

青春睿智的左派？成年癡呆的左派？

——青少年通俗文化的左翼政治

（青春睿智）卡維波

如何看待今日的商品消費與通俗文化？坊間的某類左派、仿左派、人文主義派、溫情脈脈的浪漫派都認為：消費文化是現代資本主義社會控制的新形式；廣告創造出虛假的需要或慾望；通俗文化乃是文化工業所操縱的產物；通俗文化複製主流社會的意識形態，而青少年則是最容易受騙被洗腦的受害者。這些是本文所要反駁的觀點。在所有人的生活與消費實際上都處於商品消費與通俗文化內部的今日，知識份子若還假裝處於商品消費與通俗文化外部之某個戰略高地，並且在這個不存在的外部擺出全面拒絕、全面揚棄、全面批判商品消費與通俗文化的姿態，那就只是思考與實踐的懶惰無能，企圖否認消費與通俗文化本身也是戰場。如果消費與通俗文化不是等待社會主義革命後自然消亡或光復的領地，相反的，它本身就是戰場（亦即，一個不能被「下層建築」或經濟結構所決定或取代的戰場），那麼左派別無選擇地只有從內部抵抗，亦即，這個領域內的抵抗資源與策略必然也是來自商品消費和通俗文化之挪用。這就是考驗左派的創造想像力、要求左派搞笑可愛性感（即生產愉悅／認同／慾望）、挑戰左派能不能做到青春睿智（而非成年癡呆）的關鍵了。

這篇文章分成 A B 兩個部份。A 部份是把這個爭議放在台灣的脈絡內，穿插著我對別人論戰文章的回應，這算是為進一步討論掃清障礙；為了增加閱讀的樂趣，我還附錄了三個小故事專欄來生動化

我的論點。B 部份則是比較直接處理本文的主要問題，對「青春睿智卡維波」論戰沒興趣的讀者也可以直接閱讀 B 這個部份。

應當聲明的是：「左派」應該是千奇百怪、各路人馬都有的，所以文章中被當作批評標靶的「左派」，只是某類左派，不過為了行文方便就簡稱「左派」吧。至於近年來仿左派盛行、批判資本主義商品化的文章越來越多的原因不是左派思想開始深入人心，事實上，只是因為已經沒有了要全盤推翻資本主義的共產國家或有實力的左派政治力量，現在在論述上全盤批判資本主義不會被誤會是與左派政治掛鉤，反而可以安全免費的獲得批判姿態。自從社會主義國家崩解，傳統左派路線不再被看作是一個有效選項而只是一個有效修辭之後，各種各樣的保守派也開始挪用傳統左派的假設與修辭來應對全球化下新變動的文化政治，其批判往往不是針對資本主義循常例行的實踐或制度，而是變動前沿的新興或偏差現象。保守派或自由派之所以開始批判資本主義，乃是因為商品化與國家權力已經深入文化與私領域，造成各種權力關係（階級、性／別、年齡等）再生產的變數或危機，因而威脅到優勢支配者與期待向上流動的被支配者的前景。在這種保守派紛紛採用左派修辭的情況下，左派不應該沾沾自喜地認為革命同志越來越多，而是要檢討傳統左派論述是否已經無法接合新的社會對立與敵意。

A 計畫「消費的通俗文化政治篇」

一、爭論的背景

這篇文章一方面回應林深靖的〈青春睿智卡維波〉（原載於《左翼》第15號），以及間接回應有關減肥塑身與女性主義的幾篇文章和零星的網路議論，另一方面，我也企圖回應近年來和台灣公民社會自發的

媒體監管運動密切相關的媒體批判或批評。易言之，我認為當前有一種主流的媒體批評論述已經成為現今台灣幾股不同來路的政治與實踐立場背後的共通論述，所以不但林深靖所呈現的左派會使用這個批評論述，而且構成目前台灣公民社會主力的幾股力量也會使用同一批評論述或批判論述。這幾股力量包括主流的婦女兒童福利與教育團體、問政的自由派知識份子、宗教服務團體等等。對於這幾股力量所整編形成的台灣公民社會（我則偏好稱之為「市民社會」），在歷史演變、社會動力、權力策略方面更進一步的分析，則必須留到筆者未來對全球化下台灣社會排斥與社會變動形勢的分析再說。上述這個主流媒體批評的效應之一，就是對於性偏差／年齡偏差／各種新科技偏差的建構。不過，我在本文內只駁斥這個媒體批評論述關於消費／通俗文化／廣告／青少年次文化等錯誤的理論假設，故而本文還不是對這一批評論述所接合的反動退步力量的總清算，只能算是清算的序曲。

當前台灣市民社會所使用的媒體批評論述，幾乎無例外地採納了類似法蘭克福學派的菁英立場（雖然該學派立場有其反納粹的歷史社會背景），也充滿了傳統左派對於文化工業、廣告與消費的假設與修辭。最近，張錦華與黃浩榮批評某個電視塑身廣告而於《中國時報》發表〈還童的女性？弱智的男性？〉（2000年12月18日）一文，即是這類典型的媒體批評。

針對上文，我寫了〈老化的媒體批評·弱智的女性主義〉（《中國時報》，2000年12月21日），從「女性情慾」與「青少年文化」兩條主軸來批判前文。之後有數篇文章回應我的文章，其中包括林深靖的〈青春睿智卡維波〉。現在我針對一些女性立場的回應繼續寫了〈「減肥瘦身」的女性主義標準答案錯在哪裡？〉（見本書141-195頁）；本文則是針對青少年文化與晚近主流媒體批評而作。

我覺得林深靖的〈青春睿智卡維波〉是頗有某種代表性的批判論述，因此以下我會針對雙方論戰的部份予以回應，至於比較觀念性的問題則留到B部份才處理。

二、爭論的主軸：消費的文化意義不能被生產（者）所決定

林深靖的〈青春睿智卡維波〉講到塑身事業的老闆黃河南花大錢買廣告與捧明星，長榮財團的張榮發花大錢支持陳水扁，說他們都是透過廣告包裝，創造認同，讓人們產生慾望去投票與購買商品服務云云。但是這些事實到底證明了什麼？林深靖是否假設：只要花大錢，就可以保證效果？廣告與購買就是簡單因果關係？（這當然都是錯誤的假設。）他是否認為資本家藉著商品所意圖生產的意義與認同就是固定不變，而非不斷被挪用與轉換，甚至可能形成對抗的意義與認同？他究竟如何看待「現代的商品生產與消費也同時是意義的生產與消費，意義的消費則經常具有愉悅與培力的效果」此一事實呢？是否只需持一負面態度就完成了左派的「批判」任務？

林深靖不斷強調資本家的財大氣粗、資本家生產出來的意義鞏固了父權資本主義。他可能以為這些事實就自動證明了消費產品的反動，因為他誤以為通俗文化與消費現象都是資本家意圖的實現；他以為人們排隊買Hello Kitty就證明了資本家的宰制與勝利。這些其實都沒有碰到我文章的主要論旨。我關心的是：（例如）排隊之前或之後的Hello Kitty人生，Hello Kitty在自我與互動中的角色，如何談論與挪用Hello Kitty以產生各種反抗與顛覆的意義等等。畢竟，利用Hello Kitty的資本家並沒有想到有人會給兒童看Hello Kitty打炮的圖片，也無能關心或預料Hello Kitty是否會造成什麼權力效應等等。而左派如果只是擺出批判姿態，把所有通俗文化與消費很輕便地歸檔到「父權資本主義生產與複製」之內，這是一種與現實不相干、沒有

實踐能力、也沒有抵抗著力點的詮釋。

事實上，通俗文化、廣告與商品所構成的意義，很多時候是曖昧的（例如不會是純粹異性戀，也會和跨性別或同志調情；不會是一對一，而可能是勾動外遇慾望）。即使其文本的字面意義或現實意義確實是複製主流意識形態的（例如充滿年齡歧視），左派或任何批判詮釋的任務就正在於進一步挪用轉化其意義（例如使之反轉為年齡抗爭的意義，或者編出其階級抗爭的意義等）。

把現有的意義挪用或編出反抗或顛覆意義的詮釋，不但需要詮釋者的想像與創造力，也需要詮釋者深入通俗文化與消費主體的生活與立足點，因為後面這些主體早就在各自的生活脈絡與社會位置內產生出各種具有抵抗意義的零星詮釋，群眾的智慧及其被壓迫的處境可以幫助詮釋者編出新的抗爭與意義。如果把群眾當作盲從的傻瓜，或者只看到生產領域，那麼就是放棄文化詮釋這個重要戰場，也因此會忽視在生產過程以外、彰顯於消費文化領域內的許多權力關係與問題。

例如，如果只是貶低排隊購買Hello Kitty或減肥瘦身的人群，譴責製作Hello Kitty的童工血汗工廠，或者指出減肥風潮讓資方大賺其錢等等，這些都還沒有觸及與生產領域同樣重要的消費文化層面，更不能因此證明所有相關的實踐在每個權力關係的面向都是反動的。

傳統左派認為真正的戰場在生產領域，其他權力問題（如性／年齡／性別／族群等）解決的關鍵在於階級權力問題，因此對於各種抵抗形式也都以一個先驗現成的「整體／結構」來評估。這種態度自然會輕忽（例如）減肥或追求性感對於青少年、老年在不同生活脈絡內所可能產生的諸多文化意義與複雜效應。（對於傳統左派所主張的「階級」與「結構」的雙重優先論，我與一些朋友曾以「人民民主」的綱領來批駁，參見<http://intermargins.net/Forum/2004/ppdemo/>）。

三、做身體

上一節我把雙方爭論放在綱領的高度上來總結，現在則回到具體的減肥塑身問題。

減肥是一個很普遍的實踐，我很懷疑減肥會對不同性別／年齡／身體／性／身分地位有同樣的文化意義，或是對個人處境都有相同的影響。我不認為父權資本主義壟斷了減肥的意義；我認為減肥的重要面向之一，便是減肥具有晚期現代的「做身體」之意義。

「做身體」是個簡化或許有點誤導的縮寫，意指著Anthony Giddens所講的「自折回應（包括反思、反射、反應）式地籌劃身體」（reflexive project of body），它表現於在各種專家、知識、資訊籠罩下的身體管理，並且在形形色色的身體管理中將身體當作一個開放可塑的籌劃，體現著自我、生活風格或認同（同樣的，本文中的「做自己」也是採同樣的定義）。這種「做身體」現象與動力的出現，和晚期現代的社會趨勢相關。從身體管理這個角度來理解普遍的減肥現象，也就是不把減肥視為單一「外力」所完全決定的身體，而是身體本身、現代自我與諸種現代力量所建構的身體。

在這裡需要指出，「做身體」是男女老少與各個階級都存在的晚期現代現象，並不是林深靖在〈青春睿智卡維波〉中所說的是「富貴閒人的專利」。因為身體管理不是特指去參加美容事業的昂貴減肥班；事實上，還包括戴耳環、唱KTV、禁慾、刺青穿洞、避免污染風險的食物、美容、吃藥、性、運動、荷爾蒙治療、體態、打坐、泡湯、做出性感模樣、養生、彩繪指甲、抗失眠、拍寫真、飲食攝生、束胸或束屛、起舞、入珠、化妝（109辣妹、上學化濃妝）、避孕、作息、增高、裝飾、留剪染燙植頭髮、扮裝、變身、蓄鬍、除毛、戴帽、戴假髮、戴魔術胸罩、紋眉、矯正牙齒、隆乳、割雙眼皮、割眼袋等等身體整型不一而足。林深靖以為在7-11長時間打工的

青少年就較少機會「做身體」，恰恰是看不到青少年打工的身體規訓與日常生活（校園、家庭）身體管理的關係，也看不見長時間打工的動力與身體的來源、以及他們下班後的人生。林深靖把「做身體」當作「富貴閒人的專利」，也就是忽略「身體」這個戰場，彷彿身體的爭戰不發生在「富貴閒人」以外的身體上。這是一個很錯誤的假設，也因而不可能在今日的身體與文化中發現新的抵抗策略／論述／空間。

