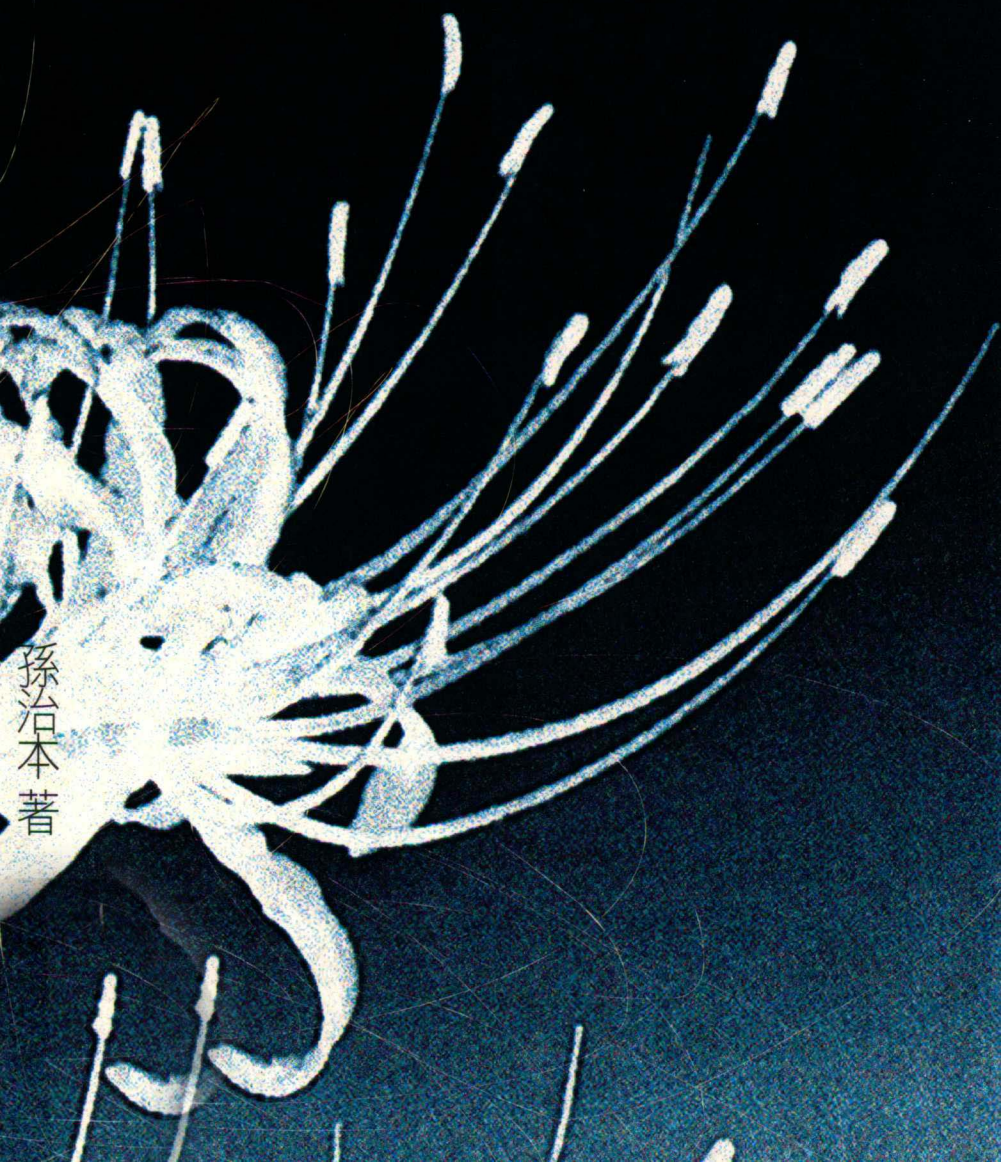


個人化^與生活風格社群



孫治本著

個人化與生活風格社群

孫治本 著
唐山出版社

國家圖書館出版品預行編目資料

個人化與生活風格社群/孫治本著. -- 臺北市

: 唐山, 2004[民 93]

面; 公分.

