

以民族誌研究每日生活中的閱聽人

黃光玉*

書名：The Audience in Everyday Life: Living in a Media World

作者：S. Elizabeth Bird

出版年：2003

出版社：New York: Routledge

* 作者黃光玉為世新大學公共關係暨廣告學系副教授，E-mail：kyhuang@cc.shu.edu.tw。

文化人類學透鏡下的閱聽人與媒介之共生關係，在八卦報導、迷的文化、種族與媒體再現、節目的美學鑑賞、失控的錯誤報導、新科技對每日生活的衝擊等現象中，綿密交織……

閱聽人研究往何處去？這是許多研究閱聽人的學術社群成員共同關切的問題。Alasuutari (1999) 認為未來的收訊分析將不再侷限於對特定媒介文本接收的探討，而是「把媒介帶回到媒介研究」(“brings the media back to media studies,” p. 7)，研究的焦點將轉移到媒介在閱聽人每日生活中的位置，以及媒介在當代社會中的文化位置。雖然解讀與釋義的研究仍會持續發展，但 Alasuutari 說，探討的問題將擴及人們看待媒介的框架 (frames)，以及整體媒介使用與媒介訊息的文化意涵。此一觀點與 Livingstone 近年來的看法不謀而合，Livingstone (1998) 認為閱聽人研究應被定位為媒體文化研究的一部分，其應與產製、文本、脈絡的研究相結合；Livingstone (1999) 並強調電視與媒介科技的使用其實與閱聽人每日生活意識之形成密切相關，閱聽人研究應對媒介消費與生活意識的扣合做進一步的深耕。換言之，未來的閱聽人研究將不再僅以文本或節目為分析的單位，而是以探討閱聽人媒介消費整體經驗之文化意涵、將其脈絡化為重點。Elizabeth Bird 這本書的研究旨趣反映的正是 Alasuutari 與 Livingstone 所陳述的問題意識。

文化人類學家 Elizabeth Bird 好奇的是：「生活在媒介飽和的文化中是什麼樣的一種生活？」(p. 19) 鑒於閱聽人處處皆是、閱聽行為無所不在，Bird 想深入瞭解真實世界中的人們如何與媒介互動？媒介、閱聽人與其所身處的文化如何聯結在一起？閱聽人與媒介的共生關係 (symbiotic relationship) 可以如何脈絡化？Bird 選擇以民族誌研究法描繪真實生活中的閱聽人，並企圖超越閱聽人的範疇，即綜合閱聽人、媒

體的產製面、大環境等方面，對媒介所中介的人類生活、媒介如何深入當代的西方文化，做深層的剖析。

本籍英國、1980年在英國完成博士教育的Elizabeth Bird，曾任教於明尼蘇達大學Duluth校區，目前是位於佛州Tampa的南佛羅里達大學人類學系的教授，本書集結了她過去十年來（包括明尼蘇達任教期間）對媒體、閱聽人、流行文化的研究成果。全書共七章，第一章陳述問題意識、研究方法以及作者對民族誌研究法的觀點；第二章剖析媒體的八卦報導為何深深吸引閱聽人；第三章檢視美國電視影集“Dr. Quinn, Medicine Woman”（由電影「似曾相識」女主角Jane Seymour主演）劇迷透過電子郵件討論群組（email discussion list）所形構的網路社群；第四章探討印地安人的媒體再現如何形塑白人對印地安人的刻板印象，以及印地安人如何在白人主導的媒體文化中協商自己的身份認同；第五章就電視劇迷對節目的評價來討論一個被學術研究忽略的議題：閱聽人的美學鑑賞能力、閱聽人對節目的品味，以及閱聽人如何區辨節目好壞；第六章從民間傳說（folklore）的觀點，藉由一則與AIDS傳散有關的網路謠言如何掀起媒體誇大報導之風潮的個案，展現新聞如何與文化共振，進而成爲迷思的一部分；第七章總結作者對閱聽人與媒體文化多年的研究心得，作者對於她目前正在研究的新科技對每日生活的影響著墨較多，最後並重申閱聽人民族誌研究的旨趣與必要性。

