

研究論文

族群的再現與在線： 台灣原住民族群正名的社交媒體實踐

莊元薰、E Ireng LADHOLOA

摘要

台灣原住民族的族群運動自八十年代興起，迄今族群數目經官方正名後增至16族，過程中因與民生議題相距較遠，大眾傳媒近乎缺席，直至近年來因數位通訊普及，原住民的媒體近用與自主發聲才得以實現。本文旨在探討社交媒體實踐對原住民族群正名的推動與影響。首先以文獻整理原住民族運動的傳媒工具使用，以及媒介技術理論視角下的族群文化研究，再針對近年積極於正名相關活動的四個族群，觀察其社交媒體實踐，並訪談部落人士，了解傳播實踐的動員策略、組織運作、外界互動、具體成效，等等。研究結果發現，此四族在族群正名相關的社交媒體實踐上偏重於「我群」的凝聚與認同，並強調文化識別的具體呈現，而對於「他者」的分辨對照、策略性形塑群體

莊元薰，中國科技大學規劃與設計學院視覺傳達設計系助理教授。研究興趣：文化研究、視覺傳達。電郵：y.h.chuang@cute.edu.tw

E Ireng LADHOLOA，中國科技大學規劃與設計學院視覺傳達設計系碩士生、台灣原住民族電視台資深節目製作人。研究興趣：原住民族文化。電郵：Elreng@cute.edu.tw

論文投稿日期：2023年2月1日。論文接受日期：2023年7月26日。

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

認同，以及與其他文化族群的橫向互動與連結則較缺乏積極操作。如此重情感凝聚而輕利益策略的特質，或可視為原住民媒介(indigenous media)的獨特性。近來原住民透過社交媒體自主發聲，確實成功扭轉過去任由少數人(政府或學者)決定的命運，恢復/創造並傳播了族群意象。然而族群文化復振的展現，絕非僅基於他者的凝視，亦不應為平台演算法的產物，而應是在媒介獨特性理解下的尊重與持續行動。此得來不易的「話語空間」實可「再現」族群韌力，並「在線」修復族群與自我、土地乃至社會的斷裂。

關鍵詞：原住民族運動、正名運動、社交媒體、基德勒

Research Article

Online Representation of Ethnic Groups: The Social Media Practices of an Indigenous Name-Rectification Campaign in Taiwan

Yuan Hsun CHUANG, E Ireng LADHOLOA

Abstract

In Taiwan, indigenous movements began in the 1980s. Since then, the number of officially recognized ethnic groups has increased to 16. The Name-Rectification Campaign responds to an issue that is unrelated to people's livelihoods and is rarely reported by mainstream media. However, in recent years, the popularity of information and communications technologies (ICTs) has enabled indigenous people to access the media and speak for themselves. The purpose of this study was to explore the effects of social media on the indigenous Name-Rectification Campaign. The literature on the use of media tools in ethnic movements and media theory on ethnic issues was reviewed. Interviews of tribal leaders were conducted, and their online participation was observed. The results showed that the social media practices of the ethnic groups focused on "we-identities" and emphasized the specific presentation of cultural identity. In contrast, there was a lack of active operations and

Yuan Hsun CHUANG (Assistant Professor). Visual Communication Design Department, School of College of Planning and Design, China University of Technology. Research interests: culture study, visual communication.

E Ireng LADHOLOA (Master Student). Visual Communication Design Department, School of College of Planning and Design, China University of Technology; Senior Program Producer of Taiwan Indigenous Television (TITV). Research interest: indigenous culture.

Communication and Society, 68 (2024)

comparison of the “other”, as well as interactions with other cultural groups. The characteristics of emphasizing emotional cohesion and ignoring profit strategies may be regarded as unique to indigenous media. Indigenous people in Taiwan have spoken out independently through social media. However, ethnic culture is not the result of the gaze of others or of algorithms. This hard-won “discourse space” can represent ethnic resilience and perform the “online” repair of ruptures within society.

Keywords: indigenous movements, Name-Rectification Campaign, social media, Friedrich Kittler

Citation of this article: Chuang, Y. H., & Ladhola, E I. (2024). Online representation of ethnic groups: The social media practices of an indigenous name-rectification campaign in Taiwan. *Communication and Society*, 68, 85–115.

緒論：方興未艾的族群正名與缺席的主流媒體¹

台灣原住民族在荷蘭與清朝統治下保有自治模式並以部落為名，直到日本殖民時期被以武力鎮壓、強制遷移、稱之以「蕃」²。相似的部落被歸類形成九族，此模式在國民黨政府統治後繼續沿用，並改「蕃」為「山地同胞」(孫大川，2000；康培德，2005)。數十年來原住民族在執政者後設族群界限所建構的集體認同下，追求「山地平地化」、「現代化」的政策目標，逐漸瓦解了部落概念，造成族語、祭儀、傳統文化與生活方式等等的流失，原住民被迫與土地、與民族撕裂，亦在主流社會積累衝突與疏離(阿復，2016)，「我是誰？」自此成為不斷浮現出來的問題。

在此民族自覺下，台灣社會展開數十年原住民族運動(以下簡稱「原運」)，學者將原運發展歷程分成五個階段：(一)發端與集結：原住民學生與黨外作家之相遇；(二)組織與運動理論建構：自覺與啟蒙；(三)發動抗爭：戰略與路線與體制回應；(四)體制化；(五)分裂與瓦解；(六)擴散與持續(撒沙勒，2018；汪明輝，2003)。原運主軸之一的「正名運動」除了廢除原本官方「山胞」的歧視名稱外，尚包括各族族名正名、恢復個人族名、恢復傳統山川地名、建構族語書寫系統等的社會實踐。在一波波民族運動後，原住民終於能夠以第一人稱主體的身分說話：1994年「原住民」名稱入憲³，實現長達十年反污名的訴求。泛原住民族運動間接激發了各原住民族的文化回歸與重建運動，原運領袖台邦·沙撒勒(Sasala Taiban)提出「部落主義」(tribalism)概念，將原運落實到部落社區(汪明輝，2003)。自2000年後二十年間，包括邵族、噶瑪蘭族、太魯閣族、賽德克族、撒奇萊雅族、卡那卡那富族、拉阿魯哇族共七族完成正名(或復名)(原住民族委員會，2021a)，目前亦尚有包括西拉雅等族爭取正名中。在族群正名的過程中，原住民族反抗侵佔、提出訴求與成為論述主體時皆伴隨著傳播活動與媒體使用的發展。

台灣原住民族屬於口傳文化，沒有文字，過去皆以「口傳身授」為傳播方式，透過口述神話、傳說、歌謠、舞蹈、祭儀等模式傳遞與傳承文化，「人」即是創造、傳播與傳承的原生媒介，傳播過程包含著強烈的集體認同(林福岳，2009)。然而，在進入殖民時期後，殖民者的

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

語言強勢傳播，不但提供了文化宰制權力的根源，亦掌握優勢媒體工具，原運實為一部大眾傳媒工具爭奪的血淚史。如今傳播科技與通訊工具的進步，例如數位影像技術、網際網路、社交媒體等的快速發展，原住民以各種媒介形式進行文化性的反抗，如拍攝紀錄片、經營網站、線上社團等，傳播權力結構已逐漸改變。

弗里德里希·基特勒(Friedrich Kittler)(2017:1)指出了「媒介決定了我們的處境」，強調媒介技術的影響及其重要性。沿此媒介研究的視角探看，原住民族主體或許已非唯一意義(族群意識)的生產者，媒介同樣參與著意義的生成過程，需要更加細緻地觀察原民媒體實踐的特徵，以理解其意圖、策略與限制。在人機關係日趨緊密的今日，原住民族以社交媒體自主發聲所面臨的，不僅是再現權力的重新分配以及資源的有無，亦是其作為一種媒介與科技「能」與「不能」的問題。Ginsburg(1997)將原住民媒體視為原運的一種表現，關注族群媒體與民族運動的緊密關聯，以及其在主流媒體外所呈現另類觀點(廖紹伶，2019)。Hinkson(2018, p. 4)亦提出原住民媒介(indigenous media)的「獨特的視角」，譬如原住民影片製作者常常通過關注地景，趨近、感知靈性空間以及與祖先的聯繫，這樣一種人與土地、空間難以分割的生命觀念與存在樣態，以及一個有著複雜親屬關係的生活世界，常常內建、植基於原住民媒介的製作過程(林文玲，2020)。關於原住民紀錄片的媒介特色已多有探討(徐國明，2020)，於此不再贅述，本文關切的是如此獨特的族群視角是否亦存在於當下的社交媒體使用？社交媒體作為新興的「原住民媒介」有何獨特實踐？此獨特實踐又如何當在當代原住民族社會運動中作用並接棒向前？早期原運在缺乏主流媒體支援下，有志之士只能走上街頭、大聲控訴，推動「正名」，如今，社會環境變遷、自媒體當道，族群正名的推動與法制承認後族群認同的持續發展皆以新媒體為重要工具。本文關切社交媒體作為一種原住民社會實踐的能與不能，聚焦探討媒介與原住民族法政存在⁴的關聯，針對正名前後不同階段的四個族群，觀察其社交媒體實踐對正名活動與文化復振的操作與影響，具體涵蓋下列三部分：

