

第一章 閱聽人研究初探

將「閱聽人」視為一個符號(semiotics)，提醒我們，這是一個便利(convention)產物的客體與概念，「閱聽人」符號(sign)是一個印記(marker)，...是鬥爭的客體(the object of a struggle)而非具有清楚的定義，這個鬥爭隱含著閱聽人得以被研究本身與研究生產位置加以重新組合。除此之外，閱聽人並不存在於任何地方，它完全是一個相對概念，足以讓各式各樣的研究將意義填入。(Hay, 1996: 359-378)

第一節 「閱聽人」概念探討

重要概念隱藏的意涵經常跟隨著時代或典範變遷而改變，Williams (1983)認為對於關鍵字(key words)的剖析有助於彰顯意義賦予的鬥爭、凸顯學派的偏執並質疑「理所當然」的默識，他認為意義的多變與複雜性並不是源自系統的錯誤、回饋的誤差或教育傳承的缺乏，而是揭露歷史與當代本質的轉機，因為任何意義實際發展的隨機選擇都顯示當代「正確」的用法，辭彙的衍生與誤用正代表時代的轉折，值得特別關注與研究的焦點。因此，Williams 建議：

辭彙(words)是存在於社會歷史的脈絡下，重要意義往往是由優勢階級所形塑。瞭解辭彙的意義並不是指這是我們應去學習的「傳統」，也不是應接收的「意識」，更不認為我們的語言具有中立的威權。瞭解辭彙的意義是不斷地從各種真實的環境中形塑與再形塑，從一個辭彙的使用，發現我們身處的位置、改變我們需要改變的地方、形塑我們自己的語言與歷史。(Williams, 1983:24-25)

因此，揭露閱聽人研究之重要概念的意涵與轉折，是進一步思考閱聽人研究未來走向的入門起點。唯有如此，才能進一步思索被視為理所當然的共識、發現存在理論典範中的死角，瞭解自己身處的位置與立足點。

因此，「閱聽人」概念是閱聽人研究的重要課題，牽涉到研究本質論的預設。閱聽人概念的演變，受到二方面的影響：第一，因社會結構變遷而產

生的改變，如傳播科技的發展，讓閱聽人從早期面對面溝通（如公開演說）到現今透過大眾媒介的仲介溝通，傳播環境的改變使閱聽人概念本質發生轉變。第二，因典範變遷造成的閱聽人概念轉移，如量化取向將閱聽人視為可累積、加總並可概推，質化取向強調閱聽人受到情境影響。第一種閱聽人概念演變，可以 Abercrombie and Longhurst(1998)提出的直接閱聽人(the simple audience)、大眾閱聽人(the mass audience)與擴散閱聽人(the diffused audience)為代表。第二種閱聽人概念的演變，則可以 Anderson (1996)提出的形式閱聽人(the formal audience)與實證閱聽人(the empirical audience)為代表。

Abercrombie and Longhurst(1998)認為閱聽人是觀看表演(performance)進行的群體，不同類型的表演形式有不同的互動規則，他們依據這些不同表演形式產生的互動規則區分出上述三種閱聽人。本研究認為當代媒介的眾多表演形式中，以網路的表演形式最能夠凸顯現今複雜的媒介景象，因此，本文於直接閱聽人、大眾閱聽人與擴散閱聽人之後，加上網路閱聽人特質的討論，以便能切近描寫當代的媒介景象。整體閱聽人概念的探討，如表一的結構呈現。

表一：「閱聽人」概念的轉變

社會結構變遷	直接閱聽人			
	the simple audience			
	大眾閱聽人			
	the mass audience			
研究典範變遷	擴散閱聽人			
	the diffused audience			
	網路閱聽人			
	形式閱聽人	被編碼的閱聽人		
	the formal audience	the encoded audience		
		分析性閱聽人		
		the analytic audience		
	實證閱聽人	先驗閱聽人	聚集閱聽人	
	the empirical audiences	the transcendent empirical audience	the aggregate audience	
			代理閱聽人	
			the surrogate audience	
		情境閱聽人		
		the situated audience	意外閱聽人	
			the emergent audience	

壹、依社會結構變遷而造成的概念轉變

一、直接閱聽人(the simple audience)

直接閱聽人的傳播方式是直接、面對面的溝通，如早期公開演說或劇院看戲等，傳播的情境是地域性的(localized)，基本典型是發生在公共空間。生產者與消費者之間存在著特定的區別，生產者表演，而消費者懷著高度注意與涉入感觀看。生產者與閱聽人存在著某種溝通約定(communication contract)，閱聽人對於生產者的意義與目的有理解的義務，而生產者對於閱聽人的使用和理解有回應的義務。表演的事件具有一定慶典特質(ceremonial quality)，表演者與閱聽人雙方都有一定的準備，例如表演者準備表演空間，閱聽人換裝前往觀賞等。

直接閱聽人參與的表演事件，經常懷有基本的慶典與神聖特質，早期戲劇表演與宗教有密切關係，戲劇(theatre)與儀式(ritual)之間，存在著一種辯證關係，儀式性的表演建立世俗生活與宗教生活的門檻，當人們參與儀式時，是從日常生活脫離出來、進入宗教的中間地帶，儀式結束後，又返回日常生活。在現代社會中，戲劇與儀式具有許多相同的特質與功能，戲劇表演反映社會本身，探刺社群弱點，將既有的價值與信仰去神聖化，描述衝突、提出建議；也就是說，戲劇創造社會的自我反射(social self-reflexity)，提供解決社會衝突的工具，與宗教、其他意識具有相同的功能。

戲劇表演隱含著表演者與觀眾間的物質與社會距離，偶而的突破（如表演者跑到觀眾席），可以讓觀眾覺醒表演本質。早期戲劇表演，表演者與觀眾是親密、非正式的，隨著時間的演進，變得越來越正式。在直接閱聽人，表演者與觀眾間存在著內在的社會距離，如喪禮中死者家屬比其他人更接近牧師，此種形式將悲傷化為實際距離，讓家庭成員得以進入儀式表演。隨著時間發展，地位差別(status differences)逐漸被價格差別所取代，如音樂廳的座位安排，座位前後與表演者的遠近距離是由票價差別所決定。

表演者參與表演的氛圍(the aura of performance)使他們具有超乎世俗的特質，如當代的足球明星。作為一個明星，社會距離的增加使他們脫離原屬

的社群，表演者與閱聽人之間的距離所得的效果之一，是創造出閱聽人的順從(passivity)。希臘時代，閱聽人是參與表演，與表演者互動；中世紀，閱聽人與表演之間的關係是流動的，但仍有主動參與權，例如依莉莎白時代，表演像是遊戲場，觀眾可熱情地與台上表演者互動。漸漸地，閱聽人變成較理性、被動，坐著觀賞表演，於是一種新的社會契約便成立，表現出強烈的禮節與被動，如聽音樂會或在劇院看戲，破壞社會契約是不被允許的，如於音樂會中高聲論談。這些轉變讓閱聽人的表現越來越像是一個軀體(body)，而非主體(subject)。

在當代社會中，閱積極參與、表現行動的直接閱聽人，反而被視為「缺乏市民道德」的社會團體，例如搖滾音樂會的年輕人或足球賽的工人階級。原本群眾是站著觀賞足球賽，當代的發展使得觀賞足球賽的直接閱聽人具有固定座位，並將不同支持者加以區隔，賦予社會壓力使其不要離開座位。使閱聽人坐著、有秩序的效果，是讓他們將焦點放在比賽本身。閱聽人本身間彼此的物質或語言，都變得相當困難。

相對於大眾閱聽人，直接閱聽人的環境設計讓閱聽人必須將注意力放在觀看，不能同時做其他事情（大眾閱聽人經常一邊觀賞媒介，一邊做其他事情，如邊看電視邊聊天）。在看戲或聽音樂會時，聊天或看書都被視為是奇怪、不受歡迎的行為，因此直接閱聽人的表演要求高度注意力，其他觀眾的反應會加強這個常規（例如給破壞規矩者白眼）。

直接閱聽人的表演場地受限於聽力、眼力所及的地方，必須是可以「直接」表演的空間，此種特質也加強表演的慶典、慶賀面向，他們允許並鼓勵要求一種濃縮、強烈的經驗，像是觀賞足球賽。直接閱聽人表演的空間是公開的，事件經常發生在公共的空間，例如公園或街角。有些表演的本質是創造出不同意見的失序，以對抗既有威權秩序。前衛派的戲劇團體希望有主動參與的閱聽人，因而故意打破閱聽人與表演者的界限，以消除某些政治行動的符碼。為了讓閱聽人融入表演，表演與閱聽人之間的距離消失。此種表演進一步地發展為「表演藝術」(the performance art)，不只打破閱聽人與表演者的界限，也消除藝術與日常生活的距離，構成擴散閱聽人。

總括直接閱聽人有以下特點：表演者與閱聽人之間的傳播是直接的；表演的場地是「在地」的；事件具有高度慶典感；表演是公開的；閱聽人的涉入感與注意力均很高。(Anderson, 1996:75-77 ; Abercrombie and Longhurst, 1998:43-57)

二、大眾閱聽人(the mass audience)

前現代社會依賴口語傳播，屬於直接閱聽人的狀態，大眾媒介的出現，並未使直接閱聽人消逝，而是與大眾閱聽人並存。相對於直接閱聽人的表演，大眾閱聽人的表演並沒有空間上的「地域性」(localization)，溝通並不是直接的，觀賞經驗也不再具有慶典感，而是進入日常生活。對於表演的觀賞也較不要求注意力的集中，典型的接收是在私人場所而非公開場所，表演者與閱聽人存在較大的社會物質距離。大眾閱聽人與直接閱聽人都是基於表演而成立，生產者與消費者間存在明確的物質社會距離，生產者與消費者是相互依賴而成立¹。

隨著大眾閱聽人的出現，表演也開始改變。首先，表演者改變表演方式，例如現場演說與電視演說的互動方式即不相同。第二，表演本身也發生轉變，以電影為例，早期電影是直接拍攝舞台劇，但剪接技術出現後，演員是分散拍攝，再集中剪接，因此表演事件造出來的(built)，而非直接拍攝(shot)，電腦技術更加深此建構過程的複雜性，例如混音技術。隨著科技的發展，閱聽人也隨之改變，早期一切都還是模仿直接閱聽人，但是在大眾媒介時代，表演在時空上延長並且被切割（指分別拍攝再重新組合），因此產生新的美學形式。演員不再是最主要的角色，現在電視與電影的生產過程中，製片、導演、攝影等，各懷著長時間受訓的本領，共同將表演的各個片段組合起來。

大眾閱聽人的美學評判與直接閱聽人的美學評判不同，大眾閱聽人是以建構美學(constructed aesthetic)取代直接閱聽人的立即美學(immediate aesthetic)。直接表演是立即的，表演者與閱聽人在物質上是同一時間共存的，

¹ 關於這一點，主要是相對於擴散閱聽人，因為擴散閱聽人中的生產者與消費者是融合在一起，並不存在著社會或物質距離。可參考下文的介紹。

立即美學是當下對於著名角色的立即回應。建構美學則是對於看不見的創作群回應，傳播媒介不只是傳遞訊息，它尚且創造一種新的行動形式與互動關係，人們不再像日常生活面對面溝通，人們可與實際缺席的他人進行溝通。

在直接閱聽人上，表演者與閱聽人已經產生物質與社會距離，而大眾傳播媒介更加深此種距離。在大眾閱聽人中，明星與閱聽人的社會距離，是表現在生活風格(lifestyle)，明星的穿著打扮經常使用炫耀性消費，讓人對於明星的行動產生普遍興趣。閱聽人試圖與明星進行想像性認同(identification-in-imagination)，此種想像性認同需要差距與距離，明星成為一種想要達到，但卻永遠達不到的縮影。此種觀眾與明星的距離產生一種渴望，提供傳遞認同的幻想。

直接閱聽人的表演是在公共空間，而大眾閱聽人的表演則是在私人空間，接收的私有化成為大眾閱聽人的一大特色。直接閱聽人原有慶典感、儀式性、超脫世俗的表演，大眾媒介的表演卻是家庭化與私有化，表演的儀式特質被剝奪，接收成為家庭日常生活的運行，因此也世俗化。但是媒介使用的儀式性並完全消失，而是轉以世俗生活方式存在，例如早上看報紙、晚上看新聞等儀式行為。因此，直接閱聽人是具有高慶典特質、高注意力，而大眾閱聽人則是低慶典特質、低注意力，媒介使用成為日常生活的背景(background)。正確地說，大眾閱聽人不是完全低注意力，而是他們的注意力是進進出出的(move in and out of attention)，家庭主婦經常是看了一下午的電視，但是只有注意到少數她有興趣的節目。(Abercrombie and Longhurst, 1998: 57-68)

三、擴散閱聽人(the diffused audience)

擴散閱聽人是指當代社會中，媒介的大量滲透，使得人人都是閱聽人，即使不看電視，也逃脫不了電視內容進入日常生活之中，就像是哈日風潮的流行，即使不看日劇，也無法逃脫滿街因應日劇風行而造成的黑人化妝法、洋娃娃裝扮、恨天高厚底鞋等哈日現象。直接閱聽人或大眾閱聽人並不是不再存在，而是擴散閱聽人成為所有閱聽形式的背景。

擴散閱聽人起自於二個過程的互動，一方面，將世界建構為觀展(spectacle)，生活所有食衣行等系解都成為可以展示的物品，另一方面，將個人建構為顧影自憐(narcissistic)，人們試圖從媒介影像找尋自己的影子，閱聽人亦是表演者，他們同時看、也被看。在直接閱聽人與大眾閱聽人，閱聽人與表演者間存在著特定距離，但是在擴散閱聽人，二者的距離消逝，因為人們兼具表演者與觀眾身份，文化消費者變成文化生產者，文化生產者變成文化消費者，因此閱聽人也不必然位於接收者的位置，不一定要聽生產者的訴說。

