

現代 媒介文化 ——批判的基礎

Critical Perspectives
on Modern Media Cultures



盧嵐蘭 著



三民書局

Communication

現代 媒介文化

——批判的基礎

Critical Perspectives
on Modern Media Cultures

盧嵐蘭 著

 三民書局

Continuum

國家圖書館出版品預行編目資料

現代媒介文化:批判的基礎 / 盧嵐蘭著. — 初版 —

刷. — 臺北市: 三民, 2006

面: 公分

參考書目: 面

ISBN 957-14-4385-9 (平裝)

1. 傳播

541.83

95000375

三民網路書店 <http://www.sanmin.com.tw>

◎ 現代媒介文化
——批判的基礎

著作人 盧嵐蘭

發行人 劉振強

著作財產權人 三民書局股份有限公司

臺北市復興北路386號

發行所 三民書局股份有限公司

地址 / 臺北市復興北路386號

電話 / (02)25006600

郵撥 / 0009998-5

印刷所 三民書局股份有限公司

門市部 復北店 / 臺北市復興北路386號

重南店 / 臺北市重慶南路一段61號

初版一刷 2006年5月

編號 S 890880

基本定價 伍元陸角

行政院新聞局登記證局版臺業字第〇二〇〇號

有著作權・不准侵害

ISBN 957-14-4385-9 (平裝)

序

人們對媒介環境的關注未曾稍減，由於傳播媒介已成為現代生活不可或缺的一個組成，所以總是希望媒體能有助於人類社會發展，事實上，我們時常以工具性的角度來看待與期望媒介，每當有新媒介出現時，人們總以為它們應該發揮某些作用及功能，有時它們應許了人們的願望，但也時常否定我們的希望，甚或帶來意外的夢魘。媒介並不能提供任何保證，但它們本身的存在就足以讓人們必須提出某些假定，其中或疑或信，歸結而言，人們總是最不願看到自身受害於自己創造的事物。

數個世紀以來，人類接續發明了許多傳播媒介，並建構了日益豐富的媒介文化，但也同時看到若干附帶而生的問題與危機，其中有些現象更是涉及人類世界的意義、價值、與公義，影響層面既深且廣，許多有識之士不斷反省與批判，意圖讓更多人注意到媒介環境的特性，亦期望能夠結合更多力量去進行改革，這些人或者透過學術研究提出精闢見解，或者投入實際改造運動，孜孜矻矻，前仆後繼，持續傳遞理想和改革的火把，這些學者及改革者的智慧與精神都值得人們致敬與懷念。

本書旨在探討現代社會中的媒介文化，特別針對傳播媒介在現代性與資本主義之脈絡中的發展特性，並主要以批判觀點作為觀察立場。批判論述的光譜包括不一而同的理論與主張，本書著重其中幾位深具影響力及具學術價值的大師與學說，所選取的對象與範圍並不代表批判理論的全部，亦未涵蓋所有各理論的完整面向，而是將重點放在各學說中與傳播相關，以及被應用於媒介研究的理論觀念，它們皆屬傳播研究內批判論述的重要基礎，亦是所有從事媒介批判的必要知識。

無可避免地，所有的作者都必須進行選擇，並同時反映價值判斷，筆者亦復如此，書寫經常同時是思考與學習的歷程。在計劃本書的內

容時，試圖既能廣納重要大師們的理論精華，又能提綱契領使一些複雜觀念易於領會，希望能將許多理論原本的深奧晦澀加以說明與詮釋，以便初學者容易理解；但囿於個人才學有限，難免不周及疏失，尚祈學界先進大力指教。

筆者特別感謝三民書局編輯們的協助，尤其在圖片方面提供豐富的材料，使本書增色不少。

撰寫本書期間，一邊在電腦前敲敲打打，一邊眺望窗外風雲變化，既漫遊於大師們的思想殿堂，兼且以之映照世事紛擾，諸多感觸，難以形容。謹以此書告別過去時光，並展望未來。

盧嵐蘭

寫於 2006 年

現代媒介文化—— 批判的基礎

序

第一章 導論	1
第一節 當前媒介環境對社會文化的影響	2
一、媒介、權力、全球化	2
二、現代媒介文化	6
第二節 批判觀點的價值與重要性	9
一、傳播研究與批判取徑	9
二、後現代主義的挑戰	11
第三節 本書的範圍	12
第二章 媒介與文化危機	15
第一節 文化工業	16
一、支配的觀念與心靈控制	16
二、文化工業的真相	18
第二節 媒介與大眾文化	32
一、標準化與意義喪失：規格化的文化生產	32
二、個別差異的假像：內容同質化	35
三、順從與無力的閱聽人	37
四、文化工業、知識分子、媒介批評	39
第三章 媒介與文化領導	45
第一節 知識分子與社會	47
一、南方問題	47

