

國立政治大學傳播學院傳播碩士學位學程

碩士學位論文

新原運時期台灣原民族群媒體的傳播實踐：以原
住民族青年陣線粉絲專頁與 Mata • Taiwan 為例

The Practices of Indigenous Media in Taiwan New Indigenous
Movement Period: The Analysis of Indigenous Youth Front's
Fan Page and Mata • Taiwan

指導教授：方念萱博士

研究生：廖紹伶

中華民國 一〇八年一月

謝辭

每次從大勇樓研究室離開、望著走廊的時候，總想著這條長廊自己要來回走多少次才會畢業。事實上，這些到後來想要數都數不清了。研究所一路上經歷的人事物，充實也深刻，希望我能帶著這一路上的學習與收穫，繼續對這個世界保有探索的好奇、熱情與勇氣。

謝謝念萱老師的耐心與悉心指導，讓我在一次次晤談、書寫中精進自己的思辨與表達。一路上能有老師的開導與鼓勵，真的很感謝。

謝謝昌德老師和文玲老師願意擔任我的口委，從不同的學術領域給予我寶貴的建議與思考空間。

謝謝我的受訪者，謝謝你們願意和我分享這些寶貴的生命經驗和歷程。

謝謝研究所的好友們，小花、乃欣、慶翔、辰媽、博臻、易詩、可嘉、方瑀、莘倫、崇暉、勝淋、慧馨、家誠、奕雯、婷婷、博洋。能在研究所遇見大家、得到各種拍打餵食和想法上的交流真的很幸運。謝謝學姊家齊、曉凡還有學妹文瑄、溼穎，總是帶給我溫暖的問候和鼓勵。

謝謝社會系研延好朋友們，孔嘉、小葵、昭宏、劭文、智仁、芳吟、廷偉(Cudjuy)，還有國發書院的秦芳、廷芳、家瑜，從大學到研究所都有你們的陪伴與支持。

謝謝民服社的夥伴和姊姊們，花花、奶茶、蘇蘇、APP、家家、小強、詩婷、琬譯，你們的熱情、樂於分享還有執行力總是帶給我很多能量與感動。

謝謝在初來部落認識的每一個人，謝謝你們陪伴著我，與我分享文化和生活裡的喜怒哀樂，讓我找到心裡那個最珍貴的角落。謝謝東布青，你們的組織能量總是啟發我也一步步前進。

謝謝宜暉老師，如果沒有過去那段習舞時光，我想我應該不會對於族群文化有這麼多的感受與反思，甚至帶我走到這個研究主題。謝謝阿紫對我的肯定和鼓勵，讓我繼續對舞蹈保有熱忱與想望。

謝謝我的爸爸媽媽，謝謝你們用最溫柔的方式陪伴我完成這本論文。女兒要畢業啦。

最後謝謝自己的幸運和堅持，即便走得很慢，還是一步步完成了。

廖紹伶 2019年2月23日 於大勇樓研究室

摘 要

本研究旨在探尋台灣新原運時期原民族群媒體的實踐樣貌。在網路科技發展、媒體參與文化更加蓬勃的新原運時期，原民媒體產生了運作形式多元且身分混雜的實踐樣貌。這類環繞原運理念而自發性參與的傳播活動，不僅有機會觸及更廣大的閱聽眾，也與過往研究的族群媒體、原民媒體定義逐漸產生差距。

相較於過往傳播研究側重於原民的媒體接近使用權以及原民社群內部的傳播需求，本研究關注原民族群媒體推動社會變革、促進族群之間相互理解的實踐過程。本研究以 **Husband** 的傳播權、被理解權作為理論架構，引用介入行動的概念觀察原民族群媒體向社會大眾推廣原民議題的意圖、策略與限制。研究方法採用數位民族誌，針對台灣的兩個原民族群媒體進行分析與比較。

研究發現，新原運時期的原民族群媒體，是行動者運用自身專長與身分背景實踐原運認同的傳播形式。兩個媒體基於網路得以與他人逕行連結與互動的特性，呈現了身分多樣、開放參與的介入行動樣態。另一方面，原民族群媒體也有意識地結合不同媒體形式、切合不同媒體平台的運作邏輯進行介入，藉以增加媒體內容的能見度。本研究也發現，新原運時期原民族群媒體面臨的困難，與既存的族群關係結構和數位媒體生態有關。如何因應快速變化的數位媒體生態維持組織運作、建立內容特殊性，是推進被理解權的重要關鍵。

關鍵字：原住民族運動、參與文化、原民媒體、族群媒體、傳播權、被理解權、介入行動

Abstract

This study aims at examining the practices of the indigenous media in the new indigenous movement period in Taiwan. The rise of internet not only amplifies the trend of media participatory culture, but also creates new transcultural forms. This trend expands the practices of indigenous media, encompassing not just indigenous activists but non-indigenous supporters. With the potential of reaching broader audiences in the digital era, the concepts of indigenous media and ethnic media also need to be redefined.

Media research has focused more on the indigenous right of access to the media and the use of in-reach communication for indigenous people. This study mainly focuses on the indigenous media's transformative actions, that is, the way making the indigenous voices accessible for broader society. Based on Husband's notion of 'the right to communicate' and 'the right to be understood', this paper adopts the concept of 'interventions', which helps to research into both the strategies and limitations of transformative actions. Digital ethnography is conducted to deeply analyze two cases in Taiwan.

This study found that, indigenous media's interventions are identity-driven communication practices in terms of indigenous activism, drawing on personal media literacy and life experience. Based on the interactivity of internet, the openness and hybridity are main features of the indigenous media's interventions. Besides, intervention strategies combining different representing forms and embedded in the logic of different media platforms are consciously applied to increase publicity of media content. Last but not least, the challenge in front of indigenous media in new indigenous movement period is about the inequality of ethnic relationship and digital media ecology. Therefore, continuing operations and creating unique of media content in response to the rapidly changing digital media ecology, are key to improving the right to be understood.

Keywords: indigenous movement, participatory culture, indigenous media, ethnic media, the right to communicate, the right to be understood, interventions

目次

第一章 緒論.....	1
第一節 狼煙四起—研究動機.....	1
第二節 研究背景.....	6
一、 族群媒體—拆解與對話.....	6
二、 族群媒體與網路時代的參與文化.....	8
第三節 問題意識.....	10
第二章 文獻回顧.....	12
第一節 台灣原住民族的當代處境.....	12
一、 台灣原住民族運動.....	12
二、 原住民族運動中的媒體角色.....	17
第二節 族群媒體的傳播實踐.....	20
一、 族群媒體定義.....	20
二、 網路、原民族群媒體與原住民族運動.....	24
三、 實踐被理解權：原民族群媒體的介入行動.....	26
第三節 台灣原民族群媒體的傳播地景.....	31
一、 殖民論述主導時期（1945年至1982年）.....	31
二、 族群意識的啟蒙與抗爭時期（1983至1988年）.....	32
三、 擺盪於抗爭與回歸之間（1989年至2000年）.....	34
四、 新原運（2000年迄今）.....	37
第四節 研究問題.....	44
第三章 研究方法.....	48
第一節 研究對象.....	48
一、 非營利組織經營：《原住民族青年陣線》粉絲專頁.....	49
二、 營利組織經營：《Mata • Taiwan》.....	50
第二節 資料蒐集.....	51
一、 數位民族誌.....	51
二、 研究者角色與研究倫理反思.....	57
第四章 研究發現.....	59
第一節 原住民族青年陣線粉絲專頁.....	59
一、 成立背景與媒體產製意圖.....	59
二、 原青陣粉絲專頁的介入行動.....	67
三、 介入行動的評估與挑戰.....	88
第二節 Mata • Taiwan.....	99
一、 成立背景與媒體產製意圖.....	99
二、 Mata • Taiwan 的介入行動.....	104
三、 介入行動的評估與挑戰.....	116
第五章 結論.....	123
第一節 研究結果.....	123
第二節 研究限制與反思.....	131
參考文獻.....	134

表目錄

表 1：新原運時期（2000 年迄今）台灣原民族群媒體列表.....	46
表 2：受訪者名單與訪談狀況.....	57
表 3：原青陣粉絲專頁貼文類型與數量（2017.01.01-2018.06.30）.....	63
表 4：原青陣貼文主題分布（2017.01.01-2018.06.30）.....	68
表 5：Mata • Taiwan 文章來源（2017.01.01-2018.06.30）.....	104
表 6：Mata • Taiwan 粉絲專頁貼文主題分佈.....	105
表 7：Mata • Taiwan 文章作者族群身分.....	107
表 8：日光小林部落旅遊網路文宣節錄.....	113

圖目錄

圖 1：白浪部落客貼文.....	2
圖 2：Mata • Taiwan 貼文.....	2
圖 3：原民族群媒體的傳播實踐.....	47
圖 4：《原住民族青年陣線》臉書粉絲專頁截圖.....	62
圖 5：轉貼資訊範例.....	65
圖 6：原青陣粉絲專頁每月貼文總數量（2017.01.01-2018.06.30）.....	67
圖 7：原青陣粉絲專頁以自製貼文表達支持婚姻平權的立場.....	70
圖 8：「原住民族土地之死」懶人包相簿.....	72
圖 9：蔡英文原住民族政策監督平台網站下半部截圖.....	73
圖 10：蔡英文原住民族政策監督平台網站部分截圖.....	75
圖 11：粉絲專頁依政策主題發佈的政策介紹圖文.....	76
圖 12：「#Akapacici 不要勉強」徵文活動投稿之一.....	78
圖 13：原青陣回應台北市議員李芳儒的自製貼文.....	81
圖 14：「什麼，你也愛台灣原住民?!」粉絲專頁貼文截圖.....	100
圖 15：「Mata • Taiwan」官方網站.....	101
圖 16：粉絲專頁貼文形式.....	103
圖 17：Mata • Taiwan 每月粉絲專頁貼文數量（2017.01.01-2018.06.30）... ..	103
圖 18：網站欄位選單.....	108
圖 19：臉書貼文超連結標題範例.....	109

第一章 緒論

第一節 狼煙四起—研究動機

2013 年，一位台東縣海端鄉布農族獵人 Talum（王光祿）因九十多歲的母親想吃山肉，持檢來的獵槍上山獵捕長鬃山羊與山羌等保育類動物，遭法院依野保法、槍砲管制條例判刑 3 年半有期徒刑，並於 2016 年準備入監執行。然而，判決的結果因為與《原住民族基本法》精神相互扞格而引發原住民社會集體不滿。不論是王光祿射殺的保育類動物或持有的槍枝構造，皆引發是否符合原民文化傳統的爭議，吸引輿論關注（原住民族電視台，2015 年 12 月 11 日）。主流媒體紛紛以「孝子獵人」、「孝親」等指稱進行報導（呂志明，2015 年 12 月 8 日），報章社論、社群媒體對於原住民族狩獵文化多所討論。

王光祿當時入監執行在即，線上線下出現許多行動呼籲檢察總長提起非常上訴以暫緩處分。這段期間，我的 Facebook 動態訊息牆不時出現聲援線上連署或討論原民狩獵的貼文。張貼相關消息的除了我的臉書好友，還有許多長期關心原民議題的臉書粉絲專頁在這場事件進行論述的呼應、串連。擅長以攝影照片搭配原民青年生命經驗書寫的「白浪部落客」臉書粉絲專頁，張貼了一篇貼文陳述原民狩獵文化逐漸流失的哀愁，並於文末附上聲援王光祿暫緩入監的線上連署網址廣邀大眾參與。旨在促進非原住民族對原民族群理解的「Mata • Taiwan」網站整理了事件脈絡，嘗試以不同於主流媒體的視角討論王案以及本具爭議性的原民狩獵文化。作為線下行動號召者之一的「原住民族青年陣線」，則是在粉絲專頁發佈聲明稿，並且不斷轉貼主流媒體對於王案的最新報導、社論文章。各地部落發起聲援活動的消息、原民狩獵文化的相關貼文也在原青陣的粉絲專頁中呈現，成為其論述資源的一部份。這些資訊彷彿升起宣告訊息的狼煙，我便是透過這些粉絲專頁，慢慢了解一個三審定讞的判決為什麼引起原民社會極大的反彈。

圖 1：白浪部落客貼文



註：白浪部落客以「老獵槍」為題，針對現行體制使原民土地流失、獵人失去獵場發出沉痛的宣示（資料來源：白浪部落客粉絲專頁）

圖 2：Mata · Taiwan 貼文



註：Mata · Taiwan 以「原民狩獵的五大迷思！你被誤導了你家裡人知道嗎？」一文，透過不同主流媒體的角度討論王案（資料來源：什麼，你也愛台灣原住民?! We Love Taiwanese Aborigines (Mata · Taiwan) 粉絲專頁)

原民狩獵文化在台灣社會一直是敏感、具爭議性的話題，但論者認為，致使原民狩獵行為觸法遭罰的，往往是出自農業文化的主流社會，對狩獵文化的理解和偏見（官大偉，2015）。王案雖然獲得主流媒體大幅報導，但是媒體對王案多以符合主流文化價值觀的「孝子」形象進行描述，這樣的手法即使能吸引社會輿論寄予同情，也可能造成社會大眾對原民狩獵文化的片面理解，甚至認為聲援者以孝敬母親這種訴諸悲情、要求法外開恩的理由不甚合理。一如 Mata • Taiwan 網站撰寫的文章所言：

有別於以往族人狩獵衍生案例所受關注少，相反地，這個案子在今年 Talum 即將入獄服刑之際引爆到最高點，引起許多媒體爭相報導！但話題延燒至今，許多討論卻顯然失焦，例如許多媒體紛紛以「孝子入獄」、「為了慈母」類似關鍵字下標，或將此案對比最近當紅的頂新無罪事件，其實並不利於本案件的討論、無助解決不同族群間長期以來的誤解，更無法解決原住民權益的長期結構性問題。

（Mata • Taiwan，2015 年 12 月 14 日）

也就是說，王光祿案反映了原住民族的集體困境。「如果法律制度沒有改變，一個一個救也救不完，」王光祿的法律扶助律師陳采邑在接受媒體訪問時常如此強調（余佩權，2015 年 12 月 15 日）。然而，原民狩獵議題涵蓋的面向十分複雜，交織了傳統文化、槍枝管制、動物保育等議題領域。當時，原住民族青年陣線更透過粉絲專頁，將諸多報導、社論網址彙整在一篇臉書貼文之中，希望藉由備受矚目的王光祿案促發更多的討論，讓社會認識原住民族的處境。該篇貼文開頭便提到：

【討論之必要】 小編最近看到很多很好的討論，希望大家一起來討論獵槍/狩獵議題裡相同或相異的層面，彼此也可以試著摸索出一個可能很艱難、卻能繼續往前走的方向。歡迎大家隨時留言提示還沒放上去的文章，小編會視情況補充上去。謝謝大家。**【政黨／候選人／團體聲明】** ... **【文章／評論／圖文】** ...。

（原住民族青年陣線，2015 年 12 月 9 日）

由上述例子可以發現，為了彌補主流媒體報導的不完整，關心原民議題的媒體必須一再透過自身掌握的平台討論當代原民狩獵文化面臨的處境、與社會對話。這樣的情況不只發生在王案或是原民狩獵議題，長期以來，原住民族在主流媒體的報導中常是被詮釋、扭曲、拼湊社群形象的他者，必須透過不同手段與發聲管

道在夾縫中找尋機會詮釋議題。即便長年以來，不時有研究指出主流媒體已逐漸正視原民文化（王嵩音，1998；黃驛淵，2008），但是不論這些報導、節目所呈現的族群特質是正面或負面，仍有簡化、本質化原民形象的情形（蕭蘋、黃淑鈴，2010）。2015 年上映的國片《鐵獅玉玲瓏 2》、2016 年的年節賀歲片《大尾鱸鰻 2》、2017 年籌拍的原住民青春歌舞片《爸爸媽媽靠邊站》等片，皆因挪揄原住民族的情節、拼貼族服元素及錯置文化背景而引發極大爭議。然而，《大尾鱸鰻 2》導演一句「懂得笑，就不會恨了」回應社會質疑，道盡當代的台灣原住民族不論在制度、文化、媒體再現等社會面向上仍遭受壓抑、不受重視的處境（楊景婷，2015 年 1 月 23 日；自由時報，2016 年 2 月 13 日；常似虎，2017 年 4 月 11 日）。

前述以原住民主題為討論內容的媒體，在過往的學術研究中多以「族群媒體（ethnic media）」或「原民媒體（indigenous media）」進行討論，在此本文將以「原民族群媒體」統稱之。這類旨在服務特定族群，但是媒體的所有權未必由少數族群掌握的媒體，有的因應抗爭行動而浮現，例如過去便有美國、澳洲、蘭嶼達悟族等原住民族運用媒體傳遞訊息、進行動員的案例（郭良文，2015）。有的則是針對商業媒體忽略甚至歧視弱勢群體的聲音而提出的批判，進而佔據利基市場、吸引關心特定領域的閱聽人（Deuze, 2006；張錦華，2014）。以原住民族的情形來說，這類媒體彰顯產製者希望透過修正錯誤、刻板再現的族群形象，從原住民觀點與社會大眾進行對話的渴望（Dyson, 2010；Wortham, 2013）。

除了因應不同社會群體（social group）文化背景而生的媒體需求，隨著媒體科技發展、發聲門檻下降，蓬勃發展的媒體參與文化使得各國族群媒體數量逐漸成長（Deuze, 2006）。在台灣，人們的日常生活越來越仰賴社群網站，其中 Facebook 更成為台灣人最常使用的網路平台，不論使用率、網站停留時間皆高居網站使用排行的前三名（數位時代，2015）。Facebook 的個人帳戶、社團或粉絲專頁建立與設定操作容易，平台裡出現許多原民相關主題的粉絲專頁。這些粉絲專頁如此介紹自身定位：

來按個讚，分享個文，我們要一步一腳印，慢慢讓全世界都知道台灣原住民的美麗與深度！

（什麼，你也愛台灣原住民？！We Love Taiwanese Aborigines
（Mata • Taiwan，無日期）

一群原青和關心原住民族議題的青年組成，包含各大專院校的原住民、關心原住民議題的學生，讓我們聚集起來為原住民族發聲！

(原住民族青年陣線，無日期)

用直白的方式，講解推廣狩獵。破解狩獵流言，匡正不實誹謗。

(台灣狩獵研究會，無日期)

或許，我們曾經妥協默許。但現在，我們不再沉寂，即使是在吵雜人群中的一絲低語，我們，要找回自己的聲音。

(白浪部落客，無日期)

我們是由噶哈巫族(Kaxabu)巴宰族(Pazeh)拍瀑拉族(Papora)道卡斯族(Taokas)巴布薩族(Babuza)羅亞族(Lloa)阿里坤族(Arikun)等平埔族群青年所組成，透過這個平台讓平埔議題被社會關注。

(中部平埔族群青年聯盟，無日期)

這裡是部落對外的發聲管道 邀請同樣熱愛這塊土地、這片海洋、座山林的你們 與我們一起守護都蘭、護衛家鄉

(O niyaro no mita 都蘭，我們的家，無日期)

由上述列舉的成立主旨可以發現，有許多以台灣原民相關事務為討論主題的粉絲專頁，希望藉由其自身創立的平台搭建社會對話的橋樑，增進社會對於原住民族認識。相較於歐美地區許多族群媒體傾向服務移民族群內部，常常使用母國語言傳播、傳遞母國消息來協助族群的文化保存或是適應移居地社會 (aganis, Katz, & Ball-Rokeach, 2011)，這些在台灣自發成立的網路平台，對話對象還包含整體社會，呼應著台灣原住民族拓展發聲管道的企圖。

除了透過社群網站、自有網站書寫文章，這些小眾媒體也以各種靈活的方式進行資訊交流。例如，原住民族青年陣線經常透過社群媒體表達意見並且自製圖文簡介原民議題，往往成為主流媒體報導的題材或是引用來源。例如一篇簡述 2017 年總統蔡英文代表中華民國政府向原住民族道歉緣由的 7 張圖文，成為蘋果日報、中國時報、風傳媒等各家主流媒體最常引用來解釋總統道歉事件脈絡的素材。此外，原青陣也針對國家施政推出網站「蔡英文原住民族政策監督平台」，在網站中彙整、評估原住民族政策的執行進度，並設立評分機制廣邀社會大眾一同監督 (李秉芳，2017 年 8 月 3 日)。Mata • Taiwan 則是在社群媒體之外成立自有網站，並且與關鍵評論網、天下雜誌等其他網路媒體平台合作、刊登原民主題文章。除此，Mata • Taiwan 也會舉辦講座會談、部落旅行等線下活動以增加社

會大眾認識原民文化的機會。原住民族的聲音與相關討論，奠基在這些長期耕耘原民議題的媒體基礎上持續發酵，與主流媒體相互補充。

基於自身對於原民議題的關注，我時常參加相關主題的講座活動、聲援線下的抗爭行動，也在 Facebook 上追蹤許多相關主題的粉絲專頁、網站，而這些媒體確實都成為我認識原住民族議題、向他人解釋議題時十分重要的資訊來源。於我而言，主流媒體或許能提供原民議題、相關事件的最新消息，但是原族群媒體提供的，往往是更為深層的原住民觀點、事件脈絡爬梳，或是長期以來就被主流媒體忽視的議題。原住民族約佔台灣人口的 2%，其所關心的議題常常被主流社會忽視、誤解甚至反對。我不禁好奇，這些在網路空間中遊走的族群媒體，如何在日常的經營中策略性地攫取閱聽眾關注、喚起社會大眾對原民議題的關注與認識？

第二節 研究背景

一、族群媒體—拆解與對話

在台灣，原族群媒體的發展與原住民族運動密不可分。1980 年代《高山青》發刊，既有文獻普遍視其為台灣原運以及原民傳播的濫觴（謝世忠，1987；林福岳，2010）。隨著族群問題漸受重視、政府逐漸下放媒體資源，全台各地出現各種形式的原族群媒體，從邊緣發聲。台邦·撒沙勒於 1989 年發行《原報》鼓吹原運人士回到部落尋找原運力量的根源；孫大川在 1993 年創辦《山海文化》打造原民文學發展的園地；台灣目前唯一以原住民為主題的電視台—原住民族電視台，2005 年正式開播。在街頭抗爭之外，各種類型的行動不斷加入建構、推動原運理念的行列，嘗試透過輿論爭取原民社會本身以及主流社會的認同與理解（黃鈴華，2005；夷將·拔路兒，2008）。原族群媒體除了提供族群自身關切的資訊，更扮演少數族群之間，以及多數族群、少數族群之間的溝通橋樑。

過往許多學者指出，這類媒體具有與主流媒體抗衡、建構原住民的「反（抗）論述（counter discourse）」的意義（謝偉姝，1998；孔文吉，2000；林福岳，2010；張錦華，2014）。反論述意指反抗霸權的論述，除了批判與解構主流媒介傳達的霸權論述及宰制關係，同時也對內批判原民社會的權力階層。反論述體現於媒體實踐過程的各個層面，例如文章論述、組織對於原民新聞的編輯政策等等。

不過，原族群媒體具有訴求社會改變的色彩，看似與主流媒體各自佔據宰

制與對抗的角色，實際上並非如此截然二分。每當我瀏覽、閱讀這些關心原民議題的粉絲專頁時，時常看到主流媒體報導、社論投書等不同資訊來源的轉貼貼文。這些主流媒體報導，有時被引用來鞭策、指出當中的報導錯誤，有時又成為證成自身論點的論述資源。除此，這些粉絲專頁的文章也時常成為主流媒體的報導題材。在這種與主流媒體既合作又相互制衡的動態關係中，原族群媒體並非總是採取對抗、戰鬥的立場，而是透過產製者自身的認知產製文本、提出了另一種認識世界的論述方式，與主流媒體共同建構文化多元的媒介環境（林福岳，2010；Hafsteinnsson, 2013）。族群媒體不見得總是抵抗霸權，而是建造了自外於國家體制，奠基於文化、認同、自願性的市民社會（Brantner & Herczeg, 2013; Budarick & Han, 2015; Cunningham, 2001）。

隨著網際網路的科技革命以及交通、溝通工具快速發展，更使人、物、資訊的流通加速，全球新自由主義的浪潮逐漸改變各地既有的社會與文化（黃應貴，2016）。這也使族群媒體隨著人、物、資訊的流通加速，指涉的定義與功能也更加複雜，並且與社區媒體（community media）、公民媒體（citizen media）等定義多所重疊（李美華，2016）。除此，也有學者結合另類媒體（alternative media）、戰術媒體（tactical media）等概念進行討論（Salazar, 2004；Shi, 2009；林福岳，2011；郭良文，2015）。Deuze（2006）認為，對於族群媒體的探討應將「族群」、「媒體」拆開來，並以較具流動、彈性的社會網絡（social network）的概念重新理解族群，回到媒體的實踐脈絡中觀察人們作為參與者如何進行表達。因此，研究者不能只依靠過去研究定義的形式或功能進行判定，而是必須將族群媒體重新放置於當前的社會脈絡，進一步理解族群媒體如何在各種政治、抵抗力量的相互競逐之中進行社會對話（Budarick & Han, 2015）。

綜覽台灣族群傳播的研究，多數基於傳播權、媒介多元化概念進行論著，討論範圍囊括原民台或客家台的媒體內容分析、組織運作管理、閱聽眾的認同構建等，並訴諸國家政策的介入來打造一個多元參與的媒介環境（陳楚治，2007；蔡珮，2012；林志翔，2013；李美華，2013 & 2016）。少數探討網路與原住民關係的研究，多鎖定特定網路平台，從中檢視族人使用情形是否符合傳播權利的不同面向。這些研究普遍著重特定平台之中是否能夠提高不同民族、不同個人的參與，從而反映原族群內部的多樣性。郭雅婷（2010）、洪貞玲（2013）分別以公民新聞的概念探討公視 PeoPo 公民新聞網以及原視 WATTA 平台¹中族人參與製作

¹ WATTA 平台為 2010 年台灣原住民族電視台為鼓勵部落公民近用、參與媒體所創設的公民新聞平台，但是在經營一年之後即關閉（洪貞玲，2013）。

新聞的情況；高志翔（2009）、曾馨慧（2011）則討論 2005 年成立的兩個原民部落格系統，關注部落格系統如何擴大各地族人的參與使用。這些研究在論述之中普遍著重族人的接近使用權以及媒體所有權，紛紛指出硬體設備與人力不足的數位落差問題，並且將問題訴諸國家建置完善的媒體制度，由上而下規範傳播環境，藉以提倡一個維護、善待文化多樣性的社會。

然而，原住民族傳播權利涉及的面向，不只是原民的接近使用、相關媒體制度的訂立，還包含了主流媒體以及族群媒體的傳播表現、促進社會認識原住民的文化及意見、維繫多樣性價值等權利價值規範（林福岳、陳楚治，2008）。再者，當原民台還在努力擺脫因仰賴政府資源招致的政治干預，仍在檢討經費、各族人力不足以顧及各個部落需求，網路滲透的媒介生態已漸趨分眾化、凝聚各自的閱聽人（媒體改造學社，2014 年 11 月 3 日；陳耀宗，2016 年 12 月 8 日）。由下而上討論原民議題的空間亦發多元，這些自發成立的族群媒體如何遊走其中、攫取社會大眾的關注值得進一步觀察。

二、族群媒體與網路時代的參與文化

隨著網路科技逐漸融入人們的日常生活，傳播資源不再由主流媒體機構獨攬，大眾媒體、個人、組織自行利用網路空間不同的媒介平台如部落格等社群媒體帳戶一同構成了更加多元、活絡的網絡公共領域（Benkler, 2006）。以台灣的情形觀之，許多族群媒體紛紛以 Facebook 粉絲專頁的形式出現，主題包含在地抗爭、社區營造或其他與原民相關議題如狩獵、轉型正義。越來越多關注原民議題的人透過獨立、合作、參與的媒體實踐方式凝聚非主流的聲音，希望被社會看見。

推廣社會運動理念的個人或組織，不再只是被動等待並接受主流媒體報導的框架來吸引社會關注，而是掌握並結合各種媒體管道發展出更細緻的媒體策略。這樣的演變，使得探討網際網路等媒體科技與原住民族之間關係的研究，已從過去視現代科技為強加主流文化價值、語言於邊緣族群的同化工具視角，轉向原住民向主流文化創造出來壓抑族群的各種社會類別「反噏（talk back）」回去的觀點（金斯伯格，2002／國立編譯館譯，2008；郭良文、林素甘，2010）。有論者認為 Facebook 等媒體科技提供原住民依照自己的方式再現自己、打造形象，並且透過平台中人際網絡的訊息傳遞吸引支持者、增強與其他社會群體的連結，具有協助原住民對抗主流文化霸權從而進行去殖民化運動的可能（Petray, 2011；Virtanen, 2015）。前述關心原民議題的媒體正運用 Facebook 等媒體科技，透過一篇篇文章與行動撐出原住民族的論述空間，以更加多元的形式喚起社會關注、推

進原住民社會運動的長遠發展。

不過網路空間並非能夠全然擺脫既有權力關係的烏托邦，原住民與媒體科技的辯證關係需進一步釐清行動所處的時空脈絡。2014 年一場討論原住民族電視台發展危機的座談會中，與會者肯定原民台在台灣耕耘族群議題的影響力，但也指出單一媒體無法全面貼合各地部落需求的侷限。他們紛紛提及網路媒介作為在地自主發聲管道的契機，但是其中一位部落工作者吳明季特別提到，「整個網路時代來臨，整個媒體自我發聲的限制、門檻下降了，部落應該要把握這個契機去發聲。但是不可否認的，會意識到這樣事情的人其實並不多，因為他畢竟需要某種文字、影像、思考的能力，才會真正有戰略性、策略性的運用這個工具。」(媒體改造學社，2014 年 11 月 3 日)。這段話提及的策略，或許可以從族群、媒體兩個面向談起。

以族群面向來說，族群媒體的內容取材若過度限定在少數族群關心的話題，容易使一般或是族群身分認同感不強的觀眾感到疏離 (Riggins, 1992)。此外，原住民族運動是原民面對外來統治者剝奪土地、文化的所提出的反抗，其與國家主權、其他族群之間的緊張關係亦容易引發爭執。例如原青陣在臉書粉絲專頁張貼聲明稿聲援王光祿案，貼文底下便有網友留言「要對白浪²發動攻擊嗎？」Mata · Taiwan 張貼原民傳統領域相關主題的文章時，亦有網友質疑「不要讓人覺得原住民就是"貪"，就是"番"?也不要說"原漢對立"，漢人也很慘啊！...沒有傳統領域就會滅族嗎？50 年算不算傳統？100 年？400 年 5 萬年？說不定哪一天台灣獼猴會說話了，說 5 萬年前台灣根本沒有人，還我獼猴的傳統領域啦！」臉書等網路平台雖然提供自主發聲、爭取社會認可的空間，卻也充斥分化社會、傷害族群關係的留言指控，嘗試進行對話所引發的衝突是許多運動訴求帶有挑戰國家主權意味、推動族群自決的組織在媒體經營時需要面對的 (Soriano, 2016)。

媒體面向也是族群媒體面臨的另一挑戰。早在網路科技問世之時，便有學者大量討論網路究竟能否成為被邊緣化的社會群體自由表達的烏托邦。當今台灣社會，每個人使用臉書按讚的粉絲專頁多達 200 個，好友臉書也近 200 位 (石子，2017 年 2 月 2 日)，要在商業、主流媒體不斷更新的資訊洪流中掙得閱聽人眼球關注更非易事。製作與散播自製的族群相關資訊時，產製者往往必須複製主流社會的敘事與行銷技巧，甚至結合更加多樣的呈現方式才能吸引不同族群的閱聽人 (Ramasubramanian, 2016)。由此，關於族群媒體的探討，研究者需要關注的不只是科技結構轉變使得公民參與、動員變得可能，仍需進一步理解這些運動者、

² 「白浪」是阿美、排灣等原住民族對漢人的稱呼。

媒體產製者如何策略性地運用媒體科技完成目標。

第三節 問題意識

過去研究台灣原民相關的族群媒體研究中，大多著重於如何由政策面打造一個保障原民權益的傳播環境、實現媒介多元化，或針對特定平台檢視各個民族、族人的參與情形（林志翔，2013；洪貞玲，2013；高志翔，2009；郭雅婷，2010；陳楚治，2007；曾馨慧，2011；蔡珮，2012）。以原住民族電視台來說，電視台資金龐大、資源集中，當今政策安排亦不利於實踐原住民族傳播權利，對於分散全台各地多族群、多部落的原住民來說，原住民觀點的呈現應該可以轉向更為草根、另類、多元的模式（林福岳，2011；張錦華，2014）。所謂更多元、草根的實踐方式，或許正體現於前述社群媒體中自發成立的原住民族群媒體實踐，在社區、另類、參與、合作性媒體興起的文化之中。

前述自發成立、以原民議題為主題的媒體，不見得是過去台灣原民傳播研究強調在地參與的社區媒體模式，也不同於原民台擁有強烈的機構特性，更多是由個人或團體發起小型媒介而呈現出更加多元的實踐模式、產生了過往研究甚少描繪卻難以忽視的能量。因此本文認為，研究者對於原住民族傳播權利的探討也應進一步討論接近使用、所有權以外的意涵，關注產製者如何在文化、經濟等各種條件限制下，透過「做媒體」的過程中展現能動性和自我意識的可能（Wortham, 2013）。這些討論都揭示了必須將族群媒體理解為一種實踐的過程，唯有深入這些實踐過程才能理解當代原住民族如何在受到長期殖民的社會現實中尋覓可行的抗爭空間和互動場域，與主流社會辯證、互動（林福岳，2009）。

承前所述，新媒體科技發展帶來日益蓬勃發展的媒體參與文化，Deuze(2006)認為對於族群媒體的探討應回到媒體實踐脈絡中，觀察人們如何進行表達，捕捉人們如何在媒體的產製與消費之中與他人建立連結、形塑認同。基於原住民族生活與媒體使用樣態的多元複雜，原住民族群媒體也將因不同情境、行動者的行動而展現出不同的彈性。研究者必須擺脫使用媒體即是賦權的思維，在這些既有的媒體實踐中更加細緻地探究族群媒體的產製者如何役使媒介科技來打造社群形象、協商認同，理解其實踐意圖與策略。

媒體作為一種社會實踐形式，原住民族群媒體可以看作是原住民族運動訴求社會改變的一部份。本研究企圖探究這些由社群媒體興起的原住民族群媒體，在商業、主流媒體的競爭下，媒體產製者如何在日常經營中運用不同的媒體工具攫取大眾

關注，試圖打開社會對話的交流空間？本研究欲深入當代原民族群媒體的實踐過程，進一步分析其中的模式。然而，指出實踐模式，並非旨在提供一套媒體運作的指導守則，而是透過原民族群媒體在當前時空脈絡下行動的刻劃，提供未來原民族群媒體經營的經驗參考，思考媒體實踐的更多可能與想像。



第二章 文獻回顧

本研究旨在探究原民族群媒體的產製者如何在商業、主流媒體的競爭之中，運用媒體科技展開社會溝通行動。因此，本文將在第一節說明台灣原住民族面臨的社會處境。第二節將進行原民族群媒體的意義探討，了解產製者役使媒體科技、爭取社會關注的意涵。第三節則爬梳台灣原民族群媒體的發展歷史，定位當代原民族群媒體樣貌。

第一節 台灣原住民族的當代處境

一、台灣原住民族運動

台灣是一個移民社會，長期以來有不同族群陸續遷入、共同生活，當中包含原住民、閩南、客家、外省，以及近年來人口數逐漸攀升的外籍配偶與外籍移工。族群是指一群因為擁有共同來源，或是共同的祖先、文化、語言，而自認為、或者被其他人認為，構成一個獨特社群的一群人（王甫昌，2003）。不同的族群所面臨的社會處境皆不相同，在聯合國第 169 號公約中，原住民族是殖民者從其他地方來到之前，就已居住在自己的土地上、擁有獨特語言文化與族群認同的人們。然而，新來的殖民者透過征服、殖民或其他手段佔有統治地位，這群人成為被支配的族群。

多數現代國家的政治統治過程中，掌握優勢權力的民族往往以不分文化、種族、性別的方式來整頓境內所有民族，從另一角度觀之，正是種種透過軍事以及行政力量侵蝕原住民族固有語言文化、生活領域的壓迫與同化政策。日據時期，政府不僅透過皇民化運動促使原住民對日本社會心生效忠，更強迫居住在高山地區的原住民族集團移住到平地區域，逐漸把持山地的林產與土地。中華民國在執政初期頒行《促進山地行政建設大綱》，揭示「山地平地化」³政策目標，以提高山胞文化水準、經濟、健康、偏遠貧瘠村落分期移住為施政原則。其後的《山地施政要點》更揭示了一種以平等之名、行文化同化之實的目標：「針對現實，本平等原則，增進山胞智能，扶持山胞之進步。必能享受一切平等原則，以達全民自由之鵠的」（林彥鴻，2010，頁 51）。企圖改善原民生活環境的施政方向，一方面強力操控媒體與教育系統，將漢人塑造為施恩者、保護者與拯救者的正面形

³ 此為山地平地化政策的一部份。1953 年台灣省政府通過「台灣省促進山地行政建設計畫大綱」，明示山地平地化政策總目標，目的在讓山地特殊行政提早結束，回歸平地化（林萬億，2006）。

象，另一方面逕行劃分行政區域，逐漸分化原住民原來的自治單位，將部分的原住民土地收歸國有（以撒克，阿復，2016）。1960 至 1980 年代，國內各項重大工程啟動、台灣社會快速的邁向都市化，強大的經濟拉力促使青壯年紛紛來到都市，許多部落的人口結構逐漸空洞。

台灣不同時期的殖民政策以及經濟發展趨力，總是一再迫使原住民與原有部落分離，甚至造成族群內部的分化。政治哲學家 Young (1990/陳雅馨譯, 2017) 認為，同化政策預設了一種中立、沒有社會群體差異的普世人性理想，而這種理想對於不同社會群體的語言、生活風格、價值等文化差異上的盲目，往往讓經驗、文化不同於優勢族群的社會群體處於不利地位。人口結構上居於少數的原住民族，便是在歷來殖民政權的文化強勢下遭遇制度與機會的不公，族群的語言、文化、認同逐漸模糊，成為社會邊緣（周維萱，2004）⁴。

原住民族運動的能量在族群遭遇的剝削與壓迫下逐漸累積，在本土化運動追尋台灣歷史文化及主體意識的社會氛圍，以及 1980 年代較為開放的政治環境中展現民族反撲的力量（黃國超，2015）。既有研究皆指出，台灣原住民族運動（以下簡稱原運）始於 1983 年《高山青》雜誌創刊，以三位台灣大學原住民學生—伊凡·諾幹（林文正）、巴萬·尤命（楊志航）、夷將·拔路兒（劉文雄）為主要號召者（謝世忠，1987；夷將·拔路兒，2008）。除了校園之間逐漸壯大的原運聲勢，1984 年黨外編輯作家聯誼會成立「少數民族委員會」（以下簡稱少委會）。主要成員有胡德夫、童春慶、莫那能等人，藉由發表文章、舉辦講座讓社會大眾以及黨外媒體開始注意原住民的聲音。同年，部分成員與《高山青》成員、基督長老教會部分原民牧者等組成「原住民族權利促進會」（簡稱原權會），成為早期主導原運發展的運動團體。原權會結合關心原民權益的原住民與非原民，在提倡山地同胞自救、自決的口號下，展開一連串的抗爭。

原運要求政府正視台灣為一個多族群國家的事實，並且在尊重原住民族自我認定的基礎上，全面提升原住民族集體政治、經濟、社會、文化地位，進而實現原住民族自治的目標。原運一方面以公民的身份抗議政府山地政策，要求社會平等、正義與生存的保障，另一方面訴諸身分認同、反對中華文化同化（林淑雅，2000；黃國超，2015）。從社會運動理論的角度觀之，原運同時主張文化認同與政治權利的特質，兼具了傳統社會運動強調資源分配不均、經濟剝削問題，以及新社會運動著重價值與意義建構、對國家與市場力量進行文化性反抗的特性（阮

⁴截至 2017 年 7 月，中華民國政府認定的原住民族約有 55 萬人，僅占台灣總人口的 2%（內政部戶政司，2017）。

俊達，2015a；Ginsburg, 1997）。

依據上述定義，原運涵蓋的議題範圍其實十分廣泛。黃鈴華（2005）整理立法院簡報、《山海文化》與《獵人文化》雜誌內容以及原權會資料，指出 1984 年至 2001 年間原運發動的街頭行動就有 286 次，包含了政治、經濟、環境、社會、文化、教育、司法、外交、醫療、媒體等議題面向。以政治和司法議題面向來說，民族權入憲、增加原民民意代表人數、編制原住民專業法庭以保障原民權益的行動所在多有。經濟、環境議題面向往往與部落土地遭到公家單位及私人財團侵占有關。不論是國家公園、水庫、核廢料廠的設置，或是財團進行大規模事業經營如水泥專業區等，壓迫原鄉族人生存環境以及經濟發展空間的情形一再引發抗議。社會議題面向則有聲援山地雛妓、湯英伸事件、東埔挖墳事件等行動。族群文化的存續也是原運關心的議題，像是原民姓氏恢復、平埔族群復名、民族語言重建、反原民文化商業觀光化、文化遺址保護、民族文化教育等。除此，這段期間也出現抗議電視台節目醜化原住民形象等以媒體為訴求的行動。

原住民族運動涵蓋的議題雖然廣泛，基本上可以根據謝世忠（1987）的分類，劃為兩條路線：泛原住民族運動、部落主義，而這兩條路線持續形塑原運法制化與草根化這兩個相互影響的發展方向。泛原住民族運動要求國家在制度面承認社群集體權力的正當性、推動原住民族權利法制化，也就是以法律訂定的方式保障族群權益。早期的泛原運路線由原權會主導，1985 年至 1997 年共發動了三次還我土地運動、四次推動正名權、土地權、自治權入憲的憲法運動，以及要求中央部會設立原住民專責機構等訴求。隨著不同階段的訴求發展，原運逐漸為台灣社會所關注，並在 1994 年成功推動「原住民」一詞入憲、1996 年原住民族委員會成立。

在這段期間，原權會除了發動街頭抗爭也積極投入選舉試圖影響政黨政治，不過此一作法卻使原運陷入分化，原運「部落主義」路線的呼聲出現。原權會組織內部的相互猜忌始於核心幹部涉入 1989 年情治單位試圖收買原民青年的導正專案，相關衝突更延燒到同年立委選舉以及 1995 年競爭立委席位等事件（阮俊達，2015a）。1992 年，同為原運參與者的台邦·撒沙勒在其創辦的《原報》中批評，原權會主導的原運「缺乏與部落土讓的連結，以致成為台灣民主運動的邊陲、附庸」（台邦·撒沙勒，2004，頁 4）。因此，他主張部落主義路線，呼籲族人回歸原鄉尋找運動力量的根源、重建部落體系與人文傳統。此一草根化的呼籲

伴隨政府推動社區營造政策的資源挹注，帶動了原民各族的民族主義⁵以及部落文化復振風潮，也讓原運草根動員的條件逐漸成形（趙中麒，2003）。

然而，即便運動內部的路線分流，各路線以族群本位向國家爭取權益時皆面臨重重關卡。《原住民族基本法》（後稱原基法）雖然在原民立委的多年努力下於2005年通過，但其歷經諸多行政機關反彈的立法過程，已經可以預見日後法條落實上所遭遇的困難。原運參與者阮俊達（2015a）指出，《原基法》條文牽涉的具體資源如山林、礦產、土地、衛生、教育、戶政等皆掌握在原民會以外的行政單位手中，加上行政部會普遍缺乏原民權利內涵與相關議題的認識，不僅導致原民會權力被架空、《原基法》配套法規不斷延宕通過實施，與該法抵觸的法條也難獲得修正⁶。《原基法》未獲落實的影響也反映在近年來部落持續遭遇的土地糾紛。中央部會、地方政府、司法機關在行政裁量之間經常排除《原基法》的適用，導致近年體制外抗爭持續升高，屢屢要求政府「依法（原基法）行政」。過去雖有溪州部落反迫遷、梅峰農場土地爭議、蘭嶼反核廢料抗爭等成功取得政府回應的抗爭案例，但是後續的體制內協商往往陷入冗長的行政細節，最後規劃出不符族人需求的國宅、以回饋金換取核廢料繼續安置島上等持續漠視原民權利的情形。不論何種路線，似乎都面臨權利法制化的困境。

除了體制內遭遇的法制化困境，原運也面臨市民社會中不同差異身分之間理解、承認與調和的內在矛盾。1993年第三次還我土地運動期間，南投、屏東、宜蘭、桃園等五個縣山地鄉的一千多名漢人相繼組織「平地居民權益促進會」，主張修改法令以使原住民保留地全數開放自由買賣，力阻運動發展（顧玉珍、張毓芬，1999）。1999年南山、四季等部落抗議原民土地被劃入馬告國家公園範圍，也引發原民與保育團體之間的緊張關係（林益仁，2006）。《原基法》通過十年後的今日，不論是本文第一章提及的王光祿案、2016年野保團體抗議法條開放原民以非營利自用為目的之狩獵行為（周富美，2016年4月19日），還是2017年社會對於原運團體主張傳統領域劃設應當劃入私有地的普遍誤解（Mata · Taiwan，2017年2月18日），原運依然面臨不同團體個人之間的利益與價值衝突。

⁵本文使用的「民族」一詞，採用趙中麒（2003）對於原住民族生成的論證，意指得以歸類為「原住民族」此一集體代稱下的各個實體民族。

⁶《原住民族基本法》第34條規定：「主管機關應於本法施行後三年內，依本法之原則修正、制定或廢止相關法令。」其中，須根據原基法規定制定或修正的法令總共八十七項，經過十年尚未完成的仍有十三項（李欣芳，2016年11月26日）。其中，需要制定的相關法規包含原住民族認定法、原住民族自治法、傳統生物多樣性知識保護條例、土地調查及處理委員會組織條例，以及原住民土地及海域法。需要各行政部會檢討修正的法律以及法規命令有野生動物保育法、森林法、礦物法、土石採取法及水利法等等（Tanivu、島秀，2015年2月5日；原住民族委員會，2017年4月25日）。

原運不僅牽涉的議題面向廣泛，在體制內、外面臨的困境更持續呼應 Young 的論證，折射出整體社會邊緣化原住民族的結構性問題。Young (1990/陳雅馨譯, 2017) 認為被邊緣化的社會群體，其所面臨的壓迫往往不是暴政強權或優勢群體有意為之，而是在日常生活的正常過程中被系統性地生產出來，例如人際互動、媒體與文化刻板印象、政府施政以及市場機制等等。在 Young 的觀點裡，所有的文化歧視都帶來經濟和政治上的壓迫，而經濟和政治上的壓迫亦得助於文化歧視。反觀台灣，近年來原住民族在健康、經濟、教育⁷等面向上仍與非原住民之間存在落差，社會、媒體對於原住民族的刻板印象與歧視也依然沒有消失。

Young 主張，民主社會的正義必須先正視不同社會群體在語言、生活風格、身體舉止、價值觀及對社會看法上的文化差異，才能解除加諸其上的社會、經濟支配與壓迫。究其邏輯，歌頌群體之間的差異並非差異政治的終極目標，而是藉由承認被邊緣化社會群體文化的正面意義，使其得以對抗更大的社會與經濟的不平等和壓迫（陳嘉銘，2017；何明修，2005）。阮俊達（2015b）也抱持類似的觀點，他指出 1980 年以來原民與客家為主的族群運動雖然在政策面取得部分成果，但是這些政策的思維預設了族群議題是少數族群自己的議題。這樣的思維不僅造成前述原運面臨的困境，更忽略了族群運動還有回應以及參與台灣民主轉型的意義。他以「族群主流化」的概念主張，族群關係的修復與和解，除了要求所有行政部會理解原住民族的受難歷史、擁有基本的族群文化敏銳度，也需要每個族群的共同參與。也就是說，唯有整個台灣社會體認到族群議題的重要性，才有可能改善不對等的權力關係。

面對族群持續被邊緣化的困境，我們仍可看見原運參與者在政治資源不足、族群多元且人口分布發散的情形下不斷採取行動來推進原運發展。在 Habermas (1989/曹衛東譯, 2002) 討論法律與法律制度的辯證關係中，法律論述的形成需要經歷一段長時間的公共論述過程。體制外的知識份子以及關心問題的公眾例如社運組織，往往就是在公共論述的累積過程中扮演察覺、辨認社會問題並且放大議題聲勢的角色。過去三十年來，原運在街頭抗爭之外不斷地累積相關的論述與結盟資源，包含了研討會、座談會、媒體刊物、學術出版品等輿論形式，共同推動與建構原運的理念（黃鈴華，2005）。為了形成更為廣泛的力量，原運參與者除了進行族群內部世代合作、凝聚族群內部團結，也與非原住民族組織合作、

⁷根據原民會（2013、2014a、2014b）數據，2013 年全國人口平均餘命為 80 歲、男性 76.9 歲、女性 75.9 歲，原住民族分別少 8.8 歲、10.2 歲、7.4 歲；經濟生活方面，2014 年原民家庭的年收入僅達全國家庭平均狀況的 0.61 倍；教育方面，2014 年原漢學生之間在教育成就、在學率、失學綠、大學分發錄取率的教育指標中存在明顯差距。

