

Eoin Devereux 等著 何哲欣・謝明珊 譯

媒介研究：關鍵議題與爭辯



Media Studies: Key Issues and Debates

國立編譯館與韋伯文化國際出版有限公司合作翻譯發行
國立編譯館主譯

Weber
韋伯文化
良知・品味・責任

內

本書每一章都先明確定義該章節將探討的概念，接著再詳述作者的研究發現。書中也包括了許多歐洲、美國與澳洲的個案研究，章節最末再整理重點摘要，並提供課後活動與延伸閱讀，希望有助於讀者未來的媒體研究。

書中探討的議題，包括媒介分析的社會學與文化研究取徑、媒介與權力、媒體產業、媒體與科技、政治經濟學與媒體所有權、媒體乃公眾領域、新聞與新聞價值、媒體框架、社會結構的媒體再現、階級、種族性、性別、文本與文本分析，以及離散的媒體閱聽眾、全球在地化、全球化等等。

本書淺顯易懂，以貼近學生的文筆撰述。不論是就讀媒體相關科系的學生，或是對傳播、文化研究有興趣的學生，乃至於新聞科系或公共關係科系的學生，本書絕對是會合適的入門參考書。

ISBN : 978-986-6338-23-6



書籍編號：MD01-010 定價：420元

網址：<http://www.weber.com.tw>

GPN: 1009903099

大眾媒體館⑩

媒介研究

關鍵議題與爭辯

Media Studies

Key Issues and Debates

Eoin Devereux／著

何哲欣、謝明珊／譯

國立編譯館／主譯

國立編譯館與韋伯文化國際出版有限公司合作翻譯發行

2010年9月出版



Weber Publication International Ltd
Since 1998 良知 品味 責任
將學術當成一生的志業

大眾媒體館 MD01-010

媒介研究：關鍵議題與爭辯

版權聲明

Chinese Translation © 2010 Weber Publication International Ltd.
English language edition published by SAGE Publications of London,
Thousand Oaks, New Delhi and Singapore, © Eoin Devereux, 2007
ALL RIGHTS RESERVED

著作財產權人：國立編譯館

(地址：台北市大安區和平東路一段 179 號，網址：<http://www.nict.gov.tw>)

主譯：國立編譯館

展售處：國家書店松江門市 地址：104 台北市松江路 209 號 1 樓

國家網路書店：<http://www.govbooks.com.tw> 電話：(02)2518-0207 (代表號)

台中五南文化廣場 地址：台中市區中山路 6 號

電話：(04)2226-0330 傳真：(04)2225-8234

出版者：韋伯文化國際出版有限公司

作者：Eoin Devereux

譯者：何哲欣、謝明珊

發行人：陳坤森

責任編輯：陳佩筠、黃雨婕

營業事業登記證字號：13118544

住址：台北縣永和市永和路二段 285 號 6 樓

網址：<http://www.weber.com.tw>

Email：weber98@ms45.hinet.net

電話：(02)22324332

傳真：(02)29242812

初版一刷：2010 年 9 月

ISBN：978-986-6338-23-6

定價：420 元

版權所有 翻印必究

*著作財產權人：國立編譯館。本書保留所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，
須徵求著作財產權人同意或書面授權
請洽：國立編譯館世界學術著作翻譯委員會(Tel: 02-3322-5558)
GPN：1009903099

FOREWORD

前言：媒介研究的領域觀察

Denis McQuail

三十多年來，儘管媒介研究不斷反抗學者嘗試訂定的闡明與分界，但是媒介研究一直都是學界所認可的研究與教學領域。某種程度上，這樣的反抗源自其內在的特徵：媒介研究是開放探索的領域，無心將其本身視為一門科學的學科，因此，媒介研究沒有特定的典型主題內容或某些理論立場。媒介研究的主題內容極具多樣性、與時俱變，在採用合宜的概念與理論想法時，常會出現刻意拼裝(bricolage)的元素。探索的主題與方式有賴更進一步結合人類的經驗，並且不偏好經驗本質的任何特定觀點。 xvi

