書 Kymlicka, W. [2001]. *Politics in the Vernacular: Nationalism, Multiculturalism, and Citizenship*. London: Oxford University Press)

鄭瑞城，1993，〈頻率與頻道資源之管理與配用〉，鄭瑞城、王振寰、林子儀、劉靜怡、蘇蘅、瞿海源、馮建三、鍾蔚文、翁秀琪、李金銓(著)。《解構廣電媒體-建立廣電新秩序》，頁 1-74。臺北：澄社。

蔡珮，2011，〈客家電視台與臺北都會客家閱聽人族群認同建構之關聯性初探〉。《中華傳播學刊》19：189-231。

劉幼琍，1998，〈美國廣電政策優惠少數族群案例之分析〉。《廣播與電視》9：25-44。

劉怡靖，2007，《檢視電視產業市場結構與戲劇性節目內容多樣性之相關性：以臺灣地區無線電視台為例》。新竹：交通大學傳播研究所碩士論文。

劉慧雯，2013，《客家電視台節目型態的結構轉型：十年來的現象回顧與成因探討》。臺北：客委會。上網日期：2016年2月28日
<http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=129373&ctNode=1619&mp=1>

_____，2015，〈客家電視台戲劇製作的困境與出路：外製的角度〉。《廣播與電視》38：77-113。

_____，2016，〈客家電視台駐地記者之研究：新聞選擇與組織團隊

的角度)。《廣播與電視》39：29-58。

黎劍瑩，1974，〈紐西蘭報業發展紀要〉。《新聞學研究》13：63-86。

蕭高彥，1998，〈多元文化與承認政治論：一個政治哲學的分析〉，收錄於蕭高彥、蘇文流編，《多元主義》，頁 487-509。南港：中央研究院中山人文社會科學研究所。

蕭新煌，2005，〈多元文化社會的族群傳播：剖析一個新典範〉。《中華傳播學刊》7：3-8。

蕭蘋、黃淑鈴，2010，《我國電視節目內容之族裔議題表現案例分析》。臺北：國家通訊傳播委員會。

謝文華，2002，《客家母語運動的語藝歷程(1987-2001)》。新北市：輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。

鍾振昇，2003，〈客家電視在多元文化中的成功之道〉。《2003 全球客家文化會議論文集》。行政院客家委員會。

魏均，2006，〈監理之外：初探 NCC 在媒體產業輔導與媒體文化發展的角色〉。《廣播與電視》26：29-49。

____，2008，〈再思考客家族群傳播權的理論與實踐--客家電視台及其他〉。《媒體、文化產業與客家族群建構：研究與實踐的雙重面》，頁 1-16。臺北：行政院客家委員會。

____，2016，〈東南亞客家與臺灣客家電視的交會及其意涵：以馬來西亞客家閱聽人為對象〉。《全球客家研究》7：99-134。

關尚仁，2002，《多元文化環境下的客家廣電傳播政策》。臺北：行政院客家委員會。

羅文輝，1993，《新聞理論與實證》。臺北：黎明文化。

蘇蘅等，2007，《我國廣播電視廣告規範政策研析》。臺北：國家通訊

傳播委員會。

- Anderson, Benedict, 1991, *Imagined Communities*. London: Verso.
- Baffoe, Michael, 2012, "Projecting Their Own Images: The Role of the Black Ethnic Media in Reconstructing the Identities and Images of Ethnic Minorities in Canadian Society." *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences*, 5(1): 28-52.
- Bai, Sang, Y, 2010, "Constructing Racial Groups' Identities in the Diasporic Press: Internationalization, Resonance, Transparency, and Offset." *Mass Communication and Society*, 13: 385-411.
- Banting, Keith, & Kymlicka, Will, 2010, "Canadian Multiculturalism: Global Anxieties and Local Debates." *British Journal of Canadian Studies*, 23(1): 43-72. Retrieved February 28, 2015 from <http://search.proquest.com/docview/205003334>
- Bissoondath, Neil, 1994, *Selling Illusions: The Cult of Multiculturalism in Canada*. Toronto, Canada: Penguin.
- Brantner, Cornelia, & Herczeg, Petra, 2013, "The Life of a New Generation: Content, Values, and Mainstream Media Perception of Transcultural Ethnic Media-An Austrian Case." *Communications*, 38(2): 211-235.
- Budarick, John, & Han, Gil-Soo, 2015, "Towards a Multi-Ethnic Public Sphere? African-Austrian Media and Minority-Majority Relations." *Media, Culture & Society*, 37(8): 1254-1265.
- Caspi, Dan, & Elias, Nelly, 2011, "Don't Patronize Me: Media-By and Media-For Minorities." *Ethnic and Racial Studies*, 34(1): 62-82.
- Croucher, Stephen M. et al., 2009, "An Examination of Media Usage

