

導讀：文化流動的模式與另類想像^{*}

張玉佩^{**}

摘要

本文是針對《中華傳播學刊》第 31 期「文化流動與傳播媒體」專題的五篇論文，進行引介與導讀。透過理論性的回顧與檢閱，本文提出三種文化流動的模式，分別是「媒介帝國主義的文化流動」、「跨國性的文化流動」與「歷時性的文化流動」。前者已遭受眾多批評，後兩個模式可作為思索文化流動現象的參考架構。此外，文末提出「移住者引入的文化流動」與「跨媒體的文化流動」，作為文化流動模式之外的另類想像。

關鍵詞：文化流動、傳播模式、媒體文化

^{*} 本文模式圖，由交通大學傳播與科技學系碩士班研究生祁若昀協助繪製而成，特此感謝。

^{**} 張玉佩為國立交通大學傳播與科技學系教授，擔任本專題論文的客座主編。Email: yupei.nctu@gmail.com。

壹、前言

文化，是一群人共享的語言符號、風俗習慣、價值理念與生活方式。文化，雖然可以透過世代傳承而來，但是並非一成不變，也不是具有先驗、本質性特質的存在。文化的概念，像是個有機體一樣，是在特定歷史社會條件之下產生，會隨著時空環境而改變，是持續建構、不斷形塑而成。

文化，是「相對固定」於族群、血緣、語言、地理環境、國族文化、歷史情境等的特定條件之下。因此，文化流動，應視為常態性的存在樣態，不同文化間的交錯、匯集、轉型與融合，發生於歷史的每個時間點上。據此，我們可以說，文化不是本質性的「存在」（being），而是逐漸「形成的」（becoming）。

雖然文化流動，是文化存在的常態；但是傳播媒體的仲介，確實使得文化流動產生加速度的雜揉作用。本次專題的五篇論文：魏鈞（2017）、蔡如音（2017）、黃淑鈴（2017）、黃順星（2017）與陳春富（2017），從不同的角度提出對於文化流動與傳播媒體的研究觀察，理論視野與實務剖析的交揉與激盪，讓文化流動的時代意義獲得不同層次的彰顯。以下，是根據這五篇專題論文的研究，所提出的思考。

貳、模式一：媒介帝國主義的文化流動

文化流動的理論概念，可以回溯到依賴理論與文化帝國主義，兩者均起自於馬克思主義傳統下對於政治經濟剝削關係的關注。此理論取徑提出，二次世界大戰以降，西方資本帝國主義的殖民政治統治形式式微，轉而以文化帝國主義的形式，資本主義強國的文化產品，挾帶著政治經濟的餘威，進入弱小國家。此即為媒介帝國主義的觀點，認為資本母國透過大量的影視與資訊產品之輸出，在第三世界國家的文化傳播方面取得優勢地位，透過文化而鞏固政治經濟的支配權力（Boyd-Barrett, 1980；Lee, 1980；Salinas & Paldan, 1979）（圖1）。

媒介帝國主義，預設著兩個文化流動的特質。第一，文化流動是單向、不對等的，是權力中心的核心國家，流向被支配的邊陲國家；第二，文化流動的背後，隱藏著政治經濟利益。對於此兩項特質，全球化研究學者 Staubhaar（1991）提出的「文化接近性」（cultural

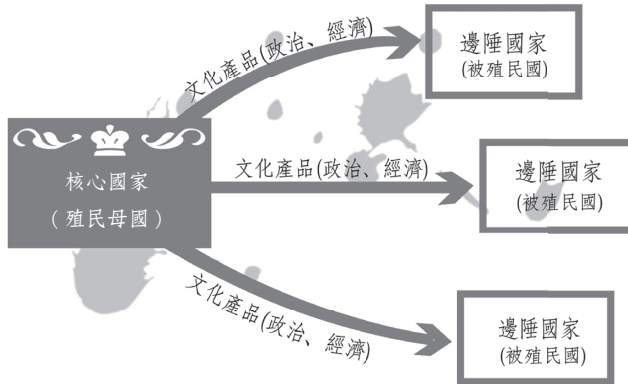


圖 1：模式一：媒介帝國主義的文化流動模式

proximity)，反對媒介帝國主義的此種基本主張，Staubhaar 主張，在地觀眾會偏好本國或區域內的電視節目，此即是文化接近性或相關性 (relevance) 的偏好或需求 (同上引：39, 43)。