雖然媒介研究刻意接納不確定性，卻不免從外界看待它的眼光中獲得某種形象，即使媒介研究從來就沒有任何受到普遍認可的面貌。除此之外，不論是在源遠流長的媒介歷史背景、文化與社會的特定時空中，或是在各個層面的其他媒介研究分支裡較侷限的脈絡中，媒介研究都佔據著相當重要的地位。媒介研究是一門龐大的計畫，觀察者與參與者根據他們認為媒介研究似乎不是哪些面貌以及試圖呈現什麼形象的看法，賦予媒介研究獨特的意義。我們最常依據的是自己對以下事物的理解，即當媒介研究隨著時間演變時，它真正關心的項目與作用究竟是怎麼一回事。媒介研究再現的種類千變萬化，但依然有一系列讀物與文選針對媒介研究提供很好的分析。具權威性與啟發性的作品集始終存在著，不斷測試媒介研究領域這塊沃土的豐富程度，但仍未提供類似入門手冊的書籍，指導我們如何耕耘這個領域。從某些層面來看，這反映出媒介研究領域的固有特質：媒介研究不應該建

構任何新典範，取代其試圖拆解的主流典範。就此看來，媒介研究的精神是共和主義而非君主主義，即使媒介研究並非徹底的平等主義者，也仍舊會讚揚其領域本身的傑出人物。強調媒介研究不願持有任何特定的認同，是一項相當關鍵的指導原則，當外界以其他考量表現、經驗與理解媒介時，此原則能提高媒介的評價。所有承擔此一核心重點本質的事物都處於不斷變動的狀態，端看歷史與文化脈絡和無常的突發事件而定。

就這種呈現媒介研究之過往學術作品與思想的傳統而言，本書是價值卓越的參考書籍，在文化變遷與媒介變遷的時代背景下帶領我們越過世紀之交。本書能讓讀者瞭解當代最新的理論路線與研究方向，作者群小心翼翼地建構論述，將重點聚焦在媒介研究領域的核心議題，遵循闡述與舉例說明的常見模式，反映出獨特的編輯觀點。本書集結了各種元素，從方法論與理論探討的角度，整合各種已觀察到結果的例證分析。正因如此，對於希望至少能粗略涉獵媒介領域、獲知其浩瀚內容之指引的讀者來說，本書將會是最饒富趣味的研究主題。透過呈現媒介研究的相關書籍達成此目的向來不是什麼難題，但是現今媒介研究無疑已經到達成熟的階段，也能提供更多論點。下文評論旨在提供媒介研究領域本質的新觀點，不盡然是從外部的角度，但也不是從媒體從業人員的角度出發。

我們或許能先從探索的典範著手，這些典範是針對最常受到否決的部分，也就是重新釐清媒介研究不該是、或者最好不要呈現何種面貌。但無庸置疑的是，媒介研究已到了可供比較的時機，因「大眾媒介」的研究自上個世紀前幾十年即已展開。當時印刷品、影音和圖像等各種流行傳播形式都發揮了預期之外的文化與社會影響力，吸引了範圍相當廣泛的觀察者目光，包括人類學、社會學、教育、新聞學、政治學與藝術等各種不同背景的學者。可提供這些入迷者依據指引的主流學科或主流典範尚不存在，但人們普遍已對媒介現象的新奇特徵深深著迷。這些特徵尤其包括媒介的廣大人氣(此時的媒介會讓大眾感到畏懼，民主政體也感到又愛又恨)，還有媒介與既存的美學和道德判斷體系、以及對這類活動的社會規範之間的不一致關係。這兩大基本特徵具有潛在的關聯，因為就藝術與道德的支配標準而言，要在

未引發某種個人或社會反常的情況下理解大眾藝術銳不可擋的吸引力，似乎相當困難。許多觀察者遵循的方向，要不是指出「大眾文化」（就定義而言，其本身就有所缺陷）的「迷」在個性或環境上的不足，就是要尋找某些社會狀態，這些狀態滋生了文化的亂象(cultural weeds)。其他觀察家的回應方式則是不斷捍衛大眾人群避開具高度道德觀者的鄙視，甚至希望為遭受高壓統治的平民百姓尋求文化價值或個人報酬，或是為世人眼中明顯可改善的社會狀態找出正當理由。 xviii

