

「媒介，文化與社會」專題討論

課程計劃

授課教師：黃宏昭

上課時間：週一下午兩點~五點

上課形式：seminar

教室：T302

課程主旨

沒有媒介，我們什麼都看不到。沒有媒介，沒有政治人物、沒有事件、沒有脈動、也不會有任何事發生。媒介是我們的感官，是我們的神經，是我們身體一部分。媒介建構景觀，定義世界，提供一套說辭，是我們認知外界的識框，決定著我們如何觀看、思考、詮釋和處理所接收之訊息，所接觸之物事。媒介彷彿已成為新興霸權，當代社會巨靈。

上述種種提法，旨在說明當我們塑造媒介時，媒介也起著塑造世界的力量，媒介景觀是我們的認知圖譜。媒介不只成為社會、文化、政治競逐場域，也成為其複製模型和再生產機制，形成媒介化社會、媒介化文化和媒介化政治。我們已無法單純從誰擁有媒介，誰就擁有權力思考；媒介運作邏輯自身就是一種力量、一種權力支配邏輯，在運作過程中，透過再現機制發揮設定、框架、定義、詮釋力量，產生制約、模塑、建構、引導、魅惑效果，成為日常生活結構的一部分，體現在消費、娛樂、文化、認同、慾望、溝通等行止。

如何理解媒介行為和效果，掌握媒介運作邏輯/再現邏輯/權力邏輯，以及媒介做為文化、社會再生產機制有何產出，影響如何，乃為本課要旨。我們將從媒介/社會/文化相互穿透之關聯出發，深入媒介研究核心領域：真實、再現、權力之問題性，同時理解閱聽人接收訊息，解讀文本行為，最後探討媒介在大眾文化、消費、性別、階級、族群的再生產現象，以及相應而生的文化研究領域。

課程架構

本課程問題架構及探討面向如下：

媒介運作邏輯

- - 媒介基本運作法則
- 媒介/社會/文化關聯論

閱聽人接收邏輯

- 文本/意義/解讀
- 閱聽人分析

媒介再現邏輯

- 真實
- 再現做為再生產機制

媒介生產/再生產邏輯

- 文化/社會生產/再生產
- 消費/文化/性別/種族/階級/政治再生產

媒介權力邏輯

- 權力/霸權/意識型態運作

文化研究

- 做為一種抗拒策略

作業規定

- 一、**課堂進行**：課程以討論方式進行，全班分成三組，每組除就負責之閱讀材料摘要報告外，並提出至少 3 個彙整後的問題，(注意問題精當與重覆否)除嘗試回答所提問題外，也帶動全班討論。
- 二、**平時作業**：為訓練問題思考，每位同學需就每週所讀之指定教材，至少提出 3 個問題(每篇材料至少一個問題)，簡要說明提問原因並試著自我回答(請注意問題意識掌握及提問方式)，於上課時繳交。
- 三、**期末報告**：以報告代替期末考，同學須找一媒介文本(電視新聞、報紙、連續劇、電影、廣告等等)就閱讀範圍之概念，進行分析，字數五千字左右，於期末考後一週繳交。
- 四、**期中考試**

成績配置

- | |
|------------|
| 一、課堂參與：10% |
| 二、平時作業：20% |
| 三、期中考試：30% |
| 四、期末報告：40% |

課程進度

(凡有 * 記號者為進一步參考文獻，同學可自行研讀)

2/16 課程說明

「媒介運作法則」

- 2/23 媒體的脈絡 (L.Grossberg , E.Wartella & D.C.Whitney , 3~27)
媒體如何傳播 (L.Taylor,A.Willis , 3~14)
媒體人員與組織 (L.Grossberg , E.Wartella & D.C.Whitny , 53~80)
- * 媒體與金錢 (L.Grossberg , E.Wartella & D.C.Whitny)
 - * 大型企業與傳播工業的控制 (G.Murdock in M.Gurevitch)
 - * 媒體對閱聽人的效果 (L.Taylor , A.Willis)

「媒介/社會/文化」

- 3/1 媒體與社會 (D.Croteau , W.Hoynes , 4~12)
媒體產業經濟學 (D.Croteau , W.Hoyness , 35~78)
媒體理論與社會理論 (T.Bennett in M.Gurevitch et al , 35~72)
- * 媒體研究：理論取向 (J.Curran , Woollacott in M.Gurevitch et al)
 - * 文化依賴與大眾媒體 (J.O.Boyd-Barrett in M.Gurevitch et al)
 - * 媒介文化和社會理論中的各種觀點 (N.Stevenson)