爭取社會大眾的理解與支持 (Petray, 2011; 張鴻邦, 2013; 阮俊達, 2015a)。早期的少數民族委員會以及原權會便是結合擁有共同理念原住民和非原住民而組成的策略聯盟。除此, 原運涉及的議題領域也可能與其他社會運動重疊而形成合作關係, 像是原權會與黨外勢力形成政治聯盟關係, 或是蘭嶼當地發起的反核廢料抗爭為了增加議題能見度, 主動與學者以及綠色和平組織合作、共同訴求非核家園的理念 (劉嘉偉, 2013)。

透過歷史脈絡的爬梳, 我們看見訴諸族群文化、政治權利自主的台灣原住民族運動, 在深化草根力量、凝聚內部自覺的同時面臨不得不與國家體制以及市民社會中不同利益、價值交涉的處境。由此, 原運訴求的正義與轉型, 仍需不斷地與社會結構中廣泛存在的族群歧視進行長期討論、對話與鬥爭。這個公共論述的累積過程, 我們似乎可以從原運參與者在不同時空條件下試圖透過媒體展開社會對話、討論原民議題以形成批判公共權力的過程中看見。接下來, 本文將針對媒體在原運中扮演的角色進行探討。

二、原住民族運動中的媒體角色

原運提倡的各項議題中, 媒體訴求不是街頭運動最主要的訴求⁸ (張鴻邦, 2013), 但是本文認為, 原運推動的過程中, 媒體一直扮演十分重要的角色。原運發起之初, 原民知識青年便是透過黨外雜誌或是自辦平面媒體來發表運動論述, 藉以在主流媒體未能看重原民議題的情況下召喚原民社會本身的族群意識、爭取社會大眾的認同與理解 (夷將·拔路兒, 2008)。過去三十年來, 原運在街頭抗爭之外更持續累積相關論述與結盟資源, 包含了研討會、座談會、媒體刊物、學術出版品等輿論形式, 推動與建構原運的理念。1990年代電子攝影技術、網際網路開始快速發展, 我們更可以看見原民以各種媒介形式進行文化性的反抗, 如拍攝紀錄片、創辦報紙、經營網站等。

陳雅惠 (2002) 探討媒介與社會運動的關聯, 他指出社會運動的重要性在於針對當代社會提出一套新的認識世界的論述方式, 而策動者往往是透過語言、符碼來解構霸權意識、建構新的意義。以建構社會運動意義的角度來說, 媒體不僅僅是社運團體乘載訊息的工具, 也是不同的行動者參與符號競逐、建構意義的場域。反觀原運關注利益再分配以及文化定義鬥爭的特性, 媒介也一直是原住民族

⁸ 張鴻邦引述黃鈴華 (2005) 統計, 指出 1984 年至 2001 年原運的街頭抗爭事件中, 以媒體為倡議訴求的街頭抗爭僅有兩次, 分別為原權會、玉山神學院各自發起, 到台視抗議節目醜化原民形象的事件。

在追求文化、政治權利自主的過程中，不斷進行符號競逐、解釋議題的場域。原民創建、經營媒體的意義在於，反轉過去受到殖民統治者以媒體進行社會操控、被主流媒體再現為他者的局勢，自主形構族群的文化象徵與認同(林福岳, 2017)。隨著台灣政治環境逐步解禁、原運興起以及廣電媒體改革運動的歷史過程，媒體環境無法滿足原民需求的情形也逐漸為傳播學界所重視(張鴻邦, 2010)，原住民族的傳播權利遂成為原民人權討論的一部份(張錦華, 2014)。

不過原住民族在殖民政權底下所展開的抵抗行動，往往必須面對既存結構中不對等的族群權力關係，無法與所處的社會脈絡脫鉤。Husband (1998) 觀察第二次世界大戰後歐洲各國持續有不同族群移入的情形，認為一個國家中社會群體之間的文化差異既是社會事實也是需要正視的政治議題。他提出「多族群公共領域(multi-ethnic public sphere)」的理論模型便是以 Young「差異公民(differentiated citizenship)」的概念作為立論基礎，主張民主社會應讓不同社會團體及個人能夠平等參與政治，並在尊重各方文化差異的情況下團結共存。也就是說，民主社會在主張對所有人一視同仁的普遍性權利體系之外，也應尊重少數族群如原住民、新移民的專屬權利(group-differentiated rights)，像是在重要政治程序中參與和發言的特別代表權(special representative rights)、自治權(self-government rights)，或表達文化特殊性的多元族群權利(polyethnic rights)。Husband 也指出媒體在市民社會中扮演形塑討論、告知訊息的重要角色，是少數族群表達族群專屬權利、促進市民社會不同族群相互理解的重要形式。因此在提倡文化差異與維持整體社會連帶關係(social solidarity)的理論關懷下，他認為一個平衡、提倡跨族群對話的多族群公共領域需要由「傳播權(the right to communicate)」、「被理解權(the right to be understood)」兩項原則加以維繫。

「傳播權」是基於保障言論自由以及不受歧視地接收各種資訊所提出的權利價值，因此，除了保障原住民族的言論自由不被任意干涉，也提倡建立一個反映族群多樣性的媒體系統。這一方面是確保少數族群接近、使用或創建媒體以接收資訊與自主發聲的權利，另一方面也要求各個媒體應正確呈現族群形象。不過 Husband 認為純粹提倡個人與團體的言論自由不盡然符合差異公民的概念，因為傳播權的根本意義在於透過自由平等、免於歧視的媒體使用來促進市民社會不同族群之間的對話與相互理解，進而推進文化多樣性的價值。也就是說，傳播權與族群集體的自決、文化復振以及各項社會經濟權益的爭取密不可分，更具有社會文化權的特質(張錦華, 2014)。因此，Husband 特別提出「被理解權」，強調維護少數族群自我表達權利的同時，整個社會也必須認識、尊重文化多樣性的價值。

他認為，少數族群專屬的權利也需要其他族群的理解和對話協商，否則將陷入各個族群自我本位的一言堂。台灣國內有關原住民傳播權利的探討雖各有說法，卻也與 Husband 的方向論述大致上相符，只是以傳播權一詞概括之。林福岳與陳楚治（2008）綜合多項國際原民權利相關的宣言、公約所歸納出的原民傳播權利意涵，也是在媒體制度與媒體表現是否反映原民多樣性之外，談論到藉由傳播促進社會認識原民的文化與意見、提升族群文化交流與合作關係面向。為了強調傳播權利背後涉及的社會文化發展意涵，本研究統一以被理解權來指稱。

一個實踐傳播權與被理解權的多族群公共領域，理想狀態是建立少數族群能夠自我表達的媒體環境，以及讓多樣化的聲音影響政治、社會態度以及主流社會運作的一個空間（Budarick & Han, 2015）。Husband 在 2005 年與 Downing 的共同著作中提及政府維繫多族群公共領域的責任，指出政府應透過不同的政策機制維繫少數族群的傳播權益，例如提供補助或規範商業媒體、以公共廣電媒體提供族群相關內容，或是提出相關教育與人才訓練計畫等。也就是說，不論是營利、非營利性質的族群媒體或大眾媒體，他們認為政府的角色應是協助不同類型的媒體提供族群相關的內容。值得注意的是，即便強調政府責任，他們皆認為傳播權和被理解權的意義不只是國家以法律由上而下規範權利範疇，更重要的是由個人或是社群自主開展的溝通行動所彰顯（Husband, 1998; Downing & Husband, 2005）。也就是說，傳播權、被理解權的權利意涵十分仰賴行動者的詮釋與實踐，例如少數族群的個人或團體自發成立的族群媒體。學者 Yu（2017）也指出，被理解權雖然要求多數族群有理解、尊重少數族群的義務，另一方面也仰賴族群媒體產製者積極打造媒體的可接近性（accessibility），也就是讓閱聽眾更容易接近使用、接收資訊的特性才有可能促成。

透過 Husband 的立論，我們了解提倡族群議題討論背後反映的價值規範，以及媒體扮演的角色。從傳播權的角度來說，由民間自發成立的族群媒體及其自主開展的溝通行動有著重要的理論意涵，但是過往文獻對於族群媒體定義與功能的看法卻有非常不同的討論。Husband（1998）認為族群媒體是以特定族群為閱聽對象、關注族群內部關心議題的媒體，較容易符合傳播權的要求，在被理解權的面向則相對困難。然而，族群媒體的產製內容專注於族群議題，有越來越多的研究者如 Bailey 與 Harindranath（2006）、Budarick（2016）、Couldry 與 Dreher（2007）、Yu（2017）等人，皆指出其中跨越族群邊界進行對話的政治功能，視之為連結不同族群、促進彼此理解的橋接系統（bridging system）。回顧台灣原民傳播研究，論調多側重於傳播權面向，例如原民應當近用、創建媒體等，並且強調國家應制

訂相關政策維繫原民傳播權益的角色（張鴻邦，2010；郭雅婷，2010；林福岳，2011）。然而，研究者也應從被理解權出發，進一步刻劃族群媒體產製者所處的時空背景，以及行動的社會文化發展意涵。本文認為，即便族群媒體在少數族群傳播權、被理解權扮演的角色論者有各自定義，研究者仍需透過具體的經驗才能理解台灣族群媒體的實際樣貌。

第二節 族群媒體的傳播實踐

本文在前一節進行原運的歷史脈絡爬梳以及 Husband 多族群公共領域的理論鋪陳，目的是將許多看似微觀的溝通行動放置在一個更廣大的權利概念框架之中進行觀察，並指出族群媒體在原住民族運動中可能扮演的角色。接下來，本節將探討族群媒體的定義，並進一步以「介行動」概念描述族群媒體的溝通行動與傳播權、被理解權之間的關聯。

一、族群媒體定義

如同本文在第一節提及幾位學者對族群媒體有各自的看法，族群媒體（ethnic media）在既有研究中的定義確實紛雜多樣。廣義來說，族群媒體指涉的是服務社會中單一或多個族群的媒體，並未特別指涉地理區域、媒體規模或是所有權的歸屬（Riggins, 1992; Johnson, 2010; Brantner & Herczeg, 2013）。族群（ethnicity group），指涉的是一群因為擁有共同來源，或是共同的祖先、文化或語言而自認為、或被其他人認為構成一個獨特社群的一群人（王甫昌，2003）。族群的認定揉雜了地理區域、語言、文化特性等多重的主客觀分類標準，有的族群媒體研究以群體的類同關係（affinity group）進行劃分，如非裔報紙或西班牙語廣播，或是以地理位置社群（geographic communities）作為界定範圍（Johnson, 2010）。族群媒體一詞，也因此衍生出少數族群媒體（minority media）、移民媒體（immigrant media）、社區媒體（community media）、離散媒體（diaspora media）、原民媒體（indigenous media）等概念。早期研究族群媒體的學者 Riggins（1992）便指出，媒體在族群的形塑過程扮演定義、維護或減弱族群認同的重要角色，而族群媒體的存在，更反映了社會中互異甚至衝突的認同以及對社會的期待。由此，族群媒體會隨其所座落的時空背景以及產製者的目的而發展出極為多元的樣貌，並且可以透過政治操作一再地宣稱及發揮影響力。

早期的族群傳播研究普遍關注媒體帶來族群同化還是文化多元的影響。Viswanath & Arora（2000）指出，族群媒體在少數族群社區中扮演了傳遞文化、

推動社區參與、監測環境、融入主流、提供資訊的功能。也就是說，族群媒體一方面提供資訊協助少數族群適應主流社會，另一方面維持族群認同，同時具有同化或與其固有文化保持連結的雙重功能（Riggins, 1992; Subervi-velez, 1986）。同化與抵抗同化的兩股力量看似衝突卻共存於同一個媒體之中，更反映出族群媒體既矛盾又充滿對抗特性的張力。

從同化面向來說，產製者的身分與產製的內容形式都有可能促使族群文化逐漸往主流社會靠攏。當族群媒體的工作者不具備少數族群的身分，產製出來的媒體內容可能會隱含主流意識形態、支配族群觀點（Riggins, 1992; Capsi & Elias, 2011）。在語言的使用上，族群媒體也可能因為採用主流社會的語言而間接導致各個族群的母語逐漸流失。族群的文化也可能因為傳播科技本身的侷限而無法完整再現與傳遞真實的樣貌，例如慶典儀式營造出來的氛圍或是精神文化層次（Riggins, 1992）。此外，當主流媒體已然制定出一套媒體產製的運作邏輯，少數族群在產製媒體時的往往會受其影響甚至被操弄（林福岳，2012）。因此，不論是否由少數族群掌握所有權，面對霸權文化所設定的技術門檻和不對等的競爭起點，族群媒體是否能夠或是應當在既有的主流媒體形式之外，製作出具有族群特色的節目內容，往往成為某種弔詭與挑戰。

從另一方面來說，族群媒體也可能因為在內容上明確地呈現反霸權的論述，或採用少數族群的語言而具有抵抗同化的功能。站在主流媒體的對立面、提出與主流媒體截然不同的反霸權論述，正是台灣原民傳播研究長期以來點出的原民媒體功能（謝偉姝，1998；孔文吉，2000；林福岳，2010；張錦華，2014）。反霸權論述在文獻中亦被稱為「反（抗）論述（counter discourse）」，意指向外批判與解構主流媒介傳達的霸權論述及宰制關係，以及對內批判原民社會的權力階層的論述。值得注意的是，反論述不只存在於媒體的文字內容，往往也體現在族群媒體的組織結構、產製流程之中。例如，族群媒體會按照族群內部需求建立一套有別於主流媒體處理議題的優先順序，像是著重呈現社區或族群活動，藉以喚起族群內部對社區事務的關心、加強社區參與等。當媒體產製者由族群運動的參與者組成，族群媒體基於為族群發聲的立場，亦會形成抵抗同化的能量。除了前述異於大眾媒體的特色，Riggins（1992）甚至認為族群媒體的存在本身，就具有抵抗同化的象徵意義。

族群媒體在前述研究的定義中普遍以少數族群為目標閱聽眾，並具有促使少數族群同化於主流社會或維繫文化獨特性的兩股力量牽制其中。這兩股力量，可能來自媒體產製者的族裔身分、媒體產製的運作邏輯等因素而有不同比例的影響

程度。隨著民主社會發展、族群問題漸受社會重視，族群媒體被期望能夠真正貼近少數族群的需求、維繫其固有文化。由少數族群主導族群媒體以產製符合族群需求的內容的看法漸受重視，也是當代原民傳播研究的普遍主張(林福岳, 2011)。然而隨著網際網路興起、媒體市場提供給閱聽眾的選擇增多，本文認為，傳播科技的變革將對既有的原民傳播研究主張形成挑戰。以下將從兩種視角進行討論。

(一) 從產製者的身分看原民媒體

除了少數論者將原民媒體定義為內容與原住民政經發展、社會習俗、文化教育等相關的議題書寫佔據篇幅多數的媒體(黃季平, 2010)，大部分研究提及的「原民媒體(indigenous media)」多專指原住民透過媒體產製如拍攝影片、經營媒體或參與國家公共電視台等，有意識地保存、再造文化以及行使公民權利的現象，並視為族群媒體的一種實踐方式(Johnson, 2010)。

台灣傳播研究對於原民媒體的關注自原運興起而逐漸增多，這些研究檢視大眾媒體中的原民形象以及原民的媒體參與情形，大多建議原住民族接近使用與擁有媒體，藉以取得發聲管道與主導權、扭轉過往主流媒體加諸於原住民族的負面形象(以撒克·阿復, 2014；孔文吉, 2002；林福岳, 2010；張錦華, 2014；陳楚治, 2007)。這類研究普遍立基於倫理價值以及權利原則進行討論，如多元文化主義、聯合國《世界人權宣言》論及的言論與媒體自由以及《原住民族權利宣言》提倡的原民傳播權利⁹，普遍將媒體的接近使用權以及所有權視為促進文化多樣性的手段與保證(陳楚治, 2007)。換言之，這些研究認為透過原住民自行參與媒體工作、掌握媒體所有權，就有機會翻轉族群在社會中被詮釋、被視為他者的情況。

但是，建立一個專屬於原民的媒體，在傳播權利的實踐上還可能遭遇複雜且根本的難題。誠如本文在第一節所述，原民傳播權利涉及的範圍不只是族人的接近使用權、創建媒體權，更包含促進族群間認識與維護文化多樣性等權利面向(張錦華, 2014)。魏鈞(2008；2015)反思，國內外原民傳播研究的論述邏輯大多先將原民媒體視為一個既有或是無需探討的必要建制，然後再分析此一建制的理念及實施結果。也就是說，這些研究普遍認為設立專屬於原民的媒體即符合原民的利益和需求。然而，原民專屬的媒體在何種意義與程度上促進傳播權利甚至集體權利，其實充斥複雜與矛盾的討論。究竟，原民具體的生活脈絡、傳播需求為

⁹ 聯合國《原住民族權利宣言》第 16 條規定：「原住民族有權以自己的語言建立自己的傳媒，有權不受歧視地使用各種形式的非原住民傳媒。各國應採取有效措施，確保國有傳媒恰當反映原住文化多樣性。各國應在言論充分自由不受影響的情況下，鼓勵私有傳媒充分反映原住文化多樣性。」

何？由原住民主導的傳播內容是否為展現族群主體意識和原民觀點的保證？什麼樣的觀點才是原住民觀點，而原住民觀點又如何藉由媒體活動傳達？這些都是探討原民媒體時，必須持續面對、反思的難題。

(二) 從產製者的意圖與策略看原民媒體

相較於前述研究從傳播環境的結構面進行反思、側重原民擁有與接近使用媒體的論調，Ginsburg (1997) 更關注原民媒體與原住民族運動的緊密關聯。1970年代美國、澳洲、加拿大等地區的原民開始掌握與役使媒體科技進行族群內部以及外部的溝通，藉以復振文化、形塑認同或是主張政治權利。她指出，原民媒體產製者透過媒體追求原民政治與文化的自主性、在多數族群主導的媒體地景中呈現另類觀點，是一種訴求社會變革的過程 (a process of transformative action)。因此，Ginsburg 將這些原民的媒體實踐視為「文化的社會運動 (cultural activism)」，並且關注其中的文化仲介 (mediation) 過程，也就是內容產製、傳布與接收的過程。Wortham (2013) 也把視角放在原住民族實際面臨的社會困境。他引用 Alia (2010) 的說法指出，原民媒體創造的不是一條專屬於原住民、只有原住民族能夠穿梭其中的道路，而是藉由媒體實踐，創造族群能夠在社會中自由穿梭、不受歧視對待的環境。

由此，原民媒體常常是為了政治與社會目的而推展文化知識的溝通行動，像是滿足原住民社會內部不同世代之間的資訊與溝通需求，或是經由不同文化間的了解克服偏見 (Ginsburg, 1991; Salazar, 2004; 林文玲, 2005; 陸正誼, 2004; 蔡珮, 2010)。Forde (1997) 觀察澳洲眾多另類媒體，便指出原民媒體報導主流媒體忽略的議題、提供更完整充分的新聞背景資訊、鼓勵讀者採取政治行動與討論的教育特性。對於擁有多族群的社會來說，原民媒體轉譯文化、展現原民的價值觀，更成為了解與處理族群議題的仲介者 (Ojo, 2006)。

值得注意的是，Ginsburg 將原民媒體視為原運的一種表現，關注的不只是產製者的族裔身分，而是產製者的意識與態度。特納 (2002/國立編譯館譯, 2008) 認為，原民媒體的產製過程同時是個人創造與社會競爭的過程，除了是身分認同的建構，也牽涉不同團體與個人的觀點與價值觀交會。他以卡雅波 (Kayapo) 人製作的影片為例，便指出這些再現所呈現出來的觀點、看法與目的都相當地複雜，有時甚至彼此衝突。此一觀察呼應了 Wortham 的觀點。Wortham (2013) 指出，原民媒體是產製者創造其對於社會的想像的實踐過程。因此，原民媒體的實踐樣態，可能與一般大型新聞媒體機構一樣在媒體創立者、管理者、員工等科層

結構上有明確的權責分配，也可能是具有強烈在地屬性的小型媒體，由特定社區部落或團體透過水平化的分工進行集體產製等。此一實踐過程蘊含的社會變革潛力，在於產製者在做媒體的過程中確立原住民族作為媒體故事的主要人物，重新定位族群文化、修補文化與政治權力之間的落差。

回頭審視族群媒體 (ethnic media) 近年來的相關討論，也越來著重產製者的意圖與策略。Brantner 與 Herczeg (2013) 觀察奧地利當地的族群媒體，認為族群媒體會依據媒體定位而在產製國家、所有者與記者的族裔身分、目標受眾、使用語言、媒體形式、資金結構等面向上有各式各樣的實踐可能。族群媒體基於讓多數族群認識少數族群文化的目的，便可能將目標觀眾囊括社會所有族群，Brantner 與 Herczeg 便以「跨文化族群媒體 (transcultural ethnic media)」指稱這類媒體。Yu (2017) 觀察美國的非裔、亞裔、拉丁裔、原民、中東裔、歐裔等族群相關的媒體便發現，隨著網路科技發展、媒體得以觸及的閱聽眾增加，這些媒體的閱聽眾服務範圍往往不限於自身族群。也就是說，族群媒體的實際運作已和過往研究定義逐漸產生差距。因此他認為，研究者應進一步了解當代族群媒體產製者的實踐意圖與策略。

透過上述討論，我們可以理解族群媒體與原民媒體會因為產製者的目的與媒體運作模式的差異而發展出更為多元的實踐方式。儘管過往研究者對於這兩種媒體的定義有各自的著重面向，他們共同關切的都是如何消弭族群之間權力關係不對等的特性。本文認為，過往國內族群傳播研究傾向由傳播環境的結構面檢視少數族群的發聲情形，因而特別關注產製者的族裔身分。然而，這樣的視角在媒體發聲門檻不斷下降的網路時代裡似乎需要進一步探究產製者的意圖與策略，才能完整捕捉原民媒體的發展樣貌。針對本研究關注的原民媒體產製者溝通行動，從原民媒體的社會運動特性以及產製者的意識與態度進行探討或能提供更為完整的理解視角。下一段落將探討網路資訊科技對於原運、原民媒體帶來的影響。

二、網路、原族群媒體與原住民族運動

由 Ginsburg 的角度觀之，原民媒體的興起除了與原住民族運動有關，也與日漸蓬勃發展的參與文化密不可分。Ginsburg 是較早開始關注原民媒體的學者，其論述背景便是座落於電影、電視、影片等影像媒體興起的 1970 年代。她發現當時低階攝影設備、有線電視以及人造衛星等科技的出現，原民開始擁有媒體設備、掌握過往主流媒體產業獨攬的影像製作能力，而當時的原民媒體也多以紀錄片或電視節目的形式出現。原民媒體的運作在上述階段所需的資金設備以及專業知識

能力仍然較高，但是隨著網路日漸普及、發聲門檻持續下降，越來越多行動者能夠透過媒體自主發聲、掌握詮釋權，而這樣的趨勢更使原民媒體發展出更加多元的實踐樣態。

參與文化，是一系列基於共享特定規範、身分認同和價值觀的實踐行為，不限於特定的網路平台或特定技術 (Jenkins, Ito, & Boyd, 2016 / 高芳芳譯, 2017)。這樣的參與文化，也反映在社會運動參與者在網路上進行的各項傳播活動。陳韻如 (2013) 觀察環境運動參與者的網路傳播活動，就包含了社運團體搭建的獨立網站、支持特定議題的媒體，以及專業或業餘的記者、公民等個人部落格與社交媒體帳戶。Forte (2006) 觀察加勒比海原住民的文化復興運動，發現網路上出現許多專門討論加勒比原民的網站是由原運團體或其他不具機構資源的原民個人獨立經營的。這些原民媒體隨著不同的經營目的而發揮不同功能，像是有原運團體僅將網路空間視為線下活動之外增加活動能見度或協助線下動員的工具，也有其他個人、組織直接以網路空間為根據地來推廣原運理念。隨著網路日益普及，許多以網站、社交媒體帳戶形式存在的原民媒體皆是以後者的模式運作。像是 2013 年 Luke Pearson 發起的 Twitter 帳戶「@indigenousX」，則邀請社運參與者、作家、學者、老師、學生、醫生等不同職業及生活背景的澳洲原民書寫生命故事與討論當代原民議題。Sweet、Person 與 Dudgeon (2013) 認為，即便這些網站、社交媒體帳戶的發起目的不是在做新聞，卻在某種程度上發揮了新聞提供資訊的特色並且吸引讀者，成為閱聽眾獲得原民相關資訊的管道。

當代原民媒體逐漸由不同媒體組織、社運團體或是個人掌握的現象，可以從 Deuze (2006) 的觀點加以解釋。Deuze 認為網際網路的發展使媒體產製與消費的界線消融，人們甚至能獨自成為一個媒體。在這樣的社會條件轉變下，族群媒體數量增多，並且不侷限於特定的運作形式，是一種個人基於認同，與社會網絡中的其他個人或是機構進行的連結與互動。從 Bennett 與 Segerberg (2012) 的觀點來看，網際網路帶來社會運動共同生產的行動機制，使社會運動出現集體性以及個人化的兩種行動模式。Bennett 與 Segerberg 將個人化行動稱為「連結性行動 (connective action)」，用來描述人們對於政治的訴求與不滿以非常個人化的方式進行表達的情形。相較於傳統社會運動傾向借助單一組織的動員能力與領導力形成參與者共同的身分認同以及團結，連結性行動則借助網路科技將不同的個人或組織連結成議題網絡，像是多個組織建立鬆散的聯盟關係，形成分享與整合不同動機的線上網絡，或個人在沒有特定組織領導的情況下自行創造媒體平台、組織活動。由此，不同網站、部落格和社交媒體所開展的行動，逐漸改寫傳統以特定

運動組織進行線下動員的模式，並且在線上線下之間形成持續性的社會運動（Bennett, 2004）。

網路帶來跨越時空限制、去中心化的傳播模式，除了使原民媒體在原民團體、個人之間形成不同的集結形式，也在不同族裔身分的團體或個人之間也有更為多元且複雜的互動。長期觀察澳洲原運的學者 Petray (2011) 認為，數位傳播科技讓原住民族得以在主流媒體之外的管道向他人展示自我認同，並且增加非原住民認識原民議題的機會，而這種跨文化交流的可能性，帶來原運去中心化、認同混雜的社會運動樣貌。1994 到 2001 年間墨西哥原民發起反抗政府、爭取自治的查帕塔運動 (Zapatista movement)，該運動引發了廣泛且跨國的網路迴響，除了組織本身的網站，更出現眾多支持者自發成立的相關網站以及網路行動，形成了超越單一族群認同、以網路為基礎的社會運動 (Russell, 2005)。在台灣，也出現這類認同原運理念的網路媒體，例如本文在第一章提及聲援王光祿案的媒體 *Mata • Taiwan*，既非原民所創立、亦非傳統認知的主流媒體，卻也持續透過論述增進社會大眾對事件的理解與關注。林鶴玲與鄭陸霖 (2001) 在網路興起之時便推測，原運進入網路空間的可能效應是使得較具能力負擔上網連線設備的漢人開始關心原運。由此，網際網路讓人們得以逕行互動與連結，原住民、本地或其他國家認同原運理念的支持者能以各種形式投入原運，也使得族群認同與地方之間的關聯更加複雜 (Landzelius, 2006b)。原民媒體基於與原運的緊密關聯，也在這樣的發展趨勢下呈現出更加地多元且混雜的產製者樣貌。

回顧傳播科技的發展歷程，原民媒體從早期的平面刊物到紀錄片、電視節目等影像媒體形式，一直到網際網路出現而有網站、部落格、社交媒體帳戶等各種網路應用。我們可以發現，媒介一直是原運參與者進行符碼競逐與象徵鬥爭的場域，而原民媒體的興起以及後續發展正反映了原住民族運動逐漸網絡化、個人化的現象，並且在不同族裔的個人、組織、社運團體之間有了更為複雜的合作與互動，例如原運團體經營的網站、支持特定議題的網路媒體、原民或非原民的個人部落格與社交媒體帳戶。因此，本文將以「原民族群媒體」一詞指稱原民相關主題佔據篇幅多數的媒體，希望嘗試結合族群媒體概念來鬆動過往研究對於原民媒體的討論。

三、實踐被理解權：原民族群媒體的介入行動

誠如本文第一節所言，一個平衡、提倡跨族群對話的多族群公共領域，需要傳播權、被理解權兩項原則加以維繫。這兩項權利價值的意義不只是政府由上而

下規範權力範疇，更由個人或社群自主開展的溝通行動所彰顯。近年來，論者越來越關注族群媒體產製者的意圖與策略，並對其維繫傳播權、被理解權抱持期待（Husband, 1998 & 2000; Bailey, & Harindranath, 2006; Budarick, 2016; Couldry, & Dreher, 2007; Yu, 2017）。Yu（2017）就表示被理解權的意義，除了要求多數族群有理解、尊重少數族群的義務，另一方面也仰賴族群媒體產製者積極打造媒體的可接近性（accessibility）、讓媒體內容更容易被多數族群接近使用或接收才有可能促成。特別是 Petray（2011）提及，網路科技雖然反轉過去傳播資源由主流媒體機構獨攬的局勢，但是運用網路媒體推行原運理念也需有更明確的討論議題與目標閱聽眾範圍，才可能對既有的權力結構產生影響。也就是說，族群媒體以及原民媒體針對對主流媒體乃至於整體社會扭曲或是漠視族群議題的現象，往往會發展出一套因應方式來吸引觀眾、促進族群之間的理解（Couldry, Dreher, 2007; Ramasubramanian, 2016）。

民主對話中自我發聲（speaking）與接收者的聆聽（listening）是彼此交織的過程（Bickford, 1996）。換言之，發話者在發話的同時，往往也是在想像一個目標聽眾，嘗試搭建與聽者之間的通道。Dreher（2010a）觀察澳洲穆斯林針對主流媒體進行的反制活動與計畫，就提出「社群媒體介入（community media intervention）」¹⁰的概念，指涉人們對抗種族主義、目的在改變主流媒體議題設定的策略或計畫。因此，原族群媒體的產製過程可以說是一個意義協商與互動的場域，牽涉到產製者對於與自身形成某種互動關係的文化的體認，並且將這些體認轉換成讀者可以理解的方式的文化仲介過程（林文玲，2001）。本研究認為，原族群媒體產製者採行的策略與行動，是試圖將媒體內容從生產連結到接收、推動社會變革的社會過程。為了瞭解此一過程，本研究將借用 Dreher 的「介入」概念，將原族群媒體嘗試推動社會變革、促進社會大眾理解原民議題，也就是實踐被理解權的各種溝通行動定義為「介入行動」。以介入行動作為切入點，有助於研究者深入被理解權具體的實踐過程。

本文整理過往原民媒體與族群媒體的文獻，將介入行動分為借助其他媒體力量與經營自身媒體平台兩大面向：

（一）借助其他媒體力量

Budarick 與 Han（2015）認為，族群媒體的產製者往往會監測媒體環境，並且視其情況進行反嗆（talk back）。也就是說，當有媒體出現負面標籤少數族群的報導或節目，族群媒體往往會進行反駁與糾正，或是針對同一事件以較為正向

¹⁰ Dreher（2010a）使用社群（community）一詞簡稱「種族化的社群（racialized communities）」，指涉兩個或多個不是基於身體膚色、血源等典型種族分類而劃分出來的社會群體，在互動之下衍生成一種以「天生具有性」的認知原則，越來越將對方或自己固定化的概念，例如穆斯林。也就是說，身體上的種族特性只是「族群」的一種特性，同一族群內部也充滿多元、異質、流動的可能。為求用詞統一，本研究以族群來指稱這樣的概念。

的角度來平衡報導，試圖解構、批判背後的霸權思維。過往原權會發行的《原住民》曾以〈譴責大眾傳播界醜化原住民的惡行〉一文表達對於大眾媒體的不滿，便是同樣的方式（夷將·拔路兒，2008）。除此，Budarick 與 Han 也發現有些澳洲非裔族群媒體的編輯會直接聯繫主流媒體，針對其他媒體負面呈現族群形象的報導提供較符合族群觀點的說法。

除了針對既有的媒體產出進行批判，也有族群媒體會試圖學習並利用媒體產業的運作邏輯，爭取少數族群在其他媒體上的可見度、成為消息來源，藉以得到的關注。透過讀者投書發表想法、在自家媒體平台提供獨特的故事或是舉辦有趣的活動吸引媒體報導，這些都是借助其他媒體力量、爭取曝光的例子（Dreher, 2010a; Budarick & Han, 2015）。除此，與其他媒體進行內容的合作內容產出也是一途徑。台灣的原住民族電視台便曾與新新聞雜誌合作，試圖在每一期的雜誌加入與原民議題相關的文章（姚穎、王翔郁、林福岳，2017）。

這類原民族群媒體的介入行動主要是針對主流媒體環境提出批判，從既有的媒體內容產出進行反制，或是嘗試介入主流媒體的產製過程成為消息來源。然而 Downing 與 Husband（2005）認為，主流媒體錯誤呈現少數族群的情形，有時並非記者有意為之，而是在未經思考的、既有的新聞以及節目製作過程中被持續的生產出來。上述的介入行動往往是站在受害者的位置糾正主流媒體，對於主流媒體議題設定的影響力挑戰較小，甚至容易被忽視（Dreher, 2010a）。

（二）經營自身媒體平台

隨著網際網路發展、媒體市場的選擇漸趨多樣，新、舊媒體共同形成多元型態的傳播網絡，提供社運參與者在傳統主流媒體之外跨越時空、限制，逕行傳播與連結的空間（Bennett, 2004）。相較於前一介入行動嘗試建立與主流媒體緊密關係，經營自身媒體平台的介入行動則是另闢空間，專注於本身媒體內容的經營，透過自身掌握的媒體管道與社會大眾對話（Dreher, 2010a; Brantner & Herczeg, 2013; Budarick & Han, 2015）。研究者經由文獻爬梳發現，過去有關經營自身媒體平台的介入行動多會針對媒體內容的目標受眾、語言使用、內容取材與調性、媒體傳佈形式、組織成員編制等面向進行安排。

以目標閱聽眾的範圍設定來說，如同 Petray（2011）的建議，原運乃至於相關的傳播活動必須注重討論議題、目標受眾是否明確。族群媒體基於讓多數族群認識少數族群文化的目的，可能會將目標閱聽眾設定為社會中所有族群。以紐西蘭的毛利電視台為例，該電視台希望全世界都能了解毛利人的生活與故事，因此

設定了跨越年齡、族群的閱聽眾範圍，而其閱聽眾約有四分之三以上是非毛利人（張雅涵，2012）。除了以少數族群、非少數族群這兩種對立的概念思考目標觀眾屬性，曾曉煜（2008）分析台灣客家電視台，認為族群媒體可以根據目標閱聽眾「是／否熟悉少數族群語言」、「是／否了解少數族群文化」，發展出不同的媒體定位、專注於不同的語言發音和內容取材服務。針對熟悉客語及客家文化的閱聽眾，客家台可以提供全客語發音且著重客家文化的主題內容。針對不熟悉客語與客家文化的閱聽眾，客家台亦可採用國語發音、提供客家文化相關的主題內容。不過，客家台也有可能選擇兼顧所有的閱聽眾，提供更加多元與整合的服務。

為了吸引非少數族群的閱聽人，採用主流社會的語言書寫或是播音方式或有助於不同族群的閱聽眾理解媒體內容，也讓具備少數族群身分但不會說母語的人得以了解族群事務（曾曉煜，2008；Budarick & Han, 2015）。澳洲的多元文化廣播電組織 *The SBS Story* 以及紐西蘭毛利電視台的節目，便是採用英語字幕、族語發音的方式進行播報（Dreher, 2009；張雅涵，2012）。孫大川（2010）認為，漢人的書寫系統或許無法如實、精準地表達過去以言說形式流轉至今的原民各族文化，卻也可以，或不得不成為原住民介入主流文化的工具，例如不同的語言習慣和表達手法就構成對漢語系統的干擾與挑戰。

再者，族群媒體往往背負著文化興亡的沉重使命，但若內容取材與調性過度侷限在文化記憶的紀錄與傳承（例如神話、祭典、歌謠、傳統工藝、口述歷史），會造成一般民眾或族群認同不強烈的閱聽眾一種疏離感（Riggins, 1992；曾曉煜，2008；孫大川，2010）。因此，有論者認為兼具族群內與跨族群的話題較能吸引不同的閱聽人。Brantner 和 Herczeg（2013）針對奧地利的跨文化族群媒體 *Biber* 雜誌進行內容分析，指出其文章主題不僅包含移民以及其他少數族群的工作就業、政策討論以及文化共生等議題，還包含與其他族群文化共通的話題，例如流行文化、運動、旅遊、生活資訊等。這樣的主題安排，因為提供討論少數族群議題並且協商不同文化價值的空間而備受不同族群的閱聽眾以及主流媒體關注。除此，加入娛樂或新奇的元素讓閱聽眾以比較輕鬆的方式接觸族群相關的敏感議題，也是處理內容的方式之一，例如喜劇，或訪談者與受訪者不斷變換角色、跳脫既有訪談影片形式的問答影片（Dreher, 2009；Ramasubramanian, 2016）。

以媒體傳佈形式來說，族群媒體在傳播科技日益發達的今日可以結合各種載具傳遞內容、進行跨媒體敘事，積極將觸角延伸至不同族群的閱聽人生活之中，例如平面紙媒、影片、廣播、網站、社群媒體、手機 APP 等應用（Ramasubramanian, 2016）。除此，更有實體活動等行銷手法來推動議題與宣傳媒體自身。例如刊登

倡議廣告、製作訪談和音樂 CD (Dreher, 2010a)，或是原民台便曾舉辦的音樂生活節、電影院、路跑活動等 (姚穎、王翔郁、林福岳，2017)。

為了激發更多的構想，也有族群媒體也採取與不同族群的人一起工作的方式，藉以在語言、內容取材以及呈現形式的層面上有更多的交流 (Budarick & Han, 2015)。例如客家台的戲劇外製制度，透過與不同工作團隊的合作經驗開發了多元的題材、演員與行銷策略，更擴大了閱聽與接收的範圍 (劉慧雯，2015)。

透過前述文獻指出，族群媒體為了推廣族群相關的媒體內容，可能會將目標受眾設定為不熟悉少數族群文化的人、採用主流社會的語言，在內容取材與調性上納入各族群皆有共鳴的主題、營造輕鬆或創意的風格，或是結合不同媒體工具進行傳播、與不同族裔背景或專業的工作人員進行合作。對於各種介入行動，Dreher (2010b) 認為專注於自身平台、直接與廣泛的閱聽眾進行互動的策略最能使族群媒體的內容被看見。

(三) 介入行動的被理解權意涵

承前所述，發話者在發話的同時也是在想像一個聽眾，並且嘗試透過實際的行動搭建起其與聽者之間的通道。因此 Dreher (2009) 認為，媒體產製者採取的行動便是在形塑一種接收者聆聽 (listening) 的樣貌，而這種試圖將生產內容連接到接收的仲介過程，是坐落於情境之中、具有策略性的。Bickford (1996) 特別以「政治聆聽 (listening)」來指涉一種能夠消弭壓迫的民主對話過程，這種過程發話者試圖直指壓迫核心，讓聽者了解邊緣化群體的困境，以及困境背後反映的權力關係。本文認為，原民族群媒體採取的介入行動便是在嘗試形塑一種政治聆聽過程，將原民的觀點傳達給更為廣泛的社會大眾，實踐傳播權與被理解權、提升原住民的權利與地位。

然而，原民媒體的文化仲介過程究竟如何在族群之間發揮作用？如何透過媒介科技來強化或消弭族群差異與緊張關係？Dreher (2010a) 提醒，研究者不能只是樂觀地看待這些嘗試進行社會溝通的介入行動，更要理解這些行動遭遇的限制、障礙以及兩難。透過這些行動，我們得以進一步探見少數族群與多數族群之間的互動以及權力關係。林文玲 (2005) 指出原民媒體文化仲介過程的研究取向，除了觀察何種文化知識被選擇與傳遞，同時也能從影片的制作、展演、傳播的各個環節來觀察產製者製造意義、接收者賦予意義的社會過程。然而，過往探究原民媒體接收情形的研究相對稀少，國內多是針對原住民族電視台的原民與非原民閱聽眾進行收視研究 (郭曉貞，2007；蔡珮，2012；張雅涵，2012)。Brantner

與 Herczeg (2013) 則是觀察族群媒體被其他媒體報導的情形加以判斷。不論何種觀察角度，O'Donnell、Lloyd 與 Dreher (2009) 強調，具有意義的生產與接收過程研究者不一定需要預設形式與喜好，而是透過具體的實踐過程加以檢視。因此，究竟原民族群媒體的介行動如何挑戰目標受眾？到什麼樣的程度算是推進了族群之間的對話？O'Donnell 等人認為，研究者也需要聆聽原民族群媒體產製者的衡量與判斷方能理解。

第三節 台灣原民族群媒體的傳播地景

根據本文前一章節所言，原民族群媒體會隨著產製目的等因素而發展出不同的實踐樣貌，這也與原住民族當時所處的社會與文化氛圍有著密不可分的關係。台灣原民族群媒體的歷史，根據現有資料最早可追溯到中華民國政府遷台。原民族群媒體在國民黨執政期間成為政府政令宣導、讓原住民族配合國家政策的傳聲筒，隨著 1980 年代解嚴、原住民族運動興起，才逐漸出現原住民族自行籌辦的媒體。本研究依據依時間順序以及時代特性，將台灣原民族群媒體的發展分為四個階段—殖民論述主導、族群意識的啟蒙與抗爭、擺盪於抗爭與回歸之間、新原運，並依據媒體內容主要討論的族群範圍大致區分出泛原民媒體、民族媒體、部落媒體¹¹三類。

一、殖民論述主導時期 (1945 年至 1982 年)

1945 年台灣光復，國民政府遷台後的首要之務便是針對各個族群剷除過往日本帶來的皇民化思想，灌輸反共抗蘇的意識。基本上，國民政府的原住民政策以及媒體操作亦朝此政治策略發展。例如，為了抵擋中國對台灣廣播的猛烈攻勢、阻止台灣民眾收聽對岸的廣播，國民政府採取蓋台措施，快速擴建公營電台至全台各地。因此這個時期的原民族群媒體以原住民整體為服務對象，並且由公部門籌辦、製播，具有強烈的同化性質。

1947 年民政廳針對原住民民眾出版《山光旬刊》日語刊物，並於同年 6 月 1 日由台灣廣播電台以日語製播山地廣播節目。後續也有類似的刊物出版，分別是 1948 年和 1952 年發行的《山光新報》、《山光週刊》¹²，內容刊載國內外新聞及

¹¹本文援引第二節原運泛原住民族運動路線的概念，使用「泛原民媒體」一詞指涉媒體內容主題涵蓋原住民族整體以及各個民族、部落發展的媒體。「民族媒體」則指涉以原住民族集體代稱下的各個實體民族為討論範圍的媒體。「部落媒體」的討論範圍則牽涉到一定的地理範圍，並且是原民依其傳統規範共同生活結合而成的團體。

¹²《山光週刊》前身為 1948 年政府創辦的《山地通訊》，該刊物於 1949 年改名為《山地週刊》，

各項政令常識，免費贈閱給原住民民眾閱讀。1950年3月台灣廣播電台第二電台則開設「山地新聞」廣播節目，以日語播音進行政令宣導（黃季平，2010；林彥鴻，2010）。

除了宣傳反共抗俄、三民主義意識形態，旨在提升經濟產能的農業改革也是省政府大力推動的政策。為了促進山地土地價值的有效利用，國民政府於1975年在各地設立復興廣播電台及分台，1976年附屬的山地台製播「山地農村」¹³節目加強山地農業推廣工作，節目以國語、排灣族語、布農族語發音。1980年代正逢台灣原住民族、客家族群自覺意識升高，原住民立法委員建議政府增設原住民族語廣播節目，1984年復興廣播電台山地台因而開始製播族語廣播節目「青山翠嶺」。然，節目仍延續著過往政令宣導、配合農業教育政策的調性，並未仔細考量原住民族的需求（劉幼琍，1997；林彥鴻，2010）。

在殖民論述主導階段，媒體資源由國民政府掌握，成為執政者進行政治操控的工具。在當時的時空背景下，原住民族傳統的生活方式與價值觀被國民政府視為社會發展的絆腳石。為了帶動社會經濟與政治發展，當權者以漢人文化為標竿進行政治權力的支配，透過經濟保護與扶植以及媒體宣傳的大力播送，更塑造了漢族文化的威權形象（林彥鴻，2010）。換言之，這個時期的原住民族群媒體並非以原民的需求出發，而是殖民者透過平面媒體與廣播節目的形式進行原民全體生活改造的社會控制工具。

二、族群意識的啟蒙與抗爭時期（1983至1988年）

1970年代本土化運動興起、台灣社會開始追問台灣人的定位，而這樣的社會氛圍延續到1980年代較為開放的政治環境，促成了社會運動風起雲湧的時代。這個時期原住民族群媒體開始由原住民族知識分子所掌握，針對國家機器和漢人社會進行批判與對話，具有強烈的社會變革特性。伊凡·諾幹（林文正）、巴萬·尤命（楊志航）、以及夷將·拔路兒（劉文雄）三位台大原住民學生，受到戒嚴時期黨外雜誌影響，領悟到刊物對於推動運動的重要性，因此於1983年發行手工抄寫影印的《高山青》，主要發送對象為北區原住民大專院校學生。刊物鼓吹台灣高山族民族自覺運動，一方面向原住民社會內部喊話助醒，一方面要求統治者停止同化原住民（夷將·拔路兒，2008）。雖然該刊物只發行至第六期便於1988年停刊，但是其主張民族覺醒、拒絕壓迫的姿態引發其他社會菁英關注，甚至引

後又改名為《峯光週報》，最後才改名為《山光週刊》，由國語推行委員會辦理。

¹³ 該節目最初稱為「山地之聲」，到後來才改稱為「山地農村」，為統一稱呼，本文以後者稱之。

起執政當局和情治單位的注意，更被視為原住民族運動的濫觴（謝世忠，1987；黃鈴華，2005；黃國超，2015；林福岳，2017）。

1984年《高山青》成員與少委會成員組成原住民族權利促進會，隔年發行《原住民》會訊。會訊延續以文字喚醒族人的族群意識、向台灣社會控訴原住民族問題的風格，會訊內容包含會務報導、服務資料統計、抗爭歷史資訊、原鄉部落新聞、族群學習單元（黃季平，2010）。今日台灣社會普遍使用的「原住民」一詞便是由當時的原權會提出，用來取代過往殖民統治者稱其為「山胞」的稱呼。然而會訊屢遭政府新聞單位查禁，1985年原權會於雜誌申請通過後發行《山外山》雜誌，內容則調整為議題評論性質，主題包含原民論壇、原民文藝、人物專訪等。《山外山》雖然僅發行一期便停刊，但是與《高山青》、《原住民》刊物都是研究原運初期和原民自主傳播的重要材料（黃國超，2015；林福岳，2012）。

然而，在過去同化政策的意識形態灌輸下，族群意識被視為分化社會的力量，並非所有漢人甚至是原住民社會皆認同原權會主張的族群運動。過去國民黨扶植的原民政治菁英，在《原住民》發刊前後相繼以刊物批評原權會以及其活動幹部。1985年國民黨籍原民立委華愛創立《莊敬山脈》，華加志則於同年4月20日將已停刊五年的《山地文化》雙月刊重新發刊。他們以分離主義、假山人等標籤醜化原權會幹，傳達原民社會中支持國民黨政治理念的聲音。原住民族運動的抗爭過程中，原住民族內部政治的分化與對立，可以從這些體制內外刊物的互動探知（謝世忠，1987；黃國超，2015）。

除了國內本土化運動，1940年代國際原運的發展也影響台灣原運的論述與行動（高德義，2001；張鴻邦，2010）。曾擔任台北山地大專中心主任的娃旦（陳春山）在留學期間受到原住民人權研究的啟蒙，1987年獨力創辦《山青論壇》與《原住民之聲》。《山青論壇》內容主要討論原住民族社會時事，並引介西方人權議題；《原住民之聲》則是以官方資料談論原住民的起源。《山青論壇》的文章絕大部分出自娃旦之手，但是流通範圍侷限在長老教會以及原運圈內，僅發行一期（吳宛憶，2008）。

原權會嘗試建構「原住民」一詞的內涵、凝聚原民社會的團結，亦激發了原住民族主義的發展，以民族為討論範圍的民族媒體紛紛出現。1985年《蘭嶼雙週刊》由常駐蘭嶼的蘭恩文教基金會發行，是希望「擁有一份屬於自己眼光來看的刊物」。紙本除了在島上免費發送，亦免費寄送給旅台蘭嶼人以及蘭恩支持者。該刊物雖然由漢人基金會所設立，但是內容都是達悟族人自行編採的，迄今

已出版 492 多期，是目前蘭嶼島上最核心的報導刊物（郭良文、林素甘，2010）。1986 年，隨著旅北族人人數增多，鄒族知識分子組成「旅北曹族聯誼會」並發行手寫影印的《北曹》季刊，是鄒族人首度自行發行的刊物。刊物由浦忠成、汪明輝主導，內容主要為評析鄒族當前處境及因應問題，以凝聚鄒族的主體意識與文化重建的共識為主（黃季平，2010）。該刊物於 1987 年改名為《鄒》季刊，直到 1998 年共發行六期即停刊。

