

媒介文化論

給媒介學習者的15講

吉見俊哉
蘇碩斌—譯

「引介寬廣的理論視野、導覽生動的歷史典故，並顯露社會學者深刻的人文關懷，警醒媒介科技滲透日常生活的後果。寫作的語言平易，但是，知識與關懷的深度卻是不容懷疑，已超出單純教科書的規格。」

葉啟政（世新大學社會心理學系講座教授）

「吉見俊哉是日本與東亞媒體／文化研究的代表性人物，他所擅長的文化與社會史的分析，始終走在時代的前端，開拓了跨領域批判研究的新視野。本書是他過去研究的精華版，向讀者強力推薦。」

陳光興（國立交通大學社會與文化研究所教授）

「這是一本新聞、媒介與傳播的小百科，提綱挈領同時深入淺出。吉見教授匠心獨具，自成方圓，跨越美英日、談古說今，從報章影視廣電到手機與網際網路，從傳播建制到媒介識讀與興革，無一不關照。」

馮建三（國立政治大學新聞系教授）

メディア文化論

メディアを学ぶ人のための15話

吉見俊哉

「媒介」（media）這個概念，絕對不只是報紙、廣播、海報、雜誌、電話、電腦……等各種資訊設備的累加，而是將我們在社會經驗世界中的技術面和意義面同時媒合中介；透過技術與意義的中介，個別的媒體裝置與編制才成為可能，技術也才能與意義、論述、解釋等相接觸，而成為指向社會實踐的結構性場域。

現代的媒介知識，應該要站在一個既超越且含蓋新聞、廣電、電影、出版等各個領域的新視野，也可以這麼說，媒介研究的最終目的不是要問各種媒體的特殊性和個別性，而是要問是哪種社會場域力學使個別媒體成為可能。

對於我們生活的這個滿溢著雜誌、電視、PC、大哥大等媒介的現代社會，這本書是希望能夠開啟一個思想起點，進而理解媒介的由來、作用，以及去探索變革的可



群學出版有限公司

■ 台北市中正區（100）重慶南路一段61號7樓712室
☎ (02) 2370-2123 ■ (02) 2370-2232
■ www.socio.com.tw

ISBN-978-986-65



9789866525162

メディア文化論：メディアを学ぶ人のための15講

MEDIA BLINKARON © 2004 Shunya Yoshimi
Original Japanese edition published by YUHIKAKU Publishing Co., Ltd.
Complex Chinese Character rights arranged with YUHIKAKU Publishing Co., Ltd.,
through OWS Agency Inc., Tokyo.
Complex Chinese Language Copyright © 2009 Socio Publishing Co., Ltd.
All rights reserved.

給媒介學習者的15講
媒介文化論

SHUNYA
YOSHIMI

蘇碩斌——譯
吉見俊哉

媒介文化論——給媒介學習者的 15 講 / 吉見俊哉著；蘇碩斌
譯. --1 版. --台北市：群學，2009. 09

面；公分

參考書目：面

含索引

譯自：メディア文化論——メディアを学ぶ人のための 15 話

ISBN：978-986-6525-16-2（平裝）

1. 媒體 2. 大眾傳播 3. 市民社會 4. 全球化

541.83

98012043

作者：吉見俊哉 譯者：蘇碩斌

總編輯：劉鈺佑 編輯：沈志翰

發行人：劉鈺佑

出版者：群學出版有限公司

地址：台北市重慶南路一段 61 號 7 樓 712 室

電話：(02) 23702123

傳真：(02) 23702232

Email: socialsp@seed.net.tw

網址：http://socio.com.tw

信箱：台北郵政 39-1195 號信箱

郵政劃撥：19269524 群學出版有限公司

封面設計：井十二封面設計研究室

電話：(02)29520672

印刷：權森印刷事業社

電話：(02)82281567

版權所有・翻印必究

定價 350 元 2009 年 9 月 1 版 1 印

臺灣譯本序

吉見俊哉

拙著《媒介文化論》能在蘇碩斌教授及群學出版有限公司的努力下呈現給臺灣的讀者諸君，我感到非常光榮。這是一冊學習媒介歷史與理論的入門書。書中收錄 15 回講義，希望讀者諸君由思考、探索「媒介」這樣一個相當日常性的對象開始。

