

## 參考文獻

### 中文文獻

尹章義（1981）。《台北平原拓墾史研究》。台北：台北市文獻委員會。

王勝權（2005）。《媒體自製偶像劇在文化創意產業之多重連結運用：以三立電視台經營偶像劇為例》。南台科技大學資訊傳播研究所碩士論文。

倪沁一譯（1994）。日下公人《無摩擦的輸出：文化產業的國際化之路》。台北：錦繡圖書。

文化創意產業官方網站（2007）。「產業分類」。[Online].  
Available:<http://www.cci.org.tw/portal/index.asp>

王若馨譯（2007）。《研究方法的基礎》。台北：韋伯。

王修曉譯（2007）。《研究方法概論》。台北：五南。

台北 義民 20 官方網站（2007）。「客家文化產品」。  
[Online].Available:<http://www.taipeihakka20.com/01.htm>

台北 義民 20 活動手冊（2007）：《台北市義民祭典活動》。台北市：客家事務委員會

朱雅群（2005）。《客家桐花祭之政策行銷暨滿意度分析》。台北大學公共行政暨政策學系碩士論文。

行政院客家委員會官方網站（2007）。〈義民祭典〉。[Online].  
Available:<http://www.hakka.gov.tw/mp.asp?mp=1>

仲曉玲、徐子超譯（2003）。《文化創意產業：以契約達成藝術與商業的媒合》。台北：典藏藝術家庭。（原書 Richard Caves.[2002]. *Creative industries : Contracts between art and commerce*）。

朱婉寧（2005）。《台灣文化觀光中的認同建構--以客家桐花祭為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。

- 何明泉，林其祥，劉怡君(1996)。〈文化商品開發設計之構思〉。《設計學報》。1(1)。
- 何明泉、郭文宗(1997)。〈產品文化識別之探索〉。《科技學刊》。6(3)：253-263。
- 何明泉，蔡子瑋(1995)。〈產品意象語言研究-以本土性意象為例〉。《成功大學學報》。3(10)：99-113。
- 汪琪(1984)。《文化與傳播》。台北：三民書局股份有限公司。
- 李亦園(1989)：〈自然觀察研究〉。楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園編《社會及行為科學研究法上冊》，131-158。台北：東華書局。
- 李培元(1997)。《政治商品化理論》。台北：楊智出版社。
- 李純恩(2007)：〈20 座義民爺共度台北市 20 周年義民祭〉。《全球客家郵報》。台北市：全球客家郵報社。
- 李瑋聆(2002)：《2001 年立法委員選舉聯合競選文宣之構成--台北市北區民進黨籍候選人聯合文宣形成之參與觀察》。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 沈延諭(2006)。《族群政治：台灣客家族群的政治文化與投票行為》。東海大學政治研究所碩士論文。
- 吳宜珮(2002)。《科技與創意充分結合：芬蘭的文化創意產業》。中山大學企業管理研究所碩士論文。
- 吳思華(1998)。《策略九說—策略思考的本質》。台北：臉譜。
- 吳錫德譯(2003)。《文化全球化(La Mondialisation de la Culture)》。台北：麥田出版社。
- 林光華(2001)。《義民心鄉土情》。新竹：新竹文化局。
- 林柔妤(2005)。《地方政府在文化创意產業發展中的角色--以新竹市玻璃工藝為例》。中華大學經營管理研究所碩士論文。
- 花建(2003)。《文化+創意=財富》。台北：帝國文化。

花建（2004）。〈文化產業離我們有多遠—從資源鏈到產業鏈〉。《北大文化產業關鍵報告》。台北：帝國。

范振乾（1998）。〈客家人有沒有共同利益〉，《客家雜誌》，96:1-3。

范振乾（2001）。〈新的客家社區〉，《義民心鄉土情》。新竹：新竹市文化局。

范振乾（2005）。〈義民爺信仰與台灣客家文化社會活動〉。《義民信仰與客家社會》。台北：南天。

施正鋒（1998）。《族群與民族主義—集體認同的政治分析》。台北：前衛。

施正鋒（2004）。〈客家學研究的政治學面向〉，《邁向客學之路：客家學研究的回顧與展望》。台北：台灣客家學會。

洪登欽（2003）。《傳統文化觀光與文化產業發展之探討--以高雄市愛河流域下游為例》。樹德科技大學建築與古蹟維護研究所碩士論文。

胡幼慧（1996）。《質性研究—理論、方法及本土女性研究實例》。台北：巨流。

胡慧變（1998）。〈焦點團體法對促進社會工作專業研究實務性之探究〉。《社區發展季刊》。81：282-292。

倪再沁（2005）。〈文化創意產業的認識與挑戰〉。《文化建設委員會文化論壇》。上網日期：2007年6月25日。[Online]. Available: <http://cca.gov.tw:9090>