- 一、了解社交媒體實踐者的個人背景、經歷及其產製媒體的意圖、經驗與限制；

- 二、針對發言權面向了解部落組織及族人的參與情形與傳播表現；
- 三、了解部落與族人透過社交媒體介入正名活動後延伸至實體的情形與具體變革的推動。

文獻探討

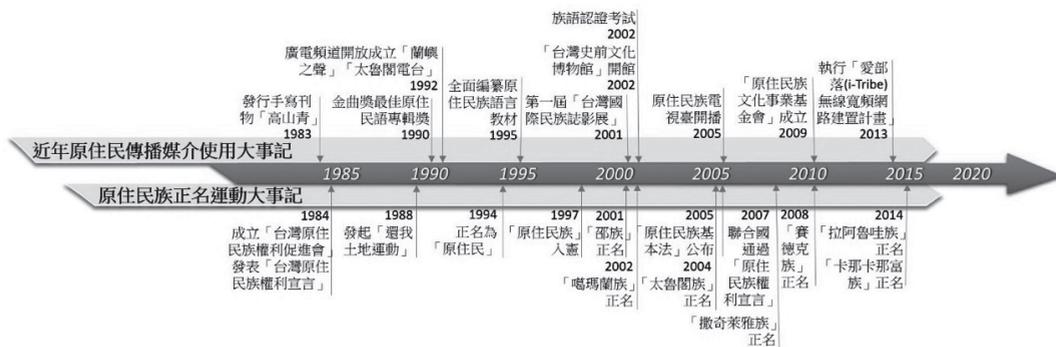
台灣原住民族傳媒研究的論述多集中於傳播權益及媒體內容的相關議題，尤其聚焦原住民族傳播的主體性，學者明確指出「原住民傳播議題的首要之務，就是傳播權益的爭取」（楊政霖，2005：5）。今日新媒體當道，似乎已提供原住民平等發聲的工具與機會，然而，媒體（media）作為新媒體（new media）的前身，在展開當代原住民族正名運動的社交媒體研究之前，仍需從原住民族傳媒爭奪與使用的歷史，以及媒介技術理論的回顧與再思考開始。

原住民族運動與傳播媒介

台灣原住民歷經三百多年殖民統治，在二次世界大戰結束前並無任何傳播媒體使用之記載，直到1947年國民政府為加強政令宣導，開始製作山地廣播節目，以日語發音向原住民播放節目（林昶鴻，2011）。1983年台大原住民學生創辦刊物《高山青》，提出原住民種族滅亡的危機並提倡民族自覺運動，被視為原運的開端（汪明輝，2003）。在文學方面，原住民書寫也在民族自覺下孕育而生，原住民學者孫大川將戰後原住民文學歸類為：（一）消失的面容（1945–1980）、（二）我看我寫（1980–1995）、（三）政治主體建構（1995–2005）、（四）數位虛擬中的原住民影像文學（2005–）（轉引自劉得興，2014）。然而，原住民族被形構成的刻板印象，透過大眾傳媒散播與再現，已無聲無息地滲透，形成習以為常的壓迫與歧視（姚竹音，2016）。原運後除了以文字媒體，原住民亦以影視、紀錄片、策展等方式自主發聲，努力扭轉長期被矮化、醜化甚至消失的景況，數十年的正名運動伴隨傳播媒介的使用（圖一），逐步重建喪失的主體與民族自信。

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

圖一 台灣原住民族正名運動與傳播媒介使用(由本研究作者繪製)



台灣原住民族傳媒相關研究多偏重於傳播權和媒體近用的討論，主張多元文化的學者Young (1990)曾指出，現代國家所主張的普遍主義會造成壓迫少數民族的五種類型為剝削 (exploitation)、邊緣化 (marginalization)、無權 (powerlessness)、文化帝國主義 (cultural imperialism)，以及暴力 (violence)。為實現以自有媒體掌握傳播權利，台灣原住民族電視台 (Taiwan Indigenous Television，簡稱TITV、原視) 在殷殷期待中誕生：1998年的《原住民族教育法》首次以法律及政策規範原住民族的傳播權利；2005年原視頻道開播，成為亞洲第一個原住民族專屬的電視台；2006年馬紹·阿紀 (Masao Aki) 以原住民身分出任台長；2014年電視台正式由「財團法人原住民族文化事業基金會」營運 (原住民族電視台，無日期)，完成了「族群媒體」建構之目標。原住民族終於有了自己專屬的族群頻道，不再需要透過其他主流媒體的「轉譯」表達，許多當年原住民族運動的參與者也投身到原視工作，用另一種方式繼續爭取原住民族權益 (許志明，2022：27)。

原視不但實踐傳播賦權，亦肩負傳播人才培育之重責大任，公共電視自1994年開始招訓原住民影像工作者，培訓包括節目企劃、採訪、攝影、剪輯等媒體人才，不但指導原住民製播節目，亦讓他們參與媒體的經營與管理，思考「要製作甚麼樣的節目給閱聽人」，更要處理「和閱聽人要建構甚麼樣的關係」(林福岳，2017a：338)。在數位時代造成的傳媒環境改變下，原視的經營單位財團法人原住民族文化事業基金會在組織架構設置「新媒體組」，專責推廣與經營，並逐年檢討

營運成效(趨勢民意調查股份有限公司, 2021)。數位時代去中心化的傳播模式亦為原住民族實踐自主傳播開啟另一路徑。近年來因數位通訊普及實現了原住民族的媒體近用與資通訊科技近用,不論是山區原住民或平地原住民在社交媒體參與上皆有61.90%和50.20%的使用率(三個月內發文或上傳照片、影片)(國家發展委員會, 2021),原住民族的發聲已不再單單依賴主流媒體。隨著媒體發聲門檻逐漸下降, Facebook、YouTube等社交媒體提供渠道讓原住民以自己的方式再現、打造個人形象,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,具有協助原住民族對抗主流文化霸權從而進行去殖民化運動的可能(廖紹伶, 2019; Petray, 2011; Virtanen, 2015)。如同傳播學者所觀察,台灣原住民族爭取自身論述主導權已從最早的「原運期」、原民台成立後的「宣示期」,到新媒體時代的「論述期」。過去單向線性的傳播模式或已不再合適,應結合新媒體與自媒體以實踐族群主體論述,爭取原權,並與主流社會其他族群溝通對話(許志明, 2022)。族群抗爭的新戰場可謂轉移至新媒體和社群網站。

媒介技術下的族群議題探問

相較於McLuhan (1994)說的「媒介是人的延伸」,基特勒更為激進地撼動以人為中心的主流論述,被加以技術決定論的標籤。然而近年來通訊傳播科技的快速發展與全面席捲,突顯了媒介技術論的前瞻性看法,也帶動了傳播科技論述的復興(唐士哲, 2014)。關於社交媒體,學者們認為就個人而言,其改變了行動者獲取、存儲、創造、傳播文本的形式,致使個人和集體記憶的結構發生了改變,繼而深刻影響個人認知過程(Turkle, 2011)。就互動層面而言,社交媒體改變了社會互動方式和權力關係,通過使用社交媒體技術,組織成員和非組織成員都具有編寫組織文本的能力,數位網絡的每個節點都可以促進內容的創建和傳播,超文字連結促進了聯合創作的過程(Albu & Etter, 2015),資訊傳播與各種目的的宣傳與凝聚皆越來越依賴線上社群的推播。數位媒介和社群媒體不僅是提高傳播效率的工具,更是一種強大的制度框架,以其自身的邏輯影響和重塑人們的認知框架和互動模式

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

(洪世章等，2022)，因此，傳介過程中不僅內容才值得注意，媒介亦可左右資訊的意義(陳春燕，2015)。

英國的文化研究於1980年代開始關注媒介或媒介技術所造成的社會變化，其中莫利·大衛(David Morley) (1996)追隨史都華·霍爾(Stuart Hall)的概念及其理論，考察媒介(主要是電視)在構建文化認同，以及對空間、時間與群體所進行的社會性組織過程中所扮演的角色。中國大陸則於2010年前後開始較為關注從歷史維度考察傳播、媒介與文化的基礎設施(章戈浩、張磊，2019)。張磊等學者(2017)以「媒介化記憶」探討貴州水族的民族認同，認為民族的文化特徵並非是純粹天然形成的，雖有客觀根基，但亦有後天建構的成分，不但既受到國家(如民族政策)與資本(如民俗旅遊)的權力運作之影響，也是普通成員的日常實踐之結果，其研究並關注作為傳播載體的符號與媒介的作用。孫榮光(2017)探討媒介使用行為及經驗對台灣客家族群文化意涵傳播的影響；黃靜蓉(2017)則以媒體策略管理的觀點切入，比較中國大陸、台灣與馬來西亞三地之客家網路社群如何借用傳播科技提升我群認同感。學者關切媒介科技發展下，少數民族如何策略性地運用媒介完成目標，如台灣學者高志翔(2009)、曾馨慧(2011)皆以案例討論部落格系統如何擴大各地族人的使用，進而參與了原住民族社會運動；在媒介實踐的限制方面，少數族群面對霸權文化所設置不平等的技術門檻時，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)；族群文化也可能因為傳播科技本身的局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)。日新月異的媒介技術發展以及時空更迭下的族群狀況，需要各界投入更多的關切與探討。