台灣原民族群媒體在原住民族權利意識萌芽的階段開始由原住民知識分子掌握，以原民社會整體發展為主要論述範圍。這些刊物企圖集結原民社會內部的共識，並且在悲情以及對抗的張力下具有強烈的抗爭性質—召喚原住民族集體的痛苦經驗、控訴漢人社會對待原住民的不公不義成為論述的主要命題。然而，主導原運的原權會在社會服務與街頭抗爭之外積極拓展政治路線，透過選舉傳達運動理念的作法讓運動陷入分化。台邦·撒沙勒提出「部落主義」、「原鄉戰鬥」口號企圖修補都市原運路線的缺口，原運忽略草根部落議題的反省於焉產生（阮俊達，2015a）。原權會的泛原住民運動路線雖然折射出原運內部的侷限與分裂，卻也開啟原民體制內政治空間的可能，以及部分行動者轉向部落重建文化的多種運動路線。這些路線的發展，同時也形塑著原民族群媒體的實踐樣貌。

三、擺盪於抗爭與回歸之間（1989 年至 2000 年）

隨著原權會勢力轉弱以及部落主義路線呼聲高漲，部分原運行動者返回原鄉進行文化重建、經營草根組織。尤其 1994 年文建會「社區總體營造計畫」實施與 1996 年原民會成立，政府對社區營造及傳統文化活動的資源挹注促使各地原民團體大量出現，推進部落文化復振的風潮（阮俊達，2015a）。不論是原住民運動的路線分流、政府機關資源挹注或其他因素，這個時期的原民族群媒體逐漸往草根發展，泛原民媒體、民族媒體、部落媒體數量增多，涉及的議題與行動一再地指向民族自我重建以及部落社區發展的目標。即令 1992 年《原住民》停刊，其他的原民刊物繼之而起，且具有強烈的回歸與抗爭特性。

1989 年 11 月 18 日，台邦·撒沙勒創辦月刊《原報》並提出「部落主義」、「原鄉戰鬥」口號，認為回歸家鄉生活、尋回民族再生契機才是強化原運實力的根本之道（台邦·撒沙勒，2004）。《原報》標榜為「真正屬於台灣原住民的報紙」，企圖奪回歷史的詮釋權、將都會原運的經驗帶入大高雄地區的原民部落。台邦·撒沙勒希望透過以文字傳播和組織行動發展在地自發性的運動，藉以爭取原民在政治、經濟、社會、文化上的地位。報紙內容涵蓋時事分析、專題論述、原民政

策評論，並聲援其他部落的抗爭行動如反瑪家水庫運動（浦忠成，2010）。然而，《原報》基於資金不足，加上台邦·撒沙勒認為自身所處的好茶部落逐漸為主流媒體所關注、網路網路時代資訊的分享交流不再局限於平面媒體，因此在經營五年之後停刊（吳宛憶，2008）。

1990年8月《獵人文化》以月刊雜誌形式發行，共發行18期後於1992年6月停刊。《獵人文化》由泰雅族作家瓦歷斯·諾幹以及排灣族作家利格拉樂·阿奴烏於台中豐原創辦。他們認為原運支持根基薄弱是因為缺乏草根組織及教育啟蒙，因此希望刊物在原運裡扮演資訊傳播、強化精神戰鬥力與草根組織的結盟的角色。《獵人文化》透過教會系統以及個人式的發行與推廣，並且基於「原住民文化運動」的定位舉辦文化生活營等活動，培養在地原運人才與文化工作者。刊物強調凝聚族群內部的草根特性，事實上是透過深入報導與評論呈現部落裡的現實困境，藉以具體審視政府與資本主義對族群所造成的傷害。然而刊物具有濃厚的菁英色彩，受限於部落經濟與教育程度，難取得族人共鳴（吳宛憶，2010）。林福岳（2012）指出，《原報》和《獵人文化》處於原運從都市轉向部落的過渡時期，既延續《高山青》以來的抗爭傳統，亦探索著回歸部落的可行路徑。

除了前述抗爭刊物，以原住民整體發展為論述主題的泛原民媒體也開始轉向文化主題或綜合性報導的調性，並且嘗試拓展非原住民讀者的參與。孫大川召集創辦雜誌社，於1993年發行《山海文化》雙月刊。該雜誌社鼓勵原住民、非原住民以文字書寫進行原住民相關題材的創作，籌辦多種型態的文化活動如舉辦講座、設立原住民文學獎等。孫大川（1993）在創刊詞寫道：「在這樣的一個時代，走回頭路或自我封閉是不可能的，《山海文化》所欲拓展的世界，因而當然也是開放的。我們不僅希望原住民作者努力創作，更期待非原住民朋友的參與。」刊物內容著重法政、人類學、社會學以及文學創作，文化累積的調性雖招致缺乏基進性的批評，卻對原住民文學發展有一定的影響（王嵩音，2000；陳芷凡，2010；林福岳，2012）。《山海文化》主張「一方面積極介入主導社會的各項文化議題和創造性活動；另一方面也必須敏銳地把握、捕捉迅速變化中的原住民部落社會」（孫大川，1993）。然而，刊物內容的嚴肅性質與菁英色彩，如同其他原運刊物一樣面臨讀者市場開拓上的困難，雜誌發行至第26期於2000年停刊（孫大川，2010）。1999年原住民文化公司發行《台灣原住民月刊》，刊物內容涵蓋原住民相關時事、奇人奇事、歷史源起、素人創作等較為軟性的文化主題，目的在提供社會大眾對原住民族更深入的認識管道（台灣原住民電子報，無日期）。

相較於前二者旨在增加社會大眾對於原民議題的討論，昔日《原報》成員林

明德創辦的《南島時報》則積極向內監督原民社會的政治發展。該報於 1995 年 7 月 1 日發刊，發行地區不限於原住民部落，屬於發行全國的綜合性報紙。《南島時報》尤其擅長原住民政治新聞，希望藉由報導文字強化族人的民主政治素養，選出符合族群發展利益的民意代表。但是當時的族人普遍缺少閱報能力導致刊物凝聚族人意識的效果有限，在維持四年多後便面臨經費問題而停刊(王嵩音，2000；姚竹音，2016)。

除了泛原民媒體，此一時期的原民族群媒體出現更多以部落、民族為討論範圍的刊物。位處台東縣延平鄉的布農文教基金會，企圖結合休閒產業、生態復育、文化推廣、原民教育等面向，摸索文化傳承與經濟生機兼顧的模式。1992 年，白光勝牧師發行基金會的組織刊物《布農的聲音》，內容包括基金會的歷史、建設過程、近期活動或未來計畫。只要參與過基金會的活動、認養或捐款計畫的人，迄今都會收到刊物(宮相芳，2010)。刊物不定期出刊，迄今已出刊 37 期，並且轉換成電子檔存放在基金會網站上。1993 年 2 月，濁水溪聯誼會發行《山棕月語》季刊。回溯刊物創立背景，當時原住民族運動的開口一致對外，濁水溪聯誼會有感於時下布農族人文化失根，因而主張對內自省、喚起族人的自我意識。刊物出版至第 4 期後停刊近六年(田哲益，2010；鐵木·尤哈內，2010)。1996 年由鄭信得與鄒族文教基金會合作，以雙月刊形式發行《鄒訊》共 17 期。鄭信得認為，當時鄒族各個部落正在積極找尋一個能夠把文化融入現代並繼續生存下去的社區營造方法，因此希望透過刊物記錄當時籌辦鄒族民族議會、舉辦各種文化傳承研習等活動，提供「鄒族人談鄒族事」、推動民族自我重建的開放空間(鄭信得，2000；黃季平，2010)。隨著解嚴後政府逐漸下放媒體資源，1993 年至 2002 年開放廣播頻道提供民間申請廣播電台，1999 年「高屏溪客家與原住民廣播電台」以及「蘭嶼廣播電台」紛紛成立，成為最早的原民廣播電台。

在「擺盪於抗爭與回歸之間」時期，原民族群媒體隨著原運政治路線與部落主義路線的分流開始變化，探詢回歸草根、凝聚地方族人的可能性。身處都市原住民知識菁英回到部落，希望透過刊物將原運的理念帶到部落、凝聚部落族人的共識，服務對象自然以原民內部成員為主，像是《原報》、《獵人文化》、《南島時報》，還有關注各個民族內部事務的《山棕月語》、《鄒訊》、《布農的聲音》。少數希望促進非原民對原民社會理解的刊物則有《山海文化》、《台灣原住民月刊》。值得注意的是，這些媒體的運作常常搭配文字論述以外的活動共同進行像是文化講座，並且都面臨了發行數量有限、報導內容過於嚴肅而難取得地方族人共鳴的情形(林福岳，2017)。由此，這些刊物對於凝聚草根族人的認同影響力十分有

限，其意義反而在於呈現出原民知識分子對於族群事務的思考—對外與主流文化主導的論述空間進行對話，對族群內部進行原運定位的交叉辯論，對於往後原運的路線與做法有一定的貢獻（吳宛憶，2008）。

四、新原運（2000 年迄今）

在新原運時期，原族群媒體的發展可以分為兩條軸線，一是政府由上而下擘劃的原民廣電媒體，另一是隨著網路科技蓬勃發展，由原民或非原民的團體、個人自發成立的原族群媒體。以第二條軸線來說，這些媒體產製者有的以原住民族為號召，有的以民族、地區、部落、世代、個人或是特定原民議題等更為細緻多元的單位性質進行發聲。除此，媒體形式更包含了平面媒體、電子報、部落格、社交媒體帳戶、自營網站等。本文認為，隨著網路科技發展，這個時期的原族群媒體除了服務族群內部的傳播需求，也有將目標閱聽對象朝向整體社會、發聲單位更加多元的趨勢。

（一）公部門主導的泛原民媒體

在原運激起的社會迴響之下，1990 年代原住民相關的傳播研究逐漸增多，並且大多建議原民應當近用、擁有媒體，進而要求政府機關擬定相應的傳播政策。設置原民專屬媒體的論述隨著 1996 年行政院原住民委員會成立、2000 年民進黨執政將廣電媒體視為政策重點項目之一的情形下逐漸制度化，並且實現（張鴻邦，2013）。各縣市公部門、鄉公所開始發行原民主題的紙本刊物與廣播電台，例如高雄市政府原民會於 2002 年發行《高雄市原住民通訊》；台北市政府因應台北都會區的原住民族人數眾多於 2006 年籌劃台北廣播電台「喔海洋」頻道服務都會區原住民族；新北市政府在 2009 年發行以原住民族語言為主的《族語》刊物。2005 年，全台目前唯一以原住民為主題的電視台—「原住民族電視台」正式開播。

原住民族電視台作為行政院原住民族委員會每年編列約莫三億元之政府標案，起初以招標方式委由其他電視媒體代為製播與營運，歷經 2004 年 12 月台視文化公司、2005 年 8 月東森電視公司得標，2006 年依循《無線電視事業公股處理條例》第 14 條規定交由公視基金會辦理，最後在 2014 年回歸原住民族事業文化基金會自主營運至今。不論哪個階段，原住民族電視台雖然試圖朝向「屬於全體原住民」的電視媒體邁進，但是由於主要營運經費由政府力量主導而在報導內容上有所侷限，甚至被論者認為在屬性上仍屬於「政府電視」（林福岳，2012；以撒克·阿復，2016）。2017 年 8 月，同樣隸屬原住民族文化事業基金會的「原

住民族廣播電台」開播（黃邦平，2017年8月9日）。

原民台雖然期許透過傳播成就台灣各個族群的互信互重，但是依照目前節目的產製情形來說，其服務對象仍以原住民社會內部為主（張雅涵，2012）。這樣的情形也反映在2016年的收視調查報告，非原住民不收看原視的原因包含「沒有特別想去看」、「不知道有原視」、「感覺節目不吸引人」等，而收看節目的非原民則認為原視的節目有距離感、過於沉重（財團法人原住民族文化事業基金會，2016）。不過，從原民台每年進行的收視調查報告可以發現，原民台有意拓展閱聽眾範圍，希望讓非原住民族觀眾能更加瞭解原住民族。但是，原視目前拓展閱聽眾範圍的方式，不是針對媒體內容進行調整，而是透過異業結盟、實體活動等行銷手法來推廣頻道（姚穎、王翔郁、林福岳，2017）。

（二）自發成立的部落媒體與民族媒體

除了政府部門由上而下透過政策擬定擘劃的原民專屬媒體，還有許多由原民自主發起、服務不同族群範圍的原民族群媒體。過去原運「部落主義」路線開啟的文化復振與社區工作的風潮，在各個部落長期的耕耘下也逐漸紮下根基，並且發展出各族尋求自治的原住民族主義（趙中麒，2003）。這也同樣反映在以部落或民族為族群服務範圍的原民媒體數量增加，並且隨著傳播科技的發展以平面媒體結合電子報、網路論壇或部落格的形式出現。這些原民族群媒體的發起者，多來自不同部落或民族的青年及在地組織，目的在於透過媒體建立族人對自身部落的認同感、喚起族人對部落事務的關心與理解。

以部落為服務單位的部落媒體，許多是由各個部落的既有的青年會組織發行。例如2000年知本原住民青年會創立《卡地布部落月刊》，並且透過電子論壇讓族人之間彼此留言互動，不過在發刊一年後即停刊。2004年台東達魯瑪克部落青年發行《達魯瑪克部落報》，主要是以紙本刊物向部落報告青年集會所的建造過程，發行至第23期便於2006年停刊（姚孟憲，2010）。這種紀錄部落事件、於部落內部流傳的紙本刊物還有2008年奇美部落青年的《奇美部落報》，以及2010年台東土坂部落青年會的《土坂部落報》等（黃季平，2010）。除此，部落媒體也將原來需要面對面、口述流傳的文化記憶，以文字書寫的方式記錄下來。例如2002年宜蘭泰雅族四季部落被劃入馬告國家公園，幾位四季國小教職員與部落青年組成Skikun工作隊，在部落中發行《達雅的呼喚：四季部落報》。該刊物便是希望以撰寫部落史的方式記錄、守護、延續部落的生命與共同記憶，十分著重部落向心力凝聚（高秀玉，2010）。這些平面媒體的經費來源較不穩定，許多是

向部落族人募款，或是向文建會、鄉公所申請經費，往往在發行一兩年後便停止運作。如同經營《原報》的台邦·撒沙勒認為網路時代資訊的分享交流不再局限於平面媒體（吳宛憶，2008），前述部落媒體具備的通訊功能也轉換到各式各樣的網路應用，像是電子通訊軟體、Facebook 社團、粉絲專頁等空間。

以原民各民族為服務範圍的民族媒體，則在各族籌設民族議會，以及部落之間的串聯過程中出現。2010年八八風災重創阿里山鄒族部落，鄒族青年組成鄒族青年行動聯盟投身災後重建工作，並且透過紙本刊物以及無名小站部落格發行《鄒報》，讓不易上網的鄒族族人也能得知莫拉克原住民災區的重建狀況。太魯閣族大專生組成的太魯閣族學生青年會，1999年便開始以族群內部培力為目標舉辦活動、課程，2014年開始以《Suyang 舒洋》為名，透過紙本刊物、Facebook 粉絲專頁與 Blogger 部落格等媒體管道書寫本族青年對族群文化的關注與實踐經驗，期望在太魯閣族部落之間傳遞美好、真實的消息。2014年，三位達悟族青年——蕭祺真、那牧特、張靈，以及三位台灣青年——呂思穎、吳欣潔與林牧音申請文化部計畫補助，共同創立《952VAZAY TAMO》刊物。刊物打著「蘭嶼年輕人的第一本雜誌」旗幟，鼓勵蘭嶼年輕人創作、對社會議題發表看法，藉以凝聚彼此的向心力。該刊物與《蘭嶼雙週刊》服務的閱聽眾不同，除了在蘭嶼地區以及旅台族人之間流通，更在全台獨立書店以及博客來等電子商務網站上架，邀請蘭嶼以及喜愛蘭嶼的台灣人認識達悟族文化。不過該刊物在2015年第四期出版後改為不定期出刊，平時在 Facebook 粉絲專頁上更新蘭嶼當地的相關消息。

具有強烈地方特質的部落媒體與民族媒體多由部落社會制度中既有的青年組織或是跨部落的非營利團體發起，目的在促進族人之間的交流、凝聚情感，是組織事務的庶務之一。這些媒體實際推動的效果或許難從既有文獻探知，但有論者認為，參與者在編採媒體的過程中學習自身文化，並將過去言說流傳的歷史與當代部落發生的大小事轉換為具體紀錄的歷程，具有書寫歷史、保存文化資產的意涵（黃季平，2010；林福岳，2017）。然而，這些媒體的生命往往十分短暫，在經營一至二年便因營運經費不足、人事變動而面臨停刊命運，或是轉移至新的媒體平台如 Facebook 發展。Facebook 上也出現越來越多以不同部落、民族為名的粉絲專頁，並且以較為日常、隨性的方式分享部落日常，或是隨著部落產業發展而成為觀光旅遊或是農產品的行銷平台。

（三）自發成立的泛原民媒體

隨著網路近用門檻逐漸下降，自發成立的泛原媒體數量也不斷增加。這些媒

體往往因關注的地區、議題面向而有不同的樣貌，並且在凝聚族群內部團結的之外，有逐漸將對話對象朝向社會大眾的趨勢。

1. 服務原民族群內部傳播需求的泛原民媒體

2000年，原權會在部分核心幹部進入體制內任職之後分支出另一股勢力—原住民族部落工作隊。工作隊以「原住民族運動再起」為名，協助各地部落建構族群意識和文史紀錄的工作，並且發行《原住民族》月刊、架設網站(阮俊達, 2015a)。

《原住民族》的營運經費來自捐款以及工作隊自製音樂CD的販賣營收(陳詩晴, 2001年2月22日)。刊物內容記錄工作隊的活動、部落口述歷史與當代記憶，也隨著時事討論原住民相關議題；網站除了張貼月刊的內容也透過站上的討論版與各地進行連結，讓原住民之間相互聲援(黃啟龍, 2002；黃季平, 2010)。

另一服務原民族群內部的泛原民媒體案例，是2005年阿美族的兩位電腦工程師及一位國小教師架設的「台灣原住民網路社群」網站。該網站是一個服務全台灣原住民族部落的網站系統，開放族人註冊會員、經營個人部落格空間，若有部落形成共識，亦可申請成立部落專屬的網站。該網站在成立的四年之間共有1007個會員部落格以及590個部落網站加入(高志翔, 2009)。類似作法的還有2005年成立的「Ohaiya 原住民部落格」。網站由前《南島時報》成員瓦力司·得牧獨力架設，開放族人在網站中搭建個人部落格，讓族人在其中相互交流，並稱其為「原住民相互取暖的地方」。雖然網際網路能以較電視台低的成本建置媒體，但是這些網站多由創作者選擇自行出資、管理與維護，最後往往因工作量太大、設備擴增的經費不足、網管人員的缺乏而關閉服務。根據目前資料，台灣原住民網路社群至少經營了四年，現已找不到網站，而Ohaiya 原住民部落格則在經營兩年後便關閉(高志翔, 2009；曾馨慧, 2013)。

除了網路平台，也出現越來越多服務族人的廣播電台。2002年，分別服務花蓮與台東地區族人、以族語製播節目的「蓮友廣播電台」、「東友廣播電台」開播，節目主持人來自原民各族群，提供多元的節目選擇。同年，阿美族青年巴佑·阿明認為網路平台成本低廉、提供部落與族群發聲的契機，於是設立「美雅麥網路廣播電台」。電台主要分享阿美族的部落活動以及原民音樂，收聽對象為原民青年。但是美雅麥電台以志工形式招募人力，在營運四年左右便因人事流動而運作趨緩。上述幾家廣播電台，除了東友廣播電台藉由商業廣告獲利，其他皆是仰賴政府補助營運(林彭鴻, 2010)。蔣安國(2013)考察原民廣播電台經營模式的歷史與現況，也指出過度仰賴政府補助、缺少獨立經營條件的情形。

2. 嘗試進行社會溝通的泛原民媒體

隨著原運部落主義路線影響，泛原民媒體也針對族人的使用需求提供服務，讓更多的族人接近使用、自我發聲。然而，自治與土地等原民議題在《原基法》通過後仍面臨行政部會擱置而難以落實的處境，原運團體與行政部門的直接衝突在各地仍不斷發生。帶有倡議性質、以泛原民角度製作的原民族群媒體一度隨著過往原運參與者進入體制而衰弱，又隨著原民持續遭受邊緣化的處境而出現，並且將對話對象面向社會大眾。

2000年，《南島時報》的創辦者林明德為了監督九二一原住民災區救災進度、為原住民災區發聲，創立了《原聲報》雙週刊。刊物內容涉及地方議題與環境保育相關的政策討論，共發行39期後於2003年停刊(蔡珮, 2013)。2000年4月，立法委員高金素梅結合原住民族部落工作隊、飛魚雲豹音樂工團問政團隊，創立《祖靈之邦》網站。網站內容除了與原住民族運動、政策與原權等政治議題息息相關，也關注原住民歷史事件、文化風俗等主題，例如2009年莫拉克風災期間一系列的原鄉重建報導。2009年4月，尤拜·寶肚有感於原民被主流社會普遍誤解，於台北創立《台灣原民報》週報。週報著重報導原鄉以及都市原住民的生活現狀，希望藉此爭取政府與企業的資源扶助，並促進族群融合、增進社會繁榮進步。不過《台灣原民報》因勞資糾紛而在2011年結束(蘋果日報, 2010年10月31日)。2011年尤拜·寶肚創立《原聲新聞報》以及《原聲海峽兩岸雜誌》，推廣原鄉部落生活、文化活動與生態旅遊資訊，兩個刊物至2015年便未再出版。

隨著網際網路各種應用蓬勃發展，泛原民媒體亦出現原生網站、社群媒體、或是結合多種媒體敘事的形式。這些媒體有的由特定原運組織發起，或是由低度組織化的聯盟共同經營，也有以個人為單位進行發聲。由特定原運組織發起的媒體內容，常常有較為明確的原民議題面向。2013年成立的Lima台灣原住民青年團，除了每年參加聯合國原住民議題常設論壇(UNPFII)，更架設「台灣原住民國際訊息平台」網站提供台灣和國際原住民的相關消息。網站內容分享了團隊工作紀錄，並且編譯國內外原住民相關的新聞報導，試圖將國際間有關原住民族權利的最新討論引介到台灣、將台灣的情形與國際進行串連。不過該網站最近一次的文章發佈日期是2016年1月，其他消息已轉由該組織的臉書粉絲專頁發布，以轉貼國內外原民組織的臉書貼文為主。2013年，同性婚姻議題在台灣掀起一陣討論熱潮，為了回應布農族教會擅自使用原住民族名義反對同婚的情形，一群原住民青年成立「原住民族青年陣線」Facebook粉絲專頁發布聲明。聲明內容除了詳加說明原民文化中與性別氣質、多元家庭類似的概念，也嚴正駁斥布農族教

會綁架族群立場的行為 (Vanessa Lai, 2017 年 8 月 28 日)。後來，原青陣持續凝聚原民青年和關心原民議題的非原民青年，並透過社群媒體 Facebook 的粉絲專頁發表組織觀點、舉辦講座活動。當有原民相關的街頭抗爭，原青陣也會發起行動來擴大輿論關注、對政府施壓。2014 年幾位平埔原住民族青年有感於台灣社會留下的平埔族群歷史稀少，因而創立「沒有名字的人」Facebook 粉絲專頁，希望藉由生命敘事書寫以及影像紀實分享平埔青年的自我認同歷程，讓社會大眾了解平埔族群從未消失。

除了單一組織發起的泛原民媒體，也出現環繞某一原民議題、多個原民團體串聯發聲的媒體。相較於早期以原權會為核心的原住民族運動，這樣的現象也反映近幾年原運團體多為低度組織化或非常態性的聯盟組成，傾向以跨部落、跨族群地串聯眾多草根組織一同發聲 (阮俊達, 2015a)。因此，除了倡議團體，也出現不少以特定原民議題為號召的部落格或 Facebook 粉絲專頁。2008 年「狼煙行動聯盟」由原民各民族組成並且運作至今，為了喚起社會對原住民轉型正義的關注，於每年二二八紀念日號召施放狼煙的行動，並且在粉絲專頁中轉貼各個民族、部落、個人的聲援行動，平時則發布文章聲援與原住民族轉型正義相關的抗爭行動。類似作法的還有 2014 年關注原民長期照顧權益的「原住民長期照顧修法聯盟」、2016 年提倡平埔族群正名的「中部平埔族青年行動聯盟」，以及希望破解社會對於原民狩獵迷思的「台灣狩獵研究會」，還有 2017 年因抗議傳統領域劃設辦法而組成的「原住民族議會聯合行動」等。

除了團體，也有以個人為發聲單位的原民族群媒體。2013 年的排灣族青年鄭亦秦。他將原民議題融入攝影作品、搭配原民青年的文字書寫，創立了「白浪部落客」Facebook 粉絲專頁。除此，原運相關的網路行動也有非原住民的聲援者，例如非原住民的方克舟在 2012 年成立「什麼，你也愛台灣原住民?!」Facebook 粉絲專頁，與 2013 年成立的自營網站「Mata • Taiwan」。方克舟撰文分享原民文化、聲援原運，並且在網站文章中明白標示自身支持原運的立場：「在支持原民自治與平埔正名的路上，歡迎大家多多批評指教。」該網站致力於促進非原住民對於原民議題的理解，文章主題涵蓋文化、政治等面向，並且在自製內容之外廣泛邀稿、轉載文章，積極提高原民、非原民在 Mata • Taiwan 內容的參與度。

值得注意的是，相較於前一歷史時期，泛原民媒體也開始結合多樣化的行銷手法。1999 年發行的《台灣原住民月刊》，於 2002 年轉型為「台灣原住民電子報」網站經營，將過去紙本刊物轉換為網頁形式提供閱讀，希望提供社會大眾對台灣原住民族 16 族及多數尚未正名的原住民族有更深入了解及認識的管道。除

此，網站在文章內容的產製之外結合電子商務，提供部落產業如農產、工藝品的販售資訊以及徵才訊息，以商業手法包裝、行銷原住民文化（黃季平，2010）。同樣希望透過分享原民知識、經驗來增進族群之間認識，尤命·蘇樣於2011年10月發行《原廣時報》週報。該報認為，原民媒體紛紛加入市場，但是在提升原民媒體近用權的同時往往忽視對市場行銷的競爭力，導致最後在資源缺乏的情況下關閉經營。因此，原廣時報關心原民整體政治、教育、地區開發等議題之外，更結合平面媒體、網路視訊影音、廣播以及行銷企劃與活動，試圖普及行銷通路、讓原民的聲音能有效地表達。根據原廣時報 Facebook 粉絲專頁的介紹，原廣時報一直到2015年都還有在各大超商上架（原廣時報，無日期）。前文提及的「Mata·Taiwan」網站，亦在既有的線上內容服務之外舉辦收費講座、與各部落進行產業合作如電子商務、部落深度旅遊。這樣的作法既結合認識原民議題的不同媒體管道，也成為維繫其媒體經營的模式（NPOst，2017年1月18日）。

（四）小結

綜觀上述歷史階段，可以發現原民族群媒體的樣貌隨著當時所處的政治文化氛圍、原運路線分流以及媒體技術條件而變化。1954年至1980年「殖民論述主導」階段，媒體資源主要由官方掌控，這些以原住民為閱聽對象的刊物以及廣播電台在歷來殖民政權的同化政策下扮演政令宣導的角色。1980年代開始的「族群意識的啟蒙與抗爭」階段，追尋自我認同以及傳遞政治理念、爭取民主自由的社會氛圍，促使原運成為眾多社會運動中不容被忽視的一支。此時的原民族群媒體開始由原運團體掌握，目的在大眾媒體管道之外提出解構漢人文化霸權的反論述（counter-discourse）、喚醒原住民整體的族群意識。到了1990年代的「擺盪於抗爭與回歸之間」時期，隨著原運路線分流以及政府的媒體管制逐步解禁，原民族群媒體處於朝向族群內部凝聚、文化重建的過渡時期，在內容調性上也開始轉向文化主題或是綜合性報導。本文認為，原運本身的路線變化連帶影響原民媒體的發展樣貌。從1990年代都市原民知識青年開始回歸原鄉、透過辦報建構自身對於原民社會發展的想像，便可瞥見原運逐漸網絡化、個人化的開端。然而，上述階段的原民媒體受限於發行數量以及部落的經濟與教育程度，在凝聚族人認同乃至於實踐被理解權面向上影響力較小。

相較前一歷史階段創辦與經營媒體有一定的編採與排版等專業知識門檻，「新原運」時期的原民族群媒體在網路時代中，隨著發聲門檻下降而更草根且豐富多樣，也有進一步實踐被理解權的可能。此階段，部落及民族媒體的數量增加並著重族群內部成員的資訊交流、情感凝聚以及歷史紀錄；泛原民媒體則出現更

加多元的主題和定位，例如運動抗爭、跨文化交流，目標閱聽眾範圍也擴展到整體社會，希望喚起大眾對於原民議題的關心。除此，原民族群媒體的經營單位有原民個人、組織聯盟，也有認同原運理念的非原住民、與原民建立合作關係。由此，原民族群媒體確實如 Bennett 與 Segerberg (2012) 所言，呈現出社會運動網絡化與個人化的趨勢，並且隨著網路跨越時空、文化的特性發展出身分混雜的產製者樣貌。然而不論何者，這些媒體的生命短暫，往往面臨經營上的問題。為了找尋觀眾，原民族群媒體亦嘗試結合商業手法或是多元的媒體管道，在維繫媒體組織生命的同時，延續討論原住民議題的能量、推動社會變革。

第四節 研究問題

本文透過原住民族運動的發展歷史，梳理出法制化與草根化這兩個共同交織、互相影響原運樣貌的發展方向。過去「泛原運路線」以及「部落主義路線」雖然在政策面取得部分成果，但是 2000 年後泛原運團體勢力轉弱，加上中央部會、地方政府、司法機關等行政單位普遍對於原住民權利意涵欠缺理解，依然面臨原住民權利在制度中不易落實的法制化困境。除了體制內遭遇的障礙，原運在累積公共論述的過程中往往須持續與不同團體、個人的利益與價值衝突進行協商，例如牽涉土地使用的傳統領域議題、與環境保育議題環環相扣的狩獵文化。在 Young (1990/陳雅馨譯，2017) 的邏輯中，所有的文化歧視都帶來政治與經濟上的壓迫，而政治經濟上的壓迫亦得助於文化歧視。原運在體制內與體制外面臨的困境，折射出整體社會未正視、理解原住民族文化差異的結構性問題，更彰顯出原運既須持續建立內部團結，亦須對外部社會進行溝通協商的戰略位置。原運參與者也不斷地透過論述與行動辨認社會問題並放大議題聲勢，嘗試推進原運的發展。

本文認為，在原運推動的過程中傳播媒體一直扮演十分重要的角色。原運發起之初，便是透過黨外雜誌或是自辦媒體來發表運動論述，藉以在主流媒體漠視原民議題的情況下爭取原民以及社會大眾的認同與理解。本研究將原民族群媒體視為一種文化的社會運動——訴求社會變革的過程，因此原民族群媒體有非常多種的組織架構與實踐型態。原民族群媒體可能是與一般大型新聞媒體機構一樣在媒體創立者、管理者、員工等科層結構上有明確的權責分配，也可能是具有強烈在地屬性的小型媒體，由特定社區部落或團體透過水平化的分工進行集體產製等 (Wortham, 2013)。隨著媒體發聲門檻逐漸下降、參與文化更加蓬勃發展，我們更可以看見原民以各種媒介形式表達族群觀點、進行文化性的反抗，如拍攝紀錄

片、創辦報紙、經營網站等。媒體，顯然是原住民族在推動文化、政治權利自主的過程中，不斷進行符號競逐、解釋議題的重要場域。Husband (1998) 便從差異政治的角度提出，「傳播權」是少數族群表達集體權利的重要形式，與少數族群整體的社會文化發展息息相關。同時，他也透過「被理解權」指出整體社會必須認識、尊重不同族群文化的倫理價值。這樣的觀點，對於原運的當前處境尤其重要。本研究便是從此理論視角，關注原民族群媒體推動社會變革、促進族群對話的角色。

然而過往有關新媒體的原民傳播研究，普遍著重原住民傳播權利中的接近使用權以及媒體所有權，關注特定平台之中是否能夠提高不同民族、不同個人的參與，從而反映原民族群內部的多樣性（高志翔，2009；曾馨慧，2011）。但是透過歷史脈絡的爬梳，我們看見原民族群媒體的本身也是不同社會關係互動與競逐的場域。本研究將新原運時期的原民族群媒體整理在表1，可以看見泛原民媒體、民族媒體、部落媒體幾種型態，並且有不同族裔身分、經營單位的行動者投入其中。本文認為，這是因為原民族群媒體的樣貌與原運本身路線變化以及傳播科技發展有緊密的關聯。原運在網際網路蓬勃發展、媒體參與門檻不斷下降的情形下，正如 Bennett (2004) 所言，在個人、團體的行動之間形成持久性的社會運動。原民族群媒體也呈現出網絡化與個人化的趨勢，並且隨著網路跨越時空與文化的特性發展出身分混雜的實踐樣貌。由此可以發現，隨著新媒體科技的發展，原民族群媒體的社會變革潛力在不同的個人、組織、團體間有了更為複雜的合作與互動關係。

這些媒體服務的閱聽眾範圍一度隨著原運路線的分流轉向族群內部凝聚、紀錄文化歷史，而今又有將服務與對話的對象朝向社會大眾的趨勢。這樣的趨勢，從「擺盪於抗爭與回歸之間」時期出現的《山海文化》、《台灣原住民月刊》，一直到「新原運」時期的原住民族青年陣線、Mata • Taiwan、白浪部落客、沒有名字的人、原廣時報等越來越多伴隨各式網路應用而出現的媒體便可探知。這些變化如同 Deuze (2006) 對於族群媒體的觀察，是個人基於認同與社會網絡中的其他個人或機構所進行的連結與互動，並且以一種非常個人化的方式在實踐、豐富原運的理念。特納 (2002／國立編譯館譯，2008) 指出，原住民影片是產製者以各自的方式，從文化庫存中汲取觀念、象徵和價值觀來表達自身的觀點，牽涉到個人創造與社會競爭的過程。因此，原民族群媒體基於產製者的個人經驗與目的，會發展出極為多元的實踐樣貌。

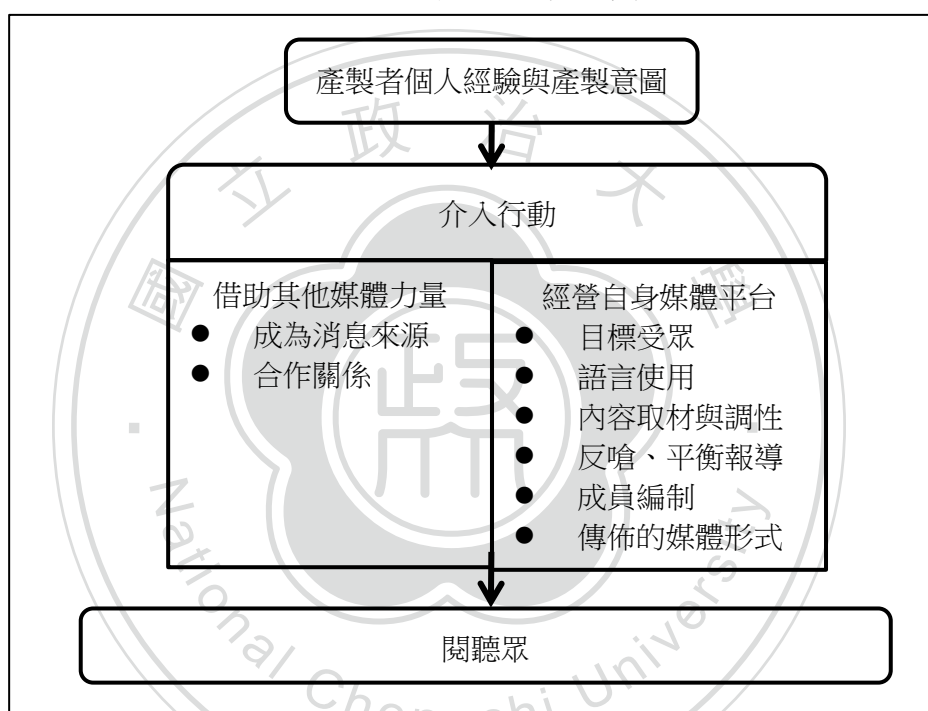
表 1：新原運時期（2000 年迄今）台灣原民族群媒體列表

媒體型態	服務原民族群內部	服務社會大眾
泛原民媒體	<ul style="list-style-type: none"> ●營利組織： 原聲報 台灣原民報 原聲新聞報 原聲海峽兩岸雜誌 蓮友廣播電台 東友廣播電台 美雅麥廣播電台 ●非營利組織： 原住民族電視台 原住民族廣播電台 原住民族 祖靈之邦 喔海洋頻道 台灣原住民網路社群 Ohaiya 原住民部落格 	<ul style="list-style-type: none"> ●營利組織 原廣時報 台灣原住民電子報 Mata · Taiwan ●非營利組織： 原住民族青年陣線 台灣原住民國際訊息平台 中部平埔青年行動聯盟 沒有名字的人 台灣狩獵研究會 白浪部落客
民族媒體	<ul style="list-style-type: none"> ●非營利組織： 鄒報 Suyang 舒洋 	<ul style="list-style-type: none"> ●非營利組織： 西拉雅 Siraya 平埔 952vazaytamo 製刊社 每天來點布農語啊！mapasnava Bunun saikin
部落媒體	<ul style="list-style-type: none"> ●非營利組織： 卡地布部落月刊 達魯瑪克部落報 奇美部落報 土坂部落報 達雅的呼喚：四季部落報 	<ul style="list-style-type: none"> ●非營利組織： 看見小林 O niyaro no mita 都蘭，我們的家 真柄部落

資料來源：本研究整理。

在原運內涵持續變化以及傳播科技發展的交互影響下，有關原民族群媒體的探討，不能只是關注科技結構轉變使得媒體參與變得可能，而要更進一步理解這些運動者、媒體產製者如何策略性地運用媒體科技完成目標。本研究從傳播權、被理解權的理論視角出發，進一步將原民族群媒體實踐被理解權，也就是試圖推動社會變革、促進族群相互理解的各種溝通行為稱為「介入行動」。而介入行動的概念，包含原民族群媒體與其他媒體之間的互動情形，以及產製者如何安排自身媒體內容的產製與傳佈，例如目標受眾的設定、語言的使用、內容取材與調性、傳佈的媒體形式、成員編制等。

圖 3：原民族群媒體的傳播實踐



資料來源：研究者繪製

因此，本研究將透過「介入行動」的概念描繪這些旨在向社會大眾進行對話與倡議的原民族群媒體，其產製者如何在不對等的族群關係結構中採取行動、試圖吸引大眾關注原民議題？本研究希望透過具體的介入行動經驗，深入發掘新原運時期原民族群媒體的實踐樣貌，了解原民族群媒體產製者的意圖與策略。提出的研究問題如下：

1. 新原運時期，旨在推廣原民議題、進行倡議的原民族群媒體如何採取介入行動？
2. 新原運時期，原民族群媒體在進行介入的實踐過程中，面臨了甚麼樣的限制與困難？產製者又如何評估、看待介入行動連結媒體生產與接收的過程？

第三章 研究方法

本研究以 Husband 的傳播權與被理解權作為理論框架，關注原民族群媒體產製者的試圖連結生產與接收的實踐過程。這個實踐過程涉及了媒體產製者的經驗與產製意圖、採取的族群媒體介入行動，以及媒體內容實際的接收情形（如圖 3）。以實踐為取向的研究，關注人們如何說以及如何做的過程，並透過這個過程瞭解人們實際行為和社會制度、結構之間的關係（Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lewis, & Tacchi, 2016）。以實踐為中心的媒介研究，便是強調觀察與理解人們的實際作為和媒介之間的關聯性，這個實踐過程牽涉到媒體內容及意義如何被製造，又，在內容生產的過程涉及什麼樣的實際作為以及論述過程（郭文平，2013）。欲了解此一過程，必須透過具體現象觀察以及經驗描繪才能探知。因此研究者採取數位民族誌作為研究方法，觀察原民族群媒體產製者在網路空間中所發佈的貼文，以及其他媒體對於該媒體的關注情形。除此，研究者也針對原民族群媒體產製者進行訪談，藉以瞭解其產製意圖、實際操作的經驗以及他們如何評估與看待自身媒體內容所達成的目標。

第一節 研究對象

本研究認為台灣原民族群媒體依媒體主題論及的族群範圍來說，可以分為泛原民媒體、民族媒體、部落媒體幾種型態，並且由不同的個人、組織、原民、非原民經營。由於本研究關注原民族群媒體採取的介入行動，因此在研究對象的選擇上先排除大多在進行族群內部互動交流、以原民為閱聽對象的媒體，鎖定旨在進行倡議、跨文化交流等將閱聽眾範圍拓展至社會大眾的原民族群媒體。除此，隨著網際網路興起原民族群媒體的產製者樣貌混雜多樣，光是以「原住民」、「媒體」、「網站」、「Facebook」為關鍵字在 Google 搜尋引擎以及 Facebook 平台進行搜尋，便可得到上百筆資料。不過研究者進一步觀察發現，這些網站和粉絲專頁多數為政府各級原民事務機關傳遞政策資訊的網站、學術與教育單位介紹原民文化知識的博物館網頁、部落產業行銷網站，少數是專注於原民相關內容製作並持續更新的網站與粉絲專頁。其中，由原民個人或是組織自發成立的網站以及粉絲專頁雖然數量眾多，但並非每一個網站都有持續更新內容與維持運作。為了進行更完整、深入的討論，本研究針對旨在進行社會溝通的原民族群媒體，依據經營者的單位性質各選一個媒體進行探討與分析。以下將分述選擇的個案以及原因。

一、非營利組織經營：《原住民族青年陣線》粉絲專頁

原住民族青年陣線粉絲專頁（簡稱原青陣粉絲專頁）是由原住民族青年陣線經營的臉書粉絲專頁。原青陣是集結台灣不同大專院校原民社團的青年組織。組織與粉絲專頁的成立，緣起於 2013 年一群原住民大學生不滿布農族教會在護家盟大遊行中擅自以原住民族名義反對同性婚姻合法化。他們希望從原民青年對自身文化的理解與觀點來表達對性別議題的看法，因而聚集討論、撰寫聲明。當時為了找一個媒體管道刊登聲明，他們成立了「原住民族青年陣線」粉絲專頁。後來，原青陣持續凝聚原住民青年的力量，並且時常透過粉絲專頁表達對於時事的看法。原青陣至 2017 年臉書社團已經有 200 多人，成員主要來自在都市地區成長或求學的原住民，以及認同原民議題的非原住民。原青陣在臉書粉絲專頁中如此介紹組織：「一群原青和關心原住民族議題的青年組成，包含各大專院校的原住民、關心原住民議題的學生，讓我們聚集起來為原住民族發聲！」

在眾多原族群媒體當中，原青陣在網路空間中的活動以及媒體策略運用上非常活躍。2013 年成立以來，原青陣以集體名義持續關注多元成家、十二年國教課綱、反核、反服貿等社會議題，並在議題發酵之際透過臉書粉絲專頁發表聲明，或是與其他原民運動團體進行串聯，透過記者會、發起抗爭行動等方式來擴大輿論的關注、向政府施壓（阮俊達、尤儷·芘娃思、黃傑、李品涵，2014）。原青陣除了針對時事議題以及抗爭行動發布文字聲明，也會自製圖文內容來介紹原民議題，例如「【八月一號，蔡英文道什麼歉？】」、「【原住民族土地概念介紹 懶人包上線！】」、「其實我們都一樣 | 關於平埔族群的那些小事」等主題。政府推動的原民相關政策以及公聽會，原住民青年陣線也會追蹤進度，並且透過臉書粉絲專頁張貼會議紀錄與分享觀點。例如 2017 年 8 月 1 日蔡英文於原住民族日道歉滿周年，原青陣推出「蔡英文原住民族政策監督平台」網站，彙整政府 37 項原民相關政策承諾的推動進度，同時邀請社會大眾共同登入平台為政策評分。除此，原青陣也會舉辦實體活動，例如著重內部培力的共識營、讀書會，以及討論原民相關議題的講座活動。

目前，原青陣臉書粉絲專頁的訂閱人數有 2 萬 5 千多人，2017 年共張貼了 254 篇貼文，平均每周有 4 到 5 篇貼文發佈。每篇貼文平均有 131 人按讚人次，其中擁有最高按讚次數的貼文是原青陣聲援傳統領域劃設辦法抗爭行動的直播影片，有 871 個按讚人次。本研究認為，原青陣嘗試推廣各項議題並且在媒體的應用上十分靈活，是相對適合探討原族群媒體實踐中傳播權與被理解權意涵的

案例。

二、營利組織經營：《Mata · Taiwan》

Mata · Taiwan 網站為 2013 年方克舟創辦的媒體平台，內容關注原住民議題，題材囊括政治、文化、歷史、經濟等不同面向。即便可能因為奶奶是噶瑪蘭族而有族群身分連結，方克舟自認為成長背景與閩南人無異，自網站創辦以來並不以原民身分自居（NPOst 公益交流站，2017 年 1 月 18 日）。媒體成立目的是增進非原住民對原民議題的認識、作為原漢之間的溝通橋樑，企圖以媒體的方式支持原住民族自治與平埔族正名運動。Mata · Taiwan 網站前身為方克舟在 2012 年 9 月經營的臉書粉絲專頁「什麼，你也愛台灣原住民？！We Love Taiwanese Aborigines」，經營初期以個人觀點撰文分享原民議題。2013 年，臉書粉絲專頁的訂閱用戶數逾一萬人，方克舟架設官網「Mata · Taiwan」，與粉絲專頁共同營運。

Mata · Taiwan 由方克舟以個人工作室的收入維持運作，組織業務與成員編制歷經多次變動。媒體創立初期的文章主要由方克舟親自至各地部落採訪撰寫，不過網站內容曾被質疑只有一人觀點，2014 年初開始招募志工撰稿並廣邀讀者投書、轉載文章，企圖在文章題材、來源等面向提高原民族人的參與，增加網站內容的多元程度（龔亭毓、詹舒婷，2017 年 2 月 23 日）。2015 年，Mata · Taiwan 成立特約採訪編輯團隊，人數最多曾達 6 位，其中 2 位具有原民身分。一直到 2017 年，其中 1 位特約採訪編輯轉為正職，此時成員編制共 2 人。經營期間，Mata · Taiwan 持續摸索商業模式，資金來源包含與部落合作的旅遊行程、講座活動、私部門合作專案，過去也曾獲文化部計畫補助。Mata · Taiwan 最後因經營問題與媒體環境變化，在 2018 年停止發佈自行編採的文章，僅發布少量的轉載文章與讀者投書。

以 2017 年來說，Mata · Taiwan 共有 222 篇文章產出，平均每周有 2 至 4 篇文章發佈。Mata · Taiwan 的臉書貼文的平均按讚次數為 455 人次，其中擁有最高按讚次數的貼文是解析世大運開幕典禮表演中原民文化元素的文章，有 4273 個按讚人次。這些文章，除了來自 Mata · Taiwan 自行編採的內容，也包含轉載文章和各方讀者的投稿，其中標示作者原民身份的文章約佔 24%，包含大武壠、拍瀑拉、馬卡道、道卡斯、噶哈巫、阿美、卑南、賽德克、泰雅、噶瑪蘭、太魯閣、排灣等民族。除此，本文表 1 的媒體列表中的許多原民族群媒體，文章也曾刊登在 Mata · Taiwan，例如原青陣、中部平埔族青年聯盟、沒有名字的人、台

灣狩獵研究會等。Mata・Taiwan 也與其他媒體合作開設專欄，如 BuzzOrange、關鍵評論網、自由時報評論網、天下雜誌等，藉以增加網站文章的能見度（NPOst 公益交流站，2017 年 1 月 18 日）。除了線上文章，Mata・Taiwan 也透過不同形式推廣原民議題，從 2015 年開始舉辦原民相關主題的講座活動、與部落合作深度部落旅遊（林庭萱，2015 年 9 月 15 日）。

Mata・Taiwan 自臉書粉絲專頁成立五年以來訂閱用戶逾 5.9 萬人，網站每月達 20 萬不重複造訪人次，網站瀏覽量大過於原民台網站，粉絲專頁訂閱人數也超過原民台粉絲專頁（劉致昕，2014 年 11 月 8 日；李佳霖、曾傑，2016 年 8 月 1 日）。Mata・Taiwan 網站逐漸累積的聲量也吸引了其他媒體的關注，原視、公視、大愛電視台、關鍵評論網皆曾專訪方克舟經營 Mata・Taiwan 的經驗。Mata・Taiwan 在眾多進行社會溝通的原族群媒體之中，成立目的側重增進社會大眾對原民議題的理解，在媒體內容產出之外也結合不同傳播管道推廣文章。基於成立目的、靈活的媒體策略、不同於以往紙本或廣播電視為主的傳播形式，Mata・Taiwan 在營利組織經營的原族群媒體中是相對適合探討新原運時期實踐意涵的案例。

