

霸權陽剛氣質 以工作與學校場域為例

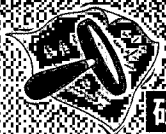
◎張盈堃 國立屏東教育大學幼兒教育學系助理教授

霸權陽剛氣質（Hegemonic Masculinity）這個概念在本地學術場合中常拿出來討論與分析，過去的相關論述已指出儘管男性在這套性別政體下是既得利益者，男性藉由維繫不平等的性別秩序所獲得利益，但也不是所有男性都能夠利益均霑，就像父權不只是傷害女性，也對不符合父權制度所期待的男性角色進行迫害，好比娘娘腔的男性或同性戀的男性等。為了在有限的篇幅內介紹霸權陽剛氣質與其相關研究，本文一方面引介霸權陽剛氣質這個概念，另一方面以霸權陽剛氣質如何運作在職場與學校這兩個場域，作為討論、分析的例子。

何謂「霸權陽剛氣質」

霸權陽剛氣質這個概念主要來自澳州學者R.W.Connell，指涉在特定場所中處於文化宰制地位的陽剛氣質形式。陽剛氣質並非單一形式，有的受到推崇，有的受到鄙視（娘娘腔），有的則成為典範（如運動明星）。此外，因在地文化以及次文化的差異，各青睞不同的霸權陽剛氣質。Connell在2005年的〈霸權陽剛氣質：反思概念〉（Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept）這篇文章所提的霸權式男性氣概，與先前在《陽剛氣質》（Masculinities）一書中，「陽剛氣質間的關係」中的「霸權」說法有





些微差異。在《陽剛氣質》一書裡主要是提出「陽剛氣質間的關係」(relations among masculinities)概念，包含霸權(hegemony)、附屬(subordination)、共謀(complicity)與排斥(marginalization)關係，這四種關係彼此維繫，並且相互作用以鞏固霸權式陽剛氣質(Connell, 1995: 77-81)。Messner(1992)在《遊戲中的權力：體育與陽剛氣質的問題》(Power at play: Sports and the problem of masculinity)一書中提到陽剛氣質的概念時，將競爭相關概念，像是控制、攻擊、力量、技巧等，視為形塑陽剛氣質的重要因素之一，進而形成陽剛氣質的競逐(competing masculinity)，因此提出霸權、邊陲與污名化的陽剛氣質，恰好與Connell所提出的「陽剛氣質間的關係」有異曲同工之妙。此外，Connell(2002)在〈男人與陽剛氣質的研究〉(Studying men and masculinity)這篇文章中，對此概念的解釋與闡述做些微的調整，認為霸權陽

剛氣質需要視不同時間與情境，因此這樣的陽剛氣質並非是單一、固定不變的形貌。

霸權的概念來自新馬克思主義者葛蘭西(Gramsci)，與文化霸權(cultural hegemony)概念相關，霸權經由精巧及滲透的方式，將意識型態灌輸到他者的日常生活中，以宰制附屬的階級或團體。文化爭霸的精義在於統治階級為鞏固其霸權統治而從事的意識形態抗爭的過程，為贏得道德及文化上的共識和領導權，如此一來，使社會大多數階層接受這套有利霸權階級的意識形態，即強調共識的產製背景與因素，這樣的共識隱含著社會體制的運作，指涉著標準／理想的想像體，因此霸權不單只是關係著壓迫與否的問題，同時也是社會共識／想像的表徵(Connell, 1995: 77)。即便如此，個體並非完全沒有自覺與自主的層面，反而有相對自主(relative autonomy)的狀態。

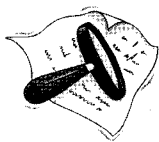
目前學界對陽剛氣質的討論有幾種取向：(1)陽剛是男性終



其一生不斷被創造、學習、運用、強化、重塑的產物。(2) 陽剛的差異性與多樣性受到階級、族群、年齡、性取向、教育程度、職業、外表、生命經驗等因素的交錯影響（這是典型Connell的論點，強調行動者在客觀的性別結構位置裡，操演性別關係的過程與結果，因此不同階級、族群、性偏好，陽剛氣質會出現特定的核心面貌）。(3) 強調隨著社會經濟與文化脈絡的轉換，而重新被修正、挑戰與建構（如社區型男子漢、白手起家型男子漢、熱情型男子漢）。雖然相關的社會學理論，像是性別角色理論等，同樣也討論著這個主題，但Connell帶著馬克斯主義的觀點，強調生產與再生產的關係，並且把霸權概念的應用從階級的討論，轉向至性別的關係上。Connell (2002) 指出，社會科學的發展已將性別研究推展至「性別是一種社會關係」的理解與探究之中，性別無非是一種社會關係，個人與群體都在這種關係之中運作。在這個觀點下，性