本研究藉助媒介技術理論中對於「媒介」概念的開拓，將科技形式視為促進者(facilitator)，探討其傳播與溝通行動的影響，並以台灣原住民正名族群為觀察對象，將研究焦點從再現的意義轉移到再現的條件，為媒介技術理論的在地實踐觀察。

研究方法

承襲前述問題意識與文獻回顧，本研究旨在探討原住民族社交媒體實踐特性，針對族群正名的傳播行為加以觀察與深度訪談，以近年甫完成正名的撒奇萊雅族（2007年完成正名）、卡那卡那富族（2014年完成正名）、拉阿魯哇族（2014年完成正名），以及現於正名申請中的西拉雅族為研究對象。此四族中，撒奇萊雅族、卡那卡那富族及拉阿魯哇族雖已完成族群正名，但因正名後時間尚短、知名度尚淺，且人數較少（撒奇萊雅族完成正名後人數甫達一千人，卡那卡那富族及拉阿魯哇族則少於五百人），⁵ 族人及相關學者積極探討族群正名後的發展策略（陳俊男，2018）；西拉雅族則歷經多年申請尚未完成，目前被歸於平埔族（原住民族委員會，2021b）。此四族各於族群正名前後的不同階段，故擇以為社交媒體實踐的觀察對象。

本研究首先了解此四族於社交媒體的參與實踐，主要觀察台灣最廣泛使用的社交媒體Facebook及YouTube兩大平台上包括文字、圖像、影音動態影片、直播等的發布與線上互動情形。因四族於YouTube的發表量較少，故選擇四族皆有的Facebook社團進行發文收集及量化統計。發文資料來源為四族官方社團與個人專頁（表一）⁶ 自2021年6月1日至翌年同日的發文，觀察發文者身分、發文頻率與類型、主題與圖文內容、互動狀況等。因本研究旨在探討族群正名的社交媒體實踐，故Facebook發文統計類目設定為「正名相關消息」、與族群認同相關的「族語」、「族服」、「祭儀」三項重要文化表徵⁷、社交媒體常用之聯繫及記錄功能的「活動側拍」、「部落新聞」，以及「個人情感抒發/其他」共七項，在進行觀察與描述統計後於訪談中提出討論。深度訪談的對象為此四族的五位受訪者，包括三位男性與兩位女性，身分分別為族語老師、部落青年、教育工作者、祭儀工作者、社群管理者（表二），五次訪談於部落、都會及線上進行，深度訪談依不同族群的狀況、受訪者的部落身分，以及田野觀察的內容調整提問，訪談提問方向為：（一）了解社交媒體實踐者的個人背景與經歷、（二）針對發言權面向了解部落組織及族人的參與情形與傳播表現、（三）社交媒體參與後延伸至實體的實踐。訪談問題簡述如列表（表三）。

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

表一 觀察發文之 Facebook 社團

官方社團： 台南市西拉雅文化協會(西拉雅族)、撒奇萊雅族青壯組織(撒奇萊雅族)、卡那卡那富族青年會(卡那卡那富族)、Hla'alua 拉阿魯哇族(拉阿魯哇族)、高雄市拉阿魯哇文教協進會(拉阿魯哇族)
個人專頁： 潘慧敏(撒奇萊雅族)、Uma Talavan(西拉雅族)

表二 深度訪談對象

受訪者代號	族名	相關背景	訪談日期與時間	訪談地點
A	拉阿魯哇族	教育工作者	2022年9月2日, 10:00	部落
B	卡那卡那富族	族語老師	2022年9月2日, 14:00	部落
C	西拉雅族	部落青年	2022年9月12日, 15:00	線上
D	撒奇萊雅族	祭儀工作者	2022年9月4日, 13:00	都會
E	卡那卡那富族	社群管理者	2022年9月2日, 15:00	都會

表三 訪談問題簡述

社交媒體使用情形	<ul style="list-style-type: none">• 您有使用線上社交媒體嗎? 主要用於哪些方面?• 您的部落或族群較活躍的線上社交媒體有哪些? 您有參與過嗎? 參與的頻率是?• 您的部落或族群有社交媒體官方社團嗎? 您參與的情形為何?
社交媒體經營機制	<ul style="list-style-type: none">• 據您所知社交媒體官方/個人的發文與經營方式為何?• 據您所知部落族人參與社交媒體的狀況如何? 大家對於社交媒體有甚麼想法或反應?
以社交媒體復振族語、族服、祭儀的情形	<ul style="list-style-type: none">• 您曾經藉由社交媒體提高對自己族語、族服、祭儀的認識嗎?• 您認為以社交媒體推動族語、族服、祭儀的振復有何優點和缺點?• 您認為社交媒體對於推動正名與族群認同有何關聯? 有何困難?
使用社交媒體的感受與行動	<ul style="list-style-type: none">• 您對於以族人身分使用社交媒體的感受為何?• 您覺得自己或族人在使用社交媒體後有何改變?

研究發現

在 Facebook 的發文方面，所觀察的五個官方社團及兩個個人專頁於 2021 年 6 月 1 日至 2022 年 6 月 1 日期間，共計 988 則發文(表四)，其中官方社團僅 230 則。在發文主題上，官方社團的發文以祭儀、族語及族群新聞為最多(表五)，其中約三分之二為自撰文章(表六)；個人專頁的發文數量明顯高於官方社團，且以自撰文章為主(表七)。除個人及其他主題外，與族群相關的主題以族服、族群新聞及活動側拍為最

多(表八)。綜觀線上社交媒體觀察、量化統計與深度訪談，本研究梳理三項研究發現如下：

表四 發文數量統計

臉書社團	官方社團A	官方社團B	官方社團C	官方社團D	官方社團E	個人A	個人B
發文數量(則)	100	32	42	22	34	622	136

表五 官方社團發文主題分布統計

主題	正名相關消息	族語	族服	祭儀	活動側拍	部落新聞	個人情感抒發/其他	總數量
發文數量(則)	19	66	2	68	10	52	13	230
百分比	8.26%	28.69%	0.87%	29.57%	4.35%	22.61%	5.65%	100%

表六 官方社團文章來源

	自撰文章	轉載文章	總數量
發文數量(則)	155	75	230
百分比	67.39%	32.61%	100%

表七 個人專頁文章來源

	自撰文章	轉載文章	總數量
發文數量(則)	614	144	758
百分比	81.00%	19.00%	100%

表八 個人專頁發文主題分布

主題	正名相關消息	族語	族服	祭儀	活動側拍	部落新聞	個人情感抒發/其他	總數量
發文數量(則)	18	16	94	32	42	65	491	758
百分比	2.37%	2.11%	12.40%	4.22%	5.54%	8.58%	64.78%	100%

族群特色與文化特徵之策略性曝光

需要強調族群文化特徵的人，常是有族群認同危機的人(王明珂，1997)，原住民族在殖民政策下失去族群文化造成強烈的認同危機，經數十年族群運動的覺醒，致力於凝聚共識、訴諸歷史正義，爭取執政當局予以法定身分，過程兼具主客觀的認同與認定，其中透過強調族群文化特徵、突顯他族與我族之明顯邊界，是以展示其存在之事實，

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

而「族語」、「族服」及「祭儀」是族群重要文化特徵，各族群皆針對此三項積極復振，並以社交媒體展現復振成果。

族語的復振是近幾年藉由數位媒介推動最顯著的項目。過去主流媒體時代，在大眾傳媒上聽見原住民族語幾乎是不可能的事，原住民族電視台成立後一直致力於提高族語節目與族語新聞的比例，但要以一家電視台來滿足各族的多種方言族語的需求，實為困難。甚至在公民新聞平台 WATTA (Web Access to Tribal Actions)⁸ 中，以漢語報導或結合漢語與族語的比例合計高達 85.80% (洪貞玲, 2013)，可見台灣的大眾傳媒很難如紐西蘭毛利電視台族語頻道「Te Reo」完全以單一族語發音 (林福岳, 2017b)。再者，自 2019 年後因疫情造成數位學習及遠距教學漸為常態，各年齡層對於線上學習的熟悉亦推動了在社群平台線上學習族語的模式。

