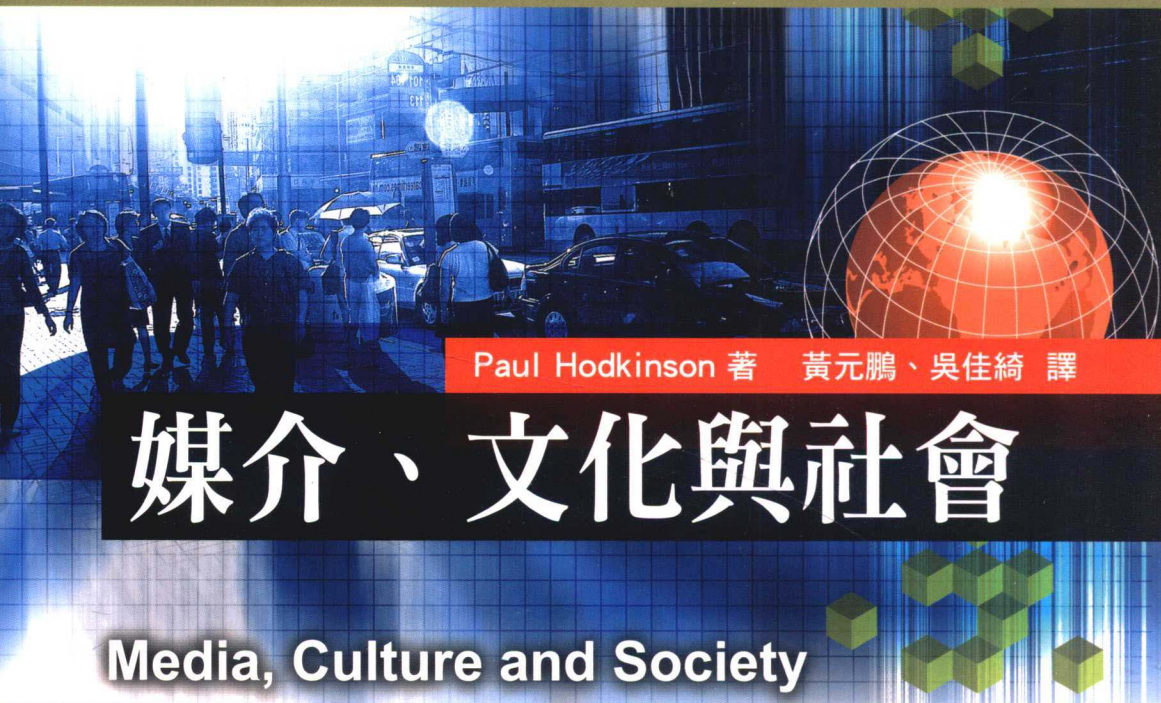




Paul Hodgkinson 著 黃元鵬、吳佳綺 譯

媒介、文化與社會

Media, Culture and Society

國家教育研究院與韋伯文化國際出版有限公司合作翻譯發行
國家教育研究院 主譯

Weber
韋伯文化
良知・品味・責任

文化傳播館③

媒介、文化與社會

MEDIA, CULTURE AND SOCIETY

Paul Hodgkinson／著

黃元鵬、吳佳綺／譯

國家教育研究院／主譯

國家教育研究院與韋伯文化國際出版有限公司合作翻譯發行

2013 年 5 月出版

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

媒介、文化與社會 / Paul Hodkinson 著；國家教育研究院
主譯：黃元鵬、吳佳綺譯 -- 初版 -- 新北市：韋伯文
化國際, 2013.5

面：公分 - 文化傳播館；MD09-003)

譯自：Media, Culture and Society: An Introduction

ISBN 978-986-6338-65-6 (平裝)

1. 傳播社會學 2. 流行文化

541.83

101027153

版權聲明

Translation copyright © 2013 by Weber Publication International Ltd.
English language edition published by SAGE Publications of London,
Thousand Oaks, New Delhi and Singapore © Paul Hodkinson, 2011
ALL RIGHTS RESERVED

