

全民讀寫的媒體、教育和產業

陳順孝*

書名：全民書寫運動：改寫媒體、教育、企業的運作規則，你不可
不知的數位文化素養（原書名：*The Uses of Digital Literacy*）

作者：John Hartley

譯者：鄭百雅

出版日期：2012年

出版社：漫遊者文化

一九四八年，聯合國世界人權宣言第十九條宣示：「人人享有……透過任何媒體，無國界地尋求、接受並傳佈資訊及觀點的自由。」然而，在大眾媒體時代，尋求、傳佈訊息的門檻甚高，很少人能做得到，新聞記者趁機竄起，從而代表人民行使尋求、傳佈的自由，進而建立「代議式新聞學」。

「代議式新聞學」和代議政治一樣，不鼓勵人民直接參與，人民只能接收、識讀人民代表（新聞記者）所產製、傳佈的訊息。從此，人民代表越來越職業化、企業化、專業化，卻因而形成封閉的專家系統，與

投稿日期：102年1月17日；通過日期：102年2月3日。

* 作者陳順孝為輔仁大學新聞傳播學系副教授，e-mail: chen328@gmail.com。

他們代表的普羅大眾和日常生活日漸疏離（本書，頁 186, 206-208）。

進入廿一世紀，傳播生態巨變。人民開始運用網路和數位傳播工具從被動接收訊息的閱聽人（audience）蛻變成既能收訊也能發訊的創用者（prosumer，另譯生產性消費者）；創用者在 Facebook 分享生活點滴、在 YouTube 相互取悅、在部落格進行哲學性思辨、在維基百科上貢獻知識、在 Flickr 上創作前衛藝術，甚至在商業和社群環境中發展個人事業。創用者不再滿足於「代議式新聞學」，他們直接行使尋求、接受和傳佈訊息的自由，打破專家系統的壟斷，推動新聞、經濟、文化的創新，並且開創集體智慧的知識成長模式（本書，頁 151-152, 197）。

以上是傳播與文化學者哈特利（John Hartley）在二〇〇九年出版的 *The Uses of Digital Literacy* 一書中的核心論點。五十多年前，文化研究學者霍加特（Richard Hoggart）曾經出版經典著作 *The Uses of Literacy*，探討印刷媒體時代，普羅大眾如何利用讀寫能力來累積智慧；哈特利延伸霍加特的理念，進一步探討網路和行動通訊時代，草根民眾讀寫能力的內涵和用途。本書中文書名不採直譯，而是意譯為《全民書寫運動：改寫媒體、教育、企業的運作規則，你不可不知的數位文化素養》，這是譯者對全書要點的濃縮、概括和詮釋。

本書視野宏觀，廣及流行時尚、媒體素養、新聞學、創意產業、文化研究。筆者作為過去的報紙編輯、現在的新聞傳播教育工作者和公民新聞運動參與者，對於哈特利三個面向的論述特別有共鳴：讀寫並用的媒體素養、人權導向的新聞學、社會網路的創意產業。

壹、讀寫並用的媒體素養

哈特利認為，從霍加特身處時代以來的最重要轉變，就是媒體素養

形式已經從「單純識讀」轉變為「讀寫並用」。早期傳播學者將廣播比喻為牧師的講道壇或肥皂箱，訊息是被設定好的一家之言，平民百姓只能被動地站在台下乖乖聆聽。然而，近年來，越來越多民眾將新媒體當作個人發聲的自主傳播工具；「主動書寫」開始跟上「被動解讀」的腳步了（本書，頁 48-49）。

哈特利因此主張，我們應該超越學校所教的「媒體識讀」、「批判性解讀」而朝向「數位素養」邁進，培養既能「書寫」又能「閱讀」媒體的能力（本書，頁 50）。他更具體倡議「數位說故事」：讓「一般人」參加實機操作的工作坊，用電腦軟體創作短篇個人影片藉此展示自我，尤其是展示有關認同、回憶與在地情懷、志向抱負的故事，以此填補日常文化實踐與專業媒體之間的空缺（本書，頁 174）。他認為，當人們進行數位說故事時並非孤身一人，而是與網絡中的無數對話者連接起來，身處一個允許並鼓勵對話的情境能為自己發聲（本書，頁 138-139）。