我將 15 回的講義分為媒介理論、媒介歷史、媒介實踐三個部分。在理論篇中，可學習到整個 20 世紀各種媒介研究的系譜；在歷史篇中，可看到報紙、電話、電影、radio、電視等個別媒介歷史考察方法的例示；最後在實踐篇中，則將過去的理論性、歷史性考察，與近年行動電話與網際網路等新媒介的時代展望聯結起來。總的來說，本書就是希望作為初始學習媒介的大學新鮮人和社會人的閱讀教材。

媒介具有左右現代社會的強力動能，這點自不待言。戰爭、全球化、消費、經濟、政治，乃至教育、宗教，現代的各種欲望與不安，媒介都是中介者。事實上，媒介論的視野橫跨了廣泛的知識領域，含蓋〔狹義的〕大眾傳播理論、社會學、文學研究、資訊研究、政治學、歷史學等學科。在這樣的理解基礎下，認識媒介應該是今日大學教育不可或缺的一步。

日本的大學近幾年以媒介、資訊、數位內容、傳播為名的學部與學科大量增編，各地以媒介為名的課程也不斷擴充。然而這些新設立的學部及學科，有不少只是為了追求廣告效果，多半名不符實，教育內容也偏重工學性及實務性。甚至有些學科就以媒體企業主管作為主要師資來源，以現場操作經驗作為主要教學內容。日本的媒介相關科系，像這樣遷就既存媒體現況與資訊的作法，而不能

立基在理論性及實證性方法論以建立教學體制者，絕不在少數。

再者，日本也尚未能建立支援大學教學研究的影像資料庫。例如電視研究，完整保存及自由取用作為研究對象的影像資料，無疑是必需的。儘管日本在電視及影像產業擁有壓倒性的影響力，基礎的資料庫卻極為脆弱。相對看來，美國的电影和電視節目為取得著作權的保護，都必須將作品提交國會圖書館，因此幾乎所有影像作品都會進入國會圖書館的收藏，甚至一些大學也設有非常充實的影像資料庫。其他如英國有 BFI 負責收藏電視影像，法國也有 INA 之類的國家級影像蒐集單位。反觀日本，提供研究教育使用的基本條件卻一直無法建立。

在這些不利條件下，日本若要打造媒介研究及教育的架構，有什麼迫切的工作？我認為應提出以下三個。第一，從初步的入門層次到高階的研究層次，建立學習與研究的完整教材檔案。第二，結合大學的課堂課程及實習課程，建立貫穿性的課程架構。第三，排除著作權的問題，由大學與市民社會攜手建立協助媒介學習研究的大規模資料庫。《媒介文化論》只是三個工作中的第一個，希望能成功扮演初學者入門教科書的角色。

臺灣的媒介研究和教育，作為研究基礎的資料庫建置與對媒體的批判性架構，狀況又是如何？我雖不熟悉細節，但在我的印象裡，不論是對媒體的批判性實踐、市民社會的開放性、各種資料庫的設立、媒介內容的制度整合等等，其實臺灣都遠比日本進步。不同於飽受大商社和官僚體系等巨大組織束縛的日本社會，我印象裡的臺灣社會，不僅擁有較高的自由度，市民的活動也較為活潑。

甚且，臺灣的大學學院教育，也有比日本更加堅實的傳播研究教育。這點似乎是臺灣和中國大陸共通的特徵；在臺灣很多大學都設有「新聞學院」或「傳播學院」，這些學院也都比日本多數大學擁

有更加體系化的媒介教育。在大學支持下，學院發行自己的大學報紙、經營自己的廣播電台、製作日常性的影像內容，並與媒體產業緊密結合。這種狀況在某個程度上與中國、美國都有共通之處，而日本的大學在這點上反而是後進國。