書名：媒介、文化與社會

作者：Paul Hodkinson

主譯：國家教育研究院

(地址：23703 新北市三峽區三樹路 2 號；網址：<http://www.naer.edu.tw>)

譯者：黃元鵬、吳佳綺

責任編輯：黃斯佳、馮苡桐

出版者：韋伯文化國際出版有限公司

營業事業登記證字號：13118544

住址：新北市永和區永和路二段 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：2013 年 5 月

(本書除紙本外，並無其他類型版本流通)

定價：380 元

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

GPN：1010200831

ISBN：978-986-6338-65-6

*著作財產權人：國家教育研究院。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：國家教育研究院編譯發展中心(Tel: 02-3322-5558)

ACKNOWLEDGEMENTS

謝詞

竭誠感謝薩里大學(University of Surrey)社會系提供我優良的研究 xii
環境，特別是讓我有時間撰寫本書。

我也要特別感謝善瓦士(Cornel Sandvoss)、亞歷山大(Victoria Alexander)與布恩(Vivienne Boon)等人對於本書初稿的珍貴評語。

同樣感謝麥畢斯(Graham McBeath)讓我在諾森頓大學(University of Northampton)受教良多。我亦十分感念當我在伯明罕大學(University of Birmingham)的文化研究學系求學期間，啟發我在媒介、文化與社會方面研究興趣的師友們。

在本書製作前後，賽吉出版社(SAGE)給予協助的所有同仁，我亦謹此致謝。

我還要謝謝我的全部學生，本書極大部分的內容，(但願)他們都能感到熟悉；沒有他們，我的熱情與理解必將大形失色。

最後，我要向昆名斯(Holly Cummins)獻上最深的謝意。她不屈不撓、一絲不苟而且永遠樂在其中的校對，以及她所做的一切，無不令我感激不盡。

CONTENTS

目錄

謝詞.....v

第一章 導論.....1

 壹、導言.....1

 貳、起點：形塑、反映與再現.....4

 參、傳播過程.....7

 肆、社會文化脈絡中的媒介元素.....11

 伍、建立連結.....15

第一部分 媒介的元素

第二章 媒介技術.....19

 壹、導言.....19

 貳、對立的媒介理論.....20

 參、技術決定論.....26

 肆、邁進數位時代.....33

 伍、網際網路：社會疾病的藥方？.....37

 陸、結論：脈絡下的技術.....39

第三章 媒介產業.....43

 壹、導言.....43

 貳、媒介組織.....45

 參、底線：收入的來源.....50

 肆、贊助商的角色.....54

伍、政府與管制.....	57
陸、結論：經濟決定論？.....	63
第四章 媒介內容	67
壹、導言.....	67
貳、媒介文本乃符號的排列.....	68
參、敘事、文類與論述分析.....	78
肆、從質性到量化的內容分析.....	83
伍、結論：將文本置入脈絡.....	89
第五章 媒介使用者	93
壹、導言.....	93
貳、閱聽人研究的美國經驗主義傳統.....	94
參、文化研究：支配性與對立性解讀.....	104
肆、結論：一個無批判的慶祝？.....	111

第二部分 媒介、權力與控制

第六章 媒介即操縱？馬克思主義與意識型態	117
壹、導言.....	117
貳、馬克思主義與意識型態：基本概念.....	118
參、文化工業乃大眾詐騙.....	120
肆、意識型態的意義.....	125
伍、政治經濟學與意識型態.....	131
陸、論證與批判.....	136
柒、複雜的溝通流程與消費者抵抗.....	137
捌、結論：避免草率駁斥.....	139
第七章 新聞建構	143
壹、導言.....	143
貳、選擇、把關與議題設定.....	145
參、建構報導.....	152
肆、新聞提供者之間的差異.....	155
伍、相似性：回到偏頗與意識型態？.....	158