媒介帝國主義，存在著眾多問題，根據魏均 (2017)、Staubhaar (1991) 的討論，可以整理出兩個反駁媒介帝國主義的主張。

第一，邊陲國家的閱聽人，並非對所有美國或西方影視產品都感到喜歡。部分媒介文化帝國的輸出品，並不受到歡迎；換言之，第三世界國家的閱聽人並非照單全收西方影視作品。

第二，邊陲國家的影視產業開始發展後，有可能改變原本的單向依賴關係，進而轉為「相互依賴」(interdependency) 的可能，即便此種相互依賴仍然是不對等的關係。

單面向的媒介帝國主義，不只是在媒介現象層面難以驗證，在理論概念上也因為過於簡化而受到眾多挑戰。但無論如何，在媒介帝國主義之後，文化流動現象在國際社會、甚或全球化的世界裡，都受到越來越多的重視，傳播媒體在文化流動間醞釀出來的力量，也越來越受矚目。

在這篇文章之中，我將文化流動的現象，區分為共時性與歷時性兩個面向，進行討論。共時性的文化流動，將著重在全球化社會裡，跨國文化流動產生的可能；歷時性的文化流動，將著重在台灣在地性為主，討論伴隨著社會裡時性轉型過程的文化流動。

參、模式二：跨國的文化流動

文化流動，是一種分離與趨同的過程。特定歷史點上的文化共同性，會隨著時間的遠去而消逝，兩個相異的文化也可能因為媒體文化產品交流而逐漸趨近。透過文化流動而產生的趨同，會使得人們產生親密的共同意識。

在全球化的社會裡，人們生活在相互連結與依賴的緊密網絡之中，此連結網絡是快速而多重樣態的，包括資訊、商品與價值生活等跨國交流。Tomlinson (1999) 指出，「連結性」(connectivity) 與「鄰近性」(proximity) 是不同的概念，「連結性」是指實際上的緊密接觸，會直接影響人們的生活，例如金融風暴或全球化等。但「鄰近性」則是「超越」此種連結的狀況，是對於這個世界感覺到更親密、更壓縮的一種共同意識 (common conscious)，進而認為世界上的事物彼此更加親密、濃縮。

文化流動而產生的鄰近性，可以將實際距離遙遠的國家事物，想像為更親密、有影響的關係。舉個例子來看，台灣與英、美國之間的實際物理距離，遠高於台灣與東南亞國家；但是文化流動將地緣關係的遙遠，轉換為親密關係的想像，透過《哈利波特》英國學院文化進入我們的在地生活空間，《暮光之城》也帶入美國的吸血鬼文化。

傳播媒體，在跨國鄰近性的想像過程之中，扮演重要的角色。蔡如音 (2017) 一文，以日本流行音樂 J-pop 為核心，討論音樂作為文化流動的載體，將西洋經典老歌納入日本戀愛劇的敘事創作之中，共創共情同理 (empathetic) 的美學。對於二次世界大戰後的日本而言，美國代表著一種矛盾情結，軍事暴力的挫敗與消費慾望對象等；對於成長於此世代的電視製作人而言，西洋流行音樂隱藏的美國強權勢力、現代化時尚風格、浪漫愛情想像等元素。數位錄音技術，讓日本音樂人得以製作符合西方流行音樂特性和音調的電視主題曲，引領 J-pop 與戀愛劇相互呼應的潮流。

我在閱讀蔡如音 (2017) 文章時，感受到研究者對於研究主題理解的特殊能力與素養才能，文章當中提出三種音樂與戲劇產業競合下的差異戀愛美學：存在感薄弱的主體、同情共理的愛、理想化少女之愛等，作者 (蔡如音) 在音樂方面的素養，敏銳地帶領我們穿梭在戲劇主角、劇情、配樂與主題曲之中。此外，蔡如音一文，對於文化流動現象提出了三個值得探討的觀點。

第一，權力關係的影響。跨國族之間的文化流動，會讓彼此的生活方式、風俗習慣、價值意識等產生交流；而這種交流，受到雙方的權力關係影響，權力較強的一方，較容易成為文化流動的輸出國，將伴隨著文化意識的媒體產品溢散到其他國家。