第二節 資料蒐集

一、數位民族誌

數位民族誌(digital ethnography)根源於質性研究方法「民族誌(ethnography)」，是民族誌的一種取徑（Pink, Horst, Postill, Hhorth, Lewis, & Tacchi, 2016）。民族誌試圖掌握特定情境下人類的社會活動，透過對於事物進行詳細的紀錄與描述，進而詮釋人類行動的意義與功能（Flick, 2002／林靜如譯，2007；Babbie, 2013／林秀雲譯，2014）。這樣的方法強調研究者必須放下原有的文化包袱，試圖和研究對象建立某種形式的心理親近性與跨文化認同、貼近研究對象的觀點，藉以詮釋研究對象所處的生活世界（Geertz, 1983／楊德睿譯，2007）。民族誌學認為，透過觀察特定情境下言語或其他面對面行為，可以更全面地研究微觀的社會秩序。因此，民族誌除了關注人們的認知、思想，也關切人們實際的行動，例如交談、書寫檔案等（Silverman, 2010／田哲榮、司徒懿譯，2010）。

近幾十年來社會與科技的條件快速轉變，社會生活與文化存在的場域除了實體空間，還有許多是在開放且流動的網路空間中成形。唐士哲（2004）認為，民族誌對於陌生人事物的好奇與以及豐厚紀錄與描述，是探索、瞭解人們在網路空

間中行為與活動意涵的最佳工具。然而，網際網路帶來跨越時空的訊息溝通與傳遞形式，更使民族誌田野觀察的場域可能多重多變。因此，「數位民族誌」便是隨著數位科技在人們日常生活感知、想像與認同的建構中扮演日益重要角色的情形下，探索民族誌的進行方式（Pink, et al., 2016）。為了瞭解原民族群媒體的實踐過程與意涵，本研究採用「數位民族誌（digital ethnography）」蒐集資料。

隨著網際網路發展，出現各式各樣的網路應用如電子郵件、聊天室、部落格、網站、社群媒體等，而某些社會行動可能只在線上互動或是同時進行線上與線下的傳播行為。面對網路空間中如此多元的傳播樣態，Pink 等人（2016）指出數位民族誌的進行方式十分多樣，並且與研究者的研究問題、理論視角、研究對象本身息息相關。也就是說，數位民族誌不只專注於數位科技本身，而是進一步探問數位科技如何被使用、被鑲嵌於人們日常實踐的脈絡之中。因此，數位民族誌並非將田野觀察與互動的場域限定在網路空間之中，研究者應該根據不同研究問題與研究對象來界定田野觀察的場域（Garcia, Standlee, Beckhoff, & Cui, 2009）。

透過上述討論，我們可以知道數位民族誌的研究設計具有一定程度的彈性。許多運用民族誌方法進行網路研究的學者主張以人類學者 Marcus 提倡的多元地點策略（multi-sited ethnography）思維出發，認為研究者應正視研究群體的動性以及與不同群體間的互動關係，在不同場域的連結、串接、並列中建立民族誌的論證（唐士哲，2004；Schrooten, 2012；Pink, et al., 2016）。而民族誌研究中「跟隨當地人（follow the locals）」的指導原則，便是引領研究者進入田野、探尋觀察場域的方式（Postill, 2014）。「跟隨」的途徑，除了跟隨研究對象，也可以跟隨研究對象相關的物件例如網站、研究對象提出的主題與活動、跟隨研究對象的生命史、或是跟隨相關的衝突等（Marcus, 1995; Pink, et al., 2016）。由此，田野觀察的場域是透過研究者的敘事與實踐將這些流動加以連結與建構。

除了透過跟隨原則探尋田野場域，研究者也必須瞭解不同觀察場域所賦予的物質與空間條件，藉以考量民族誌的技術性問題，例如田野觀察的時空背景、身分建構的真實性等考量等（唐士哲，2004）。由於使用者在網路空間中的行為往往是奠基在交談、訊息分享等書寫文本的創造、交換與點選中形成，數位民族誌的研究者許多時候也是在網路空間中追蹤人們做了什麼、透過文本化的生活經驗產出研究資料。然而不論何種取徑的民族誌，研究者所採取的觀察位置相當重要。研究者若以難以被察覺的旁觀者自居，好處是沒有侵犯或打斷研究對象活動的疑慮，卻可能有研究倫理以及從外於觀察場域的觀點進行詮釋的問題（Flick, 2002／林靜如譯，2007）。由於民族誌強調研究過程中研究者與研究對象之間的對話

與合作關係，研究者在單向觀看研究群體在網路空間創造的文本外，還可以涉及更主動的探究（唐士哲，2004；Garcia, et al., 2009）。因此數位民族誌的研究者也可能透過參與線上討論、線下實體活動、進行線上或是面對面訪談等方式貼近與學習研究對象的感受（陳志萍，2008）。

許多以民族誌方法進行的網路研究，便是結合與研究群體的線上線下互動進行資料蒐集。Schrooten（2012）為了觀察巴西民眾以及移民如何在網路空間中凝聚彼此，在巴西人普遍使用的社群網站 Orkut 針對其中的三個網路社群進行 6 個月的蹲點觀察。Schrooten 除了以研究者身分參與社群的互動與討論，也盡可能地面訪或以電子郵件訪問社群的發起者與參與者。其面訪的目的一方面是瞭解線上社群與參與者實際生活的連結，另一方面則查證、比對線上蒐集的資訊。然而，當研究對象的實踐行動多發生在私領域之中，研究者可能受限於社會規範以及研究行為發生的時間地點而無法以參與觀察來蒐集資料。譬如 Pink 等人（2016）指出，Horst 關注網路同人小說作者的創作過程，由於創作者散居不同地理區域且都是在自家空間進行創作，他決定採取面訪結合日誌法進行研究。而 Postill（2014）為了探討西班牙憤怒者運動抗爭行動中運動者不斷擴散訊息的傳播行為，則是同步追蹤運動領導者發布的貼文、參與線下的抗爭活動，並且選定運動組織發布這些消息的社群媒體帳號，重建整個抗爭行動不同階段發生的事情。由此，進行民族誌的過程中也常需透過網路空間中留下的行為痕跡與檔案紀錄、訪談或其他材料來回溯關鍵參與者的行動事實（Pink, et al., 2016）。

透過前述案例的做法可以瞭解，數位民族誌必須盡可能地參與、適應研究對象行為所涉及的物質環境與實踐秩序之中，靈活地透過不同路徑增進對於研究對象的理解（Garcia, et al., 2009; Schrooten, 2012）。以本研究關注的原民族群媒體來說，許多產製者是透過臉書粉絲專頁進行發聲的。Postill 與 Pink（2012）認為，在社群媒體進行民族誌研究，觀察期間的例行公事包含跟隨（catching up）、分享（sharing）、探索（exploring）、互動（interacting）、存檔（archiving）。由於社群媒體的內容由使用者產製內容構成，鼓勵使用者更新動態、分享數位內容已成為平台的內在運作邏輯。因此，除了「跟隨」研究對象發布的訊息，「分享」數位內容的行為，例如轉貼訊息或超連結，也是研究者融入、觀察社群媒體中研究群體日常實踐的一部份。「探索」意指探索發布貼文內容中的超連結，觀察這些超連結所指引的網路空間是其他網站平台還是社群媒體使用者的帳戶等。「互動」涉及的面向則十分廣泛，包含對研究對象發布的 Facebook 貼文按讚、留言或在線下碰面等。而社群媒體隨著人們透過文字與影像創造的交談與互動也成為一個

檔案庫，更成為研究者蒐集、儲存田野資料的資料來源。因此，在將研究主題相關的貼文、留言等紀錄進行「存檔」，也成為民族誌過程中田野筆記的一部份。

本研究基於傳播權與被理解權的理論視角關注原民族群媒體的傳播實踐，希望瞭解產製者採取的介入行動過程與主觀想法，將採用數位民族誌作為研究方法，並遵循跟隨的原則探尋觀察場域。本研究的觀察場域，根據文獻整理的介入行動分成經營自身媒體平台、借助其他媒體力量兩大面向，並跟隨這兩個面向中貼文、超連結所指引的網路空間多方探尋觀察與互動場域。以經營自身媒體平台來說，介入行動又包含目標閱聽眾、內容取材與調性、傳佈的媒體形式等設定。本研究認為原民族群媒體透過自身掌握的平台所發布的內容，是產製者在特定的社會脈絡與條件下所採取的介入行動與結果。因此，研究者將研究對象擁有的 Facebook 粉絲專頁、網站視為田野觀察場域的一部份，針對貼文文章的語言使用、內容取材、文章來源、圖文呈現形式等傳播表現進行觀察與描述。內容取材的主題，將參考黃鈴華（2005）對於原運訴求的主題分類，並融合研究者實際觀察的材料進行判斷。田野觀察以過去一年來（2017 年 1 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日）為區間進行資料蒐集、存檔。除了回溯過去已經發布的貼文內容，研究者自 2018 年 2 月開始透過 Facebook 粉絲專頁的訂閱通知功能，除了維持每日上站一次的頻率，也在系統通知時觀察研究對象發布的粉絲專頁貼文。

以借助其他媒體力量的介入行動來說，包含成為消息來源、與其他媒體建立合作關係等。因此，研究者參考 Brantner 與 Herczeg（2013）探討族群媒體與主流社會之間互動情形的作法，觀察新聞媒體或其他機構網站對於該原民族群媒體的關注情形，藉以瞭解該媒體的介入行動以及在實體世界引起的迴響。研究者透過新聞媒體的電子資料庫以及 Google 網路搜尋引擎，搜集與該組織相關的媒體報導、專欄、讀者投書或其他文字與影音紀錄，並且觀察該組織在這些報導與線上討論中如何被呈現。像是文章是以該媒體作為報導主題、轉載該媒體的完整文章、於報導中引述該媒體的文章內容、還是針對某一事件採訪該媒體或成員的說法作為消息來源，像是「某媒體提及」、「某媒體編輯表示」等等。

觀察期間，研究者對於感興趣、認同的內容也會視情況進行按讚或分享等互動。除了在網路世界中進行觀察與互動，研究者也結合線下的實體活動參與以及深度訪談蒐集資料。Mata • Taiwan 以及原青陣在這段期間公開舉辦的線下實體活動，研究者以活動參與者的身分參加了三場。這三場活動分別是原青陣在 2017 年 2 月 28 日凱達格蘭大道號召的狼煙行動、同年 6 月 4 日舉辦的「誰是原住民？」平埔族群工作坊，以及 Mata • Taiwan 在 2017 年 5 月 15 日舉辦的平埔族群議題

「隱藏屏東鄉間的原住民——誰是『平埔』？誰是『馬卡道』？」講座。2018年2月8日 Mata·Taiwan 在坊間受邀分享創業歷程的講座——「沒有人是局外人？一位非原住民如何透過網路媒體走進原民議題」，我也以聽眾的身分參與其中。整體而言，研究者並沒有參與研究對象的媒體內容產製過程，而是以讀者、活動參與者等較偏向觀察者的身分進行觀察與互動。參加不同的實體活動的目的，除了是從不同管道貼近研究對象的行動經驗，也有助於本研究進行更深入的訪談。

如 O' Donnell 等人（2009）所提醒，研究者不一定要對媒體實踐過程的意義預設形式與喜好，而是透過具體的經驗描繪、聆聽產製者的衡量與判斷來理解。Seidman（2006）指出，訪談中的提問能重建經驗細節，經驗的重建目的在於讓訪問提供一種接近他人行為所在的脈絡，從而瞭解談話者自身賦予行為意義的主觀經驗。為了深入瞭解原民族群媒體產製者如何說以及如何做的過程，本研究也針對媒體組織的成員進行線下訪談。訪談提問方向共有三個，目的在確立和研究主題有所關連的主觀觀點。第一部分，了解媒體產製者的個人背景、經歷以及產製媒體的意圖。第二部分，針對傳播權面向關注媒體組織以及傳播表現了解族人的參與情形。第三部分，著重被理解權，欲了解產製者透過媒體採取之介入行動以及推動社會變革的過程所遭遇的困難，而其又如何評估媒體內容的效果。雖然訪談大綱是事前擬定，研究者仍會依不同媒體經營的做法、田野觀察的內容調整提問內容。訪談大綱如下：

（一） 產製者個人背景脈絡以及媒體經營目的

1. 請問您加入／創辦該媒體之前的經歷為何？您自己是何時開始關注原民議題的呢？
2. 能否請您分享創辦／加入該媒體的動機為何？
3. 請問您認為這個媒體的內容是希望可以給誰看？請問您認為這些閱聽眾在台灣原運中扮演甚麼樣的角色？

（二） 組織編制以及族人參與情形

1. 能否請您描述貴組織的團隊組成以及媒體實際的運作情形？
2. 貴組織的媒體內容，除了自行編採的文章之外還有很多來自各方的投稿或轉貼文章，能否請您分享一下做此安排的原因？
3. 能否請您描述邀稿、轉載文章的過程中原族人的投入情形如何？
4. 面對各方投稿以及轉載文章，能否請您說明刊登的判準為何？

（三） 介入行動

1. 借助其他媒體力量面向

- (1) 您對於主流媒體報導或呈現原民的方式有甚麼樣的觀察與看法？當主流媒體錯誤再現族群形象時，貴組織是否採取過什麼樣的行動進行反制或平衡說法？能否談談當時的情境？
- (2) 承上，除了反制，請問貴組織是否有與新聞或其他媒體互動、合作的經驗？能否描述一下當初的合作過程與互動情形？
- (3) 承上，您認為這樣的合作關係如何？

2. 經營自身媒體平台面向

- (1) 貴組織經營的媒體文章主題十分多元，這些文章的主題通常如何選定？
- (2) 能否請您描述這些主題撰寫的切入角度、風格會怎麼安排？會考量到哪些因素？
- (3) 你們在理解與表達原民議題的過程中，會特別注意什麼事情？能否請你談談印象深刻的經驗？這些嘗試是否面臨過什麼樣的爭議？
- (4) 為了吸引社會大眾關注，貴組織在議題取向、文章風格、內部工作方式是否做過嘗試與轉變？能否談談做過哪些重要的嘗試？
- (5) 以您的經驗來說，您認為貴組織透過網路媒體推廣原民議題有甚麼樣的好處以及侷限？
- (6) 貴組織在平常的媒體經營外還有舉辦線下的實體活動，能否請您談談舉辦這些活動的動機以及參與情形如何？

3. 連結媒體內容生產到接收過程的評估

- (1) 貴組織的媒體平台常常有讀者留言互動，請問貴組織如何看待與讀者之間的互動關係？
- (2) 在推動議題的過程中，是否面臨過什麼樣的質疑？能否談談印象較為深刻的經驗以及貴組織對此案的看法？
- (3) 以貴組織推動議題的目標來說，你們通常會如何評估推動議題的效果？能否談談幾個你覺得效果不錯或印象深刻的案例？
- (4) 承上，您認為貴組織在推動議題的過程中面臨的困難是什麼？能否談談你觀察到的現象與看法？

原住民族青年陣線的社團成員大多來自原青陣實體活動參與者，參加過內部培力活動的人都會被加入原青陣臉書社團，目前社團約有 200 多人。原青陣有總召與幹部團的職務分工，粉絲專頁則有固定的管理者，包含現任總召以及其他幹部成員共 6 位小編。因此本研究選擇熟悉整體組織運作的總召以及臉書粉絲專頁小編進行訪談，總計 6 位。關於 Mata • Taiwan，由於該媒體的文章除了自製內容，還包含了讀者投書、轉載文章，因此研究者邀請擁有最終決策權的總編輯進

行訪問。受訪者名單如下：

表 2：受訪者名單與訪談狀況

	受訪者	職稱	身分	訪談時間	訪談長度
1	Kai Limadjakan	原住民族青年陣線 現任總召、小編	排灣	2018/06/25	2 小時 30 分
2	Savungaz Valincinan	原住民族青年陣線 前任總召、小編	布農	2018/05/11	2 小時 40 分
3	溫馨	原住民族青年陣線 幹部、小編	魯凱	2018/05/14	2 小時 50 分
4	傅崇益	原住民族青年陣線 幹部、小編	非原民	2018/05/09	2 小時 50 分
5	Lisin Sizu Cikatopay	原住民族青年陣線 幹部、小編	阿美	2018/05/19	2 小時 30 分
6	張佳蓉	原住民族青年陣線 幹部、小編	非原民	2018/05/15	2 小時 40 分
7	方克舟	Mata • Taiwan 發起 人暨總編輯	非原民	2018/05/08 2018/10/17 2018/12/20	2 小時 1 小時 30 分 (電訪) 1 小時 (電訪)

二、研究者角色與研究倫理反思

Geertz (1983/楊德睿譯, 2007) 指出, 人類學者企圖在透過田野工作的過程中, 透過設身處地的同情與研究對象建立某種程度的心理親近性。然而, 這種親近性不是去佯裝一種超乎常人的抹滅自我、體察同伴的心靈感應, 而是仰賴研究者認識與解釋研究對象的能力。然而, 田野工作中觀察者的現身、決定扮演的角色, 以及觀察者本身的性別、年齡、社會階級等背景, 都會形塑觀察者與被觀察者之間的互動、影響觀察者的所見所聞 (Silverman; 2010/田哲榮、司徒懿譯, 2010)。民族誌的書寫, 便是展現田野過程中觀察者與被觀察者之間的對話與協同關係 (唐士哲, 2004)。因此, 研究者認為必須在寫作過程中誠實交代自身所處的社會位置, 並於民族誌過程中時時反思個人經驗如何影響研究操作。

自 2010 年起研究者便成為社群媒體 Facebook 的重度使用者, 每天有空就會

進入臉書瀏覽與更新動態塗鴉牆、追蹤自己感興趣的粉絲專頁與臉書社團。身為半個客家人、關注公共議題、大學時期曾投入校內服務性社團定期定點至部落舉辦活動的研究生，我在 2013 年至 2014 年間便開始訂閱 Mata • Taiwan、原住民族青年陣線、白浪部落客以及其他原民相關主題或抗爭行動的粉絲專頁。最初的訂閱動機是希望透過粉絲專頁提供的資訊了解原民青年的觀點、聲援議題與追溯自身的族群認同。2013 年迄今，我除了在 Facebook 中瀏覽、按讚、分享相關主題的貼文，也持續參與原民相關主題的講座與研討會、部分原運議題的街頭抗爭以及部落在地組織的活動，例如遊行志工或部落組織短期的志工人力。期間，我也曾參與原青陣、Mata • Taiwan 的實體活動。廣泛來說，我大多處於局外人以及最外圍參與者的位置。一直到 2016 年回顧王光祿案所引起的社會討論，作為傳播所研究生的我開始以傳播的角度思考不同行動者在線上線下推動原民議題的現象，才決定以原民族群媒體作為研究主題。

以研究倫理來說，不論研究者是純粹的觀察者還是全然的參與者，都必須要將研究目的以及動機公開化、取得研究群體的同意 (Schrooten, 2012)。對此，本研究採取事前同意、事後確認以及誠實揭露的原則。也就是在進行訪談前取得研究群體事前的同意，若在研究書寫上使用在非公開場合發表且沒有經過完整事前同意的田野觀察內容，將向當事人進行事後確認。除此，我在向兩個原民族群媒體提出訪談邀請時，除了表明研究目的，也揭露自己曾參加過組織的活動、是他們粉絲專頁的讀者。作為一個非原住民，我在進行訪談時也常被詢問關心議題的動機。因此適時交代自己的族群身分與個人經驗後，我也在民族誌過程中也不斷反省自身文化框架的思考盲點與侷限，並盡可能地透過多樣的資訊來源貼近研究對象的經驗與感受。

第四章 研究發現

第一節 原住民族青年陣線粉絲專頁

一、成立背景與媒體產製意圖

原住民族青年陣線粉絲專頁與原青陣團體的成立是同一時間，自 2013 年 12 月成立至今已近五年。原青陣主要透過臉書社團進行內部討論，而臉書粉絲專頁是組織對外發聲、解釋議題，並協助原民相關資訊擴散的媒體管道。因此，原青陣臉書粉絲專頁可以被視為非營利團體所經營的媒體平台。本研究將先介紹原青陣成立的時空背景、成員組成，再概述粉絲專頁定位與運作模式。

1. 成立緣起與目的

原青陣成立的時空背景，正值 2013 年 12 月台灣社會熱烈討論同性婚姻與多元成家法案議題之際。當時布農族教會以原住民族名義反對多元成家，綁架族群立場的發言激起一群原住民大專院校學生的討論與行動。他們串聯台灣各大學原住民社團的學生，希望針對議題表達屬於原住民青年的看法¹⁴。當時為了尋找一個平台刊登聲明稿，他們選擇在台灣人普遍使用的臉書平台創立「原住民族青年陣線」粉絲專頁，在 12 月 24 日發佈第一篇貼文「原青陣支持同性婚姻及多元成家聯合聲明」。後來，原青陣持續凝聚關心公共議題、希望自主發聲的原民青年，並沒有明確的組織定位與分工架構。一直到 2015 年初、反服貿運動過後，原青陣與原住民族政策協會、Lima 原住民青年團等原民團體共同舉辦了議題討論營隊，才確立較明確的組織定位：青年培力、青年發聲。回顧組織成立背景，Savungaz 就表示：

我們其實認為有一些所謂的原住民身分代表這件事情阿，可是他後面代表的意思事實上不是所謂的文化意識也不是從族群觀點出發，而是他用原住民的身分去支持某一個意識例如說教會的意識，最後我們就會認為說，我們要做一件事情就是，我們從自己是原住民青年然後學習文化跟親近文化的原住民青年，從我們的反思裡面去談論我們看見的社會議題跟社會現象，那他最開始其實沒有這麼有什麼使命感或是什麼，就是說

¹⁴ 連署社團包含臺灣大學原聲帶社、成功大學原住民文化交流社、美和科技大學原住民青年社、東華大學阿美族學生會、輔仁大學努瑪社、東華 Rainbow Kids 同伴社、東華大學卑南族學生會、臺東大學瑪塔社等。

因為我們想談。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

對成員來說，原青陣提供了在都會地區出生、讀書或工作的原民與非原民青年一個共同討論、參與原民議題的地方。相對於原鄉地區的部落青年會因為年齡相近或部落既有的社會制度分工而彼此凝聚、參與部落公共事務，身處都會地區的原民青年不一定有前述的人際網絡，反而是透過校園的原民社團、原民倡議組織參與原民議題。現為原青陣幹部與小編的溫馨到台北就讀研究所時加入原青陣，本就十分關注公共議題的他提到：「(原青陣)一開始(組織)起來就是希望讓都市原住民青年有一個可以討論的地方，因為以都市來說，本來就不像在部落，通常部落也會有青年會，或是部落的年輕人也會聚集在一起。(溫馨，2018 年 5 月 14 日)」曾參加其他原民倡議組織的成員 Lisin 更表示：「在(參加)原青陣以前，我也有參加一些比較年長一點的，就是原住民運動前輩們的那種聯盟或團體，但我一直都覺得我在那裡面好像更幫不上忙。(Lisin, 2018 年 5 月 19 日)」也就是說，原青陣除了聚集關注原民議題的青年，也在既有的原民倡議團體中開拓屬於青年世代學習與投入原民議題的空間。

回顧原運的歷史發展，青年世代一直是推動議題的重要力量。2000 年以降，各族、各部落青年組織或大學原民學生社團，都在不同地區的草根抗爭中扮演重要角色(阮俊達、尤儷•芟娃思、黃傑、李品涵, 2014)。尤其在 2012 至 2013 年間，台灣社會有非常多與原民議題相關的大型街頭行動，例如反美麗灣大遊行、反核大遊行、溪州部落反拆遷等。在聲援議題的場合裡，不同大專院校的原民青年、非原民青年有更多機會彼此連結，而原青陣的初期成員多是在先前街頭抗爭中結識的夥伴。原青陣成立後，成員多來自原青陣相關活動的參與者，例如共識營、工作坊或記者會。即便原青陣的實體活動多在北部區域，但是成員組成卻橫跨地理疆界、年齡、職業、族群，背景十分多元。除了全台大專院校原民社團學生，在都市出生、工作或讀書的原民青年以及漢人也參與其中。其中，原民青年的族群身分有來自目前官方認定的 16 族，也有平埔族群。成員年齡層分布在 20 歲至 40 歲之間，職業身分包括學生、歌手、設計師、立委助理、教授等。原青陣成員主要透過臉書社團進行討論、動員，目前臉書社團人數約有兩百多人。

大學階段是原住民青年追尋族群認同、投入族群運動的關鍵時期(阮俊達、尤儷•芟娃思、黃傑、李品涵, 2014)。在此階段，不論是透過原民社團的非正式課程、街頭抗爭行動或倡議組織，身處都市的原住民青年在學習文化、參與議題的過程中本來就會彼此連結、討論原民議題。然而，每個組織的宗旨不盡相同，原青陣的組織定位特別關注「族群主流化」，也就是與主流社會對話、促進社會

對原民議題的了解。現任原青陣總召的 Kai 就表示：「我覺得原青陣可能跟一般的團體比較不一樣的是我們會認為推動族群主流化這件事非常重要。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」族群主流化的主張源自客家運動及原民運動者楊長鎮，後有論者將之區分為兩個層次：其一要求政府各部門在決策過程應尊重原民權益、避免歧視，其二要求社會大眾的理解與參與(阮俊達, 2015b)。此一定位非常具有被理解權上的意義。Kai 表示，在呼籲政府和社會關注、改善原民傳統慣習與國家法制衝突的情形，常需面對不同文化價值觀的質疑與挑戰，更突顯社會大眾理解原民議題的重要性。他提到：「當我們要促進到我們權益的推動的時候，我們必須要去碰觸到一些會挑戰人基本價值觀的東西，尤其是土地分配或是轉型正義的這些面向，他其實是真的非常需要溝通的。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」以 2016 年備受矚目的王光祿狩獵案來說，原民狩獵文化就觸及現行法制對槍枝管制與野生動物保護的議題；2017 年傳統領域劃設爭議，更涉及不同族群對土地使用方式的價值觀衝突。

原青陣與主流社會對話的目的，同樣可以分為國家體制與社會大眾兩個層面。一方面，原青陣希望突破政府政策討論過程中原民權利不受重視的困境。由於原住民與非原民的選制不同，原青陣關注政府決策過程的細節，除了是基於不得不與國家體制交涉的政治現實，也是在原民社群既有的政治勢力中尋覓出路。Kai 就表示，「所有的政策倡議你如果沒有辦法說服大眾或是甚至說服其他非原民的立委，根本沒有辦法立得了一個法案，而且常常在操作這種對立的，就是原住民自己的立委。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」另一方面，原青陣也希望自主發聲，打破社會對原民的誤解與刻板印象。訪談中，原青陣成員提及的刻板印象不勝枚舉，像是 Kai 指出原民權利涵蓋的面向甚廣，他提到：「簡單來說如果說原住民的經濟問題啊他不會有甚麼溝通的必要，因為在大眾的理解裡面對阿原住民是窮，或是對阿原住民是經濟的弱勢、是教育的弱勢。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」Savungaz 也表示，正是因為原住民族在當代的生活處境不被了解，「所有的人都認為他媽的原住民有加分又拿福利所以過得很爽。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)」Lisin 也提到，原青陣談論原住民族在當代社會面臨的困難，一部分也是希望打破社會大眾認為原住民族在政治參與上立場僵化的既定印象。他舉例：「有一些人他可能對原住民有既定的印象，他可能就覺得他們就是支持國民黨。(Lisin, 2018 年 5 月 19 日)」由此可以發現，原青陣推動族群主流化、希望更多社會大眾關注原民議題，其目的一再指向原住民族在政策法規、日常生活中面臨的結構性壓迫。

基於組織定位，原青陣非常活躍地使用臉書粉絲專頁對外發表組織觀點，並協助各類原民議題資訊持續擴散（如下圖 4）。Kai 認為，原青陣粉絲專頁的定位與組織定位密不可分，都是與主流社會對話，讓更多人了解原民議題。他表示：「我覺得跟原青陣的定位有關係，其實原青陣一直會希望去跟主流做對話，因為原青陣在議題出來的時候，可能第一個想法會是希望可以出一個懶人包，讓大家可以了解現在在吵什麼，因為其實對原民議題大家都普遍的陌生。（Kai，2018 年 6 月 25 日）」溫馨則指出，電視、報紙以及網路等媒體對原民議題的關注較少，原青陣粉絲專頁從原民青年的角度討論議題，能提供一個讓原鄉地區、都會地區的族人，以及非原民了解原民議題的媒體管道。他提到：「常常可能媒體報這些(原住民議題的)東西或者非原住民族的媒體報這個(原住民議題的)東西，可是他看的面向跟原住民的角度來看確會有落差，然後以原住民的議題來說(原住民)他的話語權在媒體上也的確沒有那麼大。（溫馨，2018 年 5 月 14 日）」因此，原青陣粉絲專頁希望對話的「主流社會」，並非以原、漢二分的思考進行劃分，而要以對原民議題的認識程度來理解。換言之，原青陣粉絲專頁的目標閱聽眾範圍廣泛，Savungaz 就對原青陣粉絲專頁的對話對象提及：「常常遇到原住民族議題你需要對話的群體就是那整個原住民族社群跟理解原住民族以外的人。（Savungaz，2018 年 5 月 11 日）」

圖 4：《原住民族青年陣線》臉書粉絲專頁截圖



資料來源：原住民族青年陣線粉絲專頁（無日期）

在網路尚未普及的時代，原運行動者因為媒體資源少而多透過記者會、抗爭行動的方式倡議，目的在爭取新聞媒體報導，讓議題被社會大眾看見。這些策略主要是製造具有新聞價值的事件，例如大規模遊行、抗爭、陳情、請願、活動，

或是發布新聞稿、召開記者會來減低記者採訪所耗費的時間精力成本（周瑞貞，1998）。然而，抗爭事件的衝突畫面和激情口號雖能吸引媒體關注，但是新聞媒體礙於時間、篇幅限制或對原民議題理解有限，往往難進行更詳細的說明，對社會認識原民處境的幫助依然有限。Kai 就此表示：「他(記者)光是了解現場抗爭的情況就已經占了半篇(報導)，那根本就已經沒有空間去講為什麼要抗爭，跟抗爭的歷史脈絡等等諸如此類。(Kai, 2017年6月25日)」因此，透過網路發聲，除了打破過往原運對主流媒體的依賴關係，也能掌握組織想要談論的議題主題、篇幅，甚至從更多元的形式向社會大眾解釋議題與表達觀點。Kai 表示，「希望可以讓他們進入到更多了解原住民的政策或原住民處境的真實圖像，而不是只有抗爭的部分。(Kai, 2017年6月25日)」他舉例，原青陣粉絲專頁的文字聲明、懶人包或徵文活動等，都是提供大眾從不同角度認識原民議題的方式。

2.《原住民族青年陣線》臉書粉絲專頁的運作方式

原青陣在 2013 年底成立時屬於各大專院校原民學生社團的聯盟性質，沒有明確的職務分工與表決制度。為了維持組織長期的穩定運作，原青陣開始摸索制度化的工作模式，在 2016 年、2017 年各進行一次幹部選舉，形成具有幹部、小編(粉絲專頁管理者)、一般成員的組織編制。組織的運作主要透過臉書社團作為內部交流、議題討論的空間，臉書粉絲專頁則是組織對外發表意見、與主流社會對話的媒體管道。

原青陣臉書粉絲專頁的貼文可以分為兩大類型：自製貼文、轉貼資訊。自製貼文屬於經過臉書社團成員討論與幹部表決的共同意見；轉貼資訊則是小編從不同新聞媒體、原族群媒體轉貼而來的原民議題相關報導(如下表 3)。

表 3：原青陣粉絲專頁貼文類型與數量(2017.01.01-2018.06.30)

貼文類型	來源	數量	百分比(%)
自製貼文	臉書社團成員共同討論	162	45.3
轉貼資訊	小編蒐集現成文章素材進行轉貼	196	54.7

資料來源：本研究整理

第一種貼文類型——自製貼文，數量佔貼文總數的 45.3%。自製貼文的內容與立場都代表原青陣對於特定公共議題的共同看法，須經過內部臉書社團中成員提出討論、幹部表決的過程。不同於一般新聞媒體有固定的發稿頻率與呈現形式，原青陣粉絲專頁自製貼文的主題、論述內容與張貼頻率皆不固定，取決於臉書社團內部的討論情形。

臉書社團是原青陣內部成員在日常分享資訊、討論議題，或提出行動方案、募集參與者的空間。臉書社團的運作模式十分彈性與流動，只要有成員看到原民相關的時事議題想要討論，就可以張貼相關資訊在社團表達想法或是標註(Tag)熟悉該議題領域的成員一同討論。如果討論過程中，成員認為該議題可以使用組織的名義對外正式表達意見，就會接著討論執行的方式，例如在粉絲專頁發佈聲明稿、召開記者會、籌辦講座活動等。不論何種執行的方式，原青陣都會透過臉書粉絲專頁發佈自製貼文。此流程普遍被原青陣成員稱為專案制，沒有固定的發起頻率和參與者。Savungaz 解釋：「就是誰看到什麼事情不爽就丟進來討論，然後討論之後覺得說我們其實我們有一些東西可以討論、可以去跟主流社會對話的時候，那我們就把他執行出來。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)」以聲明稿為例，有意參與討論的成員會先共同討論聲明稿的論述重點，再交給自願、有時間的人負責撰寫內容，或多人透過雲端文件共同編寫。初稿完成後，負責人會張貼回臉書社團給所有成員看、詢問修改建議，經過幹部過半數且社團 10 人同意後才會交給小編發佈在粉絲專頁。因此，自製貼文是透過專案制發佈的貼文，內容通常與成員關心的議題，以及原民權益相關的重大時事相關，沒有固定的張貼頻率。

第二個貼文類型——轉貼資訊，佔貼文總數的 54.3%，是小編群自行討論與張貼的貼文，不需經過臉書社團內部的討論。轉貼資訊的形式多以原民公共議題相關的文章超連結配上小編的評論注解呈現。小編的評論注解，除了是推薦重要的原民議題消息，也會解釋、反駁與原民形象或議題爭議相關的報導、投書或網路說法，例如原民相關法案的重大發展、抗爭或連署動員、專家學者意見投書、原民議題講座消息、錯誤混搭原民傳統服飾的電視廣告等。轉貼資訊的文章來源十分多元，包含新聞媒體、原民或非原民個人臉書貼文，以及部落、原民團體或非營利組織的粉絲專頁。以下圖 5 為例，原青陣粉絲專頁便透過轉貼「拉瓦克部落自救會」粉絲專頁的貼文，聲援面臨迫遷危機的高雄拉瓦克部落。

圖 5：轉貼資訊範例



資料來源：原住民族青年陣線粉絲專頁

轉貼資訊的目的，一方面是讓原民權益相關的資訊持續地被討論與擴散，因此小編的評論注解通常就只有短短幾句話，沒有規定篇幅。目前擔任小編的前總召 Savungaz 提到：「不是說你一定要討論到一個什麼很具體的很 solid 的意見才可以發，因為真的小編本來就是蠻自由的。因為我們本來就是希望很多的討論跟資訊在流動，倒不是說原青陣說什麼很了不起這樣子。」(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日) 另一方面，原青陣粉絲專頁在眾多原民相關的粉絲專頁中按讚訂閱人數是較高的，2018 年共累積了 2 萬 6 千多的訂閱人數。因此，原青陣也是有意識地運用自身累積的傳播影響力，以轉貼資訊聲援各地規模較小或較少受到關注的原民組織或議題。溫馨認為，這也是結合都市、原鄉地區倡議的能量，打破原民倡議組織在過去容易被質疑訴求與部落脫節的方式：

以都青¹⁵來說，容易受到質疑的一點是說，喔你們就是只是一直在倡議而已，或者是你們倡議是你們那邊覺得的，好像跟部落那邊的聲音不一樣。所以我們會希望可以把它，就是(不同地區的議題)它其實是可以更好地融合，當我們在網路的聲量是屬於比較大的時候，就是跟部落當地

¹⁵ 都青：意指都市原住民青年。

比，就是說，我們可以(和部落合作並透過轉貼資訊)把他們(的議題)帶起來，然後同時也可以(讓我們)知道他們真正(的)部落的聲音是什麼樣。(溫馨，2018年5月14日)

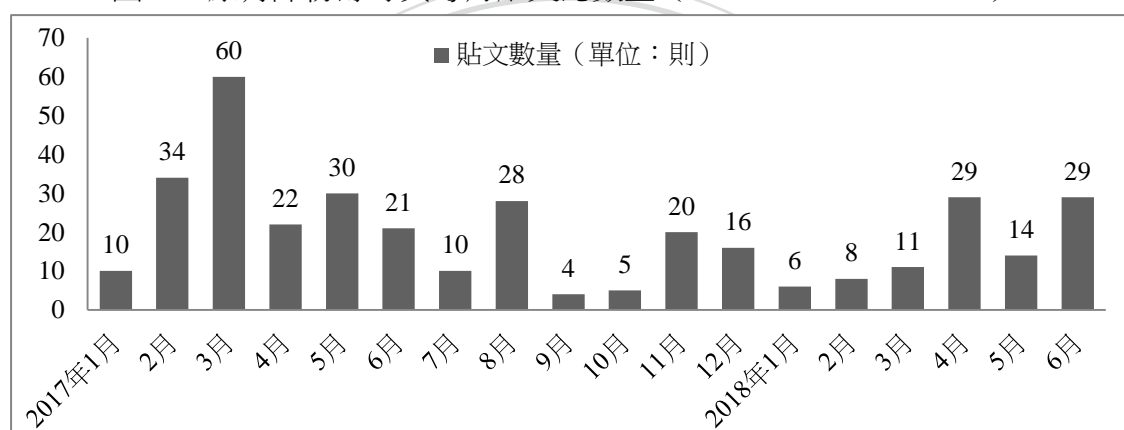
在2017年幹部選舉之前，小編群由自願者擔任，人數曾多達10位但是沒有詳細的職務分配。只要有小編認為某些消息很重要，就可直接轉貼到粉絲專頁並發表意見。Savungaz提到：「我們(2017年中)以前的運作方式是在彼此信任的狀態下去經營，你看到什麼你覺得什麼事情很重要你就去發也沒有關係。(Savungaz，2018年5月11日)」經過第二次成員編制調整，小編由成員互相推派或自願者擔任、人數共6位，但改採每日輪班的制度發布貼文，並建立臉書對話群組討論小編事務。臉書對話群組提供小編群分享重要、可供轉貼的素材以及註解內容。分享者會說明註解編寫的方向或詢問其他小編協助轉貼的意願，資訊在其他小編確認過後就可發佈在粉絲專頁。身兼總召與小編的Kai表示，即便小編轉貼資訊的自由度高，選擇的素材、編寫的註解仍會注意是否與過去發佈的自製貼文立場一致。他解釋：「會牽扯到原住民、原青陣的立場，大概小編都會稍微討論一下這樣寫O不OK，這樣是不是跟我們的價值，跟原青陣原本既有發出去的聲明的論述脈絡是差不多的。(Kai，2018年6月25日)」如果蒐集到的消息可以進行更多討論，小編也會將資訊貼回臉書社團，視情況以組織名義發佈自製貼文。

總召Kai以輪班制管理小編事務，一方面是考量臉書演算機制而維持發文頻率、保持文章的觸及人數。他表示：「因為原青陣很常會變成說如果沒有專案，或是沒有發生重要的事情，那粉專就停擺。如果要維持一個粉專經營的觸擊率的話，最好每週兩三天要發文。(Kai，2018年6月25日)」另一方面，輪班也是避免過去工作由少數人承擔的情形發生，Kai就提到，「很多新聞都是Savungaz轉的、Savungaz發的，就是讓粉專的經營落在就是主要幹部身上，這樣是滿沈重的。(Kai，2018年6月25日)」然而輪班制並沒有強制性，即便進行更細節的分工，Savungaz提到，「理論上是這樣子，但是有時候沒東西好發你就是沒東西可以發，只是有時候一天也是要發很多啊。有時候你是排禮拜五的班，可是禮拜二你看到很重要的議題你就會說那我來發。(Savungaz，2018年5月11日)」也就是說，轉貼資訊的發佈頻率依然不固定，即便原青陣處在組織制度化的過程，轉貼資訊的發佈頻率仍會隨著是否發生重大事件而有大幅變動。

研究者觀察2017年一月至2018年6月這段期間，原青陣臉書粉絲專頁總共發布了358篇貼文，發布數量最多的月份有60篇，數量最少的月份只有4篇(如下圖6)。貼文數量最多的2017年3月，正值傳統領域劃設辦法爭議延燒的第二

個月，該爭議是繼 2016 年王光祿狩獵案以來，備受台灣原民、非原民社會關注的重大議題。透過前述討論可以了解，不論是自製貼文或轉貼資訊，發布的主題和頻率都與當下發生的原民重要議題，以及成員各自關心的議題密切相關。對於原青陣來說，組織與臉書粉絲專頁的運作因為不涉及商業利益，只要組織認為有需要與主流社會對話的議題，就會透過自製貼文、轉貼資訊來加強相關議題的資訊擴散。Kai 就表示：「我覺得原青陣一直以來就是，我們認為什麼事情可以去談、可以去討論，它有討論的必要、需要，我們就會去做。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」因此，即便有逐漸制度化的職務分配，組織成員的自發性參與仍是粉絲專頁發文的重要驅力。

圖 6：原青陣粉絲專頁每月貼文總數量（2017.01.01-2018.06.30）



資料來源：本研究整理

二、原青陣粉絲專頁的介入行動

承前所述，原青陣粉絲專頁是由非營利團體所經營的原民族群媒體，屬於原青陣組織事務的一部份。而原青陣粉絲專頁的功能與組織本身的定位——與主流社會對話、讓社會大眾了解原民議題，有密不可分的關係。本研究定義的介入行動，意指原民族群媒體嘗試推動社會變革、進行倡議的各種溝通行動。接下來將原青陣粉絲專頁實際被理解權、與主流對話所採行的介入行動分為三大面向：開拓原民議題的討論範圍、結合不同媒體管道、掌握網路上的時間型態，以下將分別進行討論。

(一) 將原民青年觀點嵌入多數族群主導的媒體地景：開拓原民議題討論範圍

原青陣粉絲專頁貼文關注的主題非常廣泛，通常與當下發生的原民重大事件，以及組織成員各自關心的議題密切相關。研究者進一步觀察貼文發現，原青陣粉

絲專頁雖然沒有特定的議題關注範圍，但主要針對原民政策法規動向，以及熱門社會議題進行談論或反嗆。這樣的傳播實踐過程，不但顯示原青陣推動族群主流化的組織定位，也在多數族群主導的媒體地景中嵌入原民青年的觀點，讓社會大眾從不同角度認識原民議題。

綜覽過去一年發布的 358 篇貼文，主題就包含了土地、政治、文化、教育、媒體、國際、體育、經濟等（如下表 4）。其中，貼文以關心土地相關政策、各地部落居住權益等相關議題的數量最多，共佔貼文總數的 58.7%。探討原民轉型正義、平埔正名、監督原民政治人物等政治議題的貼文佔總數 16.2%；側重當代狩獵文化、族群認同、文化挪用、性別等文化議題佔 10.9%；關注加分制度、民族教育等教育議題貼文佔 6.1%；宣傳原青陣或其他單位主辦的培力活動貼文佔 4.2%；關注原民媒體權益如族群形象再現的貼文則佔 2.5%。除此，也有零星幾篇與國際、體育以及經濟主題相關的貼文。整體而言，原青陣粉絲專頁關注的主題非常廣泛。

表 4：原青陣貼文主題分布（2017.01.01-2018.06.30）

主題	土地	政治	文化	教育	培力活動	媒體	國際	體育	經濟
數量	210	58	39	22	15	9	2	2	1
百分比(%)	58.7	16.2	10.9	6.1	4.2	2.5	0.6	0.6	0.3

原青陣粉絲專頁跨地區、跨議題的主題討論範圍，不僅反映原民議題本身的涵蓋面向極廣，也突顯出原青陣成員多元身分組成的特性。Savungaz 就表示，「原住民議題的面向就是包山包海阿，因為他就是一個人生存的各個面向的問題。（Savungaz，2018 年 5 月 11 日）」身兼小編與幹部的傅崇益也指出，這也是原青陣與部落組織或因特定抗爭行動成立的原民團體不同之處。他提到：

原青陣的確是比較特別的，因為它其實一開始構成就是各大專院校的原住民族社團聚在一起的地方，所以他(關注的主題)是比較跨地域性的，跟跨議題的，因為我們想做什麼議題就會做什麼議題。可是我剛剛講的那些(在地)組織，他們可能都會有一個主軸，所以比如說我要反亞泥，我要決定我這個部落的事情，我要連結排灣族、連結布農族的這類的比較，比較有功能性比較有具體的目的的。（傅崇益，2018 年月日）

在廣大的議題範圍中，原青陣粉絲專頁特別關注上述主題的原民政策法規動向。身兼幹部與小編的成員張佳蓉提及，原民相關法案的擬定、修法、施行，以

及原民、非原民政治人物對相關議題與政策的發言，是推動原青陣對外表達立場、發佈貼文的重要因素。對原青陣來說，各地部落的抗爭行動與中央部會的原民政策法案進程，不僅共同面臨現行法制與原民傳統慣習衝突的整體性問題，也缺乏外部監督。Savungaz 以台東海端鄉發生的王光祿狩獵案說明：「你會發現王光祿遇到最大的問題就是我們的法規很瞎阿，那當然我們要回頭去談(法規)，因為我們不要再有下一個王光祿。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)」此一地方與中央議題難以切割的情形，也呼應了本文文獻提及的權利法制化困境(阮俊達, 2015)。針對原民政策討論過程，總召 Kai 在訪談中提及缺乏外部監督的問題：「這些(體制外抗爭的)事情進到法律細節或政策該怎麼倡議，其實很少人會想要去在意了解，所以原青陣就是希望把這方面接起來。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」

以上表 4 的土地議題貼文來說，原青陣針對傳統領域劃設辦法、礦業法修正草案等政策法規層次發佈的貼文數量最多。除此，原青陣也串連、聲援在地組織「反亞泥還我傳統領域自救會」修改礦業法的行動。政治議題的貼文中，原青陣關注平埔族群正名相關的《原住民族身分法》修法，也監督政治人物如總統、立法委員的原民政策落實情形。文化議題貼文也關注了《原住民族語言發展法》立法，教育議題貼文探討了原住民族學生升學保障的加分政策。

除了原民相關的政策，原青陣粉絲專頁也時常以原民青年的觀點介入當前熱門的社會議題討論，例如婚姻平權、轉型正義以及課綱爭議。原青陣粉絲專頁的成立背景，便是為了從原民青年的觀點支持婚姻平權，並與布農族教會反對多元成家的論述抗衡。每年同志大遊行與婚姻平權相關的議題出現時，原青陣粉絲專頁也時常發佈貼文進行聲援(如下圖 7)。在每年社會普遍談論二二八事件、白色恐怖等轉型正義議題時，原青陣粉絲專頁也發文呼籲社會關注屬於原住民族的轉型正義。除此，原青陣粉絲專頁也試圖從 2015 年歷史課綱微調爭議的中國化／去中國化爭論，以及 2017 年國語課綱的文言文／白話文之爭，提出爭論兩端忽視原住民族史觀以及原住民族語言的批判。這些引發熱議的社會議題看似與原民議題無直接相關，但是 Savungaz 指出，正因這些議題和輿論方向普遍忽視原民觀點，更凸顯以原民青年觀點進行交流、對話的重要性：

我們會一直想要在主流的議題裡面，譬如說我們在性別議題裡面也談很多就是說，除了去談那個性別本身的狀態以外，我們有沒有關注到另一群就是跟主流社會不同的文化框架底下，受到壓迫跟限制的原住民的 LGBT 他們的生活的樣態跟需求是什麼。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

如文獻探討提及，中央政府的政策思維仍預設了族群議題是少數族群自己的議題，使得原民議題普遍被邊緣化。原青陣透過粉絲專頁在既有的原民政策討論框架之外參與公共議題討論、表達觀點，便是試圖進入主流的社會議題場域中，喚起社會大眾正視原住民族的聲音。

圖 7：原青陣粉絲專頁以自製貼文表達支持婚姻平權的立場



資料來源：原住民族青年陣線粉絲專頁（2017年5月24日）

由上述討論可以發現，原青陣粉絲專頁關注各地部落的抗爭行動、中央部會的原民政策動向、在各項社會議題中捍衛屬於原民青年世代的發聲權利，談論的主題不只跨地域、跨議題，也著重原民社會共同面臨的權利法制化困境。原青陣敢於在主流社會、原民社群的各方論述中提出看法，此一自由、沒有包袱的發聲位置，再次呼應了原青陣的成員組成。Savungaz 提到，「我覺得更好的一點的事情是，因為原青陣就是那個脫離地方政治包袱的團體，因為我們是跨區域跨部落然後跨族群的青年組成的。（Savungaz，2018年5月11日）」Savungaz 所謂的地方政治包袱，與原鄉部落中親屬、家族之間緊密的人際網絡有關。隨著特定政黨、教會組織的勢力與部落生活緊密連結，身處其中的族人或在地組織往往難以提出不同意見，像是提出不好的政策的原民立委或市議員可能是部落裡認識的長輩、或是同志議題長久以來為部落教會所抵制（瑪達拉·達努巴克，2016年11月1日；李修慧，2018年6月12日）。相對地，原青陣較能以第三方的角度監督政策、批判原民政治人物，並針對各項社會議題表達原民青年世代的觀點。這些針對不同議題積極採取的介入行動，既開拓原民議題的討論範圍，也從不同角度喚起社會大眾聆聽、理解原民青年的想法。