陸、結論：壞消息？.....	165
第八章 公共服務或個人娛樂？控制媒介取向.....	169
壹、導言.....	169
貳、公共廣電服務.....	170
參、審查制度：避免傷害與冒犯.....	178
肆、商業競爭與消費者選擇.....	185
伍、結論：光明的商業未來？.....	192
第九章 全國公眾的衰落：商業化、零碎化與全球化.....	197
壹、導言.....	197
貳、媒介與公共領域.....	198
參、國族做為「想像的共同體」.....	202
肆、公共領域的衰落.....	205
伍、數位對於國族的稀釋.....	208
陸、結論：全國公眾——重生了嗎？.....	216

第三部分 媒介、認同與文化

第十章 媒介、族群與離散.....	223
壹、導言.....	223
貳、種族歧視與排擠.....	224
參、再現.....	226
肆、提升「正面」形象.....	231
伍、新族群與離散.....	237
陸、閱聽人的分化.....	241
柒、結論：是給予力量或是強迫集中？.....	245
第十一章 媒介、性別與性慾特質.....	249
壹、導言.....	249
貳、陰性特質的建構.....	250
參、賦權的可能.....	261
肆、媒介與陽剛特質.....	267
伍、超越異性戀.....	271

陸、結論：平衡的取徑.....	275
第十二章 媒介社群：次文化、迷與認同團體.....	279
壹、導言.....	279
貳、媒介 vs. 社群.....	280
參、道德恐慌與大眾媒介的汙名化.....	285
肆、鎖定社群.....	287
伍、DIY 媒介和網路通訊.....	294
陸、結論：一切都是與定義有關？.....	301
第十三章 飽和、流動、以及意義的消失.....	305
壹、導言.....	305
貳、飽和：意義的喪失.....	306
參、認同：零碎與流動性.....	314
肆、網路做為虛擬遊樂場.....	317
伍、結論：飽和但真實？.....	324
名詞解釋.....	329
參考書目.....	345
索引.....	359

CHAPTER 1

導論

章節重點：

- 媒介、文化與社會等觀念的介紹。
- 媒介再現與社會的關係。
- 傳播過程的線性模型。
- 社會與文化脈絡中媒介相關元素的建議模型。
- 後續各章摘要。

1

壹、導言

媒介與傳播居於我們日常生活的核心程度，或許已達前所未有的地步。無論是在工作場合、家裡、公共場所，或者從某個地點移動到另一個地方，我們鮮少能遠離經由中介而呈現的聲音、影像或文字，其形式或許是電視、廣播、報紙、雜誌、行動電話、個人音樂播放器、遊戲機或網際網路。有時是在我們獨處的情況、有時則是在我們與他人為伍之際，媒介總是娛樂我們，使我們能與朋友和社群維繫關係，提供我們對生活周遭世界的種種詮釋，以及形塑身分認同和想像力的資源。媒介在日常生活起居作息中佔據著重要的地位，這也意味著圍繞在我們四周且範圍更廣的文化和社會之本質與特性，媒介對其必然有著重大的涵義。可以這麼說：我們生活在

媒介文化與媒介社會中。媒介在廣大的社會與文化世界中運作，而本書正是媒介與這種社會和文化之間關係的導論。

一、媒介、文化、社會

我們應隨時謹記：*media*(媒介)是 *medium*(媒介)一詞的複數形式，它主要是指在起點和目的地之間傳播內容的工具。

- 2 就這一點而言，人類的身體可謂最初、也是最基礎的媒介，它將思想、觀念與情緒轉移到言說或肢體語言之中，使他人能聽見或看見。但是我們此處所關心的是人工形式的媒介，舉例來說，這些媒介強化並延伸我們的傳播能力，遠超過肉體能耐的限度，改變我們所能有表達的範圍，並且將我們所要表達的內容傳播至更長遠的距離或者傳播給更大量的人們。