第二，特定社會脈絡。1990年代起的日本戀愛劇與西洋流行音樂的文化流動，是基於特定的社會脈絡。對於日本社會而言，此種文化流動是對應外在動盪的局勢，如後威權主義、現代資本主義等，並重建秩序意識，包括善惡、道德、性別、階級等。

第三，音樂與故事的共構。流行音樂是可能超越商品化的價值，與故事互動而生產出新的、有機的意義。對於電視製作人與編劇製作團隊而言，音樂的品味、知識與感性的存在，會影響到他們的創作歷程。相對的，電視劇戀愛故事與主角對於情感的詮釋，也會反過來推動主題曲作為流行音樂的風潮。流行音樂與電視戀愛劇兩者，是相互流動與影響的主體。

同樣是以跨國文化流動為核心討論焦點，魏玟（2017）從檢閱 Straubhaar（1991）文化接近性作為台灣熱門研究概念的運用，認為多數論文將文化接近性定理化、去脈絡化，為了量化與操作化而簡化文化現象的複雜性。與蔡如音（2017）一文相同，魏玟認為國族與國族文化，是歷史與意識形態的產物，建構在特定政治經濟與社會條件之下；沒有先驗的內涵，也非官方、主流文化絕對壟斷，內涵與組成也是持續變動。因此，文化流動應該被視為是常態存在。

魏玟（2017）修整文化接近性的理論，提出「心理」與「政治經濟」兩條建議途徑。我認為此兩條途徑，亦可以做為進一步詮釋文化流動力量的根源。

在心理層面，文化相似性（cultural similarity）是社會關係得以存在的安全感。現代社會之前，此種安全感建立在親屬與傳統社群中，現代社會讓此種安全感變得脆弱，「與他人共享相似的文化元素」便成為新的獲取安全感方式。因此，對於文化接近性高的在地影視節目的共享，可以提供隨之而來的安全感。

我認為魏玟（2017）所言文化的相似性，可以詮釋為文化流動的流動門檻。跨國之間的文化流動並不是任意的，並不是所有的影視文化產品都可以順利流通到世界各地，即便是好萊塢等此種文化強權大國的作品。造成文化流動的門檻，便是在地閱聽人感受到的文化相似性，此種相似性可能因為語言、裝扮、八卦、笑點等，也可能源自於

閱聽人感受到的時代氛圍，例如對於資本霸權的無奈、人際疏離的感嘆、青年前途渺茫的失落等。

在政治經濟層面，魏玟（2017）提出了三點。

第一，不對稱的交互依賴（asymmetrical interdependence）。國家與國家之間，不只是會有單向依賴與臣屬關係，兩者之間必然存在著交互依賴關係，只是此種關係並不是均衡或對稱的。此點，是修正媒介帝國主義所採用的單向依賴關係，但也不全然天真地認為跨國之間的交流是平等、互惠的。

第二，文化產品的可得性（availability）與品質。影視產品的傳布，不只是涉及主題內容、拍攝風格、美學形式等，流通通道的普及性與產品的可得性是另一個潛藏的影響因素。閱聽人不只是透過影視產品獲得文化相似度的安全感，簡單、容易、隨手可得的可得性也是重點。關於此點，我認為是同時指出傳播科技對於文化產品流動的影響關鍵，網路電視 OTT（over the top）的興起，讓文化影視產品流動不再全然依賴文化代理商的中介，透過產品的可得性影響著文化流動的廣度與速度。

第三，關於閱聽人的階級。Straubhaar（1991）的研究指出，中低階級，選擇本地影視產品節目的傾向較高。魏玟（2017）進一步延伸認為，閱聽人的階級影響，是極具有探討價值的課題，是因中低階層民眾存在較高的不安全感？或因中低階層民眾缺乏資源與管道接近、獲得他國的文化產品？

對此，我認為閱聽人的階級，可能與文化流動的流動門檻相關。因為文化流動是雙向的，不只是來自他國的文化產品須具備有跨越流動門檻的文本特質（如讓閱聽人聽得懂的笑話，看得懂的表達），閱聽人階級蘊藏的文化資本，也成為接近、使用跨國文化產品的可能。

整體而言，我根據魏玟（2017）與蔡如音（2017）的研究，將跨國的文化流動模式，繪製成圖 2。

跨國的文化交流的模式，傾向於「不對稱的交互依賴」關係。二次世界大戰之後、現代社會資本主義的發展，使得資本強國取代了殖民統治時期的殖民母國，透過龐大整合的媒體產業集團向其他第三世界的國家輸出文化產品。發展中國家的在地閱聽人，則會以「文化接近性」作為選擇本國或區域內的媒體產品做為偏好依據。此種跨國的「不對稱的交互依賴」文化流動關係，存在著三種機制。