四、自主性：形上學還是辯證法？

在另一個地方，林深靖好像也講了些如何介入青少年次文化與「做身體」的方針。他先引了我的話，然後加以評論，以下就是他所說的話：

卡維波又說，今日的青少年，「在全球化的傳播網絡內，從新宿或倫敦取得更多做自己和做身體的慾望與符碼，編出一個個和父母與教育制度的規訓相衝突的身體，並且透過這個衝突與爭戰來取得自主。」為什麼青少年爭取「自主」，不是透過個人與生活環境的對話，不是透過生命經驗和生存實踐形成主體的歷史感（*historicité*），而必須透過「全球化的傳播網絡」，變成放眼新宿的「哈日族」，或是遙望倫敦的「skin-head」？

對此我想做出兩點評論：第一，關於「自主」。第二關於「全球化」（留在下一節講）。

當前主流的（從傳統左派的批判論述轉化而來的）媒體批評論述，有一個十分策略性的論述技巧，就是把「自主」形上學化以及選

擇性地運用在偏差的或新興的（可能攪擾現存秩序的）群體實踐上。這也就是說，她們把「自主」放在類似「自由意志vs.決定論」的形上學架構中，只要是偏差的、新興的集體現象，就以「社會結構決定」為理論依據，以簡單因果關係（例如廣告宣傳造成虛假慾望）為證據，來說明群體喪失了自主性。有趣的是，在大陸熱與Hello Kitty熱，兵馬俑熱與刺青熱，高行健熱與飯島愛熱等等對比中，總是只有後者群體被視為喪失了自主性。（當然，相反看法也還是存在的：例如，台獨認為大陸熱是台灣自主性的喪失，中共則認為高行健熱是西方炒作，中輟生則認為被強迫去參觀兵馬俑的在學學生很可憐等等。）此外，當一種群體實踐不再新興（不再形成令人矚目的熱潮），而且不再限於特定人口群時（如青少年），此一群體實踐既然已被馴服收編，也就不再被視為偏差，更沒有「自主性」的問題。例如，手機熱（特別是青少年的手機熱）曾被視為炫耀性消費或消費自主性喪失的表現，但是隨著手機的普遍，這個問題也就很少人提起。一天觀看三、四小時電視曾經被視為電視成癮，但是現在已經成為全美的平均電視最低觀看時數，也就沒成癮之說。相反的，現在卻有網路成癮之說。當然，等到全民日夜上網後，網路成癮之說也就會完成其時代功能了（在過渡期幫助主流鎮壓可能的權力秩序不穩定因素）。

總之，從買米吃飯、戀愛結婚、打工上班，到買Hello Kitty、手機、上網、閱讀資本論、刺青染髮，這些無不是在一一定的社會結構限制內、社會文化建構之下的主體的行動。從中區分「自主」與「非自主」行動，此一形上學論述本身便有其「偏差控制」（social control of deviance）的權力效果。

我建議從辯證法而非形上學來談論自主：我們不必費心地去否認主體作為行動者的能動性；相反的，我們要強化被壓迫者的能動（agency），我們要為他們培力（empowering）、讓他們得力壯大（empowered），我們要

使他們更自主。這至少意味著（例如）我們要生產更多顛覆現實的反對論述，製造更多的矛盾與對立，因為自主總是在對立矛盾與衝突鬥爭中產生的。

不把「自主」形上學地看成免於權力或社會建構的自發，而把「自主」當作矛盾衝突的效果，並且從此辯證觀點來看青少年次文化，我們便可以發現我之前論斷的「睿智」了。我在前文曾說：

今日青少年在全球化的傳播網絡內，從新宿或倫敦取得更多做自己和做身體的慾望與符碼，編出一個個和父母與教育制度的規訓相衝突的身體，並且透過這個衝突與爭戰來取得自主。易言之，青少年的身體風潮與性化，是其追求並展現自我的萌芽努力。這些商品化的性感身體信息影像或許是另一種身體規訓，但是青少年正在利用消費文化的身體規訓來對抗父母師長強加的禁慾身體規訓，而在這個爭戰的縫隙中壯大自己的自主性。

這就是從辯證法而非形上學的觀點來看「自主」。從這個觀點來分析青少年自主性，簡單的說：今日「消費／通俗文化」與「家庭／官式文化」是有矛盾對立的。由於政治社會化以及許多意識形態複製的要求，家庭／官式文化不得不採取許多和消費／通俗文化迥異的「教育」方式，這個矛盾對立是青少年自主性的重要來源。對比之下，許多所謂的「教育改革」則是在企圖減低這兩種文化的衝突，企圖調和兩者（例如採取隔離策略，准許青少年的休閒生活完全讓消費／通俗文化支配，但前提是不攪擾校園生活、不准進入校園，另一方面，則希望父母家長對子女次文化寬容讓步等等）。但是這種調和在現階段很難成功，因為中學生就是要在校內染髮戴耳環等，父母就是不寬

容子女自由等等。而這些都給予激進年齡政治（the cultural radicalism of age politics）相當大的介入空間。

不客氣的說，消費／通俗文化在喚醒青少年自主性方面，比左派做得要多上千百倍。左派只看到青少年一窩風買手機，就斷言手機文化的缺乏自主性，卻沒有深入青少年的手機文化與其所造成的父母師長規訓方面的困擾，以及同儕凝聚方面的壯大得力。更重要的，左派只講青少年流行手機讓資本家賺錢，卻沒看到今日中等學校普遍強制禁止學生帶手機上學，很多大學也不准學生上課接聽手機等等充滿壓迫的管教行為。晚近易利信手機有個廣告，顯示一群中學女生上課以手機來彼此傳訊（「不要講話，要專心——專心用手機聊天」），並且調侃（情）年輕的男老師。這說明了廣告商比左派更深入學生生活。這個遭到批評的廣告利用了現實不存在的烏托邦狂想（中學生不准帶手機上學vs.上課用手機傳訊）與性／性別操作，但是這個廣告也有喚起學生抗拒不合理規定的權利意識之潛在可能。此處便是激進社運可以而且應該介入的地方：把手機文化更進一步地轉化為政治行動，喚起青少年的反抗與權利意識，製造真正的矛盾與官式文化管教上的困難。很清楚的，主流的教改團體是不會站在青少年這一邊的，其調和策略必然是准許青少年可以帶手機上學，但是上課時必須關機。在這方面，左派應該學習並且支持像「青少年解放陣線」所發起的「教室使用手機權」（可參考其在「國際邊緣」上的網頁<http://intermargins.net>）。

其實今天激進社運可以介入青少年權力問題之處甚多，因為青少年「做身體」而帶來與家庭／官式文化（國家的政治社會化、人口的生命政治bio-politics、學校權威與管教、教育過程中階級的再生產等）的衝突矛盾甚多，幾乎無處不是戰場。我們看到激進的性教育、酷兒（同志）青少年、放心藥解放、反文化的搖滾樂與電子音樂、援

交妓權等等的抵抗論述——但是左派還在形而上地否認青少年次文化的自主性！左派必須放棄「左派總是每個戰場的主導者」的心態，左派必須認識到：不是所有社會位置或社會敵意（對立）都和階級相關或都能歸結到「階級是主要面」。在很多反對宰制的戰場上，左派只能靠邊站做啦啦隊，並且很多抵抗運動的模式不是像工運的動員組織模式，因此左派必須和其他運動共同平等的合作。

五、全球化

林深靖在文章中還問：「為什麼青少年爭取『自主』，不是透過個人與生活環境的對話，不是透過生命經驗和生存實踐形成主體的歷史感？」很顯然他所指涉的這些東西不是消費／通俗文化，可能是一些現在青少年沒什麼興趣的左派教材吧。這些左派教材或許是營養豐富的饗宴，可惜現在青少年還沒東西餬口（青少年解放運動尚未起步），此一說法就恐怕只是「何不食肉糜」了。

既然消費／通俗文化提供了滿地的武器，可能的抗爭空間，也是青少年慾望／認同／愉悅的焦點，那麼，不從青少年這個生命經驗、人生實踐、生活環境入手，卻妄想跳脫這個現實來灌輸青少年什麼成人自認政治正確的價值與真理？！就像同志運動必然從同志次文化出發一樣，年齡解放運動也必然從青少年現有的次文化出發，承認其內中包含的（源於主體社會位置的）合理性與抗爭性，以及可能帶給其他運動的不同珍貴資源，另一方面，也在運動發展的過程中，從既有的各種解放運動汲取資源與挪用現有的批判論述，以便接合各類反對運動與論述。

曾聽到左派對於右派掌控歷史詮釋權感到不滿。其實，一本傳達左派歷史教材觀點的暢銷漫畫書，會比右派的學校歷史教科書更對青少年有影響力。但是以某些左派脫離青少年現實、放不下身

段、不熟習一般漫畫的符碼來看，我很懷疑這些左派能夠做出這樣的東西。諷刺的是，右派能夠在「教材」中參透偏差的科幻、性、烏托邦狂想，而左派卻還在追尋「純淨的」（不受消費與通俗文化污染的）歷史感——這就註定了左派與青少年的隔離。（何春蕤等人製作的《青春の性別快報》漫畫書，則是激進性教育的一個初步嘗試。）

林深靖還問：為什麼青少年爭取「自主」，必須透過「全球化的傳播網絡」？其實，我的意思是指出：全球化對於青少年抵抗在地的權力佈局而言，有著正面的意義。最簡單的例子就是青少年可以到國外（網站）去取得在本地非法的或被禁止的資訊、漫畫等。全球化帶來新的抵抗機會、資源與空間，為現有霸權創造新的難題；亦即，「在地-全球」的結構下，存在著太多差異與空隙，容許青少年遊走與逃逸。無論是台灣民族主義或好萊塢電影工業，沒有單一的力量可以完全壟斷青少年的文化空間。對於全球化效應的進一步分析，則留待我未來其他文章再說。

六、任性與馬克思

林深靖在〈青春睿智卡維波〉後半部提出的，是和性／別相關的問題。我覺得這部份的討論比較接近常識俗見，他把激進的性政治描繪為「任性」，還創造出一個「率性」的說法作為對比，深度上不如那些立場上和我們敵對的女性主義言論。歸根究底的講，不管是林深靖或是主流女性主義，這些言論都還缺乏「性政治」（politics of sexuality）的眼界，也就是Gayle Rubin所指出的：性無法被女性主義、馬克思主義等等所完全解釋，性無法被化約為性別或階級，「性」是一個和年齡／性別／階級／種族……同等程度自主的領域。一個缺乏性政治眼界的論述也就是還停留在「去政治」的層次，無法和酷兒等論述有「批判性的對話」（critical dialogue）。

左派可以自問：如果在談勞工或階級問題時，無法把階級當作一種權力關係或政治關係，而只是大談勞資和諧、勞工抗爭可以「率性」但不要「任性」云云，這種論述可能和馬克思主義有「批判性的對話」嗎？事實上，現在的左派可以和女性主義有批判性的對話，是因為左派承認性別是一種權力關係，不把性別去政治化，不會講什麼兩性尊重與和諧的屁話。同樣的，左派如果真的要進入性政治的對話，就必須使用「壓迫、剝削、歧視、管制、支配、宰制、階層、殖民化、平等、權利、自由、正義、抵抗權力、多元、民主、解放」這些現代的政治語言來描述、解釋、分析、定義、建構、改變……「性」與性（權力）關係。更需要正視「性壓迫」，亦即，因為處於性底層而被分派到比性上層較差的收入、財富、職業、教育、身分地位、官職的機會，以及無法像性上層那樣擁有或運用各種自由權利；性下層身為二等公民、缺乏自尊，向上流動必須「順服」（conform）以及矇混假扮（passing）；而且在法律、文化、道德、媒體、教育、公共領域、空間環境等方面遭到歧視與不平等待遇等等。