以極端情況來說，這樣的媒介使我們無需在同一房間、同一城鎮甚或同一國家，就能與朋友互動；以另一極端來看，也許可以讓相當少數專業媒介生產者同時向數以百萬計的接收者傳送大量內容。這些生產者、他們所使用的技術以及所散播的內容，通常合稱為「媒介」，而如此用法儼然已為人接受。然而，將媒介理解為複數的與多樣的，這一點仍舊非常重要，儘管在我們的討論中，大規模的「大眾媒介」(*mass media*)之角色十分吃重，我們也會聚焦於範圍廣泛、形式與規模各不相同的種種傳播，而這些傳播涉及無數的機構、團體與個人。

本書的討論中，文化一詞的兩個相關意義攸關緊要，它們是在威廉斯(Raymond Williams, 1988; 1989)關於這個主題的重要著作中所被提出來的。

首先，文化一詞的意義常常被用以指稱創造性的表現，或者如威廉斯的說法，是指「知性以及尤其是藝術活動的實踐和作品」(Williams, 1988: 90)。傳統上，文化這個詞的意義乃保留給菁英或「高等」形式的文學、音樂、藝術與戲劇，但是其用法也逐漸擴充，涵括範圍較大的所謂流行文化，包含如流行音樂、流行小說或戲劇等

項目。如威廉斯的說法，「文化是普通的」(Williams, 1989: 3)。在某些論點上，我們將在這個較有限的意義下使用文化一詞，包括將其視為工具用以指稱經由中介的表現形式與表現實踐。

不過，很重要的是：諸如此類的創造形式與活動，僅只是構成文化這個詞彙第二層重要意義的一部分而已。此意義乃做為一種工具，以指稱整個社會或群體的所有生活方式，包括價值、意義、認同、傳統、行為規範，以及認識世界的種種方式。

威廉斯指出，這兩種意義固然有別，卻是密切相關的。畢竟在一個特定社會中的創造性、藝術與知性表現的實踐，總是囊括一切，從知名藝術、文學、音樂或電視節目的產品與消費，到草根舞蹈、音樂製作、服裝與崇拜行為等等，以上所有內容共同形成該社會整體生活方式不可分割的一部分。是以文化這個詞彙通常同時意指創造性實踐以及廣泛的生活方式，不論它是指與特定族群〔如「龐克文化」(punk culture)〕有關的獨特認同、儀式、實踐與表現形式，或者是指特定活動(如「電視文化」)，再或者是指一種更為普遍的方式，能跨越廣泛的族群而產生許許多多不同的文化特徵及實踐。

同時，社會則是一個與文化密切相關卻又略為廣義的詞，意指我們所生存的整體社會世界，或是「相對而言較大群體的人所居住的機構與關係之整體組織」(Williams, 1988: 291)。社會一詞特別強調社會關係，包括日常互動之細節、廣泛的社會分組之運作、社會分化之分門別類，如基於階級、種族與性別等分類。

財富、權力與不平等的模式，如同社會制度一樣，是社會更深一層的核心；那些社會制度包括治理與法律的工具、教育體系、宗教組織、營利企業，與家庭之類的小型單元組織。這些制度和財富、權力與控制等已確立的階層體系，共同形成一組複雜的結構，社會關係便經由此結構具體生成。

對研究社會的人來說，其中一個重要問題是關於既有結構與人類能動性(agency)之間的關係，此處所謂的能動性意指人類自我決定的能力。難道我們會受到我們出生時的性別、社會階級、種族分類

的影響——或事實上家庭結構、教育體系或宗教制度在我們的生活中扮演曾著重要的角色？或者我們有能力足以決定自己的未來？在當代社會生活的眾多層級，媒介都如此舉足輕重，以致於成為結構與能動性問題中的重要考量。

重要的是，關於社會的構成、社會關係的安排、或結構與能動性的平衡等問題，我們難以想像對這些問題的研究能排除生活與表現之文化面向，畢竟，這些面向是位於所有社會之核心。同樣難以想像的是：當一個人在探究文化儀式、理解、認同或創造性實踐等問題時，如何能夠將它們所置身的社會環境完全排除在外。