本研究觀察的正名族群在 YouTube 或 Facebook 上都有由部落組織、協會/學會、族語老師，甚至個人成立的族語教學或交流社團，以族語進行一對一、一對多的課程、聊天包廂、短片、直播等等，兼具教育性與娛樂性，Facebook 官方社團的族語主題發文數量亦位居第二高。受訪者 B 說到：「視訊已經是生活的主要工具，不可能不去用。過去我們有族語師徒制，效果很不錯，但可惜計劃結束了，所以我們現在改用族語的視訊課程和直播教學，再利用以前師徒制的模式，以及語推組的活動一起進行」。受訪者 A 也說：「除了部落的族語教室外，我們也做線上的『族語包廂』，發送族語的『每日一字』、『每日一詞』」。受訪者皆強調社群媒介讓族語教學打破距離的限制，四散各地的族人至少可以透過線上教學而不中斷接觸族語。而社群媒介的互動性則讓族語得以融入生活。受訪者 D 說：「在都市中其實沒有甚麼接觸到族語的機會，不常說族語真的會越來越生疏，然後就越不敢說了，所以我們幾個夥伴就約定好定期在 Facebook 上開直播來聊天」。在社群平台進行族語交流對族人來說是學習與練習，對非族人的觀看者則是一種文化的展現，建構了公共領域 (public sphere) 上的族語交流。社群媒介的影音功能也為族語的推動與傳承增添影音趣味，過去族語老師除致力於族語教材的編寫外，更以歌曲、戲劇等方式增加族語的應用，而今社群平台則提供了累

積與展示族語影音表現的舞台，受訪者C說：「以前花比較多時間在整理族語教材，但現在花更多時間在拍片、剪片、上平台，以及回覆留言」。昔日的族語老師今日彷彿需兼具網紅的角色了。

然而，有些部落人士對於熱烈發展的族語線上學習有所擔憂。受訪者A說：「快速方便的工具像是兩面刃，有時候遠距學習族語反而讓實體交流的機會減少了，但是學習語言還是不能沒有在實際場域中使用過」。透過社群的語言交流畢竟仍無法取代面對面的學習，如受訪者B強調：「原住民族語有些很特別的發音，要面對面看著嘴型、聽口鼻的聲音，一次一次練習與糾正才能學的好，透過數位或線上的聲音都不夠清晰」。受訪者E也說：「線上族語學習的優點是方便、快速，但缺點就是拼音或文法可能會有錯誤卻不知道」。縱然有此擔憂，但幾乎全數受訪者仍肯定影音社交媒體正向帶動了族語的復振。

部落的傳統祭儀在影音社交媒體上的曝光是族人最謹慎處理的項目。依本研究觀察，相較於一般綜藝及旅遊節目對原住民祭儀的觀光性質介紹，由部落組織或個人呈現祭儀的方式與內容相對保守與嚴謹，受訪者A、B、E皆表示目前的工作偏重以數位媒體記錄與保存傳統祭儀與相關的人物、耆老，尚不考慮大量曝光以及進行延伸應用。具有巫師身分的受訪者D則說：「我在社交媒體上不會用這個身分（巫師）發言，因為你不能裝神弄鬼啊，就算你看得到，或者是你可以感知得到，但你能拿這些去詮釋，那樣會誤導很多人……；能代表部落祭儀發言的只有頭目」。依據本研究的觀察，社交媒體上關於祭儀的曝光多是各部落祭儀活動舉辦的資訊與紀錄，其中有關祭儀程式、服裝、舞樂、禁忌等方面的介紹多為官方說明，較少個人的發表。對受訪者D而言，祭儀的珍貴在於虔誠，是無形的，很難在社群上呈現，但「我很喜歡分享我在祭儀前的準備工作，像是外婆幫我綁腿、戴頭飾，還有做族服、織布、串鈴鐺的過程」。據觀察，受訪者D在個人Facebook上多分享祭儀前後與族人們的互動、展示族服的穿戴，以及活動的側拍紀錄，偏向情感交流與分享的性質。

「族語」、「族服」與「祭儀」被視為原住民各族區辨「我群」及「他者」的最重要變項，需大量策略性曝光。依據本研究所進行之觀察與訪

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

談，正名族群以社交媒體曝光的祭儀相關發文，多為知識性質的介紹說明以及資訊性質的活動宣傳，或以影音動態呈現族服的視覺美感，強調具識別性的色彩與舞樂等文化特色。在族語復振方面，社交媒體具備的互動性促使族語交流得以進入生活，此四個正名族群因人數很少，族語幾近失傳，故具有強烈危機感，積極以社交媒體推動族語，部落組織發文頻繁，族人參與互動熱烈，業已形成的「線上部落」在實體部落之外持續復振族語。「族語」、「族服」與「祭儀」因社交媒體的影音傳播特質而增加了再現的條件，進而充實了推動正名與強化族群認同所需的再現意義。然而，因媒體屬性的不同，此處的族語復振偏向庶民性質，較為口語化、生活化、具影音視聽效果，與民族自覺運動初期強調的族語文學書寫大相逕庭，其中或因傳播媒介已非過去的書籍與印刷品，抑或該族群人數較少、族語傳承尚未完備，故還未能夠有具分量的文學展現，有待後續觀察。此外，從訪談中得知，因社交媒體大量口語表達的使用需求，傳統的族語詞彙已不敷使用，迫使部落長老與族語老師苦思如何以既有的詞彙發展或發明出新的族語詞彙(如恐龍、拖鞋等)，此也見證新興傳播媒介及其使用族群對語言傳播造成的影響。

服膺部落管理機制的參與式傳播

Subervi-Velez (1986) 提出少數族群媒體所扮演的兩大重要角色：融合 (assimilation) 和多元 (pluralism)，即一方面協助少數族群適應主流社會，但另一方面透過少數族群母語和文化內容，維持對於其母文化的聯繫，甚至是保存和維護 (林福岳，2011)。據本研究觀察與訪談結果發現，此四族的官方與個人社交媒體經營皆融入實體部落的管理機制，注重維護群體形象與部落階級分工，部落組織與個人社群相互呼應形成凝聚，按讚與留言則多為外居各地的族人或熟識的非族人朋友，實踐自律、有序的參與式傳播。然而據觀察，除正值正名關鍵時期的族發文量較多外，其餘族群的官方社團發文數量明顯偏低。對此受訪者皆歸因於人手不足，所有受訪者皆表示他們深知社交媒體對於

正名訴求與文化推廣有相當助益，但礙於有限的人力、物力無法大力推動，故目前就只能「盡力而為」。至於個人自媒體則多依賴自身專長與動機推動經營，如Facebook專頁發文量極大的受訪者D說，「我是自己對Facebook有興趣，所以一直堅持做，後來因為好奇也做直播，就是自己做好玩的，我們部落也就只有我，沒別人了」。台灣阿美族架站者高志翔(2009)曾透過自身所建構「台灣原住民族網路社群網站」的實踐經驗發現，原住民族於網際空間中雖然沒有缺席，但透過網際網路爭取傳播權益時，仍面臨資訊技術人才缺乏與自主經費不足等諸多現實困境(曾馨慧，2011)。然而時至今日，社交媒體實踐的技術與經費門檻已大幅降低，應不至於影響發言，本研究續朝發言管理機制方向探討。

在大眾傳媒時代，被殖民的原住民族傳播權未獲保障，傳播主體性被剝奪，可能的改變方式是透過自有媒體進行自主傳播，方能翻轉傳播弱勢的現況(林福岳，2011)。然而在自媒體當道的今日，「自主」發聲與原本族群內的管理機制如何協調與整合？受訪者A、E都明確表示，關於該族的消息是不可由個人任意發布的，都需要透過部落的青年會、青壯會等組織統一發言，受訪者E說：「主要是因為我們有些歌謠、圖騰等的智慧財產保管人是協會或某些理事，自己亂發可能會有麻煩，而且關於祭儀、神話那些部落的事情我們也怕自己講錯，所以一切消息的發布都要透過青年會」。此外，以社群平台公布部落訊息雖然迅速便利，但對於具有階級分工概念的部落則稍嫌禮數不周，受訪者A舉例說到：「有時候問部落的長者怎麼沒有來參加活動？都有在群組裏公布呀！他們說，可是你沒有給我邀請卡或開會通知啊！」綜觀本研究四個研究對象族群，其社群平台的操作多仍於部落原本的管理機制之下，且注重階級禮儀，或是直接由部落長老家族的年青成員擔任自媒體的推動，減少發言權上的爭議。

在族人的個人自媒體方面，長期經營Facebook的受訪者D說：「自媒體就是給你一個很好的空間，讓你去說你想要說的話，去表達你想要表達的事情」。部落對於積極經營個人社群的看法也是正面的，「我的臉書受到很多的關注啊，他們(部落長老)是贊成的，我覺得我還真