- 3/8 社會理論與新媒介 (M.Poster , 5~32)
馬克思主義與大眾傳播研究 (N.Stevenson , 20~77)
麥克魯漢與文化媒介 (N.Stevenson , 180~232)
- * 文化傳播與政治經濟學 (P.Golding , G.Murdock in J.Curran , M.Gurevitch)
 - * 哈伯馬斯 , 大眾文化與公共領域 (N.Stevenson)

「真實」

- 3/15 媒體 , 真實與意義指陳 (T.Bennett in M.Gurevitch et al , 413~443)
意義在媒體中內爆 (J.Baudrillard)
- * Media and the Social Construction of Reality (H.Adoni & S.Mane)
 - * 《社會實體的建構》(P.L.Berger , T.Luckmann)
 - * 符號 , 現實與社會 (A.Schutz)

「再現」

- 3/22 再現 (M.Jones , E.Jones , 139~187)
製造新聞----選擇與呈現 (M.Jones , E.Jones , 117~137)
社會不平等和媒體再現 (D.Corteau , W.Hoynes , 197~230)
- * 新聞產製的性別政治 (C.Carter)
 - * 媒介產製與性別製碼 (L.Von.Zoonen)
 - * 產生新聞論述的真相 (C.Carter)

「權力/意識型態」

- 3/29 媒體與意識型態 (D.Corteau , W.Hoynes , 163~196)
傳播 , 權力和社會秩序 (J.Curran in M.Gurevitch , 283~334)
霸權 (J.Lull , 59~91)
- * 意識型態 (L.Grossberg , E.Wartella & D.C.Whitney)
 - * 意識型態的再發現 (S.Hall in M.Gurevitch et al)
 - * 新聞工作中的權力運作 (C.Carter)

「文本/意義/解讀」

4/5 訊息和意義 (J.Woolacott in M.Gurevitch , 123~155)
意義的詮釋 (L.Grossberg , E.Wartella & D.C.Whitney , 137~166)
編碼/解碼 (S.Hall in 羅鋼 , 劉象愚編 , 345~358)

- * 符碼 (J.Fiske)
- * 意義 (L.Grossberg , E.Wartella & D.C.Whitney)

4/12 期中考

4/19 互文性 (L.Taylor , A.Willis , 107~118)
觀看和注視 (L.Von.Zon , 121~146)
解讀媒體影像 (L.Tylor , A.Willis , 15~35)

- * 符號學方法與運用 (J.Fiske)
- * 媒介文本與性別 (L.Von.Zoone)
- * 傳播 , 意義與符號 (J.Fiske)

「閱聽人接收」

4/26 媒介閱聽人 (J.Lull , 119~156)
主動閱聽人和意義建構 (D.Croteau , W.Hoynes , 269~305)
閱聽人和媒介效果 (M.Jones , E.Jones , 211~248)

- * 受眾研究中的各種批判觀點 (N.Stevenson)
- * 性別和媒介收訊 (L.Von.Zoone)
- * 媒介與小眾閱聽群 (L.Taylor , A.Willis)

「文化生產/再生產」

5/3 文化工業 (M.Horkheimer , T.W.Adorno)
文化分析 (R.Williams in 羅鋼 , 劉象愚編 , 125~137)

- * 後現代主義與電視 (J.Fiske in J.Curran, M.Gurevitch)
- * 《布赫迪厄論電視》(P.Bourdieu)

5/10 符號力量與大眾文化 (J.Lull, 196~229)
 文化身份與族裔散居 (S.Hall in 羅鋼, 劉象愚編, 208~223)
 文化, 社群與認同 (D.Morley, K.Robin, 57~93)

5/17 閉上嘴跳舞吧: 青年文化和變動中的女性模式 (A.McRobbie, 199~226)
 朱門恩怨與大眾文化意識型態 (I.Ang in 羅鋼, 劉象愚編, 376~396)
 MTV: 追逐後現代明星 (L.Grossberg in 羅鋼, 劉象愚編, 415~431)