與「文化」或「社會」兩個詞相關的重點，在某些方面確有不同，但是二者仍是相當重疊且模糊難辨的，特別是社會與文化做為生活方式的廣泛意義方面的聯結，而我希望讀者能安於這種模糊不明。接下來的討論中，在不同階段會產生對其中一詞的特別強調，而我們最終關切的重點是，傳播媒介與這兩個詞所涵蓋的諸多現象之間的關係。我們將研究媒介以各種方式成為我們稱之為廣泛的社會與文化環境的固有成分之可能性；這裡所謂的社會與文化環境包括財富之分配、權力與影響力、社會結構與制度之運作、階級、性別與種族關係、認同與社群之模式、觀念與理解、知性之實踐、藝術與創造性表現以及廣泛的生活方式。

貳、起點：形塑、反映與再現

想要深入理解媒介的角色與我們生活於其中的廣泛社會與文化環境在上述眾多特徵之間的關係，必然是一件複雜的任務。所以，讓我們一步一步來，就以研究大眾媒介之內容與社會的關係兩個簡單且相對的方法為思考起點。為求討論之便，且假定此處所稱的「社會」包括在整體生活方式這個廣泛意義下的文化。

某些研究方法視媒介為建構者(constructors)或形塑者(shapers)，主張媒介所散布的內容有能力左右眾人並影響社會之未來(參見圖 1.1)。



圖 1.1：媒介是形塑者

有各種各樣的論點可符合這個研究方法，例如有些人主張媒介對性與暴力的描繪足以影響觀看者，使其真實的生活變得更加放蕩或危險；其他有些人則警告說，對於種族和性方面的少數團體之刻板印象的描述，或許會導致他們在社會上的地位更趨邊緣化。這一類論點還包括媒介之政治或道德偏差方面，認為這會令觀眾受到特定意見的操縱。另一些人則宣稱，在某個社會中的媒介，其內容的普遍品質將會影響該社會人口能有多少見識、有多麼投入，或者具多少創造力。以上觀點無不聚焦於媒介可能影響或左右我們的種種方式。

其他研究者並不關注媒介內容如何形塑我們，而是在乎媒介反映(reflect or mirror)社會的各種方式(參見圖 1.2)。據此觀點，媒介的主導作用在於向我們反映社會中已存在的重要事件、行為、認同、社會關係或價值。因此媒介之所以更受重視，是因為它追隨的方式而非引導的方式。



5

圖 1.2：媒介是明鏡

從這個觀點來看，若是媒介受性與暴力的內容主導，那是因為在我們所生活的社會中這些已是重要的議題，而假使特定意見或價值在媒介內容中較為突出，那也只是反映現狀而已。於是，每當被指責以偏差手段操控輿論，新聞從業人士總是以「別怪罪郵差」這句口頭禪自我辯解。上述觀點意味媒介只是中性地反映世界，要是其內容令我們不悅，則我們應該試圖改進世界，而不是責難媒介。

如亞歷山大(Victoria Alexander, 2003)的研究所顯示的，媒介反映社會這個信念，已促使一些分析家嘗試藉由研究媒介內容，去了解

真實社會中變遷的結構、文化規範或政治。這種分析是相當有益的，例如在一九八〇年代的好萊塢動作片或戰爭片中〔〈洛基〉(Rocky)、〈捍衛戰士〉(Top Gun)、〈第七號情報員續集〉(From Russia with Love)〕，壞蛋常常來自前蘇聯，正好反映當時真實世界裡美國與蘇聯的冷戰緊張情勢。到一九九〇年代時，大體上冷戰已經終結，美國的外交政策轉向中東，這一點很明顯地反映於好萊塢電影中對於阿拉伯或非洲敵人的極力強調〔〈愛國者遊戲〉(Patriot Games)、〈黑鷹計畫〉(Black Hawk Down)、〈緊急動員〉(The Siege)〕。

