

專輯研究論文

公民新聞 2.0：台灣公民新聞與 「新農業文化再造」形塑之初探

孫曼蘋

摘要

本研究從參與式傳播、社區賦權兩個面向，解釋台灣南部菁寮社區如何透過公民新聞，形塑其特有的新農業文化。本研究藉由參與式觀察、深度訪問和線上公民新聞閱讀及分析以蒐集資料。研究指出，透過公民新聞平台之平等參與、分享、互動，可以讓「無聲之人發聲」、讓基層社區的行動力被外界看見，並贏得外界肯定及尊敬、促進在地商機、引進政府資源，並取得在地文化詮釋權，進而促進社區及社會改變。

關鍵詞：社區傳播、新科技與社區傳播、社區賦權、社區總體營造、公民新聞、農業新聞

孫曼蘋，台灣國立政治大學傳播學院新聞學系副教授。研究興趣包括青少年新媒介使用、公民新聞學、社區傳播與媒介素養。電郵：mpsuen@nccu.edu.tw

Citizen Journalism 2.0: Exploring Citizen Journalism and “the Reshaping of New Agricultural Culture” in Taiwan

SUN Mine Ping

Abstract

This paper examines how online multi-media citizen journalism reshapes a new culture in Gingliao, an agricultural community in southern Taiwan. Using the two approaches of participatory communication and community empowerment, the study illustrates ways in which local villagers’ voices and images can be seen and heard by the outside world when citizen reporters presented news footages to the PeoPo platform of the Public Television Service. By participating in local public lives and reporting continuously on community activities, the community has gained esteem from the rest of the society, government financial support, and the rights to interpret its local culture. Data in this paper are obtained from my participatory observations, in-depth interviews, and analysis of online citizen news.

Keywords: Community communication, ICT & community communication, empowerment of community, community development, citizen journalism, agriculture journalism

前言

本研究不只關心單一的新媒體事件，而是以參與式傳播與賦權兩個理論論述，以台灣「新農業文化再造」運動為個案，探討公視 PeoPo 平台公民記者如何藉由報導農村社區推廣農業文化，而為農民贏得社會尊重、為社區創造商機。在此基礎上，本文將總結近年來台灣公民新聞的實踐經驗及其社會意義。

農業曾是台灣立國根本，也是創下經濟奇蹟的源頭。但轉向工業化後，農業逐漸式微。六十年代末期起，農業產值顯著下降，城鄉差距也隨之顯著拉大。農民成了弱勢，鄉村社區成了資源分配的邊緣。以農為主業的中、南部地區農民，於是成為社會運動的參與要角。

2002 年台灣加入 WTO（世界貿易組織）、開放農產品進口以交換工業的出口稅率降低，對農業更是致命一擊。根據行政院統計，台灣現有 23 萬戶稻農家庭，務農人口平均 60 歲，每戶年所得約 87 萬元，但真正靠農業收入的只有 18 萬元，不到全台灣家庭平均總所得的兩成（莊素玉，2008），農業收入無法滿足農戶基本生活所需。

更令人憂慮的是，台灣的農事技術及農村文化可能會快速消失。為因應加入 WTO 的挑戰、避免穀賤傷農，主政者從 1997 年起即推動休耕政策，這不但導致全台灣休耕面積已在 2004 年超過種稻面積，而且政府只重休耕補貼、不重環境管理的便宜行事心態，不但使休耕農地逐漸走向死亡、造成土地炒作、豪華農舍與稻子爭地的現象，而且還嚴重撕裂農民與土地的情感（何榮幸、高有智，2005）。

農業議題一直是大眾媒體上的弱勢。主流媒介雖有關注，但缺乏系統、持續、完整有力的呈現，即使偶有探討，也容易被戲劇化的政治新聞、政黨口水戰，以及只有娛樂價值的八卦消費逸樂資訊所淹沒。農民除了在政客或選票操弄下，偶而得上媒體外，大半時候都沒有聲音。

在這樣的氛圍下，台灣公共廣播電視集團自 2007 年 4 月 30 日起推出了一個跨越網絡與電視的「PeoPo 公民新聞平台」（<http://www.peopo.org>）。這個平台以非主流、非營利的社區新聞為主，希望藉由網絡的參與、分享、互動等特性，讓非新聞專業的一般民眾、長期遭到媒體忽

視或扭曲的特定社群也能報導他們想讓大眾知曉的新聞及資訊。這可以說是公視把閱聽人當成公民、恢復公民主體性的一個新實驗。

PeoPo 公民新聞平台到 2009 年 5 月底為止推出的兩年期間，公民記者有 2,600 人以上，其中約有六成來自台北縣市，但是發稿頻繁、平台活動參與積極者(如線上討論或實體培訓活動)，則以南部縣市的公民記者居多。這群草根民眾大都是多年的社區行動者，欲藉媒體在地發聲、讓他們的社區或社群「被外面看見」的企圖心尤其強烈，他們的報導以農村型社區、農業及相關之生態環保、社區改善、教育學習、生活休閒、社會關懷等為主。PeoPo 平台在公民記者共同參與及經營下，漸漸形塑出與商業媒體顯著不同的社區公共傳播的形貌。

台南縣後壁鄉菁寮地區的社區新聞報導，在所有公民新聞報導中頗為突出。在過去一年，菁寮聚落民眾針對「新農業文化再造」此特定議題，一邊規劃及參與社區行動，一邊運用數位新科技，以記錄式影片、淺顯的文字及圖片持續報導社區改造過程，讓全台灣觀眾、尤其是年輕世代網民都看到這個社區再塑農民尊嚴的努力，進而分享這些草根感動，甚至通過真實、虛擬網絡間的進出，給社區帶來商機和人氣。

本研究即在探討這一群草根民眾如何透過參與 PeoPo 公民新聞平台，再造新農業文化運動的過程及其社會意義。本文探討的問題有三：一是這群非專業的「素人記者」如何長期持續地為弱勢、為菁寮社區發聲？其產生的背後，歷史脈絡、社會情境如何？二是這樣藉由新科技、讓草根民眾得以發聲、顯影的參與式傳播，如何經由賦權(empowerment)促進社區改變？其結果是形塑出怎樣的新農業文化？三是這樣的傳播形貌對台灣社會的意義何在？

文獻探討

公民新聞(citizen journalism)一詞起源於美國，雖然是在網絡科技、web2.0 出現，並經學界、業界辯證良久後才有的一個統一名詞，但本研究以為，其基本概念如「讓草根民眾在地發聲」等，其實是六十年代末期歐美興起的地下媒介、另類媒介、社區媒介的延伸。這類由

持有特定理念或意識形態的非專業人士結合社區或社會運動的參與式傳播，到了上世紀晚期遇上數位科技，形貌隨之而有大幅和快速的改變，而其擴大民眾參與的理念又與公共新聞 (public journalism) 相遇，到了新世紀初，遂有了「公民新聞」一詞。或許可以說，公民新聞、公民媒介是從傳統社區媒介的基因改造而成的新變體。

參與式傳播

在美國學術界的文獻中，早期關於參與式傳播、社區傳播的討論，其實就是指社區媒介的討論，以後才逐漸引進歐陸學者更廣義的傳播觀點。社區媒介指的是範圍廣泛的中介的傳播形式 (Jankowski, 2002: 6)，它除了有地域、社群的概念外，還指與主流媒體明顯不同的媒介 (Forde, 1997; 1998)。本研究中討論的「社區」一詞，主要是指地理概念上的社區，台灣有時也稱為地方 (local)，例如地方新聞、地方報、地方電台，其實就是歐美所稱的社區新聞、社區報、社區電台。