別也是一種社會結構，而性別的配置由結構的力量依社會性（而非生理性）產生，並將「身體」納入性別社會化過程的場域之中。Connell強調身體作為競技場，因此我們需要以動態的觀點來看到主動的建構，以及內在的複雜性與矛盾性，也因此她提出了多重的陽剛氣質與權力關係。在陽剛氣質的討論裡，Connell主要採取相對的觀點，陽剛氣質是不存在的，除非對比於陰柔氣質，特別是我們在文化特定的方式上做性別（doing gender）（註1）。Connell (1995: 200) 所言：「談到性別，我們所說的不只是簡單的差別或是固定的分類；而是關係、界線、實踐、認同與形象，這些都是在社會過程中逐漸成型，然後存在於特定的歷史情境，再以深刻而經常矛盾的方式形塑個人的生活，而且還會隨著歷史抗爭與變遷而逐漸改變」。因此，她建議研究陽剛氣質時，不該採取過往本質主義、實證主義等取向，將之視為一種分類、一套氣質；相反的，應該





把陽剛氣質看作是性別權力關係，著眼於其互動演變的過程。所謂的性別權力關係，不只存在於男女之間，在男性群體內部，同樣可以看到它的作用。

工作場域裡的陽剛氣質

Connell (1987、1995) 指出許多職場文化反映出典型的霸權陽剛氣質。此種氣質所指涉的內涵，在人格氣質上往往與強悍、激進、粗暴、競爭、權威與支配他人的男性形象密切相關。這些職場中充斥的男性陽剛形象，正往往與許多組織文化中所推崇的理想員工形象不謀而合。因此，從軍人、運動員、技術工人的相關研究，都可以清楚看見男性氣質與成功形象間的疊合身影。其次，性與性別也往往鑲嵌於職場中的各種關係與互動之中，成為組織運作可以挪用的資源，並同時產生了各種控制與收編的效果。像是男性下班之後的酒攤文化、以及男性同儕間關於性事的談話，常常有助於男性情誼與信任的建

立，進而促成組織內部的穩定運作 (Acker, 1992)，但這些男性員工連結彼此的相處模式，卻也加深女性身處其中的疏離與不自在。

經典的研究正是美國人類學家 Anne Allison (1994) 的 *Nightwork: Sexuality, Pleasure, and Corporate Masculinity in a Tokyo Hostess Club* 一書，這本書探討日本上班族陽剛氣質模式的緊張關係，特別在1980年代泡沫經濟後，上班族男性的文化形貌發生轉變，尤其是與妻子的家居關係。Allison指出日本大企業招待幹部下班後集體到俱樂部冶遊 (註2)，具有類似團體儀式的功能，可鞏固幹部對公司的向心力。俱樂部小姐扮演誇大女性性質並塑造愉快的性別支配氣氛，而小團體男性一起玩女人是充滿戲劇的自我表演，講求的是突破一般男女互動的規範。Allison將日本大公司招待男性幹部到俱樂部冶遊比擬為一種足以讓男性感到自我膨脹起來的團體儀式，並指出俱樂部能夠帶給男性的愉悅之源，在於小姐提供一

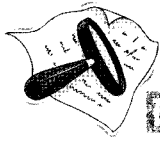


種愉快的性別支配氛圍，也就是陽剛氣質的儀式是藉由酒、女人與性遊戲組合而成。在整個夜店的文化中，女性是服務男性的客體，男性是支配女性的主體，成員之間的爭論與衝突在大家變成好色男時全部消失了。這樣的過程，正是所謂的異性戀男性的同性社交關係（*homosociality among heterosexual men*），故Allison指出透過喝酒與玩女人的團體儀式，主要的目的在於創造男性次團體間的連帶關係。

國內有關工作場域的探討，很典型的例子是黃淑玲（2003）的〈男子性與喝花酒文化：以Bourdieu的性別支配理論為分析架構〉，以及何明修（2006）的〈臺灣工會運動中的男子氣概〉這兩篇文章。黃淑玲批評目前以社會學觀點探討臺灣男性色情消費的研究，大都脫離不了文化論與功能論的分析取向，而且很少注意到喝花酒與嫖妓文化的再製問題。因此，黃淑玲使用Bourdieu的性別宰制理論來解釋，男性支配女性的性別秩序是