林深靖的「性不應任性」論述，其實在馬克思那裡也有相似說法。馬克思曾經反對因為感情破裂就可以離婚，因為馬克思認為父母還要顧及子女和他們的財產，離婚會使家庭離散，故而不應讓夫妻兩人任意決定。馬克思說：「婚姻不能聽從已婚者的任性，相反的，已婚者的任性應該服從婚姻的本質；誰隨便離婚，那他就是肯定任性」。有人或許會聯想到馬克思在另一處所說的：「要是我重新開始生命的歷程，我不再結婚」，不過這應該是錯誤聯想，而且稗官野史不是重點。重點是：馬克思用「任性」云云來談離婚，雖然從今日看來並不適當，但是馬克思的談法有其時代因素，還可以理解。不過在性政治不但旗幟鮮明、而且內部路線差異浮現的今日，如果

左派還用「任性」來批評性政治，那就不可理解了。

七、為了左派論述言之成理，塑身女人，請你犧牲做個受害者吧！

林深靖之所以用「任性」來批評我，基本上不脫形上學觀念的「自主」，亦即，是追求一個免於父權文化建構、免於資本家追求利潤所塑造的虛假慾望的自主。可是正如我之前所指出的，這種論述如果不是選擇性地運用到塑身或性感上，那麼在父權資本主義社會內還有什麼是自主呢？「自主」似乎必須來自純粹、未受父權資本主義污染的某個原始狀態或社會主義社會，這種形上學的自主論述最大錯誤就是對於塑身或性感的全面否定，以為塑身或性感的效果與文化意義是確定的與單一的（即被規格化、被男性物化等），是被父權資本主義的生產者所決定的，而且沒有任何介入干預與挪用的可能，因而也不可能為那些塑身與性感的實踐者培力，她們因此只是被操縱的玩偶而已。（熟習性政治的人不早就厭煩了這個簡化論證嗎？）林深靖有一段話是這樣說的：

而在當今的台灣社會，文化工業的暴力與暴利，導致「腿細、皮白、更有波」成為男性讚許、女性自我期許的價值觀。女性在惹人垂涎或垂憐的慾望中，遺忘了自己。

我想很多熟習性政治辯論的女人會對上段話回應說：「別臭美了！」這段話的另種解讀就是：男性資本家與批評家都把女性的「惹人垂涎或垂憐的慾望」當作男性的傑作，當作男性加害的後果，以為女人都被洗了腦，才會是要惹「男」人垂涎或垂憐。可惜這只是男性集體的性幻想，不會成真。重點不只是：女人「腿細、皮白、更有

波」可能是在惹其他女人垂涎或惹自己垂憐。重點是：即使女人是惹男人垂涎，也絕非「遺忘了自己」，而是要積極的操縱與「征服（加害）」男人。They are out to get you, man！如果你不信這種培力女人的另類解釋有效，那你就等著和她們互動吧！

八、性／別政治的「派別」

《左翼》第十五號刊載了林深靖的〈青春睿智卡維波？〉，該期的編輯報告說：「十四歲女星王瞳拍攝的塑身廣告，曾經在主流媒體引發了激進主義女性主義者卡維波與自由主義女性主義者之間的論戰，現在九二一民報的林深靖……對於卡維波的論述提出批判與反對，過去台灣有關性別議題的爭論主要是圍繞在激進主義與自由主義女性主義者之間，我們欣見在《左翼》出現另一種觀點」。我希望這個編輯報告不是要把教科書裡的「激進女性主義、自由女性主義、社會主義或馬克思女性主義、後現代女性主義」拿來台灣套用。這個目前很流行的分類是西方學院的產物，也主要是學院人的關懷，首先做此分類的Alison Jaggar的那本Feminist Politics and Human Nature雖然從學術觀點來說，寫得很好，但是這種分類並不能反映實際西方婦女運動的不同立場與策略。各個運動組織都有很複雜的政治與駁雜的論述策略，然而，這樣的分類後來也多少會對運動有所影響。

我認為台灣的性／別政治更不能直接套用這種西方分類，因此我對於國內女性主義者寫的那本套用西方流派分類的教科書有些意見，我認為那只是承襲了國人從派別主義分類做學問的舊方式，讀了以後根本沒有感受到運動的能量。另一方面，我也能理解：在台灣出現更多基礎草根的性別研究之前，不可能寫出一本有問題意識與運動眼界（而不是機械式地分門別派）的教科書。問題是，台灣當

時的主流女性政治力量需要那麼一本集體創作的「正統」，也就是在功能上能夠代表所有女人的一種對外發聲，於是該書就在形式上「女人統一」，這本教科書也因為其沿襲西方的分類而有了某種學術正當性。從另一個角度來看，如果該書是從本地實際的生活歷程與運動經驗來寫，恐怕也必然不能涵蓋各類女人的差異（女工、少女、公娼、二奶、原住民、變性、老拉子、外籍新娘、大陸妹……），因而也就不能成為代表所有女人的「正統」了。

我在其他地方分析過台灣主流女性主義與西方意義下的激進女性主義之差異，對此《左翼》可能還需要更多分析。《左翼》稱我們為「女性主義」，雖然也是正確的，但是我希望這不是因為《左翼》把「性別」和「性」化約為同一問題（這種化約有時是一種異性戀與男性沙文主義的表現）。不論如何，在某些台灣主流女性主義的分類系統中，我們絕對不會被歸屬於女性主義或性別類，而只是屬於「性」類。其實我們自承是「性解放派」或「性激進派」，但是西方的性激進派卻常被其敵對者冠上「性自由放任派」或「自由主義女性主義派」（例如在妓權、生殖科技、色情、性騷擾等論戰中），這種扣帽子固然是無法勝之以理之後的下策，但是台灣竟然也有人糊裡糊塗地採納這種標籤，例如把妓權派稱為自由主義女性主義（或者把我們稱為「性解放派」，因為反正「性解放」是個政治不正確的污名）。雖然有人拒絕承認我們和女性主義／性別相關，但是如果我要放膽形容我們在性別或女性主義方面的立場，那麼我們倒是願意接受「性激進派的女性主義」、「跨性別的女性主義」、「酷兒的女性主義」、「激進民主的女性主義」等說法。

台灣左派並不能因為把台灣的現實世界分類為「激進vs.自由」女性主義立場之後，就能夠快樂地給自己一頂社會主義或馬克思女性主義的帽子，從此安居樂業。從過去到現在，我一直看到左派只是

在性／別「外部」喊話，用的都是全面否定論述，這樣並不能真的給自己一個位置（當然還有等而下之的左派想去依附主流女性主義，想要勞工脫離邊緣位置而進入公民社會）。左派如果覺得現在台灣性別政治各派都沒有「左味」，那只有親自下來幹一途，進入性別政治的內部。至於比「性別」污名而且更少正當性的「性」，我猜左派可能更沒興趣了。

此外，性政治的派別當然不同於女性主義性別政治的那些分類，易言之，「性」的分門別派不會剛好吻合「性別」的自由主義／馬克思主義／後現代主義等等之分；而且就我所知，目前全球學術界都還沒有把性政治立場派別做完整分類（可能在同志政治內有所謂「同化派」與「酷兒派」之分），因為這是個龐大的學術工程，涉及了歷史與全球兩個範圍（我在〈性政治：性運的由來及其派別〉一文中曾嘗試做過性政治派別的初步分類）（註1）；故而，如果左派想要把台灣「性」的政治論述分門別派的話，還需要深入比較研究台灣各種性論述，分析不同性政治立場的對立社會位置，才能弄出一個左派的性政治立場。在左派研究階級都感到自顧不暇的情況下，還是外部喊話比較低成本。

九、人是機器

順便一提的是，在這次論爭中還有一篇陳建志的〈資本主義機械文明創了新高？〉（《中國時報》，2000年12月23日），此文批判資本主義物化男女兩性，也使用了左派的語言修辭。陳文的一個重點是說資本主義把人變成了機器，但是這不是左派觀點的說法，而只是人文主義或溫情脈脈的浪漫派而已。資本主義把人變成機器的觀點，是了無新意的，人文主義者佛洛姆就曾說過「現代資本主義社會，把人貶低到成為機器的附件，被它的節奏與需求所統治。它把人變成

消費機器，變成徹底的消費者」。不過，此處具有反科技意涵的人文主義觀點之所以是相當陳腐而非批判的，除了之前它就被「科學」社會主義傳統的左派所批評外，在近年來還被受到後現代影響的左派所批判；後者認為人文主義與浪漫觀點，無法積極介入科技所造就的現實，也繼續預設機器與人（有機體）的二分，更有甚者，人文主義者一如市民（資產）階級的理論家把「人」與「人性」自然化、永恆化，以「異化」之說把人（性）安置在前資本主義的伊甸園中，或者想像在未來的烏托邦中克服異化回歸自然的人性，或創造出更完美的人性。以下讓我們來看看陳建志的說法。

陳建志說：「年輕世代的某些人……將自己的肉體等同於新的機器、新的手機與新的籃球鞋，並因此認為自己取得了與較年長者抗衡的力量。……換句話說，與其說他們在自己的青春中找到力量，還不如說他們是在各式各樣的機械與器物之中找到。……於是身體變成機器是自然而然的事了……因此，當論者在廣告上看到了一個被剝削的稚齡女體，我看到的卻更是一部會動會笑的新機器，其生命與呼吸必須靠電源才能運轉，彷彿機器狗 A B O 最新的一代、藍芽、或 MP3 手機新鮮上市。那是一則人類肉身變成機器的詭異寓言。」

陳建志雖然看到了青少年對於機器的認同，會幫助青少年培力，具有世代鬥爭的意義，但是對於肉身變成機器（將自己想像或變成為機器，而且從機器中得到力量）的現象卻似乎不以為然。不過這種現象只對浪漫派才構成感傷或批判的題材，對於另類世界觀的人而言，則完全是理所當然與歡欣鼓舞的事。例如，早期唯物主義者早就對人沒有了任何懷舊鄉愁，一心要離開上帝所創造的伊甸園，他們因此喊出了「人是機器」。近年來，也有很多人（包括我在內）將「機器戰警 robocop」這種 cyborg（譯為：賽伯、賽柏格、複合人、半生

物體機器人、半機器人、動物人機器、有機機器人、機器改造人、生化電子人等等）當作新社運主體的隱喻。至於人類肉體與機器的複合化在未來似乎是會必然實現的，畢竟，現在已經在發生中，我看不出來為何這是應該被批判的趨勢，而且cyborg可以連結起十分批判的政治意義。

Donna Haraway在“A Cyborg Manifesto”有一段話說得很好，足以和陳建志所說作為對比。Haraway說：「為什麼我們身體的末端應當是皮膚、或者最好是包著皮膚的東西？從十七世紀以降，機器總要被活化……或者有機體要被機器化……。然而這些有機體／機器的關係是過時的、不必要的。對今日的我們而言，在想像與其他實踐中，機器可以是義肢的裝置，親密的部位成份，友善的自我。……奇器奇技淫巧、玩物取樂不再是罪過，因為精通機器的技巧乃是我們身體（存在）的一個面向。機器不是一個需要被活化、崇拜或支配的物，機器就是我們、我們身體的過程，我們具體存在的一個面向。我們可以為機器負責，機器並不宰制或威脅我們」。

Haraway看到cyborg可能具有的意義，能在多方面地踰越各種二元對立的界限（男女兩性的、人與機器的、有機體與機器的等等），而且cyborg不是從一個完美狀態統一體的分化而出的，所以沒有鄉愁（因此不要「人性的復歸」），也不是要追尋某個革命後的理想，所以沒有歷史進化的最終目標（因此不要達到完滿「人性」的實現）。Cyborg是複合的雜種，充分適應一個充滿怪物（而非「人」或「人性」）的世界。我認為社會運動應該朝著Haraway所建議的方向去思考人與機器的關係，可以走出目前許多對科技社會的理論認識與現實實踐的困境。

十、誰惡黃河南？

不少人（包括林深靖在內）回應我文章時，都把我寫成是替王瞳（十四歲模特兒）那個特定的廣告辯護、或者替廣告主黃河南辯護。大概是黃河南令很多人討厭吧，而我的文章竟然為一個令人討厭的資本家辯護（不喜歡王瞳的人似乎也不少），故而這樣的寫法就有喚起讀者認同來抗拒我文章的情緒效果。這種寫作策略其實也是廣告文案的一種寫法。