全世界對社區媒介有不同的稱呼 (Forde et al., 2003b)，如獨立媒介 (independent)、地方媒介 (local)、公民近用媒介 (access)、基進媒介 (radical)、另類媒介 (alternative)、鄉村媒介 (rural) 或非營利媒介 (non-profit)，各稱呼含意未必完全一樣，我們或可泛指為那些被主流媒介拒絕接近使用的社區或群體服務的媒介 (Thomas, 1993: 63-65)，尤其是社區廣播、社區電視，更被視為「是對全球化、商業化世界潮流一個有力的回擊」(Herman & McChesney, 1997: 200)。

Hollander等學者曾提出：社區傳播也是公共傳播的一種形式 (Hollander et al., 2002)。他們認為，社區傳播本質上就是在特定社會脈絡下形成公共、創造公眾，社區傳播可說是一種小規模的公共傳播，亦即在特定的社區情境下，所有公共表達形式，如公眾聚會、鄰里會議或酒吧裏的談論，還有受眾比親身傳播較多的中介，像旗幟、海報、摺頁等都是公共傳播。有學者甚至把反文化、反政治、基進另類的小說及充滿創意的文化形式也包括在內，如壁畫、音樂、塗鴉、舞蹈、街頭劇等 (Downing, 2001)。這些小眾媒介均有一共同特色，即它們不同於大眾媒介的大量、正式和行政化 (institutionalized)。

社區媒介的另一特性是資訊傳送者、接收者均與信息內容密切相關(Hollander et al., 2002)。社區媒介最大特色即由閱聽人參與資訊產製過程，有的民眾不但是資訊接收者，也是資訊傳送者。他們不論角色雙重或單一，都是同一社區成員，因為有共同的背景，就有共同的關懷和利益所在，因此，媒介議題都是和傳送者、接收者相關的，在共同分享利益的再製與再現中，社區媒介遂產生了社會與政治上的意義(Hollander et al., 2002)。

一般營利性社區媒介，如美國各地發行的社區報，仍有其基本的專業講究及經營績效要求，但是由民眾參與製作、乃至營運的社區媒介，其實已超越了這些傳統認定的傳媒作用及價值。社區傳播的價值在於其製作「過程」，如讓民眾近用傳播媒介，讓邊緣人的意見或觀點得以傳佈(Dervin, 1992; Johnson, 1994; 轉引自Higgins, 1999)。

社區媒介雖有上述正面價值，但也有組織管理問題：社區媒介多半缺乏固定財源、主持人亦不善經營，包括社區媒介在內的另類媒介，因而常被稱為「另類貧民窟」(Atton, 2002: 34)。社區媒介雖有清楚的理念及崇高目標，卻都不能長期維持，不過卻也總是前仆後繼。

綜上所述，各社區媒介的樣貌、組織和操作相當多元，但仍有一些核心特性，例如非營利、地方導向、內容自製、編輯獨立、有社會性任務、員工是志工、非專業人士等。Williams (1980) 進一步歸納出這類民主化傳播的三項特徵：一是去專業化(deprofessionalization)，其次是去行政化(deinstitutionalization)，第三是去資本化(decapitalization)，正好是上述社區媒介另類特性的總結。

二十一世紀才開始，形式、表現不一的社區媒介，搭上數位科技風潮，有了公民新聞(citizen journalism)這個新稱號，尤其在部落格(blog)現身後，此一新形式的媒介讓民眾能更自主發聲，更普遍、方便和廣泛的參與公共生活。

公民新聞也被稱為參與式新聞(participatory journalism)，公民媒介則被稱為草根媒介(grassroots media)、全民媒介(people's media)或參與式媒介(participatory media)。公民新聞是「一群公民在新聞及資訊的蒐集、報導、分析及傳送過程中扮演主動角色，彼等參與目的是在提供民主社會所需的獨立、可信、正確、廣泛且相關的資訊」(Bowman

& Willis, 2003)。MeriNews指陳，公民新聞是一種「使用者製播內容」(user generated content, 簡稱UGC)、還在發展中的新聞形式，只要任何公民對其周圍發生的事物給予報導或發表意見，就是公民新聞。它可以打破傳統媒體偏見，把地方新聞送到全球平台上。

由非專業的常民通過網絡發表的個人或小團體協力創作，不但定義不一，形式多樣，連表意的符碼也很多元，如協力公民新聞(collaborative citizen journalism)、個人出版(personal publishing)、超在地新聞(hyperlocal news)等。本研究以為，上述文獻提出的公民新聞、使用者製播內容等新名詞，其實是新瓶裝舊酒，只是將草根參與媒介、媒介近用等概念陳述增添了更多新科技形塑的新樣貌。當然我們肯定網絡新科技可以大幅降低參與門檻，讓公民參與益加普及、多元，的確為分眾、小眾傳播帶來更多的可能性。

綜上所述，公民新聞不論含意或廣或狹，都具有以下部分或全部特色：公民主動參與、互動、非營利、小規模、由下而上的產製及運作，可說是一種新形式的公共傳播；公民新聞以數位科技為其資訊傳佈工具及表現形式，語意呈現較不正式、活潑，內容廣泛，以從地方、全國、區域到全球各層級之公共事務相關議題為主，服務對象廣泛且多樣，包括各利益社群、不同地理層級的社區民眾。就社區傳播而言，其最重要的意義是，行動者通過數位傳播平台，召喚公民集體力量，以改變社會、提升生活品質。值得一提的是，數位科技讓公民媒介擺脫了傳統小眾媒介財務永遠無解的宿命。

媒介近用、傳播民主化、文化詮釋權

對參與式或稱民主化傳播而言，「參與及互動是核心概念」(McQuail, 1994: 132)。這種平民、非專業化傳播是通過媒介近用來達成的。在「民主參與式理論」中，McQuail認為，小眾媒介比一般媒體更深入介入社會生活，更能給一般人提供媒介近用、參與的機會。他不但倡言「個人或少數族群團體，根據自己的需要，擁有接近使用媒介權，以及由媒介提供服務的權利」(1987: 123)，而且主張任何社團、組織、社區都應該擁有自己的媒體。Murdock & Golding (1989) 也提出類

似但更具體的陳述。他們主張，人們必須有權近用政治相關的資訊，以提出詮釋與辯論，也有能力運用傳播設備，提出批判、動員對立的一方，或提出另類的行動方針。

Nigg & Wade (1980) 曾以英國的另類、具社運特質的社區媒介運作為例指出，在經濟危機、政治普遍冷漠時期，社區媒介還有教育功能，能刺激弱勢團體的集體察覺 (group awareness)，建立文化認同；Forde 等人 (2003a) 研究澳洲少數族群在社區電台自製節目的實踐指出，社區媒介是促進文化公民權的文化資源，它在一系列文化實踐中居主導角色。由此可見，社區媒介不只是資訊傳遞，它還是媒介公民權的實踐場域，不單是社區重要的政治資源，也是文化資源。