參考書目: 面

ISBN 986-7748-52-2(平裝)

1. 社會結構 2. 自我(心理學)

546

93012495

個人化與生活風格社群

作 者 / 孫治本

編 輯 / 施昀佑

封面設計 / 張悅歆

出版發行 / 唐山出版社

106 臺北市大安區羅斯福路三段 333 巷 9 號 B1

電話: (02) 2363-3072 傳真: (02) 2363-9735

郵政劃撥: 0587838-5 戶名: 唐山出版社

E-mail: tonsan@ms37.hinet.net

網站: <http://www.tsbooks.com.tw>

印 刷 / 國順印刷公司

出版日期 / 2004 年 7 月

定 價 / 220 元

版權所有

行政院新聞局局版臺業字第 1832 號

自序

個人化是當代較為進步的社會（包括台灣）的重要趨勢之一。個人化指涉的是個人的選擇增加，儘管大部分的時候是被迫做出選擇。伴隨著個人化趨勢發生的是社會整合的困難，而有結構的社會如果還存在的話，其結構也已遠較對社會結構的現代性想像複雜。個人選擇性的增加亦包括對生活風格的選擇，這使得生活風格與社會階級的關係出現鬆動。生活風格選擇性的增加也與消費社會的蓬勃發展有關，在許多時候，生活風格的選擇即是消費的選擇。在消費社會中，生產的重要性降低，消費的重要性提高，尤其甚者，消費可能不再只是被動、異化的行為，消費者對消費商品和消費行為的理解和詮釋越來越受到重視。生活風格對個人認同的影響也越來越大，擁有某一項生活風格的不同個人，可能會因為共同的生活風格而集結成所謂的生活風格社群。在生活風格社群裡，個人間不僅交換消費情報，也發展社會關係，甚至可能將他們的嗜好發展成生產活動。

這一本小書就是想從理論上和經驗上探討個人化與生活風格社群的一些現象。在日常生活中台灣人對這些現象並

不陌生，這些現象在台灣發展的速度甚至可能超越西方國家。筆者希望能從學術的角度，為這些現象的詮釋做出一些貢獻，希望能引起您的迴響！

孫治本

2004 年於新竹

目 錄

自序	1
目錄	3
壹、 導言.....	5
貳、 個人化與社會階級	13
一、 階級（階層）模式的基本性質	
二、 水平式不平等	
三、 社會不平等的個人化	
四、 德國學界對新理論的反應及經驗研究的檢證	
參、 個人化的社會分類與生活風格社群	65
一、 傳統社會結構觀的特色	
二、 生活風格與個人化的社會分類	
三、 社會結構的解釋與理解	
四、 生活風格族與生活風格社群	
五、 網路與生活風格社群	
肆、 個人化與消費行動.....	103
一、 消費研究的政治經濟學取向	
二、 消費者的消費行動力	

三、 「哈日族」對日本文化商品的體驗	
四、 網路小說的解釋社群	
伍、 生活風格社群的認同與生產.....	139
一、 消費行為與社群認同的形成	
二、 生活風格社群內的等級問題	
三、 社群認同與文化商品的促銷	
四、 生活風格社群的生產	
陸、 結語.....	167
柒、 參考文獻.....	173

壹、導言

社會的「個人化」(Individualisierung; 亦可譯為「個人主義化」)是德國社會學者貝克(Ulrich Beck)提出的論題，它同時牽涉「(舊)社會團體的瓦解」與「社會再整合」兩個面向。而個人化論題提出的背景，是1982年起部分德國社會學者對社會階級概念適用性的質疑。貝克在這些學者中走得最遠，以「個人化」論點與「大結構」、「大團體」概念絕裂¹。

在貝克的眼中，個人化實為高度工業化的福利社會的主要特徵，它標示著「大團體社會的終結」(Beck 1986: 139)，亦即團體不再是社會與個人間之中介物，個人與社會之間形成了一種「新的直接關聯」(neue Unmittelbarkeit) (Beck 1986: 158)。「個人自身成了社會在生活世界中的再生產單位。」(Beck 1986: 209)面對個人主體性對社會影響的增加，社會學應更多地注意主體，貝克與其妻 Elisabeth Beck-Gernsheim (亦為社會學者)，因此主張建立起「個人社會學」(Soziologie des

¹ 貝克不但質疑社會階級模式(Beck 1983、1986)；也主張放棄「非政治的公民社會 vs. 政治的國家部門」的架構，認為公民社會也能承擔政治任務(Beck 1993；參閱孫治本 2001b)；貝克並且宣告民族國家架構的式微(Beck 1999)，可說傳統現代性的三大架構都受到了貝克的質疑。