擴散閱聽人的傳播是直接的，媒介機構並不介入表演者與閱聽人之間，表演存在於日常生活，慶典特質也不復存在，注意力是低的或多變的。擴散閱聽人同時是在地的(local)，也是全球化的(global)，在實踐表演上是在地的，在想像(imagination)是全球化的。表演同時是公開的，也是私人的，擴散閱聽人拆離公開與私人的界線，表演事件彼此之間難以區分，媒介也不再具有不同的形式，類型(genre)與類型之間、藝術與生活之間、藝術與非藝術之間的柵欄和界線，均已崩塌。(Ibid., pp.68-76)

四、網路閱聽人

Abercrombie and Longhurst(1998)認為在媒介大量滲透的社會，不管看不看電視或聽不聽新聞，媒介激增的影像(image)到處充斥，人人皆已直接或間接成為閱聽人。此外，文本類型混雜、表演者與閱聽人結合，表演事件相互串連.....所有傳統既定的界限均已消逝。在此種狀況之下，網路最能代表當今媒介景象的混雜特徵。雖然 Ruddock(2001)建議未來閱聽人研究應在清楚劃分媒介文本、媒介技術與其他的生活領域之間的互文性連結(intertextual connection)，但網際網路所呈現出來的媒介景象卻是越來越複雜，傾向於彼此融合、難以區分，如同 Fornäs(2000)²所說：「數位化複合媒介更傾向於模

² Fornäs 於此提出三個人們在空間與媒介、硬體與軟體之間流動的管道：第一，人們遇見人們，形塑不同的社會關係、私人關係與公共領域；第二，文本遇見文本，媒介遇見媒介，也就是互文性的關係；第三，文本遇見人們，人在情境中使用媒介，記錄有意義的文本，形成解釋、生活經驗與認同。通過這些通道，文本意義、個人認同與社會關係產生連結。參考 Fornäs(2000), p.56。

糊事實與虛幻、文本的接收與生產、大眾媒介與個人媒介、直接溝通與間接溝通。」(Fornäs, 2000:55)

從文本與閱聽人之間的關係來看，網際網路使閱聽人與文本融合，製碼/解碼二端成為不斷循環的接收關係。以村上迷群於《村上春樹的網路森林》³發表之心得文章而言，村上春樹的小說可視為原始的閱讀文本，網站發表的論談、小說或散文可以視為是閱聽人接收訊息後、加上主體經驗與意識所產製出來的循環文本⁴，此循環文本同時代表創作者解碼的一端與其他網站閱聽人製碼的一端。作為這個網站的閱聽人，歷經許多個製碼/解碼的接收循環。首先這個網站的閱聽人基本上都或多或少閱讀過村上的小說，此部份的製碼/解碼是隱藏在網站之外，進入這個網站後，閱聽人可以任意挑選文章閱讀，此項閱聽行為又開啟另一個接收循環，在經過消化吸收、或許還包括其他日常生活事物的啟發之後，寫出一篇短文/小說投書到網站上(製碼)，而這篇短文/小說也許會由另外一個讀者挑選閱讀(解碼)，而又進入另一個接收循環。如果從製碼/解碼的觀點來進行閱聽人分析，會發現網站上存在著許許多多錯綜複雜的接收循環，就同一個文本(例如讀者投書的小說)，它同時是該作者對於該網路內容的解碼、也其他讀者閱讀網站時的製碼一方，這簡直像雞生蛋、蛋生雞的問題一樣，循環文本同時代表製碼與解碼雙方。

此外，延伸 Abercrombie and Longhurst(1998)對於直接閱聽人、大眾閱聽人與擴散閱聽人的討論方式，本文進一步分析網路閱聽人的特徵。以溝通方式與溝通情境而言，網際網路是透過媒介在私人空間中進行溝通，與大眾閱聽人類似。以訊息內容而言，由於網路即時回饋的特性，使得網路閱聽人得以參與表演的創作，與直接閱聽人相同，表演成為表演者與閱聽人共同創

³ 《村上春樹的網路森林》為國內村上迷群最大的集中場域，相關背景資料與討論，請參考第三章第二節的分析。

⁴ 「循環文本」的概念，起自於筆者(2000)另一篇文章「網路閱聽人：主動/批判/自我展示之「新創文本」(neo-text)的概念。以循環文本取代新創文本之目的，在於強調「循環文本」代表之不斷循環的接收關係。詳細分析討論，請參考第三章第一節。

作的「活生生表演」(the lived performance)，閱聽人之間彼此的互動程度相形增高。就觀賞經驗來看，直接閱聽人涉入表演程度高，產生高度濃縮的慶典感；大眾閱聽人的表演則是進入日常生活，如一邊聽廣播、一邊做家事，一邊看電視、一邊與家人聊天，涉入感與慶典感低；擴散閱聽人則是將表演與日常生活融合，生活即是一種演出，因此並無慶典感產生。網路閱聽人則是與大眾閱聽人一樣，表演是嵌入日常生活中，慶典感低。就表演者與閱聽人之間的關係而言，直接閱聽人中表演者與閱聽人有明顯的區分，但彼此的互動程度高；大眾閱聽人中表演者與閱聽人之間的區分更是加大，但彼此的互動程度變低；而擴散閱聽人與網路閱聽人一樣，閱聽人同時是表演者，彼此已經融合、難以區分。

在表演實踐範圍，網路閱聽人與直接閱聽人、大眾閱聽人、擴散閱聽人皆不同。直接閱聽人由於是面對面的表演形式，因此受限於眼力與聽力所及的場地。大眾媒介的出現使得表演區分為記錄傳送時的原始表演與接收時的表演，現今大眾媒介表演的產銷是全球化的，如電影、電視影集、小說、音樂等，但是在接收時仍偏向於在私人空間之中（電影除外）。擴散閱聽人與網路閱聽人一樣，同樣是接收大量來自大眾傳播媒介傳遞出的全球化影像，在實踐過程中卻是結合在地的個人資源，例如村上春樹的小說迷接收來自全球的村上訊息（包括小說、評論與報導），在實踐過程結合本身的語文（如中文）創造新創文本，張貼在當地的網站（如《村上春樹的網路森林》）。

本研究進一步將直接閱聽人、大眾閱聽人、擴散閱聽人與網路閱聽人之特徵，比較整體為 表二：直接閱聽人、大眾閱聽人、擴散閱聽人與網路閱聽人之比較表。

表二：直接閱聽人、大眾閱聽人、擴散閱聽人與網路閱聽人之比較表

	直接閱聽人	大眾閱聽人	擴散閱聽人	網路閱聽人
溝通方式	面對面	透過媒介	面對面與透過媒介	透過媒介
溝通情境	公共空間	私人空間	公共與私人間流動	私人空間
訊息內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 由表演者與閱聽人共同創造的活生生表演 (lived performance) ● 表演是直接的，表演者與閱聽人在物質上是共同存在的 	<ul style="list-style-type: none"> ● 制式的 大量複製的 訊息內容 ● 少因閱聽人的回饋而變動 ● 表演是間接 非同一時間共存的 	<ul style="list-style-type: none"> ● 表演內容與閱聽人的日常生活結合 	<ul style="list-style-type: none"> ● 類似活生生的表演 ● 閱聽人容易回饋、參與、共同創造
閱聽人互動程度	高 (逐漸減低)	低	不定	高
閱聽人的涉入感	高	低	多變	多變
觀賞經驗的特質	濃縮 高慶典感	進入日常生活 低慶典感	融入日常生活 無慶典感	進入日常生活 低慶典感
閱聽人與表演者	互動高 (逐漸減低) 存在物質與社會距離	互動低 物質與社會距離加大	閱聽人與表演者融合、難以區分	閱聽人與表演者融合、難以區分
表演實踐之範圍	有地域限制 (眼力與聽力所及)	產銷全球化 閱聽空間私人化	全球化的想像 在地化的實踐	全球化的想像 在地化的實踐

貳、依典範演變而造成的概念轉變

一、形式閱聽人(the formal audience)

Abercrombie and Longhurst(1998)是從媒介形式(表演形式)區分閱聽人種類，Anderson(1996)則是從研究典範的角度，討論閱聽人的概念。首先，Anderson(1996)將因應職業需求而生產出來的閱聽人稱為形式閱聽人，包括二種，一種是被編碼的閱聽人(the encoded audience)，指被寫入文本的閱聽人，如讀者反應理論中「隱藏讀者」⁵的角色，是作者心目中預設的閱聽人

⁵讀者反應取向認為文本不能獨立於解釋的讀者獨立，分析家的角色是闡明文本中隱藏的「標準讀者」(model reader)或「隱含讀者」(implied reader)或「期望範圍」(horizon of expectation)，決定標準讀者(理想上的實際讀者)在哪些地方、或如何對於文本產生功用。作者在進行寫作時，其實已經預設一個讀者的位置，預設讀者可能進行解釋的方式，分析家的工作就是找出這個隱藏讀者的閱讀位置，但這與實際進行閱讀的閱聽人是完全不同的。參考自 Livingstone (1990), pp.39-40。

形象，此種的概念經常出現在商業行為，電視業者會因為他們認定的閱聽人（如喜歡性、暴力等煽色腥內容）來製造電視內容。在大眾文化的商業產製中，作者、導演、演員等每個參與生產的人都有不同的預設視野，每個人的決定均影響內容，因此也造就大眾文化產品的多元特質。在此種觀點下，出現因不同觀點預設而產生的矛盾，例如立法和社會團體常用的「聰明的閱聽人」和廣告中「易受誘惑的閱聽人」，閱聽人既是聰明的、又是容易受騙的衝突，此衝突即產生於其心目中「被編碼的閱聽人」預設不同。

另一個形式閱聽人是分析性閱聽人(the analytic audience)，分析性閱聽人是因應批判或科學研究所需創造出來的，如女性主義者的閱聽人是生活在父權社會下的閱聽人，文化研究的閱聽人是敘事主體的再現，後現代主義的閱聽人則是破碎的與不連貫的個體。此類批評論述是為了改善閱聽的行為，而他們想要改善的不是被編碼的閱聽人，而是分析性閱聽人。不只是評論家生產分析性閱聽人，問卷調查與實驗研究均是基於特定閱聽人行為的假設來創造分析性的閱聽人。(Ibid., p.80)

二、實證閱聽人(the empirical audience)

Anderson(1996)將實證研究工作進行時對閱聽人的概念稱為實證閱聽人，並根據研究對閱聽人本質的不同預設將之區分為先驗閱聽人(the transcendent empirical audience)與情境閱聽人(the situated audience)。以閱聽人研究典範而言，行為典範預設的閱聽人是屬於先驗閱聽人的概念，而接收分析典範則屬於情境閱聽人的概念⁶。

先驗閱聽人是指傳統社會科學用來指稱超越時空限制、可進行概推或歷史性稱謂的閱聽人，例如認知結構研究試圖將認知基模概推到全體人類。此種先驗閱聽人概念，是建立在平等單位(equivalent units)的規則，所有的男、女、成人、小孩都被視為是相等的，並可相互加總，大部份的理論和商業實踐都建立在此種先驗性，每一個平等的單位都是完整的、自動的，在結果與決定上是相似的，單位與單位之間不需要連結。此種以量化形式呈現的敘述

⁶ 參考本章第三節。

方式，將閱聽人塑造成抽象、不可捉摸的一群人。

先驗性閱聽人有二個特點，第一是聚集(aggregate)的，經過某些抽樣的程序與定義來聚集閱聽人，如問卷調查中的「18-49 歲職業婦女」，受訪者被發現符合此條件者，便可抽出代表實際閱聽人的存在。雖然此種閱聽人的分類是任意性的，由規則定義創造決定，而非因應理論瞭解需要或選擇性的個人自我定位。因此，大部分閱聽人研究的分類與閱聽眾成員不同的實踐特質無關，他們之所以被放在閱聽人的位置，因為商業實踐中的買賣行為。

一個 18-49 歲女性觀看新聞，就等於是「閱聽眾的一員」，不管是不是因為其他人的堅持而坐在那裡，或是她真的對新聞有興趣。在此類別被選出的女性，代表所有坐在那裡的可能理由。(Anderson, 1996: 82)

在抽樣過程中，「誰在那裡」(誰在收看電視)的問題變成為「他們為什麼在那裡」(觀眾為什麼在看電視)的問題，分配率的差異在我們的論述中變成為內容動機的差異。據此推論，連續劇吸引女人，是因為連續劇的劇情浪漫，而不是因為女性只有在那個時間有空、也不是因為有沒有其他替代節目的選擇，更不是因為在文化上設定女性愛看連續劇而男性不愛。事實上，聚集閱聽人(the aggregate audience)只能呈現暴露在媒介內容之前的閱聽人數量，無法告知閱聽行為的目的。先驗性閱聽人第二個特點是代理(surrogate)的，由於研究的目的是要概推到人類普遍的特徵，因此研究對象(respondens)的特徵是代理全人類的特徵，是跨社會文化情境而存在。(Ibid., pp.80-86)

先驗性閱聽人的代表是收視率調查，收視率是當代社會最常用來指稱閱聽人實體的方式。Morley(1995)認為此種以統計方法為基礎的量化調查，將行動從脈絡中割裂出來，喪失彰顯行動意義的機會；將開電視等於看電視，忽略轉台及家庭生活的介入，誇大觀眾的注意程度；透過若干概括而標準化的收視行為變項，獨斷描繪種種不同類型的觀眾與他們之間的差異，假設開電視對於所有觀眾都具有相同的意義及顯要程度，觀眾被當作是數字看待，個別的主觀差異被壓抑。Hoijer(1999)則認為此種閱聽人是為了滿足商業機構需要所生產出來的幻相，收視率調查將閱聽人視為「集合性實體」(collective entity)，以累積性量化資料來呈現閱聽人，此種邏輯將閱聽人視為