然而，就其極端形式來說，主張媒介內容不是形塑就是反映社會，此種非此即彼的概念，都是過於簡化的；改善之道是將此二種觀點看作一個循環而涵括雙方的過程。視媒介為明鏡這個研究方法，其用處在於提醒我們媒介的內容並非捕風捉影的，它與真實事件、普遍的社會趨勢及文化價值的關係密切。但是，媒介內容亦非完美或中立不倚地反映這些對象。媒介生產者對於何者應被呈現具有高度選擇性，而且他們是以非常特定的方式呈現其所選擇的內容。他們給予我們的不是鏡子，而是關於世界面貌之選擇、加工過的一整套再現(representations, 或 re-presentations)。霍爾(Stuart Hall 1982: 64)解釋道：「再現與反映(reflection)是極為不同的觀念，再現意味著積極地選擇和呈現、以及組織和形塑。」

- 6 比如電視肥皂劇，其內容便是與廣大社會現有的顯著情況、困境息息相關，然而這些節目也不是單純地反映社會而已，因為僅有某些角色、議題和事件能被納入，而且它們是以特殊且戲劇化的煽情方式再現在觀眾眼前。同樣地，如上所述的好萊塢電影裡反派角色之種族或國籍元素，確實和真實世界美國的外交政策頗有關聯；但是它所展示的，是對於美國導向之特定觀點的選擇性強調，並非構成世界的中性反映。

由於媒介的再現是選擇性且加工過的，這使得他們所再現出來的世界，有時候和他們宣稱所再現的世界之間大有不同，而媒介之所以也有可能影響我們，其可能性的來源正是如此。媒介有志一同地反覆強調特定意見、主題、事件或實踐，加上持續地排除其他內

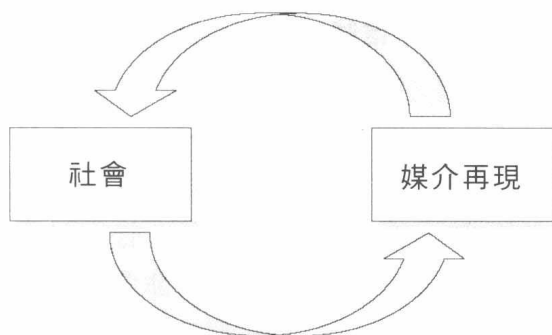


圖 1.3：再現與影響的循環模型

容，這些與未來的態度、認同、行為及社會模式等等都難脫關係。與其在形塑與反映兩種研究方法之間取捨，不如採用另一個更有用的起點，藉著選擇性的媒介再現去持續地將影響注入社會，且其本身也不斷接受社會構成與特色的影響，去構想一個持續發展的過程（參見圖 1.3）。

參、傳播過程

上面所概述的再現循環模型，可以做為很有用的討論起點，以求認識媒介在社會文化上的重要性，它也很有利於應用在貫穿本書前後所涵蓋的諸多具體議題。然而，這個模型過度簡化我們先前討論社會、文化時所包含的眾多複雜現象，也過於籠統而無助於對媒介運作的深入分析，為能更進一步分析媒介運作，我們需要將媒介 7 傳播過程分解為不同的成分，再各自思考其重要性。這項工作所牽涉的範圍，不僅有上文討論過的媒介內容，也包括該內容從何而來、如何傳送，以及置身此內容之中的人們有何變化。