Individuums) (Beck/Beck-Gernsheim 1994 : 30)。

僅從字面理解，個人化論題牽涉的是社會聯繫力、社會團體的瓦解，及以個人為中心的價值觀的盛行，社會整合的問題似乎不屬於此一論題的範疇。然而，貝克所謂的個人化，實係一體兩面，其指涉的不只是社會聯繫的中斷，也涉及社會的再整合。貝克甚至用「三重的個人化」(dreifache Individualisierung) (Beck 1986 : 206) 來形容。所謂三重的個人化，可理解為個人化的三個面向或三階段，這三個面向或三階段分別是：

1. 個人從舊有的社會形式與聯繫中解脫出來（即「解脫面向」(Freisetzungsdimension)）；
2. 舊有的信仰與規範失去了意義（即「除魔化面向」(Entzauberungsdimension)）；
3. 個人進入了新的社會聯繫中（控制或再整合面向 (Kontroll- bzw. Reintegrationsdimension)）(Beck 1986 : 206)。

貝克所謂三重的個人化，其頭兩個面向—解脫面向與除魔化面向，均屬於舊社會秩序瓦解的過程，所以，較簡化地說，個人化包含有「(舊)社會(秩序)解體」與「社會再整合」兩個面向。我們可以說，個人化為包含雙重含義的概念，而其第一層含義是：「既定的社會生活形式的瓦

解」(例如「階級和地位、性別角色、家庭、鄰里關係等」); 與此伴隨的問題是:「何種新的生活形式會出現?」由此便導出個人化的第二層意義:「在現代社會中,個人面臨新的制度要求、控制與強制。」(Beck/Beck-Gernsheim 1994: 11-12) 這些現代的、非傳統的規則,透過勞動市場、福利國家、官僚體系運作,可謂嚴密繁複,然而貝克夫婦並不認為這些規則(Vorgaben)僅僅是對個人的束縛,反而認為其存在的目的在於使個人能「過自己的生活」,而且,在一定程度上,這些規則必須由個人自行建立起來,因為,現代的制度主要不是行為的限制,而是供給與行為的鼓勵(例如社會福利),個人必須努力以赴才能在競爭中獲得供給與獎勵(Beck/Beck-Gernsheim 1994: 12)。

貝克夫婦又認為,個人化不是個人自由的決定,而是個人被強迫自己型塑、導演自己的生涯史和社會網絡,而在此一自我型塑的過程中,又伴隨著個人喜好和生命階段的轉變,而且個人必須配合其他的個人以及勞動市場、福利國家等的規則(Beck/Beck-Gernsheim 1994: 14)。在個人化的風潮下,個人必須決定自己的生活指引(Lebensführung),而且這種決定被視為非常重要(亦即被神化了)(Beck/Beck-Gernsheim 1994: 19)。隨著個人決定必要性的增強,不需個人多加思考的例行社會行為便減少,造成一種日常生活的「解例行化」(Entroutinisierung)現象(Beck/Beck-Gernsheim

1994：17-20)。而當選擇可能性和決定的必要性增加，個人的行動需要也隨之增加，個人必須更能適應、更能整合，需要更大的彈性與承受壓力的能力。許多的機會、危險、不確定性，不再是在家庭、社群、社會地位或階級的脈絡中被定義，而是個人自己必須對其知覺、解釋、決定和處理。個人的機會和負擔因此同步增加（Beck／Beck-Gernsheim 1994：14-15）。從前那種進展有序的「標準生涯史」（Normalbiographie），轉變成「選擇生涯史」（Wahlbiographie）、「自己動手做生涯史」（Bastelbiographie）（Beck／Beck-Gernsheim 1994：13）。而且，隨著決定必要性的增加，風險也隨之提高，個人化因此成為一種「有風險的自由」（Beck／Beck-Gernsheim 1994：32），個人生涯史成了「風險生涯史」（Risikobiographie）、「鋼索生涯史」（Drahtseilbiographie）（Beck／Beck-Gernsheim 1994：13）。

另一位質疑社會階級概念適用性的德國學者 Hradil，發展出關於生活風格的新論點。在 Hradil 看來，生活風格不必是社會階級的附屬性質，生活風格本身就可以成為社會分類的標準，而且更重要的是，個人可以主觀選擇生活風格（Hradil 1987a：164），這使 Hradil 的生活風格論點亦屬於一種個人化論點。