因此，至少在媒介研究教育、媒介社會實踐方面，認為日本比臺灣進步的想法，恐怕並不正確。情況其實相反，日本的大學有很長一段時間並不重視媒介的研究與教育。我寫這本書的原初用意，無非就是想在日本學部教育的層次多少做些改善吧！也就在這個緣由下，我在本書特別由大眾傳播理論及媒介研究的初步知識談起。或許，臺灣傳播科系的在學讀者，在大學中已經接受過比本書更詳細的課程了吧！

今天，亞洲各地年輕人在研讀媒介知識最關心的主題，相信必定是行動電話、網際網路、跨國媒介影像的流通。不論是日本、臺灣、中國、韓國、東南亞，整個亞洲的年輕研究者和學子都對上述領域抱持高度關注。從學生的學士論文和碩士論文，也都能明顯看到這種傾向。

年輕學子若要能處理這些新興主題，首先必須能理解過去各個媒介研究領域的理論和歷史。如果沒有這樣的基礎，年輕朋友的研究可能會停留在追逐新鮮現象而不知所終。我主張應該由東南亞內部出發以超越歐美的媒介研究，但即使如此，理解既存的媒介理論和媒介歷史，我仍認為有其必要。

因此，對於有志學習媒介的諸君，希望這本書是開拓各式獨立研究的「踏腳石」。本書呈現的只是學習的預備知識，絕非研究的最終目標。對於這樣一本將各種關懷結合媒介論視野的「踏腳石」，我希望讀者諸君都能夠善加活用。

2009年6月24日

原書序

吉見俊哉

對於我們生活的這個雜誌、電視、PC、大哥大等媒介滿溢的現代社會，這本書希望能開啓一個思想的起點，進而理解媒介的由來、作用以及探索變革的可能性。具體來說，這本書是寫給剛開始研讀媒介或傳播的大學生、研究生及社會人士使用，作為思考媒介與社會關係的入門。

本書的編寫是以授課講義的形式分為 15 講，約略等於大學半年上課次數的教材分量。這 15 講由以下三個部分構成：(1) 作為方法的媒介、(2) 作為歷史的媒介、(3) 作為實踐的媒介。第一部的方法篇，主要是講解 20 世紀出現的各種媒介研究典範，然後在第二部的歷史篇，會例舉報紙、電話、電影、廣播、電視等個別媒介的具體發展歷程，最後在第三部的實踐篇，則將基於理論性、歷史性的考察，提出更貼近當代社會的一些問題。

讀者若對理論性的內容感到艱澀難以入手，或許可由第二部的歷史篇開始閱讀。不過，請務必先拋棄「媒介只是單純技術工具」的刻板觀念。媒介研究，正是要從對每日生活的資訊與媒體的存在有所懷疑開始。

本書只是踏進媒介研究的一個起點，不可能全面涵蓋媒介與傳播研究的領域，這點請讀者務須理解。如果有志朝向更專精的研究，每講文末所附的參考文獻都是饒富趣味的作品，可以直接進一步閱讀。另外要提醒，本書是把焦點放在媒介與社會的關係，若想理解傳播過程或現代資訊流通之類的相關議題，則有必要另覓其他參考材料。

雖然本書有此諸多限制，我仍期望讓關心媒介、有意研讀進修

的讀者們得到一些思考的線頭。近年來日本各大學中，冠上「資訊」、「媒體」、「傳播」之名的系所、學程數量相當眾多，但對於應該學習什麼樣的方法論，其實不只是學生，連教師也都還在試誤階段。手上拿著本書的諸位讀者，如果你們能由此入門而開啓一段全新的學習之旅，將是我無上的喜悅。

2004 年 3 月

《媒介文化論》推薦序

鍾蔚文

國立政治大學傳播學院院長

吉見教授在導論裡說這本書「是寫給剛開始研讀媒介或傳播的大學生、研究生及社會人士使用，作為思考媒介與社會關係的入門」。作為一本入門書，本書文字簡潔扼要、結構清晰、材料豐富、故事性高，是很好看的書。作為入門用書，再適當不過。譯者蘇碩斌教授，譯筆流暢，且為社會文化專家，更是相得益彰。