網絡科技普及後，政治、傳播、民主一體三面的討論更加活絡。Davis (1999) 肯定網絡是社會革命的始作俑者，是政治上的偉大轉型，是草根民主的強力科技，他還主張在網絡出現後，我們要重新定義民主社會中的溝通及參與方式。但 Davis 對實踐層面卻不全然樂觀，因為參與者要有科技素養、有時間與金錢投資，所以網絡公民只限於原本就對政治有興趣者。相反，Sundar (2007) 倒是相當樂觀。他認為社區居民通過各式傳播科技參與社區媒介，則媒介內容不但更真實，而且更能反映出社區的文化、價值或個人抱負，產製過程中不但個人因此賦權，還能培養社區參與、創造社會資本、促進社區發展。

綜上所述，「公民有權參與傳播過程」可說是當代社會積極實踐民主的一種途徑。由草根民眾近用的媒介，通常被喻為是民主論壇。這些在地的聲音通常不需要太多花費，也不用受到編輯或上層主管控制，可以就公共事務暢所欲言，具有民主潛力。這種由下而上的媒介近用概念，從七十年代起，當「賦權」概念由社會工作轉到社區發展上時，和社區傳播有了相當程度的交集，因而有了社會性意義。

社區傳播與賦權

賦權定義繁多 (Rogers & Singhal, 2003)，一個較精簡的說法，是指增強個人、人際或集體的 political 力量，使個人、團體或社區有權力和能力採取行動，以改進現況的過程 (Boehm & Boehm, 2003；薛曼娜、

葉明理，2006)。這段陳述不但指出賦權就是讓弱勢者獲得及強化權力、能力，也清楚強調從個人到團體均是主動採取行動，另一個意義更在改變公共生活現況。

賦權是多層次結構，每一層次又相互影響(Zimmerman, 1995)。在個人層次上，指的是對個人所能控制的生活方式、社會政治環境的了解等有一整合性意識，如產生自尊感、自主感；組織層次上，讓個人或集體更有效益的爭取資源，以及與其他組織建立網絡、擴大影響力等；在社區層次上，組織一群人一起工作，以改進集體生活，並與協助維持其生活品質的社區組織或代理者保持聯繫。

賦權須經反思才能形成。通常團體成員是由外部引導，藉由要求改變的共識，以及察覺到社會秩序的不公平，才能形成賦權。將賦權用到社區傳播議題之研究上，很多討論都是如何經由外部權力來為弱勢者賦權，Hamelink (1995) 則提出自我賦權 (self-empowerment) 的概念，強調讓無權者擁有、控制媒體，「讓無聲者發聲」，進而為自己說話。

綜上所述，在社區傳播概念裏，民眾有權積極主動近用媒介，以個人或社區集體方式參與製作內容，甚至經營媒介。具有公共性、社會性的小眾媒介為弱勢發聲、為自己發聲，可以增加個人、媒介組織及社區能量，並透過反思、自覺，促進社區改變。

研究方法

本研究資料蒐集以參與式觀察、深度訪談及公民新聞線上閱讀為主。參與觀察的一個重要來源是 PeoPo 公民新聞平台的產製行銷過程，包括了 PeoPo 公民新聞平台整體的運作管理、公民記者動態、其公民新聞呈現，以及他們在社區的參與實踐。自 PeoPo 公民新聞平台推出半年後，即自 2007 年 11 月起，本研究即不時造訪該平台，觀察發稿之公民記者之動態 (內容及呈現形式、記者對平台線上、線下活動的參與程度等)，以及整體公民新聞之發展 (如 PeoPo 平台之運作、宣傳、公民記者培訓工作坊、年度聚會、研討會、線上培訓教材及暑訓課程等)。再者，本人也不時參與公民新聞線上討論或回應，或引薦給新聞系學生及親友觀看、與他們討論，並蒐集這些觀眾的觀感。

2008年7月底，我注意到菁寮社區在平台上之系列社區報導。之後，分別於9月及11月兩度造訪菁寮社區，了解其社區對形塑新農業文化的多元社區活動，觀察與公民新聞報導相關之人事物，如公民記者、菁寮社區事務的行動者、行政官員如中央、台南縣府的農政及文化部門官員等，我也參與當地的農村生活體驗和參訪文史建築。

在觀察之餘，我也對公民記者、在地中生代行動者進行半開放式的問卷填寫及面對面的深度訪問，深訪歷時從一小時到三小時不等。回到台北後，我還常與這些行動者有電子通訊往來及電話長談，科技縮短了時空距離，經由問題請教、資訊交換、公民記者得獎消息分享或是行動者的未來社區總體營造構想等，我進一步觀察、了解這些行動者曾有及未來可能有的社區願景，深深被其參與熱誠所感動。此外，深度訪問還包括了公視PeoPo平台主管及幾名企畫人員。

資料分析

台灣社區傳播之發展脈絡

台灣媒體發展和歐美情況相似，即依循商業邏輯、業績掛帥模式經營，而且所有權集中，大者恆大。1988年報禁解除後，掌控媒體的那隻看不見的手從政治轉到了商業。社區媒介從一開始即發現幾無商業價值，規模一直很小，一般民眾取得的社區資訊，都是由主流報紙的地方新聞版主導，區域性報紙、社區廣播、社區電視資源有限。一般媒體地方報導則只到縣市級，內容主要是地方政府及議會動態、地方政治勢力消長、社會新聞、重大災難等，鄉鎮、村里級報導僅是點綴。再者，地方新聞常被批評是「台北觀點」的思維，新聞處理不夠貼近基層民眾之所需。

理論上，社區媒介應是區域、鄉鎮、村里級之小地方資訊的主要來源，但台灣地小人稠、交通便利，即使偏鄉地區也都和城市互動密切。社區媒介施展空間有限，除少數例外，社區媒介大多維持不久。

台灣社區傳播發展大致上可分為三個階段。第一階段始自七十年代中，仍處報禁時期。一批剛自傳播新聞科系畢業的年輕人，得到政

府鼓勵及經費補助，毅然投身地方，一展「回鄉辦報」的理想。他們多借鑑美國社區報小本、商業經營模式，與社區保持超然、不介入的關係。這一波前後約有150餘家社區報起落，後因政治環境仍舊封閉，人、錢等資源後繼無力，尤其是1988年報禁解除，主流媒體競爭轉到地方新聞，社區報幾無招架之力，倖存至今的只有十多家。¹

社區媒介發展的第二個高峰，是1999年發生九二一地震後，在臺灣中部災區快速現身的新型小眾媒介。據統計，到2001年7月止，重建區約有八十餘種社區報刊進出（謝興國編，2001）。這一波社區媒介首開非專業者「由在地人從在地發聲」之風，被主流媒體喻之為「民間力量的灘頭堡」（徐淑卿，2000）。這一波社區傳播樣貌到了重建中後期尤其豐富多姿，從報刊、電子報、文化導覽摺頁到鎮誌、報導文學、詩歌、書法、動靜態影像、社區劇場、社區景觀再造等，充分展現了草根民眾的社區美學及藝術表現潛力。

因為一場百年災難、官民合力推動社區改造運動，這一波社區媒介的參與者對重建社區認同和自信有強烈的使命感。這些在地人在書寫社區改造故事的同時，也都積極參與社區改造，建立由下而上的參與式社區文化等直接民主的實踐。這種「有報導、也有行動」的形式很快就擴散到全台大小社區，也從傳統平面延及到網絡發聲，一種新型態的小眾/社區傳播體系於焉形成（孫曼蘋，2001；2008）。這一波的公民近用實踐可說是今日公民新聞的先驅。