這些對媒介研究的綜合回應，在各種反映出工業化大眾社會本質與當代人文科學狀態的影響力之下，聚結成對大眾媒介與大眾文化典型特徵之效果(與起因不同)的探索。這種探索通常傾向聚焦於可能傷害個體的效果，如此才能貼近一般社會的普遍想法：大眾文化隸屬於未受管制、雜亂無章的社會生活領域，而在功利主義的原則(與生活中的嚴酷現實)下，研究發現都應該有助於改善部分社會問題，任何組織化探討才有實行的正當理由。如果研究目的並非找出社會問題的解決方案(或是解釋失敗的理由)，就是要尋求勸服、行銷、宣傳與有用(至少對消息來源而言)的大眾資訊等實用性目標。不受這類關聯性標準的控管、試圖描述與理解新的文化場景，並對解釋與評價抱持開放態度的研究，在探討媒介的研究光譜上幾乎不存在。

學術探究相當盛行，而保有傳統標準的人文與藝術制度性世界採用具描述性、推測性、分析性的探索模式，和應用於研究的科學模式涇渭分明，突顯了上述情況，也讓其持續存在，安然度過現代主義帶來的風暴。二十世紀中葉之後，批判理論興起，人們開始(或再次)肯定大眾文化的價值(從各種層面來看，當然還有許多值得我們肯定的事物)，上述情況即藉此在影響研究的舊有秩序下，將平衡點轉移到媒介研究。不論各種情況，這些評論旨在解釋舊有典範(暫且不論其極具解釋效力)的缺陷，其導致了傲慢與選擇性忽視。舊有典範不獲接納的元素在於其過分強調效果的探索(絕大多數都是荒誕不經的情況)、工具主義與科學主義(通常還有行為主義)，而從媒介研究(從媒介的所有層面探討媒介本身)的主要元素來看，舊有典範也太過膚淺。至於「效果」的研究，我們還可以補充說它所根據的是一種誤解溝通「權力」的概念，認為溝通權力是某種控制來源、透過「訊息」

而具體實現的東西，而非所有牽涉其中、絕大多數來自計畫方向之外的事物相互發展的結果，其結果難以預測。

xiv 學界已不再爭辯新舊典範各自的優點(本書亦無相關論述)，畢竟兩種典範早就已經分道揚鑣、或是相互混雜，不過試圖找出可能的優點亦無傷大雅。儘管在目前的媒介研究領域中，相關爭辯已不像過去那麼多，本書接下來的章節所探討的某些「關鍵議題與爭辯」，確實仍無可避免地反映出一部分各種社會科學與人文學派百家爭鳴的年代所出現的長期論點。這些爭辯的內部重點之一，首重關懷文化主義與政經取徑之間的差異，不過即便如此，重點還是在於兩大知識行動之間持續已久的緊張關係，其源於批判理論，其二則是來自希望以新方式探討特定美學以及文化表現與經驗的想法。

如果過去盛行的典範因令人不滿意而遭到拒斥，那麼媒介研究就其當今地位或做為一種替代選項，在本質上還可以提供什麼？為了提供客觀說明，這裡必須提出一些主觀的認知與詮釋。媒介研究此一新興開放領域的核心是「藝術作品」(即藝術品)、文本(或文化產品)，不論是影片、歌曲、電視劇或其他文類，主要都是根據「受歡迎程度」的特質挑選出來以吸引眾人注意，受歡迎程度的指標則是規模、範圍、普遍性或是吸引力的維持時間，或是對較小團體的吸引力強度。辨別或評比可能吸引對象的確切標準並不存在，不過實際上，如果媒介產出能引發(或回應)興趣，或是開放給廣泛的研究，其所有面向都能牽涉其中。探討的對象可以從幾種層面加以考量，最重要的面向包括下列三種：其建構(construct)方式、涵蓋的「展演」(performance)以及接收(reception)。這三種面向通常彼此相關或可建立關聯，不過每一面向也能各自指向不同的方向。第一種面向為重要文本在作品或符號形式中的建構方式，考量以下層面：語言表意系統(signification)、「真實」的再現、文類的問題，也可能包含美學或倫理的議題。更進一步來看，這樣的研究軌跡帶領我們前往產製、宣傳與行銷的系統或組織，包括財務、政治與產業結構等問題。此一研究取徑的不同時間點上，還會出現許多通往科技與媒介理論的小徑。