一、傳送者、接收者與雜訊

對於傳播過程中不同成分之間的關係之系統性理解，最初是

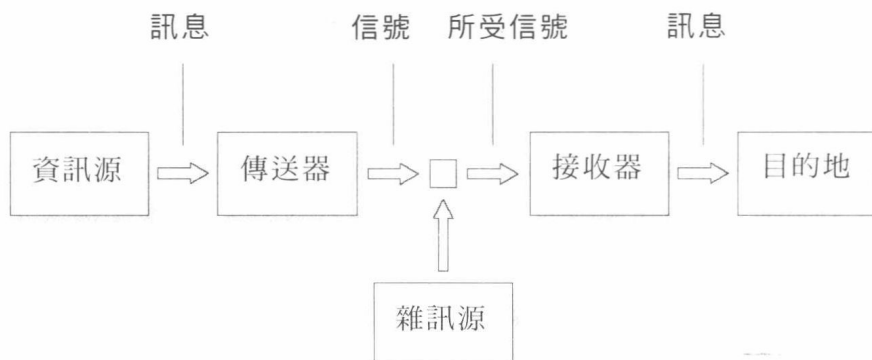


圖 1.4：項農與韋佛的傳播模型

由項農和韋佛(Claude Shannon and Warren Weaver, 1949)嘗試所發展出來的(參見圖 1.4)。此模型是應貝爾(Bell)電話公司之需而提出的，該公司欲應用技術以促進傳播效率，它的用意並不在於再現大眾傳播的廣泛過程，卻在這方面影響深遠。

此模型包含單向的過程，訊息在此過程中歷經數個不同階段：它由某個資訊源(如某人的聲音)所創始，經傳送器(如該人的電話)編碼成電子信號，再由接收器(如另一人的電話)解碼而回復到原來的形式，最後在目的地被接受者所接收。

- 這個模型亦納入雜訊(noise)，意指訊息在傳送途中所遇到的干擾，導致被接收到的訊息經扭曲而不同於被傳送出來的結果。項農與韋佛原初考量的重點是與失誤或技術限制相關的技術問題，即破裂或交叉的線路將造成人們的言語內容難以理解，而且即使媒介運作順利，我們在同一房間接聽同一通電話，聽起來也不盡相同。然而，他們也考量到語義問題(semantic problems)和效用問題(effectiveness problems)，前者意指因為內容的模糊曖昧而在接受者一方產生誤解的可能性，後者意指訊息未能在接受者一方造成所想要的作用。

項農與韋佛在語義和效用問題方面的興趣，大體上在於如何經由增進訊息編碼與解碼技術之效，使其避免複雜的程度率(Fiske, 1990)。儘管如此，他們對此類素材的關注，打開了通往諸多重要議題的途徑，像是閱聽人對媒介內容之人為詮釋或「解碼」(decoding)，

以及媒介影響人們的方式為何。

二、「誰說了什麼……？」以及其他問題

強調傳播既是人性也是技術過程，這一點被拉斯威爾(Harold Lasswell, 1948)又往前推進一步，他提出一個以促進廣泛理解大眾媒介在社會上的角色為取向的模型，而若將此模型濃縮為一句問句，即是：「誰以何種管道對誰說了什麼，有何效果？」(Who says what in which channel to whom with what effect?)

這個問句的陳述形式令人朗朗上口，同時看起來簡潔有力，對於認識媒介，它所設定的議程是將傳播過程依據其主要成分區分，再為其間的關係建立詮釋。若是區隔該問句的各個成分並以圖解模型呈現，我們便可以看出它與前述傳播模型之間明顯相似(參見圖 1.5)。

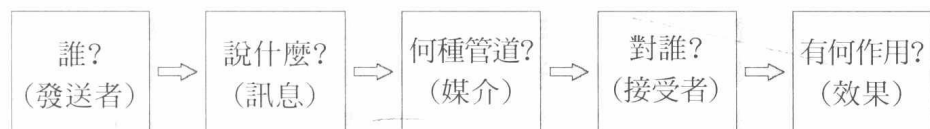


圖 1.5：拉斯威爾模型圖解

項農與韋佛聚焦於傳播過程中的技術設備之效率，而拉斯威爾的研究方法則是主張，他所指出的各個成分對於傳播過程的結果，都有同等重要的意義。我可以對電視節目的內容進行詳盡的分析，再及於電視本身做為節目傳送媒介的能力與限制，以及觀眾的組成及取向，但是，除非我也探討那些節目的製作和流通者之狀態與動機，否則我的理解將是片面而有限的。拉斯威爾的模型也能應用到所有形式的傳播，從電話到社群網站的對話，再到雜誌閱讀與大學講課皆然。

三、線性與單一面向

儘管項農與韋佛以及拉斯威爾的模型將傳播過程區分為各個成