(二) 指認壓迫：從不同論述角度刻劃族群歧視的具體樣貌

原青陣粉絲專頁與不熟悉原民族文化、權益的社會大眾對話，傾向在論述之中指認原住民族所面臨的結構性壓迫、讓社會大眾理解壓迫的背後成因。曾任總召的小編 Savungaz 便提到，「跟(不理解原民議題)這樣的對象對話的時候，我們就要不斷的強調指出那個結構長什麼樣子，以及，以及它為什麼造成壓迫。

(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)」本研究歸納，原青陣透過自身媒體管道指認結構的論述方式有三類：提供議題背景資訊與組織觀點、故事分享與實體活動。

1. 建立對話基礎：提供議題背景資訊與組織觀點

原民相關的重大議題出現時，原青陣粉絲專頁傾向在第一時間解釋事件的背景脈絡並且表達組織觀點。身兼幹部與小編的溫馨觀察新聞媒體，發現原民議題的報導時常因為篇幅有限而只著重在抗爭現場的描述，缺乏抗爭背後完整的議題資訊。他表示：「通常會因為新聞時間有限，的確會覺得它比較去頭去尾地那種播。(報導)這件事情當下這樣(發生)，然後下相關的標題。(溫馨, 2018 年 5 月 14 日)」因此，原青陣希望透過粉絲專頁發佈文字聲明、懶人包等自製貼文，提供社會大眾理解當前議題的整體框架。除此，原青陣粉絲專頁屬於原青陣對外表達組織觀點的媒體管道，具有非常強烈的社會運動性格。溫馨表示，原青陣粉絲專頁的自製貼文不只會解釋議題背景，也會表達組織立場、賦予意義性的資訊，藉此激發閱聽眾關注或以行動聲援議題：

有些議題可能是有爭議的，要(梳)理一下脈絡，為什麼會有這樣的爭議，然後(哪些說法)錯的點、哪些說法為什麼會錯誤，那個錯誤的點在哪，然後我們自己就會有一個立場出來，希望呼籲關心這個議題的人可以更了解它，然後關注它，希望是怎麼樣的發展會比較好。(溫馨, 2018 年 5 月 14 日)」

然而，原青陣粉絲專頁究竟如何提供背景資訊、解釋議題？原青陣傾向提出證據、資料，讓社會大眾瞭解原民社會如何運作，在當代又面臨什麼樣的法規限制。本研究分析，原青陣粉絲專頁主要透過梳理歷史脈絡、事件爭議，或引用政策法規與政治人物承諾作為資料輔證。

以 2016 年底開始延燒的傳統領域劃設爭議為例，原青陣與其他原團在 12 月 16 日共同召開記者會，針對原民會即將公布的《原住民族土地或部落範圍土地劃設辦法》內容表達抗議。同月底，原青陣粉絲專頁發佈「原住民族土地之死」懶人包解釋爭議涉及的原住民族土地問題（見下圖 8）。該篇貼文擁有 293 人按

讚、5 則留言與 354 次分享數。懶人包以圖片搭配文字的簡報呈現，共列出五個問題自問自答。問題一「Q 原住民族土地是怎麼流失的？」概述了原住民族土地流失的歷史過程；問題二至四：「Q2 原住民保留地等於等於傳統領域嗎？」、「Q3：把傳統領域還給原住民是要讓漢人去跳海嗎？」、「Q4：確認傳統領域範圍為什麼重要且急迫？」，引述法規《原基法》說明原住民族土地的意涵；最後的問題五「Q5：行政院推出劃設草案族人為何還強烈反對？」則解釋當前事件爭議、表達原青陣的立場。這五項問答，就涵蓋歷史脈絡、事件爭議、政策法規、組織立場等資訊。

溫馨表示，當時引述法律條文，除了是原青陣成員內部討論的共同基礎，也能對外明確解釋爭議、聚焦討論。他舉例，由於每個部落對傳統領域概念與當下爭議的觀點不盡相同，原青陣內部討論時，「大家可以一起討論出如何解釋這條法律、(這樣解釋)不 ok，或是當初它訂的時候立委們的討論本來是基於什麼，所以它的解釋應該是怎樣。就是，我們會比較走這種，如果是比較在地的、當地的(部落)提到他們對傳統領域(的解釋)，我們就比較不會分享到這麼多。(溫馨，2018 年 5 月 14 日)」因此，運用法律基礎解釋議題，也是成員較有把握且能明確表達的論述方式。

圖 8：「原住民族土地之死」懶人包相簿



資料來源：原住民族青年陣線粉絲專頁（2016 年 12 月 28 日）

除了以自製貼文解釋議題，原青陣粉絲專頁當時也不斷轉貼資訊，擴散劃設爭議相關的資訊與討論。這些轉貼資訊，包含了凱道抗爭團體的現場直播影片、各地部落自主宣告傳統領域範圍的臉書貼文或新聞報導，還有原轉會、台灣教授學會等原民與非原民組織的聲明。除此，政大民族系教授解釋口述歷史作為土地

權利主張證據的臉書貼文、Mata • Taiwan 剖析原民會官方說法謬誤的轉載文章、傳統領域主題的講座與研討會資訊，也都成為粉絲專頁轉貼資訊的來源。研究者觀察，這些轉貼資訊具有功能性的意義，也就是持續強化原青陣的論述背景與觀點，表達現行劃設辦法不可限縮解釋傳統領域的組織立場。Kai 在訪談中就提及，劃設爭議中各方立場其實有細節上的不同，像是傳統領域範圍的劃設是否需要法源依據？若需要法源依據，又該如何界定權限？因此，原青陣粉絲專頁發佈的轉貼資訊，基本上皆與原青陣粉絲專頁既有的聲明貼文立場一致。

2017 年 8 月總統蔡英文向原住民族道歉滿周年，原青陣粉絲專頁公告「蔡英文原住民族政策監督平台」網站上線。該網站也是運用既有政策法規、政治人物承諾解釋議題的典型案列。蔡英文原住民族政策監督平台（後稱監督平台），是原青陣在粉絲專頁之外架設的網站，旨在邀請社會大眾共同監督總統蔡英文任期內的原民政策落實情形。原青陣將蔡英文提出的原民政策彙整為 10 大項政策主題、37 個具體政策承諾。網站下半部介面如下圖 9 所示，圖中的 10 個橢圓形按鈕分別代表一個政策主題，共有轉型正義、憲法專章、平埔復權、司法正義、土地權利、都市原民、健康照顧、民族自治、文化教育、經濟發展主題，點選後會出現主題介紹、政策原文、政策施行進度與相關新聞的介紹頁面。

圖 9：蔡英文原住民族政策監督平台網站下半部截圖



資料來源：蔡英文原住民族政策監督平台（無日期）

監督平台是原青陣為了 2017 年原住民族日、總統向原住民族道歉滿周年所發起的專案。對原青陣來說，現任總統蔡英文競選期間提出的原民政見，應在 2016 年原住民族日總統代表政府向原住民族道歉，也就是在第一項政治承諾實

現後一一履行。然而，後續的政策執行情況引發諸多原民團體不滿，原青陣希望創造不同以往的輿論形式向政府施壓。參與籌備工作的 Savungaz 就表示：

那 8 月 1 號開始你(政府開始)要推一連串原住民政策，結果又推得亂七八糟。就是有一些(執行)方向根本不對，有一些只是要搶那個 credit，就好像要說噢我們有做，但是做得有名無實這樣子，就像傳統領域的議題。所以我們就變成說，我們要再創造一些不一樣的外部壓力，我們就是做一個政策監督平台，我們就是監督你四年，任期結束我們就來結算你到底做了甚麼事情。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

原青陣過去曾在原住民族日發佈文字聲明、舉辦實體活動分享該節日的由來，也發佈過圖文懶人包解釋總統道歉的意義、聲援其它原團的街頭行動。2017 年，為了創造不一樣的輿論壓力，原青陣參考新聞媒體報導者 4 月推出的「蔡英文勞動政見追蹤平台」¹⁶網站架構，針對原住民族政策進行資料整理、介面設計與程式編寫。Savungaz 坦言，監督平台的資料量極大、閱讀門檻極高，但是網站本身就是一項宣示，宣示組織的倡議，是奠基在既有的政策法規與政治承諾之上。

我們也知道做網站效益很低啦，但是我們那時候討論是說，我們做出來以後我們未來論述或是討論事情我們更有籌碼去跟政府談判是因為，我們做的功課比你多，你沒有資格說然後我們不知道這個不知道那個，這是蠻重要的一個宣示。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

監督平台彙整第一手資料與執行進度，是原青陣刻意採行客觀中立、不評論政策本身好壞的方式呈現。下圖 10，是點入政策主題的橢圓形按鈕出現的頁面部分截圖。以「土地權利」主題的政策來說，該頁面首先透過「什麼是土地權利」解釋政策意涵，再以「執行進度」圖示說明該政策屬於重大爭議階段。頁面接著陳列諸項政策承諾簡介，例如「劃設並公告傳統領域」，然後在接下來的介面左側討論政策背景說明、政策原文、各方意見，在右側以時間軸列出相關事件發展。

¹⁶ 報導者「蔡英文勞動政見追蹤平台」網址：<https://tsai-tracker.twreporter.org/>

圖 10：蔡英文原住民族政策監督平台網站部分截圖



//



資料來源：蔡英文原住民族政策監督平台（無日期）

溫馨當時負責部分政策的文字內容，她表示刻意客觀地資料，是因為倡議團體的訴求時常被社會大眾認為有特定立場而不具說服力。因此，原青陣採取客觀角度呈現資料，也是希望提供社會大眾瞭解、討論原民議題的背景資訊，建立原青陣與主流社會對話、表達觀點的基礎。

我們沒有去評論說(政策)這個部分，我們把這一塊就是讓大家看。嗯就是某一部份我們會希望我們的立場是很中立，就是很中立，當然我們的聲明會有一些我們自己的東西，可是也是希望讓大家，就是我們的聲明會說明這麼多，也是因為就是我們覺得應該在這樣的脈絡下，事情政策或什麼的說法應該要怎麼樣才比較可信。(溫馨，2018年5月14日)

監督平台網站上線後，原青陣粉絲專頁定期發佈自製貼文介紹監督平台各項政策主題。該系列圖文如下圖 11，除了簡介該主題的政策意涵、政府執行進度，

最後就提出原青陣的觀點，表達對政策發展的期待與建議。

圖 11：粉絲專頁依政策主題發佈的政策介紹圖文



資料來源：原住民族青年陣線粉絲專頁（2017年11月14日）

透過原住民族土地之死懶人包、原民政策監督平台這兩個案例可以了解，原青陣粉絲專頁作為原民倡議團體經營的粉絲專頁，除了在重大議題出現時表達組織立場，也傾向提供議題完整的背景資訊。原青陣粉絲專頁主要以梳理歷史脈絡、事件爭議，或引用政策法規、政治人物承諾作為背景資料輔證。這樣的方式，不僅強化組織的論述基礎，也提供社會大眾理解、討論原民議題的整體框架。

2. 刻劃原民當代生活樣貌與處境：生命故事分享

除了提供原民議題的背景資訊，原青陣粉絲專頁也從另一角度指認形成族群壓迫的社會結構，也就是透過故事分享，讓社會大眾了解不同原民個人的生命經驗。原青陣粉絲專頁成立至今發起過三次徵文活動，公開募集不同族群、個人的生命故事分享。2015年的「那些關於排灣族的美麗生命故事」徵文活動，緣起於當年排灣族少女鄺雅茹參加中國歌唱選秀節目《最美和聲》對自身文化描述頻頻失言的事件。原青陣粉絲專頁邀請原民青年投稿分享自身學習排灣族文化的歷程與反思，希望透過更多的故事書寫讓社會大眾認識不同族群、部落的文化內涵（原住民族青年陣線，2015年5月7日）。2017年「烙出一條回家的路」攝影展透過訪談、攝影，募集都市原住民青年追溯自我認同的歷程。第三次徵文活動則是在2018年6月國高中大考期間發起的「#Akapacici 不要勉強 故事募集」，邀

請原住民、非原住民投稿分享與原住民族考試加分有關的故事。

總召 Kai 是#Akapacici 徵文活動的專案發起人，他表示原民在日常生活中遭遇的歧視，是影響族群認同的重要因素。他提到，「台灣一般好像都會假裝或覺得歧視已經不存在，在日常生活中歧視已經不存在，可是其實不，其實這件事情非常的嚴重，而且他是從我們小時候就開始了。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」她發現，許多原住民學生在求學階段遭受歧視的經驗，讓他們不想再與漢人相處。大考期間網路充斥抨擊原住民學生升學加分的匿名言論，更讓原住民學生感覺到同儕的攻擊無所不在。對 Kai 來說，這種對立、歧視在日常生活中建構成形，難以透過政策法規的硬性規範消解。因此，她決定以原民考試加分作為切入點，發起原民歧視版的#MeToo 運動¹⁷，以說故事的方式支持背負他人不理解的原住民學生，並提供社會大眾了解考試加分政策對不同族群個人造成的壓力和誤解：

我覺得歧視這件事情他不能是立一個法說你不可以，就是這樣並不會消失。……我今天講原住民加分阿原住民族都靠加分，難道用了原住民這三個字就有比較不歧視嗎？對，就是還是要去面對歧視的本質，然後去建立溝通，去看到彼此的生命情況，他不能是用一個強制性的或是論述性的文字說你不可以歧視跟你不應該歧視。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)

該活動設定了 2 個主要問題進行徵稿：「我遇到因為加分或原民身份的經驗受傷的故事」、「如果回到那個時候，我想對那時候的我說」。原青陣粉絲專頁陸續張貼了 15 則故事貼文。貼文呈現方式如下圖 12 所示，以一張投稿文字摘錄的圖片，搭配完整的投稿內容，娓娓道來投稿者的心路歷程與對升學加分政策的看法。投稿者的生命經驗各有不同，有非原住民、在部落長大的原民青年、對原民文化不甚熟悉的都市原住民，以及因改姓而取得原民身分的青少年。圖 12 的投稿中，一位阿美族青年便分享自己因家境需要而改從母姓、取得原民身分，卻面臨自我認同掙扎與迷惘的生命經驗：

升國三的暑假，我改變了姓氏，「山地原住民」因此進入我的戶籍資料。父母說能為家裡減輕很多負擔，我於是勉為其難的接受這個改變，那時我僅僅只是覺得改名字這件事很怪；殊不知，隨之而來的身份，伴隨各

¹⁷ #MeToo 運動起源於社會運動人士 Tarana Burke 為支持遭受性虐待、性侵害、性剝削的年輕女孩所成立的計畫「The me too Movement™」。2017 年 10 月，美國女演員 Alyssa Millano 以「Me too」作為 hashtag，在推特上鼓勵女性公開自己被性侵犯的經歷，讓社會大眾意識到這些問題的普遍性。該短語經 Alyssa Millano 使用後在推特、臉書等社群媒體上廣為傳播，形成跨國性的運動 (Santiago& Criss, October 17,2017)。

<https://edition.cnn.com/2017/10/17/us/me-too-tarana-burke-origin-trnd/index.html>

種擔憂、害怕。「我會不會被同學討厭？」在即將升國三的時間點，隨著考試壓力逼近，大家對每一個分數的在意程度也顯著提升，「欸，你很賤欸，都改姓加分！」同學玩笑性的一句話，你必須花很多時間消化，才能慢慢確信他們真的在開玩笑，而不是真的對你有所評論。……自我認同的掙扎更是痛苦。我究竟是誰？我夠不夠格被稱為原住民？不會講族語、血統不純正、沒在部落長大、不特別會運動、輪廓不夠深、皮膚不夠黑、雙眼皮不明顯、不了解文化又沒參加過祭典。但我卻可以有加分、有減免、有退費。不管原住民還是漢人，總有人對你這種「半路出家」的原住民，會表達你憑什麼享有這些？而你沒有答案。所以你只好更努力地讓自己成為大家想像中的「原住民」。（半獸人，2018年6月25日）

圖 12：「#Akapacici 不要勉強」徵文活動投稿之一



資料來源：原住民族青年陣線臉書粉絲專頁（2018年6月25日）

相對於透過梳理特定議題的事件脈絡、政策法規等資料指認原住民族面臨的政策性歧視，生命故事的分享，則刻劃出原民更為細緻的、當代的生活樣貌與心境，指認出族群歧視如何運作在日常生活之中。

3. 深化議題討論：線下實體活動

根據原青陣粉絲專頁，原青陣發起並對外公告的線下實體活動有街頭行動、講座活動、組織培力活動等形式。以2017年來說，原青陣發起的街頭行動有4場，包含傳統領域劃設爭議的「捍衛土地緊急動員」、「百人舞圈捍衛傳統領域」，還有228紀念日的狼煙行動，以及高雄拉瓦克部落擋拆的聲援行動。講座活動則

有討論平埔議題的「誰是原住民？」工作坊，以及討論原運整體發展的「318 三周年，原住民族青年反思再前進」討論會。組織培力活動也非常著重議題討論，是原青陣內部討論組織的議題推動方向與招募成員的活動，例如每年固定舉辦的兩天一夜原青共識營，以及 2017 年底進行原民議題總回顧的「原青，我想說」工作坊。除此，原青陣粉絲專頁中也會轉貼原民相關的講座資訊，例如學校、非營利單位籌辦的講座活動。整體而言，原青陣粉絲專頁分享的實體活動以議題討論的講座活動與組織培力活動居多。

對於原青陣而言，粉絲專頁能讓組織不受篇幅限制地推廣成員認為重要的議題，卻也有其限制。一方面，粉絲專頁發布的懶人包、聲明稿等貼文資訊含量有限，難以進行更複雜深入的原民議題討論。相對地，面對面交流的實體活動能提供更完整、深入的議題討論空間，總召 Kai 就表示，「網路形式還是有它最大的限制，就是說，就即使是懶人包，它其實不能儲存太多的事情，對。所以就是你要到那麼高資訊密集的，真的只能是工作坊。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」另一方面，線下實體活動也能透過人際交流，營造較為親近的議題討論氛圍。身為幹部的張佳蓉便提到他在加入原青陣之前，有時會看不懂原青陣粉絲專頁貼文引述的政策或法條，但是實體活動的參與讓他能逐漸掌握原民議題的完整樣貌：

很多時候你要讓別人來了解這件事情，可能會比較需要透過實體的工作坊或者是欸我們來聊聊天。因為他們有時候看到的粉專的呃譬如說聲明，或者是說我們在講清楚我們的立場的時候，或者是說法條或者是說我們今天可能嚴正的嚴正不一樣很正經地講這件事情，但是對他們來說那可能是有距離，或是說看不懂。因為我一開始我也看不懂，我一開始還是一個讀者的時候我也是「蛤？這是，這一條在講什麼？」(張佳蓉, 2018 年 5 月 15 日)

總召 Kai 也表示，既有的原民議題相關活動多以學術研討會進行，內容對於一般人來說參與門檻較高、難以親近。他提到：「我覺得原民議題就是這樣，它很常都是已經進入到政策或什麼的討論，它已經很難讓一般人進入，一起跟著討論。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」為了讓更多人接觸、了解原民議題，Kai 提及原青陣較注重實體活動中講師、參與者之間的交流，例如安排自我介紹與討論時間。因此，實體活動作為原青陣的介入行動形式，除了是希望更加完整解釋、討論議題，也是為了拉近社會大眾與原民議題的距離。

(三) 增加議題能見度：掌握與突破網路上的時間型態

承前所述，原青陣的成員若認為某一議題需要向主流社會表達組織立場，就會進一步討論對話的執行方式，並透過粉絲專頁對外公告。從粉絲專頁貼文觀之，原青陣的執行方式包含了文字聲明、圖文懶人包、徵文活動、講座活動、記者會、媒體投書等。這顯示，原青陣即便能透過自身擁有的媒體管道發聲、打破過往原運對於主流媒體的依賴關係，仍然會借助其他媒體的力量來擴散消息。總召 Kai 表示，為了達到最好的傳播效果，成員都會就形式開會討論。他提到：「我們是會討論說，怎麼樣的形式會引起到最好的傳播(效果)的方式。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」為了讓粉絲專頁發佈的貼文內容觸及更多人，掌握網路上的時間形態、結合不同媒體資源的力量進行介入便十分重要。對此，本研究從掌握議題時效性、掌握臉書平台的演算法機制、結合其他媒體力量共三個面向進行討論。

1. 掌握議題時效性

承前所述，原青陣粉絲專頁傾向在原民相關的重大時事出現時，第一時間提供社會大眾理解議題的背景資訊與表達組織立場。這彰顯了原青陣作為社會運動團體的倡議性格，也就是在原民相關的公共事務上爭奪發言權，透過讓社會大眾認識議題與組織立場，推動社會朝正向改善的方向發展。從原青陣的經驗來說，針對時事議題發文，除了是傳播效果較佳的時機，也能提供社會大眾認識原民議題的切入點。

一方面，身兼幹部與小編的傅崇益表示，如果成員認為需要針對某一時事議題對外發表觀點，就會盡快討論可行的執行方式。他解釋：「因為這種事情就是如果你不搶先做，聲勢就會淡掉了啊。對啊，所以一定要在議題還在熱度正在的時候，就一定要趕快做回應。(傅崇益, 2018 年 5 月 9 日)」以李芳儒事件為例，2018 年 4 月 26 日阿美族台北市議員李芳儒在發布臉書貼文表達反對《原住民身分法》增訂平埔族群為法定原住民身分的立場。在 2 天之內的時間，原青陣粉絲專頁就刊登了一則標題為「【遺忘不是我們的專長】0428 回應李芳儒議員『大聲向平埔族說不』」的自製貼文作為回應(如下圖 13)。貼文針對聲明稿回應。迅速回應的作法，便是為了在平埔議題上明確表達支持平埔正名的組織立場、影響決策者的態度。另一方面，原民議題本身牽涉的範圍極廣，身兼幹部與小編的溫馨更指出某一重大議題出現，也是讓社會大眾進一步瞭解不同議題的最佳時機：

只要是新聞上面、風頭上的，我們一定會趁這個時候，像之前平埔族群的議題，我們就會趁著決定要發表聲明之後，我們就會覺得那是一個很

好的解釋跟說明的機會，可能大家對於平埔族群有一些刻板印象或是認識，這個部份我們就會覺得可以發表聲明的时候，可以同時把一些脈絡解釋清楚啊。(溫馨，2018年5月14日)

圖 13：原青陣回應台北市議員李芳儒的自製貼文



資料來源：原住民族青年陣線粉絲專頁（2017年4月28日）

不過，原青陣的成員都是在業餘或是課後自願性地投入討論，不論是參與討論、撰寫文字聲明、製作懶人包、舉辦記者會、投書或是籌辦工作坊，都必須在時間以及組織人力能夠相互配合時才能完成。因此，原青陣粉絲專頁也時常有錯過時間、沒有發文的情況。同樣是幹部與小編的張佳蓉舉例，內部討論有時會出現非常不同的意見，最後的做法可能是從既有的討論中取出最大公約數來撰寫聲明，或就暫緩行動。曾任前總召的小編 Savungaz 也指出，在對論述內容有共識的情況下，成員對於專案的執行方式意見也可能不一樣：

因為裡面也曾經會發現就是發生小密室可能討論然後會有非常兩極化的意見出現，然後最後是需要有人出來就是居中協調或者是說那我們再緩緩看這個，這個留言串下面要怎麼辦之類。……當然就是粉專發出來的立場跟我們的聲明都是基於，應該是說都是基於最大公約數啦（張佳蓉，2018年5月15日）。

我們很多的討論是沒有結果的，我們很多的討論是沒有產出的，就是很多時候一個議題丟進來，那個沒有產出的原因不一定是說這個議題我們

本身沒有論述或回應的能力，有的時候就是大家當下太忙，譬如說期中期末考的時候學生就會消失，類似這樣子。……我們內部也有討論沒有共識這個情況，可是那個沒有共識通常不是對議題本身沒有共識，而是對操作本身沒有共識，就是說我們適不適合在現在辦記者會。對類似這樣子，那可能就沒有共識就不要辦了，可能沒有辦記者會的共識，那我們就寫寫聲明這樣子。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

除了掌握單一時事議題的時效性，原青陣臉書粉絲專頁自 2013 年底創立五年來，持續對不同時事議題表達看法，是與其他原民粉絲專頁最大的不同之處。成立臉書粉絲專頁所花費的時間與人力成本低，近年來出現許多為了特定抗爭事件、議題所成立的粉絲專頁。然而，這些粉絲專頁往往在抗爭結束或是議題討論熱度過後便停止發佈貼文，例如反反反行動聯盟、反亞泥還我傳統領域自救會等針對特定財團或法規政策進行倡議的粉絲專頁等。然而，原青陣臉書粉絲專頁持續而廣泛在公共議題解釋議題、表達立場，Savungaz 表示這不僅累積了組織本身的公信力，也回過頭來增加粉絲專頁內容接觸到更多閱聽眾的可能。

現在看起來原青陣好像噢在原住民團體裡面算是聲量比較大的，那不是因為原青陣就是做了什麼了不起的事，而是我們持續在做(關注原民議題)這樣的事情，我覺得這是蠻大的差別，對。但你就會發現很多的團體有事情的時候出來，然後沒有事情的時候會消失，那原青陣其實是持續的一直在對不同的議題發聲，然後去慢慢的把我們的社運經驗用這樣的議題傳播的方式，希望可以傳播給更多人，它就有持續的效果。

(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

因此，即便有錯失時機發佈貼文的情形，從長遠的時間角度來看，原青陣持續而廣泛地針對不同原民議題表達觀點，也逐漸累積組織與粉絲專頁的傳播影響力。在重大議題發生時，便能借重組織的公信力以及粉絲專頁累積的訂閱人數，發揮更大的傳播效果。

2. 掌握臉書平台的演算法機制

粉絲專頁作為原青陣掌握的媒體管道，臉書的運行邏輯也形塑了原青陣的發文頻率與呈現形式。基於臉書獨有的演算法機制，粉絲專頁必須維持一定的發文頻率才有可能觸及更多的閱聽眾。因此自製貼文發布頻率不固定的情況下，原青陣以小編輪班制管理粉絲專頁，就是為了維持粉絲專頁的持續運作，才能在重大議題發生時取得更好的傳播效果。為了符合臉書演算法偏好、達到更好的貼文擴

散效果，原青陣粉絲專頁的轉貼資訊的方式則避免以分享功能進行轉貼。小編溫馨提及，小編會盡量以附上文章網址的方式進行轉貼，他解釋：「自己貼一張圖，連結也會附但連結就是貼連結，那個圖不要用分享的，就是這個模式就是(貼文觸及人數)會高很多。(溫馨，2018年5月14日)」

除此，著重分享的運作邏輯與演算法機制也影響了貼文呈現形式。原青陣粉絲專頁的貼文呈現形式雖然視時間、人力狀況而決定，但仍會盡量契合臉書平台的運作邏輯，製作成臉書用戶方便閱讀、轉貼，或演算法偏好的形式。以監督平台網站為例，原青陣在網站上線後，定期依照政策主題在粉絲專頁發佈貼文進行介紹原民議題與政策進度。此做法目的，就是希望將監督平台的資料切割成更容易閱讀、理解的方式傳播給社會大眾。Savungaz 表示：

我們(監督平台網站)裡面資料真的很多耶，但是真的會點進去看的人有多少，所以我們就是再把一個主題一個主題 copy 出來，然後寫到粉絲專頁上，就是一次看一個主題，然後我告訴你這些資料都是來自政策監督平台，那你可以點進去看。(Savungaz，2018年5月11日)

除此，為了在充斥各式各樣資訊的臉書動態更新牆中引起用戶的關注與分享，原青陣粉絲專頁不論是懶人包、聲明稿、記者會或實體活動的自製貼文，都會以文字搭配大張的圖片呈現。小編 Lisin 就表示，文字搭配圖片是基本的呈現方式，而圖片內容通常是以某一事件所拍攝的照片作為底圖，配上聲明稿標題或重點文字摘錄。他提到，「可能有過沒有配圖的，就那個情況可能就真的太緊急，但基本上再緊急我們都還是會配，就一定要，對，就比較好，大家會比較好轉貼。(Lisin，2018年5月19日)」粉絲專頁發文後，原青陣會再將貼文張貼回內部臉書社團，請其他成員協助轉貼分享。這樣的作法也是在臉書平台的分享邏輯下，藉由用戶的社交網絡擴散消息，增加貼文的曝光程度。小編張佳蓉就提到，「我們是用比較原始的方式去分享跟轉貼給親朋好友，然後再讓他再被無數次的轉貼出去。(張佳蓉，2018年5月15日)」由此，原青陣粉絲專頁的傳播實踐樣貌，可以說是嵌合在臉書著重內容分享的運作邏輯與演算法機制之中。

3. 借助其他媒體力量

除了掌握議題時效性、臉書平台運作機制這兩項屬於經營自身媒體平台的介入行動，原青陣粉絲專頁也會借助其他媒體的力量進行介入，例如記者會、媒體投書。原青陣作為具有倡議性質的原民團體，借助其他媒體力量的策略看似與過往的原運組織相同，在操作目的與執行細節上卻有不同的考量。

在擁有自身媒體管道的情況下，原青陣如果認為某一議題需要向政府部門或政治人物施壓，就會同時結合粉絲專頁貼文、記者會或媒體投書的形式進行介入。這顯示原青陣認為自身掌握的粉絲專頁與新聞媒體有不同的功能與定位：粉絲專頁是組織與社會大眾對話的管道、新聞媒體報導則是向政府喊話的管道。總召 Kai 就表示，舉辦記者會的目的是不是仰賴新聞媒體來擴散議題資訊給社會大眾，而是藉由報導來對公部門施壓：

其實記者會是對這些公部門施壓的方式，也是他們比較會來正視這個問題跟回應。反而記者會，一天當中有這麼多記者會，然後這麼多團體都在辦記者會，其實對大眾來說記者會是很老的，他們也不太可能會關注，不會。（Kai，2018 年 6 月 25 日）

除此，臉書依據使用者個人喜好推送訊息的演算法機制，雖然能讓人們更容易建立屬於自身的社交網絡、擴大特定社群的參與範圍，卻也容易形成資訊接收的同溫層¹⁸。身為幹部與小編的傅崇益就表示，「我覺得會來看我們粉絲專頁的人大部分都還是同溫層。就是你本來就對原住民族議題有一些關心了，甚至你本來就有一些跟我們相似的地方。（傅崇益，2018 年 5 月 9 日）」因此，透過記者會、媒體投書等借助其他媒體平台傳播影響力的方式，也是為了突破臉書的演算法機制、讓更多人看到原青陣粉絲專頁的內容。

執行細節上，原青陣通常是與其他原民團體、非營利組織等單位合作，共同籌辦聯合記者會，藉以壯大發聲力道。除此，原青陣籌辦的記者會大約是 30 分鐘，並且是有意識地提供更為簡單切題的論述，或有趣吸睛的內容來契合新聞媒體既有的運作邏輯、增加議題的能見度。Savungaz 表示，新聞媒體普遍不熟悉原民議題，因此原青陣會嘗試在短時間內說清楚論述重點，方便讓記者理解現況並撰寫進報導中。他提到，「這媒體生態啦也是蠻悲哀的，但是你就是要找一些能夠讓他們立即抓到的重點。因為他們大概沒有辦法花 3 個小時 5 個小時去理解你的議題是什麼。（Savungaz，2018 年 5 月 11 日）」

為了讓記者會在眾多社會議題中脫穎而出，原青陣也曾跳脫既有的控訴、喊口號形式來吸引媒體關注。2014 年，原青陣為了抗議觀光局提出「原住民部落觀光元年」的計畫，自主發起觀光觀光局的行動，號召成員打扮成觀光客到觀光局觀賞公務人員辦公。2016 年 2 月，為了抗議《大尾鱸鰻 2》電影中揶揄蘭嶼達

¹⁸ 「同溫層」與網路回音室（Echo Chamber）、過濾氣泡（Filter Bubble）等概念類似，意指社群媒體獨有的演算法機制，根據網路使用者的行為推送與其喜好相符的訊息，讓使用者接觸的訊息越來越單一化的現象（新媒體時代，2015 年 5 月 15 日）。

悟族人的片段，原青陣到該片電影公司舉辦超渡歧視法會，要求導演道歉並刪除電影片段。這兩場以反客為主形式進行的記者會吸引了許多媒體報導，也成為原青陣成員受訪時常提起的記者會成功案例。Savungaz 表示，原民相關的議題資訊如果沒有辦法擴散就沒有影響力，因此原青陣相較於過往原運團體是更有意識地思考不同媒體的運作邏輯與需求，以單點擊破或跳脫既定框架的方式吸引關注與對話。

我常常覺得這就跟我們的長輩很不一樣，因為我們的長輩在做尤其是記者會的時候，就很喜歡坐整排的人，然後每個人講很多話然後一場記者會開 1 個小時，但是可能在 15 分鐘的時候記者已經走到剩下幾家很友善的媒體，其他都不見了這樣子，那他也就是一個效果不好的操作。

(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

由於一場記者會所能夠傳達的論述、獲得報導的篇幅有限，原青陣會同時在粉絲專頁發佈更為完整的聲明論述，提供大眾或記者進一步瞭解。Lisin 表示，粉絲專頁上的聲明稿或新聞稿，是對新聞記者報導的資訊補貼，也能讓該場記者會的報導更加完整。他提到，「也是順便告訴其他來不及準備的記者說，我們這邊有一份現成的，你們可以拿去用這樣。(Lisin, 2018 年 5 月 19 日)」Savungaz 更認為，原青陣有自己的粉絲專頁，此一作法除了讓原青陣能在可掌握的情形下自主發聲，也能回頭累積原青陣粉絲專頁未來的傳播效果：

我們今天記者會只能講 15 分鐘但是我完整的論述是什麼我還是會在平台上面去推播。這樣的情況底下，想要更了解議題的人找到你的粉絲專頁，看到你寫的東西覺得他有所獲得有所吸收，它之後追蹤你的粉絲專頁，他就變成一個累積回來的事情。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

然而，籌辦記者會通常會耗費較高的人力成本，Kai 表示，當原青陣沒有辦法召開記者會時，會改採媒體投書的方式對公部門或政治人物施壓。針對投書的影響力，他提到，「(投書)它畢竟進到主流媒體，它就是會有一定的版面、一定的討論、一定的傳播……會比我們在粉專它的討論的程度，或本來就認識原青陣裡面的人來說，(投書)它可以更大的就是擴大關注度。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」在研究者觀察的時間區段，原青陣的投書主要是投稿到蘋果日報。背後原因，除了近用門檻低、了解該媒體對原民議題相對友善，也考量到蘋果日報擁有的讀者數量最多。Savungaz 便提到，「(蘋果日報)它網路即時論壇就是一個投了就會上，

除非你寫得不成文，但它基本上不會審查你的內容跟意識形態立場什麼的。
(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)」

以前面段落提及的李芳儒事件為例，原青陣粉絲專頁雖然迅速地發布聲明回應市議員的公開臉書貼文，但是未引起議員關注。因此他們進一步將聲明超連結回覆在市議員李芳儒臉書貼文留言區，並 Tag 李芳儒的臉書帳號。然而，兩次行動皆被市議員冷處理，原青陣才決定再將貼文投稿到蘋果日報網路論壇，希望將議題抬升到更多人看到的媒體平台、對議員施壓。幹部傅崇益針對該事件解釋：

我們寫完聲明之後發出去就發現沒有人回應，他沒有回應我們。我們就會有點擔心說是不是我們平台的侷限，就是都沒有，就是他們都沒有看到。或者是因為我們如果只是發在我們平台上，她沒必要回應，她沒有必要就是回應我們。可是我們把它做成投書，它就是變成一個公共平台，它在各大媒體，它在媒體平台上出現。這個就會有可能變成她不得不回我們一點什麼。(傅崇益, 2018 年 5 月 9 日)

由此，即便媒體發聲門檻下降、有越來越多倡議組織能透過網路媒體自主發聲，新聞媒體仍是原青陣認為能接觸到更多閱聽眾、對政府機關產生輿論壓力的管道。原青陣粉絲專頁發佈的貼文若希望有更進一步的媒體曝光，原青陣的作法不是召開記者會就是投書媒體。這樣的作法掌握了網路上的時間型態，除了能完整表達組織的觀點，也是借重新聞媒體的影響力來突破臉書平台的侷限。

本研究將原青陣粉絲專頁的介行動分為開拓原民議題的討論範圍、從不同敘事角度刻劃族群歧視的具體樣貌、掌握與突破網路上的時間型態共三大面向。原青陣粉絲專頁的介行動，以粉絲專頁發佈發佈的自製貼文和轉貼資訊為主要形式，並視情況籌辦實體活動或召開記者會、投書媒體。相較於過往的原民團體，原青陣是更有意識地結合不同傳播形式與其他媒體平台的資源對外發聲。身為前總召與小編的 Savungaz 以世代差異解釋這樣的差距，他認為身處在媒體資源豐富、網路資訊爆炸的時代，原青陣思考的是如何讓組織的聲音在各種媒體資訊之中脫穎而出。他提到：

他們就會覺得資訊我丟到網路上就會有人看啦，但是我們就會很清楚說，就是我剛剛提到的資訊爆炸的情況讓你怎麼讓你的資訊在眾多資訊裡是脫穎而出的，這是不一樣的思考。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

本研究認為，這種世代差異不只是媒體技術的使用思維，也是原族群媒體的產製者基於自身認同所實踐的行為。Savungaz 受訪時曾表示，當代原住民青

年屬於文化斷裂的一個世代，因為在他們之前出生的是 40 歲以上、早期遭受嚴重歧視而不願意再傳承文化給下一代的世代。在他們世代之後出生的，則是 20 歲以下、成長於相對友善的族群政策與教育環境，並且開始對自身文化感到驕傲的世代。他對此表示，「我也覺得這樣子我們這一代的年輕人是非常非常努力，你知道你原本就有，跟你被剝奪以後然後想去找回來的那一種努力的程度，我覺得有一點點差別。（Savungaz，2018 年 5 月 11 日）」這樣的世代背景，除了讓他們更努力地捍衛文化生存的空間，也讓他們在學習文化、討論原民議題的過程中，善於從主流社會的邏輯思考進行破解、與主流社會進行對話：

我自己是認為原住民青年不可否認的，我們在主流教育體系裡面長大，我們善於使用主流社會的語言、善於主流社會的思考方式，那我們只能從中破解這樣的思考方式，怎麼跟我們的族群價值跟跟社會的認知或是說宇宙觀去對話，這是我們其實擅長的事情。（Savungaz，2018 年 5 月 11 日）

對成員 Lisin 來說，原青陣成員彼此之間的討論，以及對外與主流社會對話的介行動，便是在日常生活中培養對原民議題的敏感度、學習指認壓迫。Kai 發起「#Akapacici 不要勉強」徵文活動的起心動念，是 2017 年 10 月開始於各大社群媒體上廣泛傳播、串聯的#MeToo 運動。原青陣推出「蔡英文原住民政策監督平台」，則是在製作過程中參考了新聞媒體「報導者」同年上線的「蔡英文勞動政見追蹤平台」網站。成員溫馨在撰寫粉絲專頁貼文時，也時常會觀察臉書平台中其他原民團體、不同議題領域的非營利團體所發佈的聲明內容，從中比較、學習這些貼文讀者迴響或大或小的原因。他舉例，「他(粉絲專頁貼)的這個議題我覺得蠻重要的，為什麼都沒甚麼人關注這個聲明，我可能就也會去看，就是說想說如果是我，我會怎麼寫？如果他寫得不錯的話，也是觀察看他怎麼寫、怎麼排版啊什麼什麼的。（溫馨，2018 年 5 月 14 日）」對於 Savungaz 來說，原青陣在一邊學習文化、議題的過程中一邊學習與主流社會對話，而對話的方式是從主流社會大眾普遍可以接收的媒體管道進行介入。

他比較變成是我們能夠把我們學習到的東西用主流社會可以接收到的媒介跟方式，比如說網路、記者會座談會，然後去傳遞、去分享出去，然後試著讓別人來認識這樣的經驗乘載的真實（Savungaz，2018 年 5 月 11 日）」

由此，原青陣粉絲專頁所採取的介行動座落於整個媒體生態之中，並且是

原住民青年在當代探索族群認同、學習原民議題、學習成為原住民的一部份。這是意義協商與互動的過程，牽涉到產製者對與自身形成某種互動關係的文化的體認，並且將這些體認轉換成閱聽眾可以理解的方式（林文玲，2001）。在這個自主發聲的過程中，原青陣是有意識地觀察並採行社會大眾普遍能夠接收到的媒體管道表達想法，讓社會大眾理解形成族群壓迫的社會結構，以及原民青年世代的觀點。

三、介入行動的評估與挑戰

原青陣粉絲專頁嘗試與主流社會對話，而運用多數人可以接收到的媒體管道進行介入是原青陣相對擅長的事。然而，原青陣粉絲專頁從原民青年的觀點採取介入行動，在促進社會理解其論述、觀點的過程中也面臨許多困難與挑戰。接下來將探討原青陣粉絲專頁如何評估介入行動的成效，以及與主流社會對話過程中所面對的困難。

(一) 介入行動的成效評估

以經營自身媒體平台的介入行動來說，原青陣主要透過來自臉書平台提供的粉絲專頁後台數據進行評估，例如粉絲訂閱人數、每篇貼文的瀏覽人次、按讚次數、留言數量、轉貼分享次數等。Savungaz 表示按讚、分享的數據，代表的是有更多人接觸到、看到組織的貼文，並且是促進社會理解原民議題的第一步：

我覺得(按讚、分享的)人數本身就是一個累積阿，因為越多人看你的議題，就越可能去促成理解，因為大部分的不理解都是來自不知道、沒看見這件事情。所以能夠接觸到越廣的層面，它基本上就是會有它的效果，但我當然不能明確地跟你說，那我們就看到了有很多人理解，但是至少有機會讓更多人理解，（Savungaz，2018年5月11日）

綜觀原青陣 2017 年至 2018 年 6 月的粉絲專頁表現，訂閱追蹤的粉絲人數約有 2 萬 6 千人，每篇貼文的平均按讚人次為 117 人次。其中，擁有最高按讚次數的貼文是原青陣發起的線下活動「原青百人舞圈 捍衛傳統領域」直播貼文，有 871 個按讚人次；按讚人數最少的則是高雄拉瓦克部落反迫遷北上陳情記者會的英文發言直播，有 4 個按讚人次。

必須注意的是，即便原青陣會透過前述方式評估臉書粉絲專頁的傳播效果，並不會特別就貼文表現設定目標與檢討。基本上，只要原青陣認為重要的、希望

與社會進行對話的議題都會在粉絲專頁發布貼文，是著重自主表達原民青年所思所想的實踐過程。Kai 表示，一方面組織運作不涉及商業利益考量、也沒有媒體營運的壓力，另一方面原青陣也沒有相關的知識專業可以判斷成效好壞。

我覺得好像滿難量化，然後我覺得我們組織也還沒專業到可以量化。或者是可能別的組織就是會用，就是譬如說連署目標啊或是用募款目標啊，但是我們好像都沒有這個必要。嗯對啊，反正就是，我覺得我們現在的原青陣(粉絲專頁)就是抱持著臉書發文不用錢的心態在做啊，對，就是臉書發文不用錢啊，所以就是發啊。有人要做有人想發就發啊！……如果它是一個需要見報、或者是買廣告，或者是或是像是我們之前建置一個網站，它需要上架費之類的，我覺得我們應該都會很嚴謹地去想這個東西的 KPI，對啊。但我們畢竟也不是 Mata 啊，沒有什麼營運成本的壓力，然後就媒體上，也沒有什麼發言要錢的一個壓力，所以就有人要做就做。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)

相對地，溫馨提到當粉絲專頁的某一篇貼文按讚、分享人次較低，原青陣內部會分析問題出在議題本身還是媒體呈現的形式，並且在每次的觀察評估中尋找讓每個議題獲得更多關注的呈現方式。

因為我們會覺得是值得分享的，我們才會自己在小編群組問大家，大家都覺得 ok 我們才會貼上去。所以有時候可能它按讚率沒有其他人高，那，我們會覺得不是那個議題的事情，可能是因為大家對這件事共鳴還沒有那麼高啊，或者是，可能在(貼文內容)分享上面的鋪陳或是什麼的，可以看再怎麼修正。(溫馨, 2018 年 5 月 14 日)

關於借助其他媒體力量的介行動，原青陣的評估依據則是包含記者會的媒體露出、相關單位是否發佈新聞稿回應，或立法委員對特定議題的態度是否有所轉變。這樣的評估方式更突顯出原青陣作為倡議團體的性質，也就是監督政府、對公部門施壓。

然而，原青陣成員多表示每次記者會吸引的記者人數、媒體露出與政府回應因議題而異，也難以控制。成員 Lisin 觀察，除非記者會的形式較為特別，否則到前來採訪的記者多限於原民台以及規模較為小的網路新聞媒體，例如環境資訊中心、苦勞網、焦點事件等。總召 Kai 認為，原青陣在資源有限的情況下並未特別經營與記者的互動關係，也很難掌握記者會的傳播效果。他坦言：「記者來多少我真的覺得隨緣，這真的是沒辦法控制的，而且我覺得目前原青陣資源這麼的

匱乏，然後我們並沒有花太多的精力去經營我們跟記者的關係的這種情況下，這不是我們可以控制的。(Kai, 2018年6月25日)」他表示，在目前的媒體生態中，除非記者會主題牽涉到其他議題領域，例如環境議題，原民議題的新聞報導多仰賴記者個人的支持。他對此提到：

真的很少是看在原民議題(來的)啦，專門跑原民議題的記者太少了，大部分是記者出自很個人的善意，真的有些記者他是認為原民議題很重要。他是跑社會線、政治線或他甚至不是跑這個線的，但是他會很專注地要來跑原青陣的新聞，所以其實是蠻感謝他們(Kai, 2018年6月25日)

研究者認為，這也是原青陣召開記者會、投書媒體的同時，結合粉絲專頁管道發文的原因。Savungaz 就提及記者會只是原青陣的傳播手段之一：「吸引媒體關注是一個手段問題，你的重點是傳播議題，其實我們不會把所有的議題的傳播管道放在媒體上做期待，我們有自己的粉絲專頁平台。(Savungaz, 2018年5月8日)」原青陣粉絲專頁在記者會前、後都會發布新聞稿，提供組織對事件、議題更為完整的論述內容。換言之，即便借助其他媒體力量的介入行動不一定能獲得完整的新聞報導或即刻撼動政府決策，臉書粉絲專頁是原青陣讓更多社會大眾認識議題的備援頻道。以先前粉絲專頁貼文、媒體投書皆未引起李芳儒實質回應的案例來說，Kai 就表示：「可能(原青陣對)李芳儒的說法，可是它既沒有所謂政治的成效，它可能沒有辦法影響到任何身份法的修法過程，沒有辦法。但是我相信就是可能就是它對於一些漢人了解原民議題是有成效的，或一些原住民青年來了解平埔議題是有成效的。(Kai, 2018年6月25日)」

原青陣作為原民倡議組織，介入行動效果的觀察依據還包含組織長期以來的信譽累積，例如有關原民的新聞報導是否引述原青陣意見、民間講座或公部門諮詢會議是否邀請組織參與等。以新聞媒體引述組織意見來說，Savungaz 就表示，「今天主流媒體願不願意引用或碰到某個議題的時候願意引用原青陣的意見，那代表我們對於訊息傳播的信任度有被累積。(Savungaz, 2018年5月11日)」在研究者觀察的時間區段，不論是傳統領域劃設爭議、礦業法修正草案、動保法對獵捕工具的規範、課綱爭議，或是商業廣告錯置原民形象等原民權益相關的議題，皆有媒體網站透過採訪或節錄粉絲專頁貼文的方式引述原青陣意見。這些媒體包含了公視、中央社、蘋果日報、聯合報、自由時報、鏡周刊、環境資訊中心、關鍵評論網、公民行動影音紀錄資料庫、Mata・Taiwan 等。除此，原青陣也成為新聞媒體的諮詢或合作的對象，像是 2017 年 10 月 2 日鏡週刊的〈你的名字—

為什麼我們叫不出原住民的名字〉¹⁹專題報導便諮詢原青陣成員。2018年5月20日〈小英，說好的承諾呢？——520兩週年政見追蹤〉²⁰鏡周刊專題中的原住民政策資料，則與原青陣「蔡英文原住民族政策監督平台」內容合作。由此，原青陣持續針對不同社會議題表達原民青年觀點，除了逐漸累積組織的公信力，也成為新聞媒體在原民議題領域的消息來源。