廣義地來講，生活風格是指思考和行為方式，不過在

日常生活的語言脈絡中，生活風格很少被用來指涉直接與生產過程相關的思考和行為方式，而是經常連接休閒、消費與文化概念。在當代較為先進的社會（包括台灣），生活風格受到一般人注重的程度已經不下於對傳統社、經指標的注重。文化研究者、後現代研究者，較少用生活風格一詞，而常談「文化」，黃瑞祺說：「在消費社會中，文化貫穿了社會領域，在社會生活中的每一件事，可說都已成為文化了。」（黃瑞祺 2000：128）這裡所謂的「文化」，在某種程度上與生活風格概念是高度相關的。

在社會學甚至文化研究²中，「身份」和「身份認同」議題常被視為較「生活風格」議題重要，亦即生活風格被視為身份的附屬性質。然而，當代社會個體的文化實踐，使我們相信，至少生活風格應獲得與身份相同的重視。劉維公認為「身份認同」屬於「我是誰？」的問題；「生活風格」則屬於「如何過生活？」的問題，並主張這兩個問題是可以區分開的（雖然並不否定兩者間可能具有相關性）（劉維公 2000：202）。因此，「我是誰」並不必然決定「如何過生活」，甚至「如何過生活」可以在某種程度上決定「我是誰」，而「如何過生活」就是生活風格的問題。

如果生活風格只是受社會結構、社會位置所決定，個

² 文化研究雖然吸收了後現代思想，但也經常使用傳統社會學的階級概念和民族認同概念，後者在「後殖民論述」中尤其重要。換言之，「身份認同」議題在文化研究中有相當大的重要性。

人沒有選擇生活風格的可能，生活風格自然不會成為個人關注的問題。然而，個人化使個人有了更多的選擇（即使是被迫做選擇），包含選擇個人的生活風格，生活風格概念在日常生活中因此日益重要了。與個人化相伴隨的，則是階級的影響減弱，階級的分類標準變得模糊甚至不適用。

《BoBo 族》一書的作者 Brooks 發現，原本彼此針鋒相對，分別代表資本主義的布爾喬亞和代表叛逆、浪漫的波希米亞，可以結合為 BoBo 族，這使我們發現：「階級的規則似乎被完全顛覆了。．．．過去的分類方式已經沒有意義了。」

（Brooks 2001：1）。從前布爾喬亞是資本主義社會的統治階級，然而社會的日益多元化，卻使我們越來越難辨識統治階級所在的領域，因為「今日的統治階級卻是無所不在。」

（Brooks 2001：42）屬於 BoBo 族的統治階級重視錢，但更重視品味，也就是說 BoBo 族強調有品位地賺錢，因此，「一個擁有最受歡迎餐廳的老闆在雞尾酒會上，會比擁有六座大型購物中心的商場大亨，得到更多人的阿諛奉承。」（Brooks 2001：48）

在當代社會，品味、生活風格經常必須透過消費展現，而早在二十世紀中葉人們就發現，「消費英雄」³開始比「工作英雄」重要；嗜好和性格開始比工作成就重要（Brooks 2001：128）。而且在個人化的時代，消費行為自然也個人

³ 指休閒、消費產業中的明星級人物，如名演員、名歌手、名模等。

化了，「每位消費者對生活所需，以及願意花多少錢來生活的觀念各異。」(Silverstein/Fiske/Butman 2004：40) 因此，消費不再只是政治經濟學眼中被動、異化的行為。在購物(shopping)研究上卓有成就的人類學家 Miller 說：「我們談到政治與消費間的相互關連時，很容易會模糊焦點而流於空談，我希望不會以這種角度來探討購物活動。」(Miller 2003：61) 因此，消費或購物研究，不一定要置於政治經濟學的框架中，消費在某種程度上是個人化的、具主動性的行動。

本書當然不可能探討所有與社會個人化論題相關的「舊的社會團體解體」和「新的社會整合」現象，而是如書名「個人化與生活風格社群」所示，想在前述理論和社會現實背景下，嘗試探討階級架構適用性減弱、個人化效應增強後，生活風格如何成為一種個人化的社會分類標準，甚至促使各種各樣的生活風格社群的形成。生活風格社群的興旺，也是一種新的社會整合方式，而與生活風格密切相關的消費，在個人化的時代越來越可能是個體的一種行動力，因此研究消費，不能忽視消費者的實際體驗。除了理論性的探討，本書還引用了近年筆者做的一些質性經驗研究，包括對動漫畫社群、網路小說社群、其他迷社群（如傑尼斯迷社群）的訪談紀錄，及邀請相關報導人所做的演講紀錄，和報導人對存在於網路上的生活風格社群的描述。