從第二章到第六章的研究個案，除了第六章以外，都大量引述閱聽人原始的言談資料，充分表述各章論點從民族誌資料中歸納抽離出來的軌跡。此外，本書七章當中，第二、三、四、六章改寫自Bird過去發表的著作，這幾章較早的版本分別於1997、1999、2001、1996年刊載於學術期刊或他人編輯的書中，改寫後的版本增加了不少新的文獻，使得其研究成果更能與近三、四年來學界相關的論述扣連。

其實研究每日生活中的閱聽人，Elizabeth Bird並不是第一人。早在1980年代開始英國就有女性主義學者與文化研究學者探索：閱聽人在每日生活的脈絡中如何消費媒介？閱聽人的媒介消費經驗為他／她帶來哪些意義與愉悅？媒介消費與每日生活如何相互形塑彼此？（參見Moore, 1993；Storey, 1999；趙庭輝，1999）。自1990年以來，英美這方面的研究進一步開始提問：媒介消費與身份認同如何形塑彼此？（如Gillespie, 1995; Press & Cole, 1999）。大規模的研究有英國電影研究中心（British Film Institute）在1990年代期間，以長達五年時間追蹤五百名閱聽人的電視收視情形與其每日生活的關係，探討性別、身份認同與生活經驗的變遷等多方面議題（Gauntlett & Hill, 1999）。然而這些媒介消費研究多半處理單一的媒介，特別是電視，而且很少針對Elizabeth Bird所提的「媒介飽和的文化」（media-saturated culture）——也可說是「西方文化的『媒介飽和』真實」（Western culture's “media-saturated” reality），進行全面的剖析。

與前人研究不同的是，Elizabeth Bird分析每日生活的媒介消費經驗是從文化人類學家的視角出發。她詮釋每日生活媒介消費的意義時，不像文化研究學者以支配社會的意識形態為經緯來畫意義的地圖，而是回到人類文化原始的要素中尋找定錨。故在理論方面，Bird喜歡引用民俗研究中的說故事（storytelling）、傳奇（legend）、民間傳說（folklore），藉由文化人類學的理論透鏡來觀察分析媒體文化。在研究方法上，她應用文化人類學家慣用的民族誌研究法時，常針對不同研究情境的需求與限制，做彈性的調整或創新。

依據Elizabeth Bird的觀點，媒介內容與閱聽人交會的成敗往往視媒介說故事的方式而定。正統的新聞敘事方式不容易與閱聽人的生活起共鳴；對照之下，媒體對醜聞的報導與八卦媒體的敘事方式則創造了讓閱

聽人討論與評論的空間，因為醜聞與八卦的敘事具有戲劇化的結構，圍繞著道德問題發展，並且過度背離閱聽人所認知的常態。由於醜聞與八卦能邀請閱聽人思索、進行道德判斷，為其帶來猜測、驚歎、細細品味等涉入性的歡愉，故醜聞與八卦能深深吸引閱聽人（見第二章）。又，當新聞與文化敘事掛鉤，反映出民間傳說的故事原型時，就容易進入閱聽人的意識中，因為此時新聞與文化起共鳴，並能透過口語傳播在社會中迴盪（見第六章）。這是 Bird 從文化人類學的理论角度切入探討閱聽人與媒介的共生關係之獨到之處。

Bird 在閱聽人民族誌研究的作法上，亦有值得借鏡的地方。Bird 認同 *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography* 此書編者 Marcus (1998) 之另一著作所強調的「多重場域的民族誌研究」(multi-sited ethnography) 觀念，即民族誌可透過分散的、多重場域的觀察途徑，以「追隨人們」(follow the people)，「追隨事物」(follow the thing)，「追隨隱喻」(follow the metaphor)，「追隨衝突」(follow the conflict)，「追隨生命」(follow the life) 等作法進行。Bird 追隨 Marcus 以上的理念，透過本書第二至六章等看似分散的個別研究，拼組閱聽人的整體媒介經驗，對媒體如何建構文化真實，達成所謂的「民族誌方式的觀看」(an “ethnographic way of seeing”) (見第七章)。

