



【文／編譯發展中心 蘇進榮】

【圖／出版商 韋伯文化國際出版有限公司】

《媒介、文化與社會》（Media, Culture and Society）一書係由本院於 100 年與韋伯文化國際出版有限公司合作翻譯發行之學術著作，並已於 102 年 4 月發行上市。本書作者保羅·霍德金森（Paul Hodkinson）為英國伯明翰大學（University of Birmingham）博士，任教於薩里大學（University of Surrey）社會學系，研究興趣為青年與青年文化、老齡化與青年亞文化、社交網站、流行音樂與社會、媒體與社區；本譯著之譯者為黃元鵬先生【英國蘭開斯特大學（Lancaster University）社會學研究所博士班研究生】與吳佳綺小姐（國立政治大學社會學研究所碩士）。

在資訊極度膨脹之現代，媒介與傳播在我們日常生活中居於核心之程度，愈來愈明顯，無論是在家裏、工作地點、或者是公共場所，我們皆難遠離經由中介而呈現之文字、聲音或影像，不管是報紙、雜誌、廣播、電視、手機、遊戲機、個人音樂播放器或是網際網路，它們總是滿足我們對娛樂與常識之需求，豐富我們想像力之資源，提供我們對生活周遭世界之種種詮釋，幫助我們形塑身分認同與維繫社群關係。媒介在我們日常生活中佔據著重要之位置，這意味著媒介對我們周遭的文化本質與社會特性具有深遠之涵義；換言之，媒介在廣大之文化與社會中運作，而我們生活在媒介文化與媒介社會中，本書正是討究媒介與此種文化以及社會關係之導論。

本書組織架構規劃為三部分，第一部分（第二章至第五章）探討媒介之元素，涵括媒介技術、媒介產業、媒介內容與媒介使用者；第二部分（第六章至第九章）聚焦媒介、權力與控制等主題，論述媒介操縱、新聞建構、控制媒介取向、媒介面對全球化影響之作為；第三部分（第十章至第十三章）剖析媒介與族群、性別、次文化、謎群之間的關係，探討媒介飽和之後現代詮釋；本書各單元所涵蓋之主題間，皆具緊密之關連，例如，國族共同體之討論，明顯地與權力及認同等議題相關；

性別與種族之探討，則與文化分化、宰制與從屬等議題有關；第一部分各章述及之議題，在後續各章之重要主題討論中隨處可見，讀者不難在眾多議題中，建立連結。

媒介傳播對文化、社會之影響甚鉅，本書幫助我們對於主導媒介、文化與社會研究之各種議題與研究方法，逐步發展出完整之理解，讓讀者明確地理解媒介傳播之運作、明白如何掌握媒介組織，進而確保社會中傳播之運作，以實現它提升生活、認同，以及民主之潛力。