	二、批判克羅齊	51
	三、有機知識分子	56
第二節	文化霸權與市民社會	60
	一、意識形態的地位與作用	61
	二、知識與道德的領導權	63
第三節	媒介與文化霸權	70
	一、葛蘭西的轉向	71
	二、新聞與霸權	75
	三、流行文化與霸權	82
第四章	媒介的召喚	87
第一節	兩個馬克思	89
	一、認識論的斷裂	89
	二、結構主義的解讀	94
	三、多重決定	97
第二節	意識形態與召喚主體	101
	一、意識形態	101
	二、「喂！你！」——召喚主體	108
第三節	媒介、再現、與意識形態	111
	一、媒介與意識形態	112
	二、媒介對閱聽人的召喚	114
第五章	媒介與規訓	119
第一節	傅柯的觀念星雲	122
	一、批判的思想史	122
	二、考古學、系譜學、倫理學	127
第二節	與極限共舞	133
	一、權力	134
	二、主體	140
	三、屠龍者的變身	144
第三節	規訓、論述、與媒介	148

一、媒介、監視、權力	148
二、媒介的規訓作用	150
三、媒介與抗爭	153
第六章 媒介與象徵權力	155
第一節 布迪厄的方法論	158
一、超越客觀主義與主觀主義	158
二、建構主義的結構主義	161
三、反身社會學與實踐邏輯	162
第二節 文化社會學	164
一、習性	164
二、場域	170
三、文化資本與象徵權力	174
第三節 媒介場域與文化權力	179
一、消費品味與象徵權力	179
二、新聞場域與跨場域影響	181
三、當前新聞媒介的問題	184
第七章 媒介與性別文化	189
第一節 性別論述的萬花筒	190
一、自由派女性主義	191
二、馬克思學派 / 社會主義女性主義	193
三、基進派女性主義	198
四、精神分析女性主義	201
五、後結構 / 後現代女性主義	204
第二節 自在的性別遊走	207
一、流浪的主體	207
二、性別的終結	210
第三節 媒介與性別	215
一、媒介中的性別課題	216
二、女性主義與傳播研究	222

第八章 媒介與後現代的文化形式	229
第一節 奇觀社會	230
一、奇觀與消費資本主義	231
二、海市蜃樓話奇觀：分離與異化	234
三、抗拒奇觀	238
第二節 擬像文化	241
一、叛變的記號	241
二、意義的輓歌	244
三、走向激進之路	248
第三節 晚期資本主義的文化邏輯	252
一、後現代的生產體系：跨國資本主義	253
二、記號衰亡史：物化與再現的危機	255
三、混沌時代的導航：認知繪圖	259
第九章 結論	265
第一節 媒介的政經脈絡	266
第二節 媒介文化的批判論述	269
第三節 枷鎖與脫困：主體、閱聽人、媒介	274
第四節 暮色中的貓頭鷹	280
本書圖片來源	282
參考資料	283
索引	303

第一章

導 論

面對當前的傳播環境與媒介文化，很多人不由興起既是最好年代，也是最壞年代的感受。在此形同不可逆的趨勢下，如何觀察媒介在現代社會文化中扮演的角色，以及了解其產生的真正影響，已是無須贅言的重要課題。隨著時間遞移，人們發覺媒介環境持續出現問題，有些是既有問題的延伸，有些則是新興的危機；有的可能屬於單純的技術問題，但更多是屬於觀念與認識方面的課題；有的問題拜媒介發達之賜而得以獲得改善，卻也有因為傳播科技反使沉痾日深。因此面對現代媒介，人們必須採取更反省與更深刻的觀察及思考，無疑這是一項沉重的挑戰。

