

理論・文化暨社會系列
Theory, Culture & Society



文化—— 產業分析

THE CULTURAL INDUSTRIES



CULTURAL

The Cultural Industries

本書以政治經濟學途徑結合文化、社會及傳播三大領域，概述文化產製的關鍵論辯，包括媒體政策規範、產權、文化產品、全球化、數位化及科技聚合等議題，不但匯整當代觀點與歷史性分析，也同時涵蓋娛樂及資訊事業，北美、英國、歐洲及全球各地的實際範例更皆囊括其中。作者雖然詳盡闡釋文化產業的政治經濟、組織、科技及文化面向，但深入淺出的寫作方式，實為學生進入此領域的絕佳書籍。



書籍編號：TCS04-13 定價：350 元

網址：<http://www.weber.com.tw>



Weber Publication International Ltd

Since 1998 良知 品味 責任

將學術當成一生的志業

文化·社會叢書 TCS04-13

文化產業分析

版權聲明

Translation copyright © 2009 by Weber Publication International Ltd.

Copyright by © 2002 Sage Publications Ltd.

Published by arrangement with the Sage Publications Ltd.

through Bardon-Chinese Media Agency.

ALL RIGHTS RESERVED

作者：David Hesmondhalgh

譯者：廖珮君

發行人：陳坤森

出版者：韋伯文化國際出版有限公司

責任編輯：林恩慧

客服專員：陳玉蟾

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

出版：2009 年 3 月

ISBN：978-986-6816-66-6

◎個人郵政劃撥訂書一律九折優待，團體訂購另有優惠價格

郵撥帳號：19686241 戶名：韋伯文化國際出版有限公司

定價：350 元

版權所有 翻印必究

◎本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司更換新書

Birmingham)第三次〈文化研究的何去何從〉(Crossroads in Cultural Studies)會議中的「超越大分裂」(Beyond the Great Divide)小組；二〇〇一年「英國媒介、傳播與文化研究學會」年度會議；新南威爾斯(New South Wales)紐卡索大學(The University of Newcastle)文化產業與實務研究中心〔羅伊(David Rowe)〕；珀斯(Perth)莫道夫大學(Murdoch University)媒介、傳播與文化學院〔吉布森(Mark Gibson)以及在科廷(Gurtin)的史崔頓(Jon Stratton)〕。

- ◆波菲(Claire Boffey)(協助館際借閱圖書)及其他在空中大學(Open University)眾多有益及友善的圖書館工作人員。
- ◆斯特華(Helen Steward)，在我們兩人過去(現在也是)皆全時工作的時候，感謝她優雅、安寧、溫暖及幽默地分擔撫育小孩的苦與樂。
- ◆伯斯頓(Jonathan Burston)、戴維斯(Aeron Davis)與弗理德曼(Des Freedman)在教學研討會對我所開授的「文化產業」課堂上給予幫助，並提供我很有價值的回饋。這本書的結構取材自我在一九九五到一九九八年間在倫敦大學(University of London)哥德史密斯學院(Goldsmiths College)媒介與傳播學系所教授的「媒介社會學與文化產業的當代課題」。
- ◆海默哈夫(Julie Hesmondhalgh)，她報告了文化產業的點點滴滴，以及在我苦悶的時候提供了電話慰問。
- ◆葛蘭特(Kev Grant)不時地給予我具有洞察力的意見。
- ◆我的父母海默哈夫伉儷(Maureen and John Hesmondhalgh)，他們給予難以置信的關愛支持與各種不可或缺的幫助；以及羅莎(Rosa)和喬(Joe)的外公和外婆：斯特華夫婦(Ernie and Cathy Steward)，常常是在沒有注意的情況之下，他們協助我處理了不少照顧兒童上的危機。
- ◆羅莎(Rosa)和喬(Joe)提供我不少圖畫、故事、嬉戲、笑話、文字、影帶、大叫、尖叫、歡笑以及各種表演。