「展演」面向可能意指選擇對象在運作上的所有層面，不過大多是指消息來源的個人(或人群)與實際存在或想像出來的觀眾之間發

展的關係，這種關係橫跨時空而延伸，但在兩者接觸當下時才最為顯著與強烈。討論核心在於作者、表演者、演員、音樂家、設計師等人的觀點，不但與其意圖、刻意營造的意義與效果有關，也關乎其扮演的角色，具有程度不一的自我意識。作者/演員自我選擇的人物或自我形象，以及其採用或分配的角色，在特定範例中也可以指引我們探討社會文本與產製組織的問題，將之與挑選類型和內容所引發的議題連結在一起。這些言論並非試圖意指文化產品類型之間的特殊差異，儘管我們有時候也不得不這麼做。尤其，即使受到討論的「展演」內容相當多元，常見的展演問題皆或多或少與資訊、娛樂、宗教或藝術表現有關。這麼一來，媒介研究獲得了一個大致不受限的領域可盡情探索，也能逃離某些尚未找出答案前就先放棄問題的傳統範疇或評價方式。即便如此，此一媒介研究的面向或許還是比其他面向更難以處理，原因在於其違反了許多常見的假設，尤其是有關「媒介」為何的假設。 xx

上述的第三種面向，亦即研究對象的接收，也包括關係與意義，尤其是作品與表演者之間的關係，以及作品與「接收者」(由各式範疇定義)的關係。後者通常須區分出以下三者的差異：(1)個別的個人；(2)透過與成員有關的方式界定出的團體(不論他們是自我認同的一部分、能為傳播經驗帶來什麼，或是迷組成的團體，具有不同或不相關的特性)；(3)媒介閱聽人，被理解或界定為「目標」、「市場」，或是一群無意中聚集在一起(或是彼此相遇、或是被操弄)的觀眾。

接收本身是一種廣泛的概念，包含接收者之「展演」的各種元素，可能的角色種類廣泛，取決於文類與情況，以及許多不同的例行工作與行動，這些例行工作與行動能在其他典範之內決定何者可稱為「媒介使用」或「行為」。「意義」的問題是接收的核心，一部分是因為其最接近媒介研究最常見的「效果」議題(先不論接收本身就是媒介的主要效果)。即使是媒介效果的傳統觀念也關注內容如何「獲得理解」的問題上，不過往往已帶有對於理解方式的成見，先入為主來自其他訊息來源。一般認為文化內容與展演無法脫離效果，但這不僅有賴「客觀的」觀察者的決心，也取決於「接收者」的理解情形與目的。

接收中的關係元素根據簡要表明的差異，關注消息來源與表演者 xxi

的參與、互惠性與回應的問題，以及與「閱聽人」的關係。接收過程並非只是個人做出的短暫選擇或對個人的「衝擊」，而是一種廣泛的概念，也必須考量到隨後與其他「接收者」的反思、對話與互動。因為這些潛在關係與其運作的方式，相較於固有的社會與團體環境和背景來說往往較不重要，上述概念也因此帶來了不同的研究取徑。上述所謂媒介研究的「探討客體」，不能減化為客體或行為，更相關是較廣泛的文化與社會實體。

我們可以在此一顯然以媒介為中心的觀點上，繼續增加許多細節與限定條件，而在這種精簡過的形式中，其看起來似乎不是真實的再現，而更像是一種誇張的描述。不過這樣的觀點應該涵蓋足夠的真理，以幫助我們釐清媒介研究與其過去一度主導的「研究母體」(parent)之間的差異(並非意味要排除這種關係的其他觀點)。我們要繼續闡述許多瀏覽本書時會出現的其他議題，以及它們如何指出媒介研究領域目前的情況與方向。現代學術體系曾試圖在媒介研究上強加學科認同，但我們應該很清楚，媒介研究為什麼並不真的需要某種特定的學科認同。即使是「跨學科」(interdisciplinary)一詞也可能出現誤解，因為其相信舊有區分方式的表面價值，包括這些區分方式有時具排他性或侷限的主張。即便如此，上述文字還是可以清楚闡明：幾乎所有來自媒介領域的問題，都能通往特定舊有研究分支所主張的研究領域。媒介研究的領域太過複雜，因此我們如果未因其他現有知識或探究框架的潛力與觀點而得利，就會顯得相當愚蠢。我們沒有理由浪費太多時間在界限的爭辯上，本書作者群都未在此耗費精力。