由於個人化論題與社會階級概念適用性的受到質疑習習相關，因此，本書第二章詳盡詮釋了那些質疑社會階級模式的說法，並介紹 Hradil 以生活風格作為社會分類標準的論點。在第三章，本書提出有別於普遍主義式社會分類的個人化的社會分類，並介紹「生活風格族」和「生活風格社群」概念。第四章想探討消費行動的研究，比較視消費為一種行動力的觀點及政治經濟學的觀點，並以哈日族的消費體驗和網路小說的解釋社群為實例探討。第五章則進一步探討生活風格社群的認同與生產。

貳、個人化與社會階級⁴

傳統上，研究社會不平等的主要模式是社會階級（階層）模式。雖然對社會階級（階層）如何畫分、如何測量的問題，學者間有許多不同的看法，但在社會不平等的研究上，少有學者能揚棄階級（階層）模式。⁵

然而，當代較先進社會的社會結構已不同於舊有的現代社會結構，以傳統的社會階級（階層）模式分析當代先進社會的不平等現象，恐無法掌握全貌。因此，部份德國社會學者（代表人物為貝克（Ulrich Beck）、Stefan Hradil 及

⁴ 本章為國科會專題研究計畫「社會不平等理論的新面向—部分德國社會學者的新概念及新分析模式」（NSC 88-2418-H-009-001）的研究成果。本章絕大部分的內容曾刊於孫治本。2001c。〈社會階級的終結：水平式不平等、社會不平等的個人主義化〉，《國立政治大學社會學報》（31）：pp. 1-43。該篇論文在成為本章時，經過了內容和編排上的增刪、結構（次序）的調整和文字的修改。

⁵ 我國學術界於一九八〇年代中至一九八〇年代末，曾針對我國中產階級興起之問題，深入反省過中產階級的定位問題（見蕭新煌（編）1989），突顯出定義某一社會階級（階層）的困難。於階級理論頗有突破性貢獻的美國學者 Wright，早期將中產階級定義為在兩極化階級（即資本家和勞工）之間佔據矛盾位置的階級（Wright 1980：3-5）；後來又將中產階級的定義修正為：同時是被剝削者與剝削者（Wright 1985a：86-87，1985b：260）。Wright 的階級分析模型，已受到國內學術界的充分注意（例如許嘉猷 1994；蕭新煌 1994）。然而 Wright 的突破只是對傳統階級模式的修正，並未跳出此一模式的基本思考架構。

Reinhard Kreckel) 提出了一些社會不平等理論的新概念及新分析模式⁶，以取代階級（階層）模式。筆者將這些新觀念歸納成水平式不平等、不平等的個人化及生活風格三大概念。不過，由於關於生活風格的新理論強調個人主觀決定生活風格的可能性，因此本文將新理論對生活風格的探討納於「不平等的個人化」概念之下。

由於個人化論題是從對社會階級概念的質疑中產生出來的，而且社會階級的作用強，個人化的可能性就小，要談論個人化，必然會涉及社會階級概念的適用程度問題。因此，筆者試圖在本章詳細詮釋部分學者嘗試取代階級概念而提出的相關理論，這主要分成兩大部份，即水平式不平等和不平等的個人化。又，要質疑階級（階層）模式在當代較先進社會的適用性，必先瞭解階級（階層）是甚麼。因此以下先概略歸納階級（階層）模式的基本性質。

⁶ 這裡所謂「新」當然是時間進程上相對的說法。事實上，本文所分析的部份德國社會學者關於社會不平等理論的新概念及分析模式，早於八〇年代初即逐漸發展起來。國內學術界對 Wright 較有新意的階級理論已十分熟悉；對 Bourdieu 於七十年代發展出的新分析面向（不過 Bourdieu 並未放棄階級模式，詳下文），也有國內學者討論（例如葉啟政 1989；王崇名 1995）。部份德國學者更激進的看法，對國內學者是較新的。