社區傳播第三波與第二波有相當重疊，這就是網絡興起後，大量、快速冒出的社區性網站，造就了空前廣泛的社區資訊傳佈及虛擬公共論壇。Web 1.0時代由公民參與及營運的指標性代表，就是創刊於1995年、以社會/社區運動議題為主的《南方電子報》，該報很早就是公民供稿、以極簡人力維護。

同時，政府政策性的鼓勵社區架站，如主導社區改造運動的行政院文化建設委員會（簡稱文建會），以社區文化再造為宗旨，自1997年起建立的《台灣社區通》平台，廣邀各社區參與報導、記錄各自社區動態。行政院新聞局地方新聞處則從2003年起架設《小地方》平台，向散居全台灣農漁村落的中、壯年寫手約稿，定期深度報導家鄉社區產業與社區文化再生的故事。《小地方》內容以農漁業、生態環境相關的人

事物佔了絕大篇幅，編採走向與PeoPo公民新聞的農業相關報導頗為相似，好些社區連供稿者都是同一人，只是規模運作較小，多媒體系統功能較有限。

在網絡科技進入Web 2.0時代後，部落格書寫幾乎成為全民運動，大小社區進入更草根性參與、更個人化或更小組織經營的社區傳播階段。公民新聞的可能面貌因之更多，公民媒介身影更容易被看到，板主也更容易從網絡跨到主流媒體而快速成為超人氣的部落客，例如少女沈心菱的《草根台灣臉譜》、大學生團隊與社區合力經營的《土溝文化講堂》、由非營利組織架設的社區資訊平台《環境資訊電子報》。

台灣社區傳播能演變成如此多樣，文建會與社區大學全國促進會分進合擊，推動社區總體營造(簡稱社造)，是促進社區改造、進而形成公民社會的兩大重要推手。社區總體營造是引用自日本社區發展工作所新創的詞句，即是社區居民對社區發展難題有組織、有行動、持續地提出具體行動方案，並且落實執行。文建會自1994年起在全台社區推動，約自2000年後，陸續在部分社區見到成效。文建會掌握雄厚資源，一邊透過社區行動提案，建立社區人由下而上的參與文化，一邊也結合各大小非營利組織及學界，通過知識傳授及研究，以推廣社造概念及執行，以形成一個造人(參與者、行動者)、造事、造地、造景的永續性社區改造工程。

這其中社區大學貢獻顯著。全台絕大多數社區行動者(如社造企畫及執行者)、參與者(社區居民)均是從社大啟蒙，進而參與和行動。社大不但是PeoPo平台推動的重要伙伴，公民記者中的社會人士大多也與社大有直接或間接淵源。社大屬於民間推動的教育及社會改革運動，目的在解放知識、催生公民社會。社大1998年開始從台北文山區逐漸擴及到全台大小鄉鎮，很快就帶動了一股成人高等教育學習的新思潮。社大與社區及在地居民相結合，透過知識解放、社區參與、在地行動等途徑，鼓動了大量社區居民走出家門，參與志工活動，創造草根味各異的社區新文化。教育部從2001年起編列經費超過10億元，補助各縣市政府辦理社區大學。目前，全台共有84所社大、22所分校、14所原住民社大，共計120所，每年約有22萬人參與學習。

形塑公民社會的力量，還有一股是源自民間掀起的綠色革命觀念

及行銷。近十幾年來，台灣人民日益注重健康養生、環境保育，紛紛以具體行動來抗衡、改變過度消費的現象。例如許多中產階級颯起「都市農人」風，在週末下鄉學農，更有都市上班族棄文就農，藉由生態農法、宗教情懷、與在地農人合作，或是以返回老家挖掘及書寫文史故事等途徑推廣有機農業、無毒農業、休閒農業等。這些人當中，新生代現代農人還善用傳播科技，架設部落格(汪文豪，2006)，為其認養農地的都市穀(股)東「連線報導」農事進度、與網民分享其農耕記事及思索，讓許多人第一次感受到人與田地的緊密關係，也重建起生產者與消費者間的信任關係。一些人氣部落客或業餘寫手甚至將其務農記錄、地方文史故事、有機消費的鑽研心得集結成書，形成一股行銷綠色革命概念、凝聚在地社區認同的出版風潮。

PeoPo 公民新聞平台——原汁原味發聲

在這樣的社會情境下，PeoPo 新聞平台的推出雖然較晚，但它是第一個由大媒體機構出面，提供有組織、有系統的運作，也是首度提供網絡(Web 2.0)、電視功能的非商業平台(見下圖)。



圖 1：台灣公共電視 PeoPo 公民新聞平台之首頁；本首頁頭條即為公民記者 JWO 所發之稿

PeoPo含意之一是People post，另一含意取台語諧音「撇步」、即「訣竅」之意。PeoPo平台強調自由多元、個人觀點及公共參與，不會審核與檢查任何公民新聞，加上公視有其一貫的「公共」聲望，一推出即有相當多人登錄成為公民記者。公民記者凝聚力強，一位發稿頻繁的公民記者即言，他有五個部落格，並不缺發聲管道，他是衝着「公視」金字招牌而來。再者，平台分眾及關懷議題明確，作者、讀者較容易在此找到同好。在公民記者聚會上，一位社大成員很感性的說：「它是另個舞台，搭起網絡，讓大家知道，其他各地也有同樣理想的一群人。」(瓊麻園屏南社大，2007)

PeoPo平台推出的第一年，即投資軟、硬體設備及人事費共台幣2,000萬元，每年運作約需500-600萬元；平均每天上站訪客9,000多人次(余至理訪問，2008年8月29日)。到2009年5月底為止，該平台發稿總量累積到24,000篇以上，影音文稿達六成多，公民記者平均每天發稿40-50篇，讀者逐月穩定成長，以2009年5月為例，讀者點閱數達50萬人次以上。遇到重大事件如2008年8月一場空前的強烈颱風侵襲全島、10月野草莓學生運動等重大新聞，發稿量即顯著增加。它有全職企畫人員推廣平台，有日漸完整的公民記者養成計劃，還有公廣集團五個新聞頻道每週搭配選播公民新聞，增加新聞的曝光度。

PeoPo平台最大稿源來自中、南部公民記者以及散佈全台非營利組織的代表。這些人絕大多數均與社造、社大有關，來做公民記者前，均有相當程度的社區意識、社區參與，甚至社區行動。根據觀察，積極參與平台活動的公民記者幾乎都是社區的積極行動者，例如來自南部、農村社區公民記者多半都是社區改造的推動者。他們都是帶着某些意識形態、目的或使命而去做報導，報導品質良莠兼有、原汁原味、沒有專業新聞色彩，與傳統媒體強調的中立、不介入、編輯流程需要守門等基本新聞理念大大不同。

本研究中的公民新聞/記者及社造者大致上也都具有這些特性，只不過主要公民記者都是定期從台北南下報導其社區活動，與社區建立了土親、人更親的特殊關係。這亦顯示：公民記者關心、報導的社區，不受其所置身的時間或空間所限。在了解「新農業文化再造」的公民新聞運作前，我們先來認識新農業文化運動所在地菁寮社區的環境。