among French-Muslims.” *Journal of Intercultural Communication Research*, 38(1): 41-57.

Dayan, Daniel, 1998, “Particularistic Media and Diasporic Communications.” Pp. 103-113 in *Media, Ritual and Identity*, edited by Tamar Liebes and James Curran. London: Routledge.

Downing, John, & Husband, Charles, 2005, *Representing Race: Racisms, Ethnicities and Media*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Ferle, Carrie La., & Morimoto, Mariko, 2009, “The Impact of Life-Stage on Asian American Females’ Ethnic Media Use, Ethnic Identification, and Attitudes toward Ads.” *The Howard Journal of Communications*, 20: 147-166.

Fina, Anna De, 2013, “Top-Down and Bottom-Up Strategies of Identity Construction in Ethnic Media.” *Applied Linguistics*, 34(5): 554-573.

Fleras, Augie, 2010, *Unequal Relations: An Introduction to Race, Ethnic and Aboriginal Dynamics in Canada* (6th ed.). Toronto: Pearson Canada.

_____, 2011, *The Media Gaze: Representations of Diversities in Canada*. Vancouver, UBC Press.

_____, 2015, “Multicultural Media in a Post-Multicultural Canada? Rethinking Integration.” *Global Media Journal-Canadian Edition*, 8(2): 25-47.

Glasser, Theodore. L., et al., 2009, “The Claims of Multiculturalism and Journalism’s Promise of Diversity.” *Journal of Communication*, 59(1): 57-78.

Gregg, Allan, 2006, “Identity Crisis: Multiculturalism-A

Twentieth-Century Dream Becomes a Twenty First-Century Conundrum.” *The Walrus*. Retrieved March 30, 2015 from <http://walrusmagazine.com/articles/2006.03-society-canada-multiculturalism/4>

Henry, Frances, et al, 2006, *The Colour of Democracy: Racism in Canadian Society*. Toronto: Harcourt & Brace.

Hoffmann-Reim, Wolfgang, 1992, “Protecting Vulnerable Values in the German Broadcasting Order.” Pp. 43-60 in *Television and the Public Interest*, edited by Jay George Blumler. London: Sage.

_____, 1996, *Regulating Media: The Licensing and Supervision of Broadcasting in Six Countries*. New York: The Guilford Press.

Husband, Charles, 2005, “Minority Ethnic Media as Communities of Practice: Professionalism and Identity Politics in Interaction.” *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31(3): 461-479.

Johnson, Melissa, A., 2010, “Incorporating Self-Categorization Concepts into Ethnic Media Research.” *Communication Theory*, 20: 106-125.

_____, 2000, “How Ethnic Are U.S. Ethnic Media?” *Mass Communication and Society*, 3(2/3): 229-248.

Kerlinger, F. N. (1986). *Foundations of Behavioral Research*. New York , NY: Holt, Rinehart and Winston.

Kim-Ju, Greg M., & Akutsu, Phillip D., 2015, “Racial and Ethnic Identities of Asian Americans: Understanding Unique and Common Experiences.” Pp. 85-104 in *Multicultural Perspectives on Race, Ethnicity and Identity*, edited by Elizabeth Pathy Salett & Diane R. Koslow. Washington, DC: NASW Press.