商品而非經驗主體；閱聽人就像是商品一樣可被廣告、販賣，商業電視台透過廣告賺錢，以生產閱聽人的節目能力來吸引廣告商(Ruddock, 2001:9-10)。

Ruddock(2001)認為閱聽行為是一個包含多種行為的大傘。收視率計算視閱聽行為為簡單的表面行為，將人們劃分為二種：看與不看、是閱聽人或不是閱聽人。分級制度亦是基於同樣的精神，認為如果電視節目內容有問題，只要關掉即可。但收視行為並不是如此簡單，同樣坐在電視機前面的一家人，爸媽在看脫口秀，一個小孩一邊聽音樂、一邊燙衣服，另一個小孩看雜誌，以收視記錄器來看，四個都算是閱聽人；但事實上他們卻包含從完全專注到完全不專注的閱聽行為。而閱聽人研究，也絕非只是瞭解閱聽人/讀者/聽眾與非閱聽人/非讀者/非聽眾之間的差別。(Ruddock, 2001:10-13)

朱全斌(2001)將收視率調查此測量閱聽行為研究產生的問題，歸納為四點：第一，測得的數據只能夠告訴我們觀眾選了哪一台，卻不提供諸如慾望、樂趣、失望、衝突以及解讀等和觀賞行為本身真正相關的資料。第二，電視機開著並不意味著有人觀賞，多半觀眾都是一邊看電視一邊做其他事情。第三，研究數據並不說明觀眾真正想看的節目，因為頻道選擇通常是家庭成員彼此妥協的結果。第四，閱聽人選擇節目與其文化背景的關連經常被忽略。(朱全斌，2001:72)

相對於先驗性閱聽人，情境閱聽人視閱聽人是存在於不斷前進的社會行動中，任何閱聽行為都由特殊媒介環境決定，因此不再如效果研究般認為研究者對於內容特質的分析(如宣傳手法)可預測閱聽人的行為。情境閱聽人重視詮釋社群(the interpretive community)以及閱聽人本身企圖(如政治菁英)對於閱聽行為的影響。Anderson(1996)提出某些閱聽人即使無實際接觸媒介內容，但是經由與他人的對談或其他媒介的輾轉流通而獲知媒介訊息，如沒有看過電影《藍波》但卻瞭解「藍波」意指的形象，他稱此種閱聽人為「意外閱聽人」(the emergent audience)，與 Abercrombie and Longhurst(1998)「擴散閱聽人」，是相同的概念。於此可以發現，無論是來自社會結構的變遷(如 Abercrombie and Longhurst,1998)或典範概念的修正(如 Anderson,1996)，都已注意閱聽人概念在當代產生的轉變，「意外閱聽人」與「擴散閱聽人」同指

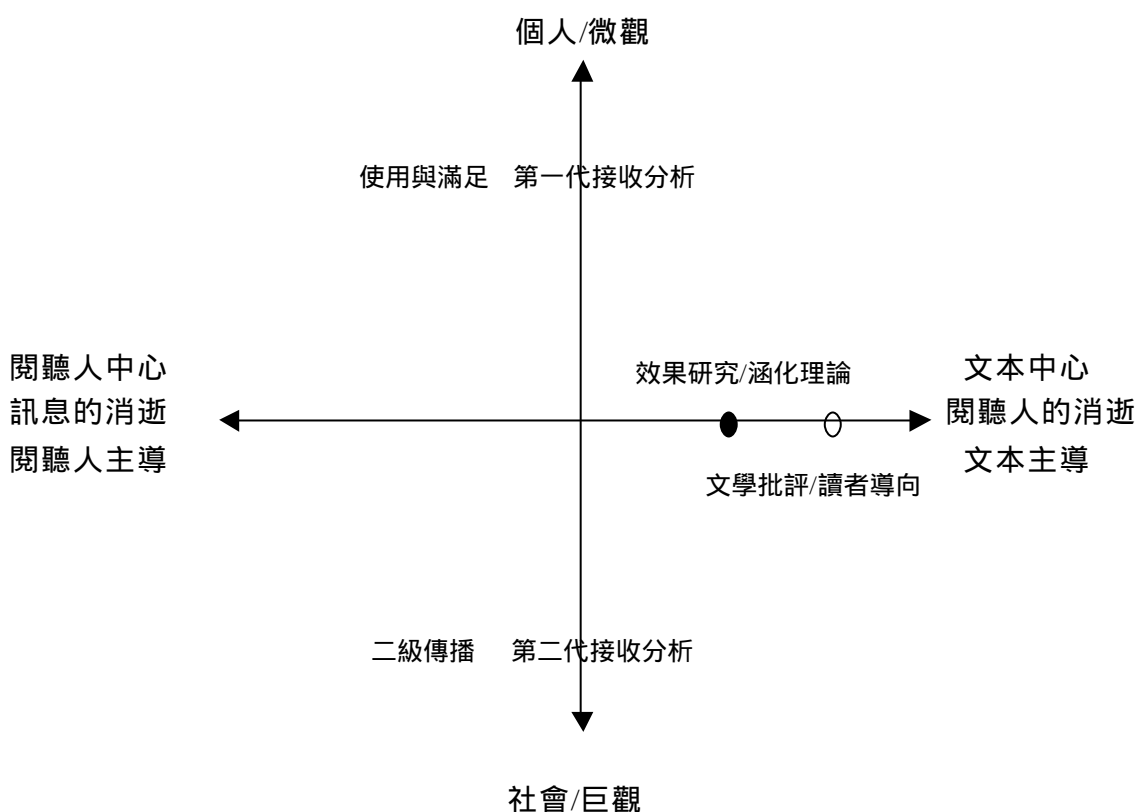
當今社會在媒介的大量滲透後，媒介影像已經溢出直接接收媒介內容的閱聽人，任何人都難以逃脫媒介日復一日的傳送，超文本間的輾轉流通使媒介與日常生活共同融合在巨大的媒介景象。這些現象的浮現，也再一次凸顯重新檢討閱聽人研究概念的重要。

第二節 傳播研究中的閱聽人概念

自從有傳播研究開始，閱聽人的概念就隱約浮現在各個研究典範之中，有些研究視閱聽人為疏離、原子化、分散、容易被媒介訊息打中的個人，如 Hadley Cantril(1940)《火星人進攻記》；有些研究將閱聽人為嵌合在社會團體下、不易受媒介訊息效果影響而較容易受人際傳播影響，如 Katz and Lazarsfeld (1955)合著之《親身影響》；有些研究強調閱聽人的主動性，如 Blumler and Katz(1974)提出的使用與滿足理論(uses and gratification)；有些研究則強調閱聽人解讀意義時的文本框架與社會結構的影響，如 Hall(1980)的製碼/解碼模式。

因此，閱聽人的概念，是特定分析觀點下的論述建構，媒介閱聽人是不斷改變的群集，受到多重論述變化而改變，從來沒有外在於媒介論述本身之外(Alassutari, 1999:6)。因此，根據傳播研究的閱聽人論述建構之要點，可以整理出下列的座標軸：

圖一：閱聽人研究座標軸



此座標圖標示出閱聽人研究取向的重要要素。在橫座標上，左邊是偏向閱聽人中心，以閱聽人為主要研究中心，忽略訊息本身，是過分低估文本力量的「訊息的消逝」(disappearing message) (Livingstone, 1990: 35)，亦是 Abercrombie and Longhurst(1998:18)所說的閱聽人主導觀點 (Dominant Audience position)，認為文本並不是整體性地由優勢意義所組成，而是多元的，包含數種可能的意義，允許閱聽人進行範圍內的解釋，閱聽人不是被動而是主動、討論、分析、忽略或拒絕文本。右邊則是文本中心，以文本結構或框架為主要研究重心，忽略閱聽人解讀當時，是過分低估閱聽人力量的「閱聽人的消逝」(disappearing audience) (Livingstone, 1990: 35) 亦是 Abercrombie and Longhurst(1998:18)所說的「文本主導觀點」(Dominant Text position)，認為閱聽人是被動的，受到文本優勢意義的影響。

在縱座標方面，上方是偏向微觀、個人為中心，此處之個人概念，並不是指分散、疏離、原子化的個人特質，而是強調個人的社會經濟地位或文化論述地位（如種族、階級或性別）的決定，也就是在研究閱聽行為時，以閱聽人個人的社會地位如階級、種族或性別等作為區分解讀立場的方式，此取向偏向忽略閱聽情境。下方則是偏向巨觀、社會為中心，研究閱聽行為時，將個人視為團體的一份子，重視團體規範、社會結構等影響，此取向重視閱聽情境的影響。

以使用與滿足理論來看，由於它是以個人為研究出發，偏向於閱聽人中心，因此位於座標軸之左上角；二級傳播則是考慮閱聽人的人際關係與親身影響，因此位於左下方。二者同時是忽略訊息、文本結構的影響。

再以效果研究之代表涵化理論(Cultivation analysis)為例，此理論試圖瞭解電視暴力節目對於閱聽人世界觀產生的影響，主要因變項為文本內容，因此偏向文本中心。文學批評的讀者反應理論，文本結構為主要研究焦點，讀者不過是存在於研究者想像中的預設位置⁷，同樣屬於偏向文本中心。二者的差別，在於讀者反應理論之閱聽人角色僅存在於理論預設，並不實際進行

⁷ 同本章註 5。

實證經驗資料分析，因此在縱座標上並無偏向個人或社會的問題，而本研究以空心圓標示。

反過來看，強調同時注重文本與閱聽人之製碼/解碼雙方的接收分析，則應直接位於縱座標上，第一代接收分析雖然同時注重製碼與解碼雙方，但以個人社會位置作為閱聽人分類的標準⁸，因此偏向上方；第二代接收分析強調詮釋社群與閱聽情境的影響，因此偏向下方。

任何一個傳播研究，不管是否將閱聽人列為研究焦點，它勢必或隱藏、或明白對閱聽人存有特定的預設。閱聽人座標軸可以根據個別傳播研究對閱聽人預設的立場找到該研究所在位置，此標示系統可以協助釐清與瞭解傳播研究對閱聽人角色的預設，但進一步探討閱聽人研究趨勢，仍必須回到閱聽人研究發展之典範轉移的討論。因此，本研究將進一步討論三個閱聽人研究典範的轉移。

⁸ 如 Morley(1980)的《全國觀眾》研究中，即是以社經地位作為閱聽人分類的標準，Morley 對二十九個團體進行訪談，認為每一個團體代表其特殊的社會經濟地位，他將之劃分為四個類型：經理、學生、學徒(apprentices)與貿易工會會員 (trade-unionist)，這四個團體下還有其次團體，例如經理包括銀行經理與報業經理等。這些團體的劃分假設不同的反應，例如認為經理人是主流符碼。

第三節 閱聽人研究典範的變遷

為了釐清閱聽人研究的脈絡，不同學者有不同的典範劃分方式。最早是 Jensen and Rosengren(1990)將閱聽人研究區分⁹為效果研究(effects research)、使用與滿足研究、文學批評(literature criticism)、文化研究(cultural studies)與接收分析(reception analysis)，他們並將此五個研究要點整理成下表：

表三：五個閱聽人研究傳統的主要特色 (Jensen and Rosengren, 1990:224)

	效果研究	使用與滿足	文學批評	文化研究	接收分析
理論的類型	半格式化	半格式化	文字	文字	文字
理論的焦點 訊息 閱聽人 社會系統	較少 焦點所在 較少	較少 焦點所在 焦點所在	焦點所在 次要的 較少	焦點所在 較少 較少	焦點所在 焦點所在 較少
方法論類型	社會科學	社會科學	人類學	人類學	主要人類學
取向 實驗法 問卷調查 深度訪談 訊息分析	經常 經常 有時 很少	很少 主要 有時 很少	很少 很少 很少 主要	大部分沒有 很少 經常 主要	大部分沒有 很少 主要 主要
分析技巧 統計 解釋	主要 很少	主要 有時	很少 主要	很少 主要	很少 主要
呈現方式 數字,圖表 文字,分析 文字,敘事	主要 主要 有時	主要 主要 有時	大部分沒有 有時 主要	很少 經常 主要	有時 主要 主要

Jensen and Rosengren(1990)的劃分方式，存在二個缺點。首先，他們視效果研究以及使用與滿足研究同屬於社會科學典範，文學批評與文化研究屬於人文典範；而接收分析兼具二者的特色。但是事實上，效果研究以及使用與滿足研究共享本質論與方法論上的預設，差別在於效果研究於研究執行上忽略閱聽人的位置。而文學批評、文化研究與接收分析，基本上是同屬於相

⁹ 這五個派別的內容，在翁秀琪(1992)《大眾傳播理論與實證》第九章閱聽人分析中，有詳細介紹。

同的取向，文化研究承繼大量來自文學批評對於文本批評的觀點，可以說是文化研究的源頭之一¹⁰，而接收分析基本上是文化研究將注意力放在閱聽人的重要支流。

丹麥跨文化研究者 Kim Christian Schroder(1999) 與 Jensen and Rosengren(1990)的區分在本質上是有異曲同工之處。Schroder(1999)將閱聽人研究劃分為量化/使用與滿足取向，以及質化/民俗誌取向，他認為量化/使用與滿足取向缺乏效度，而質化/民俗誌取向缺乏信度。Schroder(1999) 與 Jensen and Rosengren(1990)同樣以社會科學/人文學科、量化/質化等作為劃分典範的基準。

《歐洲文化研究期刊》(European Journal of Cultural Studies)主編之一的 Petti Alasuutari(1999)則將當今閱聽人研究最主要的研究趨勢—接收分析，分為三代。第一代接收分析是以 Hall(1980)與 Morley(1980)等人的研究為主，將閱聽人研究帶向語言學研究，並以討論公共事務新聞節目為主要研究興趣。第二代接收分析則是指 Ang(1985)、Hobson(1982)、Katz and Liebs(1984)等人的研究為主，代表接收分析朝向民俗誌研究轉向，討論的對象多半以戲劇節目為主，此時性別認同成為重要議題，並強調詮釋社群的影響。第三代接收分析則是 Alasuutari 認為今後閱聽人研究應當邁向的方向，提出的觀點包括增加反身性(reflexivity)的思考、重新回到巨觀的媒介文化領域等。