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

的很幸運，就是大家可能對我的表達方式都是蠻肯定，也有可能是因為我都講正面的吧！」，據觀察，此類由族人經營的個人社群對於部落相關的發言十分謹慎，即便是個人的感想抒發也幾乎不見批評或負面表述，可見其中尊重部落階級秩序的自律，以及部落對於族人「正向」發聲的鼓勵與期待。在以個人自媒體為部落發聲的內容方面，受訪者D說：「我不會為了這個期待(宣傳部落文化)做過多的刻意努力。它冷門就是冷門，你要先承認自己是冷。才不會因為你想要變熱門的而感到必須要刻意去取巧、去討好，你就是冷門，就做自己喜歡的就好」。受訪者D和其他數個族人定期以直播群聊，每次找一個主題來討論，常常吸引兩、三百人在線觀看，甚至有一千多的點閱量。如此具有參與性質的傳播對於族群的正名與文化復振有何助益？受訪者D似乎並不十分在意，「我覺得至少是讓我們自己這幾個青年做的開心，因為大家其實都在各自部落當中扮演各自的角色，然後你會需要有同伴，我覺得比較多的是我們這一群人彼此互相陪伴、交流成長、學習不孤單，然後慢慢從這群力量擴大，影響更多人」。

此外，在族群文化追尋的過程中，文化詮釋權常引起討論，如同「歷史在言說者口中」一般，掌握文化的論述即掌握了描繪族群的權力，因此過去原住民族積極爭取自有頻道，時至自媒體當道的今日，原住民族的文化論述的確出現詮釋權上的競爭(靳菱菱，2006)。本研究所觀察的四族或因推動正名或提升族群認同的目標明確且急切，故族人團結一致，在自媒體發言上嚴謹遵循部落制度與程序，未見爭議，訪談間對此亦無異議。然而，據觀察，研究對象的自媒體發聲單位除個人外，尚有「族」及「部落」兩種層級的組織，此二者在1980年後「部落主義」—「一個部落，一個國家」論述的發展脈絡下(趙貴忠，1996)，部落的連結與族類的團結已出現不同立場的討論聲音，其關係到原住民族的傳統權力觀、國家行政制度、土地領域、歷史遷移脈絡等交互作用下的「我群」概念(諾虎，2017)，以現代制度歸類的「族」與行政區域化空間的「部落」二者間的競合是否會延伸到數位社群的發聲與詮釋權力？本文受限於篇幅並未對此展開討論，有待後續更長期的觀察與深入探究。

線上公共空間召喚實體部落重返

新媒體所提供的虛擬空間已被廣泛討論，不論新媒體提供的是滿足大眾聚集和群眾抒發情感等需要的公共空間 (public space)，抑或是支援理性話語的公共領域 (public sphere)，皆可理解為一種集體行為 (朱順慈，2011)，此集體行為如何對族群正名之推動與強化造成影響是本研究關切與觀察的重點。在深度訪談中，受訪者幾乎全數同意在社群平台跨越時空限制的交流下，族人的情感與向心力更加凝聚，然而線上的熱絡是否促進了實體交流？受訪者A說：「住在外地的青年習慣用通訊軟體後，感覺他們回來聚會的次數反而減少了」，受訪者A強調，文化不是「體驗」的，而是要「參與」的，實體的交流與操作是無法取代的。此或許為學者曾提出的「電訊行動將導致『去在地化』(de-localization)」現象，即假如存有代表了置身於某處、此在的意涵，那麼「電訊在場」所標榜的立即性與無所不在，則明顯地破壞了置身性 (黃冠華，2015：205)。然而，本研究亦觀察到在社交媒體建構之公共空間的交流與凝聚之下鋪墊出來的部落重返之路，例如受訪者D即表示：「在社群平台和部落夥伴們常常交流，讓我更想回部落」，對受訪者D而言，線上與族人的互動召喚出部落重返的動機與勇氣，「後來比較常回去，也開始在那邊生活，嗯，很多事情自然而然就不用那麼刻意了，因為以前缺乏環境吶，會不敢回去」。受訪者E也說到：「在Facebook看到家人朋友忙著部落的活動時就會克服萬難請假回去參加」。

有研究指出，即便不考慮價值觀、信念以及互動，策略行動者在社群媒體持續存在，其本身就有利於情感信任和認同的形成 (Tsai & Men, 2017)，對原住民族群而言，似乎更易將此情感信任和認同化為實際的參與行動，即返回部落、返回土地的行動。卑南族學者孫大川 (2000：92) 曾論及原住民喪失「生活世界」的根本問題，他說「原住民幾千年來歷史記憶與族群價值的傳承都是以部落社會各式各樣的儀式活動、風俗制度為載體而被集體傳遞的。這個載體一旦瓦解，原住民便立刻喪失其境遇感，言說傳統頓失憑藉，無法形成共感，歷史線索因而斷滅」，語言的流失即可視為「生活世界」崩塌後的必然結果。據本研究訪談，線上社群的交流易引動族人對於部落生活的嚮往與重返，

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

受訪者D在重返部落後的心得是「你得活出你自己該有的樣子！」，對於社交媒體上族群正名與文化復振的策略，他說，「文化就是生活，文化跟生活密不可分，應該是活回去你跟這個土地的連接，還有跟你家人的連接，如果不在那個狀態當中，就不叫文化，如果你沒有那個連接，就沒辦法講甚麼文化」，具有巫師身分的他竟然反問道：「祖靈真的有要我們怎麼樣去做文化復振和正名嗎？或是祖靈只是說『孩子你回來好好生活哦，加油哦，好好活出你的天賦、你的快樂，活出你的自我』」。本研究訪談至此，不禁動容於其中真摯的情感，不論原住民族媒體實踐的策略優劣與效果高低，對族人而言，虛擬公共空間上的交流促進情感凝聚，進而重返部落生活，乃至於尋回與修復自我，皆是真切而可貴的。如同丹麥人類學者 Kirsten Hastrup (轉引自林文玲，2013：158) 所言，「影像與文字猶如淺薄與厚實的描述，淺薄的描述只能捕捉形體或行為，無法捕捉深層的意義，形體若脫離當地的意義聯結與當時的再現傳統，則並無文化上的意義」。畢竟，當語境不復存在，再高明的媒介也就無用武之地。

結語：再現並在線，修復重返部落之路

「制度載體從來都不會採取中立性的承載傳播模式，而是影響制度資訊的性質以及資訊被接受的方式」(洪世章等，2022：78)，媒介影響了認知、影響了具身體驗、影響了理解世界的方式。今日在數位影音技術與社交媒體發展下，原住民族已更具有自我再見的條件，本文關切自主發聲對族群正名的操作及其影響，並從中探看社交媒體時代原住民族的媒介特質，其中三項探討詳列於前述研究發現，並總結如下：(一) 本文觀察的四族群皆著重於「族語」、「祭儀」和「族服」三項文化指標之復振，其中因數位影音傳播便利與近來線上學習風氣興盛造成的條件，「族語」的復振透過社交媒體發展最為明顯，操作方式包括線上同步教學課程、非同步影音教材、族語影視作品、直播聊天室等形式，克服了族語難以於主流媒體傳播的困境，族人可於都會生活中聽到並使用族語線上交流，在族群意識與語言復振成效的繼續提升下，全族語發音的社團或平台指日可待。傳統祭儀則因族人對部落管

理階級的尊重及祭儀屬靈禁忌的敬畏而少於自媒體擅自曝光與討論，多由官方社團發布活動資訊、介紹相關祭儀與習俗知識，以及族人參與過程中的活動側寫；(二)此四族群社交媒體的發言權力多置於原本部落組織的管理之下，或因族群人數較少且推動正名與提升族群認同的目標明確，社交媒體上不論是個人、部落或族群單位的發聲皆注重團結、正面的形象，可見傳統原住民部落階級管理制度，以及源自血脈相連的族群凝聚力於自媒體上的實踐；(三)社交媒體建構的公共領域確實凝聚族人情感，並召喚族人重返實體部落。

原住民媒介獨特的「嵌入美學」(embedded aesthetics)重視族群關係的體現、維持與復興(Ginsburg, 2011, p. 241)⁹，本研究透過訪談及社交媒體使用的觀察亦感受到此獨特性。今日已可見各式帶有商業性、政治性、娛樂性目的的操作手法介入社交媒體的使用，亦有許多相關的教學與策略分享，相較之下，本研究觀察之四個族群在媒體實踐上較少功利性質的動機、目的與操作策略，族人們樂於使用社群工具彼此交流、分享、認識與傳承自己的語言與文化，但對於對外宣傳、跨族群連結、多元互動等則不甚積極且缺少策略性的推動計劃。此媒介實踐的獨特性對於推動正名與提升族群意識的效果是偏重於「我群」的凝聚與認同，以及文化識別的具體呈現，而較不見積極針對「他者」的分辨對照，以及透過強調災變、磨難以形塑群體認同的操作策略。如此重情感凝聚而輕利益策略的特質，在非商業取向之族群社交媒體空間確實存在活躍運作的困難，對此有學者提出應「積極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」(廖紹伶，2019：131)，及「有意識地認知及突破網路框架(architecture)的限制」(曾馨慧，2011：20)。本研究認為，除關切精進傳播表現的技術操作策略外，原住民固有之媒介特質亦應於充分探究後予以尊重，並以Ginsburg提出的「更接近原住民觀點與立場的方式，去尊重、理解原住民透過不同媒介的各種書寫」(林文玲，2020：32)待之。畢竟，族群文化復振的展現，絕非僅基於他者的凝視，亦不應為平台演算法的產物，而是在媒介獨特性理解下的尊重與持續行動。