「社會生產/再生產」

5/24 大眾傳播的政治效果 (J.B.Blumer, M.Gurevitch in M.Gurevitch et al, 335~381)
 性別於/與使用媒體 (I.Ang, J.Hermes in J.Curran, M.Gurvetich, 427~455)
 媒介如何報導種族 (P.Braham in M.Gurvetich et al, 383~411)

5/31 媒介消費的脈絡 (L.Taylor, A.Willis, 217~235)
 媒介消費與社會地位 (L.Taylor, A.Willis, 263~278)
 塑造認同 (L.Grossberg, E.Wartella & D.C.Whitney, 195~223)

- * 後現代主義與消費社會 (F.Jameson in 羅鋼, 劉象愚編)

「文化研究」

6/7 文化研究: 兩種範式 (S.Hall in 羅鋼, 劉象愚編, 51~65)
 文化研究的流通 (L.Grossberg in 羅鋼, 劉象愚編, 66~76)
 置政策於文化研究中 (T.Bennett in 羅鋼, 劉象愚編, 92~110)
 究竟什麼是文化研究 (R.Johnson in 羅鋼, 劉象愚編, 3~50)

- * 後現代主義與大眾文化 (A.McRobbie)
- * 後馬克思主義與文化研究 (A.McRobbie)
- * 布西亞的暴風雪: 後現代性, 大眾傳播與象徵性溝通 (N.Stevenson)

6/14 期末考

閱讀教材

- 1.M.Gurevitch , T.Bennet , J.Curran , J.Woollacott (eds):《文化,社會與媒體》(Culture , Society and the Media)(遠流 , 2000)
- 2.J.Curran , M.Gurevitch (eds):《大眾媒介與社會》(Mass Media and Society)(五南 , 1997)
- 3.D.Croteau , W.Hoynes :《媒介 / 社會 — 產業 , 形象與閱聽大眾》(Media/Society—Industries,Images and Audiences)(學富 , 2001)
- 4.J.Fiske:《傳播符號學理論》(Introduction to Communication Studies)(遠流 , 1995)
- 5.L.Grossberg , E.Wartella , D.Charles & Whitney :《媒體原理與塑造》(Media Making—Mass Media in Popular Culture)(韋伯文化 , 1999)
- 6.L.Taylor , A.Willis :《大眾傳播媒體新論》(Media Studies—Texts,Institutions and Audiences)(韋伯文化 , 1999)
- 7.C.Carter :《新聞,性別與權力》(News,Gender and Power)(韋伯文化 , 1999)
- 8.J.Lull :《媒介,傳播與文化》(Media,Communication,Culture)(韋伯文化 , 2002)
- 9.N.Stevenson :《認識媒介文化—社會理論與大眾傳播》(Understanding Media Culture—Social Theory and Mass Communication)(北京:商務, 2001)
- 10.L.Van Zoonen :《女性主義媒介研究》(Feminist Media Studies)(遠流 , 2001)
- 11.M.Poster :《第二媒介時代》(The Second Media Age)(南京大學出版社 , 2000)
- 12.D.Morley :《認同的空間—全球媒介,電子世界景觀與文化邊界》(Space of Identity)(南京大學出版社 , 2001)
- 13.A.McRobbie :《後現代主義與大眾文化》(Postmodernism and Popular Culture)(北京:中央編譯出版社, 2001)
- 14.F.Jameson :《文化轉向》(Cultural Turn)(北京:中國社會科學出版社, 2000)
- 15.P.Bourdieu :《布赫迪厄論電視》(Sur La Television)(麥田)
- 16.A.schutz :《舒茲論文集 (I)—社會現實的問題》(Collected Paper Vol I)(桂冠 , 1992)
- 17.J.Baudrillard :《擬仿物與擬像》(Simulacra and Simulaction)(時報 , 1998)
- 18.M.Jones , E.Jones :《淺說大眾媒介與社會》(Mass Media)(韋伯文化 , 2002)
- 19.P.L.Berger , T.Luckmann :《社會實體的建構》(The Social Construction of Reality)(巨流 , 1981)
- 20.M.Horkheimer,T.W.Adorno :《啟蒙的辯證》(上海人民出版社 , 2003)
- 21.羅鋼,劉象愚編:《文化研究讀本》(中國社會科學出版社, 2000)