Abercrombie and Longhurst (1998)採用孔恩典範的觀點，重新將閱聽人研究劃分為三個典範：行為典範(Behavioural Paradigm，簡稱 BP)、納編/抗拒典範(Incorporation/ Resistance Paradigm，簡稱 IRP)與觀展/表演典範(Spectacle/ Performance Paradigm，簡稱 SPP)。行為典範包括傳統社會科學研究的效果研究以及使用與滿足研究，納編/抗拒典範則指以製碼/解碼模式為主的接收分析，觀展/表演典範則是 Abercrombie and Longhurst 為因應媒介景象(mediascapes)的轉變與納編/抗拒典範的問題，提出的新典範觀點。

¹⁰ 文化研究前身尚且包括其他多種源頭，如馬克思主義的階級意識、阿圖塞的意識形態、葛蘭姆西的霸權說、霍克海默與阿多諾等人代表的法蘭克福學派等。

表四：Abercrombie and Longhurst 的三個閱聽人研究典範

	行為典範	納編/抗拒典範	觀展/表演典範
閱聽人	個人 (社會情境中)	社會建構 (如階級、性別、種族)	社會建構 觀展與顧影自憐的再建構
媒介	刺激(訊息)	文本	媒介景象
社會結果	功能/功能障礙 宣傳 影響, 使用, 效果	意識形態 合作與抗拒	認同 形構與日常生活之中的再形構
代表性研究與取向	「效果」文獻 使用與滿足	編碼與解碼 Morley(1980) Radway(1987) 迷(fans)的研究	Silverstone(1994) Hermes(1995) Gillespie(1995)

參考自 Abercrombie and Longhurst, 1998: 37。

根據上述學者的區分加以整合，本研究試圖提出綜合貫穿的分類方式，以先後發展順序將閱聽人研究劃分為下列三個典範時期：

第一，行為典範，包括：

1. Jensen and Rosengren(1990)的效果研究以及使用與滿足研究，
2. Schroder(1999)的量化/使用與滿足取向，
3. Abercrombie and Longhurst(1998)的行為典範。

第二，接收分析典範，包括：

1. Jensen and Rosengren(1990)的文學批評、文化研究與接收分析，
2. Schroder(1999)質化/文化研究民俗誌取向，
3. Abercrombie and Longhurst(1998)的納編/抗拒典範，
4. Alasuutari(1999)的第一代與第二代接收分析。

第三，新典範的發酵：當今正在醞釀發展的研究典範，Abercrombie and Longhurst(1998)、Morley(1999)、Alasuutari(1999)、Hoijer(1999)、Ruddock(2001)均對接收分析典範提出批評，並對未來閱聽人研究的發展提出建議。整體來說，當代是屬於新典範之醞釀發酵時期，尚未有成熟的典範形成，其中，以Abercrombie and Longhurst(1998)提出的觀展/表演典範為代表。

壹、行為典範

行為典範包括傳播研究的效果研究以及使用與滿足研究，從 Jensen and

Rosengren(1990)的整理表可得知此典範將理論研究的焦點放在閱聽人與社會系統，效果研究經常採取實驗法，而使用與滿足研究則多半採取問卷調查法，他們運用統計作為主要的分析技巧，並以數字圖表作為表現方式。行為典範的基本論點，認為媒體產生的效果，會在經驗上顯示對個人行為的直接影響，因此研究焦點在於個人，最理想的理論驗證方式是實驗法，進行因果關係的推論。

行為效果典範的本質論是屬於實證研究(positivism)，相信絕對真實存在於恆存時空之外，不會因不同的人有不同的真實。實證研究源於十八世紀啟蒙運動，相信科學是絕對真理的基礎，而科學也等同於採取中立、無主觀價值標準，可放諸四海皆準。科學革命時期藉由新科學發展成功的實驗法流傳至今，問卷調查法的眾多研究精神亦是模仿實驗法之精神，講求用謹慎而可復現的研究過程來發現正確知識，找出自然現象運作的模式。科學理論，是經由現象間的推論與關係的建立，目的在於建立一套概論性的準則。

因此，經驗是唯一可以信賴的科學知識基礎。任何科學解釋的抽象概念，都必需基於經驗，經驗的宣稱是人類知識的終極基礎，拒絕任何超越經驗的意義論述，如神學。任何價值的判斷都應與事實完全分離，拒絕價值判斷作為知識的基礎。描述觀察的語言必需是純粹中立，以描述「真實」為準則。觀察事物被認為是個別、獨立的、原子化的，這些單獨個體組成世界基礎；因此事物的觀察可以累積、相加，運用數學統計法則加以運作推算。研究者應當保持客觀中立的立場，不應加任何的個人判斷，研究者變成理性的代表(Blaikei, 1995；Appleby, 1996)。

行為典範的問題，已經在學術界受到廣泛的討論，本研究將之歸納如下(Elliott, 1974；Hall, 1982；Schroder, 1999；Abercrombie and Longhurst, 1998)。

第一，無論是探討「媒介對人們做了什麼」的效果研究或討論「人們如何使用媒介」的使用與滿足理論，基本上都預設閱聽人是獨立疏離的。但事實上，閱聽人並不是由各自獨立的個人組成，他們具有複雜的人際網絡與社會團體，行為典範忽略社會團體互動與巨觀的社會結構影響。Taylor and Willis(1999)指出效果論試圖找出特定變項影響孤立個體的結果，使主體由其

自身的文化環境中隔離。此外，Elliot(1974)認為使用與滿足理論過於心靈主義(mentalist)，它強調個人的心靈狀態，但是研究人員很難從表面來理解個人的心靈狀態¹¹。

第二，媒介訊息是非常複雜多元的，閱聽人也不是單純受到媒介刺激而反映，他們會與媒介內容產生互動，行為典範忽略文本與意義的分析。對於此點的批評，成為文化研究發展的重要源起。

第三，行為主義患了「方法論的近視」(methodological myopia)(Schroder, 1999:40)，由於強調追求客觀中立、放諸四海而皆準的定律，使得他們過於追求信度而忽略效度，視實驗法、問卷調查法與統計為唯一可允許的研究工具。研究者也因自認為是客觀公正的代表而患了自認是「理性巨人」的自大症(Appleby et al., 1996: 26)。此種過於堅持量化的方法論，無法捕捉媒介符號結構的複雜性與眾多面向，亦無法瞭解閱聽人經驗的含混性與矛盾性(Livingstone, 1990:44)。

為了便於將研究結果做廣泛的推論，效果研究經常將閱聽人原本多樣豐富的回應簡化為少數幾個類型(朱全斌，2001:71)。Gantz(1996)檢視近二十年來採取使用與滿足取向的閱聽人研究發現，問題在於滿足選項的羅列(the gratification lists)，此羅列表是決定於研究者在設計問卷時的想像與判斷，因此不管此表列得如何詳細，都存在著潛在、未被列上的滿足項目，研究者永遠無法確定研究結果是否能適當其所欲指涉之真實生活現象。Ruddock(2001)則認為效果研究的方法，在人工情境研究媒介效果，並將閱聽人從產製意義的情境中移出，此種做法是施暴於閱聽人而非尊敬真正的閱聽人。

第四，效果研究典範強調媒介的功能傾向，忽略經濟過程、階級結構與權力關係，強化共同價值(value consensus)的合法性，認為主流者與異常者(deviants)之間的區別是自然生成而不是社會建構的。在此種意識下，研究者喪失獨立批判的能力，容易淪為既得權力當局所服務。Ruddock(2001)便批

¹¹ 行為典範對於閱聽人概念的預設，可參照上文先驗閱聽人(transcendent audience)概念的介紹與檢討。

評「效果研究者背棄他們應負的市民責任，盲目跟隨著政府、商業利益與保守勢力。」(Ruddock, 2001: 175) Taylor and Willis(1999)指出效果論研究通常是政府與國家機構贊助的案子，此種官方研究案所得的結論通常與該機構的意識形態或政治目的相關，共同維持現有的結構不平等。

貳、接收分析典範

接收分析典範起自於製碼/編碼模式的提出，製碼/編碼模式最早出現於霍爾在 1974 年英國伯明罕大學當代文化研究中心簡訊第七期發表的「電視論述中的製碼與編碼」(Encoding and Decoding in the Television Discourse)一文¹²。1980 年霍爾正式提出三種製碼與解碼之間的立場：1. 主流霸權位置¹³(dominant-hegemonic position)，觀眾受到優勢意義的操控，以文本的製碼意義加以解碼。2. 協商性符碼或位置(negotiated code or position)，混雜順從與反對因素，同時接受抽象、基礎的霸權定義，但在情境層次上，採取自己的規則，以例外來操作；也就是同意文本的優勢意義，但保留「在地情況」(local condition)的協商權力，採取特殊或情境邏輯(particular or situated)。3. 對抗性符碼¹⁴(oppositional code)位置，瞭解文本的字面意義，但將優勢意義訊息加以拆解(detotalize)，並再以替代性的參考框架加以重新組合(retotalize)。(Hall, 1980)此時，製碼與解碼模式才正式完成。

¹² 文章出處為 Hall, S.(1974). Encoding and decoding in the television discourse. *Centre for Contemporary Culture Studies, Stencilled Occasional Paper No. 7*. Birmingham: University of Birmingham. 本文轉引自 Alasuutari (1999), p.2。

¹³ Hall 同時提出專業性符碼(professional code)，專業性符碼有其技術性實踐的本質(technico-practical nature)，它經常為主流霸權符碼提供看似中立性的技術，例如影像的編排、問題的選擇、報導的角度、媒介接近權的結構等。專業性符碼並不是公然地展現他們的偏差，而是在無意識中、非故意地產製主流意識形態。

¹⁴ 對抗性符碼屬於抗拒(resistance)行為，但是抗拒並不同於對抗性符碼位置。Hall 提出的對抗性符碼，認為閱聽人可以拆解主流優勢意義，重新賦予意義框架，這是屬於抗拒閱讀；但是抗拒的概念，在 Radway(1980)等人的運用下，被視為是在日常生活中的閱讀行為本身也可以成為抗拒，而不見得要採取對抗性符碼位置閱讀才行，例如女性閱讀羅曼史，即使認同書中女主角的幻想，也就是採取主流霸權位置閱讀，但是由於閱讀行為本身是一種逃脫父權制度下的壓迫，因此也是一種抗拒的行為。

Alassutari(1999)將發展至今的接收分析分為二代¹⁵，第一代接收分析是自 1974 年霍爾提出製碼解碼模式開始，此模式最重要的意義是從原本技術取向(technical approach)轉向語言學取向(semiotic approach)。訊息不再被視為是一個由傳送者拋給接收者的包裹或球，訊息意義是由節目製作編碼與接收者解碼共同組成，因此傳送的訊息並不等於接收到的訊息，不同的閱聽眾對於同一個節目可能產生不同的解碼。霍爾並不排除訊息會產生效果的預設，但是他提出的符號框架將行為刺激反應模式轉向解釋模式，效果的產生於媒介訊息的解釋。此時期的研究興趣以傳統政治之電視新聞與公共事務節目為主，代表研究是 David Morley(1980)《全國觀眾》(The 'Nationwide' Audience)。此模式與舊有傳播模同樣將傳播視為訊息傳送而後在特定效果下接收的過程，不考慮當代社會結構的影響，亦不闡釋媒介建構或影響傳播事件等概念。

第二代接收分析則是朝民俗誌研究轉向，稱為閱聽人民俗誌研究 (audience ethnography)，試圖瞭解特殊詮釋社群在日常生活的媒介使用，也就是媒介於日常生活扮演的角色，而非日常生活對節目接收的影響。研究興趣轉向認同策略(identity politics)，並以虛構戲劇節目(fictional programs)為主要研究對象，特別是羅曼史的研究，並著重性別政治，討論節目如何處理性別論述、女性觀眾如何詮釋並使用閱讀行為對抗日常生活經驗。主要研究代表有 Hobson (1982) 《十字路口》(Crossroads: The Drama of a Soap Opera)¹⁶、Ang (1985) 《朱門恩怨》(Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination)¹⁷、Katz and Liebes (1984) 《朱門恩怨之往日時光》(Once upon a

¹⁵ Alassutari(1999)將接收分析分為三代，第三代接收分析是指現今正在發展、尚未成形的閱聽人研究，由於第三代接收分析應屬於前典範時期，也就是對之前典範提出批判，但尚未發展出完整典範規則的研究取向，因此，本研究將第三代接收分析放在下一典範討論。

¹⁶ Hobson(1982)對英國肥皂劇《十字路口》的研究指出，觀眾不是以疏離的個人身分觀看，觀眾是主動而非被動觀看，她們會批評節目而不是表面接收其價值觀，並對節目的歷史與角色建立複雜的知識，此外，看電視成為女性日常生活中的一部份。

¹⁷ Ang(1985)對於美國肥皂劇《朱門恩怨》的分析，是基於 40 封閱聽人主動對於雜誌廣告回應的信函。她分析的重要議題有二：愉悅與意識形態。Ang 認為觀眾的經驗是矛盾的，與肥皂劇中直接的本質預設大為不同。她將焦點放在觀眾消費《朱門恩怨》的社會文化與心理本質，視觀眾角色為傳遞意識形態意義的仲介者；對於劇中角色的涉入，成為觀看的經驗的中心，角色被視為是情

time, in Dallas)¹⁸。

第二代接收分析由於對節目內容興趣減弱，轉而強調媒介功能，此興趣轉向被視為是使用與滿足典範的再生(Curran, 1991)，但是 Morley(1993)辯稱文化研究強調集體主體與關注權力的做法，是他們與使用與滿足理論最大的差別。不像舊的典範，新的閱聽人民俗誌研究將電視視為保守的社會資源，認為電視反映並再生產家庭生活的權力/性別關係。

接收分析典範發展至今，已逾二十餘年，目前已經出現一些困境，這些困境部份來自典範內部概念的不完善與衝突，部份來自社會現象的改變。在接下來的章節會有進一步的討論，不過於此可以先歸結出三個重點。