第一節 當前媒介環境對社會文化的影響

媒介問題的複雜性，部分原因來自它總是與政治及經濟勢力糾葛不清，固然倡言媒介獨立自主是長久以來的共同理想，但實際上大家都知道，現實與理想差距極其遙遠。另一方面，由於全球化的發展趨勢已是如火如荼，傳播媒介（特別是跨國媒體的影響）不再只局限於有限的地理範圍，這種媒介力量並不會讓人天真地以為地球村已經來臨，反而警覺到媒介也可以扮演全球支配的一種工具，因此必然質疑傳播與數位科技的高度發展，是否可能傾向圖利特定國家與集團。這些現象並非只是了解程度的問題，更重要的是如何能夠產生實質的改變，而它的困難在於其中涉及極為複雜的利益衝突，不只模糊了人們對問題的認識，也經常弱化了對改革的堅持與勇氣。

一、媒介、權力、全球化

由於媒介與社會各層面的互動日益密切，經常難以論斷其中的因果關係，因此媒介問題無法單獨抽離來看，而必須聯繫於政治、文化、經濟等面向。

(一)傳播媒介的大幅與持續成長

近來傳播媒介持續快速增生，各種媒介日益充斥於社會及日常生活，在這種無所遁逃於媒介影響的情境下，閱聽人的身分似乎已成為一種必然或命定——人們無從選擇是否成為閱聽人。同時，媒介本身特有的思維模式也逐步滲透到其他不同的社會領域，媒介邏輯不斷影響人們在社會文化各領域中的活動與思維 (Altheide & Snow, 1979, 1991)，並框架了人們認識環境與自己的方式。自從法蘭克福學派的阿多諾 (Theodor W. Adorno) 與霍克海默 (Max Horkheimer) 提出「文化工業」的批判以來 (Adorno & Horkheimer, 1979)，

有關大眾文化稀釋人類創造與批判潛能的危機，就一直是令人憂心的課題，固然這種觀念有可能放大了大眾媒介的影響力，以及矮化了閱聽民眾的抵抗力，但以今日的角度來看，文化工業的角色及影響絕不容忽視。

即使以另一方式來看，傳播媒介作為一種文化生產力量，加速流行文化的成長，並使傳媒本身成為其中的主角之一，然而流行文化蘊含的增權潛能對所有人而言，似乎並非雨露均霑，更遑論其中伴隨的商品化現象，可能導致必須付出一些非預期的代價。即使強調「第二媒介時代」(Poster, 1995) 可能富含多樣機會，但是這些機會究竟是普遍性的抑或僅提供給少數菁英，也必須有所說明與解釋。

媒介社會的出現與擴張，固然標示社會發展的一種進程，但對有些人而言，這種發展方向亦象徵著一種危機，例如狄葆 (Guy Debord, 1995) 對「奇觀社會」的描繪與警示，便呈現出一種支配力量即將全面獲勝的情景，



圖 1-1 傳播媒介快速增生，雜誌刊物的選擇也日益多元。

或許這種悲觀不必然成真，但卻足以督促人們進一步關注與反省當前的傳播環境與媒介生活。

(二)科技的力量與影響



圖 1-2 Too many choices? 科技進步帶來傳播媒介的更多選擇。

長久以來，科技成為社會進步與文明的主要象徵，其中傳播科技亦被當成重要指標之一，新傳播科技被視為有助於追求及達成更有效率與便利的現代生活。隨著新傳播科技的易得性增加，各種傳播媒介在社會文化中扮演日益重要的角色，也逐漸被人們視為理所當然，認為科技在促進或中介各種社會、文化、政治、與日常生活各種

活動方面，是一種自然與合理的現象，並多少以為除此之外的其他選擇若非不可能，便是近乎退步或非理性的反應。

所幸目前人們已愈來愈了解科技在社會文化方面的複雜性，因而面對科技提供的操作、使用、與效果時，會進一步留意更深層次的內涵，包括探討科技隱含的價值與存在形式是否及如何影響人們面對世界的方式 (e.g., Heidegger, 1977; Scoggin, 2002)。藉助科技之便，人們或許可以更便捷地處理一些事物，但同時也會將科技使用特有的認知與行為形式，包括某些價值判斷，也一併帶入人們建構真實的過程與結果中。易言之，科技並非只是技術或工具，它代表一種生活方式與生活態度 (Lash, 2001)，象徵人類以某些特定方式來界定與處理人們自己與世界的關係，不只影響對自己、他人、與環境的解讀，也影響人們判斷及處置各種社會關係與社會行動的方式。