透過陽剛與陰柔的實行而得以進行再生產。陽剛與陰柔是以相對的、二元的、帶有尊卑位階的衝突關係，這是個人知覺與評鑑世界的認知基模，也是產生行動策略的原則。黃淑玲的論點包括：（1）Bourdieu提出實行的秉性理論（*dispositional theory of practices*）解釋男女的認知結構與社會結構不斷生成與改變的關係，陽剛與陰柔是行動主體在社會結構中持續建構的秉性或慣性。陽剛與陰柔展現在男女身上，主要表現在兩方面，其一是身體的儀化（*bodily hexis*）與內化的實行價值（*ethos*）。Bourdieu指出男女秉性受到類似遊戲感受的牽引，個人會認為某種遊戲提供特定利益，既重要且值得追求，因此願意投入去爭取利益。（2）為了確保男性發展支配性的趨力，日常生活中出現所謂陽剛制度儀式（*rites of institution of masculinity*），如成年禮、運動比賽、老鳥整新生等等。（3）喝花酒的過程，正是展現Bourdieu所謂的象徵暴力與象徵





權力。(4) 資本(經濟、文化、社會、象徵)，其中象徵資本代表個人社會地位的名望、地位、權威等非經濟物質性的特徵。此外，象徵資本是得以行使象徵暴力的權力，並且象徵資本指的是男性因展現陽剛氣質而獲得的象徵利潤。(5) Bourdieu的場域概念，讓我們思考喝花酒文化涉及到不同的場域內的次文化。

Connell與Messerschmidt (2005)以霸權陽剛氣質(hegemonic masculinity)指涉在每個社會中具有宰制地位的男性氣概，霸權性陽剛氣質具有常規性、宣稱自己為常態，與附屬性陽剛氣質(subordinated masculinity)形成階序關係。在Connell與Messerschmidt的概念中，「附屬陽剛氣質」特別適用於勞工階級男性。何明修(2006)指出工會裡的兩種陽剛氣質：戰鬥型VS.閹割型，以及提問為什麼臺灣的工人需要依賴這種高度性別化的文化資源，以建造他們共同的階級認同。何明修指出在男性的主導之下，工

會運動的表達形式明顯帶有男性中心的習氣，甚至是經常採用具有性別歧視的字眼，階級的實際展現透過語言才被表述出來(articulation through language)，因此分析臺灣工運的語言使用，才能掌握一些未明言的集體心態。此外，何明修指出弔詭的問題：工人面臨一種殘酷的選擇，他們要麼對於主管卑躬屈膝，以男性自尊來換取更好的物質生活條件；如果想要維持自己的男性氣概，代價就是家人會過得比較清苦。戰鬥性男子氣概工會運動的後果包括：排斥女性會員的參與、工會幹部的參與是以配偶的犧牲為代價、工會活動是男性的交往方式(male sociability)(喝花酒至多只有強化既有團結的作用，而不可能從無到有、憑空創造出新的團結)。

學校場域裡的陽剛氣質

多數研究認為陽剛氣質藉由不斷的性別展演而累積，校園也是創造陽剛氣質的展演空間之一，如男學生在同儕互動或嬉鬧中的性談



話都是很重要的表徵，因為在同儕之間有著非固定但顯而易見的性別秩序（Connell, 2000）。性言語霸凌（verbal sexual bullying）是青少年性認同建構過程中同儕間用來互相監督、規範的主要工具，特別這涉及一種集體對於異性戀認同的監督，在青少男的世界裡，使用言語上的性霸凌，在集體鞏固與監控異性戀認同上扮演了重要的角色，這是一種置入在日常生活中集體文化的實踐，並且型塑性認同的同儕規範的重要機制。換言之，男性的性談話，包括言詞上的性騷擾、辱罵及傷害用語，可以反映出他們如何援用特定論述來鞏固男性的主體性（Haywood & Mac an Ghail, 1996；Chambers et al., 2004）。甚至Haywood與Mac an Ghail強調，「性」作為辱罵言詞的內容並不是任意為之的，相反地，性是被有組織地選為作為一個建構陽剛氣質的關鍵元素。

Mac an Ghill（1994）研究中的勞工階級學生陽剛氣質，在友伴組成上，成群結隊的首要對象以同樣

抱持反對學校者為優先；在校行為方面，要明顯地反對學校、大聲笑鬧、行為剛強勇猛、漠視老師的指令、故意晚進教室，與種種遊走在違反校規邊緣的外貌打扮；他們對陽剛氣質的定義，特別強調身體力量、團結，以及對領域的控制。Martino與Pallotta-Chiarolli（2003）也發現學生之間的推拉活動，內藏了男學生想要成為一個「正常」（normal）男孩的渴望，因為這些活動能藉著某種欺壓而將他人邊緣化，在校內被視為一種有趣的暴力行為（funny violence），並大量流行於勞工階級之間。除了要求男孩必須有力、強大，保持外在形象的好看（good-looking）也是陽剛氣質的要項之一，外在形象最能展現學習陽剛氣質之後，男孩藉以建立身分認同的各式造型。相似地，郭怡伶（2005）研究國中學生的阿魯巴活動，分析臺灣校園裡建構出的男子氣概，如何藉著一次次的男性團體儀式，凝聚、加強本身也提醒其他團體裡的男性，並在團體裡彼此