圖 2：模式二：跨國的文化流動模式

一、存在著特定的社會歷史脈絡

文化是多元、難以簡化或全然複製的，同樣的，文化流動也是。如同蔡如音（2017）分析西洋音樂對於日本流行音樂的影響、日本戀愛劇興起及其對台灣、香港、韓國帶來的年輕、消費世代的風格一樣，均是植基於特定社會脈絡下的對應關係。同時，魏玓（2017）針對文化接近性的文獻檢討，也特別指出簡單化、定理化、去脈絡化文化研究的危險。

二、媒體產業的競合關係

電視與音樂之間的產業競合關係，可能擠壓出新興的創造力。蔡如音（2017）分析日本商業的製作人與約用編劇組成之電視劇核心產製者，以他們對於西洋流行音樂的敏銳度，掌握主題曲與主唱走向，透過決策、編劇、剪輯，創造出戀愛劇的音樂性，進行了敘事、美學的配樂實踐。此種合作與競爭關係的創作者網絡，揭示電視與音樂產業的競合關係。

在跨國的文化流動下，媒體產業的競合關係，可能不只是發生在「電視 & 音樂」產業，其他媒體產業包括「漫畫 & 電影」、「新聞 & 社交網站」、「遊戲 & 漫畫 & 電視 & 電影」等，都正在快速發生。

三、流動門檻

文化產品的流動，是存在著基本門檻的；這些門檻，會造成部分產品受到歡迎、部分產品卻孤獨地被冷落在一角。綜合魏玟（2017）、蔡如音（2017）以及張玉佩（2012）提出的文化流動門檻觀點，我將流動門檻分為四個部分。

- (1) 文化產品的可得性與品質。簡單、易得、普及性高的流通平台，如網路，可以促成文化流動。現階段的網路電視與線上遊戲，均有如此特質。
- (2) 文化相似性的安全感。在傳統家庭、村落等社群連結消逝時，透過媒體產品消費而共享相同文化元素帶來的存在安全感，會使得人們偏好文化相似性高的影視產品。
- (3) 閱聽人的階級。階級，影響著文化資本的組成質量，可能成為文化流動的門檻。
- (4) 在地的法規政策。張玉佩（2012）的研究指出，線上遊戲的跨國流動時，從他國進口代理的遊戲，需要符合在地國家的法規政策，包括羶色腥的內容檢定分類、產製國的國家所屬權等。因此，在地的法規政策，是文化流動的門檻之一。

肆、模式三：歷時性的文化流動

文化的形塑，是時間、空間、歷史記憶、價值意識等元素的匯流過程。文化流動，不只是發生在橫向的跨國空間挪移與交錯，縱向、歷時性的文化流動亦潛藏在國家社會的脈動之下。黃淑鈴（2017）與黃順星（2017）兩篇專題論文，以台灣在地社會的發展為主，討論歷時性文化流動的型態。

在本質上，兩篇均以台灣作為一個國族文化發展場域的角度，討論威權體制、消費資本力量、全球化衝擊與認同形塑等要素的相互影響。許維德（2013）認為「國族」概念的討論，應該摒棄將國族視為一種「實體本質」的思考方式，以脈絡性、互動性、多重性、競爭性以及流動性的動態過程。換言之，國族文化的本質是流動的，黃淑鈴（2017）、黃順星（2017）正描述了台灣過去國族文化流動的過程，對內，此過程反映了社會轉型的蛻變，對外則顯示國族認同與形象塑造的軌跡。

黃淑鈴（2017）一文，討論國族觀光意象建構的意識形態與權力關係。觀光，不只是純然的商業活動，觀光意象同時也是對於一個國家或國族共享的價值、傳統與風俗習慣的重新框架與凝視；在觀光凝視過程之中，必然涉及文化元素的選擇過程，特定文化元素被選擇出來做為代表，而某些文化元素被排除與削弱（Urry & Larsen, 2011）。