第一，近年來研究有越來越強調主動閱聽人概念的傾向，如 Buckingham 在 1987 年提出「意義是透過文本與閱聽人之間的協商而來，但是閱聽人保有主動建構意義與歡愉的能力」(轉引自 Abercrombie and Longhurst, 1998:29)。文本主導取向的研究於此提出三點反駁：第一，文本有某些限制的權力，主動閱聽人取向過於強調閱聽人製造自己意義的能力。第二，此種觀點會混淆主動閱聽人與抗拒閱聽人，閱聽人能夠主動賦予文本意義，並不表示文本優勢意義可以被推翻。第三，過於歡慶閱聽人的主動力，將會泯滅文本缺乏美感與道德的事情，並造成大眾化的真正危險--任何流行音樂或是電視節目都是好的，因為閱聽人主動接近這些產品。Abercrombie and Longhurst(1998)曾經提出遊戲閱讀(playful readings)的概念，他們認為任何閱聽人受到文本限制的概念都已消逝，納編 / 抗拒典範¹⁹條理分明結構被主動

緒性的人們 (emotionally human)，觀眾同時瞭解劇中的感覺結構 (structure of feeling) 與日常生活中的經驗。

¹⁸ Katz and Liebes(1984)進行一連串跨文化分析，他們試圖瞭解美國節目如何對他國進行文化帝國主義，因此比較耶路撒冷、美國與日本等不同文化與宗教之下的觀眾，如何解釋同樣的節目。他們並不是想要證明「效果」，他們的興趣是發現效果過程中所不可或缺的因素，如瞭解、解釋與評估等。此研究仔細地考慮《朱門恩怨》中所包含的文化、迷思與道德訊息等，認為電視戲劇提供一個觀眾討論協商文化、道德和個人影響力議題的園地。

¹⁹ Abercrombie and Longhurst(1998)以納編 / 抗拒典範指稱受霍爾一派以來影響的接收分析研究，他們以此凸顯出觀展 / 表演典範的特點。但是由於「納編 / 抗拒典範」並不成為過內傳播研究學術界通用概念或辭彙，因此，本研究在研究論述過程時，除非特指 Abercrombie and Longhurst(1998)

閱聽人混亂的反應給破壞，閱聽人是「不可預期的混亂」(a disorder of unpredictability)而非抗拒。

第二，在研究方法上，由於接收分析是採取質化取向的文本分析與民俗誌研究，因此它首先受到的攻擊也是與所有質化取向研究一樣的問題--信度(reliability)與代表性(generalizability)。Schroder(1999)指出接收分析多半採取深度訪談，資料是建立在研究者本身詳細檢查、挑選、引用與解釋，因此並不存在著可重複檢驗的可信度程序，再者，受限於經費與時間，其樣本選取也不具代表性。對此，Ruddock(2001)卻認為民俗誌研究目標在於創造彈性的觀察框架，以記錄研究者未曾期待的現象，閱聽人研究採用民俗誌並不只是希望站在閱聽人立場來看待媒介，而是展現被結構性忽略的大量政治觀點與利益。

再者，接收分析典範運用來自人類學的民俗誌研究，也經常被批評為「畫虎不成反類犬」--空有民俗誌研究之手段，而無民俗誌研究之精神，如民俗誌法至少採用半年以上的田野工作，被簡化為深度訪談；原本民俗誌要求研究者融入情境、厚描受訪者、注重整體精神與本質等，同樣也被忽略²⁰。

Murphy(1999)批評：

文化研究雖然使用民族誌技巧，但是卻沒有採用民族誌的策略，因而最後只剩下缺乏嚴謹的民族誌觀察與描述，成為研究者如何「閱讀」(reading)閱聽人而已。(Murphy, 1999:209)

民俗誌研究法的另一個問題是，研究者宣稱與研究對象在同一陣線、共享定位，不免讓人質疑學者畢竟是受過教育的菁英，此種說法讓民族誌似乎成為可以拋棄論說式、自戀式、理論式的運作方式。此外，民俗誌法的流行，使得民俗誌被單獨視為研究的客體而非研究的工具，這個結果發揮的極致便是「幻影民族誌」(simulacrum ethnography)的出現，原本強調進入田野的民

提出的觀點以外，其他將仍然稱為接收分析典範。

²⁰ 對於閱聽人研究如何運用民俗誌研究的討論，可參考 Morley(1995)、林福岳(1996)、Schroder(1999)與 Murphy(1999)。

俗誌「起而行」派(don't think about ethnography, just do it), 被「坐而言」派²¹(don't do ethnography, just write about it)所取代, 文化研究者對民族誌最熱情的擁抱是——「光說不練」, 只有論證、不去執行。(Ibid., pp.210-211)

第三, 受到馬克思流派的影響, 接收分析傳統強調政治上的抗拒策略, 認為文化形式是決定於不平等的權力分配關係, 但此種權力觀建立於一元的(unitary)假定。但以傅科(Michel Foucault)的權力觀點, 權力是偶然的、在地的、破碎的且不連貫的, 權力不只是階級權力, 尚有性別、年齡、種族等, 研究者難以決定何謂抗拒閱讀, 對於階級議題可能是抗拒, 但對於性別議題則可能是順從, 這些解釋大量依賴情境而定。因此, 權力若是混雜、非以單一的方式運行, 那麼社會文化便難以簡單劃分為主流與抗拒(Abercrombie and Longhurst, 1998:34-36)。Murphy(1999)也說:

不同文本的閱聽人關係, 被視為是對隱藏在文本下特殊權力類型的抗拒或接受。這形成一種二元並置, 一方是霸權力量, 另一方是次級文化。但並不是每個接受霸權力量預設者就是代表屈從, 也不是每個拒絕就代表抗拒。此種二元分法沒有辦法解釋文化消費與生產的複雜性。(Murphy, 1999: 211-212)

複雜的觀看、閱讀與聆聽行為並不能被簡化為加強或對抗主流意識型態, 當文本包含過度政治意圖如新聞節目時, 詢問其是否接受或反對文本真實是適合的; 但對其他文本(如戲劇節目)而言, 此種問法並不適當。接收分析把焦點放文本封閉的意識型態, 忽略閱聽人的情緒與身體愉悅, 因而限制閱聽人其他相關的主體經驗面向。(Ruddock, 2001:148-152)

接收分析典範試圖尋求文本與閱聽人反應的連貫性(coherence), 但是事實上大部分的研究工作呈現出來的是破碎性(fragmentation)更勝於連貫性, 閱聽人可能同時暴露在多種不同形式與類型的文本之中, 而這些行為並不意

²¹ 1989年 Journal of communication Inquiry 期刊的「文化研究、民族誌」專題便是「坐而言」派的具體呈現, 其中十篇文章都是關於民族誌策略的抽象理論討論, 完全沒有例證性的研究。參考自 Murphy(1999), p.211。

意味著一個連貫的經驗，九十年代的媒介消費，基本上是破碎的經驗，現今更是如此。權力的二元預設與連貫性的要求，是接收分析典範最大的問題點所在。

參、新典範的發酵：「觀展/表演典範」為代表

Morley(1999)認為研究發展歷史並不是一種線性成功的發展，每個新模式或典範的出現，都有其成功的地方，況且各理論模式都有特殊的智識情境，不見得適用於新的情境。因此，智識的發展並不在於提出一個完全取代舊理論的新說法，而是在於為舊理論加入新的觀點。新典範的提出，無論是 Abercrombie and Longhurst(1998)的觀展/表演典範或 Alasuutari(1999)的第三代接收分析，與上個典範之間的關係，基本上都不是截然斷裂或一翻兩瞪眼的，Abercrombie and Longhurst(1998)認為觀展/表演典範承繼大量來自納編/抗拒典範的遺產，Alasuutari(1999)認為第三代接收分析雖然是從質疑閱聽人民俗誌研究開始，但並沒有一個明確起點，而是一個逐漸興起的趨勢。因此，新典範的提出並不是與接收分析典範完全的決裂。

接收分析典範與新典範在本質論上是相同的，最大的不同在於知識論層次。在本質論上，它們同樣認為確實存在著某些真實，但卻很難被看見、描繪與測量，社會真實是流動且複雜的物質現象；唯一可以確定的是，社會並不是一個協調的有機體，世界充滿不同團體的權力競爭，而競爭的方式是推行他們所認定的「真實」，消滅與之相抵的其他真實框架(Ruddock, 2001: 174)。在知識論上，雖然同樣認為客觀社會科學的夢想已經消逝殆盡，但接收分析典範強調的「融入閱聽人日常生活」已經不再是新典範認為的重點。

此趨勢的首要特點之一是注重反身性(reflexivity)，同時包括二個面向，一是閱聽人注意自己身為閱聽人的反身思考，另一則是研究者認識自己介入閱聽人生活的反身性。閱聽人本身的反身性思考，提出閱聽人對於自己成為觀眾的認知會影響到觀看媒介的行為與態度。最常受到討論的是關於閱聽行為的道德面向，人們經常用道德眼光來評判自己看電視行為，比起其他休閒活動，看電視被視為沒有用的、浪費時間，電視被比喻成大人的安撫奶嘴

(dummy)，此種比喻不但是強調行為的被動與無用，更隱喻看電視被視為是幼稚的行為，高教育程度的人更認為看電視是懶散的行為 (Hoijer,1999 :181)。電視節目的類型亦影響閱聽人對閱聽行為的看法，新聞節目因為與公共領域連結，使得收看新聞被視為市民責任，「必須」(must) 字眼經常被用在觀看新聞節目上，如「我每天必須看新聞」，此字眼卻很少被用在連續劇上，看連續劇被認為浪費時間經常使閱聽人產生罪惡感 (Morley, 1999； Hoijer, 1999)。Alasuutari(1999)認為電視節目已經出現道德階層(moral hierarchy)，觀看新聞節目似乎成為一種市民責任，顯示中產階級的男性試圖自然化「合法的品味」(legitimate taste)。但是，Hoijer(1999)認為人們的收視行為並不一定與理想的道德立場一致，大部分的閱聽人還是「無所不看」(omnivorous)的，不管是事實節目、連續劇或是娛樂性節目。

關於研究者的反身性思考，亦經常為學者討論，過去閱聽人民俗誌的研究過於站在「內部人」(insider)的角色來看待研究，試圖站在閱聽人角度、代替閱聽人說話；新的典範趨勢認為應當發展較佳的理論性觀點與方法，讓研究者得以保持距離，同時以較大的眼光又將自己當作內部人的方式來進行研究。(Alasuutari, 1999; Hoijer, 1999; Murphy, 1999)

Alasuutari(1999)、Morley(1999)、Ruddock(2001)與 Abercrombie and Longhurst(1998)等學者，同時強調從日常生活經驗返回媒介文化的重要性，在返回過程中，又特別重視「消費」(consumption)對於媒介文化帶來的影響。Alasuutari(1999)認為應將關注焦點從日常生活中重新回到整體媒介文化(media culture)，第二代接收分析試圖發現特殊閱聽人的節目接收或「閱讀」，第三代接收分析則試圖掌握當代媒介文化，特別是日常生活中媒體扮演的角色。第二代接收分析從媒介走向日常生活的詮釋社群，認為大眾媒介研究目標是外在於媒介，存在文化以及媒介與閱聽人建構的社群；第三代接收分析把媒介重新帶回媒介研究，將媒介與媒介訊息放在一個較廣泛定義下，而不只是被編碼然後被「特殊詮釋社群」解碼的文本，研究焦點在於瞭解當代世界的媒介文化。

Morley(1999)則認為閱聽人研究應重視越來越受閱聽人青睞的虛構戲劇

節目，事實上，多數閱聽人花大部分的時間收看電視的虛構節目，參與公共政治事務討論的人們卻越來越少。媒體研究不應執著於「嚴肅」的事實節目，研究者不應責備閱聽人為何不符合他們的預設，而應正視閱聽人的選擇。

對於非事實性文本的重視，使得閱聽人研究越來越重視消費在媒介閱聽行為佔有的份量。Ruddock(2001)認為消費可以解決接收分析典範的問題，而 Abercrombie and Longhurst(1998)則是將表演與消費結合到閱聽人研究，提出觀展/表演典範，成為新典範中發展最完整的代表。

觀展/表演典範是由四個環環相扣的概念組合而成，分別是：表演(performance)、觀展(spectacle)、顧影自憐(narcissism)、影像(imagination)。其中「表演」是指：

表演者(performer)在他人監督觀看下所表現出的行為活動；此種行為不管是有意識與否，都是一種故意。此種「集中注意力」造成表演與閱聽人接收的緊張，表演者與閱聽人之間的互動是發生在自我反射(self-reflexive)的社會下，它提供一種限定下的透明(a limited area of transparency)，讓社會文化議題得以討論。(Ibid., p.40)

Abercrombie and Longhurst(1998)認為當代社會是個媒介滲透(media-drenched society)的社會，人們花費大量時間在大眾媒介的消費，媒介融入日常生活的慣例儀式、建構日常生活的安全感。當代社會亦是「表演的社會」(the performative society)，媒介對於日常生活的滲透，使得原本存在於劇場的表演擴散到社會生活的其他面向，原本單純事件變成表演，事件中的人們將自己視為表演者。面對此種生活是一連串的表演，人們不自覺同時成為觀眾與表演者，形成表演的「虛擬能見度」(the virtual invisibility of performance)。

觀展是指世界所有的事物都被特別注意，人們、物品與事件都不只是理所當然的存在，而是被框架、注意、凝看、註記與控制，此種特徵導致日常生活的美學化(aestheticization)與影像²²的激增(the proliferation of images)，

²² 於此，「影像」(image)，是指心目中一種理想的形態，包括服裝、髮型、容貌等外表，也

人們想要穿著正確的服裝，開著正確的車子，將自己建構成心目中想要成為的影像。源於希臘神話美男子 Narcissus²³的顧影自憐是指難以區分自我與他人的邊界，顧影自憐的自我是建構在他人的反射(reflection)上，經由他人來建立自尊，不能活在沒有觀眾欽佩的目光下。

