

大眾傳播媒體新論

Media Studies:

Texts, Institutions and Audiences

Lisa Taylor · Andrew Willis 著

簡妙如 · 管中祥 · 林婉蓉 · 張貝雯 · 林智惟 譯

G206.3
20121

港台書

大眾傳播叢書 ❶

大眾傳播媒體新論

MEDIA STUDIES

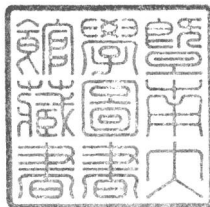
Texts, Institutions and Audiences

(2002 年重譯本)

Lisa Taylor

Andrew Willis / 著

簡	妙	如
管	中	祥
林	婉	蓉
張	貝	雯
林	智	惟 / 譯



韋伯文化事業出版社

Weber Publication

「將學術當成一生的志業」

Chinese Translation Copyright by © 2002 Weber Publication
Copyright © 1999 by Blackwell Publishers LTD (Author: Lisa Taylor
and Andrew Willis).ALL RIGHTS RESERVED

著者：Lisa Taylor and Andrew Willis

書名：Media Studies: Texts, Institutions and Audiences

譯者：簡妙如·管中祥·林婉蓉·張貝雯·林智惟 譯

出版：韋伯文化事業出版社

責任編輯：王馨賢

登記證：局版北市業字第 1004 號

郵政信箱：北市郵政 47-76 號信箱

地址：臺北縣永和市忠孝街 15 號 1 樓

Email：weber98@ms45.hinet.net

網址：http://www.weber.com.tw

電話：(02)22324332

傳真：(02)29259634

印前製版：龍威印前事業 (02)32346093

重譯本：2002 年 9 月

ISBN：957-8258-32-1

定價：350 元

◎版權所有 翻印必究

◎如有破損或裝訂錯誤，請寄至北市郵政 47-76 號信箱更換新書

◎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：19075544 戶名：韋伯文化事業出版社

譯者簡介

簡妙如

政治大學新聞研究所博士候選人

(負責本書第一至七章、結論、總校訂與名詞統一)

管中祥

世新大學傳播研究所博士班

(負責本書第八章和跋)

林婉蓉

政治大學新聞研究所碩士

(負責本書第九至十一章)

張貝雯

政治大學新聞研究所碩士

(負責本書第十二至十五章)

林智惟

政治大學新聞研究所碩士

(負責本書第十六至十八章)

緒論

在高等教育中，媒體研究可說是當前快速成長的領域之一，它提供大學生許多以媒體為討論基礎的課程。本書便是因應修習這類課程學生的需求而設計，旨在清晰介紹此領域內的幾個主要範疇，不僅將相關論點以平易近人的方式呈現給讀者，幾個主要概念與批判取向也都透過實例或個案研究等素材來加以應用。無論如何，本書不僅適於初次修習媒體研究課程的學生，也適於正在進行研究而需要加強或建立這類取向與領域的求知者。

本書分為三個部分，包括文本(texts)、機構(institutions)與閱聽人(audiences)，涵蓋了媒體研究中幾個關於媒體的主要研究取向。這樣的劃分是為了使學生能嫻熟於每個部分，同時明瞭每個部分都有其獨立性，而它們也正是這整本書的核心。簡言之，這三個部分代表了媒體研究這個主題最普遍的研究方式。但此劃分並不是要對這個領域作出錯誤的區隔，相反地，是要鼓勵學生援引所有這三部分曾處理的研究取向。我們認為要對媒體有全面的理解，便需涵蓋這三個部分所有的知識。

第一部分：「**文本**」，它提供許多理解文本的工具，例如，符號學(semiotics)、場面調度分析(mise-en-scène analysis)、敘事(narrative)與類型(genre)，這些都是可用以理解每天所接觸眾多媒體文本的取徑。第二部分：「**機構**」，焦點在於生產媒體文本的組織。此部分不僅向學生介紹幾個用以瞭解媒體產業的主要批判架構，同時也檢視媒體研究中關於媒體機構的辯論，例如，媒體組織的部分解除管制措施所帶來的衝擊，以及獨立媒體產製所具有的意義與地位。第三部分：「**閱聽人**」，這部分介紹幾個不同