討厭黃河南，可能是人們覺得他相貌猥褻，但是卻左擁右抱，大賺女人錢，現在又搞小美眉。無疑的，這些「討厭」都是「情緒」在後面作祟，但是仔細去分析這些情緒，又怪傷感情的，因為這些「情緒」好像有點政治不正確（如果黃河南是愛情忠貞、不花心、老實誠懇、風度翩翩、斯文有氣質的年輕極帥弟弟，那就不討人厭了？）

林深靖說：黃河南花錢捧王瞳不是要王瞳「做自己」，而是要捧王瞳做偶像明星。這種觀察跟我的文章的論點毫不相干。我要談的是：（1）台灣社會很普遍的減肥實踐之社會意義——做身體、「做自己」、做性感；（2）反駁一些「媒體批評」對於電視上偏差影像的看法。故而我關心的是那些對青少年做身體與「做自己」有影響的消費文化與廣告或媒體影像（不限於王瞳廣告，也不在乎生產這些影像之目的）。其實批評者都沒有回應我講的這兩個主要問題。（我所謂的「做自己」是個簡化或許有點誤導的縮寫，意指著Anthony Giddens所講的「自折回應（包括反思、反射、反應）式地籌劃自我」（*reflexive project of self*），它表現於在各種專家、知識、資訊籠罩下的自我管理，並且在形形色色的自我管理中將自我當作一個開放可塑的籌劃，體現著自我認同、生活風格或認同）。

我雖然和黃河南劃清了界線，我的文章和他不相干，但是這不表示我和女性主義者一樣特別討厭他；我要這麼說：黃河南對我而

言，和比爾蓋茲、張忠謀、王永慶、海夫納……是一樣的，他們沒有差別，都是資本家或企業家。若對他「特別」感冒，那心裡真是有鬼。

十一、左派與年齡政治

最後讓我回到青少年問題來。左派如果要有效地介入年齡解放，首先在認識論上，就應該承認年齡是和性／種族／性別／階級／身體等一樣的位階，各有內在的組織原則與操作邏輯。年齡不是階級關係的產物，因此不能把所有年齡現象與實踐都現成地區分為是這個或那個階級的；階級無法窮盡年齡現象，兩者沒有一對一關係——就像有的階級現象是不分年齡的，而很多年齡現象則是非階級的。總而言之，既有的階級論述與知識是無法窮盡說明年齡領域的；簡單的說，《資本論》不夠力處理青少年問題。今日某些左派的悲哀則是：年齡解放的激進派或許熟讀《資本論》，但是左派卻不熟習年齡政治與文化。別人知左知己，左派卻只知此不知彼，那麼左派還能進入年齡政治內部嗎？還是只能在外圍搞全盤大拒絕？

林深靖〈青春睿智卡維波〉一文在看待青少年次文化問題上，不加批判地就接受了西方殖民與資產階級主流社會的青少年建構（源自西方殖民與西方資產階級），缺乏年齡政治的眼界：例如在這篇文章中，「青春／青少年」就不像「左派／勞工」那麼具有正面含意，甚至隱含了某種貶意。以下在本文的B部份，我將先追溯左派與青少年的關係的社會歷史發展脈絡。

A計畫附錄：

來自無處的幾個小故事——愛如潮水／可以上我／Che

* 愛如潮水 *

我的愛如潮水
愛如潮水將我向妳推
緊緊跟隨
愛如潮水它將妳我包圍

我再也不願見妳在深夜裡買醉
不願別的男人見識妳的嫵媚
妳該知道這樣會讓我心碎
答應我妳從此不在深夜裡徘徊
不要輕易嚐試放縱的滋味
妳可知道這樣會讓我心碎

李宗盛作詞的《愛如潮水》看似有很確定的文本與社會意義：這是傳統異性戀男人在面對女性情慾高漲的社會脈絡下的一種反應。這首歌所反襯出來的女主角喜歡深夜買醉、徘徊與放縱，不被單一男人所掌控；然而男主角在歌詞中先說「不在乎妳心裡還有誰」，但是接著卻又以「會讓我心碎」來柔性阻止女主角的情慾生活方式。這首歌側面地描繪出異性戀男人無法掌控女人情慾的現實，但是又企圖以男性珍貴的洶湧愛情「緊緊跟隨」與「包圍」女人，呼喚女人自願放棄自由，讓男性「包圍」與「跟隨」。這樣一來，男性就可以奪回原本的獨佔掌控權了。

上面這個解讀，既有社會現實的印證，也有文本證據的支持；看來這首歌乃是資本主義父權制下文化工業為異性戀男人服務、對女性洗腦的文化產品。這條歌越流行大賣，就顯示異性戀父權壓迫女性情慾也就越深入人心。

這首歌確實在台灣十分流行，可惜流行的現實與上述這個解讀完全不相干。此歌成了「同志國歌」，廣受台灣同志的喜愛。這個流行文化或通俗文化的現象很顯然是消費者對於這首歌的二度創作，對這首歌意義的重新生產。這個新的意義所產生的流行，離開了原本創作者意圖扣連的社會脈絡。而這樣的故事每天都在發生。

* 可以上我 *

我小時候常常搞不清楚安全別針、大頭針、迴紋針的區別。最近讀了《利器》（時報出版社）一書才對這些「利器」各自複雜的源起與演進過程稍稍有所了解（雖然此書寫的也不夠清楚深入）。例如「早在二千五百年前，羅馬人就發明了安全別針」，1849年Walter Hunt申請專利的設計在原針上加上彈簧作用，這就和今日的安全別針相同了。安全別針或大頭針現在都是很便宜的，但是根據此書，大頭針曾經是很昂貴的，但是後來卻極為便宜。迴紋針也是非常便宜的，甚至因為其便宜而被「濫用」：某個迴紋針製造商在1958年調查，「每十個迴紋針就有三個不知去向，而十個當中只有一個用來夾定紙張，其他的用途包括當牙籤、指甲夾、耳挖勺、領帶夾、玩紙牌的籌碼、兒戲的計分工具、別針的替代品、還可以充當武器」。我相信它還有「無盡的功能」，例如，以發明迴紋針自豪的挪威人在「二次大戰時，許多挪威人甘冒被捕之虞，將迴紋針別在衣服領口，抗議德軍的武力入侵」。奇妙的是安全別針在當代次文化也有過類似的用法，不僅出現在龐克次文化中，也出現在同性戀次文化中。

在愛滋危機中，西方同志次文化有所謂「更安全的性」(safer sex)的提法，這乃是針對主流的「安全的性」所夾帶的道德禁慾意含的批判提法。「更安全的性」強調任何性（包括禁慾在內）都涉及風險，性必然是一種風險管理。性激進派更進一步把「更安全的性」色情化，讓更安全的性也是最色的性。總之，在這個時期，許多西方同志在衣服上別上安全別針，表示自己響應「（更）安全的性」的呼籲，這是同志次文化對安全別針這個小商品的挪用。不過，以安全別針標示自身實踐「更安全的性」，就好像另一些同志用手帕來表示自己搞安全的性一樣，可以被建構為某種主流印象，亦即，某些性是安全的，其他的性是不安全的；故而某些人是高級的，其他人（濫交或性工作）是污穢的。這種建構則是再次挪用之前對安全別針的挪用。

這故事還沒有完：由於安全別針有藉著表明自己的性方式（我是戴保險套做愛的人）來篩選性伴侶的功能（如果你也同意戴保險套，那你可以找我）——雖然這個功能會產生某些主流人士排他的效果——這個安全別針的篩選功能卻也立刻被濫交者再度挪用：我戴安全別針就表示「我正在尋找（安全）的性或性伴侶」，亦即，「你可以上我」的意思，這是安全別針的色情化。

在這個例子中，我們看到「安全別針—更安全的性」的不斷被挪用，意義的一再轉換，這些意義差異極為細微，但是卻又是各種政治立場的交鋒。次文化所挪用的商品可能會是昂貴的，但是也可以是像安全別針這樣的便宜的小東西。

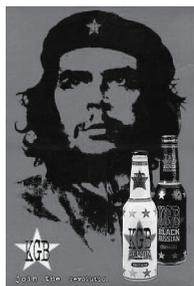
* Che *

張廣天、黃紀蘇的《切·格瓦拉》一劇轟動大陸，被張廣天批判的新左派、自由主義，以及其他門派的討論也很多。其實自從Che死後，全球各地就有一波波此起彼落、以各種方式進行的不斷「紀

念」，有些是以Che來批判中南美洲獨裁政權與中情局的，有些是暗批卡斯楚的……。真是有多少不同政治立場，就有多少對於Che的不同挪用。連資本主義的文化工業也會偶而推出Che相關的文化產品，畢竟Che具有很吸引人的英雄浪漫反叛形象。（《新新聞》729期，2001年2月22日-28日，報導民進黨政策會現場也懸掛著某黨工從紐約帶回來的Che海報畫像）。

現在我要講的不是什麼文化商品，而是一個啤酒廣告海報。這個啤酒廣告海報以熟悉的Che畫像為主，Che的帽子上的五星標誌有著啤酒品牌KGB字樣，畫像右下方則有兩種KGB的啤酒，左下角則寫著「join the revolution」（加入革命）。

如何理解這個廣告海報呢？教科書的標準答案是：資本主義把Che商品化，挪用Che的形象為啤酒消費者的認同，等等。總之，這個廣告海報很聰明、很厲害，消費者則是任人宰割的。



我一向很喜歡Che的畫像，也有收集馬、恩、列寧、史大林、機器戰警等左派人物畫像為辦公室裝飾的嗜好。KGB的Che廣告畫像真的很酷，比沒有啤酒的正統Che畫像還要有趣。事實上這張廣告畫像越看越有味道，於是趁著黑夜尖沙咀街道四下無人，我悄悄上前小心地取下貼在牆上的廣告海報，一張完好無缺地海報現在就掛在我的辦公室內了。

至於台灣何處有賣KGB啤酒或伏特加，我不知道。因為我不喝酒。

B計畫 「文化研究篇」

作者按：「B計畫」的內容基本上獨立於「A計畫」部份。B部份可以說是一篇當代「文化研究」（cultural studies）的簡單入門。文化研究這門批判性的學問本身便和現實運動的論述連結，本文則試圖顯示文化研究的批判蘊涵與應用，也介紹了文化研究的一些基本觀念與假設，使不熟習文化研究的學生能夠從一個運動批判的角度來初步地認識「文化研究」這門學問。

本文的「A計畫」部份（原載於《左翼》第16號）回應前一期林深靖的〈青春睿智卡維波〉。林文對青少年消費文化持負面看法，其標題也隱含著對「青春」的貶抑，形成「青春睿智卡維波」的反諷意含。我則認為消費／通俗文化的意義不是固定而是時常協商鬥爭的，因此也經常被青少年所挪用並形成零星的反抗，正如同「青春睿智卡維波」的反諷也可能在論述實踐中被挪用反轉。為了繼續說明「卡維波，果然青春睿智」，我將在本文中比較細部地從青少年解放的立場來闡述青少年通俗文化與消費，以顯示晚近台灣主流媒體批評的一些錯誤假設。我的諸個論點可能有些分散，但是主軸乃是針對一些流傳於空腦知識份子間、已經人人琅琅上口的八股論調，他們以為只要口唸「商品化、物化、消費主義、結構限制……」等等「大掰咒」就自以為是「批判」了，這篇文章則顯示這種論調有滑向成年癡呆的危險。

一、左派革命是一首青春之歌：認同青年與頌揚青年的左派時期

馮客（Frank Dikötter）曾指出，「青年」在晚清的時候還只是指著約16歲到30歲有錢人家的男性，但是在民國初年新文化運動時期，「青年」不但包括了女性，也包括了工業部門裡的年輕勞工；更重要的，「青年」變成了重生、活力、與現代性的有力象徵，代表了理性、進步與科學。在這個時期，「青少年」還沒有被發明出來，畢竟，就連西方中產階級的童年／兒童觀念也是在此時才開始傳播到中國。

早期現代時期的左派，不論是共產黨或者其他社會主義流派，都十分偏好與重視「青年」。中國的左派也不例外。從陳獨秀到許多左派文人的論述來看，中國共產黨在召喚青年與建構自身為青年化身上，都比其他政治力量成功；中國共產黨推翻「舊社會」的革命動力也因此被隱喻為「青春之歌」（小說電影名）。