農村社區的新農業文化運動

後壁鄉在台南縣北端。這裏地勢平坦、水圳設施完善，很早就遍植水稻，是嘉南平原的大穀倉，種稻面積是全台之冠。菁寮社區包括了菁寮、墨林、後廊三村，在後壁鄉西邊，人口不到二千人。日據時期，菁寮聚落曾是嘉義、台南兩縣間的交通要道，是帶動後壁發展的龍頭，商業活動旺盛，但在西部縱貫鐵路建起來後，菁寮開始沒落。國民政府將經濟發展從農業轉型到工業後，農業式微，農村凋零。菁寮聚落因屬稻作區，工廠不得進駐，農家生計更是受限，青壯人口只能流向都市，目前留在農村的七八十歲老農就自嘲是「末代滅農」，但也只有這老一代精於農事技術了。

紀錄片《無米樂》無意間扭轉了菁寮社區的命運。為了解台灣農民如何面對WTO帶來的衝擊，《無》片以菁寮聚落為場景，記錄了一群六七十多歲老農辛勤耕作、樂天知命的身影。片中三位老農從農作中領略的生活智慧、生命哲學，以及「守着土地、守着米」的執著感動了全台灣。一時間，《無米樂》魅力橫掃老中青三代，創下2005年台灣戲院票房新紀錄，更入圍多項國際影展。菁寮地區成了台灣、日本民眾的觀光景點，之後菁寮生產的稻米又連續幾年獲選為全國良質米比賽冠軍。一些菁寮中生代子弟察覺到了這股讓家鄉重生的契機，2007年開始，紛紛採取社區再造行動，動員包括《無米樂》明星老農在內的在地居民，以冠軍米的故鄉、無米樂的故鄉、重建新農業文化為名，冀望能為社區創造生機。

公民記者JWO等人應邀來記錄或參與這場新農業文化運動，在台北、台南間奔波一年有餘。他們通過PeoPo平台持續報導菁寮農業文化再造的活動及相關知識，增加菁寮被年輕世代網民、都會人、綠色革命同好看見的頻率，也為公民新聞塑造清新型貌。

(一) 媒介近用、社區參與

家住台北縣的陶藝師JWO，任業餘影像玩家二十年，是報導無米樂故鄉人事物的重量級公民記者。從2007年4月登錄為公民記者到

2008年11月底止，JWO總共發稿超過120篇影音報導，其中關於菁寮社造系列報導超過了三分之一。

初訪菁寮，幼時與鄉村生活密切的JWO很快就被當地純樸親切的人情味以及鄉村景致所感動，許下心願：要與大眾分享這份感動，要幫這群被社會冷落良久的老農贏得基本尊嚴和實質利益，讓更多人來菁寮體驗農村生活。一年裏將近十次的南北奔波，作品豐碩，JWO對自己的報導愈來愈有自信：

以我目前對於菁寮系列一年多四十幾篇的報導，相信一般的觀眾對於菁寮最近的活動及人文報導，有進一步的了解甚至嚮往去探訪。一些電視台也跟着(我的報導)去作許多篇的專題，個人當然也感到相當的欣慰。(JWO訪問，2009年1月3日)

JWO堪稱是自創出「素人記者」的一種類型。他的作品全以影片形式呈現，大部分菁寮報導都是以悠悠的長笛音樂、現場原音帶進畫面，很少用旁白，善用美感體驗構成中的視聽感染力，來帶起閱聽人的情感。JWO的無米樂系列報導都聚焦在菁寮社區自我改造的過程，每篇報導至少花費四整天採訪及後期製作，並總在活動過後兩三天內即貼上PeoPo平台。

新聞故事敘述或文字表達是其弱項，但他借用了新科技功能以為應變。他的文字敘述有來自轉貼主流媒體地方版的即時報導；或是連結其他公民記者部落格文章；或是連結到報導對象的網站；還偶有簡短的個人參與經驗自述。JWO雖拙於言詞，但生命體驗已達「知天命」階段，專業上觀察細緻、拍攝認真，影像處理細膩而帶感情，又勤於學習及實驗，最重要者，還有一份「用心」。

公民記者林如貞是一所國立大學的研究員，但更多時間是當稻米傳教士，鑽研、推廣稻米及農業文化不遺餘力，希望使都市人重新認識農業、珍惜自己的家園，例如學習尊重農業、農民，也尊重土地、人與人間的情感。林如貞連續作了兩期(即一年)稻作的「穀東」，廣泛閱讀書籍，跟着老農認真學習農事，親眼看到農民的善良、對土地的疼惜，以及當地一群稻米文化推動者的公民參與。她雖已有個人部落格，但在知道有這麼一個讓公民發聲的平台後，立即行動，從2008年

9月起投身公民記者行列。在問卷中她自我定位公民記者的價值在激發讀者行動：

以研究的精神寫「米」，有人告訴我因為看了文章，讓他改變飲食習慣多吃米，或是購買米禮盒當員工贈品，讓我很高興，文章能產生行動力。

到10月底為止，林如貞在平台上發佈的文稿已有十一篇，主要是以文字及圖片形式呈現。她所報導的議題以推廣稻米文化、有機農業、自然養生知識等為主。她雖然不是新聞專業出身，卻頗有新聞感，所推出的報導時效性強，²而且新聞、資訊陳述都有相當深度。

公民記者黃永全，是中生代菁寮子弟，也是在地文史工作者。原在台北縣鶯歌鎮從事陶藝，參與鶯歌社造已四年有餘，因為受到《無米樂》影片的感動，2007年決定返鄉推動家鄉改造。黃永全有基本企畫能力、對外人際關係佳，也勤於學習新知。他一回鄉，就着手推動「入穀無米樂」系列活動，³繼續整理在地文史、編印導覽摺頁，還憑着私人交情請來JWO長期幫忙拍片紀錄活動，卻超出預期的讓家鄉每次活動都上了公民新聞平台，讓全台灣持續看到菁寮社區的活力以及農民對這片土地的深厚情感。

他放到PeoPo裏更好，這樣我就可以把（「入穀無米樂」活動的部落格）網址放進網頁裏做連結，只要大家上網就可以連到PeoPo中欣賞。所以我在做行銷時，就會寫出無米樂社區自製紀錄片有多少集，然後底下再放歡迎來玩的行程表，當作行銷方法。這樣一來的话，如果有人覺得行程不錯，但是不知道社區全貌如何時，就可以連結到影片觀賞，這樣比只用照片更好。我們給新聞媒體也是用這樣的方法，如此一來，媒體就可以直接播放影像。（黃永全訪問，2008年9月7日）

黃永全是另一種只上站觀看、不作為的公民記者。他把公民新聞平台當成他的佈告欄，用來招募穀東及一般遊客。他還會「研究」站上相關新聞及讀者回應，發現PeoPo平台使用者是一群關心影像傳播的人，還發現有一群人是被JWO的公民新聞、而非他的無米樂所吸引。

他很快就嗅出「公民讀者」這塊可以開發的新市場；他常與JWO討論報導走向、建議特寫題材或影像鏡頭處理。像黃永全這樣或可定位為監看、分析、策略型的公民記者，當然他也有「行銷故鄉」的公共性任務。

從上述分析可以看出，菁寮社區的公民記者在採取報導社區行動時，他們自己早就有了主題、觀念、意識形態、使命感等，等到公民新聞平台此一機運來到，這群充滿行動力的公民立即上場，他們在山邊、水湄、天涯、海角，做他們的關切，執行他們的任務。新聞平台只是工具，並不是目標，整個公民記者社群可說是一個集各個人終極關懷的有機集合體。