的媒體閱聽人研究觀點，從效果研究傳統到民族誌取向的文化研究等，同時也檢視媒體與消費的相關議題：譬如對媒體節目及媒體科技的消費與利用，例如閱聽人如何將收看衛星節目或觀看所謂「高品質」的戲劇節目，作為顯示其社會地位的方法。藉著檢視這三個相互關聯的領域，本書提供讀者一個關於媒體主要研究取向的清晰概觀與導讀。

本書同時承認：目前大學階段的學習與早期所採取的方式非常不同，因此本書的設計亦是要幫助學生適應在高等教育中所面臨嶄新且不同的學習方法。高等教育的第一年通常是轉換期，學生在這期間才逐漸適應這些不同的學習方法。特別是本書最後一章論及研究方法，目標即在幫助學生脫離在初級或入門課程所從事的活動，轉而進入典型的第一年學位課程所必須進行的研究課題。大學裡的研究通常是沒有方向的，學生將發現他們被鼓勵發展獨立研究的技巧，並對他們自己的學習成果負責。也許這其中最根本的變化是：他們被期待研究他們自己的題材。在研究方法這個章節中，我們對如何成功地面對高等教育的新挑戰與期待，提供了一些策略性的建議。

一個剛從事媒體研究的學生在進入大學之前，並不必然接觸過這個主題。本書的目標便在介紹媒體研究課程中，可能會遇到的核心概念與關懷面向，同時描繪不同類型研究所設定的不同研究要求。再者，我們也希望揭示以下的信念：探究媒體意指去蒐集不同特定類型的研究素材。這包括發現適當的媒體文本，像是電影、特定的電視節目情節或雜誌專題，以及發現更多的傳統資源，如政府部門關於媒體政策的報告等。為此，本書每一章都以「建議進一步研究」與「閱讀書目」作為結尾，以鼓勵學生在各種脈絡中應用這些不同的批判取向，而這將有助於他們發展自己的獨立學習。

國家圖書館出版品預行編目資料

大眾傳播媒體新論 / Lisa Taylor, Andrew Willis 著；簡妙如

·管中祥·林婉蓉·張貝雯·林智惟 譯

－ 臺北市：韋伯文化，

面 ； 公分. -- (大眾傳播叢書：1)

參考書目：面

譯自：Media Studies: Texts, Institutions and Audiences

ISBN 957-8258-32-1 (平裝)

1.大眾傳播

541.83

89012758

目 錄

緒論.....	v
---------	---

第一部分 文本

第一章 媒體如何傳播.....	3
壹、媒體形式與慣例.....	4
貳、不同的媒體、不同的慣例：「X 檔案」.....	5
建議進一步研究.....	13
第二章 解讀媒體影像.....	15
壹、場面調度分析.....	15
貳、符號學分析.....	23
參、文本分析的問題.....	32
建議進一步研究.....	34
第三章 意識形態.....	35
壹、什麼是意識形態？.....	35
貳、阿圖塞.....	37
參、霸權.....	40
建議進一步研究.....	46
第四章 再現.....	49
壹、再現的定義.....	49
貳、刻板印象.....	51
參、內容分析.....	56
肆、霸權分析取向.....	59
伍、青少年形象.....	61
建議進一步研究.....	69
第五章 類型.....	71

壹、類型的定義.....	71
貳、類型與產製.....	73
參、類型與電影.....	74
肆、類型研究與電影批評.....	76
伍、類型與電視.....	77
陸、電視西部片.....	78
柒、類型與意識形態.....	79
建議進一步研究.....	81
第六章 敘事	83
壹、敘事模式的定義.....	85
貳、跨媒體的敘事體例.....	86
參、敘事對媒體產業的重要性.....	87
肆、結構主義與敘事理論.....	90
伍、結構主義對電影研究的影響.....	97
陸、結構主義敘事模式的問題.....	99
建議進一步研究.....	101
第七章 互文性	103
壹、定義.....	103
貳、後現代性主義與互文性.....	105
參、互文性與廣告.....	107
肆、互文性、政治與流行音樂.....	109
伍、互文性與電影類型.....	110
建議進一步研究.....	113

第二部分 機構

第八章 媒體機構研究的取向	117
壹、何謂媒體機構？.....	117
貳、媒體機構的批判性觀點.....	120
參、全球化脈絡中的媒體機構.....	130