在這個時期，「青年」，作為一個被發明的社會範疇，正是民族國家的希望與革新力量。今昔對比，現在「青年」這個詞幾乎已經完全失去了這樣的含意。實際上，「青年」作為一種社會—歷史範疇也已經不存在了。

青年消失了，取而代之的是「青少年」。然而，在這個社會歷史過程中，左派也開始隨著西方殖民與資產階級主流社會的年齡建構起舞，其對年齡政治的認識也從「青年是社會希望」轉變為「青少年是社會問題」。

二、青年的衰亡與青少年的興起：邁向青少年解放

與青少年對比的是「成年人」，這是個嶄新的說法。

在新文化運動時期，「青年」的對比並不是成年人，事實上，過去「青年」與「童年」的界限還很模糊，「童年」與其知識／權力在當時

才剛剛誕生（有關兒童的各種論述與科學、與兒童相關的制度機構——如西方兒科醫學與國民教育等——才剛剛萌芽）。後來「青少年vs.成年人」這個新說法則很明顯是年齡的社會建構，特別是在兒童或童年的社會建構隨著現代性的發展而更形深入後才出現的現象。

不過，過去「青年」雖然連結了正面評價（民族國家的希望），卻也同時包含了青年的「問題」。例如民初反手淫運動的學者說：「要預知民族的興衰……要估計國家的未來，只需檢查我們青年的床單」（即，有無留下手淫精液的痕跡）。晚近被發明出來的「青少年」並沒有承繼太多「青年」的正面評價，但是卻接收了所有「青年」的「問題」，並且還被建構出更多的「青少年」問題。

建構青少年的最重要歷史機構乃是中學（註2）。也只有當中學成為普及全民的教育制度時，青少年才成為一個無分階級的全社會範疇。青少年在這個社會建構下被「生物化」，其所遭到的歧視與壓迫往往訴諸「自然」或「天生」的生物理由，一如過去婦女被歧視與壓迫也是訴諸生物理由一樣。

在歧視方面，階級／性別／種族等等歧視上常見的操作方式也同樣的出現在年齡歧視上。首先，青少年作為年齡下層，本身就被連結到負面價值，故而必須被監督、導正或規訓（年齡階層不但是年齡分類，而且還對應著高下的價值判斷）。其次，在不同年齡階層的比較上，歧視的運作乃是以平均值來忽略個別差異，或者以偏概全。這些歧視也常常得到社會科學、醫學、性學、新聞報導的「證實」，各種研究結果則更形深化對青少年的認識／歧視，也進一步構成了法律上對青少年的認定和規訓。

在壓迫方面，青少年沒有公民所擁有的各種自由權利（如財產權、參政權、祕密通訊權、自由移動權等），甚至連二等公民都談不上。在現實生活中，台北市以外的青少年有許多每天生活在校園暴

力（體罰等）之下，身體遭受成年人毆打鞭撻，被暴力強迫接受主流的意識形態與規訓監視，至於毆打形式以外的身體懲罰與口頭的威脅暴力則更為普遍。現代幾乎沒有其他被壓迫者每日都承受這樣的制度性暴力統治。青少年在家庭中遭受親權的統治，在公共空間（如街上或網咖）則被所有成人所監視，也被警察等公安機構所騷擾。青少年在經濟上被剝削，缺乏自尊，無法和成人享有同等的人生機會選擇。這些都是青少年被壓迫的事實。

雖然青少年、原住民、性多元、勞工、婦女、特能（殘障）都是被歧視與壓迫的身分，而且其歧視與壓迫都有共同點（如分配的正義），不過在其身分建構與認同發展等機制上卻互有差異，在抵抗壓迫歧視的資源與條件方面也很不相同，故而也不可能有簡單相同的單一反抗策略。例如勞工基本上沒有現身出醜的污名，但是性多元（同雙性戀、性工作、跨性別、愛滋病患、偷虐戀者等）就有現身出醜的困難；以勞工或婦女所具有的抗爭條件或動員組織方式想當然爾地來要求性多元或青少年，就是一種「胡不食肉糜」的觀點。

年齡是導致不平等的社會分層（stratification）的一個面向（Bradley），階級、性／別、族群等壓迫權力也常常從年齡壓迫來施展，故而批判論述必須從年齡政治的角度來看待青少年。以下我將從青少年解放的立場來討論青少年通俗文化與消費。

三、互相衝突的主流建制

隨著富裕社會與消費文化的興起，青少年的社會建構有了新的制度力量與變數。除了原有的學校、法律、社會科學、醫學、性學、新聞報導、攝影影象之外，還多了商品消費以及大眾傳媒和通俗文化。

不過，這些制度與機構（各自有多重目的與複雜源起）所建構的

青少年並不是一致融貫的，其所採用的「知識／權力技術（規訓）」也充滿異質性，只能藉著文化中的青少年主流論述來維持（縫合）不穩定的大致統一。「消費／通俗文化」與「學校（官方）／家庭」這兩組主流建制，在目前社會形構中有著無法協調的衝突矛盾。（例如1925年中國的教育部就頒佈「整頓風化令」以取締女學生遊逛娛樂場，要求學校通知違令的女學生家長等等。類似的禁令至今仍以不同形式存在，可見官式文化在這方面的堅持性。）這個可以簡稱為「官式文化vs. 通俗文化」的衝突矛盾，也給予青少年機會在同樣的場域內進行多樣的「反建構」操作。青少年次文化對現狀的順從與抵抗、被體制剝削或對體制反叛、對主流文化的迎與拒，都必須在這些互相衝突的主流建制脈絡內觀察。

四、文化研究的取向

有關消費與通俗文化、青少年次文化的討論，文化研究（特別是新葛蘭西傳統）很早就駁斥了法蘭克福學派批判理論的菁英觀點，但是晚近台灣主流的媒體批評卻完全略過當代文化研究，甚至簡單套用「資本主義（父權結構）物化／商品化／媒體洗腦／廣告催眠……」這些大掰咒來批判一些攪擾或改變現狀的新現象。從他們的立論來看，他們並不是像Jim McGuigan、Todd Gitlin等等這類在文化研究領域之內提出的政治經濟學觀點；事實上，台灣這些主流媒體批評似乎只是簡單地撿拾了幾個口號揮舞，完全沒有跟上文化研究這一、二十年的發展（註3）。

不論如何，為了豐富對這些問題的思考，我將簡單地重述過去文化研究少數幾個和本文相關的觀點（我所挑選的觀點不可避免地會遺漏文化研究中其他很多重要的主題），但是我希望這將有助於我們擺脫那些簡化教條的說法，重新看待像減肥美容的媒體風潮、凱蒂

貓、偶像追逐等等通俗文化與消費現象，並且使得這個辯論在未來能夠在新的地平線上繼續。

五、文化消費的矛盾與反抗（激化擴大／掩蓋壓抑）：Bell vs.左派

英國文化研究的緣起其實就是對經濟化約論（也就是馬克思的經濟下層決定文化上層）的批判。從化約論來看，任何商品消費或通俗文化大概都有利於資本主義生產關係的繼續統治，而左派的文化批評活動就是把某些消費與通俗文化現象，解讀／詮釋為宰制階級陰謀操縱技術的又一次勝利施展。於是只要(1)某個商品消費幫助了資本家賺錢，(2)通俗文化的某些元素在複製既定價值觀念或權力關係，(3)某個對象新近被納入市場關係，(4)某個領域被更進一步商品化或甚至「麥當勞化」了……，這些就都立刻構成了資本主義宰制成功的證據，而從來不會被視為是新社會矛盾的可能出現，或危機的可能擴大，或抗爭的可能機會等等。

不過，與其說左派化約論的文化詮釋不重視經濟領域以外的鬥爭，倒不如說它意圖否定性別、性、年齡、族群、身分團體等主體的文化與日常實踐的進步性與有效性。換句話說，化約論的左派幾乎舉不出任何一件其他主體所做的消費或通俗文化實踐是可能有正面意義的（此處的「正面」乃是相對於左派的政治價值而言）。

事實上，從現代主義文藝到後現代的享樂主義，許多左派都認為它們是有利於體制的。不過這也不稀奇，不只左派，連右派——例如被視為文化保守主義的Daniel Bell——也反對享樂主義，後者並且認為後現代的享樂文化根源來自現代主義文藝的進一步商品化。

不過，Bell和左派們（典型者如法蘭克福學派的馬庫色）反對享樂主義的共通點只是表面的。因為左派還只是簡單地認為享樂

文化有利於資本主義社會的維繫，而Bell卻辯證地看出享樂文化造成了資本主義內部的矛盾。Bell說：「現代主義文藝是否如馬庫色（Herbert Marcuse）所說已被收編了呢？在單個層面來說，是的，因為現代主義被轉化為促銷與利潤的商品。但是在更深刻轉變的結構中，這個現代主義轉化為商品的過程只會更損害到資本主義本身的基礎」。相較之下，馬庫色的觀點因而（頗為反諷地）只是「單面的」。換句話說，資本主義文化內部存在著矛盾，而不是簡單地再生產（複製）資本主義下層經濟結構而已（註4）。有關Bell的論點，我將放在註腳內進一步說明（註5）。

在此我不是聲稱Bell的論點完全正確。我想強調的重點也不只是：「資本主義文化沒有內部矛盾」的想法恐怕不夠辯證；更重要的是，我要強調：文化領域內的諸多矛盾不是萬流歸宗地都來自——或走向——資本主義生產模式的基本矛盾，後者並不解決或決定所有的矛盾。我們應該承認各類矛盾的存在與意義，而不是否認（掩蓋）矛盾與隱含在其中的抵抗。我們還應該藉由激進論述來擴大矛盾與製造新的矛盾，否則終究也只是在掩蓋與壓抑矛盾而已（註6）。

某些左派總是把眾多矛盾化約為一種「基本」矛盾，或者只談各類矛盾對現實的順從性——而非抗爭性，這些都是在掩蓋與壓抑矛盾。換句話說，如果左派在分析通俗文化與消費實踐時，只強調這些實踐配合了並複製了資本主義的層面，而不注重與擴大這些實踐與現實之間矛盾和反抗的層面，而只是喃喃絮叨「受結構限制而有其侷限性」（哪一種實踐沒有侷限性？），也不思考如何非經濟化約地突破其侷限性，那麼左派依然是在掩蓋與壓抑社會矛盾。

在今天，青少年的消費與文化實踐經常直接與家庭、教育建制和官式文化相衝突與矛盾；有效地擴大與激化這些矛盾，以促進青少年對自身處境的反思與能動，才是左派積極的作為。很明顯的，

想要「有效地」激化與擴大矛盾，而不是「胡不食肉糜」式的場外指導，就必然要串連青少年的通俗文化，而非空降左派的空靈論述。在本文的十一節開始，我將闡明消費與通俗文化為何能產生矛盾與反抗，以下我先說明「消費慾望（第六、七節）、購買行為（第八、九節）、次文化（第十節）」的真實基礎或物質存在。

六、洗腦與真假需要——馬克思vs.全球化

不論左派或女性主義者在討論塑身廣告時，總是假設廣告與購買商品之間是個簡單的因果關係，彷彿媒體或廣告的影像無須中介就有效果：消費者被廣告所操縱與影響，創造出「虛假的需要」，而消費則灌輸順服的觀念、壓抑政治的抗爭。這種貶低消費者的看法，也有貶低女人、青少年、教育程度低者的含意，因為正是這些消費者往往被認為是容易受騙與不理性的主體。

在這種批判中最容易被貶低的消費通常是：被認為缺乏社會價值的消費，有可能攪擾現狀或接近偏差的消費，會改變原有身分地位或階層高下階序之消費，可能使舊有人際關係與人倫產生變化的消費，或者關連到通俗文化的新風潮消費。相較而言，如果是高等文化的消費或家庭消費，就很少會被貶低（儘管這類消費才是維持社會建制的重要基礎）。以此看來，貶低消費論述，其本身也是不同主體之間鬥爭的修辭策略。