- ◆泰森(Sophie Taysom)從發掘好的資料來源到檢閱文獻等各種事務上，給予了有效的研究協助；而豪(Karen Ho)則是提供了秘書上的協助。
- ◆感謝在本書概念首度出現、試驗、修正與反思之工作場所裡的學者和同事，包括了愛瓊頓與羅森達樂學院(Accrington and Rossendale College)推廣教育中心；史福(Salford)艾克斯第六學院(Eccles Sixth Form College)；倫敦大學(University of London)哥德史密斯學院(Goldsmiths College)媒介與傳播學系；考文垂大學藝術和設計學校(Coventry University School of Art and Design)傳播、文化與媒介主題研究中心；以及最近的，空中大學(Open University)社會科學院。
- ◆這幾年來協助與激勵我的下列人士，即使他們並未直接增益本書內容(同樣地，和每一個其他列在此份感謝名單中的人一樣，他們不必為本書的缺點而遭受責難)：伯恩(Georgie Born)、柯倫(James Curran)、弗里斯(Simon Frith)、傑洛提(Christine Geraghty)、蘭因(Dave Laing)、摩利(Dave Morley)、史潮(Will Straw)、史崔特(John Street)、華爾(Tim Wall)。
- ◆下列好友和同仁對於眾多章節的初稿，提供了無價的且具洞察力的評論：芭奈特(Elizabeth Barnett)、伯斯頓(Jonathan Burston)、柯兒迪(Nick Couldry)、戈旺(Teresa Gowan)、喬丹(Tim Jordan)、尼格斯(Keith Negus)、拉斐爾(Chad Raphael)，以及湯恩比(Jason Toynbee)。柯兒迪和伯斯頓的鼓勵，是當我陷入嚴重遲疑時的重要助力。湯恩比則閱讀了整本書的初稿。他用難以形容的方式，在對話中、閒談中以及絕妙的枝節話中，讓我受益良多。如果沒有他作為一個提供協助的朋友與讀者的話，我實在無法完成此書。
- ◆下列好友以及其他在此未提及的人士，共同討論了政治、創意、及/或文化(最好是同時三者皆有)：阿迪勒(Alev Adil)、亞契(Dave Archer)、貝克(Les Back)、布魯爾(Bill

目錄

iii 謝詞

1 緒論：變遷與延續、權力與創意

第一部分 分析架構

31 第一章 文化的研究取徑

57 第二章 評估文化產業

97 第三章 解釋文化產業

第二部分 文化產業的變遷與延續

127 第四章 政策：法律與規範的變遷

161 第五章 所有權、組織與文化工作

211 第六章 國際化、全球化與文化帝國主義

243 第七章 新媒介、數位化與匯流

285 第八章 文本：多元性、品質與利益的驅使

317 結論：文化產製的新時代嗎？

331 參考書目

345 索引

出新的混合體。不但如此，文化產品亦重申文化本真性的價值。如此一來，長期由美國主宰文化貿易的情形，也許會有所衰退。

- 新傳播科技有著顯著的擴增，現有技術也研發出新的應用方法。
- 文化產業看待其閱聽人的方式正在改變。閱聽人研究及行銷備受矚目，並特別著重所謂的「利基」(niche)閱聽人。
- 文化政策及規範經歷重大轉變。長期存在的公共所有制及規範傳統已被摒棄。重要政策的決定是以國際層次來考量實行。
- 企業耗費在廣告上的金額大幅成長，此舉有助激起文化產業的可觀成長。
- 閱聽人的文化品味及嗜好變得日益複雜。文化文本的產製消費、以及流行品味的轉變已然加速。
- 文本(我認為這是最適合用來指涉各種文化「作品」的集合名詞，包括節目、影片、唱片、書籍、漫畫、影像、雜誌、報紙等文化產業所產製的成品)亦歷經劇烈變遷。宣傳及廣告不但滲透至過去一向受到保護的領域，如歐洲電視，甚至還擴及其他文化產業。文化產品橫跨各種文類及文化活動種類。各種文化權威也逐漸遭到質疑。

但這些文化產業的改變，是否真的表示文化產製消費有著重要、劃時代的轉變呢？畢竟在這些變遷之外，其實還有許多重要的延續性存在，卻可能因為過度強調變遷而被忽視了。舉例來說：電視在人們生活中依舊扮演重要角色，是一種資訊及娛樂的來源；明星仍是文化產業企業宣傳產品的主要機制；美國也依然被認為是橫跨全球的流行文化中心。由於這些延續易

與上述變遷混淆，因此下文我將依循文化產業變遷或延續的形式來進行，變遷與延續相互交織的議題，即是本書的中心主旨。

貳、文化產業為何如此重要？

一、文化產業的產製與文本的流通

相較於其他產業，文化產業所產製和流通的產品(也就是所謂的文本)，將會影響我們對世界的認知。學界對於這種影響力的本質及程度有著一些論辯，若用較具研究價值的話來說，就是指這些論辯已經成為「媒介研究的爭議核心」(Corner, 2000: 376)。這些論辯最大的貢獻，就是明確指出媒介影響力包含複雜的、可協商的及間接的本質，但無庸置疑的是：媒介確實具有某種影響力。我們不但被報紙、廣播新聞節目、紀錄片及分析性書籍等資訊文本所影響，我們同樣也受到娛樂文本的影響。電影、電視影集、漫畫、音樂、電動遊戲等扮演著報導的角色，將這個世界的再現提供給大眾知曉，也相當程度地協助個人建構內在的、私人的生活：亦即我們的幻想、情感及認同。除此之外，我們花在汲取文化產業文本的時間亦十分可觀，正因為如此，文化產業確實是影響我們生活的有力要素。