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

本文在社交媒體觀察及部落人士訪談間發現多項值得後續探討的議題，包括社交媒體文本內容的更細緻分類、族群於正名前後各階段的媒體策略、社交媒體發言中族群文化詮釋權上的競合等，以及探討後的省思，例如，記錄與推廣在傳統慣例中神聖而不可任意公開的文化習俗是否適當？與社交媒體的交手是否會是一場「浮士德式的契約」(Faustian contract) (Prins, 2002, p. 71)？原住民族在社交媒體與新媒體領域的再現條件下尚有諸多議題，需跨領域投入長期且具批判性的關注與討論。

台灣原住民族歷經百年的殖民統治與主流媒體的忽視後終得以自媒體獨立發聲，延續其口傳模式再現族群文化，並在線上與主流社會展開族群正名的「立場之爭」(war of positions)，這遠不只是關於自主發聲的傳媒問題，亦是一個更深層的、與自我及外在世界重新連結的契機。此得來不易的「話語空間」亦為展現族群韌力，並修復與自我、與土地乃至與社會斷裂的媒介。本研究接軌媒介技術理論之思潮，同時立足在地經驗，關切原住民族傳播現象從「再現的意義」到「再現的條件」的媒介實踐，盼為近半世紀以來的台灣原住民族運動提供另一研究圖景。

註釋

- 1 關於「媒體」與「媒介」兩詞的使用，本文參考相關文獻並考量已約定俗成的中文用法，在論及大眾傳播媒體、社交媒體(social media)、新媒體時，使用「媒體」一詞，另以「媒介」(medium/mediums)指稱溝通載體本身。引用原文中的「media」亦以此原則視情況以「媒體」或「媒介」譯之。
- 2 台灣各時期的主政者對於原住民的稱呼皆不相同，清治以前稱為「番」，日據時代稱「蕃」(林秋綿，2001)。
- 3 台灣原住民族憲法運動經長期抗爭，國民大會於1994年7月28日三讀通過《中華民國憲法增修條文》，其第9條第7項規定：「國家對於自由地區原住民之地位及政治參與，應予保障；對其教育文化、社會福利及經濟事業，應予扶助並促其發展」。《增修條文》於1994年8月1日經總統公布施行，正式將沿用四十餘年之「山胞」正名為「原住民」。其後，並於1997年第四

- 次修憲時，進一步將具有集體權屬性的「原住民族」入憲。為了紀念這一段歷史，行政院在2005年6月15日召開第2,944次院會時，通過《紀念日及節日實施條例》草案，明定每年8月1日為「原住民族日」（陳秋香，2009）。
- 4 卑南族學者孫大川（2008）曾指出原住民的主體性需兼具「法政存在」、「部存在」、「文化存在」以及「學術存在」。
 - 5 原住民族委員會（2023年6月12日）。〈全國現住原住民人口數按族別及年齡分統計表〉。取自 <https://www.cip.gov.tw/data/news/202306/T-69998795.html?s=E5373FA35EC138C4&c=35E865B939C3E0F4550B323D9412B585&fn=43471C895EDCD22ED683E9859EEB6509C7ECAD8DC33A153B3AFF45884251450BA7E7358D0DAF914FD1037E9FB1B77C88>。
 - 6 此四族的官方社團和其中三族的個人專頁（其中一族並無較活躍使用的個人專頁，故以官方社團取代），皆為該族社群中擁有最多粉絲或追蹤人數（皆超過一千的粉絲或追蹤數）的帳號，且定期更新。
 - 7 新立民族的認定依民族學理論有其主客觀標準，包括個人認同以及一定客觀標準的識別認定。對此，林修澈等（1999）提出「血與舌」並重，其中「舌」代表語言，說明血緣與文化在民族身分獲法制承認的重要性，各族需以其文化與他族區分。族屬論述的相關研究與案例可參閱《原住民身分認定的研究》（林修澈等，1999）、《建構、分類、與認同——「南鄒族」Kanakanavu 族群認同之研究》（林曜同，2007）、〈「原住民族」與「原住民身分」：民族運動與民族理論的交叉發展〉（周士煌，2019）。本文觀察包括太魯閣族、撒奇萊雅族、卡那卡那富族的文化復振與正名過程的相關文獻，並以過往田野經驗及與原住民互動的觀察與了解，列出「族語」、「族服」、「祭儀」為個人族群認同的重要文化表徵，並以之觀察社交媒體的實踐。
 - 8 WATTA 平台為2010年原視為鼓勵部落公民近用、參與媒體所創設的公民新聞平台，但在經營一年之後即關閉（洪貞玲，2013）。
 - 9 原文：“I have pointed to the significance of ‘embedded aesthetics’ in indigenous media being produced in traditional Aboriginal communities, the producers of which maintain a system of evaluation that refuses a separation of textual production and circulation from broader arenas of social relations. Rather, the quality of a work is assessed according to its capacity to embody, sustain, and even revive or create certain social relations.”

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 王明珂 (1997)。《華夏邊緣：歷史記憶與族群認同》。台北：允晨文化。
- Wang Mingke (1997). *Huaxia bianyuan: Lishi jiyi yu zuqun rentong*. Taipei: Yunchen wenhua.
- 以撒克·阿復 (2016)。《原住民族運動·媒體·記憶：後殖民進路》。台北：翰蘆出版社。
- Yisake Afu (2016). *Yuanzhuminzu yundong, meiti, jiyi: Hou zhimin jinlu*. Taipei: Hanlu chubanshe.
- 台邦·撒沙勒 (2018年12月3日)。〈從泛原運、部落主義到民族議會：回首走過的路〉。取自原視界深度觀點，<https://insight.ipcf.org.tw/article/75>。
- Taibang Sashale (2018, December 3). *Cong fan yuanyun, buluo zhuyi dao minzu yihui: Huishou zouguo de lu*. Yuanshijie shendu guandian. Retrieved from <https://insight.ipcf.org.tw/article/75>.
- 弗里德里希·基特勒 (2017)。《留聲機 電影 打字機》(邢春麗譯)。上海：復旦大學出版社。(原書Kittler, F. A. [1999]. *Gramophone, film, typewriter*. California: Stanford University Press.)
- Fulidelixi Jitele (2017). *Liushengji dianying daziji* (Xing Chunli, Trans.). Shanghai: Fudan daxue chubanshe. (Original book: Kittler, F. A. [1999]. *Gramophone, film, typewriter*. California: Stanford University Press.)
- 朱順慈 (2011)。〈YouTube與集體行為：網路視頻「巴士阿叔」個案研究〉。陳韜文、邱林川(編)，《新媒體事件研究》(頁19-39)。北京：中國人民大學出版社。
- Zhu Shunci (2011). YouTube yu jiti xingwei: Wangluo shipin “bashi a shu” gean yanjiu. In Chen Taowen & Qiu Linchuan (Eds.), *Xinmeiti shijian yanjiu* (pp. 19-39). Beijing: Zhongguo renmin daxue chubanshe.
- 汪明輝 (2003)。〈台灣原住民族運動的回顧與展望〉。張茂桂、鄭永年(編)，《兩岸社會運動分析》(頁95-135)。台北：新自然主義。
- Wang Minghui (2003). Taiwan yuanzhuminzuyundong de huigu yu zhanwang. In Zhang Maogui & Zheng Yongnian (Eds.), *Liangan shehui yundong fenxi* (pp. 95-135). Taipei: Xin ziran zhuyi.
- 那莫·諾虎 (2017)。〈Ka-kita-an我們之處，非「部落主義」的我群觀〉。《新社會政策》，第49期，頁26-31。