監督、甚至彼此監視。這表示男性對本身追求男子氣概的不安或不確定，需要藉由次數頻繁的凝聚儀式來安定或肯定自己，內化男性對男子氣概的追求。Martino與Pallotta-Chiarolli（2003）的研究也顯示，學校內的男學生身體表現被要求要強壯有力，而具有侵略性的運動竟是學生自我倚賴和自我規範的特殊實踐。因此，Plummer（2006）進一步指出男學生的運動恐懼症（sportophobia），由於男孩視激烈的體育表現為非同性戀的表徵，一旦男學生的運動參與度與體能表現低於平均水準，就被同儕評斷譏笑是異類。

結語

雖然陽剛氣質會因時地、階級、性別與種族而有所別，但仍是該社群成員所共享的觀念，而非單一個體的想法。是故，陽剛氣質

並非單一的認同，而是一種複數（masculinities）的群集。對男性而言，陽剛氣質是男性隨時隨地都需要保持的一套陽剛行為、舉止與態度，它囊括了象徵符號、遊戲規則與儀式制度等一連串的概念，使男性組成有別於女性。綜合上述，個人的身體以及身體上所表現出來的性別氣質，皆透過重重的社會化過程所形塑與強化，這樣的過程不僅是一種從身體上生理性別（sex）到社會性別（gender）的演化過程，在個人的身體上，也同時再生產了社會上原有的性別階層或性別類屬關係（Connell，1995）。如果我們可以把Connell的論述，再結合Bourdieu與Marx概念的話，那麼陽剛氣質研究會更加完整，未來我們需要注意到陽剛資本、正統性陽剛特質，以及霸權陽剛特質三者之間的辯證關係。

註1：關於「做性別」的概念與具體實踐，游美惠（2009）在《性別平等教育季刊》第48期「性別教育小詞庫」有〈做性別〉的專文介紹，頁98-102。

註2：古義指涉嫖妓，但當代的意義也可以指稱放縱自己身心盡情的遊玩。Allison以日本常見的水商賣（Mizu Shobai）作為研究田野，觀察日本上班族下班後集體放縱於性服務這樣的普遍現象。



參考文獻

1. 何明修 (2006)。〈臺灣工會運動中的男子氣概〉。《臺灣社會學刊》，36：65-108。
2. 郭怡伶 (2004)。《磨蹭的快感？——阿魯巴的男子氣概建構》。國立臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。
3. 黃淑玲 (2003)。〈男子性與喝花酒文化：以 Bourdieu 的性別支配理論為分析架構〉。《台灣社會學》，5：73-132。
4. Allison, A. (1994). *Nightwork: Sexuality, Pleasure, and Corporate Masculinity in a Tokyo Hostess Club*. Chicago: University of Chicago Press.
5. Acker, J. (1992). Gendering Organizational Theory. In A.J. Mills & P. Trancrws (eds.), *Gendering Organizational Theory*. (pp.248-260). London: Sage.
6. Chambers, C., Tincknell, E., & Loon, J.V. (2004). Peer Regulation of Teenage *Sexual Identities*. *Gender and Education*, 6(3): 397-415.
7. Connell, R. W. (1987). *Gender*. Oxford: Polity Press.
8. Connell, R.W. (1995). *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.
9. Connell, R.W. (2000). *The Men and the Boys*. Berkeley: University of California Press.
10. Connell, R.W. (2002). Studying Men and Masculinity. *Resource in Feminist Research*, 29(1-2): 43-56.
11. Connell, R. W. & Messerschmidt, J.W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender & Society*, 19(6): 829-859
12. Haywood, C. & Mac an Ghail, M. (2000). Schooling Masculinities. In M. Mac an Ghail(ed.), *Understanding Masculinities*. Buckingham: Open University Press.
13. Mac an Ghail, M. (1994). *The Making of Men: Masculinities, Sexualities and Schooling*. Buckingham: Open University Press.
14. Martino, W. & Pallotta-Chiarolli, M. (2003). 'You have to be strong, big and muscular' boys, bodies and masculinities. in *So what's a boy?: Addressing issues of masculinity and schooling*. (pp. 14-31). Philadelphia: Open University Press.
15. Messner, M.(1992). *Power at Play : Sports and the Problem of Masculinity*. Boston: Beacon Press.
16. Plummer, D. (2006). Sportophobia: Why Do Some Men Avoid Sport? *Journal of Sport and Social Issues*, 30: 122-137.

