

關於「新媒體識讀寫」的二三事：

參與學術會議，有點像吃自助餐，要懂得如何切合自己的胃口，作出選擇。連綿的會議日程從早到晚，多所課室和議會廳同時進行多場演說和討論。撇開自己負責的環節必須出席外，其餘時間聽誰分享，大抵而言是一種學科口味、知識嗅覺及研究素養 (research literacy) 相互影響的行為結果。雖然今次在曼谷舉行的學術會議，主題是「定睛在媒體與市場語言帶來的挑戰」，我個人目光的焦點，卻選擇了遊走於東南亞的文化變遷及「新媒體識讀訓練」(new media literacy) 之間。

為什麼，曼谷讓很多學者「給Like」？

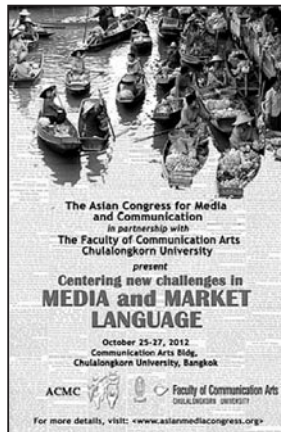
有人開玩笑說，也許開會地點是旅遊城市曼谷，本屆的與會人數特別多。除佔了大多數的馬來西亞、菲律賓、印尼和印度的教授外，也吸引了一些來自新西蘭、澳洲、美國、日本、英國和歐洲等地的學者赴會。

提及東南亞的第二大城市曼谷，浮現在香港人腦際的，可能是富傳統風情的水上市場、設計新穎的巨型購物商場、行不盡的翟道翟週末市集 (JJ Market)，甚或在電視上看到的「千奇百趣」。然而，當二零一二年十月底到了曼谷，我卻無暇往上述旅遊點。從十月廿五至廿七日，我都在朱拉隆功大學的傳播藝術學院 (Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University)。

Chula — 「朱拉」(當地人，包括大學師生都喜歡用的簡約稱呼)，除了是泰國公主曾經修讀學位的地方，更是盛產泰國眾多影視明星之處，例如電視俊男 Pong、電視女主角 Peung 和在零九年泰國最賣座電影 Bangkok Traffic Love Story 《輕軌戀曲(下一站說愛你)》中客串的美女 Aff Taksaron 等。兩年一度的媒體傳播亞洲代表議會 (Asian Congress for Media & Communication, ACMC) 學術研討會，這次由朱拉傳播藝術學院協辦，開會地點就是位於「鄉村」區，新落成樓高十一層，

剛使用近一年的傳播藝術大樓。

多謝「朱拉」一位學生導遊大使的介紹，得知座落於帕亞泰大道 (Thanon Phayathai) 兩旁的東、西校園區，在新一代學生的日常交談中，分別被暱稱為「城市」和「鄉村」，因為東校園區一帶看起來很美、很富庶，令人很想搬進去。



知名的廣告研究學者費里斯 (K.T. Frith)，在上世紀九十年代初曾撰文提醒跨國公司要注意東南亞對國際廣告的抗拒問題，特別是這些國家的文化價值觀對廣告所鼓吹的全球消費意識的厭惡。「文化拉扯至今天，很多商務旅客 (包括一些開學術會議的學者) 都很喜歡曼谷，因為在「朱拉」附近一帶的暹羅區 (Siam)，在東南亞傳統文化的外觀背後，依賴著全球文化而變得很「城市」，即具備了現代西方標準

的方便、舒適及消費愉悅性。

東南亞地區的新媒體文化

雖然身在「城市」的享用國度，不少學者心，惦記的仍是「鄉土」事，特別是兩者之間產生的張力。我們知道在東南亞，新媒體的快速發展以馬來西亞、菲律賓和印尼最為顯著。象徵「全球一市」的社交媒體，驟然間普及起來。它對某些相對處於弱勢和邊緣的地方和族群產生的影響，是複雜和微妙。新媒體全球一「市」，喻表的不單是從停滯、落後的鄉村意象，轉換為快速和不斷流動的「都市」節奏，這市也是「市場」。市場講求的是靈活，是消費方便與回報率的計算。

例如，雖然菲律賓首都大馬尼拉地區有一座「垃圾山」，提醒大家仍有很多貧窮問題。但聽說，已有三分之一菲律賓人口上了網，當中超過九成網民使用 Facebook。特別是廿來歲的菲律賓家庭婦女，她們花在社交網站的時間很多，除了在網上交談、娛樂，更成為長期不斷與海外的家庭成員接觸的既重要又便宜的媒介。有些經濟較差的人會寧願減少其他消費支出，以保證自己可以繼續用手機、用社交網站。