隨著組織信譽逐漸累積，原青陣也時常受邀至高中、大學的原民社團或異議性社團演講，還有公部門與原民相關的諮詢會議與公聽會。成員 Lisin 就表示，從原青陣的講座邀約增多，可以觀察到組織累積了一定的關注程度。他說：「就是大家如果今天想要開辦一個講座，可能議題是跟原住民有關，有些人就會直接想到說，欸那我可以邀請原青陣來。對對對，就(原青陣受到的)關注度其實還 OK。(Lisin, 2018年5月19日)」Savungaz 更提及，原青陣開始受邀到政府部門的政策諮詢會議，也能對政府決策過程帶來更直接的影響力。他說道：「原住民議題相關的公聽會或是有一些部會他們一些相關議題的諮詢會議，就也會開始來找原青陣，那個效果你就可以更直接地把你的意見帶進公部門的決策的討論裡面。(Savungaz, 2018年5月11日)」除此，原青陣也與其他倡議組織有議題性的合作與結盟，例如環境、性別、人權團體等。Savungaz 特別以性別議題為例，表示原青陣關注的議題雖然不限於性別領域，但是長期支持性別平權的立場，也使得性別倡議組織開始支持、聲援原民議題。他對此意料之外的發展解釋，「就是我們在做 LGBT 的倡議夥伴他們會邀請我們去不只是希望我們去聲援議題而已，而是希望我們順便透過這個場合去讓他們的群眾可以有機會接觸到原住民的議題。(Savungaz, 2018年5月11日)」

由此，即便透過上述方式評估介入行動的傳播效果，對原青陣來說，要克服不同文化之間的偏見、促成社會的轉變，仍需要長期的實踐才能達成。身兼幹部與小編的傅崇益就表示，過去幾年組織關注的議題，都還未得到政府實質的回應與改善。Savungaz 更指出，在人人可自主發聲的網路時代中，必須持續地發表看法、與主流社會對話，才有可能讓更多人認識並尊重原民權利、促成真正的社會改變。

我們也才成立了五年，我覺得這五年內雖然說好像說很長，但是很少會有議題是可以在五年內就可以達到結果的。(傅崇益, 2018年5月9日)

¹⁹ 〈你的名字—為什麼我們叫不出原住民的名字〉網址：

<https://www.mirrormedia.mg/projects/real-name>

²⁰ 〈小英，說好的承諾呢？——520兩週年政見追蹤〉網址：

<https://www.readr.tw/project/president-promise>

這個網路的世代不是你講一句話它就奠定了一個甚麼樣子的言論共識。通常是要講一百次，它才會被一群人慢慢的聆聽，慢慢的認知到 然後接收到然後大家能夠接受，那才能慢慢形成一個共識。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

原青陣粉絲專頁的經驗如同 Ginsburg (1997) 對於原民媒體產製者的觀察，這些文化運動者明白社會的變革不只是透過立法解決問題，還要與遍布於整個社會結構的不平等關係進行長期的對抗。

(二) 介入行動面臨的挑戰

透過上述討論，可以看見原青陣善於結合不同媒體資源談論當代存在於政策法規、日常生活中的族群歧視，讓社會大眾認識原民權益與原民當代處境。但是對原青陣來說，「談論歧視」一直都是最困難的挑戰。這使原青陣粉絲專頁採取介入行動、嘗試連結媒體內容從生產到接收的過程中面臨了許多挑戰。前總召 Savungaz 表示，人們往往難以察覺遍佈在日常生活與政策法規之中的族群歧視，這使得談論、溝通歧視本身就是困難。

歧視是最難談的。歧視。譬如說大尾鱸鰻，譬如說就是說，有時候我們整個社會很習慣認為說開玩笑無傷大雅，然後我們也很少被教育說，我是說整個主流社會很少被教育說，什麼叫做結構壓迫這件事情。就是說，你是原住民我不是原住民，可是我們都是人啊，我們都一樣生活在這個社會裡面啊，你有什麼好覺得有什麼不公平的地方。(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

研究者將原青陣粉絲專頁介入行動所面臨的困難分為四個面向：社會大眾以形式平等看待議題、政治與商業力量的干預、原民社群內部意見的隔閡、維持組織長期運作的困境。

1. 社會大眾以形式平等看待議題

首先，原青陣粉絲專頁即便以開拓議題討論範圍、提供議題背景資訊、說故事等方式指認出族群歧視的樣貌，依然會不斷面對社會大眾以形式平等看待議題的情形。《原基法》雖於 2005 年通過，但是原住民族政策在 2008 年國民黨長達八年的執政期間偏重於社會福利與經濟發展 (阮俊達, 2015a)。台灣既有的原民福利政策也以救助個人、忽視社群／部落整體的加碼式津貼為主，既複製既有權力關係，也成為原住民族文化與價值觀受創的根源 (王增勇, 2010)。Savungaz 以

原住民族學生升學優待政策為例，指出國家在未改變制度框架的情況下施以額外補償，這種殘補式的福利政策無法根本解決問題，也容易形成非原族群的相對剝奪感。因此，在既有的社會結構與制度設計下，原青陣粉絲專頁與不同族群背景、生命經驗的社會大眾進行對話，本身就是難以跨越的鴻溝。

對於一個他(身邊)有原住民同學在準備要升學的學生眼裡，他就是那個看著別人不用跟他一樣努力然後有跟他一樣成果的那一種相對剝奪感，但是他沒有辦法去看到那個(升學加分政策)背後那個結構本身不是並不是一個真正的(補償跟)優惠。這就非常的難談，因為每個人的生命經驗差太多了。你在沒有這樣的一個生命經驗的人去談被歧視的感受，有時候其實真的很難被理解，那我覺得這個一直以來都是最難談的。

(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

2. 政治與商業力量的干預

第二，原青陣粉絲專頁採取介入行動、嘗試連結媒體內容從生產到接收的過程，也需要與政治勢力、商業力量周旋與抗衡。Savungaz 表示，原民議題時常因政黨之間的隔閡被操作為正反對立，使得事件細節難以被討論，甚至造成族群間的誤解。2017 年傳統領域劃設爭議期間，原青陣與其他原民團體聯合抗議原民會公告的《原住民族土地或部落範圍土地劃設辦法》將傳統領域意涵限縮於公有地，並要求修改內文。原青陣粉絲專頁當時不斷發佈貼文、投書媒體，向社會解釋傳統領域是領域主權而非財產權概念、不涉及土地所有權的返還問題，在該議題強烈表達劃設範圍應納入私有地的立場。然而，當時原民會與特定原民政治人物反而以財產權的概念說明納入私有地將有違憲之虞，應先暫時排除私有地、盡快落實原民諮商同意權。對原青陣來說，政治人物操作輿論的力量往往難以抗衡，使得當時輿論意見趨於兩極、難以對話，組織訴求也被誤解。當時更有部落文化工作者投書指出，反對現行劃設辦法版本的抗爭團體，是在阻礙傳統領域劃設程序的進程(喇蘭·猶命, 2017 年 5 月 19 日)。由此更可看見原青陣面對的不只是原、漢之間的關係，還有原民社群內部不同的政治勢力、團體或個人的價值協商。

(某原民立委拉著族人出來說)趕快劃趕快劃我們要把土地拿回來，你這樣做也是在騙部落的族人耶，因為你這樣做也不會把土地拿回來阿，你是在騙人耶，然後創造的是社會的對立耶，是在加深那個不理解耶，這整個事件我就突然火氣很大。那時候我們是蠻努力的在寫東西的啦，

因為我們總覺得要在那個對立變成不可化解之前，試著要把話講清楚，但是真的太難了，因為那種政治操作的力量，真的是有時候很難跟他抗衡，他就是拉正反對立，他就是不討論細節，我覺得這個在當前的政治氛圍裡面，每次原住民的事情被拉到這樣的對立以後就會變得很瞎。

(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

除此，身處人人可獨自成為一個媒體、粉絲專頁相繼成立的數位環境，原青陣粉絲專頁除了必須在各種商業機構、使用者個人以及其他社會議題資訊中競奪閱聽眾的注意力，也受制於臉書平台不斷變動的演算法機制。2013 年底成立以來，臉書粉絲專頁是原青陣採取介行動、與主流社會對話的主要媒體管道。訂閱原青陣粉絲專頁的粉絲人數到 2018 年更累積至 2 萬 6 千多人。然而臉書多次更改演算法標準、調整不同性質的貼文在使用者動態牆上出現的優先順序，粉絲專頁的粉絲人數已不再等同於每次發文所能觸及的人數。Kai 就表示，「現在粉專要投錢，你如果不投錢的話就是沒有、不會有廣告。然後就算有人按(貼文)讚，也很難，就變成他也不一定會看到。這就是最大的，臉書觸及率其實是目前原青陣粉專遇到的最大的困難。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」成員溫馨也指出原青陣粉絲專頁在眾多粉絲專頁的競爭之下，貼文觸及人數也確實持續下降。他提到，「大家有發現就是這一類的散播效果其實很有限，而且一剛開始可能是好的，可能滿好的，可是現在就是粉專越來越多。(溫馨, 2018 年 5 月 14 日)」

即便臉書粉絲專頁越來越難經營，原青陣也難以轉移到其他平台經營自己的媒體管道。原青陣在 2018 年 4 月於 Instagram 社交媒體創立組織帳戶，最初目的是讓#Akapacici 徵文活動的投稿文章觸及多數在使用 Instagram 的國高中生。然而，原青陣粉絲專頁既有的經營方式是透過自製貼文，與大量的轉貼分享其他部落、組織消息的網址或臉書貼文來擴散資訊。「分享」是原青陣粉絲專頁擴散議題資訊、讓更多人知道原民議題的重要方法，但是 Kai 表示，「其實 IG 更難觸及到新的(觀眾)，就是因為他沒有分享功能。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」也就是說，原青陣粉絲專頁的經營模式嵌合在臉書既有的分享邏輯以及介面設置，不通用於其他網站。因此，原青陣在 instagram 張貼完#Akapacici 文章後就鮮少更新內容，仍在摸索 Instagram 的經營方式。

在網路科技快速普及的新原運時期，原青陣即便能透過經營成本較低的方式取得自主發聲的媒體管道，將原民青年的觀點嵌入多數族群主導的媒體地景、與多數族群展開對話，其仍需與既存的政治、商業力量角力與周旋。原青陣操作新媒體的知識和技能雖然相對其他原運團體嫻熟，但是要在充斥政治、商業資訊的

數位媒體環境中持續擴散消息、引起社會大眾對原民議題的關注仍是非常困難的事。Savungaz 就表示，原青陣粉絲專頁所面臨的難題，也是所有倡議組織在網路時代共同面臨的困境。

大家都覺得說現在自媒體好像變成說人人可以發聲，可是那代表甚麼意思，那代表說資訊沒有在經過過濾。但是資訊沒有經過過濾理論上是好事，可是人的思緒跟精神能夠處理的資訊的量是有限的，就那個困難就包括當代大家共同的困難啦。你今天身為一個自營媒體要怎麼發聲、接觸到不一樣的人、突破同溫層，而且還是要透過這個創造同溫層的社群媒體，呵呵呵呵再去突破同溫層。那個困難大概是每一個經營議題的 NGO 共同性的困難，我覺得原住民的 NGO 也是遇到一樣的困難。

(Savungaz, 2018 年 5 月 11 日)

3. 原民社群內部意見的隔閡

原青陣粉絲專頁連結媒體內容生產到接收的過程，也是與不同地區、族群、世代、認同光譜的原民團體或個人意見協商的實踐過程。一方面，不同民族、議題之間受到的關注與討論有所不同。Kai 表示，每個原民議題都有不同的霸權論述要拆解，但是最難進行對話的不是爭議性高的議題，而是連原民社群內部都少有共鳴、認為與自己無關的平埔族群議題。他解釋：「譬如說像王光祿(狩獵)案你可以說他有一點困難，但至少因為他有很大的爭議，所以有很多對話的空間，或是說有很多的那叫什麼，就是很多人引戰啊，就至少他可以引戰。但是像平埔的(議題)，就大部分的人覺得就是跟我沒有關係。(Kai, 2018 年 6 月 25 日)」因此，原青陣往往需要透過擴大論述，建立平埔族群議題與其他法定原住民族之間的關聯，例如討論《原住民族身分法》既有的原民身分認定問題，或從轉型正義的角度切入，讓原民、非原住民進一步關注與討論。

另一方面，原青陣粉絲專頁的成員組成與倡議性質也時常面臨原民社群內部的其他意見與質疑。2017 年 8 月教育部召開課程審議會討論高中國語文課綱的文言文比例，並發起網路票選活動募集民間選文意見，作為課審會選文參考。網路票選出 10 篇推薦的文言文中，〈番社過年歌〉與〈大甲婦〉因為將原住民稱為「土番」而引發是否適合推薦的爭議。原青陣粉絲專頁當時發佈〈【好好愛我，好好珍惜】——原住民族青年陣線針對國語文爭議聲明〉一文，呼籲課綱整體架構應重視原民權利困境、呈現族群互動的歷史背景，並指出該兩篇文勾勒出過往原民社會樣貌，能帶到教學現場反思與分析族群不正義的歧視問題。然而成員溫

馨表示，此一觀點遭受原民社群內部其他個人在網路上的討論與質疑，並將組織的觀點歸因於成員是都市原住民所致：

大部分真的是我們父執輩(對聲明提出的質疑)。你一看到就會覺得他根本就沒有(完整地)在看我們的聲明，……，因為他們那一代的歧視一定比我們現在更深，所以他們就會講說，被講「番」(的文章)怎麼也可以被選進去？那(豈不是)跟之前，就是以前的文章都會把吳鳳的故事寫進去、選進去，就是一樣的道理啊。(甚至)就會說，你們都在都市(長大)就是沒有被歧視過，才會這麼覺得。(溫馨，2018年5月14日)

Kai 就表示，當時在臉書看到許多原民長輩對該篇聲明提出質疑，但是原青陣選擇回到各自的臉書朋友圈溝通與討論，而不是透過粉絲專頁回應。他提到：「就是用比較軟性溝通的，回到比較朋友層次的朋友圈裡面的小圈子的，因為畢竟他們也不是轉(貼)原青陣的粉專(發表意見)，……，我們就是採(取)，就是你也是自己發在自己的臉書，我也是自己發在我自己的臉書，我還是希望起到一個溝通的作用。(Kai，2018年6月25日)」

除此，溫馨提到原青陣粉絲專頁的貼文時常引用法條，這樣的作法雖然能夠聚焦組織的論述立場，卻容易對其他原民青年形成距離感。他舉例：「傳統領域我們會覺得講法條比較清楚，可是因為法條的用字會比較艱深，可是有時候他們又會覺得，嗯，覺得你們在都市就是讀書讀比較高，或是像是在掉書袋什麼什麼的也是有。(溫馨，2018年5月14日)」然而，原青陣在體制外倡議、監督原民政策的定位，與原鄉部落致力於在地文化復振、鼓勵青年投身部落或民族公共事務的組織性質不同。從訪談中可以發現，原青陣成員對本身組織定位、行動，採取與其他原民團體、在地組織分進合擊的共進態度。Savungaz 就表示，不同組織推動族群事務的方式不同，而成員參與原青陣討論、行動的同時，也正在自己的部落學習或是在尋找回家的路，兩者並非相互衝突。

有時候那種隔閡是來自於說，我也覺得這件事情很討厭，但是做實踐工作的人有一些人會，像我有認識一些哥哥它每年都會罵我，就會罵我就說，阿你們在那邊一直講有什麼用，還不如回部落比較實在，可是我都會告訴他做每一件事情就是每一個位子都要有人，要有你們在部落撐著要有我們在外面撐著大家都把自己的位子做好我們才有可能改變，因為的確他們的焦慮就是部落的人越來越少，但是原青陣的人都一直在回部落阿，對阿原青陣的人一直一直。(Savungaz，2018年5月11日)

面對介入行動過程所面臨的各方意見，原青陣傾向更謹慎、清楚地解釋議題與組織立場，在聲援部落抗爭的討論過程中，也會以部落的想法為優先。溫馨舉例，當部落的抗爭需要外界聲援，原青陣粉絲專頁會以部落的聲明為優先轉貼的內容，並以額外補充註解的方式說明當地情況。換言之，持續建立一個溝通平台讓都市與部落之間的消息能夠流通、理解彼此的議題，對原青陣來說非常重要：

很需要去建立(一個)那種平台或管道去讓他們了解這個部分是怎麼樣，也是讓都市的，都市的原住民知道說現在(這個議題對)部落的生活(影響)是怎麼樣，然後部落對於這個議題(的想法是什麼)，因為有時候在都市接觸到的議題比較多是第一線的消息，在都市(認為)對(的東西)，但那個東西有時候也不是部落的人都這麼認為的。(所以這些議題)它也是必須藉由你推議題的時候，把這些東西帶進去(讓不同想法交流) (溫馨，2018年5月14日)

如特納(2002/國立編譯館譯，2008)所言，原民媒體的內容牽涉到產製者的個人創造與社會競爭的過程。在原青陣粉絲專頁的實踐經驗中，可以看到不論是生活在都市、部落或是不同世代的原族人，對於彼此生活經驗的了解程度都存在著落差，同時也是原青陣嘗試連結、凝聚的。

4. 維持組織長期運作的困境

原青陣粉絲專頁五年的運作歷程，雖然較其他原民主題的粉絲專頁更具持續性，依然面臨維持長期經營的挑戰。承前所述，內部成員自發性的參與、討論，是原青陣粉絲專頁發佈自製貼文與轉貼資訊的重要驅力。Savungaz 在受訪時就提到，即便每次討論不一定每次都能促成對外行動，持續的討論是組織未來行動的重要基礎。他表示：「我們十個討論裡面有一件事情可以成為行動，我覺得就蠻了不起的阿，對阿。但我覺得這也很重要，我們如果內部沒有常常有這些討論，我們怎麼可能在最大的議題或是最關鍵的議題發聲的時候能夠促成快速的行動。(Savungaz, 2018年5月11日)」然而原青陣的臉書社團雖然人數眾多，但是由自願者參與、發起討論的專案運作方式容易讓工作落在少數人與幹部身上。總召 Kai 就表示，水平化的組織分工雖然能夠保持成員參與的開放性，卻難以傳承經驗、維持穩定的組織運作。他解釋：「平行化組織他會遇到的問題比較變成說，因為大家參與的，每一個人參與的程度不同，他又讓大家隨時的可以參與，所以，等於每一次的，本來大家已經有一個合作基礎了，如果不是一起工作過，就是又要從頭來過。(Kai, 2018年6月25日)」

為了解決前述問題，原青陣在 2017 年幹部選舉中調整了內部的討論機制。原青陣另外開設了新的工作版臉書社團，讓幹部以及有意進一步參與組織事務的人更容易看到訊息並給予意見。工作版臉書社團人數約一百人，原來的臉書社團則繼續作為資訊分享、意見交流的空間。透過兩個臉書社團的共同運作，原青陣持續地摸索降低參與門檻、提高成員參與程度的方式。溫馨就表示，現階段提高成員在內部討論的參與程度是最大的目標，也能夠傳承過去的經驗給更多成員：

就是不管討論的結果如何，就是你覺得 ok 什麼的，或不是你的想法，但我覺得只要討論起來就是一個很大的目的。……我們現在有很多新血，那如果有新血願意被一個討論引起興趣，他一起加入討論的話，他可能也可以中間發現，欸就是，真的是進去開始協助原青陣的事務啊，就是其實門檻沒那麼高。(溫馨，2018 年 5 月 14 日)

從原青陣看待自身介入行動的思考以及針對內部運作做出的調整，可以了解惟有持續的行動才能讓不同族群背景以及生命經驗的個體相互理解、鬆動既有的政策法規框架。原青陣去中心化的內部運作方式，更體現了新原運時期的原運特色。然而，這種高度仰賴個人動機、參與程度的特性能夠聚集背景多元的成員、形成豐沛的動員能量，卻也對組織長期運作形成挑戰。如何在充斥政治、商業、個人資訊的數位環境中維持運作、取得關注，是原民族群媒體在實踐傳播權，乃至於推進被理解權、讓社會大眾理解原民議題和原民青年觀點的關鍵。

第二節 Mata · Taiwan

Mata · Taiwan 作為本研究探討營利機構所經營的原族群媒體案例，是由非原住民青年方克舟在 2013 年 8 月正式成立、經營的網路媒體。該媒體共有兩個媒體管道，分別是官方網站「Mata · Taiwan」，以及臉書粉絲專頁「什麼，你也愛台灣原住民？！」。Mata · Taiwan 的粉絲專頁訂閱人數長期以來高於原住民族電視台粉絲專頁，在 2017 年累積了近 6 萬訂閱人數，是台灣規模最大的原民主題粉絲專頁。事實上，Mata · Taiwan 在 2013 年 8 月正式成立之前只有一個媒體管道，是方克舟在 2012 年 9 月創立的粉絲專頁「什麼，你也愛台灣原住民？！」，後來才成立官方網站「Mata · Taiwan」共同運作。Mata · Taiwan 成立 5 年來歷經多次的組織業務與成員變動，至 2018 年官網與粉絲專頁已停止發布文章，轉型為網路內容策展公司。本章節將先描述 Mata · Taiwan 的成立背景、運作概況，再討論該媒體如何採取介入行動、吸引社會大眾關注原民議題，最後分析 Mata · Taiwan 媒體角色淡去的歷程。

一、成立背景與媒體產製意圖

Mata · Taiwan 的創辦人方克舟是非原住民，畢業於政大資訊管理系，具程式編寫的專長。全職經營 Mata · Taiwan 前，他曾在電子產業、軟體業和網路媒體工作。回顧粉絲專頁「什麼，你也愛台灣原住民？！」的成立背景，方克舟表示是基於個人興趣和工作需求。他當時在新創的科技新聞媒體工作，由於社群媒體、社群經營對當時新聞媒體和企業來說是新的概念，他在 2012 年 9 月，業餘成立一個粉絲專頁觀察網路的社群互動。粉絲專頁的主題和內容結合他自高中時期就備感興趣的國外原民文化、在台灣部落參加活動的所見所聞，還有學術論文中看見的原民文化知識。因此，Mata · Taiwan 最初是方克舟的個人分享平台，通常以圖片結合文字的形式發佈粉絲專頁貼文。下圖 14，方克舟就透過一張攝影照片加上文字介紹鄒族自台南遷移至阿里山的歷史。

圖 14：「什麼，你也愛台灣原住民?!」粉絲專頁貼文截圖



資料來源：「什麼，你也愛台灣原住民?!」粉絲專頁（2013年4月5日）。

一開始「什麼，你也愛台灣原住民?!」粉絲專頁的文章主題以文化為主，內容短而輕鬆，但隨著方克舟認識的原民議題越來越廣，經營型態也逐漸轉變。方克舟在關注文化的過程中接觸到土地、正名等議題，同時也意識到文化保存和政策、產業問題環環相扣，遂開始在粉絲專頁談論較為嚴肅的主題，篇幅也越來越長。隨著粉絲專頁成立一年、粉絲訂閱人數超過一萬人，方克舟考量到長期的媒體運作和更彈性的文章編輯、介面設計、行銷等功能，在2013年8月自己寫程式架設官方網站「Mata・Taiwan」（如下圖15）。原來的粉絲專頁，則作為吸引閱聽眾進入官網閱讀文章的推廣平台。換言之，Mata・Taiwan內容型態的轉變，與方克舟支持並希望社會共同關注原民議題的動機有關。對此，他就曾表示：「你會想要把你支持的東西說得更清楚一點去說服別人。（方克舟，2018年5月8日）」在原民團體發起的連署行動中，更可看見Mata・Taiwan出現在連署名單，例如2014年原團在318運動提出的聲明訴求、2016年原團要求政府大赦獵人王光祿的訴求。

官網成立後，方克舟逐漸摸索出媒體經營的興趣與方向便辭去工作，以營利方式經營Mata・Taiwan。方克舟透過線上文章、線下部落交流活動推廣原民族文化與權益，並且在網站中明確表達支持原住民族自治和平埔族群正名的立場。其建立的商業模式，是成立個人工作室「南島之眼文化工作室」，並透過工作室業務收入——籌辦原民相關的線下實體活動、承接內容策展相關的私部門專案，維持Mata・Taiwan的媒體運作。除此，Mata・Taiwan也曾在2014年底與2017年中各獲一次文化部獎助經費。

圖 15：「Mata · Taiwan」官方網站



資料來源：Mata · Taiwan 網站（無日期）

人力是 Mata · Taiwan 運作媒體的主要支出，而 Mata · Taiwan 一直維持小規模的成員編制，並歷經多次成員變動。2013 年 8 月官網成立以來，僅由方克舟 1 人負責線上文章與線下交流活動，包含網站文章撰寫、配圖、下標，以及粉絲專頁經營、部落活動合作洽談等。隨著讀者反映希望看到其他作者的觀點，Mata · Taiwan 自 2014 年 2 月開始募集志工撰文、開放讀者投書(李佳霖、曾傑，2016 年 8 月 1 日)。Mata · Taiwan 當時募集了 20 幾位志工，但因為管理不易，志工團隊在運作半年後便解散。2014 年底 Mata · Taiwan 申請文化部青年村落文化行動計畫獲獎，該筆經費支撐了初期媒體運作，包含 2015 年初開始招募部落活動執行企劃，以提供稿費的方式招募特約採訪編輯團隊。特約採訪編輯人數達 6 位，多為大學生與研究生，其中 2 位具原民身分。方克舟則擔任總編輯和粉絲專頁小編，負責撰文與其他稿件的配圖、下標、上稿，以及粉絲專頁的貼文撰寫。編輯團隊的工作模式，通常是總編輯方克舟在某一事件或議題發生時詢問寫稿意願，供稿頻率不固定。期間，Mata · Taiwan 持續發展自主營運的商業模式，透過籌辦部落旅遊、承接內容策展相關的私部門專案做為資金來源。2017 年，與 Mata · Taiwan 合作較為密切的其中 1 位特約採訪編輯轉為正職，負責寫稿與其

他業務，成員編制共 2 人。2018 年，Mata • Taiwan 轉型為網路內容策展公司、不再運作官網媒體與粉絲專頁，成員編制也持續浮動。

就媒體定位、訴求的對話對象來說，方克舟基於過去的媒體工作經驗，在經營之初便設定明確的目標閱聽眾範圍——非原住民，希望 Mata • Taiwan 作為原民、非原民之間溝通的橋樑。如文獻探討所言，原民族群媒體的溝通行動是參與者對原民議題討論的想像與創造 (Wortham, 2013)。Mata • Taiwan 作為方克舟支持原運的方式，目標閱聽眾的設定範圍也顯示他對當時原運與媒體生態的觀察。他表示：「那個時候其實主流媒體阿或是原團，他們都比較沒有對大眾宣傳這件事情。(方克舟，2018 年 5 月 8 日)」長期以來，原運行動者在體制外推動原民權利的方式以原運團體向政府施壓，以及學術界內部討論與聲援為主 (黃鈴華，2005)，較少針對社會大眾推廣議題。除此，方克舟也觀察到當時媒體環境普遍忽視原民議題，而規模最大的原民媒體「原民台」則著重於服務原民族群內部的溝通需求。因此，他以經營媒體的方式向社會大眾推廣原民議題，並且將目標閱聽眾設定為較不熟悉原民議題且佔人口多數的非原住民，希望藉此形成廣泛的輿論影響力。他表示：「如果說今天輿論大家都覺得說應該要做(關注原民權利)這件事的話，那麼政府他就會有比較大的壓力是要去處理這件事情，也會把他做得更好。(方克舟，2018 年 5 月 8 日)」由此，給非原民看、內容關注原民文化與權益的媒體，成為 Mata • Taiwan 的經營方向。

Mata • Taiwan 官網文章的呈現形式為文字書寫搭配 1 至 2 張主題相關的攝影圖片。粉絲專頁的貼文形式，則以官網文章網址搭配小編方克舟的介紹文字呈現 (如下圖 16)。研究者觀察，Mata • Taiwan 的文章依據來源、內容，可進一步區分為自製文章、轉載文章、讀者投書、活動與徵才消息共四種類型。「自製文章」是總編輯方克舟與特約採訪編輯採寫或撰寫評論而成。「轉載文章」由總編輯方克舟從其他媒體取得授權轉載而來，通常是方克舟的原民朋友圈發表或轉貼的文章，或其他媒體、出版社發佈的原民相關文章，例如原住民族青年陣線、地球公民基金會的粉絲專頁貼文，或 UDN 鳴人堂、芭樂人類學等網站文章。他解釋：「我們已經有自己原住民的朋友圈了阿，有時候他們會發表文章或是什麼的，我看到就會去邀稿。(方克舟，2018 年 5 月 8 日)」第三類型「讀者投書」則邀請原民、非原民針對部落或原民議題發表想法。第四類型「活動與徵才消息」，提供部落、原民相關的團體或個人投稿宣傳原民有關的徵才消息與實體活動，例如藝術展演、演講、研討會、文化學習課程等。Mata • Taiwan 籌辦的實體活動，也會刊登在此類別。

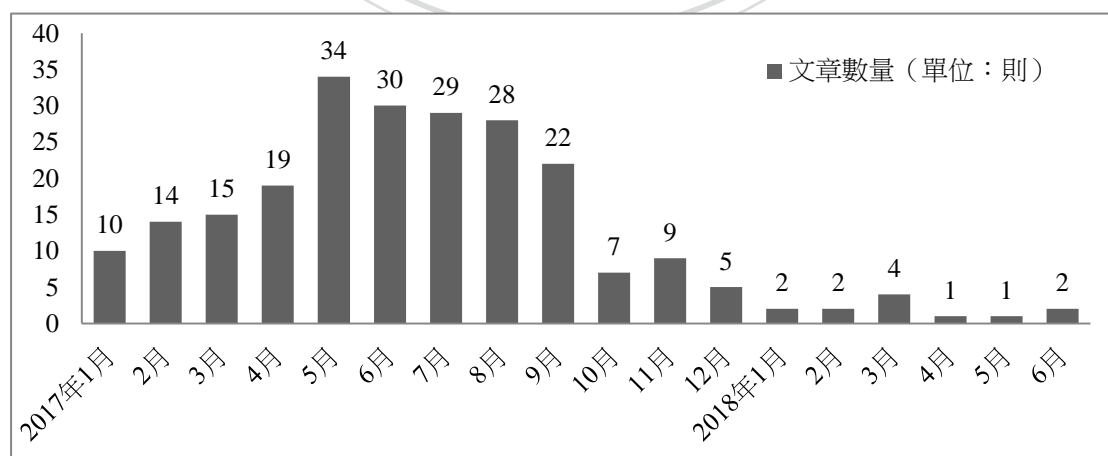
圖 16：粉絲專頁貼文形式



資料來源：「什麼，你也愛台灣原住民?!」粉絲專頁

關於文章發佈頻率，Mata・Taiwan 在 2017 年 1 月至 2018 年 6 月這段期間，共發佈了 234 篇粉絲專頁貼文，每月的文章數量不均。文章數量最多的月份有 34 篇，最少的月份僅發佈 1 篇（如下圖 17）。事實上，Mata・Taiwan 最初設定一天一篇的發文頻率，但是實際執行情形受到文章內容品質、其他專案合作的業務量，以及臉書演算法機制所影響。2017 年臉書調整演算法，每日發文不再是維持觸及率的保證，加上逐漸著重文章內容品質的考量，方克舟就表示，「如果我們沒有辦法保證每天都可以出一個很好的文章，它就不需要(每天都發)。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」因此，從下圖 17 可以了解，Mata・Taiwan 發文頻率並不固定。2018 年文章數量驟降的原因是網站停止經營與編採文章，僅發佈少量轉載文章與讀者投書。

圖 17：Mata・Taiwan 每月粉絲專頁貼文數量（2017.01.01-2018.06.30）



資料來源：本研究整理

二、Mata · Taiwan 的介入行動

從前述討論可以了解，Mata · Taiwan 的經營目的是透過線上文章和線下活動向非原住民推廣原民文化和權益議題，藉以支持原住民族運動。然而，Mata · Taiwan 究竟如何採取介入行動、實踐讓社會大眾認識原民議題的被理解權？研究者將 Mata · Taiwan 推廣原民議題所採取的介入行動分為三大面向，以下將依序討論。

(一) 營造原民議題討論的開放空間：廣納不同題材與族群觀點

關於 Mata · Taiwan 的介入行動，具有透過多元題材與族群視角的文章來喚起非原民對原民議題關注的特色。承前所述，Mata · Taiwan 的文章類型包含了自製文章、讀者投書、轉載文章、徵才與活動。研究者整理 Mata · Taiwan 過去一年發佈的 234 篇貼文發現，自製文章僅佔文章總數的 34.9% (如下表 5)。由此，讀者投書與轉載文章是 Mata · Taiwan 網站的重要來源。研究者認為，多元的文章來源除了讓 Mata · Taiwan 維持文章發佈數量，也形成廣納不同題材和族群觀點的媒體特色。此一特色營造了原民議題討論的開放空間，具有讓不同族群的閱聽眾參與、認識原民議題的被理解權意涵。

表 5：Mata · Taiwan 文章來源 (2017.01.01-2018.06.30)

	自製文章	讀者投書	轉載文章	徵才與活動	總數量
次數	82	51	88	13	234
百分比(%)	34.9	21.7	37.9	5.5	100.0

以題材來說，Mata · Taiwan 過去一年發佈的文章涵蓋了文化、土地、政治、國際、經濟、教育、體育、媒體、醫療等主題面向 (如下表 6)。這些文章主題以文化相關的貼文數量最多，關注語言、傳統祭儀、族群認同、狩獵、性別等主題，佔貼文總數的 38.5%。土地、政治、國際主題的數量相當，均屬數量第二多的主題。土地議題的文章與 2017 年備受關注的傳統領域劃設爭議密切相關，佔貼文總數的 16.2%；政治議題探討了轉型正義、原民政策以及平埔族群正名，佔 15.4%；國際議題則關注其他國家原民、少數族群的當代處境與文化，佔 13.2%。經濟相關的議題佔貼文總數的 7.3%，關注部落觀光、文化創意產業、勞動權益等主題。教育議題的貼文數量則佔 6%，關注加分制度、民族教育等主題。除此，Mata · Taiwan 也發佈了幾篇與體育、媒體、醫療主題相關的文章。

表 6：Mata · Taiwan 粉絲專頁貼文主題分佈

主題	文化	土地	政治	國際	經濟	教育	體育	媒體	醫療	其他
數量	90	38	36	31	17	14	3	2	2	1
百分比	38.5	16.2	15.4	13.2	7.3	6.0	1.3	0.9	0.9	0.4

Mata · Taiwan 關注的主題，除了與時事相關，也會談論其他媒體較少關注的議題面向。方克舟進一步指出，原民議題涵蓋的主題廣泛，依照社會大眾與原民社會內部的關注程度更有大眾和小眾之分。研究者觀察，Mata · Taiwan 多元題材的特性，一方面顯示在針對熱門的原民議題提供不同角度的討論，另一方面提供原民議題中小眾議題的發聲空間。

以 2017 年發生的傳統領域劃設爭議為例，該爭議涉及原住民族土地、主權等議題，就是原民社會內部備受矚目的熱門議題。Mata · Taiwan 隨著爭議發展，1 月至 10 月刊登了近 41 篇相關文章，從不同角度討論傳統領域。這 41 篇文章中，一篇自製文章聚焦於部份原民團體在凱道搭棚抗爭的事件，以時間軸梳理陳抗事件數個月來的重大發展。相較於其他媒體單一事件式的報導，該篇報導彙整了更完整的事件發展資訊。除了陳抗事件，Mata · Taiwan 也從政策面深入剖析，像是一篇自製文章訪問了總統府負責原民政策事務的幕僚、學者以及族人對政府施政的看法。議題發展後期，Mata · Taiwan 訪問了原民和非原民青年對於抗爭標語的看法，反思傳統領域議題與一般大眾的關聯。除了自製文章，Mata · Taiwan 也轉載文章解釋原住民族土地在殖民政權宰制下流失的過程，或刊登原民倡議團體投稿的聯合行動聲明。

在前述的熱門議題之外，Mata · Taiwan 也十分關注原民議題中的小眾議題。方克舟就此指出 Mata · Taiwan 與其他媒體、原族群媒體不同之處，他表示：

我一直覺得我們之所以存在有一個很重要的原因就是，例如說為什麼原民台他們，例如說已經有原民台了，然後政府已經每年投入九億了²¹，沒有記錯的話，就是那麼多錢(投入)在這個平台，那感覺原住民的媒體傳播已經夠了，那為什麼還，為什麼我們還放不掉(媒體)這一塊，就是因為第一個，恩其實就是除了我們之外，沒有任何的平台是在討論，就是著重在原住民的少數議題。……當然關鍵評論網或什麼，其實大家都

²¹ 研究者查證，2013 年至 2017 年原住民族文化事業基金會每年獲原民會捐助之金額，介於 3 億 3 千萬至 3 億 4 千萬之間；2018 年原住民族廣播電台開播，基金會獲得之總捐助收入為 4 億 8,896 萬 4,000 元。受訪者提及的數據雖有錯誤，本文認為無損於讀者理解受訪者欲說明之內容，因此在註解進行勘誤。

開始在關注原住民議題，可是不瞞您說，我自己覺得他們在關注的還是蠻多是原住民內的主流議題，就是土地阿等等。(方克舟，2018年10月17日)

方克舟所謂的少數議題，因為挑戰原民內部的主流意見而難受到原民台或其他較不熟悉原民議題的媒體關注。舉例而言，同性婚姻對普遍信仰基督教的原住民社會來說是極具爭議的話題。2016年底民法修正草案初審通過，台灣掀起同性婚姻的討論熱潮，新聞媒體、原民台多聚焦法案內容與性別倡議團體的說法。Mata・Taiwan 當時刊登了6篇讀者投書、1篇轉載文章與1篇自製文章，提供原民傳統文化、基督教、多元性別等概念間交互辯證的空間。一位巴布拉族青年投稿的〈關於同志、基督教與原住民〉，就從基督教傳入台灣的歷史，反駁基督教公報提出同性婚姻破壞原民傳統家庭結構的說法。一位排灣族青年也投稿分享大谷部落過去指稱同性戀的族語，從自身文化脈絡反思當代性別議題。

Mata・Taiwan 也轉載原住民青年陣線粉絲專頁支持婚姻平權的貼文，並發布自製文章，從人權角度討論北美原民社群中與LGBTQ社群概念部分重疊的雙靈人。除此，平埔正名長期被原民內部指控目的在共享原住民現行資源²²，

Mata・Taiwan 則是自2013年持續發佈平埔語言、文化、政策相關的自製文章與讀者投書。方克舟表示，Mata・Taiwan 作為非原民、私人所經營的媒體，反而能提供一個不受原民社群內部輿論壓力影響、提供各種原民議題的討論空間：

我們的目的本來就是要去探討這樣的文化，從各種方面，然後探討的時候我們其實不會被原住民本位主義去，我覺得我們比較不會有這方面的一個，一個拘束，這樣子。那同時，其實原住民內部本來就有不同的聲音了這很正常，所以(有的原民)他們自然會提出他們的想法，但這個想法不見得會在任何平台都能接受這樣子的想法，所以說也許這是為什麼他們願意找我們，然後讓我們去做這些東西的推廣。(方克舟，2018年10月17日)

除了關注原民議題的不同主題面向，Mata・Taiwan 也提供原民、非原民共同參與、發表議題看法的媒體空間。Mata・Taiwan 標註作者的原則，是在文末簡介作者名字與背景。若作者具原民身分，Mata・Taiwan 也會在文末附註作者的

²² 2009年上百名平埔族人發起抗爭行動至原民會表達正名訴求，然而當時原民會發布新聞稿回應表示，平埔族群在歷史上選擇與漢人融合、同化，如今卻為共享原住民資源而爭取正名，不應「乞丐趕廟公」(謝文華，2009年6月25日)。2017年行政院通過《原住民身分法》修正草案，新增認定平埔族群為「平埔原住民」回應平埔正名訴求。當時身為阿美族的台北市議員李芳儒也以類似論點表達反對意見(李芳儒，2017年8月24日)。

族群身分，例如賽德克族、噶瑪蘭族或拍瀑拉族等。本研究整理 Mata · Taiwan 過去一年各項文章類型的原民作者比例發現，讀者投書與轉載文章的作者身分包含非原住民、平埔族群和目前官方認定的原住民族。除此，讀者投書以原民個人或團體的投稿居多，轉載文章則有較高的比例來自非原住民（如下表 7）。

表 7：Mata · Taiwan 文章作者族群身分

	自製 文章	讀者 投書	轉載 文章	徵才 與活動	總數量	百分比(%)
原民作者	0	30	13	8	57	24.4
非原作者	82	21	75	5	177	75.6

註：本表定義的原民作者，包含《原住民身分法》目前分類的山地原住民、平地原住民，以及修正草案增訂、尚未三讀通過的平埔原住民身分別。

相對於原民傳播研究側重原民近用、參與媒體的論調，方克舟認為非原住民的參與，對整個社會認識、理解原民議題來說也非常重要。他表示，他雖然會盡量透過讀者投書、轉載文章讓閱聽眾了解原民族人的各種觀點，但不會刻意只刊登原民作者的文章。因為，不論是否具備原民身分，都可能有相近的立場和理念。對此他就提到，「有(原民作者)的話我也會盡量安排是他們自己的東西，但問題是如果今天有非原住民他講的也很好，那我這邊也歡迎有這樣的東西出來。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」以 2017 年的傳統領域劃設爭議來說，Mata · Taiwan 刊登的讀者投書就有達悟族的青年投稿，文章除了表達對原民會主委的不滿，也呼籲更多人支持凱道的抗爭團體。除此，一位非原住民投稿分享巴奈（凱道抗爭團體的發起者之一）演講的活動側寫，分享他所看見的傳統領域議題。Mata · Taiwan 也轉載文章，刊登原住民青年陣線粉絲專頁解釋傳統領域劃設爭議的圖文懶人包，以及作家吳明益寫詩聲援凱道抗爭團體的臉書貼文等。

從官網介面設計和粉絲專頁貼文更可發現，Mata · Taiwan 非常鼓勵社會大眾投稿討論原民議題。網站首頁上方的標頭區（header），就將「我要投稿」的欄位選單安排在「文章分類」與「原民活動·工作」欄位之前（如下圖 18）。網站的排版設計，在中間內文區依時間順序呈現文章外，左側欄上方就放置了「最新投書」區塊。除此，Mata · Taiwan 粉絲專頁，每篇貼文最後都會寫上：「對 #部落 #原住民 等議題有其他想法？歡迎隨時投稿給我們：editor@pure-taiwan.info」，鼓勵閱聽眾投稿。這些介面設計、文字敘述邀請投稿的對象，都沒有指涉特定族群身分，營造出鼓勵社會大眾討論原民議題的氛圍。

圖 18：網站欄位選單



資料來源：「Mata · Taiwan」網站
註：圖中黃色橢圓形框線為研究者所加。

Mata · Taiwan 廣納不同族群作者的作法，反映了方克舟促進社會大眾認識原民議題的思考。他認為，讓不同族群共同參與、表達看法，能建立社會大眾與原民議題的關聯和認同感，擴大社會對原民議題的關注。本研究文獻探討提及的族群主流化概念，也在 Mata · Taiwan 的經驗中浮現：

如果這個社群是希望今天他們講的話是要族群議題主流化，希望讓不同的族群也都能聽到，那很抱歉就是說，它可能就不是單方面的講話就能夠引起發酵的，它應該是要雙方都有對話的空間。……例如說我或你不是原住民可是我們一樣是可以討論這個事情，然後他們會聽我們講，這樣子才會覺得說我們的回饋是對於這個族群議題的發展是有幫助的，我們也會覺得是跟我們切身相關的。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)

原運近年來提出的族群主流化訴求，就是主張族群關係的修復與和解需要每個族群的共同參與，藉以理解原住民族的受難歷史、擁有基本的族群文化敏銳度。此一訴求與 Husband 強調的傳播權、被理解權相互呼應，也就是強調少數族群擁有自我表達權利的同時，呼籲其他族群也應認識、尊重其文化與政治權利。在尊重各方文化差異的情況下，不同社會團體與個人才能團結共存、促進文化多樣性的價值。因此，Mata · Taiwan 廣納題材，以及鼓勵原民和非原民的閱聽眾共同關注原民議題乃至於參與討論、發表看法，非常具有被理解權的實踐意涵。

(二) 勾起目標閱聽眾的興趣與共鳴：抹去族群標籤

Mata · Taiwan 介行動的第二個面向，是透過自身經營的媒體內容，將原民相關的文化故事或議題抹去族群標籤，藉此達成原民議題大眾化、吸引社會大眾關注原民議題的目的。方克舟觀察，原民議題容易讓非原民認為是原住民族群的事務、與自己無關，因此企圖在媒體操作上讓非原住民產生共鳴。訪談時他就提及，「我們不想要讓非原住民的讀者去覺得說這個議題跟原住民有關係，跟我沒關係，我們希望把這個議題變得 general。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」為了勾起非原住民閱聽眾的興趣，文章、網站、粉絲專頁等都是 Mata · Taiwan 操作的面向，其中最基本的環節是文章標題和內容。方克舟說明：「你就是要改成是他們有興趣的標題，因為原住民跟非原住民會想要看的東西就是不太一樣。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」由此，透過媒體編輯作業將自製文章、轉載文章、讀者投書等內容包裝成更容易被閱聽眾接近使用與接收的內容，是 Mata · Taiwan 進行介入的方式之一。

臉書用戶發布的貼文內含超連結，貼文會額外出現一張超連結網站中的圖片，以及字體比貼文內容更大的文章標題（如下圖 19）。臉書粉絲專頁作為 Mata · Taiwan 吸引閱聽眾進入官網的管道，標題便是首要操作環節。方克舟對下標表示看法，就提到：「好的標題應該是要一半他懂一半他不懂，那它懂的地方，他懂的地方要讓它覺得說跟我有關係。那這樣他才有可能讓他不懂的那一半，想要點進去看。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」研究者觀察，為了在臉書動態塗鴉牆的眾多訊息中勾起用戶的好奇心，Mata · Taiwan 最常運用的下標手法有抹去族群標籤、使用問句、運用爭議性的刻板印象並提出質疑。

圖 19：臉書貼文超連結標題範例



關於抹去族群標籤，Mata · Taiwan 許多標題的句型是在第一句闡述原民、非原民之間共通的情感、話題，第二句才點出該文與原民有關的內容。舉例來說，〈離開雲門舞集，才發現回家的路崎嶇——布拉瑞揚從部落出發，尋找原住民舞蹈的當代性〉，這篇轉載文章原來的標題是「分享山林身體裡的歌 尋找原住民舞蹈的當代性」。Mata · Taiwan 重新編輯後的標題就先提出「回家」此一原民、非原民都可能擁有的經驗，再提及編舞家布拉瑞揚返鄉、追溯自我認同的創作過程。其他文章標題，例如〈七歲一張照片讓他拿下美國匹茲堡發明金牌！紅藜先生：部落環境正是我種出好紅藜的關鍵〉、〈女生可以勇敢，男生也可以柔弱嗎？我們是阿督，「姊妹」在部落裡的自在空間〉等，都是類似的下標手法。第一，此作法是為了讓閱聽眾快速理解文章大意。方克舟提到：「臉書滑過去的時候，假如人家還需要超過三秒鐘去思考這標題在幹嘛，然後，而且這三秒之內沒有辦法引起他的興趣的話，那你的文章大概大家就不會停下來看。（方克舟，2018年10月17日）」第二，抹去「原民」或「部落」等涉及族群分類的字詞，選擇文章最突出的情節入題較能勾起閱聽眾共鳴。方克舟就曾對下標手法表示：「如果你一直強調說是他們或是你們，某某人或是某個族群，那(閱聽眾)他就會覺得說噢對阿是那個族群，跟我沒有甚麼關係。（方克舟，2018年10月17日）」同樣的操作也顯現在 Mata · Taiwan 其他未使用原民相關字詞的標題，例如〈不甘於藝術歸藝術、政治歸政治的一群：他們先為人，再來才是藝術家〉，以及〈台灣百年前的一場鴻門宴，讓我們不再犯錯了〉。

第二種手法，Mata · Taiwan 會使用問句、置入熱門關鍵字，提高閱聽眾的涉入感與好奇心。這些問句，有的是為某一時事、影視作品補充背景知識或是介紹有趣的原民文化知識、歷史，例如一篇自製文章〈「原住民是世大運開場的神救援」連鯨魚也有梗！世大運原民精彩演出，你看的是熱鬧還門道？〉，便是透過問句與閱聽眾互動，並且使用熱門用語「有梗」、「神救援」來加強故事情節。從轉載文章的標題改寫，也可看見 Mata · Taiwan 編輯過程的痕跡，例如〈《雷神索爾 3》的毛利人導演，究竟在電影藏了多少大洋洲文化彩蛋？〉這篇文章在原來網站的標題是〈談《雷神索爾 3 諸神黃昏》的那位毛利導演與隱藏的大洋洲文化元素〉，Mata · Taiwan 就改以問句鋪陳標題、使用具驚喜意涵的「彩蛋」一詞吸引閱聽眾。除此，Mata · Taiwan 也會在問句裡並置看似對立、矛盾的概念鬆動社會對原民文化的既定想像，例如一篇原名為〈【文學相對論】巴代 VS. 馬翊航（五之四）閱（悅）讀原住民文學〉的轉載文章。Mata · Taiwan 強調該文對漢語與族語創作原住民文學的討論，將標題編輯為〈原住民文學可以用漢語創作嗎？——卑南族作家巴代&馬翊航的文學相對論〉。其他自製文章，例如〈觀光就是抵觸部落文化？最新調查：9成民眾避免犯文化禁忌、有部落經驗者更重視原漢分際〉、〈高中國文票選文言文遭批「歧視」原住民，該禁嗎？〉等，也是利用問句打開原民議題的討論空間。