建議進一步研究...	134
第九章 公共電視與市場 ...	139
壹、廣播在英國的發展...	140
貳、資訊是一種商品而非服務...	154
參、解除管制與消費者選擇...	155
肆、未來：對改變的回應...	157
建議進一步研究...	158
第十章 媒體專業主義與行為規則 ...	159
壹、專業人員：定義...	159
貳、職業的意識形態...	162
參、專業實務與新聞室研究...	163
肆、專業主義與政治衝突...	167
建議進一步研究...	169
第十一章 獨立媒體 ...	171
壹、什麼是獨立媒體？...	172
貳、媒體結構...	109
參、社區廣播...	176
肆、獨立電影播映...	179
伍、獨立電影在英國的發行...	181
建議進一步研究...	185

第三部分 閱聽人

第十二章 媒體閱聽人的概念與調查 ...	185
壹、構想觀眾：電視節目表...	185
貳、媒體觀眾調查...	190
建議進一步研究...	194
第十三章 媒介對閱聽人的效果 ...	197
壹、效果研究之目的何在？...	197
貳、效果傳統的歷史發展...	198

參、效果研究的限制...	201
肆、對效果傳統的早期挑戰：使用與滿足...	203
伍、一九九〇年效果研究的興盛...	205
建議進一步研究...	210
第十四章 媒體消費的脈絡 ...	211
壹、文化研究途徑的發展脈絡...	212
貳、文化研究對文本作用的挑戰...	214
參、文化研究轉向消費的生活情境...	218
肆、媒體接收與科技的權力關係...	223
伍、文化研究與消費...	226
建議進一步研究...	228
第十五章 媒體與小眾閱聽群 ...	231
壹、小眾的意義為何...	231
貳、黑人女性做為文化讀者...	232
參、性少數團體與媒體...	234
肆、明星形象與男同志...	237
伍、「迷」與迷的文化...	239
建議進一步研究...	242
第十六章 新科技與媒體閱聽人 ...	243
壹、科技與社會...	243
貳、彩色電視的發展...	246
參、媒體科技與個人...	249
建議進一步研究...	254
第十七章 媒體消費與社會地位 ...	255
壹、消費與社會區隔理論...	257
貳、電視：一個「通俗」媒體的個案研究...	260
參、媒體科技、品味與社會地位...	263
建議進一步研究...	269
第十八章 一九九〇年代的公眾參與 ...	271
壹、一九九〇年代閱聽人參與的增加...	271

貳、「談話」對閱聽人的意識形態糾葛.....	276
建議進一步研究.....	284
跋：媒體研究的方法.....	285
壹、媒體研究的意涵.....	285
貳、對研究作業的研究.....	286
參、確立研究目的.....	287
肆、選擇相關素材.....	291
伍、圖書館的利用.....	292
陸、實際寫作.....	296
結論.....	301
參考書目.....	305
參考書目.....	315

第一部分

文 本

1 媒體如何傳播

本章旨在闡述以下論點：每種媒體都有各自不同的傳播方式，而且使用一系列特定的符碼(codes)與慣例(conventions)。這是很重要的觀念，尤其是我們的研究主題：媒體，乃是由許多不同的傳播形式(forms)所組成，例如攝影、收音機、電視、電影、廣告、報紙與雜誌等。因此在分析時必須考量各種媒體的多樣性與獨特性。亞姆斯(Arnes, 1988)在《論電視影像》(*On Video*)一書中便警告，單純地以分析電影的工具用來探討一個相關卻截然不同的媒體：電視，將產生許多缺陷，他說：「我現在相信，起初討論這個新媒體的困難點，大部分的原因是來自想嘗試用更適合電影的方式來定義它……，也就是那些直接套用於電視的理論面向，使這類討論陷入危險」(Arnes, 1988, p. 2)。其間或許有一種陷阱；例如，將電視看作是一個小型的電影螢幕，然而電影與電視卻是兩種差異兩種截然不同的媒體，兩者之間的差別有：它們的螢幕比例有很大的差異；電影常以個別不同的文本出現，至於電視就如威廉士(Raymond Williams)所說的，可被視為是眾多影像的一個「匯集」，在連續播放中幾乎融合成密不可分的主體(Williams, 1974, pp. 91-92)；但是，電視節目與電影都以其心中所認為的消費脈絡來加以生產。此外，即使電影與電視在使用的某些影像策略上，具有共同的特點(例如幕後的剪接)，然而它們卻有不同的產製慣例。