2012媒體與傳播亞洲代表議會後記

當熱門 APP 手機遊戲憤怒鳥 (Angry Bird)，去年春天揀選了在臉書用戶全球人數排第二多的印尼之耶加達舉辦全球發佈慶祝活動，不少傳播學者就醒覺到，與搞公關、市務推廣的傳播界同業相比，我們對東南亞傳播消費市場的認識是慢了幾拍。至今，關於東南亞傳播問題的研究，積累了成果很少，也追不上社會變化的步伐。

然而，有句諺語這樣說：「池塘小不是問題，池塘水不動才是問題。」我參與這次會議感受到，研究人員數目如池水，雖然少，但各人已活躍起來。關於東南亞的新媒體傳播及文化研究，可以豐富我們解讀全球現代性（複數，Global Modernities）的意義。究竟在「數位移動平台」（digital mobile platform）這社會科技發展的主旋律底下，「新媒體樂章」在「全球（在地）化」的現實中，是會怎麼樣「同中有異地」彰顯呢？這是在會議期間常常留心的問題。

新媒體，要識讀又識寫

第二個留心的焦點是，媒體素養教育的新思維。媒體識讀的字面意義，就是認識和解讀媒體的能力，要「識用」和「識分別好壞」。當中，批判是最重要的教育主題。

談批判，我不禁想起，已故的著名社會學者、兼報人成露茜博士編寫的遺作《批判的媒體識讀》（與羅曉南合編，台北正中書局，2005年）。成教授於香港出生，在台灣成長。她於二零一零年初，因癌病逝世。而她曾任教的美國加州大學洛杉磯分校（UCLA），格外為她下半旗一天哀悼，紀念她藉媒體、教育和社運為弱勢族群和女性發聲所付的努力和貢獻。作為社長，成露茜給在台灣的東南亞裔移民辦過《四方報》。這報是在台灣出版的泰文、印尼文、菲律賓文、越南文和柬埔寨文報紙型月刊，其內容除了東南亞各國的當地新聞外，也把台灣當地新聞翻譯為各種東南亞語言，以連繫這群來自四方八面的東南亞移民工人。

會議上，有些學者就是關注傳統媒體新聞及網絡力量如何在市民群眾中起作用，即新舊

媒體的政治性和角色差異。不過，使我最感興趣的，是關於新媒體素養教育的「創作」訓練。誠如有些研究員提出，在新媒體時代，識「讀」與識「寫」應重新界定。潛台詞是昔日大眾媒體掌握在少數權力精英手上，批判訓練是為「解放被動的」一般媒體消費者（media consumer）而設想。但今天很多網民都是「媒體產消合一者」（media prosumer），在自製的各式各樣的網頁或社交網站上，他們除了書寫博客式文章，還上載生活照片、惡搞圖片和歌曲、也生產社區錄像、微電影、電台節目…等等。因此，媒體教育的課程，要顧及到新一代媒體使用者也是生產者的角色轉變。「識寫」二字，是針對數碼多媒體創作的「關身性批判」（critical-reflexive）訓練的目標而言。

影音敘事的能力和「關身性批判」訓練

對成長於發達城市的九十後來說，「識寫」與否，不單單是關乎如何製作及管理網頁、如何使用影音器材，諸如這一類的多媒體基礎技術問題。新媒體素養的「寫」作是文字／說話、音樂／音響及影像的共建敘事訓練，而且要在美學修辭上、倫理上、意識型態上「批判地問自己」製作的文本「如何及為何」會產生這樣或那樣的社會文化政治效果或影響，和探討自己想嘗試達到這傳播目的之理由。換言之，新媒體素養在解讀和關心消費過程中的「他人製作文本」（例如好萊塢大電影）之外，同時也要關心「自身製作的文本」（例如上載 YouTube 的微電影及在社交網瘋傳的二次創作惡搞海報）在數碼互動世界中的意義。

回看東南亞國家，假若昔日是老報人用文字為他們報導發聲，是跨國企業用廣告及大電影塑造西方帝國的文化消費模式；今天，當新媒體成為新一代生活的必需品時，在使用文字影音傳播的「識讀寫」培訓上，我們要切實思考，我們希望有怎樣的教育效果呢？和怎樣探討如何能達致這樣的媒體素養目標。盼望學者們，對東南亞地區的關懷，能和全球消費市場與時並進。共勉之。

☞ 葉智仁

香港浸會大學傳播學系副研究員