

個人苦惱、行動與 社會議題—談質化研究如何 探討主體／社會辯証的脈絡

問題意識

「詮釋」是質化研究的精髓，但是「詮釋」目的何在？如何「詮釋」？則是每一個質化研究者不斷追索的關鍵課題，這不但與研究的品質有關，也與個人學術研究價值的選擇有關，以下分享我個人從事瘦／塑身廣告研究七年來（張錦華，2002），一直不斷整理的一

* 國立台灣大學新聞研究所所長。

些想法。

我自己是一個偏好「批判理論」辯証取向的研究者，也就是關切社會文化現象中深層權力結構的壓迫，以及主體如何爭取解放的問題。這也是葛蘭西（Antonio Gramsci, 1891–1937）所強調的「有機知識分子」（organic intellectual）的角色。在理論上是布迪厄（Pierre Bourdieu, 1930–2002）所謂的「辯証性」的行動主體觀點；或紀登斯（Anthony Giddens, 1938–）所指出的結構化（structuration）的過程。從結構主義或後結構主義的角度來看，主體的生命經驗中早已結合了社會文化規範的建制，但是主體也從多樣的規範矛盾中尋找自我實踐的空間。

持辯証取向的批判研究者採取質化研究的目的，一方面是真實的面對詮釋主體／主動的生命經驗，同時更關鍵的是如何從「表面現象」中深入的分析出「深層結構」，也就是如何「見樹又見林」，真正了解主體在權力結構中掙扎實踐的方式和意義。這不但是一個理論的問題，也是一個方法的問題。我這幾年針對瘦／塑身廣告及主體建構所作的研究，是在摸索很長一段時間之後，經過錯誤學習的歷程，才找到一個出路的，以下便與各位分享這一段歷程。

我在民國八十三年左右起，發現電視裡開始出現越來越多的瘦／塑身廣告，我的傳播理論訓練讓我很快地警覺到，這麼巨量的廣告（在八十四年和八十五年間，瘦身美容廣告躍居全台灣十大類別廣告，幾個大做廣告的品牌更是佔據全台灣各廣告產品的前五名）一定對消費者（尤其是女性）發生重大的影響。事實上，當時日常生活中，女性朋友之間談論身材、節食、塑身的已越來越「泛濫」。對一個研究者而言：我應該如何了解廣告的效果何在？如何深入的分析這些閱聽人如何受到影響、以及如何自處呢？

提出研究問題

我剛開始設定的研究架構其實是違反質化研究精神的，因為我採取了一種強加研究者架構的方式：先分析這些廣告內容中有什麼訴求類型、帶有什麼含意；然後再來訪問實際去瘦／塑身的女性，看看她們認為受到哪些廣告訴求的影響較深？這個想法表面上很符合邏輯，至少我自己以為如此。於是我就開始訪問我的受訪者：她

們看到過哪些廣告？哪些讓她們印象深刻？她們覺得自己受到什麼影響？

然而，剛開始作訪談後，我就發現我的研究假設和做法都有問題，因為我根本問不出來原來設定的目的。例如：受訪者往往回答我：對廣告的印象？我不記得了，我沒什麼印象？我不覺得我受到什麼影響？我去瘦／塑身其實是因為……。總而言之，她們多數根本不太能回應這個問題，或者並不認為廣告對她們而言有什麼明顯效果。

一個錯誤的研究發問

我最近這幾年對質化研究做了較深入探討後，可以很清楚地認識到以上的訪問問題犯了兩個嚴重的錯誤：

1. 強加研究者的分析架構：所謂的某個廣告有什麼效果等等，這種概念是研究者本身的學術理論，與一般個人的日常生活經驗不符合。研究者往往將其研究的項目（如某些廣告訊息）放大了，抽象化了；其實，對一般閱聽人而言，媒體訊息的接觸不是那麼凸顯、孤立的，而是與其他生活內容、互動經驗、個人生活經驗脈脈相連的。因此，想要去問閱聽人對某些廣告內容的反應，這其實根本是量化研究的思考模式，是一種研究者操作的「因果模式」，自以為反映事實，但卻隱含著個人偏見和對社會真實的無知。

2. 忽略個人（行動者）的行動脈絡：對個別行動者而言，她／他們接觸媒體只是生活脈絡中的一個片刻，這個片刻不能被孤立出來解釋，必須回歸到原有的生活時空互動脈絡中。於是開始問「為什麼」和「如何」的問題，而當我轉而詢問受訪者「為何」要瘦／塑身，以及採取了何種方式（如何）來瘦／塑身時，受訪者通常就可以源源不絕地敘述她個人的生命經驗歷程。但是我又碰到一個問題：如何解釋這些個人經驗中的社會結構面向呢？

社會學經典著作《社會學的想像》的作者米爾(C. Wright Mills)指出：社會學者的任務在於學習將私人苦惱連結到公共議題的層次。(1959, p. 226) 每個個人的存在和經驗總有獨特的內容，但是卻同時也是體現了一個普遍的社會過程，沙特(Jean-Paul Satre, 1905-1980)將個人存在稱之為「普遍的個體」(universal singulars)

並指出：個人乃「時代的摘要，因此也是時代的普遍化表現，但他也以自身的獨特重建了他的時代」(Satre, 1981, p. ix, quoted from Denzin, 2002, p. 30)

解釋互動論 (Interpretive Interactionism) 的作者 Norman K. Denzin 指出：苦惱是個人傳記的一部份，公共議題則永遠是歷史與結構的。傳記和歷史交會於解釋的過程中。個人苦惱的爆發，往往發生於個人或集體的危機時刻。個人的問題往往就是公共的議題。因此對 Denzin 而言，解釋的焦點正是為了探索普遍性和獨特性之間複雜的交互關聯，以及個人一己的私人苦惱與公共議題之間的關聯。(Denzin, 2002, pp. 29-31)