但是，這本書不只文字淺顯、例證生動，更值得讚許的，是這本書看待媒介與傳播有其獨特的角度。說明白些，吉見教授對於目前一般傳播和媒介的談法有意見。在他看來，這些論述大多問錯了問題，因此無法掌握媒介的核心意義。他認為研究媒介真正的問題是：是什麼樣的歷史和社會條件造就了今日我們所見的個別媒體，如電視、報紙等。換句話說，我們對媒介的認知、定義不是必然如此，是歷史和社會條件的產物。依此類推，研究媒介，重點不在個別的媒體，而必須超越新聞、廣電、電影、出版等領域，探討媒介此一概念的意涵，在這個前提下，「原本我們視為個別媒體現象來研究的報紙、電影、電話等，就必須重新視為媒介的各種具體呈現。也可以這麼說，媒介研究的最終目的，不是要問各種媒體的特殊性和個別性，而是要問什麼樣的社會場域力學使個別媒體成為可能」（本書第1講第3頁）。

整本書的目的便是在回應這個問題。第二和第三部分「作為歷史的媒介」、「作為實踐的媒介」，具體呈現使各種媒介成為可能的

社會場域。從這些例子可以清楚看見，我們今天視為理所當然的媒介，其實都是社會演化的產物。以電話為例，最早的用途接近電報，後來用來廣播，今天使用電話的方式則已是晚近的發展。透過這些生動的例子，我們對於社會脈絡如何形塑媒體的樣貌有了深入的認識，反過來也了解現代生活的面貌和媒體的因緣。一部媒介史，也是一部文化史。

總而言之，本書的格局和視野與一般入門書大不相同。每本書都隱含看世界特定的方式，同時也決定了什麼會看不到（a way of seeing is a way of no seeing）。一本書的高下，正在它看事物的格局和角度，而入門書的影響更是深遠，決定了初學者今後理解現象的方式。《媒介文化論》雖是入門書，卻不只是整理現有的觀點而已；它挑戰成見，超越既有視野，創意十足。

進一步要指出，吉見教授寫這本書，不僅是提供上課教材，他最關心的是建立因應媒介變革的實踐基礎。書中一再陳述的觀點是：既然媒介的型態並非先天決定，媒介變革就有了著力點。第二部分「作為歷史的媒介」是以古鑑今，指出媒介在社會實踐中的演化過程，企圖打破對媒介角色的迷思。第三部分「作為實踐的媒介」則以行動電話、網際網路這些尚在演化中的媒介為例，提醒讀者它們充滿各種可塑性，因此形塑媒體建立公民社會，每個人都可以扮演主動積極的角色。

根據以上的觀察，他也對當前日本傳播教育提出批判，認為過於偏重實務和認同現況；換個說法，是沒有體認到媒介的可塑性，缺乏對媒體的想像。他進一步主張，傳播教育的角色應為針對媒介提出理論性和實證性的檢視。換言之，理論性的研究有其必要，目的在打破成見，發現媒介發展的更多的可能。本書目的之一即在建立媒介變革的理論基礎。

傳播正處於古騰堡革命以來未有之巨變。身處高度不確定的情境，我們往往容易為表象所惑，其實在此關頭，更需要思考本質性的問題。具體而言，媒體一再突變混搭，研究媒體和傳播，顯然必須超越目前個別媒介的範疇，更需要回到上層的概念問題，重新思考媒介的本質為何、變化的軌跡為何。根據這些反省和研究，才能建立實踐堅實的基礎。更進一步說，在一個變化的時代，重要的不是跟著潮流走，而是要審時度勢、發揮主動性，積極形塑媒介。當然，大前提是要掌握媒介發展的邏輯，方能找到自己的位置。在媒體巨變的狂潮中，初學者更需要一開始就站穩腳步，而吉見教授的書正是最好的指南針。

2009. 8. 11

臺灣譯者說明

蘇碩斌

因緣：譯作的偶然與感觸

一冊譯著，串連了兩個語言世界，將思想傳遞給原本到不了的人。每一冊譯著，應該都記著一筆因緣，我與本書亦是。不過，起因雖是偶然，當譯成後重新自省學思歷程，偶然彷彿又是必然。