貳、人權導向的新聞學

哈特利認為新聞學應是人權而不是職業行為（本書，頁 200）。他批評新聞職業化是種限制性行為，只有少數人可以參與，等於把言論表達視為特許權利，根本就是反民主（本書，頁 209, 214-215）。他研判，我們所熟悉的新聞可能只是過渡形式，是因為大眾傳播媒體無法讓每個人發聲，代議式新聞學才應運而生。現在網路傳播工具普及，人人都可是記者，新聞屬於特定族群的想法已經過時了，新聞作為全民的權利才是主流（本書，頁 210-211）。

他進一步指出，將新聞視為人權就須建立理論讓它成為人人都能實

踐的技能，還要延伸新聞學的內涵讓它不再受限於民主模式（如看門狗、第四權），而是把更富含人性的層面都納入；尤其是個人生活與日常經驗的部份，還有那些被新聞媒體忽略的性別、族群、國籍、年齡和經濟弱勢者。這樣的新聞學已在許多媒體展現，如另類與社運媒體、地下或反文化刊物、社區廣播媒體、迷誌以及主流媒體的文化及娛樂區塊，包括時尚、生活風格、消費者和休閒娛樂等（本書，頁 211）。

參、社會網絡的創意產業

哈特利還認為，公民的主動參與不僅衝擊新聞學也衝擊經濟。他引述「經濟合作與發展組織」（OECD）的報告說：使用者自創內容已經成為重要的經濟現象，不但挑戰傳統內容產製和消費方式也挑戰了支撐著這些產業運作的商業模式。新時代的數位內容創新不再依靠傳統商業規模定義的優勢與大額的新創資本，而是仰賴去中心化的創造力、組織創新與新加值模式（本書，頁 103-104）。他並主張，應該去捕捉「消費者生產力」本身的能量，促進「消費者個人創業」這樣一種兼顧市場導向與個人潛力發揮的複雜系統的發展（本書，頁 40-41）。

哈特利也指出，社會網絡市場正在崛起，而在這個市場裡，個人的選擇取決於網絡中其他人的選擇，如看電影、進餐廳或嘗試任何新鮮事前會先閱讀網民評論、查看口碑。社會網絡以全球性的規模協調人們創意、溝通的選擇及活動，社會網絡企業（如 Facebook、YouTube、Amazon）都是將個體的選擇變成網絡決策（本書，頁 101-103）。

他分析，以社會網絡市場為基礎的創意產業正在接替媒體產業的地位。創意產業不像廿世紀的媒體被視為意識形態控制的社會技術，而可以是傳佈創新的社會技能，整合大眾創意、消費者生產力並讓商業與公

有企業、市場與個人、大型企業與小型商務都能同時存在且共創價值（本書，頁 275, 279-280）。

總之，哈特利認為，人民運用數位文化素養可以從「只讀不寫」轉向「讀寫並用」，可以打破新聞代議制度、實踐傳播直接民主，更可以進行個人創業並與大型企業共存共榮。他的論點也許過度樂觀，但他的宏觀視野、鉅觀理論架構仍然有助於我們在網路和行動通訊時代建構更民主、更有前瞻性的媒體素養、新聞學、創意產業，幫助更多人更自由地尋求、接受、傳佈資訊和觀點。

哈特利的願景在台灣不難看到實踐案例。首先，遊民行動聯盟創辦《飄泊新聞網》、舉辦街友攝影展藉此培訓遊民用影音報導、攝影作品為自己發聲，就是「數位說故事」的實例。其次，獨立媒體《四方報》用越南文等東南亞語言服務移工移民、《上下游新聞市集》號召公民記者報導農村議題、《破報》以左派思維探討藝術、性別、勞工等議題，都是以行動實踐新聞人權。第三，獨立記者朱淑娟組合多元收入來維生、氣象達人彭啟明以客製化天氣資訊服務來創業，都是個人創業，也都和大型媒體和組織合作。

不過，台灣的傳播教育遠遠落後社會實踐。大學「媒體素養」課、高中公民課的「媒體識讀」單元仍然著重批判性解讀而非讀寫並用、數位說故事；新聞傳播系所課程仍然偏重大眾媒體，很少正視公民記者、獨立媒體；新聞傳播教育方向仍然傾向培養學生成為大媒體、大組織的雇員，而非增進學生個人創業、微型創業的能力；面對社會科技情境的巨變，這樣的傳播教育非改不可。誠如哈特利所說：「現在需要好好改造創意思維的，很有可能不是學生，而是老師」（本書，頁 47）。

• 新聞學研究 • 第一一五期 2013 年 4 月