若將觀光意象視為特定歷史時期權力下的知識體系建構，黃淑鈴（2017）分析它的再現政治系統，區分台灣官方觀光論述為四個階段：中國國族打造、去中國化、美麗台灣與塑造台灣的動感等。透過這些階段的分析，我們可以看到為了在他國眼光中展現「我國國族形象」所進行的自我凝視與規訓機制。

黃順星（2017）一文，討論媒體作為文化仲介者，如何引介與推波助瀾地促成社會的轉型；他以 1978 年改名重新發行的《民生報》為分析軸心，分析台灣從生產社會轉為消費社會的歷程。1980 年代的台灣，正歷經美麗島事件，社會整體風氣趨向於政治冷感論調，在政治肅殺的時代氛圍之下，報業體制基本上是扮演著伺候遵從的角色。而《民生報》以軟性新聞為主，建立起日常生活當中的文化消費指南，從小提琴選購、油畫行情、墨汁好壞判別到鋼琴學費、補習班收費、課外讀物書單等。文化消費作為奇觀的展示對象，反映著中產階級試圖透過文化資本累積而向上流動的慾望。

為了更清楚地瞭解黃淑鈴（2017）與黃順星（2017）對於歷時性文化流動的討論，我將兩篇文章的分析結果繪製如圖 3。

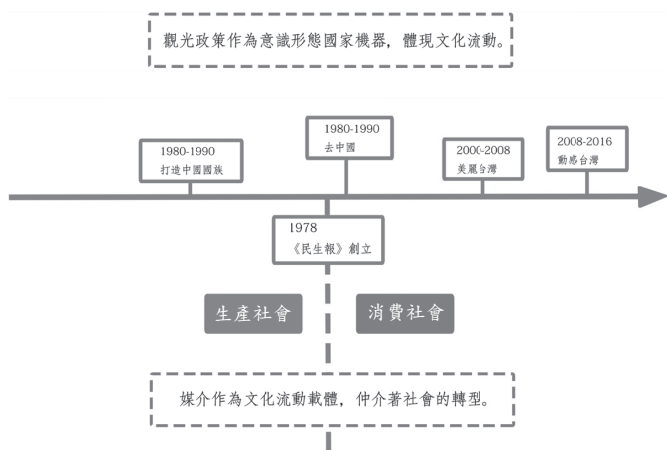


圖 3：模式三：歷時性的文化流動模式（台灣）

透過兩篇文章討論，我們可以獲得兩個結論。(1) 觀光政策作為國族意識形態塑造的國家機器，體現文化流動的過程。(2) 媒介作為文化流動的載具，仲介著社會的轉型。

伍、番外篇：文化流動的另類想像

除了上述的三個模式之外，文化流動存在哪些值得討論的議題呢？我彙整出兩個文化流動的另類想像，以做為未來進一步研究思考的參考。

一、移住者引入的文化流動

在全球遷徙的時代下，跨國的移工與移民等移住者帶來了異國的生活習慣與文化特質。但是，多數勞動移住者都屬於短期停留，不被期待參與社會事務而成為被邊緣化的社會成員。此種跟隨著移住者弱勢文化流入主流優勢文化的歷程與作用，暫且可以稱之為「移住者引入的文化流動」。

陳春富（2017）以韓國的「移住者世界電視」（Migrant World Television，簡稱 MWTV）作為指標性的個案，探討「移住者媒體」（migrant media）作為跨國移工相互串聯、合作、對外發聲的管道，以及突破結構與限制所形塑出的多元文化社群。在全球資本主義快速擴張的實踐，由於經濟型態與人口結構的改變，大量勞動人口從部分國家流動至高科技產業的地區，從事移入國人民所抗拒、偏向骯髒、危險或家庭看護、家務勞動等工作。此種舒緩當地勞動壓力的短期勞工，經常複合著階級、文化、族群等多重弱勢地位。

相對於「模式二：跨國的文化流動模式」的西方資本強國的文化流入，由移住者實體移動而引入的文化，缺乏語言、象徵符號、媒體載具的擁有與近用權而難以彰顯。「移住者媒體」的出現，提供翻轉此種文化互動的可能，跨國移工得以利用另類媒體內容的生產與流通，來維持文化的主體性，主動介入、參與居留國的公共事務，成為具有自主性與能動性的積極行動者。