2006 年，我臨時奉令在二月開設大學部「傳播社會學」，腦中悄然擘畫一幅兼顧理論、歷史、生活的課程藍圖。那個冬天，我竭力搜羅中英文世界數十冊教科書，反覆翻閱企求理想的文本，卻總是覺得「差了一點」。眼見寒假即將過完，在備課壓力下疲憊的我，撥開研究室書架後排，意外看見這本 2005 年夏天由東京返台前一刻衝進書店打包，回來即隱身書架的『メディア文化論』。才讀了幾頁，我就彷彿觸電，學術知音的感慨湧出，隨即拋開原有課程架構重新安排。

有了本書指引，課程設計讓我自己頗為滿意，半年的備課過程中不知不覺竟已摘錄全書大半，內心的感觸是既羨慕又驚奇。羨慕的是，日本學界在作者背後提供了如此大量的技術史及社會史材料；驚奇的是，作者吉見俊哉教授視野如此寬闊，不僅治理論、寫歷史，還能親身駐足田野觀察當代社會，甚至提出建言。

循著這個偶然因緣，我才再次認識這位作者，正是啓發我博士論文至深的『博覧会の政治学』之作者，也才開始有系統閱讀吉見俊哉教授理論活潑、材料多樣的著作，並循線接觸日本新一代社會學家結合社會學與文化史的努力。當另一段偶然來到，群學出版有

限公司願意開拓日本社會學譯著的疆土，也鼓舞了我繼續完成已因課程停開而擱下的半成品。

回看這些偶然，一開始像找不到米糧的過客，竟向鄰人借了頭牛來耕田。但一切不只是偶然，活在美式學風支配的臺灣，我藉由教科書翻譯，深刻與日本社會對話，逐步體認日本學者取用、反省與批判西方知識的努力。這樣看來，繞路而行不只是方便穿越，而彷彿是前進深耕本土學術的必然。

這應該是最接近臺灣媒介研究的外文教科書，有不少篇章都映照著日本與臺灣的微妙歷史相似性，例如第 3 講的報紙、第 11 講的電視、第 12 講的行動電話等，對研究本地媒介社會史是有趣而有用的參考座標。臺灣社會和日本一樣生活在西化的現代樣式，臺灣學界和日本一樣汲取著西方的社會思維。這一冊譯著若真的串連臺日兩個世界，期望意義不只是學校上課方便，更是一種實踐「進入而走出西方、了解現代而批判現代」的學術範例。

名詞：media 認識論的考量

本書的關鍵字無疑就是西方世界的 media。就這個字的用法，本書大部分譯為媒介，少部分譯為媒體，更少數情況則譯為中介。其中的拿捏準則，有必要特別說明。

日文原著中，吉見教授逕以メディア對應 media 作為本書核心關鍵字。這種對應用法慣見於日本，但一般國語辭典如《廣辭苑》（広辞苑）對「メディア」的解釋是：「medium 的複數形。媒體。手段。特別是大眾傳播的媒體。」如此看來，日本社會常識顯然將 media 認知為大眾傳播的媒體。但這個字在西方社會理論以及本書的脈絡，絕非如此簡化。

引借威廉斯 (Raymond Williams) *Keywords* 的考察，media 複雜的歷史過程，其實在當代擠壓了三重意義：其一是中介物的意義，最早起於古老儀典裡介於人神之間傳遞訊息者，例如薩滿、靈媒；其二是技術的意義，指的是 19 世紀運輸及通信浪潮的工業文明，例如電話、無線電；其三是資本主義組織的意義，特指 20 世紀獨占而巨型的大眾傳播機構，例如報社、電視台等。