- Namo Nuohu (2017). Ka-kita-an women zhichu, fei “buluo zhuyi” de woqun guan. *Xin shehui zhengce*, 49, 26–31.
- 周士煌 (2019)。〈「原住民族」與「原住民身分」：民族運動與民族理論的交叉發展〉。《民族學界》，第43期，頁5–36。
- Zhou Shihuang (2019). “Yuanzhuminzu” yu “yuanzhumin shenfen”: Minzu yundong yu minzu lilun de jiaocha fazhan. *Minzu xuejie*, 43, 5–36.
- 林文玲 (2013)。〈製作「原住民」：轉換中的技術載體，轉化中的文化身分〉。《台灣人類學刊》，第1期，頁155–187。
- Lin Wenling (2013). Zhizuo “yuanzhumin”: Zhuanhuan zhong de jishu zaiti, zhuanhua zhong de wenhua shenfen. *Taiwan renlei xuekan*, 1, 155–187.
- 林文玲 (2020)。〈社會議題的中介與轉化：以撒舒優·渥巴拉特兩部台灣原住民族紀錄片為例〉。《中外文學》，第4期，頁25–66。
- Lin Wenlin (2020). Shehui yiti de zhongjie yu zhuanhua: Yi Sashuyou Wobalate liangbu Taiwan yuanzhuminzu jilupian wei li. *Zhongwai wenxue*, 4, 25–66.
- 林廷鴻 (2011)。《台灣原住民族廣播發展歷程 1945–2010》。國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
- Lin Wenhong (2011). *Taiwan yuanzhuminzu guangbo fazhan licheng 1945–2010*. Guoli zhengzhi daxue guangbo dianshixue yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 林秋綿 (2001)。〈台灣各時期原住民土地政策演變及其影響之探討〉。《台灣土地研究》，第2期，頁23–40。
- Lin Qiumian (2001). Taiwan ge shiqi yuanzhumin tudizhengce yanbian jiqi yingxiang zhi tantao. *Taiwan tudi yanjiu*, 2, 23–40.
- 林修澈、王雅萍、黃季平 (1999)。《原住民身分認定的研究》。台北：原住民族委員會。
- Lin Xiuche, Wang Yaping, Huang Jiping (1999). *Yuanzhumin shenfen rending de yanjiu*. Taipei: Yuanzhuminzu weiyuanhui.
- 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》，第5期，頁55–98。
- Lin Fuyue (2009). Yuanzhuminzu zhishi tixi zhong chuanbo yanjiu de keneng mailuo. *Taiwan yuanzhumin yanjiu luncong*, 5, 55–98.
- 林福岳 (2011)。〈原住民部落自主傳播的媒介試驗：花蓮縣福音 (Lohok) 部〉。《傳播研究與實踐》，第2期，頁149–177。
- Lin Fuyue (2011). Yuanzhumin buluo zizhu chuanbo de meijie shiyan: Hualianxian Fuyin (Lohok) bu. *Chuanbo yanjiu yu shijian*, 2, 149–177.

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

- 林福岳 (2017a)。〈原住民族媒體的族群認同意涵：以台灣原住民族電視台為例〉。劉璧榛(編)，《當代台灣原住民族的文化展演與主體建構：觀光、博物館、文化資產與影像媒體》(頁319-344)。台北：順益台灣原住民博物館。
- Lin Fuyue (2017a). Yuanzhuminzu meiti de zuqun rentong yihan: Yi Taiwan Yuanzhuminzu Dianshitai weili. In Liu Bizhen (Ed.), *Dangdai Taiwan yuanzhuminzu de wenhua zhanyan yu zhuti jiangou: Guanguang, bowuguan, wenhua zichan yu yingxiang meiti* (pp. 319-344). Taipei: Shunyi Taiwan yuanzhumin bowuguan.
- 林福岳 (2017b)。〈族語在原民台發聲的困境與機會〉。《原教評論》，第74期，頁8-9。
- Lin Fuyue (2017b). Zuyu zai Yuanmintai fasheng de kunjing yu jihui. *Yuanjiao pinglun*, 74, 8-9.
- 林曜同 (2007)。《建構、分類、與認同——「南鄒族」Kanakanavu族群認同之研究》。台灣大學人類學研究所博士論文。
- Lin Yaotong (2007). *Jiangou, fenlei, yu rentong—“Nanzouzu” Kanakanavu zuqun rentong zhi yanjiu*. Taiwan daxue renleixue yanjiusuo boshi lunwen.
- 姚竹音 (2016)。〈揭開習以為常的認同與差異：「部落的呼喚」得獎作品之後殖民批判論述分析〉。《人文社會科學研究：教育類》，第1期，頁60-85。
- Yao Zhuyin (2016). Jiekai xiyiweichang de rentong yu chayi: “Buluo de huhan” dejiang zuopin zhi houzhimin pipan lunshu fenxi. *Renwen shehui kexue yanjiu: Jiaoyu lei*, 1, 60-85.
- 洪世章、朱康、高鎬 (2022)。〈豈止於「再次偉大」：數位社群媒體下的賦名策略〉。《管理學報》，第1期，頁65-92。
- Hong Shizhang, Zhu Kang, Gao Hao (2022). Qi zhiyu “zaici weida”: Shuwei shequn meiti xia de fuming celue. *Guanli xuebao*, 1, 65-92.
- 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》，第25期，頁135-171。
- Hong Zhenling (2013). Shuwei shidai de ruoshi chuanboquan—Yuanzhumin Gongminxinwen WATTA gean yanjiu. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 25, 135-171.
- 原住民族委員會 (2021a)。〈原住民族16族簡介〉。取自 <https://www.cip.gov.tw/zh-tw/tribe/grid-list/index.html?cumid=8F19BF08AE220D65>。
- Yuanzhuminzu weiyuanhui (2021a). *Yuanzhuminzu 16 zu jianjie*. Retrieved from <https://www.cip.gov.tw/zh-tw/tribe/grid-list/index.html?cumid=8F19BF08AE220D65>.

- 原住民族委員會 (2021b年9月16日)。〈平埔族群〉。取自 <https://www.cip.gov.tw/zh-tw/news/data-list/520BA645FF77838B/0C3331F0EBD318C2FC44DB3AD380D63D-info.html>。
- Yuanzhuminzu weiyuanhui (2021b, September 16). *Pingpu zuqun*. Retrieved from <https://www.cip.gov.tw/zh-tw/news/data-list/520BA645FF77838B/0C3331F0EBD318C2FC44DB3AD380D63D-info.html>.
- 〈原住民族電視台〉(無日期)。上網日期：2022年8月2日，取自維基百科，<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%8E%9F%E4%BD%8F%E6%B0%91%E6%97%8F%E9%9B%BB%E8%A6%96%E5%8F%B0>。
- Yuanzhuminzu Dianshitai* (n.d.). Wiki baike. Retrieved August 2, 2022, from <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%8E%9F%E4%BD%8F%E6%B0%91%E6%97%8F%E9%9B%BB%E8%A6%96%E5%8F%B0>.
- 唐士哲 (2014)。〈重構媒介？「中介」與「媒介化」概念爬梳〉。《新聞學研究》，第121期，頁1–39。
- Tang Shizhe (2014). Chonggou meijie? “Zhongjie” yu “meijiehua” gainian pashu. *Xinwenxue yanjiu*, 121, 1–39.
- 孫大川 (2000)。《夾縫中的族群建構：台灣原住民的語言、文化與政治》。台北：聯經出版社。
- Sun Dachuan (2000). *Jiafeng zhong de zuqun jiangou: Taiwan yuanzhumin de yuyan, wenhua yu zhengzhi*. Taipei: Lianjing chubanshe.
- 孫大川 (2008)。〈被綁架的主體？——台灣原住民族法政存在的發展〉。《新活水》，第20期，頁46–55。
- Sun Dachuan (2008). Bei bangjia de zhuti?—Taiwan yuanzhuminzu fazheng cunzai de fazhan. *Xinhuoshui*, 20, 46–55.
- 孫榮光 (2017)。〈桐花開在臉書上：客家傳播結合社群媒體的初探性研究〉。《全球客家研究》，第8期，頁119–155。
- Sun Rongguang (2017). Tonghua kai zai Lianshu shang: Kejia chuanbo jiehe shequn meiti de chutanxing yanjiu. *Quanqiu Kejia yanjiu*, 8, 119–155.
- 徐國明 (2020)。《依附與分裂——當代台灣原住民族紀錄片發展研究》。國立中興大學中國文學所博士論文。
- Xu Guoming (2020). *Yifu yu fenlie—Dangdai Taiwan yuanzhuminzu jilupian fazhan yanjiu*. Guoli zhongxing daxue Zhongguo wenxuesuo boshi lunwen.
- 高志翔 (2009)。《網際網路中的原住民族傳播權益實踐——以台灣原住民族網路社群為例》。國立東華大學族群關係與文化研究所碩士論文。

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

Gao Zhixiang (2009). *Wangji wanglu zhong de yuanzhuminzu chuanbo quanyi shijian—Yi Taiwan yuanzhuminzu wanglu shequn weili*. Guoli donghua daxue zuqun guanxi yu wenhua yanjiusuo shuoshi lunwen.

國家發展委員會 (2021年1月)。〈109年數位發展調查報告〉。上網日期：2022年3月1日，取自 <https://www-api.moda.gov.tw/File/Get/moda/zh-tw/ylyfabDUldYgsiC>。

Guojia fazhan weiyuanhui (2021, January). *109 nian shuwei fazhan diaocha baogao*. Retrieved March 1, 2022, from <https://www-api.moda.gov.tw/File/Get/moda/zh-tw/ylyfabDUldYgsiC>.

康培德 (2005)。《台灣原住民史：政策篇(一) 荷西明鄭時期》。台北：國史館台灣文獻館。

Kang Peide (2005). *Taiwan yuanzhumin shi: Zhengce pian (yi) Hexi Mingzheng shiqi*. Taipei: Guoshiguan Taiwan wenxianguan.