最常見的一種貶低論述就是說消費者被廣告「洗腦」了。這個詞原本來自右派的反共宣傳，目的是貶低那些擁護共產黨的人民缺乏自主能動，故而說親共者是被共產黨「洗腦」。

和廣告洗腦論述密切相關的則是「真實需要／虛假慾望」的區分。然而在今天，其實這是一個無法成立的假區分。馬克思在《資本論》中曾說：

所謂必不可少的需要的範圍，和滿足這些需要的方式一樣，本身是歷史產物，因此多半取決於一個國家的文化水平，其中主要取決於自由工人階級是在什麼條件下形成的，從而它有哪些習慣和生活要求。

我認為馬克思這段話說明了：首先，需要或慾望（及其滿足方式）本身就是歷史的、相對的，不同國家有不同水平的需要慾望。其次，無論真假慾望，都是透過文化來建構與詮釋的，它們無法獨立於文化。換句話說，沒有什麼真實需要是「自然」決定的。（試問：大魚大肉、有機蔬菜、旅遊、彩色電視機、性愛合一、手機……是真實或虛假的慾望？）

不過，馬克思的講法也必須放在今日全球化的脈絡裡來進一步修正；雖然馬克思時代已經有了全球化現象，但是當時民族國家內勞工生活對外的區隔性以及對內的同質性，都十分顯著，而這些恰恰是今日全球化現象正在逐漸改變的對象。馬克思那段話的脈絡，主要是在談各國在工資水平的高低方面會有文化的差異，有些國家可能需要較高的生活水準，故而馬克思的講法或許有可能被延伸為：外勞在台灣領取較低的工資或許是合理的。但是我不認為左派應該接受這樣的主張。更有甚者，如果外勞被台灣消費文化影響因而改變生活方式與慾望，並且想要更多的工資，這是虛假慾望嗎？或者，如果台灣本地工人受到媒體上西方工人形象的影響，而想要更高的生活水準，這也是應當被批判的嗎？

在上面的引文中，馬克思也強調「工人階級是在什麼條件下形成的，從而它有哪些習慣和生活要求」此一因素。由於社會變遷的加速度，同一民族國家內的不同世代在成長與進入勞動市場時的文化差

異很大，成長於富裕社會與消費主義的世代，或者成長於經濟蕭條與景氣衰退期的世代，其需要慾望當然會和其他世代不同，同時，由於世代更替的週期不斷縮短，故而同一民族國家內並沒有馬克思所設想的一個統一的「文化水平」，而是有世代差異的。如果新世代具有高於過去生活水準的慾望需要，或者相反的，如果舊世代的生活水準的慾望需要高於新世代，那麼這些慾望需要是否必須被否定？為什麼必須被否定？既然這些慾望需要都是社會歷史發展的結果，我們還能稱之為「虛假」嗎？

不過，即使修正過的馬克思說法，也不足以處理「真實慾望 vs. 虛假需要」的問題，因為還有許多慾望需要無法納入經濟範疇內被解釋。例如性的慾望需要，以及身體管理相關的慾望需要等等，這都需要馬克思主義或女性主義以外的理論資源來分析。任何想要把（例如）某種特定SM或人獸戀商品的性慾望需要，從階級、經濟、民族文化、父權、國家機器等等角度來作直接連結的企圖，都會有簡化的危險。

七、你喜歡批判別人的商品消費慾望嗎？

曾國藩的女兒曾紀芬在1932年說，馬桶、玻璃窗、衣櫃等是西化者追求時尚的奢侈慾望。以今日的語言來說，曾紀芬是指責馬桶等乃是西方殖民者所製造的虛假慾望。而當時甚至還有人曾經以生理的理由說馬桶「違反自然」（即，大便時應當採蹲式而非坐式）。

現在人們將曾紀芬的這個說法視為民國守舊派的迂腐，但是大大小小的曾紀芬今日充斥「批判」界，這些人不斷宣稱「真實需要」截然不同於被父權或資本主義所建構的虛假慾望。然而這兩者的區分卻充滿了沙文主義的色彩——什麼是「曾紀芬」口中的「真實需要」？說穿了，「我的（沒有）慾望就是大家真實的需要」！

某少女看了廣告的手機或凱蒂貓就好想好想擁有，就有強烈的購買消費慾望（甚至因為沒錢買，後來就用援交來換取）。這就必然表示此少女被洗腦、是主流消費的順民、在政治立場上擁護資本主義嗎？錯！對商品的慾望本身並不是被洗腦的證據。有關狂想與慾望的心理分析說法也證實：慾望商品和政治立場無關。例如，右派也會有慾望購買《資本論》一書，女性主義者也會慾望男性沙文主義商品，批判A片與減肥的人往往照常看A片與進行減肥，更不必提批判「資產階級自由化」的那些人的慾望了。很明顯的，慾望或消費不一定就是缺乏政治覺醒或「順民（順從）意識」的表現。所有批判消費慾望的人其實都明白這一點，所以他們永遠都只批判別人的消費慾望，從來不會自我批判！

八、購買與消費是市民的一種公共交往

左派、仿左的保守派與人文主義派等等所有空腦的批判家，只知道急急忙忙地去批判別人的消費慾望，但是卻沒注意消費慾望的實現過程——購買。

對的，離開家走到市場或街道上，與人交往，這個購買過程（不論最後成交與否）都可以產生慾望／認同／愉悅。換句話說，慾望／認同不一定是由「看廣告」所引發的，購買（或不購買）的愉悅／認同也不必然和那個特定的商品本身有關，因為購買過程涉及了都市景觀、室內與櫥窗設計、購買流程、市民交往等一系列複雜的因素。就像去麥當勞絕不是只關乎電視上的漢堡廣告與漢堡本身而已。以下我只簡略地談談現代消費社會中的「交往」（intercourse——最早馬克思與恩格斯用intercourse這個英文字或verkehr這個德文字來指商品的交換活動或商業人際往來，我在此沿用並發展此一用法，但是我的用法並不包括哈伯馬斯所謂的溝通communication）。

早期現代的經濟交往促進了平等主義與民族共同體的形成。在市場經濟發達的「陌生人社會」裡，消費購買是公共交往中的一個重要形式，但是人與人之間的這種購買的經濟交往其實並不都等於單純的物物交換行為；許多時候，經濟交往和原有的社會文化網絡形成了交織（例如社區的網絡、族群的網絡、親友的網絡、次文化的網絡等等，也與購買消費的網絡發生關連）。即使在都會陌生市民間偶發的、「非私人化」（impersonal）的消費購買中，也常常伴隨著或附加著其他意義的交往——至少，在這種消費購買行為中認可了既定的一些市民交往規範，維繫了社會團結與秩序。

另一方面，消費購買也可能複製市民的既定差異與權力關係。例如高級渡假場所內的觀光客或高級餐廳內的顧客等等，其不言可喻的身分地位也是透過彼此無形的交往來彼此印證（例如同在一個場所，但是彼此有距離的無涉，自制拘謹，衣著得體等等），並且用以區隔其他在場的「低級人士」。其次，一般市民交往的不成文限制或規矩也會反映在購買的市民差異中，例如，成年男人或許可以獨自在玩具反斗城購物，但是卻少在百貨公司的女性內衣部門購物。

此外，從所謂消費者的「口碑」也可以看出購物消費與公共交往和人際網絡的關係，因為「口碑」意味著商品訊息的交換，以及更重要的，信任（訊息的人身保證）的可能交換。這種交換活動既是在特定的人際網絡內進行，也就強化了那些人際網絡。換句話說，人們透過購買消費來進行彼此之間的交往。

總之，許多不同意義的市民交往都可能透過商品交換來達成。用更簡單的話來說：一個社會總是人和人在發生形形色色的關係，但是這些關係有時是依附於或透過商品交換來達成。例如，社會內的各種「知識」，可以從購買中互相交換學習而來。（此處的「知識」除了指買賣雙方所擁有的各類資訊、經驗、意見、社會觀察、價格評

量、語言等等，也包括了不必言明、默會可知的文化意義、角色扮演、規範、身體規訓、禮儀、情感評價、互動儀式、自我認同、服裝流行、風格、道德態度等等。）當然，這些「知識」也可以從其他關係中交換學習得來，但是消費購買乃是陌生市民公共交往的一個常見方式。例如，在台北敦南誠品書店買書，和網上購書絕對不同，在此處購物時，連身上穿的衣服與打扮、身體語言，都是某類市民交往（但不交談）的重要成份。

從這個角度來看，誰是實際的購買者——誰的身體親自出現在市場上與人交往——就是很重要的。因為就是這個購買者（如外勞女傭），而非指使她去購買的出錢者（如外勞的主人），在市場上和人做實際的交往、和他人發生關係、在他人面前呈現自我，共同維持並建構社會現實（獨自躲在家裡則不會參與到實在世界，實在世界其實就是一個交往市場）（註7）。在商品社會中，販賣者與購買者的特徵或屬性則會影響文化、市場、城市風景等等的某些層面。（例如，倘若外勞都不外出購物而均委託他人代購，雖然同樣的商品被購買消費，但是此社會的公共交往就會有不同的面貌。）以下讓我用女人與青少年為例，來說明購買作為公共交往的意義。

九、女人與青少年的購買／交往

早期在消費主義成形時，家庭消費是大宗。因此此時的消費主義主要以女人為訴求目標，內容也以女人的家庭角色為脈絡，被視為強化了女人屬於家庭的刻板印象，於是「消費主義—女人屈從」成為批判的焦點。但是消費主義也同時給予了女人權利意識，讓她們可以以消費者身分在公共領域中與他人交往；同時，女人被視為家庭購買方面的專家，比其他家人更擅長購物，因而在家庭裡擁有力量與權力，購物也成為樂趣的來源。這種家庭婦女的消費主義狀態

至今仍然相當主流，但是已經乏人批判。

雖然錢是男人賺的，但是購買卻使女人走出廚房，在公共空間流連忘返。購買常是女人彼此交際的方式，也是「女人文化」的一部份，更是使女人和社會普遍發生關係的媒介——購物是女人的「濫交」：購物讓女人處處可去、到處都去，也使女人多方面地進行社會交往。

同時，購物也使市場以女人成為家庭消費的實際掌權者，是市場交往中的平等／頭等公民。男人只好藉著「不屑家務採買瑣事」、「幕後指揮」等說法，來掩蓋其在市場交往領域中身體的缺席事實。（空腦的男性理論家則以為購買無須智慧、腦袋空空也可購買，而且誤以為無須身體與情緒、「空有腦袋」的理性溝通也可以造就早期現代以來市民交往的秩序與意義）。

發達的青少年消費對青少年也有類似的正面效果：青少年藉著消費購買過程，合法地現身於公共空間，並且取得（與成人一樣）佔據或使用公共空間的權利、合法享用公共資源等等。（根據統計，美國青少年在「血拼魔兒」shopping mall中常常只是消費那裡的空間與形象、聚集人氣和交友釣人約會、只逛不買。）但是更重要的，青少年經常在和購買相關的一系列相關交往活動中，不但建立次文化的人際與認同網絡，還建立起次文化的商業網絡，校園附近販賣盜版補帖或光碟的商業網絡即是一個例子。又例如，有些地點的顧客們（彈子房、泡沫紅茶店、網咖等）可能彼此都認識，或者都會光顧其他消費地點等等。另外在像台北光華商場的商業交往中，我們可以觀察到電腦商家並非只是單純「販賣」而已，而是透過販賣來形成次文化；次文化與商業網絡互相支持滲透。許多青少年的購買與消費也常常在「次文化－商業活動」中轉化為販賣與生產：例如相互買賣補帖或放心藥，又例如在青少年的便利商店或速食店打工文化中，其

「顧客／打工者」身分經常互相轉換，其身體規訓也彼此學習滲透（參見何春蕤，〈台灣的麥當勞化：跨國服務業資本的文化邏輯〉一文）。一般來說，青少年商業中由於員工也多是青少年，所以顧客／員工身分很容易轉換，這種轉換也促進兩者之間的進一步交往，以及人際交友、工作介紹等圈子之形成與擴散。