更重要的是，科技發展往往與資本主義關係密切，作為一種軍事／工業複合體，科技大權經常掌握於少數巨大集團（企業、政府、統治菁英）手中，這些集團形同為世界上絕多數人設定了科技生活的特性與範圍，同

時大幅限縮了人們在此之外從事其他自由選擇的可能性。

(三)全球化的時代

近年來，透過跨國公司、傳播媒介、與新科技（特別是網際網路、衛星）等各種因素的影響，世界各地快速地緊密連接在一起，尤其是藉由所謂資訊高速公路，當年麥克魯漢 (Marshall McLuhan, 1964) 預言的「地球村」彷彿已日益逼近，這種情形固然代表人類社會的彼此互動與相互影響將更形明顯與深刻，也可能意味著人們能夠朝向一種更具社群形式的方向發展。但另一方面，全球化亦代



圖 1-3 有論者擔心，所謂「全球化」實際上是「美國化」。

表風險因素將比以往扮演更具影響力的角色 (Beck, 1992, 2000)，世界愈來愈處於一種牽一髮動全身而彼此干擾的情形，因此有可能鼓勵人們發展關懷更廣的全球倫理 (Thompson, 1995)，但也可能造成一種全球警戒的敵意與監視。此外，全球化時常被指為資本主義全球化，特別是以跨國公司為主導的晚期資本主義，其代表商品化力量的更進一步發展與滲透 (Jameison, 2000)，因此全球化被認為只是代表資本主義在歷史上的第三次擴張。眾所周知，在所謂全球化的發展過程中，真正能夠操控這種趨勢的只是少數幾個工業大國，藉由世界銀行、國際貨幣基金會、及世界貿易組織等機構，全球化成為一場少數富裕國家的遊戲。最近幾年來，雖然反全球化的運動持續發展，但並未能產生實質影響。

1970 年代的雷根主義 (Reagan Doctrine) 與柴契爾主義 (Thatcherism) 帶動新自由主義風潮，在各種解除管制的大方向下，為了攻佔全球市場，併購成為企業經營的主要趨勢，進而促成產業結構進一步集中化。在這種情形下，雖然傳媒的種類與頻道都已持續增加，但由於私有化與集中化的現象更甚以往，市場競爭日益激烈，傳播媒介在追求閱聽率的壓力下，其對媒介內容的影響可想而知。



圖 1-4 全球化之下的結盟趨勢也曾引起反對聲浪。圖為丹麥港的反歐盟旗幟。

二、現代媒介文化

媒介的大量湧現固然促成整體傳播生態環境的蓬勃發展，但另一面也伴隨出現若干讓人引以為憂的問題。

(一) 流行文化與商品文化

媒介與流行文化關係密切，但以批判觀點而言，流行文化大多屬於文化工業的產製結果。阿多諾與霍克海默認為文化工業在資本主義社會中的重要性在於，它有能力因應既得利益者的要求而去組織消費、休閒、與文化活動，進而重複建構支配關係。在這種環境下，民眾泰半成為服從的個體，因為文化工業設定了社會化的脈

絡，使人們必須服膺這些預定的與指標性的水準，並只能選擇資本主義市場生產的東西，包括在休閒及文化領域內也必須接受文化產製者提供的產品。即使晚期資本主義生產模式為了市場考量而從福特主義轉向後福特主義，但仍然依循於文化工業的基本邏輯，只是對消費者與閱聽人誘以有限的多樣選擇。

晚近對流行文化出現一股研究趨勢，並強調從接收 (reception) 的角度去探討閱聽人與流行文本的互動關係，也同時意圖發掘流行文化對使用者的積極意義，這些研究將文本解讀聯繫到日常脈絡，呈現出支配結構以外的其他行動空間，認為閱聽人不再完全受制於生產機器及文本結構 (e.g., Ang, 1985; Fiske, 1992; Radway, 1984)。不過這類研究往往被政經學者認為忽略了文本消費所處的更大脈絡，低估社會結構的影響，另外在強調閱聽人的愉悅及挪用之餘，未能注意這些經驗可能無助於改變既有體制，甚至