我們並未提到研究方法與方法論的問題，儘管從上文描述的研究本質來看，顯然我們常強調資訊所需的深度與細節，必須進一步應用、甚或發展所謂的「質性」方法。這些方法必須能揭露各種相互關聯之「訊息」的意義與類型，訊息本身在此脈絡下就是含義相當不清楚的用語。各種「論述分析」和種類同樣繁多的「民族誌」兩者之卓越地位，在過去的研究中都十分顯著。但是量化卻沒有太大的空間，能像在傳統社會科學中般被當作核心的方法論原則，因為計數一直都是記錄「質量」時極度不精準的方法。媒介研究主題的類型、範圍與規模相當龐大，無法縮減為數字來概括。就某些研究重點而言，我們

在某些時間點仍須面對概化的需求，但也只能留待後人來為我們達成。

本書內容代表著媒介研究的豐碩成果，在其引導下探索與涉獵此一某種程度稱得上艱澀的領域，可能還是會獲得不必要或不想要的結果，亦即只能粗略地瞭解媒介研究，並且得出媒介研究不足為奇的結論。順帶一提，我們必須聲明，這樣的描繪不能僅以直截了當的方式、指向或源自明確架構的特徵層級來理解。相反地，我們應該描繪出極為複雜、不確定、組織成分不斷改變的要素生態。許多因果關係與邏輯原則存在著，但大部分都與特定情況有關、難以預測，並持續被創造、改變或保留。有鑑於此和潛在的領域範圍，媒介研究具有很多不確定性，尤其是如何選擇、規劃研究對象，以及最合適的媒介研究方法這些面向。這些研究重點的進展不能只靠某些全面的計畫，我們也無法期待達到某些特定的知識或圓滿結束。即便如此，媒介研究與所有學術領域一樣(甚至有過之而無不及)，我們很難追得上變遷的速度，基於此一理由與其他因素，媒介研究也具有相當脆弱的領域。在這些領域中，我自己選擇的目標與具不確定性和挑戰的三大特定領域有關(本書內容絕對少不了這一塊)，也就是與下列有關的問題：媒介本質論的議題、科技的諸多面向、公民權與民主政治，以及針對可主要視為「傳播」的研究，以及傳播在其中不太重要的相關領域和論述(例如運動、休閒、旅行、物質消費等領域)，兩者之間有何界線(或缺乏界線)。最後，我必須聲明，上述的個人觀點一定會不自覺地反映出偏見，認為傳播就是核心的焦點或過程所在，也可能錯誤百出、導致讀者的誤解。

馬奎爾(Denis McQuail)
寫於阿姆斯特丹大學

ACKNOWLEDGEMENTS

謝詞

僅以本書向倫敦賽吉出版社(Sage)的霍爾(Julia Hall)、馬圖(Gurdeep xxiii
Mattu)與安特克利夫(Ian Antcliff)；利莫瑞克大學(University of Limerick)的
克里(Brian Keary)、海恩斯(Amanda Haynes)、布林(Michael Breen)、麥卡錫
(Anne McCarthy)、羅根(John Logan)、庫林(Carmen Kuhling)、拜恩(Elle Byrne)
與班頓(Paul Bundon)；以及費茲傑拉德(Ger Fitzgerald)、摩爾(Sarah Moore)、
麥高恩(Niall McGowan)、哈爾品(Leo Halpin)、歐弗林(Michael O'Flynn)與
洛夫特斯(Sandra Loftus)等友人致謝。麗茲(Liz)、喬伊(Joe)與蓋文(Gavin)
的善解人意、熱情相挺，在此也一併送上最誠摯的謝意。

CONTENTS

目錄

前言	vii
謝詞	xv
緒論	1
壹、寫給學生	1
貳、本書的組織	3
參、關鍵議題	4
參考書目	7
第一章 連結迷思的分歧：媒介分析的政治經濟學取徑與文化研究取徑	9
壹、緒言	9
貳、思考兩者的分歧：衝突與連續性	11
參、政治經濟學	12
肆、文化研究	18
伍、媒介的整體論取徑	21
陸、結論	26
重點摘要	27
參考書目	30
第二章 媒體產業：結構、策略與爭辯	35
壹、緒言	35
貳、產業趨勢	36
參、結構與策略	40
肆、引發爭辯	51
伍、結論：大眾媒介的時代是否已經結束？	55