- Kong, Shuyu, 2013, "Space of Possibilities: Civic Discourse and Multicultural Citizenship in Locally Produced Chinese Television Programs in Metro Vancouver." *Journal of International Migration and Integration*, 14(1): 119-138.
- Kymlicka, Will, 2005, "The Uncertain Futures of Multiculturalism." *Canadian Diversity*, 4(1): 82-85.
- Li, Xiaoping, 2015, "A Critical Examination of Chinese Language Media's Normative Goals and News Decisions." *Global Media Journal-Canadian Edition*, 8(2): 97-112.
- Lindgren, April, 2015, "Municipal Communication Strategies and Ethnic Media: A Settlement Service in Disguise." *Global Media Journal-Canadian Edition*, 8(2): 49-71.
- Lu, Jiajie, 2015, "Theorizing the Impacts of Digitally Mediated Social Interaction on Diasporic Identity Formation: A Case of Chinese Diaspora in Australia." Retrieved February 20, 2016 from http://eprints.qut.edu.au/89143/1/Lu_2015_ANZCA.pdf
- Matsaganis, Mathew, et al., 2011, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*. New York: Sage.
- Matsaganis, Matthew, 2014, "How Ethnic Media Producers Constitute Their Communities of Practice: An Ecological Approach." *Journalism*, 15(7): 926-944.
- May, Stephen, & Sleeter, Christine, E., 2010, "Introduction-Critical Multiculturalism: Theory and Praxis." Pp. 1-16 in *Critical Multiculturalism: Theory and Praxis*, edited by Stephen May & Christine. E. Sleeter. New York:Routledge.
- McQuail, Denis, 1992, *Media Performance: Mass Communication and*

the Public Interest. London: Sage.

Phinney, Jean, S., 1989, "State of Ethnic Identity in Minority Group Adolescents." *Journal of Early Adolescence*, 9: 34-49.

Phinney, J. S., & Ong, Anthony, D., 2007, "Conceptualization and Measurement of Ethnic Identity: Current Status and Future Directions." *Journal of Counseling Psychology*, 54: 271-281.

Ray, Manas, 2000, "Bollywood Down Under: Fiji Indian Cultural History and Popular Assertion." Pp. 136-184 in *Floating Lives: The Media and Asian Diaspora* edited by Stuart Cunningham & John Sinclair. Queensland: The University of Queensland Press.

Riggins, Stephen, H., 1992, *Ethnic Minority Media-An International Perspective*. London, UK: Sage.

Robie, David, 2009, "Diversity Reportage in Aotearoa: Demographics and the Rise of the Ethnic Media." *Pacific Journalism Review*, 15(1): 67-91.

Sheyholislami, Jaffer, 2009, "Reviews-Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies, edited by M. Cormack and N. Hourigan. Clevedon: Multilingual Matters LTD." *Canadian Journal of Communication*, 34: 757-767.

Shiramizu, Shigehiko, 2000, "Global Migration, Ethnic Media and Ethnic Identity." *Asian and Pacific Migration Journal*, 9(3): 273-285.

Sinardet, Dave, & Mortelmans, Dimitri, 2006, "Between Al-Jazeera and CNN. Indicators of Media Use by Belgian Ethnic Minority Youth." *Communications*, 31: 425-445.

Taylor, Charles, 2012, "Interculturalism or Multiculturalism?" *Philosophy*

and Social Criticism, 38(4-5), 413-423. doi:10.1177/0191453711435656

Wimmer, Roger, & Dominick, Joseph, 2014, "Content Analysis." Pp. 158-190 in *Mass Media Research: An Introduction 10th Edition* by Roger Wimmer & Joseph Dominick. Boston, MA: Wadsworth.

Xu, Jing et al., 2004, "Ethnic Identity, Socialization Factors, and Culture-Specific Consumption Behavior." *Psychology & Marketing*, 21(2): 93-112.

Yin, Hang, 2015, "Chinese-Language Cyberspace, Homeland Media and Ethnic Media: A Contested Space for Being Chinese." *New Media & Society*, 17(4): 556-572.

Zhou, Min, & Cai, Guoxuan, 2002, "Chinese Language Media in the United States: Immigration and Assimilation in American Life." *Qualitative Sociology*, 25: 419-441.