落入流行文化生產者的預期中。

商品化的現象是指交換價值凌駕使用價值，因此文化產品著重於市場大於品質，文化的商品化意味著，衡量文化品質與價值的標準都必須通過市場的檢驗，或許這並非全是壞事，但批判人士憂心最終市場將成為主要的藉口，而無視於文化產品對整體社會的影響。目前商品化的力量已隨著資本主義擴大市場的需求，逐步侵吞日常生活各個領域，迫使人們習慣以商品思維來面對各種事物，也因此使異化現象進一步擴散 (Lefebvre, 1991a)，對批判者而言，這是一種朝向全面宰制的過程。

經濟力量與商品邏輯在媒介中的影響已日益嚴重，目前許多媒體表現不佳的問題也大多被歸咎於媒介過度受到市場因素的操控 (McManus, 1994; Champange, 1999)，這種現象已非訴求媒介自律就能解決，因此尋求結構與體制方面的變革便成為重要的探討方向，無疑的，這必然是一條艱辛的道路。

(二)娛樂文化與奇觀文化

這是一個資訊爆炸的時代，各種資訊競求市場的結果，使得資訊的產製者與消費者都開始以另一種態度來面對訊息內容，其中資訊與娛樂的界線逐漸模糊，許多文化產品都必須強調娛樂價值，方能打開及佔有市場，此種發展趨勢使得文化創作者及資訊生產者的自主性備受考驗，另一方面，不只對閱聽人吸收資訊產生干擾與限制，亦不斷加重消費者對消遣和八卦的口味。電視新聞在這方面的表現尤為明顯，影響所及連報紙亦難阻擋這股潮流，大家共同的理由都是市場需要及閱聽人喜好。這種文化影響不只在於品味的問題，而是它們影響人們觀察與思考社會文化的方式，也影響人們如何去認識及對待他人。

有學者指出，媒介奇觀是由新自由主義的勝利所促成，其特性便是釋放市場力量，以及限縮福利國家與公共服務。今天的奇觀社會及奇觀文化正在創造一種新型的資訊娛樂社會 (infotainment society)，這種發展源自目前的科技資本主義，它的主要特徵為資本與科技的合併，以及資訊產業和娛樂產業的整合。在狄葆的奇觀社會中，個體被諸如包裝、展示、商品消

費、媒介事件等穿透，如今人們已走到另一個奇觀階段，在此奇觀支配了媒介、政治、以及愈來愈多的日常生活。在這種科技奇觀的文化中，電腦經由網際網路把膨脹的資訊以及多媒體的絢麗內容帶到家中與職場，並伴同電視而成為這個時代的主要媒介，其結果便是產生政治、文化、與意識的奇觀化。此外，大量且五花八門的流行文本緊抓住廣大閱聽人的注意力及想像力，明顯反映出這個時代追求奇觀的文化特性 (Kellner, 2003: 11-17)。

奇觀文化模糊了人們對社會世界的認識，無數快速流動的片斷資訊持續衝擊著每個人，在這種文化環境中，詹明信 (Fredric Jameson) 認為人們將失去歷史感，難以確認社會文化的整體性質，也無法辨識自己在其中的位置及方向 (Jameson, 2000)，而此種現象無異於加深一般大眾的脆弱處境，使之更易遭受外來的支配與操縱。

(三)消費主義與後現代文化

消費主義的勃興與當代媒介文化之間有著密切關係，在此閱聽人的形象也出現變化，過去總令人擔心會受到傷害的閱聽人，如今愈來愈傾向被認為具有積極主動與抗拒能力，因此人們轉而開始注意閱聽人的愉悅或挪用、認同與想像 (Abercrombie & Longhurst, 1998)，這些研究將流行文化、商品化、及閱聽人擺放到比較和諧的關係中，至少不再是強勢的媒介及文本對立於弱勢的閱聽大眾，並傾向聚焦於閱聽人的詮釋及建構能力。在這種觀點下，支配結構的影響並不被清楚地呈現，所以個體的行動力相對鮮明。

隨著後現代主義強調大敘事或後設論述的沒落、理性主義的權威式微、重視差異與多元，以及傳統界線的鬆動甚或瓦解，這些皆促成更具彈性及遊戲性質的經驗與生活形式，而這些現象亦反映於消費文化與媒介文化中。從某方面而言，後現代文化代表進一步的解放與自由^①，但另一方面，人們也懷疑是否可能日益趨向虛無主義而喪失判斷與行動的任何基礎 (O'Neill, 1995)。由於後現代文化被視為與資本主義的持續擴張有關，因而

① 可參見高宣揚 (1999) 與沈清松 (2000)。