如何訪談—「如何」與「為何」的問題

我們應該能夠同意，質性研究針對個人的訪談，很可能得到的是「個人」的傳記，但是如何在這些個人的經驗中，找出社會互動的意義和層面呢？這是辯証取向的基本精神，其與對人的理解和訪談的技巧關聯密切。

接續我在前面所舉的例子，我詢問主談人「為何」去瘦／塑身時，得到的回答大概都是：「我覺得自己太胖了（或是那裡太粗了）、我希望自己美一點、健康一點、我去美容院可以和朋友聊聊天」之類的答案。這些答案並不是假的，但是，顯然在這些答案中都看不到「社會結構」的壓力，或者廣告的影響。

強勢民意與秀異理論—解釋互動經驗

要解答這個問題，必須再度回到社會互動的議題，於是 I 一方面引用了布迪厄 (P. Bourdieu) 的日常生活實踐的觀點，指出個人如何依據其既有的生存心態、觀察社會中的秀異標準、運用其現有的各類經濟、文化、社會資本，爭取更秀異的有利位置。換句話說：我們可以在個人互動的經驗中，找出秀異評比的標準，即可理解到主體實踐的社會結構原因了。(Bourdieu, 1990 & 1984)

另一方面，在傳播效果的研究中，也有一個相當神似的理論，就是「沈默螺旋」理論，它十分中肯地指出大眾媒體的效果，是在於藉由媒體大量的曝光率，造成一種強勢民意的效果，而個人會有

一種觀察強勢民意、西瓜偎大邊的心態。這也就是說：強勢民意就是一種秀異標準，於是我們可以請主談人告訴我們什麼是秀異評比標準之外，還可以進一步詢問：她認為這個秀異標準是多麼普遍？多麼重要？後者顯然是對「強勢民意」的一種觀察，或者說是一種「準統計官能」的能力。（Noelle-Neumann, 1995）

這也許正是 Denzin 為什麼建議應該把訪談的問題焦點放在「如何」而不是「為什麼」。例如研究家庭暴力時，不是問受訪者「為何」有家庭暴力？而是分析家庭中成員之間「如何」互動，從中了解個人情緒經驗、行為模式，情境背景等。同時，在「如何」的問題中，研究者分析出「脈絡化」的關係，把個人放入身處的社會環境之中，注意當事人所使用的辭彙、語言、情緒，然後才可能對互動世界進行深描（Denzin, 2002, pp. 83&98）。

於是在主談人敘述她的各種瘦／塑身經驗（包括去那一個公司、吃了什麼、用什麼方法等）後，我詢問她：是否她周遭的同事、朋友曾批評過她的身材？她的親戚、家人呢？我深刻地感受到，通常主談人回憶這種經驗時，許多長時間的人際互動情境會出現，情緒就會比較激動和痛苦。與之前強調個人是為了「健康、美麗、交友」等原因時的主動和平靜的態度截然不同。

例如有一位主談人就情緒激動地談到：她覺得她的男友並不在意她的身材，但是有一次，她生病住進醫院，她的女主管去看她時，卻當著她男朋友的面開玩笑地問他：「你喜歡這種身材的人是嗎？」讓她覺得很不舒服，所以她開始嘗試各種減肥方式。

另一位主談人先是談到她去瘦身中心是因為退休了，可以找朋友打發時間。但是當問到家人是否批評她的身材時，她十分難過地表示：她退休後，身材較胖，和先生衝突時，先生就會拿她的身材冷嘲熱諷，說她退休不做事，越吃越胖什麼的。所以她就到瘦身中心去找朋友，順便避開先生兼瘦身。

在這些互動經驗中，當事人因為身材而被貶抑的經驗，顯然說明了她們為何藉由瘦／塑身的行動，來改變自我的處境，在秀異的評比中，扭轉這種劣勢位置。這同時說明了行動者的主動作為和社會場域中的優勢權力結構（如場域中的秀異標準）交互建構的現象。而這個秀異標準又是從何而來呢？此時主談人多觀察到並認為這就是現在流行的看法，以及媒體（廣告）的趨勢。

結論

以研究者為中心的量化研究，往往挑出廣告內容，測試閱聽人的反應；批判理論學者也往往從媒體文本預測民眾如何受到影響，均缺少辯証的觀點。從日常生活中秀異價值觀的評比和互動，可以清楚的顯示，對行動者而言，她是在日常互動中過日子、做選擇，而不是面對著廣告就做出決定。因此，研究者必須設身處地的以場域互動的概念來了解個人苦惱與社會議題之間的關聯性。這樣的研究所可超越個人「苦惱」的詮釋層次，進入個人與社會結構之間的辯証關係，也就是強勢的社會文化規範對個人的壓迫性，以及個人如何進行主體的實踐。

參考書目

- 張錦華（2002）。《女為悅己者「瘦」？媒介效果與主體研究》。台北：正中。
- Bourdieu, Pierre. (1977). *Outline of a Theory of Practice* (Richard Nice, Trans.). Cambridge: Cambridge University Press. (First pub. 1972)
- Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction: a Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press. (First pub. 1979)
- Bourdieu, Pierre. (1998). *Practical Reason: On the Theory of Action*. Cambridge: Polity.
- 張君政譯(1999)。《解釋性互動論》，台北：弘智。(原書 Denzin, Norman K. [1989]. *Interpretive Interactionism*. Thousand Oaks: Sage.)
- 伊莉莎白・諾爾-紐曼 (Noelle-Neumann, Elisabeth) 著，翁秀琪等譯 (1995)。《民意－沈默螺旋的發現之旅》，台北：遠流。