第三種下標手法，Mata · Taiwan 也常在標題使用聳動、具爭議性的原民刻

板印象並提出質疑。該手法，顯示了原族群媒體打破非原住民對原民的既定印象、提出反論述的批判特質，例如一篇原民升學加分政策有關的讀者投書。Mata・Taiwan 將該文標題編輯為〈原住民好好喔幾分就能上大學？誤會大了，其實我們也希望有天能幫漢人考試加分〉，反過來說明加分政策是當權者對族群文化的侵略與同化。同樣地，自製文章〈原民學生休退學率高主因是程度差？大錯特錯！教育部最新報告告訴我們的原民教育現況〉與〈跳舞唱歌小米酒喝到飽？快拋開你對「豐年祭」的誤會！關於部落年祭你看不到的那一面〉等，也是對非原住民的既定認知提出質疑並加以批判。再者，這種標題從非原住民對原民的疑惑或誤解發問，甚至運用爭議性言論吸引目光。舉例來說，2017 年一篇討論台灣第一份族語公文意涵的自製文章〈台灣首份全族語公文發出！網友竟好奇：原住民看得懂英文？〉，Mata・Taiwan 不只在文中提及網友對該事件涉及族群歧視的發言，也將之運用在標題。類似作法還有一篇標題為〈「私人土地幹嘛要原住民同意？」還我土地爭議網友各種不懂，道理原來是這樣！〉的自製文章，針對 PTT 網友對傳統領域劃設爭議的疑問釋疑。方克舟表示，這種聳動、爭議性的下標手法是為了抓住閱聽人的眼球，讓閱聽人有停下來看全文的可能。他提到：「說白了就是，我們就是希望人家先點進去看，再從文章去看這個脈絡。（方克舟，2018 年 10 月 17 日）」

(三) 強化互動感受：創造與族人面對面交流的文化體驗

如文獻探討提及，有的原族群媒體會透過不同媒體形式採取介入行動、實踐被理解權，Mata・Taiwan 介入行動的第三種面向，就是透過線下實體活動向社會大眾推廣原民議題。除了協助宣傳部落或原民相關單位投稿的活動消息，Mata・Taiwan 也自主籌辦過形式各異的實體活動，例如噶瑪蘭族語教室、電影試映會、議題講座、部落旅遊等。關於不同傳播形式，方克舟解釋，網站文章、實體活動雖然各有不同的影響力，卻都是 Mata・Taiwan 傳達理念的管道。實體活動的特色在於，當參與者和原族人進行面對面交流或走進部落，能帶來更直接、強烈的互動感受。方克舟對此提到：「你在這邊可能會去按讚或幹嘛的，可是說真的，我自己的觀察是他自己今天到部落，然後接觸到族人然後跟他們聊，有時候那個震撼跟印象相較之下是比較強的。（方克舟，2018 年 5 月 8 日）」

除此，實體活動對於 Mata・Taiwan 還有第二層意義：透過活動收費做為媒體運作的資金來源。研究者觀察，實體活動作為 Mata・Taiwan 的收入來源，在市場需求與推廣原民權益之間的平衡、拉鋸，不斷形塑活動的內容走向。部落旅遊因較能獲利，就成為 2014 至 2016 年 Mata・Taiwan 主要投入的實體活動項目與資金來源。方克舟提到，「後來做得比較久的是部落旅遊這樣子，因為他也是有人在賺錢的東西，他就是一個可以收費的東西。（方克舟，2018 年 5 月 8 日）」部

落旅遊的進行方式以部落主動洽談或旅行業者邀請合作為主，方克舟會與部落討論、規劃行程並親自帶團。曾合作的部落有高雄日光小林社區、新北烏來下盆部落、南庄東河社區、花蓮奇美部落等。Mata · Taiwan 雖多與部落長期合作，但隨著旅遊淡旺季、專案需求、攬客情形，舉辦頻率不固定，可能是一次性活動或每一至兩個月舉辦一次。Mata · Taiwan 透過粉絲專頁、官網刊登資訊和買廣告招攬遊客。研究者觀察官網陳列的行程資訊，每個部落行程的成行人數不同，整體而言介於 10 至 12 人之間，兩天一夜的行程收費有 3800、4300 元等價位。由於旅遊行程定價較高，方克舟也觀察到活動參與者大多是旅遊愛好者，而非 Mata · Taiwan 網站的讀者。

然而，部落旅遊與推廣原民文化、權益的關聯是什麼？事實上，Mata · Taiwan 舉辦過的部落旅遊，內容調性與結合的議題面向各有不同。以 2014 年 5 月 Mata · Taiwan 協辦的「大武的美麗與沙愁」小旅行為例，該活動以旅行之名行田野調查之實，主旨在關注台東大武鄉一間違法建造在原住民保留地的砂石廠問題，就與傳統領域的議題有關。該行程由中研院博士後研究員羅永清發起，透過 Mata · Taiwan 協助號召網友參與，只要繳交心得與住宿費用就能參加。在為期 4 天的行程中，研究員帶領包含方克舟在內的近 10 名參與者到大武砂石場參觀、進行噪音檢測，也透過 Google Earth 電子地圖課程教導原保地範圍的判斷方法，並且訪談周遭居民。此一行程在當時引起警方關注，不只有 15 名警力跟隨行程，也有警局副局長拜訪表達關切（賴品瑀，2014 年 5 月 22 日）。Mata · Taiwan 在活動結束後也發文討論該次行程內容，並以「另類部落旅遊」的角度討論旅遊行程結合議題教育的意涵（Mata · Taiwan，2014 年 5 月 27 日）。

不過，從 Mata · Taiwan 進行收費的旅遊活動來看，上述明顯結合倡議訴求的形式非常少見。對此方克舟坦言，當時是為了特定訴求所發起的試驗性活動，且未針對導覽費用進行收費。他表示，剛開始在籌辦部落旅遊時，「會把很多理想性的東西放進去試試看。（方克舟，2018 年，10 月 17 日）」然而，砂石場旅行這種主題、形式較嚴肅，甚至基於特定行動訴求發起的活動，在營利的經營模式中難以持續籌辦。相對地，部落旅遊通常需要一至兩個月的時間規劃行程，不仅需要理解部落的文化與想法，雙方也要培養一定的信任關係。基於長期發展，Mata · Taiwan 是與固定的部落合作，並將部落旅遊操作成調性較軟、深入認識部落文化的深度旅遊：

它是一個軟性活動，它不會是硬的。它可以是硬的，可是它就只能辦一次或兩次，然後這對於資源的投入來講，就一個公司資源的投入來講其

實是不太 OK 的。因為你今天辦一場活動其實都是需要經過很久的準備，結果你才只能辦一場兩場，因為之後你可能不夠人去支撐你繼續辦這一的活動，那麼這件事情它就是不合理的，在一個商業模式它就不會繼續發生。(方克舟，2018 年，10 月 17 日)

從 Mata · Taiwan 的經驗來說，軟性、深度旅遊的調性仍有助於推廣原民議題。方克舟表示，部落旅遊的基礎在文化，這與許多部落本身的產業發展方向，以及文化體驗的市場需求有關。他解釋：「今天人家會到部落(旅遊)也是想要，蠻多人其實會想要真的去看到不一樣的文化，這一個其實就會完全很血淋淋地反映出每個部落在做文化這件事情的一個涉入的程度，他跟產業跟文化有關係。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」由此，部落旅遊也可說是 Mata · Taiwan 推廣原民產業和文化復振議題的一種管道。

以 Mata · Taiwan 與高雄日光小林社區合作的兩天一夜遊程為例，該遊程是台灣目前唯一以平埔族群部落為主軸的旅遊行程。日光小林社區是舊小林部落在 2009 年莫拉克風災後分居三地的其中一個社區，居民是大武壠族人，社區內部有社區發展協會長年推動文化復振和部落產業。方克舟表示該遊程的目的是打破大眾認為平埔族群文化皆已消失的刻板印象，其實反映了他支持平埔族群正名的理念。他表示：「現在還是有在做平埔族群部落的小旅行，它其實是有理想性的，就是讓人家看到這個平埔族群的文化。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」然而，Mata · Taiwan 不會在行銷宣傳強調平埔族群的正名議題，而是以文化探索吸引大眾參加。方克舟提及：「因為對於大部分的人來講他今天就連 16 族原住民都背不出來了，……，你跟他講某族是原住民或不是官方承認的原住民，他會很在意嗎？(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」以下表 8 節錄的文宣為例，內文只提到日光小林屬於平埔族群，並透過集會所、香蕉白話、筍、走鏢等文化象徵，凸顯該部落擁有不為人知的豐富歷史和文化。

表 8：日光小林部落旅遊網路文宣節錄

「有唐山公，無唐山嬾」 是許多人對平埔的共同記憶 儘管課本從不述說這群人的現在 然而他們一直真實存在 17 世紀，荷蘭人來到安平 以他們的名字取了 台窩灣 荷蘭人走後，這群人何在

19 世紀日人來，再遇熟蕃

自稱 台窩灣

從台窩灣到台灣，咱祖先的歷史不能忘

400 年後，我們要再沿當年遷徙的路

進入牽動三大族群的山巒與河川

了解這群人為何自稱真正的 台窩灣

拜訪他們現存最古老的 男子集會所

或許祖靈的 香蕉白話 能解破

重回世紀前噶吧哖事件的血淚與經過

品嚐部落媽媽用隱藏版食材做的絕門好菜

學習 走標 的歌舞，戴上花草鑲扣的華冠

和阿伯領悟 剛好就好、生生不息的放筍人生

最後再次回到山腳下的 kuva

在 楠梓仙溪 畔和祖靈說悄悄話

想念山腳下那處永遠的家

讓「台窩灣」不再是歷史名詞

我們跟著 Mata Taiwan

一起看見從未看見的臺灣

除了行銷宣傳，Mata・Taiwan 的行程規劃也傾向先滿足遊客對旅行的基本期待，例如安全性、趣味性、異文化體驗等。方克舟坦言，即便是調性較軟的深度旅遊，剛開始也有行程安排太嚴肅的情形，但他表示，「你第一次(出團)就可以知道哪邊要改了，客戶的反應都很直接。(方克舟，2018 年 12 月 20 日)」對他來說，當遊客的基本期待被滿足了，才有進一步了解議題的可能。他舉例，如果遊客在遊程結束後的某天發現，曾經造訪且印象深刻的部落是未被官方承認的原住民族，「他可能會很驚訝，然後其實我們的目的就達成了。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」由此，Mata・Taiwan 的部落旅遊操作方式，是創造讓遊客直接到部落與族人交流的可能，並由遊客自行發掘有趣、與自身文化相異之處：

我們不一定要花很多時間去說服他說，好，我用很多學術(文獻)證明說這個這個族群應該是原住民可是政府不承認，然後這樣不合理、為什麼。不需要，這個不需要。我現在比較 prefer 的方式是你直接進去這個地方，然後你去跟他們接觸，然後你會發現一些好玩然後有趣、不一樣的地方，你自己去發現，或是回到一個遊程他自然會帶出這些東西。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)

因此，將部落旅遊操作為較輕鬆、平易近人的活動，是 Mata・Taiwan 作為營

利機構所衍生的議題推廣形式，也是在市場接受度與傳達理念之間擺盪的行為結果。方克舟提及部落旅遊的商業本質，他表示：「一開始在辦部落旅遊的時候還是會有點天真，就是會覺得說要把一些很硬的東西放進去，可是問題是那樣子的東西，你今天是一個商品，你要人家花錢來，然後你就不太可能不去顧慮到產品的本質，恩商品的本質。(方克舟，2018年10月17日)」然而，Mata·Taiwan 耕耘的部落旅遊仍面臨市場需求的考驗。他提到，「我們其實會希望做的是深度的部落旅遊，但這件事情的話其實坦白講他並不是那麼的，我自己覺得不是每一個人都能習慣這樣的東西。(方克舟，2018年12月10日)」2016年，Mata·Taiwan 經營的部落旅遊項目出現行銷成本提高的情形。在即將面臨虧損與思考市場未來發展等商業考量下，Mata·Taiwan 的主要資金來源不再是部落旅遊，而是從2017年開始承接的私部門的網路內容策展專案。工作室承接的內容策展專案以原民文化相關為主，像是協助承接政府專案、有出版需求的部落規畫出書。而 Mata·Taiwan 經營部落旅遊的方式，也轉為由其他旅行社邀約合作、協助規畫遊程或帶團等專案形式。

本研究將原民族群媒體實踐被理解權意涵、向社會大眾推廣原民議題的各種溝通行動稱之為介入行動。從 Mata·Taiwan 介入行動的三大面向可了解該媒體試圖針對非原住民推廣原民議題的作法。Mata·Taiwan 的首要考量是建立原民議題與社會大眾的關連，並且試圖讓媒體內容與實體活動更容易被非原住民親近與理解，也就是積極打造內容的可接近性 (accessibility)。對此，方克舟以「原生廣告 (native advertisements)」的概念比喻 Mata·Taiwan 的介入方式：

他的本質其實是內容可是也是廣告，他跟廣編的差異在於廣編你會討厭，可是原生廣告你不會討厭，你會覺得這是你需要的內容，但是你(又)會從裡面去吸收到這個平台的價值。……我們也是透過各種原生廣告去做這件事情，例如我們今天講一篇文章，一個很精彩的文章，我們在裡面置入我們支持的運動的一個理念，然後這個東西他其實也有可能夠透過旅遊去做到這件事情。(方克舟，2018年10月17日)

這樣的作法，在被理解權上具有運用多數族群的需求習慣、既有的新聞媒體與臉書平台等運作邏輯來讓提升原民議題能見度的意義。Mata·Taiwan 採取的介入行動，主要透過媒體文章、線下活動進行操作。不論是以文章標題或選文編輯勾起閱聽眾共鳴、降低接近議題的門檻，透過投書、轉載文章營造不同族群皆可參與的議題討論空間，或是以軟性的部落深度旅遊創造更為直接、強烈的跨文化交流體驗，都是 Mata·Taiwan 提升原民議題能見度、吸引非原住民關注議題

的行動策略。透過這些介入行動，Mata・Taiwan 試圖搭建原漢族群之間相互理解的橋接系統、媒合不同族群的觀點，進而促進被理解權價值。

三、介入行動的評估與挑戰

從前述的介入行動，可以了解 Mata・Taiwan 試圖從貼近非原住民閱聽眾的方式，增進社會對原民文化和權益的認識。然而從被理解權的角度觀之，Mata・Taiwan 的介入行動過程也面臨許多挑戰。接下來將探討 Mata・Taiwan 如何看待介入行動的成效，與實際面臨的困難。

(一) 介入行動的成效評估

Mata・Taiwan 的媒體定位是讓更多非原住民關注原民議題，因此特別注重文章的讀者反應與傳播情形。Mata・Taiwan 評估介入行動的方式，包含臉書後臺數據與線上問卷。以線上問卷來說，Mata・Taiwan 曾在 2015、2016 年進行年度讀者調查，透過線上問卷得知網站讀者大約有 80% 是非原住民。這項結果雖然符合網站設定的閱聽眾範圍，但是方克舟表示問卷的設計與發放方式上仍可能導致統計結果有母體上的偏差，因此只作為評估成效的參考。

以臉書貼文數據來說，Mata・Taiwan 粉絲專頁 2017 年至 2018 年 6 月的貼文，訂閱追蹤的粉絲人數約有 6 萬人，貼文的平均互動情形為 452 人按讚人次、67 次分享數，9 則留言。其中最多讀者反應的是世大運文章貼文，共有 4270 個按讚人次、918 次分享、77 則留言；反應最低的貼文是一篇介紹馬雅古文明的文章，僅 4 人按讚。在各種讀者互動中，方克舟最注重貼文分享數，其次是點閱率。一方面，方克舟認為閱聽眾將文章分享到自己的塗鴉牆，是相較於點讚、留言涉入程度更高的互動行為。他解釋：「因為會關係到說，我的朋友怎麼看我分享這件事情，所以蠻多人確實有點進去看一下(全文)，然後他才會去分享。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」另一面，當貼文被分享，就能透過分享者的臉書社交網絡接觸到更多閱聽眾。方克舟提到，「因為有分享，這個東西才會被更多人看到，我們的目的就是在於議題的發酵這件事情。(方克舟，2018 年 10 月 17 日)」即便臉書依據使用者喜好推送訊息的演算法容易形成資訊接收的「同溫層」，仍有可能讓不同的人看到。方克舟在日常生活中就有意識地讓擁有不同喜好、興趣的臉書好友在自己的動態塗鴉牆出現，藉以觀察貼文傳播情形。他以一篇解析世大運開幕典禮中原民表演細節的自製文章解釋：

例如說，台北世大運，我們的文章就是突破整個同溫層了，恩，我怎麼

知道他們突破同溫層，因為其實我本來就有刻意在讓不同的同溫層的朋友的東西會在我的臉書曝光，不會只有集中在某個同溫層，那當我發現我非原住民的社群的朋友他們也分享到這篇文章的時候，我就知道這一個議題已經跳出同溫層。(方克舟，2018年10月17日)

除了粉絲專頁的數據，原民社群的反應也會影響 Mata · Taiwan 如何看待自身媒體內容。Mata · Taiwan 早期的選材和內容曾引起原民族人的批評，例如推廣官方聯合豐年祭活動，或使用口訣教讀者快速記憶台灣原住民有幾族的文章²³。通常原民族人會透過傳訊息或留言的方式表達對文章的看法，方克舟也透過這些意見了解族人在意的事，並隨著經驗累積而調整做法：

那時候我們對於有一些原住民在意的事情我們還不是很了解的時候，我們很可能會去分享政府他們辦的聯合豐年祭阿等等這樣的文章。可是這些東西其實是他們不喜歡的，或是說他們不喜歡人家在沒有解釋清楚脈絡的情況下就去推廣這樣政府的活動，所以我講早期，早期是頭一年，我們有很多這樣的文章然後就被罵，那而且罵得還蠻多的，說真的，這種東西就要很快的要去知道說他們為什麼會去在意這樣的東西，然後之後就要去避免這樣的事情。(方克舟，2018年5月8日)

不過，不同文章也有各自的服務對象。他提到：「其實什麼看法都有，那我們就看說這個東西到底是我們需要去調整的嗎，還是只是他們誤解了這件事情，或是誤解了媒體的功用這樣子。……後來會覺得說，是不是符合他們的需求，我覺得變成說只要我們能傳達出族人的不同聲音其實就夠了。(方克舟，2018年12月20日)」以原住民族中的 LGBTQ 議題文章來說，Mata · Taiwan 的服務對象是原住民族中 LGBTQ。儘管這類主題因不符原民社群的主流意見而被質疑，方克舟表示，「因為他就是發生在原住民裡面的一個議題，而的確對這群少數中的少數來講，他們的想法是有需要被看見跟聽到的，那所以我們就還是會去做。(方克舟，2018年12月20日)」從 Mata · Taiwan 的經驗可以看到「原民觀點」的內在異質性，顯見原民族群媒體產製者在試圖將媒體內容從生產連結到接收的過程中，勢必與原民社群內部的不同觀點協商。而 Mata · Taiwan 的做法，是以自製、轉載或讀者投書文章等形式，盡量多元呈現原民議題的不同面向與觀點。

Mata · Taiwan 的介行動雖以經營自身媒體平台為主，但作為非原住民經營、少數專注原民主題的網路媒體，其特殊性也在實體世界所形成的迴響、受到其他

²³ 同樣的情形也發生在 2016 年總統就職典禮，主持人以類似的一字口訣「少太太打卡，阿撒不魯哥被嚇得跑走啦」介紹台灣原住民各族，引起諸多族人撻伐與媒體報導 (Umas Suqluman, 2016 年 10 月 10 日)。

媒體關注。Mata · Taiwan 成立之初曾積極找媒體合作開設 Mata · Taiwan 專欄、讓官網文章在其他媒體露出、增加曝光度。不過網站經營不久，多是其他媒體主動洽詢合作專欄，例如 2014 年合作的天下雜誌部落格（共刊登 10 篇），2015 年開始合作的自由評論網（共刊登 29 篇）、關鍵評論網（共刊登 77 篇）、BuzzOrange（共刊登 20 篇）、公視新聞議題中心（共刊登 1 篇），以及 2016 年開始合作的風傳媒（共刊登 6 篇）。除此，方克舟經營 Mata · Taiwan 的創業經驗與實體活動，也有原民台、大愛台、公視、學生媒體生命力新聞、peopo 公民新聞網和關鍵評論網等媒體進行專訪，或是受邀到大學與民間單位演講。這些節目與演講資訊中，皆會強調方克舟的非原民身分，顯見 Mata · Taiwan 的特殊性。

（二）介入行動面臨的挑戰

本文認為，Mata · Taiwan 在進行介入的過程中，面臨的最大挑戰是在人人可獨自成為一個媒體單位的數位媒體環境，尋找適合原民主題媒體的經營模式與內容定位。與透過廣告營利的媒體不同，Mata · Taiwan 基於關注的主題小眾、網站流量不足以吸引廣告主，建立了主辦或協辦原民相關的線下實體活動維持媒體運作的經營模式。然而成立 5 年來，Mata · Taiwan 的經營模式歷經多次變動。2014 年底 Mata · Taiwan 獲得文化部補助計畫，該筆經費支撐了初期團隊運作。持續發展自主營運模式的過程中，2014 年至 2016 年 Mata · Taiwan 的主要資金來源是部落旅遊。然而，部落旅遊的行銷成本在 2016 年逐漸提高，在即將面臨虧損與政策方向不明確等環境因素考量下，2017 年方克舟開始承接內容策展相關的私部門專案，支撐 Mata · Taiwan 的運作。不過，Mata · Taiwan 大部分的業務收入皆用來運作媒體，在將又面臨虧損與媒體未來定位的考量下，Mata · Taiwan 在 2018 年停止經營官方網站，逐漸轉型為網路內容策展公司。換言之，Mata · Taiwan 不再以媒體參與原運。而此一變動，與 Mata · Taiwan 經營模式的侷限以及網路媒體環境的快速變化有關。

首先，Mata · Taiwan 面臨的挑戰折射出媒體經營者的集體困境。方克舟曾觀察其他媒體的商業模式，例如舉辦課程講座等收費活動、申請政府補助、承接政府專案，或透過募款獲得運作資金，但是他發現這些作法都不適用於 Mata · Taiwan。

首先以政府資源來說，Mata · Taiwan 曾申請的兩次政府補助計畫，指導單位都是文化部²⁴。方克舟提到，原民相關的資源事實上多由原民會提供，但他受限

²⁴Mata · Taiwan 在 2015 年創立初期申請過文化部青年村落文化行動計畫——『Lima 逗陣幫部落!』

於族群身分，加上過往與原民會間接合作的經驗，讓他傾向對文化部提出申請：

第一個我沒有族群身分，第二個原民會其實裡面，我們有間接跟原民會合作過，那時候是一個商業媒體找我們然後一起去承接，可是他對於內容有多他們的意見，他們的政治正確，例如說他們要把平埔族群拿掉這樣子。……可是今天是文化部的話，他完全不會有這樣的政治正確，完全不會有，所以我覺得在文化的議題上我比較喜歡跟文化部合作，原民會有一些自我審查的機制。(方克舟，2018年5月8日)

據研究者了解，天下雜誌因2015年原民會委託的專案，曾找Mata·Taiwan合作出版專刊介紹各部落的故事與文化。然而，其中Mata·Taiwan採寫的2篇平埔族群部落故事，卻因為原民會不承認平埔族群是官方認定的原住民族而未收錄進專刊。基於支持平埔族群正名的立場，Mata·Taiwan在自己的官網中刊登其中1篇文章，並在文末附註下列文字：「本故事為《Mata·Taiwan》為天下雜誌《部落款款行》採訪撰寫而後未被採用之文章。(Mata·Taiwan，2016年2月1日)除此，Mata·Taiwan也特別在官網販售收有該2篇文章的專刊特別版，並附註以下文字：「本特刊特別收錄2個非官方承認平埔部落的故事，故未收錄在一般市面上由原住民族委員會所發行之連鎖通路。(Mata Finds，無日期)」

在族群傳播權的討論中，國內外文獻皆指出政府應建立各種政策機制協助不同類型的媒體提供族群相關的內容(Downing & Husbnad, 2005; 陳楚治, 2007; 蔡珮, 2012, 林志翔, 2013; 李美華, 2016)。然而，台灣原民傳播相關的資源主要由原民會和原文會提供，補助的媒體項目僅有廣播、電視、電影、音樂、文化藝術推廣，並且限定申請者需具有原民身分²⁵。由此，不論是媒體型態、經營者的族群身分或經營理念，Mata·Taiwan都不是政府相關資源的主要投注對象。不過方克舟提及，政府補助並非Mata·Taiwan主要爭取的資金來源，因為政府對補助計畫的成果要求與預算控管，不一定有助於實現組織目標與長期的自主運作。蔣安國(2013)考察台灣原民廣播電台經營模式的歷史與現況，就曾指出原民傳播機構過度仰賴政府補助、缺少獨立經營條件的情形。方克舟解

跨平台 O2O 部落文化資源串連新媒體計畫，在 2017 年申請過文化部補助民間團體辦理文化論壇計畫——部落旅行行不行?-部落 vs. 旅遊業產業文化對話論壇。

²⁵ 原民會曾在 2003 年公告補助並獎勵原民傳播事務，鼓勵民間團體、個人、地方政府製作原民議題相關內容之廣播、電視、紀錄片或網站。然而，這項「行政院原住民族委員會補助暨獎勵原住民族傳播事務作業要點」已在 2007 年廢止。現有之相關規定，是 2010 年頒布的「原住民族委員會推展原住民族影視音樂文化創意產業補助要點」。該要點補助的項目僅有電影、紀錄片、電視節目與音樂創作，並規定電視與電影項目的導演、製作人、企劃或攝影必須有其中一位具原民身分。國內主要推行原民傳播事務的原住民族文化事業基金會，提供的補助項目只有紀錄片、廣播節目和文化藝術活動，也限定原民個人或團體才能申請。

釋：「例如說他今天給你的補助是這些，然後你就要有對應的花用的花費，然後扣一扣就沒了，可是呢一個正常的組織裡面都要有積蓄可以再去投資吧，像是教育訓練吧。(方克舟，2018年5月8日)」本文認為，即便政府資源並非 Mata · Taiwan 主要爭取的資金來源，其經驗也反映出政策環境對原民族群媒體發展所形成的侷限。

以原民相關的實體活動或內容策展專案等收入形式來說，原民主題衍生的收費活動雖然是 Mata · Taiwan 主要資金來源，卻持續面臨市場需求與成本考量的挑戰。一方面，方克舟指出社會大眾較願意花錢在實用性高、有助於累積個人工作知識技能的課程或講座活動。他對此解釋：「現在課程會賣的主要都還是投資自己的那種。你今天是要講純文化或是工藝的，其實它(課程)的消費者還是有侷限。(方克舟，2018年5月8日)」方克舟也觀察到，近年來政府開始挹注資源提供原民主題相關的免費課程、活動，這使 Mata · Taiwan 透過課程講座賺取收入更加困難。

另一方面，籌辦原民主題活動的成本較高、難以獲利。2017年 Mata · Taiwan 協辦位在台北的4場平埔議題講座，講者就分別來自屏東、台中、苗栗、高雄。方克舟表示：「不像你開商業的課程，我可以隨便在台北找到一個老師，我只要付他講師費，這都很現實。(方克舟，2018年5月8日)」Mata · Taiwan 自2014年投入的部落旅遊，也在2016年出現客人減少、行銷成本必須提高的情形。方克舟分析諸多複雜的環境因素，指出深度旅遊不只需在部落、市場需求之間取得平衡，還需面對其他旅行業者大眾化行程的競爭。他表示：「它要嘛就走大眾化，可是我覺得不太可能走大眾化，因為一來大眾化不是很多部落要的，二來是很多旅行社他們已經在做的。(方克舟，2018年5月8日)」近年來政府鼓勵農村、部落旅遊等新興旅遊型態，卻未隨之調整政策法規，更使這類旅遊普遍遊走法律邊緣(董俞佳，2018年8月19日)。由此，產品特性、政策方向、市場未來發展，以及組織本身的資本條件等，種種商業考量皆影響了 Mata · Taiwan 原來的經營模式。方克舟更表示工作室承接的內容策展專案雖以原民文化為主，仍需承接其他主題性質並且較容易獲利的專案支撐工作室運作。

承前所述，Mata · Taiwan 面對的挑戰反映了媒體經營者普遍的困境。為了維持內容產出，媒體往往需要透過其他營收手段解決資金問題，建立適合組織目標的經營模式。方克舟就此提到：「其實這也不是我們的問題而已，大部分的媒體都沒有辦法用內容變現。(方克舟，2018年5月8日)」然而，Mata · Taiwan 嘗試以主辦、協辦原民相關的線上線下活動做為營收來源，從原民文化衍生的推廣形式仍難與市場競爭者抗衡。實踐過程中，Mata · Taiwan 同時面臨政府提

供的免費資源以及民間業者的競爭，籌辦的活動形式與職務角色也不斷變動。本文認為，此一經營模式也逐漸影響 Mata · Taiwan 本身的媒體內容產出。如第一部分成立背景提及，當 Mata · Taiwan 的合作專案業務繁忙時，便會影響 Mata · Taiwan 的發文頻率。尤其 Mata · Taiwan 關注的政治議題，這類文章不僅需與時事密切結合，更佔據組織一定的人力與時間成本。方克舟提到：

(談論政治議題的文章)他會必須常常跟著時事跑，再來，他的觀點是否全面等，例如說我剛剛講的這兩件事情，他其實都是需要耗費很多人力跟時間成本去做的，可是問題是我們真的沒有一些大公司的資源，所以我們要繼續切入這塊的話其實是，我覺得還蠻吃力不討好的。(方克舟，2018年12月20日)

除了不斷調整經營模式、尋找資金來源，Mata · Taiwan 的媒體內容也需因應外在媒體生態的變化才能持續發揮影響力。一方面，數位媒體環境發聲門檻低，形成人人可自主發聲、各類原民主題臉書粉絲專頁興起的情形；另一方面，數位環境對多媒材報導的需求、一般媒體逐漸重視原民議題的趨勢，也讓 Mata · Taiwan 的內容定位逐漸模糊。經營期間，方克舟發現網路原生媒體、傳統媒體對原民議題的報導數量普遍增加。此一現象也讓他思考繼續經營媒體的必要性，他提到：「尤其是(20)15、(20)16之後就開始慢慢發現說，自由時報、聯合報其實他們都還蠻常，基本上有原住民的事情他們都會馬上報，例如說哪邊有抗爭或發新聞稿，其實他們都會關注，所以這一塊我就會覺得說已經有人在做了。(方克舟，2018年12月20日)」除了主題與其他媒體重疊，組織人力、技術資源也是方克舟思考媒體定位的一部份。Mata · Taiwan 創立之初，企圖運用新媒體推廣原民議題，然而數位媒體是結合多媒材、跨載具的敘事空間，並非所有經營者皆有人力、技術資源掌握不同媒材的敘事功能，發揮數位媒體的能供性。Mata · Taiwan 的媒體內容來源有近6成是外部文章，而官網文章呈現形式以文字書寫搭配攝影照片為主，粉絲專頁貼文則是張貼文章超連結，搭配幾行介紹文字。當擁有較多人力與技術資源的新聞媒體都擁有粉絲專頁，甚至透過資訊圖表、數位專題等形式報導原民議題，Mata · Taiwan 的傳播形式不再位居優勢。方克舟提到：

當時這個(社群媒體)概念可能是新的可是後來已經稀鬆平常，因為大家都已經會用臉書了，很多人都會，譬如說關鍵評論網他們可能會用更大的資訊圖表去做這些東西，所以我後來也不會說我們是新媒體，因為已經變舊了。這就是為什麼我們現在在考慮的東西是，這個東西先停下來。(方克舟，2018年5月8日)

事實上，Mata · Taiwan 曾嘗試其他表現形式。2017年傳統領域劃設爭議期間，Mata · Taiwan 發佈了一篇資訊圖表的貼文呈現爭議中的各方立場，輔以文字列點、附上 Mata · Taiwan 與其他媒體的相關報導連結。然而該篇貼文的讀者

迴響不比原來的呈現形式，方克舟表示：「我覺得可能還是卡在我們資源的關係吧，我們並不是一個有很多不同(專業)工作項目的人，那我們還是比較擅長用文字來表達東西。(方克舟，2018年5月8日)」換言之，在快速演變的網路媒體生態中，文字、攝影、圖像、影音等多元媒材的混搭運用已成為常態，但是 Mata · Taiwan 基於有限的人力、技術條件難以有效發揮數位媒體的能供性：

例如說今天關鍵評論網或是自由時報或是聯合報，其實他們也有做過原住民的專題，對他們來講，他們其實就再撥一點預算就可以做出比我們更精美的一個專題，你知道我意思嗎？那我會覺得說，那我們的定位會是在哪邊？(方克舟，2018年12月20日)

回顧 Mata · Taiwan 的成立背景，方克舟觀察到 2013 年原民組織較少向社會大眾推廣原民議題、新聞媒體普遍忽視原民議題的情形，進而發展媒體經營的興趣。然而成立 5 年來，快速演變的網路媒體生態更促使 Mata · Taiwan 重新檢視媒體定位以及繼續經營的必要性。方克舟就表示：「我們是整個社會運動中的其中一環，我所謂的階段性任務有達成，是觀察到整個社會的趨勢已經有所改變，……，除非我們今天要提出一個主軸吧，才能把他往前推。(方克舟，2018年5月8日)」研究者認為，Mata · Taiwan 做為私人經營的媒體，在營利的運作邏輯下自然會評估組織目標、資源，篩選無法獲利的經營項目。然而，當網路媒體生態的轉變需要投入更多的人力、時間與金錢成本來製作媒體內容，內部經營模式與外在市場條件與媒體環境轉變的交互影響下，導致 Mata · Taiwan 選擇在 2018 年停止經營媒體。此一篩選過程的種種選擇，都指向行動者所座落的媒體生態，以及本身的資源條件。

第五章 結論

第一節 研究結果

本研究探尋原民族群媒體的實踐樣貌，首先從原住民族運動的發展脈絡出發，指出 1980 年代至今原運面臨既須對內凝聚族群認同，亦須對外與非原住民族群協商利益、價值觀的夾縫處境。媒體雖然不是原運街頭運動中最主要的訴求，卻在原運發展過程中扮演重要角色。隨著台灣政治環境逐步解禁、原運興起以及廣電媒體改革運動的歷史過程，原住民族的傳播權利逐漸為傳播學界所重視，也成為討論原民人權的一部份。

Husband (1998) 在針對民主社會維繫多族群互動所提出的規範性論述中，就特別指出傳播權與少數族群的社會文化發展權益密不可分，並以被理解權強調社會整體也需理解與尊重少數族群的權利，才能真正促進文化多樣性的價值。傳播權和被理解權的意義，除了賦予政府以政策規範、維繫族群傳播權利的責任，也仰賴個人、社群自主開展的溝通行動所彰顯 (Husband, 1998; Dowling & Husband, 2005)。然而過往的台灣原民傳播研究，多從政策面討論如何打造保障原民權益的傳播環境、檢視大眾媒體中的原民形象，或是特定原民媒體的原民參與情形是否符合族群多樣性，例如原民台、公視與原民台的公民新聞網站、個人架設給其他原民使用的部落格等 (林志翔, 2013; 洪貞玲, 2013; 高志翔, 2009; 張錦華, 2014; 郭雅婷, 2010; 陳楚治, 2007; 曾馨慧, 2011)。這些研究大多建議原民接近使用與擁有媒體，藉以取得發聲管道與主導權、扭轉過往媒體加諸於原民的負面形象。背後的論述邏輯，似乎將媒體的接近使用權、所有權視為促進文化多樣性的手段與保證，未細緻討論被理解權面向。

隨著科技發展、媒體發聲門檻下降，國內外有越來越多原民以不同的媒體形式進行文化性的抵抗。本研究認為，原民媒體的傳播實踐與原運、媒體參與文化的發展有密切關聯。原民媒體與原運的緊密關聯，加上網路傳播跨越時空、文化的特性，更產生了運作形式多元且身分混雜的實踐樣貌。這類環繞原運理念而自發性投入、參與的傳播活動，與過往研究的族群媒體、原民媒體定義逐漸產生差距，並且有對話對象是原民內部或社會大眾之別。這些由民間自發性成立的媒體，與政府由上而下擊劃、旨在服務原民社群內部傳播需求的原民台建制非常不同。

誠如魏玟 (2015) 反思，國內外的原民傳播文獻大多先將原民媒體視為無須探討的必要建制，但原民專屬的媒體究竟在何種意義上促進傳播權利仍有待討論。

隨著網路普及、媒體發生門檻持續下降，原民媒體、族群媒體的相關研究也越來越關注產製者的意圖與策略。因此，本研究以「原族群媒體」一詞指稱原民主題佔據篇幅多數的媒體，並以「介入行動」作為觀察被理解權實踐過程的切入點。研究者希望回到行動者的媒體實踐脈絡之中，深入了解新原運時期的原族群媒體究竟為何發聲、如何發聲。

本研究提出了兩個研究問題：「1. 新原運時期，旨在推廣原民議題、進行倡議的原族群媒體如何採取介入行動？」、「2. 原族群媒體在進行介入的過程中，面臨了甚麼樣的限制與困難？產製者又如何評估、看待介入行動連結媒體生產與接收的過程？」希望深入發掘旨在向社會大眾推廣原民議題的原族群媒體，其產製者吸引大眾關注原民議題的意圖、策略與限制，而其面臨的限制又反映什麼樣的權力關係結構。

為了完整而深入地討論，本研究針對旨在向社會大眾推廣原民議題的原族群媒體，依據經營者的單位性質各選擇一個媒體進行個案分析。研究者在非營利組織、營利組織所經營的原族群媒體中，分別選擇原住民族青年陣線粉絲專頁與 Mata · Taiwan 作為研究對象，並透過深度訪談、研究對象掌握的媒體管道與線下實體活動蒐集研究資料。基於組織定位，兩個案例採取的介入行動各有異同。以下總結研究結果，將延續第四章的論述架構，從媒體產製意圖、介入行動策略，以及向社會大眾推廣原民議題過程中所面臨的挑戰共三大面向，比較兩個案例的異同之處、回答研究問題一與二。

一、媒體產製意圖：基於原運認同的傳播實踐

研究者在文獻探討提及，媒體參與文化是一系列基於共享特定規範、身分認同和價值觀的實踐行為，不限於特定的網路平台或特定技術(Jenkins, Ito, & Boyd, 2016/高芳芳譯，2017)。以成立背景與媒體經營意圖來說，原青陣粉絲專頁和 Mata · Taiwan 都是基於對原運理念的認同而出現的原族群媒體，並且積極地採取介入行動、打造內容的可接近性，希望讓更多人理解其支持的價值。不過從第四章的分析可以發現，兩個媒體基於成員背景、想要對話的對象有所不同，採取的介入行動樣態也有所差異。研究者基於單位性質與媒體產製意圖，將這兩個案例分別定位為「原運的媒體」與「媒體的原運」。

原住民族青年陣線是一群因為關注原民公共事務而聚集的原民與非原民青年。在強調原民青年自主發聲、培力的組織定位下，原青陣成員透過線上線下自

發性的參與、交流，持續學習各類原民議題，並以「原青陣粉絲專頁」與主流社會對話、表達組織的觀點。從粉絲專頁可以發現，不論是體制內原民相關政策的決策過程、各地部落發起的抗爭行動、媒體呈現的原住民形象，或是看似與原民無直接關聯的熱門公共議題，都是原青陣試圖從原民青年身分表達觀點，推動族群議題主流化的主題。其中，原青陣粉絲專頁欲進行對話的「主流社會」不只是非原住民，更包含原民社群中，居住在不同地區、擁有不同認同光譜、身處不同世代的原民政治人物、運動團體或個人。因此，原青陣粉絲專頁對目標閱聽眾的想像其實非常廣泛，更彰顯其在原民社群內、外協商原運價值與目標的發聲位置。由此，原青陣粉絲專頁作為原運團體經營的媒體管道，其介入行動是以原運為中心，透過各種媒體資源來輔助、推廣組織的觀點與價值。因此，本研究認為原青陣粉絲專頁具有強烈的社會運動與組織性格，可被視為「原運的媒體」。

身為非原住民的方克舟亦視「Mata • Taiwan」為原住民族運動的一環，希望以媒體的方式支持平埔正名與原住民族自治。隨著他對原民議題的認識增加，Mata • Taiwan 的文章主題從文化，開始關注原民相關的各地抗爭行動與政策發展動向等，甚至以媒體名義參與過 2014 年原團反服貿、2016 年原團要求政府大赦獵人王光祿的連署聲援。不過，相對於原青陣粉絲專頁作為原青陣表達組織立場的媒體管道，Mata • Taiwan 專注於媒體經營，介入行動主要依循新聞媒體的運作邏輯、廣納不同題材與族群觀點。方克舟基於自身的媒體工作經驗，除了設定相對明確的閱聽眾範圍，也透過自身擅長的文字書寫、內容策展、社群經營等方式包裝與推廣原民議題。Mata • Taiwan 訴求的對話對象則是非原住民，目的在運用媒體影響社會輿論的特性、增進整體社會對原民文化與權益的認識。由此，Mata • Taiwan 採取的介入行動，基本上是以媒體為重心進行操作，可用「媒體的原運」進行理解。

特別的是，兩個媒體都提到他們的發聲位置，較能跳脫原民社會內部或地方政治的輿論壓力，從不同角度切入原民議題討論。原青陣跨地區、跨族群的成員組成，除了讓組織與粉絲專頁關注的議題主題多元，也以原民共同面臨的制度性問題居多，例如平埔正名、婚姻平權等小眾議題、部落抗爭行動，以及原民政策動向。方克舟則指出 Mata • Taiwan 是非原住民、私人經營的媒體，能沒有包袱地在原民媒體與一般媒體之間，提供平埔、性別等原民小眾議題的安身之地。

正如特納（2002／國立編譯館譯，2008）所言，原民媒體的經營，是涉及個人創造與社會競爭的過程。這個實踐過程，除了與身分認同的建構有關，也牽涉不同團體與個人的觀點與價值交會。研究者反思，過往台灣族群媒體、原民媒體

的研究，在援引傳播權、多元文化主義作為立論基礎時，皆是以原住民族的集體需求進行思考。然而，這樣的思維容易化約原住民族的身分認同，也難以完整捕捉新原運時期原民媒體的發展樣貌。在原住民族的概念底下，其實蘊含不同的民族、地區乃至於個人的生命經驗差異。不論是原青陣粉絲專頁或 Mata • Taiwan，都是行動者基於對原運的認同，並運用自身專長與身分背景回應原運的一種傳播實踐形式。兩個案例透過介入行動實踐各自對社會的想像，持續地與不同文化特性、社會地位、價值觀的團體或個人相互協商，亦是被理解權的具體展現。

二、不同媒體產製意圖衍生的介入行動樣態

(一) 身分多樣、開放參與的傳播實踐樣貌

承上所述，隨著網路科技發展，原族群媒體除了在原民社群，也在不同族裔身分的團體、個人間形成更為多元且複雜的互動。不論是原青陣透過線上線下工具凝聚不同地理區域的成員、仰賴成員自發性參與的討論機制，或是由方克舟個人運作的 Mata • Taiwan，都顯現了新原運時期網路科技帶來原運去中心化、網絡化與個人化的特色。從介入行動可進一步發現，即便他們都有自製的媒體內容，卻也非常仰賴外部文章來源，例如轉貼資訊、轉載文章、讀者投書等。他們多透過臉書與自身的人際網絡蒐集消息來源、讀者投書稿件或其他團體協助轉發訊息的邀請。由此顯見網路讓人們逕行互動與連結，也擴充了兩個媒體推廣原民議題的論述資源。不過，兩個媒體基於運作媒體的重心與目的不同，運用這些外部論述資源的方式也有所差異。

原青陣粉絲專頁曾發起徵文活動對外募集原民、非原民青年的生命故事，而轉貼資訊的貼文類型更佔貼文總數的 5.4 成。轉貼資訊的目的，是為了讓原民相關的資訊持續地在網路空間中流通，作法通常是原文轉貼加上小編的評論注解。研究者發現，這些轉貼資訊不僅僅是聲援各地抗爭行動、推薦文章或協助宣傳活動的資訊，也是原青陣在重大議題發生時用來強化自身立場、與其他組織結盟的論述資源。傳統領域劃設爭議期間，原青陣粉絲專頁就轉貼了 Mata • Taiwan 釐清原民會說法謬誤的文章，以及各部落、原轉會、台灣教授學會等原民或非原民組織的相關聲明，持續論述現行劃設辦法不可限縮解釋傳統領域的立場。這些轉貼資訊具有功能性的意義，主題除了與原民相關，也與原青陣對特定事件或議題的立場一致。

Mata • Taiwan 的讀者投書、轉載文章、徵才與活動等外部文章來源，佔了文

章總數的 4.6 成。Mata · Taiwan 雖然有支持原民自治與平埔正名的兩大立場，但是內容取材與作者安排可視為此一前提下的各方陳述，具有多元呈現不同觀點的特性。這些外部文章，有來自原團投稿的新聞稿、原青陣粉絲專頁懶人包，也有原民、非原民投稿的個人觀點等。值得注意的是，Mata · Taiwan 同時強調原民與非原住民投稿文章、參與議題討論的論調與過往原民傳播研究非常不同，更在 Mata · Taiwan 的網站中營造了議題多元、開放參與的氛圍。除此，原青陣粉絲專頁傾向直接轉貼外部文章並撰寫一兩句註解表達組織觀點，Mata · Taiwan 則是依循新聞媒體的運作邏輯，針對目標閱聽眾的需求，以編輯文章內容、調整文章標題等編輯作業進行包裝，再以臉書粉絲專頁概述文章重點、進行推廣。

(二) 結合不同媒體資源、掌握與突破網路上的時間型態

原青陣粉絲專頁與 Mata · Taiwan 的介行動具有結合不同媒體資源、掌握與突破網路上時間型態的特性。兩個案例在選文、發文的時機點上與時事緊密相關，但是基於單位性質也衍生出不同實踐方式。以經營自身媒體的介行動來說，原青陣粉絲專頁在重大議題出現時會盡速做出回應，透過文字聲明稿、圖文懶人包等呈現形式來解釋議題、表達組織立場，甚至進行抗爭動員。除此，徵文活動中的生命故事分享，也提供社會大眾不同的敘事角度認識原民處境的真實圖像。除了粉絲專頁，原青陣也曾整理第一手政策資料、介面設計、編寫程式，架設蔡英文原住民族政策監督平台的獨立網站，企圖創造不同以往的、吸睛的輿論形式向政府施壓。為了進行比網路文章更完整而深入的議題討論，營造較親近的議題討論氛圍，原青陣也會舉辦線下實體活動。原青陣粉絲專頁進行介入的傳播形式，不僅嵌合在社交媒體的運作邏輯，也透過多變且具機動性的行動方案增加原民議題的能見度。

相對地，Mata · Taiwan 則是搭建自有的網站發佈文章，以臉書粉絲專頁作為推廣、吸引讀者閱讀文章的主要管道。Mata · Taiwan 的文章呈現形式雖然沒有太大的變化，卻是持續跟隨時事議題，並透過邀稿、下標、配圖等媒體編輯作業，將原民議題的族群標籤抹去、建立非原住民與原民議題的關聯。除了線上文章，Mata · Taiwan 也籌辦過形式各異的實體活動，例如電影放映會、平埔議題講座、部落旅遊等，希望透過面對面的交流，讓參與者感受更為強烈的文化差異。與原青陣粉絲專頁不同的是，實體活動是 Mata · Taiwan 的資金來源，在經營的項目與收費上皆會考量獲利情形。Mata · Taiwan 主要投入經營的部落深度旅遊由於定價較高，參與者多半是旅行愛好者，而非 Mata · Taiwan 的閱聽眾。對方克舟來說，也是推廣原民議題給不同客群的方式。

除了經營自身媒體平台，兩個媒體也會結合其他媒體的力量進行介入。當原青陣希望對公部門施壓，便會視情況召開記者會或媒體投書，突破粉絲專頁的平台限制。對原青陣來說，新聞媒體不一定能在有限的篇幅內完整解釋議題，卻仍是比組織粉絲專頁能接觸到更多閱聽眾、對政府機關產生輿論壓力的管道。因此，原青陣會有意識地切合新聞媒體的運作邏輯，以製造事件、成為消息來源的方式進行介入，並且在記者會提供簡單切題的內容，提升組織觀點的能見度。這種作法看似承襲了過往原運團體的媒體策略，但是處於新原運時期的原青陣會同時在自身掌握的粉絲專頁進行更完整的論述，彌補新聞報導具有版面限制的缺點。**Mata · Taiwan** 則是主動洽詢或受邀與其他媒體合作專欄，藉此讓官網文章完整地在其他媒體曝光。對此，方克舟則是考量到每個媒體經營的目標閱聽眾有所區隔，希望將文章推廣給不同媒體經營的讀者群，跨越 **Mata · Taiwan** 本身的平台限制。