(二) 分享感動的公共論壇

在形塑農業文化再造的過程中，公民記者想要分享的是人與土地、人與人間的各種感動，讀者的回饋也多半是回應這些感動。由此呈現出的文本是一片溫馨、鼓勵，甚至是年輕世代及都市人對農事的反思。報導者、讀者、回應者情感在此平台交流，進而產生共鳴、凝聚力，建構出一群網友共同記憶的公共論壇。這種快速、坦率、相知相惜、大家一起參與的回應過程，可說是報導者後續行動的重要動力來源。

下面是JWO在2008年2月系列報導的第一篇，緣自同年1月底，菁寮國小校長帶着學生到他認養的稻田裏，向阿公輩農民學插秧、體驗農民冬天下田插秧的辛苦。讀者除了看到JWO影片報導、轉貼自媒體地方版的文字新聞，還有PeoPo平台「獨家」的讀者回應：

協助推動的社區規劃師黃永全說，民眾好久沒感受土地的溫度，聽着孩子下了水田直喊着「好冰」，內心感動不已，希望大家都有機會重新與土地接觸，同時體驗只有撩下去，才会有吃到冠軍米的機會。(轉貼自：《中華日報》記者張淑娟/新營報導，2008年1月27日)

小孩得知原來米飯是經由這麼辛苦的過程得來的，好辛苦……好辛苦……以後吃飯要多多感恩，如此的報導應多推廣到學校單

位，特別是學校午餐時，讓學童能珍惜桌前的餐飯，感恩有心的製作。(嚴柏，2008年2月20日，22:42)

要是都市的小孩來體驗農作的辛苦，感受應該更深刻。(jwo，2008年2月20日，23:03)

一位年輕網友在看了一位農業研發專家向無米樂穀東簡述稻米栽種過程的報導後，立即回應說：

市民、或是公民應該要和大自然土地更接觸，尤其是孕育我們食糧的土地，每個人都要有親自栽種的經驗，很慚愧，我是都市小孩，不知道稻田怎麼種，不知道蚵怎麼養，有時候對水果是長在樹上還是樹下的，都搞不清楚，市民農園法很值得推廣，讓每個人在過程中知恩惜福，這樣台灣的福報才會長長久久。(jlarkin，2008年3月7日，08:44)

網絡上眾生平等，即時的互動、分享及參與，正是數位科技勝於傳統媒體之處。新聞、科技從少數人手中解放給草根民眾後，既讓無聲者發聲，也讓讀者可以更主動選閱他想看的新聞、他想與人分享的感動。這些可能是商業媒體報導不足、或是傳統科技無法提供的。像 PeoPo 這樣的數位平台就是實踐新媒體的機制，它能累積公民的能量，還能儲存讀者論政的言談，讓後繼者隨時閱讀、再回應，這已經是在顛覆主流傳統媒體的框架了。

(三) 建立社區共識

社區傳播不是只有虛擬空間裏的浪漫。從社區體系來看，通過 PeoPo 平台形成的線上社區傳播，只能算是形塑菁寮社區共識的一環。菁寮公民新聞出現的同時，還有一群公民以一連串非正式的中介或親身傳播來形塑共識。

在台灣社區發展體系裏，很早就有很特別的「鄉村式」公共論壇。直到今天，農閒之時，老一輩村民仍舊習慣串門子、隨性隨訪到鄰居家喝茶「開講」(閩南語，即閒談之意)，在廟口大樹下、雜貨店門口擺龍門陣，談論話題不外都是天氣、農作收成、政策對生活上造成的不

便等所謂的街談巷議(現在還會加上哪家被媒體拍攝、報導了)，自然形成類似哈伯瑪斯所說的十九世紀歐洲「咖啡館式」的公共論壇。透過這樣的談論，菁寮社區老人家已有危機意識(農業快滅亡了)、有想法(要振興呀，不然我們怎麼活?)、有爭辯(有人說可以發展農業觀光，有人說怎麼會有人來?)，但不知如何行動。

對社區改造漸有想法的中生代子弟眼看人氣可用，一邊出面召喚自救行動，先以村為單位、小規模動員村人行動(如打掃環境)，繼之是幾個村聯手採取中等規模行動(如召集社區人出錢出力、出版導覽摺頁，分送到火車站、店家等遊客聚集點)；一邊分頭與老一輩不斷討論、修正想法，最後由中生代會商、整合各方資源，而成就出一個全面的社區再造運動。

建立社區共同體成員對社區事務的參與意識，這點很重要，……老人家需要年輕人的衝勁跟勞動力來幫忙，鄉下老人家會來參與。(黃永全訪問，2008年7月20日)

菁寮聚落透過反覆討論、協商、點式行動、點式成果、媒體效應等循環過程形成共識，進而形成一種社區再造的「儀式」，好像是再現了早期農業社會，農村通過節令、習俗、信仰形成的鄉鎮大拜拜等活動一樣，全村每戶人家都要分派工作、出錢出人。當年的廟會慶典就是今天我們說的地方公共事務，這和希臘城邦籌辦戲劇節的過程相似(邱坤良，1997)。今天的農業文化再造運動亦如廟會慶典一般，形塑了一個公共領域，通過討論、分工等參與過程、建立共識、採取行動，這就是一個由下而上的民主參與過程。

(四) 社區賦權

經由社區傳播改變了菁寮的現在及未來，就形成了一個賦權過程。PeoPo公民新聞報導給社區帶來的賦權，首先是公民新聞、媒體效應、改變社區三者間的動態相互作用。前文述及，偏鄉、農民都是被邊緣化的一群，菁寮中生代早已意識到這樣的不公平。

我們無米樂的故鄉，稻米比礦泉水便宜，我要告農糧署，為什麼

讓稻米的價錢不符合工資，種田划不來，……台灣幾十年來，一直沒有農業政策，從基本政策面，最大的元凶就是農糧署。外勞來到台灣，都有最低工資，為什麼農民就沒有最低工資？（黃正雄訪問，2008年12月13日）

中生代行動者意識到問題後，決定必須自己採取行動、主動出擊。第一步就是持續加溫菁寮的知名度，他們打出「無米樂故鄉」名號，省了不少從頭建立知名度的唇舌。其次，召集社區民眾參與菁寮行銷、推出「入穀無米樂」讓都市人闔家當起週末農人、設計好不同的套裝行程，讓遊客盡興而歸。行動者先溝通好這些觀念，再與公民記者討論報導方針、由JWO構思執行，例如他們發現，大批《無米樂》影迷拜訪到明星老農就走了、沒有逗留，幾位行動者思索要如何讓訪客停留久一點、如何延續紀錄片中「輕鬆過日子、不要太煩惱」的無米樂精神：

希望每一位老農都是崑濱伯（無米樂片中男主角），我們希望以後進到農村是慢活的，可以住兩天、住三天，……，這樣去跟遊客建立情感，就好像林醫師（一位常訪菁寮的遊客），跟崑濱伯買米，買到變成朋友，後來他很喜歡這裏，就來這邊租一個三合院，有空就過來住住。（黃正雄訪問，2008年12月13日）

中生代社造者也想過，年事已高的老人家終究會離開，但是土地不會離開，「我要你被這塊土地感動」（黃永全訪問，2008年9月7日），於是，修理自轉車的老車行、百年鐘錶店裏滴答的鐘錶聲、做耳挖子的老師傅手藝，還有日據時期就興建的天主教堂等相繼出現在PeoPo平台上。這些鄉人原都認為過氣的「寶藏」，立即引起有線、無線電視台等大媒體的興趣，紛紛找上門來，透過黃永全等人安排，拍訪這座活生生的農村生活博物館。