觀展與顧影自憐是一個銅板的兩面，是藉由來自媒介的大量影像來形成觀展/顧影自憐循環(the circuit of S-N-S)。媒介景象提供大量且複雜的影像與敘事，混雜新聞世界與商業世界，由此，閱聽人建構自己與他人的想像生活。媒介景象模糊真實與虛幻的差別，現在的大眾媒介比直接閱聽人時代提供更多想像的材料，電視、電影等產製世俗真實與表演之間不斷互動，閱聽人從無止境的媒介洪流中根據自己的經驗與生活來建構特殊的想像世界。

就像上一節所述，網路媒介景象足以成為當今複雜之媒介景象的代表，其中「個人中心傾向」與觀展／表演典範的解釋傾向相同。網際網路並不是將個人置於廣大傳播網絡的其一結點；相反地，網路溝通是以個人為中心所展現出來的巨大網絡連結，是唯我論(solipsism)的擴張，Foster(1997)從閱聽人角度出發，說到：

電腦仲介傳播的互動，使虛擬空間的自我變成自我意識的擴張，而不是自我意識的再現。人們即使想要顯現他們身邊周圍的環境，但是也太容易落入自我本位的思考(egoistic introspection)。事實上，電腦仲介傳播媒介(mediated)、不在(non-presence)的特徵，只會導向意識的唯我論(solipsism)提升。(Foster, 1997:32)

雅虎創辦人暨雅虎執行長楊致遠也從資訊提供的網路業者角度提出：

把網路服務變成讓消費者不管在哪裡、在什麼時候、用什麼方法都可以有個人化服務，不管商業、內容、通訊都無所謂.....反正我們要作的就是把你放在中間，然後把我們全部要作的網路服務放在旁邊，再把它們變成個人化

包括家庭、交友、行動等，不是單純的指類似照片的影像。

²³ 希臘神話中，美男子 Narcissus 愛上自己的水中倒影，鎮日坐在水邊觀賞自己身影而餓死，死後化身為溪邊的水仙化。Narcissism 一般翻譯為「自戀」，此處翻譯為「顧影自憐」主要是強調媒介提供大量的影像來源，成為人們投射自身慾望的仲介體。

的環境，全部都在網路上。(林玲妃、何英煒，2000.6.27)

個人主義色彩濃厚的網路世界，與觀展/表演典範描述的現象在多方面相互契合。觀展/表演典範的基本立意，是為了解決接收分析典範無法適用於當今媒介景象之問題發展出來，但是其所發展出來的觀展/顧影自憐循環(the circuit of S-N-S)消解接收分析典範對於閱聽人批判能力的堅持。

從觀展/表演典範來看網路媒介現象，以個人為中心出發的網路媒體網絡，藉由互文性串連，提供巨大影像洪流，讓人們從中擷取自我慾望的影像，經由表演指涉自己而建立自我認同。此種表演是建立在他人觀看的眼光之下，研究「泥巴」²⁴(Multi-User Domain，簡稱 MUDs)的日本學者 Ito(1997)即指出：

因為我（指『泥巴』玩家）不只是進入這個『泥巴』之中，我是在別人的眼光關注進入『泥巴』。(Ito,1997:95)

媒體扮演公開展示影像的角色，社會生活已經成為觀展的累積，所有曾經直接存在者均已成為再現，早期資本主義社會將人類經驗從「存在」轉為「擁有」，晚期資本主義社會則是將「擁有」轉為「陳列」。觀展社會的本質，隨著資本主義的發展而轉變，早期的觀展是集中出現如市集販賣，隨著商品形式的廣泛流傳，觀展也隨之擴散而進入日常生活(Abercrombie and Longhurst, 1998: 84)。人們在自我創造出來的「網路陳列櫃」中不斷地找尋慾望的影像，研究「泥巴」的美國心理學家 Sherry Turkle(1998)同樣以納賽西斯(Narcissus)的故事來形容此種的現象，她說：「人們會迷戀他們創造的、或其他人為他們所造的人造世界之中。人們能夠在電腦中看見自我。」(Turkle, 1998: 31)

如果閱聽人經由對媒介影像自行選擇並重新詮釋後，再身體力行地予以

²⁴ 「泥巴」是一種透過網路參與的電腦程式，可由多人共同參與的角色扮演遊戲。亦稱為 Multi-User Dungeons (多人地下城遊戲)，因為它是由「地下城與龍」(Dungeons and Dragons)發展而來，在 1980 年代的美國相當流行，多半是由文字組成，少數以圖示呈現，使用者於此進入一個可以探訪、聊天與創造的虛擬空間。

展演，因此他們表演可視為：

發生在某一特定場合、特定地點的特定行為或行為組合...是由表演作為對事先存在的、可重複的文本或樂譜的一次實現這一狀況所決定的。(Sayre, 1994:124)

在此選取媒介影像的過程，「人們並不是隨機選擇，而是根據自己的經驗與生活來建構特殊的想像世界。」(Abercrombie and Longhurst,1998:107)因此，大量充斥在觀展社會的媒介影像，便是提供無數的表演文本或樂譜，讓閱聽人得於其中選取所需、自行展現。現代社會的人們，技巧性使用想像能力來調節情感經驗和強度，白日夢(day-dreaming)結合幻想與真實，是實踐與發展規律且無限慾望的代表；媒介提供日常生活的影像與經驗，如風格、服飾、音樂等，提供白日夢的素材來源，閱聽人在這個過程中經由自我想像到自我轉換的實踐(Ibid., pp.100-109)。

影像的激增是當今媒介景象普遍存在的狀況。網際網路的時代，閱聽人面對的是過多爆炸性的資訊，而不是資訊的困乏；閱聽人的問題在於如何有系統擷取有用的資訊，而不讓過多的資訊洪流給淹沒。傳統的分類系統如性別、種族或階級，已經不再是恆久固定的劃分方式，Ruddock(2001)認為：

商品的激增提供認同的多面向選擇，因而減低人們想要統治他人的需求，當代市場中已經摒棄正當化壓制以及為壓制所利用的性別、種族與階級認同，消費提供多面向認同發展的許多契機；也就是說，市場不再是以男女、黑白、亞洲人、中產階級、勞工階級等方式被訴說，尚且有新潮、自我崇拜、自我剝削、善變者..等各種方式來訴說。(Ruddock, 2001:170-171)。

觀展／表演典範，將消費與表演的概念納入閱聽人研究，雖然解決部份接收分析典範的問題，但同樣也帶來些危險。首先，消費與表演被理論化地幾乎包含社會活動的整體，猶如「持『意識形態』走天下」論點一樣，當一個概念包括社會所有活動之時，也代表它什麼都不是，這勢必會產生效度的問題(Ruddock, 2001: 172)。第二，閱聽人研究若仍屬於傳播學門，媒介如何在此跨經濟、社會、心理與政治的學科中保留清楚的定位需要進一步考量

(Ibid.)。第三，此典範的許多論證仍屬於純理論層次(speculative)，仍須經由許多實證研究的累積以邁向成熟典範的發展(Abercrombie and Longhurst, 1998:179)。第四，觀展/表演典範是以迷群(fans)為基底所發展出來的典範，它雖然能夠適切描述並解釋當代複雜的媒介景象，但是原本接收分析典範所發展出來的批判性卻也消解在觀展/顧影自憐循環之中，閱聽人成為不斷在媒介影像中找尋水中倒影的納賽西斯(Narcissus)，不再具有批判意識的可能。

不可諱言的，此種學術性的歷史回顧提供過於清晰且單面向的故事線(Gray, 1999)，使一些原本深層複雜的概念演變被簡化，來自各個典範之間對於某些重要概念（如文本、閱聽人、思辨能力等）的對話，也隱而不現，一些經典理論的概念經過不斷詮釋後，原始意義已消逝殆盡。因此，接下來本研究將對相關重要概念進行進一步釐清。

第四節 溝通與對話：重要概念釐清

霍爾在 1980 年建立的製碼/解碼模式，無疑是近年來閱聽人研究發展最重要的里程碑；然而，此里程碑經過二十多年來堆積如山的論文詮釋後，挑戰當時主流傳播研究的意義已經逐漸模糊。Livingstone(1996)批評接收分析已成為閱聽人研究的正典(canon)，被塑造成英雄式的發明，破壞閱聽人研究領域的複雜性並導致窄化與刻板化。

Gray(1999)認為製碼/解碼模式被當今閱聽人研究過度簡化，霍爾的模式超越使用與滿足取向，在於霍爾堅持閱聽人特定的共享瞭解與詮釋框架，閱讀不再是單獨個人的使用與滿足，而是一種共享。此取向替傳播研究開啟新的研究方向，但模式在收錄入媒介與文化研究的教科書後，卻被具體化為媒介傳播過程的描述。Gary(1999)指出霍爾提出此模式具有三種意義，第一，霍爾挑戰主流傳播模式與內容分析，打破傳播的清晰度，複雜化主流傳播模式，並指出傳播的模糊地帶。第二，霍爾挑戰「運用量化技巧便可決定意義與傳播」的說法，主張意義是多層且多指涉(multi-layered / multi-referential)，因此將符號學與結構主義帶入大眾傳播研究。第三，試圖從馬克思提出的意識形態決定論邁向葛蘭姆西的霸權模式，製碼/解碼模式關注權力，將「優勢意義」(preferred meanings)編入媒介產製過程。

製碼/解碼模式的提出，在當時的研究情境背景，確實帶來革命性影響；同樣的，因為媒介景象因時代變遷而改變時，傳統典範中的重要概念便不再適用。本研究認為進一步瞭解閱聽人研究未來走向前，應對研究的重要關鍵辭彙深入剖析。於此，優勢意義成為本研究第一個進入閱聽人研究想要闡述討論的關鍵辭彙。

壹、文本 / 優勢意義

優勢意義的出現，隱含霍爾對於文本一統性的預設。霍爾認為，傳播過程是主動加強某個符號領域，使其意義較容易為人接受。社會文化將文化政治分類系統強加論述，構成主流文化秩序而形成優勢意義。雖然製碼與解碼

之間，並不是完全等同，但除非完全脫軌，不然製碼必定建構某些限制或特徵在解碼的操作之中(Hall, 1980: 134-135)。因此，雖然霍爾曾說主流文化秩序既不明確也不統一，但他對於優勢意義的找尋，暗示著文本意義的統一性，因而閱聽人研究才能對比一統的文本優勢意義形成三種閱聽立場。霍爾認為：

在媒體機構之內，特定的社會組織形式逐漸形成，使得生產者（傳送者）得以隨心所欲地使用製造意義的工具（科技設備），藉由特定的操作運用...而製造出產品特定的意義。...媒體制度的特殊性，即在於因此這個社會實踐組織起來而產生象徵產物的方式。(Hall, 1992:104)

接收分析在執行研究時，一方面是對文本進行內容分析，找出優勢意義，也就是文本所欲傳達的意義，另一方面則進行閱聽人的深度訪談，瞭解閱聽人是同意、反對或另類解釋文本意義，因此才產生三種閱讀立場。但並不是所有的文本都能找出明確的優勢意義，意義經常是多層且複雜的，好與壞的差別不一定是黑白分明，對於某個行為的描寫不見得就是贊同此種行為²⁵，優勢意義經常是研究者站在研究者的立場對於文本進行的詮釋，製碼與解碼的雙方比較，因而淪為閱聽人與研究者解讀的比較。

本研究將優勢意義衍生出的問題，歸納成三點。第一，文本意涵不一定等於主流意識形態，抗拒文本並不等於抗拒主流意識，對社會上宰制性意識形態的抗拒與對文本的抗拒應該被分開來，視為二個相關但可各獨立的現象(林芳玫，1996)。霍爾當初所指的主要研究對象是討論公共事務的新聞性節目，因此很容易將文本的優勢意義視為是主流意識形態的代表，但事實上社會存在著各式各樣的文本類型，訴說著不同的故事，硬要將所有的文本都視為是歌頌主流霸權意識，此種說法就好像「凡事『意識型態』以蔽之」、「持『意識型態』走遍天下」，非常缺乏效度。林芳玫(1996)也說到：

²⁵ 如《金瓶梅》中大量對於性行為的描寫並不表示讚揚亂倫、混雜的性行為，作者陵蘭笑笑生是藉由這些描寫來諷刺表面富麗堂皇家庭隱藏的污穢。可參考王孝廉(1988): 金瓶梅研究，收錄於《金瓶梅》，pp.1175-1215。台北：桂冠。

因為 Hall 的分析預設了文本製碼(encoding)都是符合外在社會的主流意識形態，所以文本上的逆讀與倒讀就是對主流意識形態的抗拒。我將...提出文本製碼與外在社會的價值規範不一定有一對一的對應關係，而觀眾與文本的關係也十分錯綜複雜。...對於價值觀與社會不同或甚而相反的本，例如一部具有女性主義意義的電影，Hall 的模式就無法運用了。(林芳玫，1996: 201-202)

霍爾關注的焦點在於電視新聞或節目，此種節目類型確實較易出現文本等同於主流意識型態，因為被認為是提供「公共知識」(the public knowledge)的事實性(factual)新聞節目，總是受到既得利益統治者最多的關注。但是文本不只是只有一種類型，Livingstone(1990)研究羅曼史短劇 *Coronation Street*²⁶的閱讀，提出優勢意義之間經常是相互矛盾的。她指出該劇的二種可能解釋敘事，認為真愛戰勝偏見或認為天真單純戰勝智慧。她使用問卷調查設計讓受訪者說出他們敘事解釋，將受訪者反應進行群集分析(cluster analysis) 歸納出四個群集—諷刺(cynical)、浪漫、次諷刺、次浪漫 Livingstone 試圖瞭解這些群集解釋與文本之間的關係，這些群集是否出現主流閱讀與抗拒閱讀？連續劇的內容分析顯示，婚姻經常以離婚收場，在這期間人們經常是欺騙、不快樂且具有壓力。因此在文本主流解釋中，諷刺閱讀應當是主流閱讀，因為此種論述強調年輕愛情的天真與易碎；相對的，浪漫閱讀成為抗拒閱讀。但是，人們又可說浪漫是羅曼史愛情的主流意識形態。因此，Livingstone 認為，此種現象顯示文本-閱聽人關係的複雜性，認同文本不等於認同主流意識形態，認同主流意識形態也不等於認同文本，閱聽人對於文本的反應是多元的，如何分派閱聽人的閱讀是主流位置或是抗拒反應亦充滿著複雜性。