孫玉珊（2005）。《創造端與消費者端對大眾型文化商品之認知：探索性研究》。國立中正大學行銷管理研究所碩士論文。

客家文化季刊官方網站（2007）。「台北義民祭」。

[Online]. Available: [http://www.hakka-lib.taipei.gov.tw/magazine/2007summer/p04\\_05.html](http://www.hakka-lib.taipei.gov.tw/magazine/2007summer/p04_05.html)

翁秀琪（2001）。〈集體記憶與認同構塑—以美麗島事件為例〉。《新聞學研究》。68：117-149。

- 莊吉發 (2005)：〈從檔案資料看清代台灣的客家移民與客家義民〉。《義民信仰與客家社會》。台北市：南天。
- 陳文生 (1995)。《從文化生活型態探討台灣輕型機車產品意象》。成功大學工業設計學系碩士論文。
- 陳月針 (2004)。《媒體與文化之對話－析論客家電視台未來發展方向》。南台科技大學資訊傳播研究所碩士論文。
- 陳怡安 (2004)。《論無形文化資產的提昇暨商業契機之互動，以文化古都台南市為例》。元智大學藝術管理研究所碩士論文。
- 陳順孝 (1993)：《台灣報社編輯的守門行為---一個參與觀察法的個案研究》。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 陳健倫 (2004)。《試析市場邏輯下之文化產製與媒體角色-以四個文化行銷個案為例》。世新大學傳播管理學系碩士論文。
- 陳筱茹 (2006)。《文化商品價值網之分析》。南華大學傳播管理研究所碩士論文。
- 陳慧婷 (2005)。《搖滾音樂演唱會之文化行銷分析－以「Say Yes to Taiwan」演唱會為例》。政治大學廣播電視研究所碩士論文。
- 陳乃菁、卓玲妃(2003)。〈文化產業的設計與創意〉，《敘事設計資訊中心》。上網日期：2007年7月24日。[Online].Available <http://home.educities.edu.tw/lingyf/na/col028.html>
- 郭百修 (2000)。《地方文化產業化機制之研究：以美濃鎮為例》。國立台北大學都市計畫研究所碩士論文。
- 粘耿嘉 (2002)。《全球文化衝擊下的法國文化產業策略》。淡江大學歐洲研究所碩士論文。
- 連瓊芬 (2004)。《文化創意產業品牌形象之視覺設計與應用研究-以苗栗窯業為例》。台灣師範大學設計研究所在職進修碩士班碩士論文。
- 馮久玲 (2002)。《文化是好生意》。台北：城邦出版社。

- 張文榮 (2001)。《西班牙巴斯克的新族群關係: 巴斯克文化政策與族群認同的重建》。南華大學歐洲研究所碩士論文。
- 張秋滿 (1989)。〈褒忠義民廟大事記〉。《褒忠義民廟創建 200 週年紀念特刊》。新埔: 褒忠義民廟創建 200 年紀念慶典籌備委員會。
- 張英振、彭淑華 (1996)。〈從優勢的觀點論單親家庭〉。《東吳社會工作學報》。2 : 227-271。
- 張雅雯 (2003)。《文化產業之特性與其空間結構、關係之研究》。逢甲大學土地管理學系碩士論文。
- 張軒豪 (2005)。《本土文化產業的全球化-以霹靂布袋戲為例》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 黃世輝 (2000)。〈文化產業需要另一種思維-社區重建與文化產業發展〉。《勁草社區協力報》。
- 黃秀惠 (2006)。《初探澎湖地區民宿行銷傳播策略之研究, 從文化創意觀點》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 黃清漢 (1987)。《新埔義民廟祭祀圈結構之研究》。中國文化大學地學研究所碩士論文。
- 黃順意 (2005)。《客家文化產業行銷之研究-以客家桐花祭為例》。台北大學企業管理系碩士論文。
- 黃聖傑 (2005)。《體驗行銷於文化創意產業之應用》。政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 黃惠雯、董琬芳、梁文蓁與林兆衛 (2002)。《質性方法與研究》。台北: 韋伯。
- 黃瑞琴 (1999)。《質性教育研究方法》。台北: 心理。
- 彭維建 (2005)。《行政院客家委員會之關鍵公眾管理效果初探~以大台北地區客家族群為觀察對象》。輔仁大學大眾傳播所碩士論文。
- 彭鑫 (1988)。〈台北市首度義民祭典功德圓滿〉。《客家風雲雜誌》。11 : 76-77。