黃永全樂見這樣的影像紀錄傳播模式，藉着新聞專題、戲劇節目呈現無米樂故鄉人文、建築與農村風貌之美，不但帶動了更多遊客，更可以提高居民參與社造的意願。從電視台前往拍攝到節目播出，菁寮的民眾會四處走告，按時觀賞，還會討論哪些村民或者景點有「上電

視」。這也間接讓全社區人都知道這些年輕世代在做什麼。JWO即表示，現在他拍片，被拍者不但不再害怕鏡頭，還有人主動找他上鏡，雙方信任再進一層。

從《無米樂》中的崑濱伯等三位老農，到PeoPo平台、電視台，到各大平面媒體中其他老農的顯影，菁寮老農、菁寮社區帶動了西部米價，也造福自己。再者，媒體爭相報導會產生漣漪效應，而傳播網絡一旦形成，後續力真是叫人難以招架！

因為它(註：JWO之公民新聞)也經常在《公視》裏面播，也放在網站上面，現在電腦媒體的行銷滿有力的。從去年開始，像「在台灣的故事」、「歐吉桑遊台灣」，上上星期公視新聞台也做過專輯、《年代》新聞也做過報導，包括平面雜誌，還有一些記者團，有平面媒體、部落格的記者，甚至廣播，像我就接受好幾次《快樂聯播網》的訪問。(黃正雄訪問，2008年12月13日)

他的(JWO)報導之後，真的很多遊客都會過來，過來就會讓我們社區動起來了，我們這個開發地方產業、地方特色的經濟效益就動起來了啊，不是只有我們米而已，相對的我們附加的一些產業，像當地的冰店等等，都互相動起來，形成產業互動的經濟效益。我覺得可以改變農業經濟價值，讓這個產業慢慢帶動觀光，活絡農村，這樣很好，最重要的是長官的關愛就進來了。(張美雪訪問，2008年12月11日)

這種關愛不只是官員來此走動，更重要的是有形的資源大批下放到菁寮，初步估算已有一億元資金挹注，這對一個不到二千人的聚落而言，可說是一筆天文數字。另外文建會也將撥款4,000萬，將菁寮打造成一個動態農村博物館。更大的計劃是正在立法院審議的中央政府2,000億元的「農村再生計劃」，菁寮社區已確定是其中一個試辦點，已編預算6,000萬元，未來可能還會再增加。

從社區賦權面向來看，菁寮的中生代多半都曾在城市工作過，再歷經社區大學公民教育養成、或先前的社區行動實踐經驗，回頭審視家鄉的困境，他們意識到必須自己主動行動，召喚社區人先行意識到

社區發展的難題，然後動員參與社區公共生活，並製造學習機會，使社區有能力改進現況。菁寮社區新聞報導可說是居民自我賦權的實踐，先讓無聲者發聲，進而為自己說話 (Hamelink, 1995)。這些中生代行動者透過集體討論建立共識，來自行設定議題、社區報導的策略及執行途徑。他們用整個社區的人文去感動、召喚遊客，透過媒體漣漪效應，讓資源分配者看到菁寮人的努力及行動，關注到這裏文化與生活的價值正好與政策相符，於是資源源源而來，讓菁寮人對未來愈來愈有信心。

結論與討論

本研究從參與式傳播、社區賦權兩個面向，觀察台灣南部一個農村社區如何透過公民新聞及公民新聞平台形塑新農業文化，以改變社區現況及未來。

藉由參與式觀察、深度訪問等途徑蒐集資料，本研究發現，在促進社區改造上，從菁寮社區子弟本身的集體自覺、行動到落實，PeoPo 平台上的菁寮社區報導在此過程中可為社區產生賦權，如透過媒體提高社區的知名度，吸引更多週末農人或遊客，為社區帶來生機，更為社區爭取到政府大筆資源挹注，為帶動青壯世代的人力回流鋪路。

透過公民新聞平台，菁寮社區公民記者學習到使用及運作媒介的能力。同時他們本身已先具有公民意識、參與熱誠、行動實踐經驗，又善用數位科技之分享、互動、參與等特性。公民新聞先是讓「無聲者發聲」，繼之讓菁寮居民「主動為自己出聲」，自行擬定議題告知大眾，主動定調要以在地的新農業文化詮釋、傳承無米樂精神，最終希望中生代子弟能回流家鄉發展，再現菁寮往日風華。

研究亦發現，公民新聞作為社會參與的一種途徑，其對社區的賦權是通過反思和行動的有機結合才得以進行。公民記者自己投身、甚至融入社區特定的文化政治社會情境下，透過媒介近用實踐，才能使他反思原有的傳播環境，並希望去改變這種環境，進而改變社區及社會。

但是，本研究也發現幾點值得進一步討論的地方。一是公民新聞

似在重新定義新聞。傳統新聞媒體、或是市場導向媒體總把新聞定義為衝突；不過無米樂故鄉的相關新聞似乎企圖超越單純報導一個事件、一次會議或者一場爭議，而是要在報導事件的同時傳遞知識、或達到某些目的。它似乎有意略去社區不同勢力間的爭執，而去報導共識，如要尊重老農的價值；它有意凸顯社區良善的一面，如社區人樂天知命的生活態度。換言之，負有任務、意識形態的公民新聞試圖報導有助於解決社區問題的資訊。

其次是公民記者進出讀者與報導者之間的問題。公民新聞報導是公民積極參與社區的一個切入點，公民記者不只是參與者，也是行動者。透過數位科技，他們建立了一個與讀者有來有往的交談空間。這種相互交流可以在PeoPo平台上、個人部落格上、電子信箱上，有時甚至在一個實實在在的地點進行，例如在年度的公民記者聚會。這樣頻繁、多途徑的互動及參與，遠遠超越了傳統新聞只做記錄報導，沒有情感交流。

第三是公民媒介與主流媒介之間的關係。公視公民新聞平台建立的初衷，是為抗議一般民眾被主流媒體制約、商品化，以及抵抗主流壟斷新聞產製，亦即PeoPo公民新聞平台是與主流媒體對立的。在PeoPo平台上，與體制對抗的社會運動報導的確顯示這樣的抗爭特性，但是從社區傳播視野來看，由公民產製內容的社區媒介，與主流媒介卻是互補、互助的。菁寮社區先有《無米樂》打開知名度，繼之在觸及農業、環保、養生、休閒、鄉土文化等議題時，所有傳統媒體都可以輕易在網絡上找到無米樂故鄉的資料、線索及聯絡人，於是從報刊到電台、電視台，都為菁寮改造做了免費廣告。

公民記者深入社區，具備了相當高的敏銳度，供其發掘故事背後的脈絡，其所報導出的第一手資訊自然與主流有別。主流依此為線索，再從它的「商業」視角進一步訪查、呈現，既讓社區人被自己人看到(強化其公民意識及參與公共生活的行動)，也被菁寮以外的世界看到，更重要的是被掌握資源分配的權力者看到。公民媒介提供線索、人脈，得到免費宣傳；主流媒體則提供資訊傳佈管道、獲得收視率。雙方交相運用、相輔相成，所以從社區傳播而言，主流、非主流是合作、協商，而非抗爭、對立的關係。

台灣是個有很強韌的生命力的地方，但就是缺乏一個集體共識，一旦這個集體共識建立起來以後，那個生命力的強大是讓人無法想像的。形塑「新農業文化」這類的公民新聞，也許可以進一步嘗試從社區到社會建構起更大的集體共識。