Livingstone 的疑問，亦衍生出優勢意義的第二個問題，文本的意涵經常是矛盾、曖昧含混、甚至彼此衝突，不是所有文本都像普羅普(Vladimir

²⁶該劇描述一個父親反對女兒嫁給一個年紀很大、又與其妻子通姦的男人。

Propp)²⁷的俄國寓言故事或「反共抗日」電影一樣，結構清晰、好壞分明、主旨鮮明，可以歸納出明白統一的優勢意義。文本經常是破碎的，包括多種優勢意義，更進一步地說，這些優勢意義之間經常存在著矛盾(Abercrombie and Longhurst, 1998:21-22)。尤其是在後現代的社會情境下，文本本身更是充滿著相互矛盾的論述，Murphy(1999)亦提出：「在後現代的情況下，媒介訊息將充滿自我矛盾的論述與粉碎的主體性相互並置，此種並置模糊文本與閱聽人之間的關係。」(Murphy, 1999: 213)。

因此，文本分為許多類型，不是每種文本類型的意義都以同樣的形式出現，巴特²⁸ (Roland Barthes)即將文本分為「可讀性文本」(readerly text)與「可寫性文本」(writerly text)，可讀性文本其意義是封閉、讀者依循文本設定的路線，被動地接收文本意義；可寫性文本的意義則是開放的、讀者在閱讀的過程中創造並產製意義。因此不同文本類型會影響讀者對於文本的解讀²⁹(張文強, 1997: 303)。以村上春樹撰寫的《地下鐵事件》(1998)來說，六十位日本地下鐵沙林毒氣事件受害者的採訪稿，加上作者訪後心得整理所構成的巨大著作，任何研究者皆難以將這些內容歸結出一個顯著的優勢意義，若是硬要以簡單的話語論述來「摘要」優勢意義，將喪失此本著作如此仔細謹慎對待每個受害者的認真心態。

優勢意義的第三個問題在於，文本優勢意義的找尋是建立在研究者預設

²⁷ 在 1920 年代從事文學批評研究工作的普羅普，是俄國形式主義(formalism)的創始大師，他收集一百個俄國童話故事加以分類和組織，歸納七個主要角色（如英雄、公主、惡棍等）與三十一個故事功能，並提出一個規律：雖然一個故事中的人物可以變動，但他們在故事中所發揮的功能卻是永恆和有限的。可參考 Scholes(1994), pp.69-84.

²⁸ 巴特(1915-1980)出生於法國中產階級的清教徒家庭，是當代文學結構主義批評大師，他從政治、社會、心理各層面來解析文學，其對文本(text)的解析與觀點，影響接收分析典範甚遠。

²⁹ 巴特的說法基本上還是屬於文本中心導向，文本是可讀性或可寫性是由作者設定而非閱聽人自行設定。此種說法與 Eco 在 1979 年提出的開放文本(open texts)與封閉文本(closed text)類似，開放文本的作者特意操縱不同閱讀之間的關係，創造出反諷、預言或諷刺；封閉文本則是以一般讀者為目標，實際讀者經常超脫文本結構之外，興起意料脫離常軌的閱讀(aberrant readings)，使封閉文本在意義上變成不確定。巴特讚揚可寫性文本，而 Eco 讚揚開放性文本。Eco 的論點參考 Livingstone(1990), p.41。

的框架與立足點。因此文本的優勢意義並不是本質(essence)存在的，而是非本質地跟隨研究立場而變動。任何文本的解析，必存在解析者的立場與框架，從不同的角度切入分析文本，經常能產生不同的解讀結果，歸納出不同的意涵。換句話說，同一池水（文本），使用不同的篩網（研究觀點）會撈到不同的魚（研究結果）。例如同樣一部電影《喜福會》，用東方主義的網來篩，可以篩出：

中國女性應是無欲無求，安靜且逆來順受。……能傳宗接代的兒子是家庭生活的重心。……《喜福會》以簡單的西方概念套用到東方…，矮化中國人的思考模式，簡化中國社會的複雜性。（張玉佩，1995）

若用女性主義的網來篩，卻可以篩出：

「喜」呈現的家庭情境，是以母女傳承為主軸…母系傳承一直是女性主義作品中很重要的主題，也是用來解構、修正父權式家庭的策略之一。…控制意義的表徵，母親得以重新確立自身的主體，且其敘事成了女兒們對抗父權的啟發工具…（吳佳琪，1998）

這些意涵同時存在《喜福會》文本的不同層次，不見得相互衝突，但也不一定統一、融洽。

因此，文本優勢意義的找尋是依循著研究觀點而成立，並不存在於文本的本質，文本的優勢意義並不是基於固定不變的基礎而恆久存在，文本的優勢意義會隨著剖析框架的不同而改變。Livingstone(1990)指出，文本分析存在的問題在於分析者拒絕承認自己的角色與歷史位置，將自己分析的分類系統具體化為文本的特質，而找尋文本中的固定不動、跨越情境存在的「真實意義」，Eco稱此種分析為「結晶文本」(crystalline text)；此種做法既無法解釋同樣的文本如何為不同的讀者閱讀，也只能描述根據某個文本分析家所歸納出來的意義循環而無法描述社會特定文本閱讀之後的意義循環。

文化研究學者經常強調文化研究應增加反身性思考。Alasuutari(1999)認為：

媒介研究者必須增加反身性的思考，必須反映他們的立場與研究者的角色；研究者必須知道，這些社會科學研究的論述將會進入公共論述，讓不同目的的人所使用。(Alasuutari, 1999: 12)

Morley(1999)亦強調研究者應重新嵌入作者身分的主觀性，他說：

我們..必須說清是誰在寫，寫誰，站在什麼樣的知識與權力立場而寫。這也讓我們更進而承認，媒介研究者所提供、製造的「真實」...必然僅具相對而局部的意義—它們總是從一個特定立場建構出來的詮釋觀。(Morley, 1999: 291-292)

此種標明研究者位置的反身性，不僅應用於民俗誌法中思考參與觀察之研究者角色；同樣的，在對文本進行詮釋分析、找尋優勢意義之時，也應一併考慮。優勢意義的找尋，同時也是研究者對於文本進行的詮釋，研究者試圖找出文本透露出的主要訊息，然而，文本的意義就存在於文本本身，任何進一步分析、探討的論述，都已經是透過論述者主觀意識的稜鏡所聚焦出來的結晶。

貳、意義 / 閱聽人的解讀

意義的形塑，一直是閱聽人研究爭論的重心。霍爾(1980)在提出三種閱讀位置同時，將巴特神話學概念引進意義詮釋過程，強調語言符號運作自然化意識形態的過程。巴特將意義分為二個層次，分別是外延義(denotation)與內含義(connotation)。外延義等同於符號的字面意義，因為字面意義通常是可普遍為眾人瞭解，特別是視覺論述，更被視為理所當然的事實語言，如「眼見為憑」的說法。因此外延義經常與語言中真實的字面意義混淆，被視為「自然符號」，例如「玫瑰」，其外延義即是指字面上所指的玫瑰花。內含義則較不固定，具有更多變化、聯想的意義，會隨著不同的情境更改，因它必須依賴符碼的介入(the intervention of codes)才能使意義呈現出來，例如將一束玫瑰花在燭光晚餐中送給心愛的人，其中「玫瑰」的內含義即指愛情。因此，內含義是將外延義加以固定或凍結，將某個單一的、且經常是意識形態的能指(signifier)加諸到所指(signified)之上，而掏空第一層外延義的意義

(Seiter, 1993:46-47)。

霍爾認為少有符號的意義僅存於表面的「字面」意義('literal' meaning)，在實際論述中，大部分符號都同時包含外延義與內含義，符號的內含義層次才是情境化意識形態(situational ideologies)得以伸張與改變意義的地方，因此也成為意義爭鬥的場所。這並不是說，外延義或字面意義是外在於意識形態之外，而是它的意義形態價值是固定的(fixed)，因為它是如此自然且放諸四海皆準。所謂外延義/內含義只是一種有用的分析工具，但並不是用來區分意識形態的「在」與「不在」，而是用來區分意識形態與論述交錯出的不同層次。巴特曾舉毛線衣為例，毛線衣可能是指一件「溫暖的衣服」(外延義)或某種保暖的行動價值。但在內含義上，可能意指「冬天即將來臨」或「寒冷的天氣」；在特殊的時裝次符號中，毛衣可能暗指高級女子時裝的流行款式或非正式的服裝；甚至在某些視覺背景與羅曼蒂克的次符碼(sub-code)襯托之下，它可能暗指「在林間漫長的秋天漫步」。這些符碼正是意識形態與權力在論述闡義的工具，它們讓「意義地圖」(maps of meaning)的符號進入文化的分類系統，社會意義、實踐使用與權力、利益等，都可寫進「社會真實地圖」(maps of social reality)。巴特認為，內含義是文化、知識、歷史組成的封閉溝通，透過內含義，環境世界得以進入語言和符號系統(semantic system)，而這些就是意識形態的片段。(Hall, 1980)

巴特的外延義/內含義區分，替製碼/解碼模式帶來二種意義。第一，溝通或三種閱讀位置的產生，是基於共同認識外延義的前提下，假若一個不懂中文的中東人士要來閱讀《紅樓夢》，連基本的字面意義都無法閱讀時，是無法進行三種閱讀位置的解碼。Ruddock(2001)提出符碼作為一個訊息，它的意義只有在正確詮釋方針的指引下才能破解，如果閱聽人沒有共享符碼生產者的符碼，是沒有辦法以優勢意義來瞭解、解碼符號。於此，所謂的「共享符碼生產者的符碼」，是指外延義的部份。外延義或字面意義的共享，是採取任何一種閱讀位置的前提，對抗性閱讀位置是指瞭解外延義後的重新詮釋，而不是任意的拒絕。

第二，傳播是真實生產與爭辯的過程，少數社會菁英試圖推行、散佈、

正當化與自然化他們認定的真實框架，在此過程中，內含義是意識形態鬥爭的場域。霍爾(1982)認為大眾傳播在定義、散佈、推行與保護社會主流價值扮演重要的角色，是由少數的社會菁英所控制。此種想法起源自馬克思的說法，認為統治階級是經由創造人們瞭解真實的概念來合法化權力，例如控制人們感知經驗的主觀層面。媒介的力量在於決定公眾意識內容與形式，大眾媒介之所以具有說服力，是因為他們提供閱聽人瞭解這個混亂世界的知識立場(knowledge positions)。說服是藉由壟斷人們感知世界的意義來鎮壓此種曖昧，能指與所指的連結是任意且由文化慣例決定，而主要的政治力量在於讓受爭議的能指與所指連結變得合理(Ruddock, 2001: 119-125)。在合理化的過程，意識形態價值固定的外延義並不是爭論的焦點，唯有透過內含義，文化、價值與知識才得以編入符號意義系統之中。

霍爾認為：「訊息的產製與接收並不是分離的(identical)，而是相互關連的。」(Hall, 1980:130)這句話點出霍爾製碼/解碼模式對於傳統閱聽人研究的突破，傳播過程不再被視為是如夏農與威佛(Claude Shannon & Warren Weaver)提出「傳送者—訊息—接收者」(Severin & Tankard, 1992:45-74)此種線性且各自分離的模式，傳播研究的焦點不再像政治經濟學派將焦點放在訊息製造的整體社會架構，也不像使用與滿足模式將重點放在閱聽人的需要與滿足，霍爾提出製碼/解碼模式，強調意義的產生是決定在文本與閱聽人交會的「那一霎那」，也就是所謂的「關鍵時刻」(the determinate moments)(Hall, 1980:129)，霍爾認為此一時刻是由文本/製碼與閱聽人/解碼共同決定。

問題在於接收分析進行實證研究時，將此一關鍵時刻切分為文本意義與閱聽人詮釋，並將二者進行比對；但是，閱聽人解讀與文本意義是相互糾纏、環繞、融合，閱聽人在文本中穿梭、翻轉、遊走，「關鍵時刻」是不是一個能夠分割的單位？雖然製碼與解碼雙方共同使閱聽意義成形，但並不表示可以將此切割，硬是將這一關鍵時刻切割為文本與閱聽人二方，便是將不可分割的研究單位強加切割。

閱讀是一種讀者文本雙向互動以及時間性(temporal)的歷程，隨著閱讀過程的向前開展，一方面，讀者會不斷將個人的預存假設與生活經驗帶入作品

中，依照文本提供的架構，詮釋其記憶，不斷地確認、修正甚至更新我們先前的假設，使文本的整體意義逐漸浮現出來。同時，讀者也會對文本內容有所選擇，強調某些、排除某些，以確保他們所建構出的文本意義具有一致性，不會相互矛盾。換言之，閱讀雖然是一種時間歷程，但卻不是直線進行的，而是在文本內容與讀者預期間來回穿梭的歷程(Iser,1978)。----引自張文強，1997:298

理論概念的提出，到實證經驗的收集，勢必經過概念化過程與操作型定義的剪節；從關鍵時刻的提出，到製碼/解碼接收雙方的切割比對，是不是一個無法避免的程序或誤差呢？本研究認為實證研究執行產生的誤差，如果已經大到威脅到理論概念的原意時，就必須重新檢討研究執程序，找出更確切適合的研究方式。接收分析將關鍵時刻切割為製碼與解碼接收雙方的做法，即已威脅「關鍵時刻」提出的原意，尤其現今社會科技發展帶來媒介種類與數量的激增，相同的訊息以極高的頻率在不同的媒介上重複出現，形成不同媒介組合在較長時間內共同傳遞單一訊息（朱全斌，2001:75），各式各樣形形色色的文本相互串連、結合、彼此召喚，閱聽人沉浸於報紙、雜誌、小說、廣播、電影、電視、網路所組成的複雜媒介景象，主體經驗是不斷進出各文本中進行串連，《玩具總動員》³⁰的文本同時是電影 書籍與布偶玩具，《三國志》³¹是章回小說、也是發燒光碟遊戲，村上春樹小說迷除了比對日文、英文與中文版的小說外，尚且到《村上春樹的網路森林》閱讀別人的心得並且創作自己的小說。面對如此複雜的媒介景象，更難區分關鍵時刻將之切割為製碼與解碼二方。