Bird 認為所有的研究途徑多少都受到研究情境的限制，故研究設計的關鍵在於彈性調整（見第一章）。因此，Bird 以長年線上參與觀察的方式研究迷所構成的網路社群，以及迷對節目的鑑賞與評價。當研究全美各地閱聽人為何愛好八卦報導時，Bird 在第一階段先採用 Ang (1985) 「觀看朱門恩怨」研究的信函方式，第二階段則透過長途電話進行深度訪談的方式，蒐集資料。最富創意的是，當研究媒體再現對種族心像與認同的影響時，Bird 仿焦點團體討論法，創造數種團體討論的情境，包

括純粹白人的團體、純粹印地安人的團體、白人與印地安人混合的團體，她請這些團體自行討論企畫一個電視節目，該節目必須至少包括一名白人、一名印地安人與一名女性。研究者不提問也不涉入討論，僅從旁觀察白人對印地安人的刻板印象、印地安人的身份認同與媒體再現的影響等，如何在團體企畫節目的討論過程中釋放出來，以及閱聽人如何協商節目中印地安人的角色（見第四章）。這些研究設計與背後的理念，對於未來想從事閱聽人民族誌研究的讀者而言，深具啟發性。

另外值得一提的是，對於以John Fiske為代表的「主動的閱聽人」傳統與政治經濟學派觀點下「閱聽人最終仍被收編」之論調兩者之間的論辯，Bird的立場較居中，也可說是較模糊。她不僅肯定時下的確常見到閱聽人被文化工業收編的現象，並認為閱聽人雖然能主動選擇，但只能就媒體工業提供的內容範疇做選擇；不過，Bird同時又冀望網路科技帶來的一線生機，認為閱聽人可以透過網路反擊媒體工業政經結構帶來的限制。

若問本書有何不足，我以為Bird對於研究對象橫跨所有媒體的使用情形，欠缺分析。在其個別的研究裡，我們看不到微觀層次的閱聽人各種媒介消費的整體經驗與感受。而處在媒介飽和文化中的閱聽人，其對各種媒介的使用情形如何輻合或融合成一整體？閱聽人收訊時互文（intertextuality）的情形如何發生？尚需以民族誌研究法做進一步的脈絡化分析。

參考書目

趙庭輝（1999）。〈閱聽眾分析在英國媒體與文化研究的發展〉，發表於中華傳播學會1999年論文研討會。

- Alasuutari, P. (1999). Introduction: Three phases of reception studies. In P. Alasuutari (Ed.), *Rethinking the media audience: The new agenda* (pp. 1-21). London: Sage.
- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Routledge.
- Gauntlett, D., & Hill, A. (1999). *TV living: Television, culture and everyday life*. London: Routledge.
- Gillespie, M. (1995). *Television, ethnicity, and cultural change*. London: Routledge.
- Livingstone, S. (1998). Audience research at the crossroads: The “implied audience” in media and cultural theory. *European Journal of Cultural Studies, 1*, 193-217.
- Livingstone, S. (1999). Imaginary spaces: Television, technology and everyday consciousness. In J. Gripsrud (Ed.), *Television and common knowledge* (pp. 108-121). London: Routledge.
- Marcus, G. (1998). *Ethnography through thick and thin*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Moore, S. (1993). *Interpreting audiences: The ethnography of media consumption*. London: Sage.
- Press, A. L., & Cole, E. R. (1999). *Speaking of abortion: Television and authority in the lives of women*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Storey, J. (1999). *Cultural consumption and everyday life*. London: Arnold.