深度訪問

JWO，公民記者，2008年9月7日，後壁鄉菁寮村菁寮國小校園；2009年1月3日，電話訪問。

林如貞，公民記者，2008年9月7日，後壁鄉頂長村芳榮米廠；2008年10月4日，電話訪問。

余至理，公共電視新媒體部互動媒體組組長，2008年8月29日，公共電視台。
張美雪，無米樂提升稻米品質促進會總幹事，「入穀無米樂」系列活動主要執行者，2008年12月11日，電話訪問。

黃正雄，後壁鄉後廊村村長，2008年9月7日，芳榮米廠；2008年12月13日，電話訪問。

黃永全，公民記者，台南縣後壁鄉菁寮莊社造文史工作室執行長，2008年7月20日，高雄工藝博物館；2008年9月7日，後壁鄉菁寮村菁寮國小校園。

參考文獻

何榮幸、高有智(2005年7月10日)。〈農地變膿地 台灣痢痢化〉。《中國時報》，第3版。

汪文豪(2006年8月2日)。〈部落格新農民 和消費者上網訴農情〉。《天下雜誌》，第352期，頁62-67。

林福岳(2002)。《族群認同下的社區傳播：以美濃反水庫運動論述為研究脈絡》。國立政治大學新聞系博士論文。

邱坤良(1997)。《台灣劇場與文化變遷：歷史記憶與民眾觀點》。台北：台原出版社。

孫曼蘋(2001年1月)。〈參與者？中立者？社區媒介與社區關係之初探——以南投縣埔里鎮社區報《希望·埔里》為例〉，「傳播社群與社會整合研討會」論文，台北。

孫曼蘋(2002年5月)。〈社區媒介與公眾服務之探討——以南投縣埔里鎮《水沙連》雜誌為例〉，「傳播學術新發展：傳承與展望」研討會論文，台北。

- 孫曼蘋(2008年7月)。〈社區傳播、媒介素養與賦權——以中部社區報《員林鄉親報》為例〉，「2008年中華傳播學會年會」研討會論文，台北。
- 徐淑卿(2000年10月26日)。〈921社區報，災地發聲〉。《中國時報》，第41版。
- 莊素玉(2008年6月18日)。〈全球化倒退，在地主義興起 知識農民 用有機無毒，種出幸福〉。《天下雜誌》，第399期，頁168-176。
- 薛曼娜、葉明理(2006)。〈社區老人權能激發過程之概念分析〉。《護理雜誌》，第53卷，第2期，頁5-10。
- 謝興國主編(2001)。《協力與培力——全國民間災後重建聯盟兩年工作紀要》。台北：全國民間災後重建聯盟。
- 瓊麻園屏南社大(2008年7月20日)。〈台灣最南端的社大，搭起社區連結〉，「簡單PeoPo隨便聚」公民記者分享，高雄。上網日期：2008年10月15日，取自 <http://www.peopo.org/forum08/post/20049>。
- Atton, C. (2002). *Alternative media*. London, UK: Sage.
- Boehm, A., & Boehm, E. (2003). Community theaters as a means of empowerment in social work. *Journal of Social Work*, 3(3), 283-300.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We media: How audiences are shaping the future of news and information*. Retrieved May 7, 2005, from <http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php?id=P36>.
- Davis, R. (1999). *The web of politics: The internet's impact on the American political system*. NY & Oxford: Oxford University Press.
- Downing, J. (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*. CA: Sage.
- Forde, S. (1997). A descriptive look at the public role of Australian independent alternative press. *Asia Pacific Media Educator*, 3, 118-30.
- Forde, S. (1998). The development of the alternative press in Australia. *Media International Australia*, 87, 114-133.
- Forde, S., Foxwell, K., & Meadows, M. (2003a). Through the lens of the local: Public arena journalism in the Australian community broadcasting sector. *Journalism*, 4(3), 314-335.
- Forde, S., Meadows, M., & Foxwell, K. (2003b). Community radio and local culture: An Australian case study. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 28(3), 231-253.
- Hamelink, J. (1995). *World communication: Disempowerment and self-empowerment*. London & NJ: Zed Book.
- Herman, E., & McChesney, R. (1997). *The global media: The new missionaries of corporate capitalism*. London: Cassell.
- Higgins, J. (1999). Community television and the vision of media literacy, social action, and empowerment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(4), 624-644.

- Hollander, E., Stappers, J., & Jankowski, N. (2002). Community media and community communication. In N. Jankowski & O. Prehn (Eds.). *Community media in the information age: Perspectives and prospects* (pp. 19–30). NJ: Hampton Press.
- Jankowski, N. W. (2002). The conceptual contours of community media. In N. W. Jankowski & O. Prehn (Eds.). *Community media in the information age: Perspectives and prospects* (pp. 3–16). NJ: Hampton Press.
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: An introduction* (2nd ed.). CA: Sage.
- Murdock, G., & Golding, P. (1989). Information poverty and political inequality: Citizenship in the age of privatized communication. *Journal of Communication*, 39(3), 180–195.
- Nigg, H., & Wade, G. (1980). *Community media: Community communication in the UK: video, local TV, film, and photography*. Zürich: Regenbogen-Verlag.
- Rogers, E., & Singhal, A. (2003). Empowerment and communication: Lessons learned from organizing for social change. In P. J. Kalbfleisch (Ed.). *Communication yearbook 27* (pp. 67–85). Mahwah, N. J.; London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sundar, H. U. (2007). *Community informatics and the power of participation*. *Pacific Journalism Review*, 13(2), 29–45.
- Thomas, P. N. (1993). Alternative communications: Problems and prospects. *Media Asia*, 20(2), 63–65.
- Williams, R. (1980). Means of communication as means of production. In *Problems in materialism and culture: Selected essays* (pp. 50–63). London: Verso.
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581–599.

註釋

1. 其中，在台中縣東勢鎮發行的《山城週刊》，從1978年創刊至今，堅守社區服務三十年，且謹守政商分際等專業倫理，2006年獲頒卓越新聞獎第一屆「社會公器獎」。南投縣埔里鎮的《水沙連》屬雜誌型季刊，1978年創刊，致力埔里「藝文造鎮」，影響深遠（參見孫曼蘋，2002）。高雄縣美濃鎮《月光山》，則以建立客家族群認同、成功反對水庫興建而聞名全台（參見林福岳，2002）。
2. 如在2008年9月，正當中國三鹿公司毒奶粉橫掃遍及台灣所有麵製食品時，林如貞適時推出一篇報導，鼓勵讀者改吃安心又健康的米食，還從營養學角度解釋糙米如何有益健康，並細心介紹有機糙米食譜及烹煮方式等，該文既傳遞知識、又相當實用，比主流媒體充滿了「恐嚇」的報導有

可看性得多。

3. 「入穀無米樂」是為提升農村產業文化再造，由社造者、社區營造組織、社區農民協力推出的農村體驗活動。這是一個以付費認養方式，提供民眾下田體驗農耕甘苦的活動，亦即從插秧至收成的半年耕作期間，入穀(股)人可定期受邀或自行去巡田水、觀察稻苗成長，平時則有農人代為耕作，最後還可依收成好壞分配到若干稻米帶回家。活動推出一年後，從地方到中央的公部門一一加入，與農民合作進一步向民眾推廣有機稻米栽培的認知及優質農村文化。