由此可知，對媒體產品進行文本分析時，考量文本所出現的媒體特定性，就顯得格外重要。如此一來，在注意媒體內容

- 4 的同時，也要顧及媒體文本的形式；也就是說，媒體傳播訊息的呈現方式與訊息本身是同等重要的。換言之，瞭解訊息出現的形式，將有助於我們對任何媒體文本的解釋與理解。

壹、媒體形式與慣例

媒體的爭議與討論，經常有形式(form)與內容(content)之間的區分。我們將「形式」定義為一個特定媒體在訊息使用、特定技術、生產符碼與產製慣例上的所有方式。訊息本身(包括其中的觀念)就是我們所謂的「內容」。每種訊息內容都有其被廣泛接受的傳播方法，通常被稱為媒體的**產製慣例**，這是特別針對我們所要探討的媒體而言。

各種媒體形式促成了採取某種文本策略，經過一段時間後便成為它們各自的慣例。新的媒體文本通常需要借助社會規約所認可的生產慣例，以確保閱聽人能看懂它。像是漫畫、廣播這類媒體，幾乎得在一個已定義妥當且能引發閱聽人期待的文本傳統與慣例中才能生存。克里索(Crisell, 1986)在《瞭解廣播》(*Understanding Radio*)一書中，討論沈默在收音機裡扮演的角色。克里索認為，沈默也是一種符徵(signifier)，因為它「沒有聲音卻也一樣被聽到了」(Crisell, 1986, p. 55)。例如，在「第四電台」(Radio Four)中若使用沈默，便是象徵一個重要時刻來臨前嚴肅而威嚴的空檔；或者在五次播報時間之前也都會有一段沈默。如同克里索所言：「沈默好比噪音(如各種聲響、說話與音樂)一樣在作一個區隔機制的動作，藉著畫出它周邊的空間來指出一個完整的節目或單元」(Crisell, 1986, p. 56)。從這個角度來看，我們能接受沈默這個特殊的功能亦是一個慣例，因為它已透過不斷重複使用而成為一個正統了。

然而，文本有時也會顛覆慣例，稍稍改變一點被期待的公

式，但大部分仍待在規定的界線之內。對於意料中公式的操弄，也是閱聽人獲得樂趣的來源。因為文本確實是在操弄，也確實灌輸讀者對其產製慣例的知識。像是一九八〇年代的情境喜劇(situation comedy)「年輕人」(The Young Ones)，就是首度打破並挑戰文本類型的形式慣例。最令人側目的是，它拒絕固守主流電視生產寫實主義(realism)的慣例。情境喜劇通常將觀眾看成第四面牆，也是對「寫實」人生切面的隱身觀察者。但「年輕人」劇中的角色直接對觀眾說話，卻破壞了寫實主義的幻象。而該片更反寫實的部分，則是如同卡通般的場面，扮演學生角色的演員以看似非常血腥的暴力動作互毆，卻總是毫髮無傷。此劇以嘲笑情境喜劇這種文本形式作為基本規則，卻也添加一個新的面向，滿足了愛看喜劇的觀眾；他們的歡笑來自於「年輕人」能背離一些意料之中的慣例。

若要進一步探究這些特殊形式的差異，最直接的方法便是：仔細檢視某些特別構想或內容在不同媒體中被理解的方式。

5

貳、不同的媒體、 不同的慣例：「X檔案」

「X檔案」(The X-Files)是一個相當流行又備受推崇的科幻驚悚影集。由於其廣受推崇的地位，使得該節目已被視為科幻範本。大量「X檔案」的其他商品，像是漫畫、T恤、馬克杯與海報都相繼湧現。它就像一九八〇年代中期以來的許多媒體文本，已成功地促成娛樂事業中相關科技與領域的多元性，並進而延伸其文本意涵在不同面向中的曝光率。如此一來，這個文本的生產者便能藉著橫跨多種媒體的展現而獲得最大的利益(參見圖例1.1)。產品的多樣化意味著「X檔案」可以存在