

媒體應有的族語行銷責任

民族語プロモーションに対してメディアが負うべき責任

Mass Media Has the Responsibility for Marketing Aboriginal Languages

Iwan Nawi 伊萬·納威 (原住民族委員會 副主任委員)

長期以來，原住民族文化形象主要都倚賴主流媒體，以「他者」(the others) 的身份和角色被再現 (represent)，很少以本族人的觀點在媒體上發聲；加上政府推行國語政策，致族語難以發展，使原住民族文化陷入被「邊緣化」的窘境。

鑑此，為傳承原住民族文化教育、經營原住民族文化傳播媒體事業、原住民族廣播、電視專屬頻道之規劃、製播、經營及普及服務，成立原住民族文化及媒體事業基金會，必然備受期待。而其所經營的原視與即將設置的廣播電台及其所規劃與辦理的節目，更被賦予原住民族語復振的重責大任。

族語節目的發展狀況

惟檢視原視成立以來歷經幾個重要階段，一為委製主流媒體階段 (2005-2006)；二為公廣集團階段 (2007-2008)；三為原文會成立階段 (2009-2012)。族語節目主要有族語新聞與族語節目二項。自公廣集團階段以來，主要以「族語新聞」獨撐振興族語的大樑，族語節目時數增減趨勢並不穩定。即使整體達到契約



「族語比例不得低於40%」之要求，但多數是族語新聞所佔的比例 (約佔9成以上)；而其他族語節目則不到1成，且來源多為新製及重製節目，且多屬歌唱及綜藝化節目。

早期政府為推廣山地農業工作而設立《山地農村》族語廣播節目，以國語播音為主，排灣語與布農語發音為輔，可視為族語廣播節目的濫觴。1980年代初行政院新聞局所屬之山區

復興廣播電台開設原住民族語廣播節目《青山翠嶺》，分別使用阿美語、泰雅語、排灣語、布農語及鄒族等族語播出，但也未能全面性。

即使原文會成立後，第一個結合原住民影音資訊的網路平台Aliyang正式成立，觀察「廣播館」2012-2013年委製原住民族廣播節目來看，總計有26個節目，節目內容包括綜合、音樂與文化，以及族語等3種類型節目，其中又以綜合性節目佔最多（23個節目）。綜合性節目內容大多包含原住民族文化、教育、音樂、社福、經濟、部落文史、文學、風俗、產業、觀光等，可謂包羅萬象。其中雖有10個節目提及與族語有關之內容，例如

「族語學習」、「祖靈小語」、「族語／母語教學」、「大家來學泰雅語」、「體驗原住民族母語文化」等，但仍多以國語發聲之節目。

族語節目總體檢

總體檢視過去的族語節目，吾人仍需繼續努力，尤其廣播電台之經營與拓展相較於原視單純，且易著手，不論在建置經費、幅員及頻道等，均較容易發展，族人更容易收聽地域性廣播節目，以補電視節目難以克服的條件限制。因此，現階段委製不同頻道的原住民族廣播節目僅能視為階段性，設立原住民族專屬頻道，以族語為主體的節目才是長久之計。

行政院近年為促進多元文化發展，保障原住民族等民族的廣播媒體近用權，終於NCC也在近日已審查通過原文會申請設立全

善用電視台及廣播電台達到族語文化傳承的功能，是我們的期許。我們期望「創造族語傳播環境，強化民族認同，創造多語言、多文化社會」，都能藉由媒體行銷概念及技術，帶動族語復振及其發展，而不要僅流於口號。



區性廣播電台，同時核發籌設許可，回收中廣音樂網頻率，並交由原文會使用，相關程序完備後，原住民族廣播電台就能正式上路，對於族語復振與發展無非又是開創新的局面。

隨著原住民族傳播媒體環境多元化，第三屆（2016）原文會改組後新設族語發展中心，揭示其重大目標——透過傳播媒體來復振族語及其發展，無論就電視台或廣播電台對於綜合、戲劇、新聞、電影、音樂、宗教、知識、兒少及產業經濟等之各類節目之規劃、內容，均應以此為核心目標。

未來的努力與願景

族語發展中心應背負族語行銷規劃之責，運用現行族語政策、族語使用和族語態度等相關資料之掌握與分析，以行銷手法規劃族語節目，使族人體認族語的珍貴及瀕臨消失的處境。

多數研究均有提出，族語復振無法單靠族語教學達成目標，若試著從社會行銷（social marketing）概念來思考，今後原文會更應善用電視台及廣播電台達到族語文化傳承的功能。

日前原民會把原住民族語言發展法送交立法院審議，以及研擬原住民族傳播法草案等，均是保障族語發展的重要政策，我們期望「創造族語傳播環境，強化民族認同，創造多語言、多文化社會」，都能藉由媒體行銷概念及技術，帶動族語復振及其發展，而不要僅流於口號。◆