所以，研究文化產業有助於我們瞭解文本如何形成，以及文本如何在當代社會中扮演核心角色。重要的是，我們所消費的大多數文本，其實都是由有力的企業所發行流通而來。這些文化產業企業跟其他所有企業相同，它們最關切的興趣都在於如何獲利。它們希望環境能有助整體產業賺取巨額利益，要是能使它們自身的企業獲得最多的利潤那就更好了。這便引發一個關鍵議題：文化產業是否果真能夠滿足其企業主、主管及政商盟友的利益？

(Raymond Williams, 1981)及布迪厄(Pierre Bourdieu, 1993)在著作中也另行提出符號性創意的歷史觀點，他們闡述創意如何在人類歷史中盛衰起伏，及不同社會管理流通創意的方式是多麼大異其趣。例如在歐洲，十九世紀的資助制度，便屈服在市場的符號性創意組織之下，文化產業就是在當時開始逐漸發展的。自二十世紀初開始，這種市場組織更開始走向嶄新而複雜的型態(參見第二章)。審視文化產業的種種變遷，有助於我們思索在我們有生之年中，符號性創意是如何地組織及流通，更重要的是，本書還讓我們瞭解到，創意的組織流通狀況是瞬息萬變的。

在此，我必須再次強調文化產業基本上存在矛盾的(ambivalent)本質。文化產業組織與流通符號性創意的方式，反映出當代資本主義社會中的極度不公平與不正義(如階級、性別、民族及其他限制)。這些不公平的障礙阻撓人們進入文化產業的領域。那些有管道進入文化產業的人通常會被鄙視；而許多想要創作文本的人則為生計所困。倘若要製作特定類型的文本，還需承受極大的壓力。而且，想要獲取當下的產業組織資訊以及與眾不同的文本，更是難如登天。此外，某些文本類型則確實較具能見度。這些現象都是文化產業領域的殘酷真貌。不過，也因為文化產業並不能完全壓制原生而特殊的符號性創意，迫使企業主和高層主管不得不對符號創作者讓步，相較於一般員工，他們擁有更高的自主權(自我決定權)。這點恰好說明了前面提及的文化產業矛盾特性。

另外，文化產業企業還須面對其他難題。譬如它們必須為符號創作者所產製的文本找到閱聽人。普遍來說，想找出最可能迎合大眾的單一類型產品並非易事。因為不同族群的人會有相異的品味，所以文化產業公司的作品都是試圖迎合閱聽人喜好的文本，他們並會思索合適的方法，將文本流通至那些閱聽人手中，使閱聽人注意到這些文本的存在。由此可見，這確實是一個相當具有風險的產業。即使文化產業公司原先預期某些文本會成功，

但許多卻仍慘遭失敗。歸納上述發展過程，我們可以得到結論：文化產業企業較重視文本的流通，較不在意文本的產製。

理解符號性創意的社會關係之重要性，有助於解釋本書的中心要旨：亦即文化產業的變遷與延續模式。相對來說，也就是要探討文化產業所製文本的變遷與延續，或是探究閱聽人理解文本的方式。在此必須先澄清的是，我的研究興趣不但包括文化產業的生產體系，還涵蓋此生產體系與文本間的關係。但遺憾地，對所有作家而言，考慮到時間與精力的限制，實在必須先確定寫作方向。因此，與其先探究文本再倒推回產業面，本書主要還是把焦點放在文化產業本身上。

三、文化產業是促進經濟、社會及文化變遷的機制

為什麼我們要理解文化產業的變遷與延續呢？第三個也是最終的原因就是：它們日漸成為經濟體中財富與工作機會的重要來源。檢視文化產業的變遷與延續，不但可以瞭解文化產業本身，還能有助於我們理解文化、社會與經濟之間的相互關係。