由於臺灣對 media 的理解仍親近美國大眾傳播思潮，因此與日本常識理解一般，多將 media 譯讀為「媒體」，可謂只捕捉了一半（甚至三分之一）的意義。就像臺灣學界對於近年來重新走紅的麥克魯漢 (Marshall McLuhan)，也多未能捕抓他的 media 是以媒介意義含攝媒體意義，而讓理論深度滑溜而過，殊為可惜。在「媒體」獨大的資本主義生活下，重新掌握失落的「媒介」意義，其實就是本書切入 media 研究的重要起點。

既然中文的「媒體」和「媒介」都不能單獨表達日文的メディア (= 英文的 media) 這個統攝全書的關鍵字，譯者本人也不敢音譯為「密迪亞」，只得根據文脈做取捨。一般中文傾向以「媒體」指稱機構意義的 media，以「媒介」指稱形式意義的 media，本文亦循此生活習用，在不同場合分別譯之。本書聚焦在麥克魯漢和文化研究 (Cultural Studies) 的認識論上寫就，因此八成以上的 media 在臺灣譯本的中譯詞皆為「媒介」，清楚指涉機構者則譯為「媒體」。

相似的情況也出現在個別媒介的譯名。最典型的例子是 radio (ラジオ)。不論在英文或日文，這個字都複合了至少三重意義：無線電波、以無線電波播送的機構及節目、收發無線電波的設備。但意譯能力發達的中文世界，該詞的意義卻分化為「無線電」、「收音機」、「廣播」等獨立字詞，臺灣譯本的譯文因此也根據不同文脈分別翻譯。若是原文用法具有強烈複合意義，個別字詞難以表達，譯

者曾考慮使用「拉吉歐」譯之，但最後還是以英文的 radio 表示。

橋接：譯註與三個語言世界

媒介既是技術，更是人類使用的文化工具。因此媒介研究一方面事涉物理、化學、光學、電磁等自然科學史，另一方面也事涉商品生產、內容提供、行政立法、流行消費、生活風格等社會文化史。技術發展雖源於科學的西方，但社會文化則落在特定的時空。

對日本學界而言，在技術史與文化史的論述或譯著，都擁有令人羨慕的質量基礎，而且日本對人事物的譯名也具有高度統一性，所以本書的日文原著提及西方發明家、發明物，都只以片假名拼音，而無西文原文。如此的譯讀條件，臺灣遠遠不及。因此，如何讓臺灣讀者像日本讀者，得以親近作者提供的技術歷史、專有名詞、參考書目、思想背景，我自認是譯介者責無旁貸之事。

臺灣譯本以不少篇幅提供「譯註」及「專有名詞還原西文」等作法，期使讀者既可繞道日本，又能接軌西方。一些處理原則說明如下：

- (1) 日文專有名詞：原著出現的日文人名或專有名詞，大部分根據該漢字在臺灣習用的名詞譯出，例如：小野秀雄。若有特別必要則另加註日文原文，例如：昭和現代主義（昭和モダンニズム）。
- (2) 西文專有名詞：原著對以日文片假名表示的西方世界人名或專有名詞，均在中譯名後加註西文原文（英文或其他歐文），且以英語世界流通名詞為主，不再列註日文譯名，例如達蓋爾（Louis Daguerre）、議題設定論（agenda setting theory）等。
- (3) 隨頁譯註：原著提及但未加詳述的西方人物、事件，以及日本

讀者熟悉而不須解釋的人物、事件，本書均增加譯註說明，以期本地讀者更易進入作者的思考脈絡。譯註的釋義文主要根據工具書（如《大英百科全書》及《廣辭苑》）酌予補充改寫，文中不再逐條詳列出處。

- (4) 日英中文參考書目：原著在正文提及與章末介紹的參考著作，均以日文出版品為主。若參考著作的原文為西文或有繁簡中譯本，則補列於該筆書目之後。其中，若有不同版本書目，英文書目以最早出版資料為先，中文書目則由譯者斟酌選列。
- (5) 日英中文索引：原著書末附有日文的人名索引、事項索引，臺灣譯本不僅保留，並增補為日文、西文（英文為主）、中文並列的索引。索引頁數為原書頁數，內文兩側皆有相對應的原書頁碼，讀者可藉此索引回溯查出三個語言世界的用語對照。

2009. 8. 8