由此可以發現，兩個案例的介入行動具有「做運動」與「做媒體」的重心差異。原青陣粉絲專頁作為原運團體經營的媒體，著重於清楚地陳述議題與表達組織立場，引述的歷史與事件脈絡、政策法規、政治承諾等皆是作為資料輔證，推進抗爭事件等議題發展的方向。**Mata · Taiwan** 則是以媒體經營的角度出發，針對目標閱聽眾的需求，以原生廣告的行銷思維包裝文章、設計內容，目的在勾起閱聽眾對原民議題的興趣與共鳴，進而認識原民文化與權益。除此，網路科技乃至於社交媒體等各項網路應用，讓兩個媒體能更方便地和具有共同興趣、理念的團體或個人進行連結與互動，形成媒體內容身分多樣與開放參與的特性。在快速變化的網路媒體生態中，跟隨時事議題、掌握社交媒體獨有的演算法機制，更是兩個媒體增加內容能見度的重要方式。然而，以社群媒體、網路空間為基礎開展的傳播活動仍有其限制，也是兩個媒體結合不同媒體資源進行介入的原因。

三、評估與挑戰：在既存的族群關係結構中展開的介入行動

(一) 評估

關於第二個研究問題，介入行動的成效評估與面臨的挑戰。首先，兩個原民族群媒體對介入行動的成效評估方式各有不同。原青陣會透過臉書粉絲專頁提供的後台數據觀察貼文成效，例如粉絲訂閱人數、按讚數、觸及率等。但是，受訪者皆表示組織內部不會特別就粉絲專頁的貼文表現設定目標與檢討，一方面是因為沒有媒體營運的壓力，另一方面是沒有相關的知識專業可以判斷成效好壞。除了後臺數據，原青陣觀察組織影響力的依據非常多樣，包含新聞媒體開始諮詢原

青陣意見或合作媒體內容，校園、民間單位邀請演講，或是政府單位邀請參與公部門諮詢會議或公聽會。研究者發現，原青陣作為原民倡議團體，即便希望透過粉絲專頁的資訊讓社會大眾了解原民議題，最主要的監督對象仍是政府機關。因此，原青陣對介入行動的成效評估幾乎是從政府機關是否有所回應來判斷，像是在記者會後觀察政府機關是否發布新聞稿進行回應，或是粉絲專頁發佈聲明稿後觀察政治人物是否回應，並視情況投書媒體。除此，原民政策的整體發展也是原青陣及其粉絲專頁持續追蹤、監督的對象，也因此，更有受訪者表示社會運動推動的效果本來就非短期內可以看見。

相對地，Mata・Taiwan 專注於媒體經營，較著重閱聽眾對文章的反應。Mata・Taiwan 觀察讀者反應的具體依據，包含了臉書粉絲專頁的後台數據，例如分享數、點閱率等。Mata・Taiwan 最注重的分享數具有讀者是否讀完文章，並讓更多人看到貼文的意義。除了量化數據，Mata・Taiwan 也會發放問卷詢問閱聽眾與部落旅遊參與者的意見回饋，藉此了解組織提供的服務是否讓閱聽眾或活動參與者對原民議題有更多認識。除此，原民族人的看法也會影響 Mata・Taiwan 如何看待自身媒體內容，並從留言與訊息了解原民族人對文章的想法，藉此了解媒體內容是否能盡量呈現不同原民族人的聲音。

（二）挑戰

如同 Dreher (2010a) 提醒，討論介入行動時必須進一步理解行動背後遭遇的限制與困難，並從中探見行動反映的社會權力結構。換言之，原族群媒體採取介入行動、推動社會變革的實踐過程，無法與所處的社會脈絡脫鉤。研究者觀察，原青陣粉絲專頁與 Mata・Taiwan 在實踐被理解權過程中皆面臨維持組織經營的挑戰。本文認為，這項挑戰與新原運時期的網路媒體生態以及既存的族群關係結構息息相關。

如本文提及，原青陣粉絲專頁的發文情形與組織內部運作情形密切相關。即便過去曾進行制度調整與小編事務分工，水平化、仰賴成員在業餘和課後自發性參與的運作機制，仍讓組織庶務與粉絲專頁的管理責任落在少數人身上。因此，受訪者們皆提到原青陣仍處在組織化階段，希望能建立更有系統的參與制度，才能讓新進成員完整地投入組織事務、維持組織長期運作。由此，網路科技雖然讓原運行動者得以跨越地理限制、迅速地與他人連結互動而擁有豐沛的動員能量，但是仰賴個人動機、參與程度的特性也對行動者是否能持續推展社運工作形成挑戰。為了監督、推動政策走向，原青陣的發聲力道也需與握有決策權利的政治人

物結盟或抗衡。除此，人人可發佈貼文、粉絲專頁數量暴增、臉書不斷調整演算法機制的網路生態，更對原青陣粉絲專頁的內容經營形成壓力，貼文發佈頻率也逐漸下降。原青陣粉絲專頁的介入行動經驗顯示，原民議題倡議往往是在更龐大的政商勢力中周旋與抗衡。

Mata · Taiwan 作為營利組織，則面臨經營模式與媒體環境變化的挑戰，在 2018 年停止經營媒體。Mata · Taiwan 發展出以原民相關的實體活動、內容策展專案支撐媒體運作的經營模式。然而，此一模式的盈利能力過低，是方克舟停止經營媒體的主因。不論課程講座、部落旅遊，原民主題衍生的推廣形式皆難與市場競爭者以及政府提供的免費活動抗衡。曾為主要資金來源的部落旅遊行銷成本開始提高，就讓 Mata · Taiwan 在獲利情形、政策方向、市場未來發展、組織資本條件等商業考量下尋找其他資金來源。有關原民傳播的政府資源，也不利於不同類型的媒體提供族群相關內容。

Mata · Taiwan 的介入行動經驗，不只觸及媒體產業普遍無法透過內容變現、必須尋找其他營收手段的經營困境，也反映出市場、政策環境皆限制私營原民族群媒體，以及其他原民相關活動的產業發展空間。換言之，原民主題的媒體內容、實體活動面臨的發展侷限，彰顯了原民傳播權、被理解權與族群各項社會、文化、經濟權益環環相扣的本質。研究者認為，這也是目前較具規模、仍持續運作的原民族群媒體，普遍仰賴政府補助、缺乏自主營運條件的主因。除了經營模式，網路媒體生態的快速變化、新聞媒體逐漸重視原民議題的外在環境趨勢，也讓 Mata · Taiwan 與其他媒體內容相互補充的利基逐漸模糊。面對人人可以獨自成為一個發聲單位、要求多媒材報導的數位環境，原民族群媒體需要投入更多的人力與技術資源製作具有獨特題材與觀點的內容，才能在眾多媒體資訊中取得閱聽眾關注。Mata · Taiwan 處於媒體生態快速變化的新原運時期，也面臨了同樣嚴峻的考驗。

（三）數位媒體生態對原民族群媒體帶來的機會與限制

從兩個案例實踐被理解權、採取介入行動的過程，可以了解新原運時期原民族群媒體的行動特色。隨著網路科技普及、媒體參與文化更加蓬勃發展，不同族裔的個人、組織、社運團體基於對原運的認同，在網路空間中形成不同的集結形式、進行各項傳播活動。新原運時期的原民族群媒體，是一種個人基於認同，與社會網絡中的其他個人或是機構進行的連結與互動。本研究的兩個案例，都結合了線上線下的媒體資源、以各自的擅長的方式回應和實踐原運理念。基於各自訴

求的對話對象、媒體運用思維，兩個媒體也發展出不同的傳播實踐樣態。在兩個案例進行介入的過程中，被理解權的理論意涵體現於產製者結合並切合不同媒體管道的運作邏輯增加原民議題的能見度。除此，在推動社會大眾認識與尊重原民族文化與政治權利的同時，這些原民族群媒體也在與原民社群內部不同地區、世代、團體或個人的價值觀相互協商與對話。這些專注於原民議題的原民族群媒體，產製者運用自身對於原民文化、權利知識的學習與理解，在一般大眾媒體、既有的原民媒體之外提供了更為多元、異質的原民議題資訊與觀點，呈現了原運多元紛陳的參與者圖像。

本研究的兩個案例乘著數位科技、媒體參與文化蓬勃發展之勢而起，不論是內部運作機制或文章來源都受惠於網路空間得以與他人逕行連結與互動的特性。然而，從介入行動面臨的挑戰，更可發現原民族群媒體在數位環境維持長期經營的重要性與困境。在兩個媒體五年多的經營期間，網路媒體生態快速轉變，人人皆能獨自成為一個媒體競奪閱聽眾的注意力。尤其在兩個媒體主要運用的臉書平台中，人們能更輕便地依據個人興趣建立社交網絡、參與在不同的社群當中，卻也能輕易地忽略、選擇離開。尤其在臉書同溫層效應、演算法機制浮動的影響下，要在充斥政治、商業、個人訊息的媒體生態中觸及新的群眾、促進族群之間的對話，形成極具難度的挑戰。因此，原運參與者要在仰賴個人動機、參與程度的網路參與文化中，與各種政治、經濟勢力中周旋與抗衡，仍須持續建立明確的目標和參與機制，才能激發參與者的公共想像、形成更具參與性的文化，進一步對既有的權力結構產生影響（Petray, 2011）。

誠如 Ginsburg（1997）帶給本研究的啟發，原民媒體產製者將推動社會變革的過程，視為與社會中無所不在的族群壓迫進行周旋與對抗的長期鬥爭。處於新原運時期的原民族群媒體，其所面對的族群關係結構、物質環境與過往的歷史階段不同。如何因應數位環境的快速變化、維持媒體內容的特殊性，並且在充斥個人、商業、政治、新聞的資訊洪流中持續受到關注，是原運參與者乃至於原民族群媒體產製者在新原運時期的重要課題。本研究透過兩個案例分析，刻劃原民族群媒體在特定時空脈絡下的傳播實踐樣態，希望提供未來原民族群媒體經營的經驗參考，思考媒體實踐的更多可能與想像。

第二節 研究限制與反思

有鑑於既有的原民媒體、族群媒體研究定義與原民媒體的實際運作產生差距，本研究試圖提出「原民族群媒體」一詞，並從 Husband 的被理解權，延伸出媒體

參與文化與介入行動的概念與過往研究對話。研究者希望回到媒體的實踐脈絡，觀察原民族群媒體的產製者如何打造媒體內容的接近性、積極將媒體內容從生產連結到接收的過程。本研究討論的兩個案例皆旨在推廣原民議題、實踐原運理念，但是因為單位性質與成員組成而發展出截然不同的實踐樣貌。研究者在研究過程中有幾點在研究理論與方法上的反思。

族群媒體（ethnic media）在過往研究中的定義，是以服務對象進行區分；原民媒體（indigenous media）則專指原民透過各種媒體形式，有意識地保存、再造文化與推動社會變革的媒體。由於依據這些定義衍生的研究論述邏輯普遍側重產製者的族群身分，未能回應網路時代中的原民媒體複雜且多樣的實踐樣態，研究者從內容面提出「原民族群媒體」一詞，希望能鬆動過去的研究框架。除此，過往原民媒體、族群媒體的研究未針對研究對象進行媒體類型的定位，研究者爬梳歷史脈絡，將台灣原民族群媒體依據「內容涉及的族群事務範圍」、「服務對象」、「經營單位」進行區分，希望提供一個理解台灣原民族群媒體的系統性框架。不過，原運所涵蓋的路線與面向十分廣泛，不同民族、地區、部落的傳播需求也不盡相同，研究者所提出的分類依據仍有待未來的研究者進一步對話與調整。

關於理論層面，台灣既有的族群傳播與原民傳播研究普遍利基於倫理價值與權利原則進行論述，例如多元文化主義、《世界人權宣言》與《原住民族權利宣言》提倡的原民傳播權利。過往研究論述普遍將上述價值視為一套普世標準，用來檢視媒體的傳播表現是否達標。然而原民族群媒體的實踐意義，應從行動者的意圖與策略才能完整捕捉。因此，研究者從被理解權面向切入，引述媒體參與文化、介入行動的概念詮釋原民族群媒體的行動經驗。然而，傳播權與被理解權的概念屬於權利原則，在沒有明確的分析或操作化指引下，本研究討論的兩個介入行動經驗只能視為被理解權的價值體現，未能針對權利原則提出具體的理論概念補充。不過，在理論概念上構連媒體參與文化、介入行動，仍有助於本研究理解原民族群媒體究竟為何發聲、如何發聲。未來的族群／原民傳播研究，可透過這兩個概念更細緻地描繪其他類型的原民族群媒體活動，並且在經營模式、經營自身媒體平台與結合其他媒體力量等介入行動面向上抱持開放與鼓勵的態度。新聞媒體、政策資源以及原民傳播相關研究，除了著重原民爭取自主發聲的過程，也可擴大檢視其他媒體對原民議題的關注情形。

關於研究方法，研究者以數位民族誌取徑進行設計，除了以研究對象掌握的臉書粉絲專頁、網站為起點，遵循跟隨原則多方探尋觀察與互動場域，也透過訪談了解研究對象的主觀經驗，以及介入行動在實體世界引起的迴響。然而，研究

者礙於時間與操作上的限制並未實際參與研究對象的文章、貼文內容產製過程，而是以閱聽眾、活動參與者的身分進行互動。不過，原青陣粉絲專頁僅是原青陣組織的庶務之一，研究者僅透過深度訪談了解原青陣內部的組織運作仍有所不足。Mata・Taiwan 在訪談時也告訴研究者，他在文章編輯上的操作經驗也需透過實際的工作過程才能完整傳達。然而，Mata・Taiwan 在研究者的資料蒐集期間已暫停運作，研究者只能透過官網、臉書粉絲專頁留下的文章等行為痕跡，以及線下的訪談了解該媒體的介入行動經驗。因此本文建議未來的研究者若在操作上可行，針對研究對象的實踐秩序可以有更高的涉入程度，例如媒體內容的產製與討論過程。最後，由於研究者的觀察場域與訪談對象多聚焦於原民族群媒體本身，若能接觸到曾與該媒體互動、合作的對象，應能更全面地展開行動者的社會網絡，理解介入行動的背景脈絡。



參考文獻

- 〈「為考慮不周道歉」 邱瓊寬盼勿分裂社會〉（2016年2月13日）。《自由時報》。取自 <http://ent.ltn.com.tw/news/breakingnews/1601565>
- 〈天下雜誌《部落款款行》特別版——一次收藏 33 個愛上部落的原因！〉（無日期）。取自 Mata Finds 網頁
<https://shop.matataiwan.com/product-category/33-tribes-2/>
- 〈學界社運界聯合聲援布農族獵人王光祿連署〉（無日期）。取自
<http://campaign.tw-npo.org/sign.php?id=20151207031210>
- NPOst 編輯室（2017年1月18日）。〈【活動現場】用媒體養出文化，「Mata Taiwan」方克舟帶你看見原住民〉，《NPOst 公益交流站》。取自
<http://npost.tw/archives/31552>
- Mata • Taiwan（2014年5月27日）。〈驚動十多名警力「關心」的，到底是多另類的大武部落小旅行！〉，《Mata • Taiwan》。取自
<https://www.matataiwan.com/2014/05/27/alternative-tour-to-dawu/>
- Mata • Taiwan（2015年12月4日）。〈原民狩獵爭議的五大迷思！你被誤導了你家裡人知道嗎？〉，《Mata • Taiwan》。取自
[http://www.matataiwan.com/2015/12/14/indigenous-hunting-and-gun-rights/Mata • Taiwan](http://www.matataiwan.com/2015/12/14/indigenous-hunting-and-gun-rights/Mata-Taiwan)（2016年2月1日）。〈即使不是原住民，只要認同我們，就一起來幫我們開花結果吧〉，《Mata • Taiwan》。取自
<https://www.matataiwan.com/2016/02/01/lalaua-kavalan-kebalan/>
- Mata • Taiwan（2017年2月18日）。〈「私人土地幹嘛要原住民同意？」還我土地爭議網友各種不懂，道理原來是這樣！〉，《Mata • Taiwan》。取自
[https://www.matataiwan.com/2017/02/18/indigenous-people-land-right/](https://www.matataiwan.com/2017/02/18/indigenous-people-land-right/Tanivu/)
- Tanivu/島秀（2015年2月5日）。〈落實原基法 過程十年困難重重〉，《原住民族電視台》。取自 <http://titv.ipcf.org.tw/news-11054>
- Vanessa Lai（2017年8月28日）。〈「沒有他們，我可能早已放棄原住民的身份認同」一個都市原青的安身之地——專訪原住民族青年陣線〉，《Mata • Taiwan》。取自
<https://www.matataiwan.com/2017/08/28/indigenous-youth/>
- 以撒克·阿復（2014）。〈後殖民·自主書寫·解放—多重層傳播帝國主義宰制下的原住民族傳播論述〉，《台灣原住民族研究學報》，4(2): 93-120。
- 以撒克·阿復（2016）。《原住民族運動·媒體·記憶：後殖民進路》。台北市，台灣原住民族研究學會。
- 孔文吉（2000）。《忠於原味—原住民媒體、文化與政治》。台北：前衛。
- 王甫昌（2003）。《當代社會的族群想像》。台北：群學。
- 王嵩音（1998）。〈原住民議題與新聞再現—以蘭嶼核廢料場抗爭為例〉，《台大新聞論壇》，5:111-136。

- 王嵩音(2000)。《原住民媒介之研究(Ⅱ)》。(國科會專題研究計畫成果報告, NSC 89-2412-H-032-002)。新北:淡江大學大眾傳播系。
- 王增勇(2010)。〈災後重建中的助人關係與原住民主體:原住民要回到誰的家?〉,《台灣社會研究季刊》, 78: 437-449。
- 半獸人(2018年6月25日)。〈#akapacici #不要勉強 故事募集 No.7 投稿人- 半獸人〉,《原住民族青年陣線》。取自
<https://www.facebook.com/IndigenousYouthFront/photos/a.762528523775488/2184749338220059/?type=3&theater>
- 台邦·撒沙勒(2004)。《尋找失落的箭矢:部落主義的視野和行動》。台北:國家展望文教基金會。
- 台灣原住民電子報(無日期)。取自
http://www.kgu.com.tw/auto_page.aspx?id=5xg43s9zgv3dd
- 田哲益(2010)。《台灣原住民社會運動》。台北市,台灣書房。
- 田哲榮、司徒懿譯(2010)。《解析質性研究法與資料》。新北:韋伯文化國際。
- 石子(2017年2月2日)。〈行銷人看過來!2017年經營Facebook粉絲團,你需要注意這三件事〉,《數位時代》。取自
<https://www.bnext.com.tw/article/42983/you-should-know-these-three-tips-about-running-a-facebook-fan-page-in-2017>
- 夷將·拔路兒(主編)(2008)。《台灣原住民族運動史料彙編》。台北:行政院原住民族委員會。
- 行政院原住民族委員會(2013)。102年原住民族人口及健康統計年報。取自
<https://www.apc.gov.tw/portal/docDetail.html?CID=217054CAE51A3B1A&DID=0C3331F0EBD318C29BCFEDF220570369>
- 行政院原住民族委員會(2014a)。103年台灣原住民族經濟狀況調查。取自
<https://www.apc.gov.tw/portal/docDetail.html?CID=217054CAE51A3B1A&DID=0C3331F0EBD318C27AD129B3540DA543>
- 行政院原住民族委員會(2014b)。103學年度原住民族教育調查統計。取自
<https://www.apc.gov.tw/portal/docDetail.html?CID=217054CAE51A3B1A&DID=0C3331F0EBD318C293610C80B2406205>
- 行政院原住民族委員會(2017)。10601台閩縣市鄉鎮市區原住民族人口-都會比例。取自
<http://www.apc.gov.tw/portal/getfile?source=79ADDDD9195DB0E52610217BBF0B058FA9DAB2A97BBE1DD0E0C44C38ED9E0AD25C9AF0EBD44954CC1724815D606D8B72842EEFE50CB6B1513B91B9DF71659F0C&filename=0CD6FB62C2C67C870D865A60846592C60ED141A3AEC4633D3CD606F1172413F5207C771EDBEB3FF1C28FC3FBB8058C>
- 行政院原住民族委員會(2017)。10607台閩縣市鄉鎮市區原住民族人口-人數統計。取自

<http://www.apc.gov.tw/portal/docDetail.html?CID=940F9579765AC6A0&DID=0C3331F0EBD318C22CB1A73EF5BF19B7>

行政院原住民族委員會（2017年4月25日）。原住民族基本法相關配套法令辦理情形。取自

<http://www.apc.gov.tw/portal/docDetail.html?CID=95CBAE88837FAA3D&DID=0C3331F0EBD318C27E748BD82526BEB0>

何明修（2005）。《社會運動概論》。台北：三民書局。

余佩樺（2015年12月19日）。〈非常上訴後，真正的獵人何去何從？〉。《天下雜誌》。取自<http://www.cw.com.tw/article/articleLogin.action?id=5073248>

吳宛憶（2008）。《抗爭與回歸——原住民自辦刊物《原報》《獵人文化》的文本分析》。臺灣師範大學台灣文化及語言文學研究所碩士論文。

吳宛憶（2010）。〈《原報》與《獵人文化》的抗爭與回歸〉，《原教界》，35: 20-25。

呂志明（2015年12月8日）。〈孝子打獵侍母須入監 「可以把媽媽帶進去嗎」〉，《蘋果日報》。取自<https://tw.news.appledaily.com/local/realtime/20151208/748603>

李佳霖、曾傑（2016年8月1日）。〈【未來大人物】Mata Taiwan 方克舟：先意識到不同族群的差異，再討論共同的未來〉，《關鍵評論網》。取自

<https://www.thenewslens.com/feature/aces2016/45416>

李欣芳（2016年11月26日）。〈落實原住民族基本法 林全：盼台灣成尊重族群國家〉，《自由時報》。取自<http://news.ltn.com.tw/news/politics/paper/1055876>

李秉芳（2017年8月3日）。〈原住民青年陣線成立政策監督平台：目前原住民相關政策進度僅10%〉，《民報》。取自

<http://www.peoplenews.tw/news/37736d62-87cb-46b5-a3e9-b8fa4413f1f6>

李美華（2013）。〈族群媒體之組織文化與組織認同研究：台灣客家電視台的個案分析〉，《傳播與管理研究》，12(2):1-52。

李美華（2016）。〈多元文化與族群媒體：台灣客家電視台的媒介多元化分析〉，「2016中華傳播學會年會」。嘉義縣民雄。

李修慧（2018年6月12日）。〈原住民受的傷，難道漢人就沒感覺？一個讓漢人不再害怕的社團「原青陣」〉，《關鍵評論網》。取自

<https://www.thenewslens.com/article/95763>

阮俊達（2015a）。《台灣原住民族運動的軌跡變遷》。台灣大學社會學研究所碩士論文。

阮俊達（2015b）。〈從族群主流化觀點思考原住民族政策〉，《台灣原住民族研究學報》，5(3): 173-200。

阮俊達、尤儷、芑娃思、黃傑、李品涵（2014）。〈青年參與台灣原住民族運動的歷程與省思〉，《台灣人權學刊》，2(3): 143-157。

周富美（2016年4月19日）。〈狩獵定義惹議 保育團體籲暫緩動保法修法〉，《新頭殼》。取自 <https://newtalk.tw/news/view/2016-04-19/72300>

周維萱（2004）。〈從漢人、原住民族之族群關係析論台灣原住民族域動的成因

- 與未來》，《政治學學報》，2: 2-21。
- 官大偉（2016）〈排除文化偏見、追求多元共榮—關於王光祿事件之思考〉，《原住民族季刊》，15-16。
- 林文玲（2001）。〈米酒加鹽巴：「原住民影片」的再現政治〉，《台灣社會研究季刊》，43: 197-234。
- 林文玲（2005）。〈翻轉漢人姓名意像：「請問『蕃』名」系列影片與原住民影像運動〉，《台灣社會研究季刊》，58: 85-134。
- 林彥鴻（2010）。《台灣原住民族廣播發展歷程 1945-2010》。政治大學傳播電視研究所碩士論文。
- 林志翔（2013）。《媒介多元之研究—析論台灣原住民族媒體的發展》。東華大學民族發展與社會工作學系碩士論文。
- 林秀雲譯（2014）。《社會科學研究方法》。台北市：新加坡商聖智學習。（原書 Babbie, E.[2013]. The Practice of Social Research.. Wadsworth: Cengage Learning.）
- 林庭萱（2015年9月15日）。〈Mata Taiwan 創辦人方克舟：「原住民文化可以像日、韓流一樣流行。」〉，《NPOst 公益交流站》。取自 <http://npost.tw/archives/21379>
- 林益仁（2006）。〈「自然」的文化建構—爭議馬告國家公園預定地的「森林」〉，《應用倫理研究通訊》，37: 7-23。
- 林淑雅（2000）。《第一民族：台灣原住民族運動的憲法意義》。台北市：前衛。
- 林萬億（2006）。《臺灣的社會福利：歷史經驗與制度分析》。台北市：五南。
- 林福岳（2009）。〈原住民族知識體系中傳播研究的可能脈絡〉，《台灣原住民研究論叢》，5: 55-98。
- 林福岳（2010）。〈由「他群」轉向「我群」—原住民電視台傳播主體性實踐之探討〉，《台灣原住民族研究季刊》，3(2): 131-62。
- 林福岳（2011）。〈原住民部落自主傳播的媒介試驗：花蓮福音(Lohok)部落「村長麥克風」計畫〉，《傳播研究與實踐》，1(2): 149-177。
- 林福岳（2012）。〈主體性的呈現，傳播權的實踐—台灣原住民族自主傳播的發展歷程〉，《台灣原住民研究論叢》，11: 1-24。
- 林福岳（2017）《台灣原住民族自主平面媒體發展歷程之研究》。（國科會專題研究計畫成果報告，MOST 105-2410-H-034-022-）。臺北：中國文化大學大眾傳播系。
- 林福岳、陳楚治（2008）。〈原住民族傳播權利之探源及詮釋〉，《台灣原住民族研究季刊》，1(1): 59-82。
- 林靜如譯（2007）。《質性研究導論》。台北：五南。（原書 Flick, U.[2002]. Qualitative Sozialforschung. Hamburg, Germany: Rowohlt Taschenbuch Verlag.）
- 林鶴玲、鄭陸霖（2001）。〈台灣社會運動網路經驗：一個探索性的分析〉，《台灣社會學刊》，25: 111-156。

- 金斯伯格·菲 (Ginsburg, F.) (2002) 〈銀(螢)幕記憶：在原住民媒體中為傳統重新賦予意義〉，國立編譯館(編)，《媒體世界：人類學的新領域》，頁 41-57。台北：巨流。(原書 Ginsburg, F., Lila Abu-Lughod, & Larking, B. [2002]. *Media worlds : anthropology on new terrain*. Berkeley et al.: University of California Press.)
- 姚竹音 (2016)。《《南島時報》原住民族文化公民權建構之批判論述分析》。臺灣師範大學公民教育與活動領導學系博士論文。
- 姚孟憲 (2010) 〈《達魯瑪克部落報》：尋回與東魯凱祖先相繫的夢與根〉，《原教界》，35: 48-49。
- 姚穎、王翔郁、林福岳 (2017)。〈特定族群服務頻道整合行銷的應用—以原住民族電視台為例〉，《中國廣告學刊》，22: 102-136。
- 洪貞玲 (2013)。〈數位時代的弱勢傳播權—原住民公民新聞 WATTA 個案研究〉，《傳播與社會學刊》，25: 135-171。
- 原住民族青年陣線 (無日期)。取自 <https://www.facebook.com/IndigenousYouthFront/>
- 原住民族青年陣線 (2015 年 5 月 7 日)。〈【徵文活動-那些關於排灣族的美麗生命故事】讓我們互相學習吧！〉，《原住民族青年陣線》。取自 <http://www.facebook.com/762486550446352/posts/1077585568936447>
- 原住民族青年陣線 (2015 年 12 月 9 日)。〈討論之必要〉，《原住民族青年陣線》。取自 <https://www.facebook.com/IndigenousYouthFront/posts/1200721743289495:0>
- 原住民族青年陣線 (2016 年 12 月 28 日)〈原住民土地概念介紹懶人包上線！〉，《原住民族青年陣線》。取自 https://www.facebook.com/pg/IndigenousYouthFront/photos/?tab=album&album_id=1545063885521944
- 原住民族青年陣線 (2017 年 4 月 28 日)〈【遺忘不是我們的專長】0428 回應李芳儒議員『大聲向平埔族說不』〉，《原住民族青年陣線》。取自 <https://www.facebook.com/IndigenousYouthFront/posts/2108529289175398>
- 原住民族青年陣線 (2017 年 5 月 24 日)〈尊重多元，愛無差別。Love Wins！〉，《原住民族青年陣線》。取自 <http://www.facebook.com/762486550446352/posts/1715704325124565>
- 原住民族青年陣線 (2017 年 11 月 14 日)〈蔡英文原住民族政策監督平台最新監督內容更新囉！〉，《原住民族青年陣線》。取自 <http://www.facebook.com/762486550446352/posts/1910742005620795>
- 原住民族電視台 (2015 年 12 月 11 日)〈聲援王光祿 民團連署 4 大重點〉，《原住民族電視台》。取自 <https://www.youtube.com/watch?v=DiH672ENVdc>
- 原廣時報 (無日期)。取自 https://www.facebook.com/pg/www.onews.com.tw/about/?ref=page_internal

- 唐士哲 (2004)。〈民族誌學應用於網路研究的契機、問題，與挑戰〉，《資訊社會研究》，6: 59-90。
- 孫大川 (1993)。〈序〉，《山海文化》。取自 <http://tivb.pixnet.net/blog/post/14744931>
- 孫大川 (2010)。《夾縫中的族群建構：台灣原住民的語言、文化與政治》。台北市：聯合文學。
- 宮相芳 (2010)。〈傳承與生機兼顧的布農部落〉，《原教界》，35: 38-40。
- 浦忠成 (2010)。〈鳥瞰原住民族自辦抗爭刊物的脈絡〉，《原教界》，35:8-9。
- 特納·泰倫斯 (Turner, T.) (2002) 〈原住民錄像中的再現、政治與文化想像：概要與卡雅波案例〉，國立編譯館 (編)，《媒體世界：人類學的新領域》，頁 79-94。台北：巨流。(原書 Ginsburg, F., Lila Abu-Lughod, & Larking, B. [2002]. *Media worlds : anthropology on new terrain*. Berkeley et al.: University of California Press.)
- 財團法人原住民族文化事業基金會 (2016)。《105 年原住民族電視台收視質結案報告》。台北：財團法人原住民族文化事業基金會。
- 高志翔 (2009)。《網際網路中的原住民族傳播權益實踐—以台灣原住民網路社群為例》。東華大學族群關係與文化研究所碩士論文。
- 高秀玉 (2010) 〈《達雅的呼喚》：四季部落 泰雅傳統的變化與延續〉，《原教界》，35: 44-47。
- 高芳芳譯 (2017)。《參與的勝利：網路時代的參與文化》。浙江大學出版社。(原書 Jenkins, H., Ito M., Boyd, D.[2016]. *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Cambridge: Polity Press Ltd.)
- 高淑清 (2008)。《質性研究的 18 堂課：首航初探之旅》。高雄市，麗文文化。
- 高德義 (2001)。〈從殖民、同化到自決：全球原住民族的危機與轉機〉。《原住民族教育季刊》23: 4-26。
- 常似虎 (2017 年 4 月 11 日)。〈原民青春歌舞片開鏡 取景新竹縣山區優美風光〉，《NOWnews 今日新聞》。取自 <https://m.nownews.com/news/2478906>
- 張君玫 (2017)。〈思考歷史能動力：原住民立足點與批判的展演政治〉，《台灣社會學刊》，61: 185-221。
- 張雅涵 (2012)。《非原住民閱聽人收視原住民族電視台之研究》。東華大學民族發展與社會工作學系碩士論文。
- 張錦華 (2014)。《多元文化主義與族群傳播權—以原住民族為例》。台北市：黎明文化。
- 張鴻邦 (2010)。《解／重構台灣原住民族廣電政策》。東華大學民族發展研究所碩士論文。
- 張鴻邦 (2013 年 7 月)。〈台灣原住民族電視台設置之政治與論述〉，「2013 年中華傳播學會年會」，台北新莊。
- 曹衛東等合譯 (2002)。《公共領域的結構轉型》。台北：聯經。(原書 Habermas,

- J.[1989]. *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.)
- 郭文平 (2013)。〈超連結文本在網路新聞場域中的使用：一個文化實踐觀點的研究〉，《新聞學研究》，117: 135-178。
- 郭良文、林素甘 (2010)。〈從參與式傳播觀點反思蘭嶼數位典藏建置之歷程〉，《新聞學研究》，103: 151-175。
- 郭良文 (2015)。〈蘭嶼的另類媒體：以核廢料與國家公園反對運動為例〉，郭良文 (編)，《蘭嶼的族群認同與媒體》，頁 147-173。新北市，國立交通大學。
- 郭雅婷 (2010)。《公民新聞與原住民族傳播權利之實踐》。東華大學民族發展研究所碩士論文。
- 郭曉貞 (2007)《部落閱聽人觀視原住民電視台之研究--以花蓮縣重光部落太魯閣族人為例》。東華大學民族發展研究所碩士論文。
- 陳志萍 (2008)。〈精進網路研究方法—網路民族誌〉，《圖書資訊學研究》，2(2): 1-15。
- 陳芷凡 (2010)。〈《山海文化》的美麗與哀愁〉，《原教界》，35: 24-31。
- 陳雅惠 (2002)。〈一場以媒介為名的「運動」〉，「2002 中華傳播學會年會」。台北市深坑。
- 陳雅馨譯 (2017)。《正義與差異政治》。台北：商周。(原書 Young, I.[1990]. *Justice and the Politics of Difference*. Princeton, NJ: Princeton University Press.)
- 陳楚治 (2007)。《台灣原住民族傳播權利之理論與實踐—以台灣原住民族電視台為例》。東華大學民族發展研究所碩士論文。
- 陳詩晴 (2001 年 2 月 22 日)。〈「原住民族」月刊 山刀出鞘〉，《生命力新聞》。取自 <https://vita.tw/%E5%8E%9F%E4%BD%8F%E6%B0%91%E6%97%8F-%E6%9C%88%E5%88%8A-%E5%B1%B1%E5%88%80%E5%87%BA%E9%9E%98-9746aee61efe>
- 陳韻如 (2013)。〈尋找網路公眾：以 ANT 觀點探討網路環境運動〉，「2013 中華傳播學會年會」。新北市新莊。
- 陳嘉銘 (2017)。〈推薦序：不馴服的正義〉，陳雅馨 (譯)，《正義與差異政治》。台北：商周。(原書 Young, I.[1990]. *Justice and the Politics of Difference*. Princeton, NJ: Princeton University Press.)
- 陳耀宗 (2016 年 12 月 8 日)。〈政府干預原民台？伍杜·米將爆：原民會一通電話就要董事隔日解職〉，《風傳媒》。取自 <http://www.storm.mg/article/199004>
- 陸正誼 (2004)。《蘭嶼原住民電台發展之研究》。私立世新大學傳播研究所碩士論文。
- 喇蘭·猶命 (2017 年 05 月 19 日)。〈對不起！我只想真實刻劃回家的路〉，《ETtoday 新聞雲》。取自 <https://sports.ettoday.net/news/927816>
- 媒改社 (2014 年 11 月 3 日)。〈「從部落看原住民族電視台危機」座談會：文

- 字即時》，《媒體改造學社》。取自 <http://twmedia.org/archives/583>
- 曾曉煜（2008）。《呵護客家語言與文化—論客家電視台之定位與節目策略》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 曾馨慧（2011）。《瓦力司·得牧的網路實踐：新媒體，原住民與社會運動之機會與限制》。東華大學民族發展與社會工作學系研究所碩士論文。
- 黃邦平（2017年8月9日）。〈原民電台接收 96.3 中廣頻道今開播 主持人也跟著來！〉，《自由時報》。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/2157406>
- 黃季平（2010）。〈閱讀原住民的刊物〉，《原教界》，35: 12-17。
- 黃啟龍（2002）。〈網路上的公共領域實踐：以弱勢社群網站為例〉，《資訊社會研究》，3: 85-111。
- 黃國超（2015）。〈原運反挫、運動刊物與黨外勢力—以台灣原住民族運動(1938-87)維分析場域〉，《台灣原住民族研究學報》，5(3): 45-74。
- 黃鈴華(2005)。《台灣原住民族運動的國會路線》。台北市：財團法人國家展望文教基金會。
- 黃應貴（2016）。〈導論：多重地方認同下的社群性及社會想像〉，黃應貴、陳文德（編），《21世紀的地方社會：多重地方認同下的社群性與社會想像》，頁 1-45。台北：群星。
- 黃驛淵（2008）。《當「Ta'ay」遇上記者—從多元文化觀點探討「paSta'ay」觀光化及其報導》。臺灣大學新聞研究所碩士論文。
- 新媒體世代（2015年5月15日）。〈誰該為 Facebook 的「過濾氣泡」現象負責？〉，《泛科學》。取自 <https://pansci.asia/archives/79504>
- 楊景婷（2015年1月23日）。〈KUSO 原住民挨轟 澎恰恰 7 度道歉〉，《蘋果日報》。取自 <http://ent.appledaily.com.tw/section/article/headline/20150123/36344720/>
- 楊德睿譯（2007）。《地方知識：詮釋人類學論文集》。台北：麥田出版。（原書 Geertz, C. [1983]. *Local knowledge: further essays in interpretive anthropology*. New York: Basic Books）
- 董俞佳（2018年8月19日）。〈農村旅遊、部落旅遊興起 多數遊走法規邊緣〉，《聯合新聞網》。取自 <https://udn.com/news/story/7314/3317506>
- 路索拉門·阿勒（1999）。《大武山的吶喊》。台北：國際特赦雜誌。
- 瑪達拉·達努巴克（2016年11月1日）。〈【同志議題】揚起部落的彩虹旗〉，《鏡周刊》。取自 <https://www.mirrormedia.mg/story/20161101web001/>
- 趙中麒（2003）。〈關於台灣原住民「民族」生成的幾個論證〉，《台灣社會研究季刊》，51: 85-224。
- 劉幼俐（1997）。〈原住民廣播節目與電台所有權之研究〉，《廣播與電視》，3(3): 1-28。
- 劉致昕（2014年11月8日）。〈劉致昕：業務出身的他，怎麼把 2% 聲音賣給

- 98%?〉，《獨立評論@天下》。取自
<https://opinion.cw.com.tw/blog/profile/287/article/2052>
- 劉嘉偉(2013)。《網路傳播科技對蘭嶼反核廢運動之社會資本的動員與凝聚》。交通大學傳播科技研究所碩士論文。
- 劉慧雯(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。
- 數位時代(2015年2月27日)。〈網路產業誰領風騷？2015 台灣百大熱門網站揭曉！〉，《數位時代》。取自 <http://www.bnext.com.tw/article/view/id/35475>
- 蔡英文原住民族政策監督平台(無日期)。取自 <http://watching-tsai.indigenouslyf.tw/>
- 蔡珮(2012)。〈台北都市原住民族群電視消費與族群認同建構之關聯性初探〉，《新聞學研究》，110: 125-169。
- 蔡珮(2013)。〈由台灣原住民報紙的公共新聞學實踐反思族群媒介功能之延展：以《原聲報》為例〉，《原住民族文化傳播學刊》，5:74-101。
- 蔣安國(2013)。〈台灣原住民廣播發展模式與策略之分析〉，《原住民族文化傳播學刊》，4: 78-91。
- 鄭信得(2000)。〈我做「鄒訊」〉，《山海文化》，23: 179。
- 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》。國家通訊委員會委託研究報告。
- 賴品瑀(2014年5月22日)。〈另類小旅行 人類學博士揪團「路過」砂石場〉，《環境資訊中心》。取自 <https://e-info.org.tw/node/99523>
- 謝世忠(1987)。《認同的污名：臺灣原住民的族群變遷》。台北：自立晚報。
- 謝世忠(2017)《後認同的污名的喜淚時代：臺灣原住民前後臺三十年。1987-2017》。台北：玉山社。
- 謝偉姝(1998)。〈公視原住民記者觀點之研究〉，《台大新聞論壇》，5: 61-78。
- 魏均(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〉，第二屆台灣客家研究國際研討會論文集。新竹，交通大學。
- 魏均(2015)。〈反思原住民傳播政策與實務：蘭嶼達悟族的啟發〉。在郭良文編，《蘭嶼的族群認同與媒體》(14-37)。新竹：交通大學出版社。
- 蘋果日報(2010年10月31日)。〈報社欠薪3月 14 員工斷炊〉，《蘋果日報》。取自 <https://tw.appledaily.com/headline/daily/20101031/32925386/>
- 鐵木·尤哈內(2010)。〈用靈魂點燃布農文化的不滅薪火〉，《原教界》，35: 41-43。
- 顧玉珍、張毓芬(1999)。〈台灣原住民族的土地危機：山地鄉“平權會”政治經濟結構初探〉，《台灣社會研究季刊》，34: 221-229。
- 龔亭毓、詹舒婷(2017年2月23日)。〈Mata Taiwan 看見台灣原住民之美〉，《生命力新聞》。取自
<https://vita.tw/mata-taiwan-%E7%9C%8B%E8%A6%8B%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%8E%9F%E4%BD%8F%E6%B0%91%E4%B9%8B%E7%BE%8E-3>

- Bailey, O. G., & Harindranath, R. (2006). Ethnic minorities, cultural difference and the cultural politics of communication. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 2(3): 299-316.
- Benkler, Y. (2006). Political freedom part 2: emergence of the networked public sphere. In *The wealth of networks : how social production transforms markets and freedom*. New Haven: Yale University Press.
- Bennett, W. L. (2004). Communicating global activism: Strengths and vulnerabilities of networked politics. In Wim Van de Donk et. Al. (Eds.) *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*. London: Routledge.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Bickford, S. 1996. *The dissonance of democracy: Listening, conflict and citizenship*. Ithaca, NY and London: Cornell University Press.
- Budarick, J. (2016). The elasticity of the public sphere: Expansion, contraction and 'other' media. In Griffiths, M. & Barbour, K. (Eds), *Making Publics, Making Places*. Adelaide, South Australia: University of Adelaide Press.
- Budarick, J. & Han, G. S. (2015). Towards a multi-ethnic public sphere? African-Australian media and minority-majority relations. *Media, Culture and Society*, 33(6), 923-940.
- Brantner, C. & Herczeg, P. (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.
- Caspi, D., & Elias, N. (2011). Don't patronize me: Media-by and media-for minorities. *Ethnic and Racial Studies*, 34(1), 62-82.
- Couldry, N. (2010). Theorising media as practice. In B. Brauchler & J. Postill (Eds.), *Theorising media and practice* (pp. 35-54). Oxford, UK: Berghahn.
- Couldry, N. & Dreher, T. (2007). Globalization and the public sphere. *Global Media and Communication*, 3(1): 79-100.
- Cunningham, S. (2001). Popular media as public 'sphericules' for diasporic communities. *International Journal of Cultural Studies*, 4(2): 131-147.
- Deuze, M. (2006). Ethnic media, community media and participatory culture. *Journalism*, 7(3), 262-280.
- Downing, J. D. H., & Husband, C. (2005). *Representing race : racisms, ethnicities and media*. London; Thousand Oaks, Calif. : SAGE.
- Dreher, T. (2009). Listening across difference: Media and multiculturalism beyond the politics of voice. *Continuum*, 23(4): 445-458.

- Dreher, T. (2010a). Speaking up or being heard? Community media interventions and the politics of listening. *Media, culture & society*, 32(1), 85-103.
- Dreher, T. (2010b). Media intervention in racialized communications. In Kevin H. (Eds.), *Understanding community media*. Thousand Oaks, Calif. : SAGE Publications.
- Dyson, L. (2010). Indigenous peoples on the internet. In Consalvo, M. & Ess, C. (Eds), *The hand book of internet studies* (pp. 251-269). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Forde, S. (1997). A descriptive look at the public role of Australian independent alternative press. *Asia Pacific Media Educator*, 1(3), 118-130.
- Forte, M.C. (2006). Amerindian@Carribbean: Internet indigeneity in the electronic generation of Carib and Taino identities. In K. Landzelius (Eds), *Native on the net: Indigenous and diasporic peoples in the virtual age* (pp.132-151). New York, NY: Routledge.
- Garcia, A.G., Standlee, A. I., Bechkoff, J., & Cui Y. (2009). Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38(1), 52-84.
- Ginsburg, F. (1991). Indigenous Media: Faustian Contract or Global Village. *Cultural Anthropology*, 6(1): 92-112.
- Ginsburg, F. (1994). Culture/media: A (mild) Polemic. *Anthropology Today*, 10(2): 5-15.
- Ginsburg, F. (1997). "From Little Things, Big Things Grow" Indigenous media and cultural activism, *Between resistance and revolution: cultural politics and social protest*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
- Hafsteinsson, S. B. (2013). *Unmasking deep democracy : an anthropology of indigenous media in Canada*. Aarhus, Denmark : Intervention Press.
- Husband, C. (1998). Differentiated citizenship and the multi-ethnic public sphere. *The journal of international communication*, 5, 134-148.
- Husband, C. (2000). Media and the public sphere in multi-ethnic societies. In Cottle, S. (Eds.), *Ethnic minorities and the media : changing cultural boundaries*. Buckingham, UK: Open University Press.
- Johnson, M. A. (2010). Incorporating self-categorization concepts into ethnic media research. *Communication Theory*, 20(1), 106–125.
- Landzelius, K. (2006b). The Meta-Native and the Militant Activist: Virtually Saving the Rainforest. In K. Landzelius (Eds), *Native on the net: Indigenous and diasporic peoples in the virtual age* (pp.1-24). New York, NY: Routledge.
- Matsaganis, M. D., Katz, V. S., & Ball-Rokeach, S. J. (2011). *Understanding ethnic media*. Los Angeles, CA: SAGE.

- Marcus, G. E.(1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24: 95-117.
- O'Donnell, P., Lloyd, J., & Dreher, T. (2009). Listening, pathbuilding and continuations: A research agenda for the analysis of listening. *Continuum*, 23(4): 423-439.
- Petray, T. L. (2011). Protest 2.0: online interactions and Aboriginal activists. *Media, Culture and Society*, 33 (6), 923-940.
- Ojo, T. (2006). Ethnic print media in the multicultural nation of Canada: A case study of the black newspaper in Montreal. *Journalism*, 7(3), 343-361.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hhorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital ethnography: Principles and practice*. Los Angeles: Sage.
- Postill, J.(2014). Democracy in an age of viral reality: A media epidemiography of Spain's indignados movement. *Ethnography*, 15(1): 51-69.
- Postill, J., & Pink, S.(2012). Social Media Ethnography: The Digital Researcher in a Messy Web. *Media International Australia*, 145(1): 123-134.
- Ramasubramanian, S.(2016). Racial/ethnic identity, community-oriented media initiatives, and transmedia storytelling. *The Information Society*, 32(5): 333-342.
- Riggins, S. H. (Ed.). (1992). *Ethnic minority media: An international perspective*. Newbury Park, CA: Sage.
- Russell, A. (2005). Myth and the Zapatista movement: exploring a network identity. *New Media & Society*, 17(4): 559-577.
- Santiago, C.,& Criss, D. (October 17, 2017). An activist, a little girl and the heartbreaking origin of 'Me too'. CNN. Retrieved from: <https://edition.cnn.com/2017/10/17/us/me-too-tarana-burke-origin-trnd/index.htm>
- 1
- Salazar, J. F. (2004). Imperfect Media: the poetics of indigenous media in Chile. Doctoral dissertation, University of Western Sydney.
- Schrooten (2012) Moving ethnography online: researching Brazilian migrants' online togetherness, *Ethnic and Racial Studies*, 35(10): 1794-1809.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. New York: Teachers College Press.
- Shi, Y. (2009). Re-evaluating the 'alternative' role of ethnic media in the US: the case of Chinese-language press and working-class women readers. *Media, Culture & Society*, 31(4), 597-616.
- Soriano, R. C. R. (2016). Transmedia mobilization: Agency and literacy in minority productions in the age of spreadable media. *The Information Society*, 32(5): 354-363.
- Subervi-Velez, F. A. (1986). The mass media and ethnic assimilation and pluralism:

A review and research proposal with special focus on Hispanics. *Communication Research*, 13, 71-96.

- Sweet, M., Pearson, L., & Dudgeon, P. (2013). @IndigenousX: A case study of community-led innovation in digital media. *Media International Australia*, 149(1), 104-111.
- Virtanen, P. K. (2015). Indigenous social media practices in southwestern Amazonia. *Alternative*, 11(4): 350-362.
- Viswanath, K., & Arora, P. (2000). Ethnic media in the United States: An essay on their role in integration, assimilation, and social control. *Mass Communication and Society*, 3, 39-56.
- Wortham, E. C. (2013). *Indigenous media in Mexico: culture, community, and the state*. Durham, NC: Duke University Press.
- Yu, Sherry S. (2017). Multi-ethnic public sphere and accessible ethnic media: mapping online English-language ethnic media. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 1-18.