游書寧 (2006)。《文化行銷：以屏東縣藝術節慶為例》。南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。

曾維屏 (2002)。《地方文化產業振興與社區營造：以美濃地區為個案》。中國文化大學地學研究所碩士論文。

楊敏芝 (2000)。〈文化產業理論思潮初探與發展省思〉。《環境與藝術學刊》。1:29-49。

楊敏芝 (2002)。《地方文化產業與地域活化互動模式研究：以埔里酒文化產業為例》。國立台北大學都市計畫研究所博士班博士論文。

劉大和 (2002)。《文化產業特質之初步探討》，上網日期：2007年7月2日。  
[Online].Available : <http://home.kimo.com.tw/liutaho/>

劉大和、陳家苓 (2001)。〈發展文化產業—從芬蘭的文化產業報告談起〉。《智邦生活館》。[Online].Available :  
<http://enews.url.com.tw/archiveread.asp?scheid=13881>

劉唯玉 (1991)。〈質的研究法之探討〉。《國立成功大學社會科學學報》。4 : 295-316。

劉智雄 (2007)：〈偉大的城市 光榮的族群 —迎接「臺北·義民·20」〉。《客家文化季刊》。20。台北市：台北市客家事務委員會。

劉還月 (2000)。〈台灣客家信仰的特色與自主性格〉。《客家論壇》。上網日期：2006年12月21日。[Online].Available :  
<http://netcity3.web.hinet.net/UserData/doffl/文藝復興/haka論壇/hakas-6.htm>

鄭自隆、洪雅惠、許安琪 (2005)。《文化行銷》。台北：空中大學。

鄭安翔 (2000)：《有線電視體育新聞內容與產製分析---以年代體育台、東森育樂台、緯來體育台，三家準專業體育頻道為例》。淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。

蔡麗慧，唐玄輝，劉奕伯 (2003)。〈文化性產品與認知典範性之初探—以石獅子為例〉。《中華民國設計學會第八屆設計學術研究成果研討會論文集》。台中

縣：朝陽科技大學。

潘明宏、陳志瑋譯（2003）。《最新社會科學研究方法》。台北：韋伯。

潘淑滿（2003）。《質性研究：理論與應用》。台北：心理。

韓文仁、林容婉、胡家瑜（2006）。〈文化創意產業形象指標研究〉，《南華大學創意及管理研討會論文集》。立德管理學院國際企業管理研究所。

#### 英文文獻

Bourdieu, P. (1984). *Distinction*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Berg, B. L. (1998). *Handbook of methods in cultural anthropology*. Boston: Allyn & Bacon.

Bogdewic, S P.& Miller, W.L.(1992). Participant observation in crabtree. In Bogdewic, S P.& Miller, W.L. (Eds.),*Doing qualitative research*. Newbury Park: Sage.

Carey, M. A. (1994). The group effect in focus groups: Planning, implementing, and interpreting focus group research. In Morse, J. M. (Ed.), *Critical issues in qualitative research methods*. London: Sage Publications.

Caves, R. E. (2000). *Creative industries: Contracts between art and commerce, cambridge, mass*. London: Harvard University Press

Connor, S. (1998). *Postmodernist culture*. Cambridge: Harvard University Press.

Crabtree, B. D., & Miller, W. L. (1992). *Doing qualitative research*. Newbury Park: Sage Publications.

Duncan, T., and Moriarty, S. (1997). *Driving brand value: Using integrated marketing to manage profitable stakeholder relationship*. New York: McGraw-Hill.

Fontana, A., & Frey, J. H. (1998). Interviewing: The art of science. In N. K. Denzing & Y. S. Lincoln (Eds.), *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*. London: Sage Publications.

- Garnham, N. (1990). *Capitalism and communication: Global culture and the economics of information*. London: Newbury Park Sage.
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Holbrook, M. B. & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings and fun. *Journal of Consumer Research*, 9:132-134.
- Holstein, J., & Gubrium, J. (1995). *The active interview*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Jorgensen, Danny L. (1989). *Participant observation: A methodology for human studies*. Newbury Park: Sage.
- Marshall, C., & Rossman, G. (1989). *Designing qualitative research*. Newbury: Sage Publications.
- McQuail, D. (2000). *Mass communication theory*. London: Sage
- Morgan, D. L. (1996). Focus groups. In J Hagan & K. S. Cook (Eds.), *Annual Review of Sociology*, 22: 129-152.
- Ryan, B. (1992). *Making capital from culture*. N.Y.: De Gruyter.
- Slater, D. (1997). *Consumer culture and modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge: University Press.