於此，上述對於意義的討論可歸納為二點：第一，認識符碼的外延義是產生三種閱讀位置的前提，而內含義則是意識形態鬥爭的場域。第二，閱聽的「關鍵時刻」是不可以分割的。

³⁰ 《玩具總動員》(Toy Story)為美國迪士尼公司的產品，可謂為全面性結合全球化行銷設計產物的代表，迪士尼公司配合影片的上映，同時推出相關系列玩具產品，包括書籍、絨毛玩具、電腦遊戲等。本研究以此代表全球化多媒體行銷策略的產物。

³¹ 《三國志》是明朝羅貫中撰，為一百二十回的章回體小說，俗稱三國演義，故事起自漢靈帝中平元年至晉武帝太康元年吳亡止。現今已為電腦軟體公司開發為網路連線遊戲。

參、抗拒 / 閱聽人的批判

在大眾文化與日常生活中尋求抗拒(resistance)的可能，一直是閱聽人研究的重要課題(Radway, 1987; Roscoe et al., 1995; Alassutari, 1999; Murphy, 1999; Gay, 1999; Gibson, 2000)。但是何謂「抗拒」？抗拒什麼？則缺乏明確的討論。從早期製碼解碼模式的提出可以發現，霍爾認為抗拒是採取對抗性閱讀位置，也就是在瞭解文本的外延義下，解構文本優勢意義的詮釋框架，重新賦予另類詮釋；這也使得大部分的接收分析研究都將對抗性閱讀位置視為抗拒的代表。

此種做法延伸出的第一個問題，抗拒等不等於對抗性閱讀位置？抗拒是否必須拒絕文本的優勢意義？從上述對於優勢意義的討論中，可以歸結出這二個問題的答案都是「否」。抗拒若是指抗拒主流意識形態，拒絕既得權力者所欲強加、推行、正當化的真實框架，那麼既然文本的優勢意義既不等於主流意識形態、亦無法歸結出統一的優勢意義，抗拒當然不一定要採取對抗性閱讀位置，也不必一定要拒絕文本的優勢意義。Ruddock(2001)指出美國電影《捍衛戰士》對於男性身體的描述隱含鼓勵同性戀發展，但是支持拍攝《捍衛戰士》的美國空軍官方是打壓軍中同性戀者；因此文本的優勢意義是鼓勵同性戀發展，對抗性閱讀位置反而與主流意識形態站在同樣的打壓立場。

伴隨找尋抗拒的第二個問題是，抗拒閱讀等不等於主動閱讀？此問題經常出現在新傳播科技發展的過程，每當傳播媒介發展出新的科技產品如電視遙控器、網路超文本連結等，便會開始出現傳播科技增強閱聽人主動權的聲音，此種主動閱聽權等不等於主動閱聽人？等不等於抗拒閱讀？

「主動」可以分為二個層次，第一層的「主動」可稱為「形式主動」，指傳播科技進步對於傳統線性文本帶來的改革，例如網際網路中超文本的連結使閱聽人得以主動選取閱讀途徑。第二層「主動」的意涵則可稱為「社會性主動」，是閱聽人根據自己的社會位置或思考價值解釋文本內容，此種主動詮釋會不同閱聽人造成對同一文本有不同詮釋。形式主動，影響閱讀途徑，

是讓社會性主動的閱聽人得以暢通、增強選擇的發展，而閱聽人研究中的主動閱聽人多半是指社會性主動。

主動閱聽人的概念認為，閱聽人與文本內容的協商，不只是從文本預設的辭彙概念做出選擇，閱聽人會比較媒介呈現出來的內容與他們先前存在的參考框架（pre-existing frames of reference），他們可能爭辯、批評或讚賞，在這個產生詮釋意義的過程中，閱聽人被視為是主動的。因此主動閱聽人經常與社會閱聽人連接在一起。閱聽人被視為是社會的，因為他們不只是帶著個人的知識與經驗來觀賞媒介，他們並且是透過特殊團體成員的身分來觀賞。觀眾佔據(inhabit)特殊社會空間，而此空間是由他們的階級、種族、性別與性向(sexuality)所決定，透過這個位置，他們獲得論述的接近權。閱聽人是帶著他們自己的「社會包裹」(social baggage)、透過自己特殊社會位置、帶著自己的經驗與知識來進行解讀。(Roscoe et al., 1995)。

因此，閱聽人經由他們所佔據的社會位置，接近媒介並使用媒介，稱之為此閱聽人具有主動性。而現階段的媒介也不斷地朝此方向發展，各式各樣的網路購物網站、線上即時新聞、交友論壇網站....等，都是希望誘發社會上各個位置的閱聽人，「主動」來使用這些網站。然而，這樣的主動性，是不是就代表閱聽人具有權力呢？Gray(1999)提出這樣的看法：

「主動閱聽人」是一個迷思，徒有形式而已，可以說是「被決定的主動閱聽人」(the determined active reader)。閱聽人不只是主動的，而是在特定環境與閱聽狀態下成為主動，也就是說，閱聽人先前的環境、社會位置，決定閱讀本身、對於某些文類的接近權，以及他們在日常生活中對不同媒介的使用與消費。(Gray, 1999: 25)

Gibson(2000)亦認為主動閱聽不代表具有政治抗拒。Hoiijer(1999)則提出：「我們應當增加主動與被動的理論與實證瞭解，而不是陷於主動對於閱聽人永遠是好的鴻溝之中。」(p. 191)尤其是在網路此新興媒介，如果孩童因為「好奇心」的需求，「主動」透過網路尋找色情網站來滿足這個需求，他們雖然能夠通過層層的關卡、自由穿梭於網路種種超文本結構而獲得他們所想要的內容，但此種行為卻與抗拒相距甚遠。

抗拒的第三個問題是，抗拒是否必須採取政治行動？抗拒與日常生活中的行動有什麼關係？後現代媒體研究，認為閱聽人藉由媒體實踐可以增強自我力量，佔據主控中心位置，如 Fiske(1987)認為閱聽人觀看 MTV 所產生的情感興奮，可以提供對於意識形態的抗拒。此種說法受到眾多攻擊，首先 Harms and Dickens(1996)認為單純地將觀賞 MTV 視為是政治抗拒是錯誤的，此種抗拒是破碎的、沒有辦法提供任何改變，因為政治抗拒需要主動參與工作與組織，而不只是此種「殺時間」(killing time)的閱讀方式，此種做法很難被視為是邁向解放的資源(Harms and Dickens, 1996: 222-223)。再者，Gibson(2000)也批評此種說法是文化民粹主義(culture populism)，認為這是表面的抗拒雖具創造力的解釋，但缺乏證據支持產生政策抗拒能力。Alasuutari(1999)也認為，此種透過大眾文化讓主動閱聽人得到抗拒可能的慶賀式說法，隱含著大眾文化消費勢必是合法的，閱讀連續劇是合法的，因而合理化所有大眾文化產品(Alasuutari, 1999:11)。對於文化民粹主義，最大的批評便在於沒有辦法產生實際的抗拒行動。

相對的，Radway(1987)指出閱讀行為本身就是抗拒，雖然羅曼史內容充滿著父權制度下的意識形態，但是婦女藉由閱讀行為讓自己逃脫日常生活的家事壓力，進入幻想的世界得到心靈滿足，此種逃脫的閱讀行為本身就是對於父權制度的抗拒；在此種情形下，閱聽人閱讀的文本內容是什麼並不重要，重要的是閱讀行為。然而，Fornäs(2000)批評 Radway(1987)代表的閱聽行為抗拒的說法，認為「閱聽什麼樣的內容」比「閱聽行為」來得重要，因為閱讀文本產生意義與文本內容有相當重要的關係，文本的中心性不應被排除在閱聽行為之外。

從上述對於抗拒概念的討論可以發現，抗拒是個模糊曖昧的概念，抗拒既不等於對抗性閱讀位置，抗拒也不等於主動閱聽，抗拒與採取政治行動也不是劃上絕對的等號。那麼，閱聽人研究長久以來追求的抗拒本身到底是什麼？唯一可以確定的是，抗拒是閱聽人研究用來指稱閱聽人具有思辨能力的代表，但何謂閱聽人的思辨能力卻是眾說紛紜、未有明確共識產生。

第五節 閱聽人思辨能力之初探

閱聽人研究長久以來，試圖找尋閱聽人得以抗拒主流意識形態的方法，無論是霍爾(1980)與 Roscoe et al.(1995)提出的對抗性閱讀位置、Fiske(1990)的符號民主、Radway(1987)的實踐抗拒或是林芳玫(1996)的結構型閱聽人等概念，他們均試圖指出閱聽人展現自我主體意識的批判能力。然而，在當今複雜的媒介景象發展之下，新傳播科技的發展使得媒體生產工具簡單化且普及化，人們不只是消費與閱讀媒介影像，閱聽人亦試圖將自己建構為媒介影像內的表演者身分，文化消費者成為文化生產者，文本與閱聽人融合為一，文本與文本、閱聽人與文本、消費者與生產者...等眾多邊界消逝，權力結構散化為片段、進入人們的心靈，人們遵循著存在於心靈的自我意識形態規訓。權力不斷於破脆、模糊的媒介景象下流動，而閱聽人也成為此媒介景象中的一份子。因此，霍爾等人強調之抗拒的批判意識，是否仍可能存在？如果存在，據此發展出來的閱聽人思辨能力將如何展現？文本既然不在等同於主流意識形態，閱聽人抗拒或思辨的對象，究竟將以什麼樣的形式出現？

如同本研究對於關鍵時刻的討論（請參考上一節），閱讀本身是個來來往往的過程，文本並不具一個固定的優勢意義，文本意涵經常是眾多且或矛盾、或衝突、或彼此不相干的並置共存，閱聽人來來往往穿梭於這些觀點之間，時而同意、時而反對，這也解釋為什麼協商閱讀是最普遍存在的接收方式³²。三種閱讀位置的比對，是一種以「結果」來解釋閱聽人的思辨能力，以閱聽人解讀的最終結果來評判閱聽人是否具有思辨能力。但是，文本的閱讀是一個不斷跳躍、往來的前進過程，它未必存在固定、最終的解讀結果；因此，閱聽的「過程」才是解釋閱聽人是否具有思辨能力的關鍵。

以「過程」來取代「結果」作為評判標準，可以解決一些似是而非的矛盾。例如青少年次文化使用刺青、染髮等手段，到底是推翻優勢意義、重新

³² 絕大部份的接收分析研究都發現，協商閱讀位置是普遍存在的閱讀方式，但是由於接收分析典範是試圖尋求閱聽人抗拒的可能，因而較少仔細分析這個普遍存在的閱讀方式，轉而將重點放在對抗性閱讀位置，解釋極為少數的對抗性閱讀如何產生。

賦予框架，還是盲從於流行文化的消費？菁英主義者認為青少年次文化是大眾傳播媒介麻醉閱聽人的代表，而文化民粹主義者則強調閱聽人有能力推翻物品本身的優勢意義，建構自己的認同，青少年次文化將自己建構為觀展的對象(spectacles)，是公開招搖對抗社會規範。以行動的「結果」來評判閱聽人行為，便會出現盲從於資本主義傳誦的意識形態與招搖對抗社會規範此二種相對的看法。但是以思辨的「過程」來評判閱聽人行為，青少年是否對大眾傳播媒介文本進行進一步思考便成為研究觀察的重點。因此，「過程」取代「結果」的觀點，提供另一種解釋複雜閱聽行為的角度。

觀展/表演典範引領人們瞭解接收分析典範所存在的侷限，清楚描繪閱聽人在媒介洪流中的慾望循環，指出閱聽人如何穿梭於網路文本之間，從激增的各式各樣影像中找尋自我所欲的形象，並藉由在網路舞台上的重新詮釋與表演而建立自我認同。但是，接收分析典範所存在的強烈批判力也在不斷循環的觀展/顧影自憐循環消解喪失，閱聽人無法跳脫此種循環，進行思辨。雖然二元對立已經不再適用於現今的媒介景象，雖然文本不再對立於閱聽人、意識形態也不再對立於閱聽人權，雖然網際網路造成文本與閱聽人融合、使得「何謂文本」或「何謂閱聽人」都需重新定義，這並不表示閱聽人會因為網路媒介景象的複雜就喪失思辨能力，或許是因為閱聽人研究尚未找到確切適合觀察閱聽人思辨能力的理論框架。因此，如果將閱聽人的思辨能力視為是「過程」而非「結果」，現今迫切需要解決的問題在於「思考的過程要如何進行觀察？如何評判？」

為了發展適切觀察閱聽人思考過程的理論框架，本研究將藉助政治哲學家鄂蘭(Hannah Arendt)的哲學觀點作為起點，以觀察閱聽人於網際空間展現的思辨狀態。曾經於二次世界大戰中受到納粹迫害的鄂蘭，認為人們會向霸權屈服、寧為犬爪的原因，在於人們怠惰思考，將思考與判斷的責任與工作交給具有科學外貌與理性基礎的威權組織如納粹。鄂蘭試圖提出一套討論人們如何思考並進行有效判斷的哲學體系，此體系不只強調思考過程的流動性，並確切指出藉由思考而達到有效判斷的幾項重要指標如想像式巡訪、無家感思考等。因此，本研究認為鄂蘭於此展現的哲學體系，相當適合本研究

將閱聽人思辨能力視為過程而非結果的觀點，她所提出之思考判斷的指標，可作為發展觀察閱聽人思辨能力的基本框架。接下來，本研究將於下一章詳細探討鄂蘭的哲學體系。