重點摘要	56
參考書目	58
第三章 大眾媒介與新媒介科技	61
壹、緒言	61
貳、新媒介和新媒介科技	63
參、產製者	67
肆、內容	71
伍、閱聽人	74
陸、對未來的可能影響	76
柒、結論	79
重點摘要	80
參考書目	81
第四章 揭開錯綜複雜的論述分析	85
壹、緒言	85
貳、取徑	86
參、從文本到社會脈絡	88
肆、尋求穩定性	89
伍、新論述與其分析原因	92
陸、新聞分析的框架	93
柒、結論	101
重點摘要	102
參考書目	105
第五章 新聞內容研究、媒介小組研究方法與論述分析	109
壹、緒言	109
貳、內容分析	110
參、范狄克與費爾克拉夫：論述和意識型態	112
肆、文本分析的三種研究方法	116
伍、產製過程和新聞文本分析	122
陸、費爾克拉夫的批判論述分析	126
柒、范狄克和四大意識型態概念	131
捌、訊息的產製、內容和接收	139

玖、結論	143
重點摘要	144
參考書目	145
第六章 框架化與框架分析	147
壹、緒言	148
貳、分析媒介產製	152
參、分析媒介內容：框架是什麼樣子？我們能如何察覺？	153
肆、媒介文本框架化分析的一些實例	156
伍、框架分析的觀念釐清與進行反思性研究	161
陸、跳脫思考侷限：社會學想像和脈絡化框架	164
柒、分析媒介影響：檢測「框架」對閱聽人的影響	165
捌、結合框架化的產製、內容和訊息接收研究	167
玖、結論	169
重點摘要	170
參考書目	172
第七章 媒介對社會世界的再現：族群與「種族」	175
壹、緒言	175
貳、「種族」和族群的概念	177
參、媒介對族群關係和種族關係的重要性	179
肆、分析大眾媒介中的「種族」與族群	181
伍、研究再現	188
陸、結論	198
重點摘要	199
參考書目	202
第八章 媒介對社會結構的再現：性別	205
壹、緒言	205
貳、性別與文類	211
參、結論	221
重點摘要	222
參考書目	223
第九章 媒介、權力與政治文化	227

壹、緒言·····	227
貳、四大變遷因素·····	232
參、結論·····	241
重點摘要·····	243
參考書目·····	244
第十章 新聞價值：鄰近性與規模·····	247
壹、緒言·····	247
貳、理論·····	250
參、鄰近性·····	251
肆、規模·····	252
伍、鄰近性和規模的一致性·····	253
陸、偏差和社會重要性·····	254
柒、假設·····	255
捌、方法·····	256
玖、結果·····	257
拾、結論·····	259
重點摘要·····	261
參考書目·····	263
第十一章 文本與文本分析·····	267
壹、緒言·····	268
貳、脈絡·····	271
參、文本·····	277
肆、個案研究：分析的過程·····	279
伍、結論·····	291
重點摘要·····	292
參考書目·····	298
第十二章 分析虛構電視節目之文類·····	303
壹、緒言·····	303
貳、起源與發展·····	304
參、文類與閱聽人·····	305
肆、文類與產業·····	307

伍、文類：當代的重新定向·····	309
陸、文類與混雜·····	310
柒、文類與再現政治·····	312
捌、結論·····	318
重點摘要·····	319
參考書目·····	320
第十三章 從家庭電視到臥室文化：青少年的家庭媒介·····	323
壹、緒言·····	323
貳、公共與私人休閒空間·····	324
參、街頭文化的衰落·····	326
肆、回歸家中·····	328
伍、從家庭電視到臥室文化·····	330
陸、臥室文化·····	331
柒、便利性·····	332
捌、逃避·····	334
玖、認同·····	336
拾、結論：臥室文化·····	338
拾壹、摘要：以各自分開的方式住在一起·····	339
重點摘要·····	339
參考書目·····	341
第十四章 迷文化：差異的展演·····	345
壹、緒言·····	345
貳、定義粉絲·····	348
參、文化面向·····	351
肆、展演面向·····	353
伍、在地面向·····	358
陸、結論·····	359
重點摘要·····	361
參考書目·····	362
第十五章 社群媒介與公共領域·····	369
壹、緒言·····	369