十、次文化的商業網絡——社運應該商品化

次文化內的商業網絡事實上是次文化再生產的重要力量，例如飆車族的文化與交往絕不只是限於街頭狂飆，而同時是在機車改裝等商業網絡內受到支持；這也是為什麼某些青少年次文化即使被視為偏差（如使用放心藥psychedelics，俗稱吸毒），也很難被公安力量所根除——因為次文化（以及其所包含的狂野、顛覆、挑戰、抗爭、腐蝕、進步）正如吸血鬼般地依附在推動資本主義社會運轉的商業網絡內。這麼看來，具有激進運動性質的偏差次文化必須積極自覺的與主流文化互相滲透、利用主流的制度、組織、商業交往網絡等等來吸取資源和從事實踐。

許多社會運動組織偶而也會涉及商品買賣，但是多未能建立商業網絡，也因而難以壯大其運動次文化。這些運動組織即使只賣紀念品、書籍等，仍然是以靦腆的態度來面對「運動商品化」的指控，而不能振振有詞地指出「商業化」才是未來運動的理想出路，只可惜缺乏人才、資金、網絡門道與精力而已。更廣泛的來看，有些運動的次文化商業網絡是自發形成的，例如同志運動相關的酒吧與書店、藝廊等形成的網絡，而這種商業網絡與同志次文化、同志交往有密切共生、共同壯大的關係。總之，社運如果要發達壯大，就必須發展商業網絡，這樣的網絡也才能夠孕育人才、發展次文化、有助於草根組織和動員。

然而許多運動組織即使經營書店、咖啡餐店或販賣東西，也從未正視運動的這個商業部份，並將之提升到理論的高度來討論其意義。1960年代西方的反文化運動與嬉皮運動也曾有其商業網絡（放心藥、二手貨、手工產品等），但是卻沒有得到應有的正視與認可（McRobbie）。事實上，那些販賣現場經常是由女人與年輕人在經手，有身段的男性社運大老們則忙著處理「大事」。在這方面，社運論述中忽略或輕視商業活動，也意味著對女人與青少年的貢獻之忽略與貶低。

總的來說，男性社會理論家對於「再生產領域」一向是忽略的，不但忽略性／性別／家庭，也忽略消費／購買、以及交往。上面談購買時，我沒有多舉「販賣」的例子，其實販賣者的社會交往也常被窄化為「圖利」，而沒有被更深入的探究，此處暫不深談。此外，購買與消費雖然都可以成為公共交往，但是購買與消費是不同的行為與概念。

在這幾節中，我之所以提出「交往」（intercourse）這個觀念乃是因為在簡化的左派分析中，像購買這種實際的身體實踐往往在標準公式的「（再）生產－消費－流通」這些環節中被忽略，左派只看到抽象的市場或交易、商品、廣告、洗腦……，卻沒有更具體地去探視購買，以及與其相關的其他可泛稱為「交往」的諸實踐，和交往所在的環境脈絡——特別是那些可以成為某類人或某群人聚集交往的買賣場所或服務場所。商業的交往不只是價值的交換，而是意義的交換、身體的互動；商業交往可以衍生很多其他形式的交往，而性交（intercourse）則是其中一種交往形式。商業交往不只被商品價值規律所控制，還有意義、規範、權力的控制。馬克思的思想隱含著對非商業交往的嚮往，卻又悲觀地認為商業交往將使所有交往形式都被商品價值交換所控制或「污染」。雖然馬克思也正確地看到商業交往促進了交往的範圍與擴大交往的形式，但是卻沒有進一步地發揮個

中可能的抵抗或解放意含。

下面讓我們看看除了「交往」以外，消費的其他面向。

十一、主動消費

晚近的消費文化使得消費不是只消費物質或服務，而還消費象徵符號；對象徵符號的消費有時甚至是消費的全部原因，或至少是主導原因。這使得消費主要是文化場域的實踐。

事實上，所有消費幾乎都是文化實踐：人們在消費中積極主動地創造或維持某種身分認同（個人或集體的）。由於認同必須自我自力主動地建構，故而消費從不是簡單地反映生產，商品消費的文化形式與意義因此不能被化約到階級／經濟／生產。正如Mica Nava所說：「消費不但是經濟活動，也是交往與對立、形象與認同、夢想與安慰。」

上述「主動消費」的觀念，強調的不是主動選擇商品或消費者主權，而是說，商品的意義必須在消費過程中才能實現，而這則給予了消費者主動介入詮釋的可能性，使得商品的意義不一定是生產者所意圖的、所強加或決定的。

「主動消費」是理解通俗文化的一個關鍵：文化研究將通俗文化，特別是次文化，視為大眾主動消費商品的結果：人們利用湊合借用（bricolage）商品來達到自己的目的，人們創造／複製／建構意義、形象與認同，而這些在文化場域內的主動消費也與通俗文化互相構成。通俗文化的拼貼／挪用／湊合／賦予意義等則是創造力的表現。

換句話說，文化工業提供了文化商品，但是人們卻在使用文化商品時生產出通俗文化。即使人們在消費過程中無異議地接受了商品事先設計的現成意義，人們也需要主動地「啟動」這樣的意義才能

完成消費。文化消費本身就是意義的生產，而人們必然處於一個賦予意義的能動位置，並且往往藉由這樣的行為來培力、得到愉悅或者抵抗。

十二、通俗／次文化的抵抗與培力

上述的結論在各種次文化中更為明顯：次文化把日常普通的事物挪用與重新詮釋，這種文化借用也是一種「收編」，但卻是由下而上的收編（Fiske稱之為「編出」excorporation，相對於收編的吸納「編入」incorporation）。

次文化風格之所以會具有反叛的因素，乃是因為「風格」就是借用拼貼（bricolage）而成的：將符號象徵從其原初脈絡抽離，商品重新被串連，這是個自我定義的活動，對原初意義或生產者的意圖自然形成抵抗，並很容易在被壓迫的情境中產生反對意義。例如，青少年次文化透過各種行為（音樂品味、追逐偶像、做身體、黑話或內行等等），以符號象徵形式來反抗師長與父母文化，文化工業則有可能將青少年次文化進一步商品化。

成年人一般看到的只是文化工業在操縱青少年，在製造流行或「帶壞」青少年，以為「流行」都是從上而下強加於青少年的。成年人之所以有此印象，乃是因為成年人往往透過與青少年文化劃清界線而奠立本身的「成年人」地位，結果因隔絕而並不熟習青少年次文化，以為文化工業網羅了一批深懂青少年心理的廣告行銷高手與創意人員，所以能夠讓青少年如痴如迷。

其實，文化工業所創造的新一波流行，往往是對次文化舊一波流行元素的收編，但是文化工業卻賦予了這些元素或符號一種正當性。結果，一方面可能使它們原初的反叛或偏差意義減弱，但是同時也使得這個商品能在更廣大的範圍內被消費與流行，因而具有文

化接受性（cultural acceptability）。另一方面，被削弱的反叛與偏差卻也有可能因為被認定而得到正當性，並因為擴散而形成另一波編碼的可能素材和榜樣。這個抵抗與收編的過程，可以被看成是不同主體權力協商過程，也往往帶來真實的文化變遷與符碼意義的變化（註8）。

十三、意義無法被「霸權宰制」或「反對抵抗」的任一方所獨佔

這不是說通俗文化必然是培力與抵抗的，正如我們並不否認有時候消費是順從生產者所意圖的意義，有時候文化工業也極力在其中操縱。但是我們必須認識到以下兩點：

第一，正如性產業的力量不能決定性產業的文化影響／效應，文化工業的權力也不能等同於文化工業的影響／效應。例如，一個資產龐大的跨國唱片公司可以使〈愛如潮水〉必然流行嗎？或許。（其實統計指出，失敗的促銷例子更多）。但是他們能使〈愛如潮水〉變成「使異性戀女性臣服於一夫一妻意識形態下」嗎（如果就文本字面來分析，好像如此）？可是結果卻不是（愛如潮水曾是同志國歌）（請參見本文A計畫之附錄，本書54頁）。

第二、意義和愉悅很難被獨佔與控制，意義並不終止於商品交易的結尾（註9）。文化領域總是意義爭戰的場地；意義就是社會實踐與社會鬥爭。商品符號在消費實踐中被賦予意義、被選擇、被著色、被重組、被挪用，這些既是認知的、也是情感的、身體感知的過程，都包含著創造的元素。當然我們不否認〈愛如潮水〉的生產（作曲詞者、歌唱者、包裝行銷者）是有創造力的，但是誰又能否認消費者將之變成同志國歌的創造力呢？意義信息不是生產者單方傳送／消費者照單接收，而是在消費中被再度製作或加工；故而de Certeau把消費稱為「二度生產」。生產者的意向與產品的文本並不能決定消費的效果。（亞洲青少年的同人誌次文化經常將流行或通俗文化的成

品加以延伸改編、惡搞或諧擬，例如把可能原來是陽剛的異性戀男主角變成BL（boy's love）風格；這個例子生動地顯示了這幾節的諸論點）。

事實上，商品的使用價值無法在事先確定，只能在每次實際使用中才體現。資本家要交換價值，消費者卻要使用價值（或符號價值）。商品的使用價值對資本家而言只是可以交換，但是對消費者而言，卻有很多不同的使用價值。此外，由於個別資本家也常常惟利是圖，而不會關心產品「落入壞人手中」——亦即，不關心該產品是否會被轉換其意義而不利於資本家整體——這也是為什麼消費與通俗文化領域可能會出現不利於資本主義的矛盾。

之前曾提到Bell認為資本主義文化矛盾的一個因素便是享樂主義文化。Bell曾說：「享樂主義的世界是時裝流行的世界，是照片、廣告、電視與旅遊的世界。這是個讓你信以為真的世界……上個十年最成功的雜誌被稱為playboy（遊戲玩耍的男孩）不是偶然的……其成功主要在於這本雜誌鼓勵了男人性獵豔的狂想。Max Lerner曾說，性是美國生活最後未開發的西部邊疆，在這個強強滾的社會（go-go society）中，性成為成就動機的最高峰。1950到1960年代，性高潮的秘教崇拜取代了財富的崇拜，成為美國生活的基本熱情」。Bell這類分析的反動性，在於未能重視文化意義的多樣詮釋與變動性質，其實際效果便是掩蓋與壓抑了矛盾和可能抗爭。

例如，在Bell所描述的這個男男女女都要性高潮的1950-60年美國文化中，要如何看待同一時期曾經發揮影響力的激進性政治的高潮論述呢（W.Reich的《高潮之功能》）？難道這是激進派性政治與體制共謀的證據嗎？在同一個時期也有「中立」的性科學（馬斯特與瓊生等關於女性高潮的論述），這也是享樂文化的共犯嗎？可是女性主義不也立刻轉而把這個通俗的「享樂的」高潮論述激進化，成為女同志分離

主義的彈藥（Anne Koedt〈陰道高潮的神話〉）嗎？

由這個例子來看，文化戰場的「編入（收編）」與「編出（挪用）」是不斷進行的，沒有人擁有最後的意義、詮釋。對批判體制的人而言，重要的是如何從通俗文化編出激進與抵抗的論述，而非哀嘆激進與抵抗的論述已被體制收編。

易言之，批判者要做的，不是尋找liberation可能是libertine的蛛絲馬跡，而是從libertine積極編出liberation。（註：libertine即是自由隨性、任性放縱的意思。Liberation則是解放。）

但是為什麼有些左派的慾望卻總是在liberation中尋找可能是libertine的蛛絲馬跡，想把兩者界限區分清楚呢？

我認為左派這種態度建立在以下的假設上：資本主義是單一巨大的並且能夠吞噬所有反對，把所有的異議都齊一地佔用為一個同質的主宰文化。因此，收編必然是一個全面化的過程：被收編的就不可能是真的反抗，真的反抗則必然無法被收編。在這個前提之下，「商業化的文化反對」與「真正的文化反對」的區分必然須是清楚的；「真正的抵抗」和「與體制共謀」的界限也必須是清清楚楚的。

左派這種假設有其政治上與知識上的許多盲點，此處只需指出意義是無法被宰制或反抗的任一方所獨佔。其實，liberation與libertine必然共享許多意義元素，也不可能區分得清清楚楚，即使區分清楚也是一種無益的實踐，因為從libertine積極編出liberation才是有用的。