二、跨媒體的文化流動：流行音樂與電視戀愛劇

文化流動，必須以「國族」作為流動的分析單位？國族，作為文化流動的分析單位，是為了容易理解與討論，是為了研究需要所建構出來的概念。後現代社會裡的文化流動現象，國族不見得再是邊界；對於研究者而言，國族也不應該是限制我們思考文化流動的必然框架。於此，蔡如音（2017）提供非常有趣的研究切點，這篇文章討論流行音樂介入電視戀愛劇的產製與創作，換言之，文化流動，有沒有可能產生在跨媒體之間呢？

蔡如音（2017）討論「流行音樂」與「電視劇」兩種媒體的競合關係時，提出兩者之間文化交流的過程：(1) 流行音樂，可能成為故事促發的起點。(2) 引自流行音樂而成形的電視劇，反而成為流行音樂的代言廣告。(3) 偶像團體，則是穿梭於兩者之間，成為中堅支點。(4) 音樂與戲劇，共創了敘事共生的美學體驗。

媒體是存在著溝通的物質性，聲音、文字、攝影、繪畫、漫畫、動畫、互動網頁、數位遊戲等，物質性均不相同。每種媒體，都因為其媒材物質性而使得具有特殊的文化表達特質，比方說聲音（音樂、廣播、錄音）是流動的，具有感性特質，但不便於較具邏輯性的辯論（如法律爭辯）；電視、電影等影像紀錄複合聲音，在情感的表達更具有同理心與吸引力。再如，電視劇，因為影像創作的特質，使得成為容易闡述羅曼蒂克愛情的想像，戲劇化的情感特質。相對於此，新聞則因為偏向於事實記錄而無法強化誇張浪漫的情感。

跨媒體之間的競合與創作想像，等於是跨越彼此之間的物質性特質而進行相互激盪，這些激盪出來的火花，亦醞釀著文化流動的可能。

參考書目

- 張玉佩 (2012)。〈台灣線上遊戲的在地情境與全球化文化流動〉，
《新聞學研究》，113：77-122。
- 許維德 (2013)。〈何謂「國族」(nation)？——語彙分析、構成
元素式定義、以及過程化思考的嘗試〉，《國家發展研究》，
12(2)：1-72。
- 陳春富 (2017)。〈移住者媒體的社會行動：以南韓「移住者世界電
視」發展歷程之考察〉，《中華傳播學刊》，31：157-187。
- 黃淑鈴 (2017)。〈國族打造與國家品牌化：台灣觀光論述的本土化〉，
《中華傳播學刊》，31：79-115。
- 黃順星 (2017)。〈文化消費指南：1980年代的《民生報》〉，《中
華傳播學刊》，31：117-155。
- 蔡如音 (2017)。〈J-Pop 之外的影視配樂想像：論日本、西洋經典
老歌於日本戀愛劇中的美學與產業型構 (1990~2000年初)〉，
《中華傳播學刊》，31：49-78。
- 魏玟 (2017)。〈跨國文化流動的理論裝備檢查：拆解與整修「文化
接近性」〉，《中華傳播學刊》，31：17-48。
- Boyd-Barrett, O. (1980). *The international news agencies*. Beverly Hills,
CA: Sage.
- Lee, C. C. (1980). *Media imperialism reconsidered*. Beverly Hills, CA:
Sage.
- Salinas, R., & Paldan, L. (1979). Culture in the process of dependent
development: Theoretical perspectives. In K. Nordenstreng &
H. I. Schiller (Eds.), *National sovereignty and international
communications* (pp. 82-98). Norwood, NJ: Ablex.
- Straubhaar, J. D. (1991). Beyond media imperialism: Asymmetrical
interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Mass
Communication*, 8(1), 39-59.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. Cambridge, UK: Polity.
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. London: Sage.

Introduction: The Modes of Cultural Flow and Alternative Imagination

YuPei Chang*

Abstract

This article is for the “Chinese Journal of Communication” No. 31 “cultural flow and media” topic of five papers, to introduce and guide. Through the theoretical review, this paper puts forward three kinds of cultural flow modes, namely, “cultural flow of media imperialism,” “transnational cultural flow” and “diachronic cultural flow.” The former has been criticized and the latter two models can serve as a reference structure for thinking about cultural flows. In addition, the paper suggests that “cultural flows introduced by the migrant media” and “cross-media cultural flows” as an alternative thinking cultural flows.

Keywords: cultural flow, communication mode, media culture

*YuPei Chang is Professor at the Department of Communication and Technology, National Chiao Tung University, Hsinchu, Taiwan.