張磊、謝卓瀟、屈國超、王韶霞 (2017)。〈集體記憶、民族認同與差序傳播：對一個水族家族的探索性研究〉。《全球傳媒學刊》，第1期，頁70–85。

Zhang Lei, Xie Zhuoxiao, Qu Guochao, Wang Shaoxia (2017). *Jitijiyi, minzu rentong yu chaxu chuanbo: Dui yige Shuizu jiazhu de tansuoxing yanjiu. Quanqiu chuanmei xuekan, 1, 70–85.*

章戈浩、張磊 (2019)。〈物是人非與睹物思人：媒體與文化分析的物質性轉向〉。《全球傳媒學刊》，第2期，頁103–115。

Zhang Gehao, Zhang Lei (2019). *Wushirenfei yu duwusiren: Meiti yu wenhua fenxi de wuzhixing zhuanxiang. Quanqiu chuanmei xuekan, 2, 103–115.*

莫利·大衛 (1996)。《電視，觀眾與文化研究》(馮建三譯)。台北：遠流出版社。(原書 Morley, D. [1992]. *Television, audiences & cultural studies*. London: Routledge.)

Moli Dawei (1996). *Dianshi, guanzhong yu wenhua yanjiu* (Feng Jiansan, Trans.). Taipei: Yuanliu chubanshe. (Original book: Morley, D. [1992]. *Television, audiences & cultural studies*. London: Routledge.)

許志明 (2022)。〈從街頭抗爭到對話論述——原住民族媒體工作者反族群歧視歷程〉。《人文社會學報》，第22期，頁21–60。

Xu Zhiming (2022). *Cong jietou kangzheng dao duihua lunshu—Yuanzhuminzu meiti gongzuozhe fan zuqun qishi lichen. Renwen shehui xuebao, 22, 21–60.*

陳俊男 (2018)。〈民族認定後的撒奇萊雅族發展〉。《台灣原住民族研究學報》，第4期，頁95–113。

- Chen Junnan (2018). *Minzu rending hou de Saqilaiyazu fazhan. Taiwan yuanzhuminzu yanjiu xuebao*, 4, 95–113.
- 陳春燕 (2015)。〈從新媒體研究看文學與傳介問題〉。《英美文學評論》，第27期，頁127–159。
- Chen Chunyan (2015). *Cong xinmeiti yanjiu kan wenxue yu chuanjie wenti. Yingmei wenxue pinglun*, 27, 127–159.
- 陳秋香 (2009年9月9日)。〈原住民正名運動〉。取自台灣大百科全書，<https://nrch.culture.tw/twpedia.aspx?id=11168>。
- Chen Qiuxiang (2009, September 9). *Yuanzhumin zhengming yundong*. Taiwan dabaiké quanshu. Retrieved from <https://nrch.culture.tw/twpedia.aspx?id=11168>.
- 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》。國立東華大學民族發展與社會工作學系碩士論文。
- Zeng Xinhui (2011). *Walisi Demu de wangluo shijian: Xinmeiti, yuanzhumin yu shehui yundong zhi jihui yu xianzhi*. Guoli donghua daxue minzu fazhan yu shehui gongzuo xuexi shuoshi lunwen.
- 黃冠華 (2015)。〈一個矛盾的網路主體：能述、幻想、互卸〉。《中華傳播學刊》，第27期，頁203–226。
- Huang Guanhu (2015). *Yige maodun de wangluo zhuti: Nengshu, huanxiang, huxie. Zhonghua chuanbo xuekan*, 27, 203–226.
- 黃靜蓉 (2017)。〈客家網路社群資源之比較：以台灣、中國和馬來西亞為例〉。《全球客家研究》，第8期，頁77–118。
- Huang Jingrong (2017). *Kejia wangluo shequn ziyuan zhi bijiao: Yi Taiwan, Zhongguo he Malaixiya weili. Quanqiu Kejia yanjiu*, 8, 77–118.
- 楊政霖 (2005)。《「原住民新聞雜誌」服務品質之研究——以原住民閱聽人觀點》。東華大學企業管理學系碩士論文。
- Yang Zhenglin (2005). *“Yuanzhumin xinwen zazhi” fuwu pinzhi zhi yanjiu—Yi yuanzhumin yuetingren guandian*. Donghua daxue qiye guanli xuexi shuoshi lunwen.
- 靳菱菱 (2006)。〈文化論述中的權力：從布農文教基金會的文化復振看布農族的權力觀〉。《台灣人類學刊》，第2期，頁113–149。
- Jin Lingling (2006). *Wenhua lunshu zhong de quanli: Cong Bunong Wenjiao Jijinhui de wenhua fuzhen kan Bunongzu de quanli guan. Taiwan renlei xuekan*, 2, 113–149.

《傳播與社會學刊》，(總)第68期(2024)

- 廖紹伶 (2019)。《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》。政治大學傳播學院傳播碩士論文。
- Liao Shaoling (2019). *Xinyuanyun shiqi Taiwan yuanminzuqun meiti de chuanbo shijian: Yi Yuanzhuminzu Qingnianzhenxian fensi zhuanye yu Mata · Taiwan weili*. Zhengzhi daxue chuanbo xueyuan chuanbo shuoshi lunwen.
- 趙貴忠 (1996)。〈部落主義與文化復興運動〉。《人類與文化》，第31期，頁157–166。
- Zhao Guizhong (1996). Buluozhuyi yu wenhua fuxing yundong. *Renlei yu wenhua*, 31, 157–166。
- 劉得興 (2014)。〈原住民族文學書寫策略抉擇探討〉。《台灣原住民族研究學報》，第1期，頁33–59。
- Liu Dexing (2014). Yuanzhuminzu wenxue shuxie celü jueze tantao. *Taiwan yuanzhuminzu yanjiu xuebao*, 1, 33–59.
- 趨勢民意調查股份有限公司 (2021年3月)。〈109年度原住民族電視台收視質研究報告〉。取自財團法人原住民族文化事業基金會，<https://www.ipcf.org.tw/zh-TW/PartArticle/List/21070810534552713>。
- Qushi minyi diaocha gufen youxian gongsi (2021, March). *109 niandu Yuanzhuminzu Dianshitai shoushizhi yanjiu baogao*. Caituan faren Yuanzhuminzu wenhuashiye jijinhui. Retrieved from <https://www.ipcf.org.tw/zh-TW/PartArticle/List/21070810534552713>.

英文部分 (English Section)

- Albu, O. B., & Etter, M. (2015). Hypertextuality and social media: A study of the constitutive and paradoxical implications of organizational Twitter use. *Management Communication Quarterly*, 30(1), 5–31.
- Ginsburg, F. (1997). “From little things, big things grow”: Indigenous media and cultural activism. In R. G. Fox & O. Starn (Eds.), *Between resistance and revolution: Cultural politics and social protest* (pp. 118–144). Rutgers University Press.
- Ginsburg, F. (2011). Native intelligence: A short history of debates on indigenous media and ethnographic film. In M. Banks & J. Ruby (Eds.), *Made to be seen: Perspectives on the history of visual anthropology* (pp. 234–255). University of Chicago Press.
- Hinkson, M. (2018). Indigenous media. *The International Encyclopedia of Anthropology*, 1–10.

- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT Press.
- Petry, T. L. (2011). Protest 2.0: Online interactions and aboriginal activists. *Media, Culture and Society*, 33(6), 923–940.
- Prins, H. (2002). Visual media and the primitivist perplex colonial fantasies, indigenous imagination, and advocacy. In F. D. Ginsburg, L. Abu-Lughod, & B. Larkin (Eds.), *Media worlds: Anthropology on new terrain* (pp. 58–74). University of California Press.
- Ramasubramanian, S. (2016). Racial/ethnic identity, community-oriented media initiatives, and transmedia storytelling. *The Information Society*, 32(5), 333–342.
- Riggins, S. H. (1992). *Ethnic minority media: An international perspective*. Sage.
- 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(1), 71–96.
- Tsai, W.-H. S., & Men, L. R. (2016). Social CEOs: The effects of CEOs' communication styles and parasocial interaction on social networking sites. *New Media & Society*, 19(11), 1848–1867.
- Turkle, S. (2011). *Evocative objects: Things we think with*. MIT Press.
- Virtanen, P. K. (2015). Indigenous social media practices in Southwestern Amazonia. *AlterNative: An International Journal of Indigenous Peoples*, 11(4), 350–362.
- Young, I. M. (1990). Five faces of oppression. In J. E. Kelly (Ed.), *Industrial relations: Approaches to industrial relations and trends in national systems* (pp 174–202). Psychology Press.

本文引用格式

莊元薰、E Ireng LADHOLOA (2024)。〈族群的再現與在線：台灣原住民族群正名的社交媒體實踐〉。《傳播與社會學刊》，第68期，頁85–115。