近三十年來，社會科學界持續地探討所謂的理論轉向，更引發許多重大的論辯風潮。我們是否已經從工業社會，轉型至後工業或資訊社會了呢？我們是否比以前更加仰賴知識？此系列概念約從一九六〇年代、一九七〇年代開始發揚，如貝爾(Daniel Bell, 1974)為其中佼佼者，並有後續學者如卡斯特(Manuel Castells, 1989, 1996)等，在一九八〇年代及一九九〇年代加以發揚。目前號稱「現代」的社會是否因為不斷地更迭、分裂與流動，而進入理性與意義逐漸分崩離析的「後現代」社會了呢(Harvey, 1989; Lyotard, 1984)？近來對此的論辯中，有一派評論者〔著名的有卡斯特(Castells, 1996)、賴許及厄雷(Lash and Urry, 1994)〕更指出：符號性創意和/或資訊正逐漸成為社經生活的重心。相較於卡斯特，賴許及厄雷對此有更多延伸論

期變遷與延續歷程開始，檢視這些因素之間的互動，為什麼會在一九六〇年代後期至一九七〇年代，造成西方社會的經濟與文化危機。我將在本書說明這個危機肇始的關鍵原因。先進工業化經濟體自一九六〇年代末期以來便景氣低迷，直到一九九〇年代才又恢復榮景，這些產業趨勢都是理解文化產業近期發展的重要脈絡。然而，即使產業的整體脈絡是理解文化產業的必要途徑，若想就此釐清文化產業的變遷與延續，卻仍嫌不足。我們還須探究文化產業本身獨特的組織及經濟動態。我尤其認為我們極需思考創意管理的問題，並考量迎合閱聽人的文本究竟為何，才能面對上述提及的困境，以解開文化產業從未被完整答覆的基本問題。

本書的第四章則研究文化產業變與不變的四種關鍵類型。第四章就**政府的傳播政策**面向，探討先進工業化國家的商業及政府部門，如何因應一九七〇年代資本主義社會的萎靡（譯者按：此指一九七一至一九七三年的兩次石油危機，當時油價大漲導致全球停滯性的通貨膨脹，經濟大幅衰退）。它們為了維持利潤及生產的水準，先擱置傳統製造業，改為扶持崛起的新興產業。除了電子通訊及電腦產業外，文化產業亦是這些國家關注的焦點。這些政府在一九八〇年代與一九九〇年代開始修訂傳播政策，不但將公共事業私有化，並「鬆綁」媒體及文化相關規範，希望能藉此鼓勵商業性質的文化產業逐次發展。相信許多讀者對有關私有化及「去管制」的論述並不陌生。不過，本書的研究取向與既有研究不同，我另行加入國際層次及週期性變化的分析。下列便是各國政府傳播政策的四次變遷，特別注意的是，時間上可能互有交疊：

- 首先是一九八〇年代的美國。
- 其次，一九八〇年代中期至一九九〇年代中期的其他先進工業化國家。

- 再者，一九八九年之後的轉型混合社會。
- 最後，時至今日，不論哪個地區或政體，文化產業、電訊及電腦產業皆相互匯流。

上述各國政府傳播政策的變遷，目前橫掃全球各地，與後 10 續章節所將探討的變遷息息相關。

我在第五章檢視**產業及組織上的變遷與延續**。因為石油危機引起經濟大衰退，文化產業出現各式各樣的企業結構與組織策略，以便有效地彼此競爭，這股風潮甚至延燒到其他產業。文化產業漸被少數有力的大企業所掌控，這個現象至一九八〇、一九九〇年代更為顯著。支配文化商品服務之產製流通的企業集團(conglomerate)亦有重大的變遷。獨立公司持續增加，甚至如雨後春筍般地出現，企業集團與獨立公司之間也發展出新關係。這些都是有關產業及市場結構的論述，並與探究文化產業創意作品管理組織的前述章節相互呼應，此章希望讀者理解組織變遷與延續的重要性。行銷及市場研究在一九八〇、一九九〇年代成為顯學，解答了如何控制風險及管理創意之謎。文化工作的工作團隊及工作條件也有顯著的改變。但是，這些現象是否代表文化產製的社會關係確實經歷了重大變遷呢？

因為經濟不景氣及當時社會文化巨幅改變，迫使文化產業各公司在面臨新商業環境之際，必須透過國際化的操作策略，才能與對手競爭。第六章將會評估文化產業彼此競爭及國際化策略的結果。文化產業的**國際化(internationalisation)**不但使得國際化的文化潮流越來越錯綜複雜，也創造出越來越多全球性的龐大企業。因此，此章希望進一步思索：文化產業在新一階段的國際化，究竟是一個進入文化帝國主義的新階段？抑或是一種全球共生共榮的民主新指標？此外，此章亦質疑帝國主義與全球連結的二元論點，究竟是不是一個適合解釋這個重要議題的概念。