十四、通俗文化vs.高等文化

許多左派視通俗文化為另一種「人民的鴉片煙」，認為通俗文化提供人民安逸的愉悅，讓人民宣洩了不滿因而順服現狀。這樣的觀點忽視了文化領域內「兩種文化」的矛盾對立，以及由此矛盾而來的階級鬥爭、年齡鬥爭等等。

在文化領域裡，一方面有官方的與高等的主流文化，另一方面有通俗文化。官方的文化通常有直接的政治目的，在打造國族認同時表現為一種國族文化，這種國族文化與上層階級的高等精緻文化關係密切但是不完全相同（註10）。相對於高等文化的國際或西方成份，國族文化則有許多傳統文化和地方文化的成份，但是這些成份也會借用高等文化的符碼與呈現形式，故而官方文化有時與高等文化的界限模糊。國族文化也可以關連到族群或種族的鬥爭，不過，此處我只談高等文化與通俗文化的矛盾。

高等文化常有道德規訓的意含，通俗文化則是嘉年華式的。前者是嚴肅的、精神昇華的、靜態的、美術或博物館的、國家支持的等等；後者則是歡笑的、肉慾身體的、動態的、市場或街頭的等等。

高等文化與通俗文化兩者也代表了不同的品味與階級意義。在Bourdieu的講法裡，品味的高下在於一種美學的目光，也就是能否和事物的實用價值與實際操演產生距離的目光——這種目光則從關注事物的功能轉移到其形式。不過，這種有美感距離、純美學的目光，是透過美術館才被制度化的，因為在美術館內靜靜擺設的事物已經失去實用功能，只剩下純粹形式供人沈思與凝視。換句話說，近代高等文化品味的美學目光其實是一個隨著美術館等藝術建制誕生的歷史發明。

相對來說，通俗的美感與品味則多半是實用的、多元的（系譜複雜、湊合借用、互相指涉）、非「永恆的美」，也不放諸四海皆準，可能存在於不法的、鄉野的或次文化的小圈子中，或者被商品化而有文化接受性。通俗品味充斥於通俗文化、商品設計與邊緣次文化中（卻被評為低俗或甚至惡俗），但是卻是多元美感的真正來源（在此我們已經找到女性主義苦尋不著的多元身體美感與性感的文化資源了）。

高等文化的創造者是少數的一群文化菁英或藝術家；通俗文化的創造者就是大眾，人人都是藝術家，這是集體的努力生產的結果。文化工業提供了原料和半成品，但是大眾才有活力與創造力來加工生產通俗文化。大眾產生出來的，也許會被收編成為新的商品，但是這不是故事的終了：正因為永遠都有新的創造，所以才有不斷的編入（收編）與編出。總之，我們不應該假設創造力只存在於文化工業，也不應該假設：通俗文化完全是文化工業操縱符號與意義的產物，而大眾只會消費接收現成的意義而無創造力。

不否認大眾的創造力，不把通俗品味視為低下，強調通俗文化的參與性與民主性，於是有了「普通或共同文化」（common culture）的說法。這是一個有複雜歷史的觀念（起源於菁英主義、同質的共同體社會等觀念），但是Raymond Williams將此說法與這些觀念分離，而注入了參與民主的觀念。Paul Willis則更肯定通俗文化作為共同文化的民主、抵抗與培力意義。不論如何，透過資本主義的商品消費，為「普通或共同文化」鋪平了道路，這是文化的平等，品味的多元而無高下。

高等文化、通俗文化與官方或國族文化，當然有互相收編滲透的情形。這些需要逐個地歷史－社會的考察。例如，雲門舞集起源於高等文化，但是在訴諸群眾的室外場地表演時，其實又扮演起國族文化的角色。一般來說，雖然以高等文化形式來收編通俗文化內容（如古典音樂樂團演奏通俗樂曲等等）比較常見，但是在像美術館、國家劇院、經典、高校與大學課程這些高等文化的主要建制方面，通俗文化的滲透仍然少見（特別是在高等教育課程與經典方面）。不過，通俗文化與高等文化的高下之分並不因為彼此邊界的滲透而消失。

十五、青少年與電視廣告

高等文化與通俗文化的高下之分，除了有階級鬥爭的意義外，還涉及年齡鬥爭，因為一般青少年不但普遍被視為缺乏高等文化教養與文化品味，而且通俗文化還主要地被視為青少年的文化。

一般在談到青少年文化時，特別是消費與影像文化時，青少年常被視為被廣告操縱洗腦，比較容易受騙上當花大錢。Mica Nava卻指出青少年其實很不好騙，因為事實上，青少年廣告比較sophisticated（上道），比較繁複，比較多鏡頭變化／快速剪接／多樣打光配音，比較壓縮更多符碼，更多抽象與腦筋急轉彎，和那些訴諸家庭主婦的廣告不同。這說明了青少年的文化技巧很高——只要看MTV就知道。

青少年之所以有較高的文化技巧，很少是來自正規教育，而多半是因為他們自幼就熟習電視廣告與影像文化。廣告的文本乃是從其他文化產品來，如政治、電影、廣告，這些符碼交互指涉、諧擬……，用典愈多則愈難解碼。此外，廣告與媒體的自我解構、自我解碼，更使得青少年的文化技巧高超，也拉大成人（包括學術份子）與青少年的距離。Fiske因而指出，兒童很早就是電視廣告「懷疑的閱讀者」，反而是父母的禁看妨礙了兒童電視識字解讀能力的發展。

由此來看，那些斷言「青少年被電視廣告操縱」的大小批評論家，顯示的不是青少年的智商低下，而是批評家本身的癡呆程度。

十六、青少年與身體

當代對於身體的重視（裝扮、減肥、飲食、運動、性、養生、整型等）有許多社會—歷史的因素，包括所謂的「文明化過程」（N. Elias）、個體化權力技術（M. Foucault）、個人主義化（U. Beck）與對身體的反思性籌劃（A. Giddens）等等。這些都還需要其他文章來說明，

而不能像那些沒有學問的空腦批判家那樣歸諸於「廣告物化身體／身體情慾商品化」等大掰咒。

現代的身體規訓在規模與細緻深入個體方面，是傳統上從來沒有的，而且兒童青少年與邊緣人首當其衝。可想而知，對於身體規訓的抵抗，也必然集中於身體規訓的實體——身體，與形式——規訓，因此，身體必然就是這個抵抗規訓的戰場。當然，有力對抗官方規訓的往往是另一種規訓或身體管理，然而在這種抵抗中，主體卻得以操作其中的矛盾，而重申對於其身體的控制權。

青少年的反抗與（次）文化經常是集中於身體的。正如Hebdige所說：「如果青少年不能擁有什麼，至少擁有自己的身體。如果青少年無法施展任何權力，青少年至少可以在自己身體上施展」。外表的酷異作怪或刺青，是在普遍失業與從不就業的環境下，公然宣告無意參與搶飯碗的行列，自斷後路，在社會把你淘汰前，先把自己葬送。Hebdige這樣的解釋正是把身體次文化聯繫到資本主義社會內部的矛盾。

不過總的來說，各種各樣的身體流行或者具有性別特質的風格，其實沒有內在意義：例如男性特質風格可以被女性挪用，刺青貼紙可以因不同年齡而有不同等級的偏差意義等等。總之，符碼是非常易塑的，可以不斷地被「做」或修正——例如，化妝可以使女人更正經或更偏差。此外，許多看似與身體無關的消費也可以透過論述而連結到身體管理，故而身體的抗爭也是非常普遍多樣的。

之前曾經說過，青少年不論走在哪裡總是在成人的監視下，上課時間或甚至放學後穿著制服在「不良場所」的遊蕩，或身體彼此的親熱，更立刻引來親權的凝視。青少年對這個時刻被監視的反抗，不一定只是躲避隱藏，反而有時會故意作怪和愛現，以吸引更多的目光與凝視，從而將被監視的不安，轉化為被觀看的愉悅。事實

上，青少年次文化往往就是在監視與逃避監視的空間中成形，故而其文化風格趨向招引目光的作怪或甚至殘虐身體的奇觀，這是對監控的反抗：要反客為主地把被監視的處境轉換成表演的奇觀，產生操作他人凝視的愉悅。這正是Hebdige所說的「躲在亮處」。

十七、文化激進主義

青少年一直有兩種被建構的形象，例如英國維多利亞時期將工人階級的青年分成兩類：「乖的／罪犯的」，「有道理的真窮／不知上進的懶窮」，「不良的／壞透的」，這個二分趨勢一直存在，後來的「好玩歡樂／麻煩」也是一樣。這些二分往往是透過具體形象來被呈現與被建構，如果我們分析現今的許多青少年廣告或媒體影像，我們會發現同一個影像主體可以瞬間交替出現兩種形象，或者可以同時有這兩種方式來解讀。這是否代表著這種二分建構可以和平共存、相安無事呢？絕非如此。

廣告或報導中的「偏差與乖順」、「上進與頹廢」、「陽光快樂與陰暗犯罪」的瞬間交替與同時並存，只是粉飾兩者之間衝突的烏托邦狂想，而這兩者的矛盾關係則時常被置換為官式文化與通俗文化的緊張關係。但是不論是禁慾規訓的官式文化，開明禁慾的教育改革，著重享樂的通俗文化，理性規劃「工作／休閒」的新倫理與機制（如周休二日和休閒工業）等等，都不能使青少年和諧平順地同時內化以下兩種生活風格與人格——亦即，在官式文化的場域內服從、禁慾、勤勞工作讀書等等，但是在通俗文化的場域內有節制的放縱、享樂、接受現有休閒與娛樂產業的安排等等。換句話說，在每個場域中總是同時存在著踰越、違規、顛覆、抵抗、挪用、錯置等偏差行為。

從青少年解放的立場來看，偏差不是社會問題或不當的社會

化、缺乏管教；而是抵抗，也有時是生存策略。偏差充滿了詮釋的空間，或至少可以被連結到抵抗。

我曾經在〈政客的性道德與國家的理性化〉（註11）一文結尾處，提倡「文化的激進主義」，也就是倡導偏差的人生風格並瓦解主流價值和家庭（例如以敗俗前衛的藝術、嚴肅的學術論文、運動文宣或座談、低成本的自拍、口號、小報、網站、T恤、同人誌、紀錄片、報導文學或任何想得到的各色各樣的文化產品來正面呈現此刻的援交、性工作、嗑藥、跨代戀、變裝、亂倫、刺青、換伴、通姦、畸變噁形、戀屍等，但不限於這些）。這種源自現代主義文藝的文化激進主義，它的反禁慾主義乃是愉悅與好玩的過度或濫用（the excess of pleasure and playfulness），而這種過度或濫用不但和以勞動生產為中心（productivist）的主流制度與價值尖銳對立，也不同於「有節制的享樂」式的休閒娛樂產業之工作倫理。

文化激進主義這種抗爭策略的選擇，是我和另外一些談流行文化與消費者最大的不同處。後者的文化研究與政治總是選擇「安全」與「潔淨」的策略：「安全」，因為它總是在已經被知識份子所接受的批判常識內操作，而不是干犯眾怒地替偏差與變態辯護；「安全」，也因為它對激進偏差／保守反動都保持距離，各打五十大板的維持學術客觀中立，而在它的文化政治中，被警察法律權力監視的文化激進主義亦被描述為一種危險的權力。「潔淨」，因為它總是優雅與拘謹地迎合高等文化的趣味／品味；「潔淨」，也因為它不是替罪犯醜怪噁形辯護。

事實上，這種安全與潔淨的抗爭策略正呼應著資本主義的新工作／享樂倫理。當代高度發展的資本主義社會同時需要生產與消費，遊戲與工作。浪漫主義與清教主義是資本主義所需的孿生文化，這兩種性格典型（character ideals）都需要被編入同一個人格（personality）

中，而這個雙頭的倫理顯然此刻在中產階級身上已經被制度化（Stephens）。

不過，我認為就像所有的倫理要求一樣，資本主義的新工作／享樂倫理總是充滿力有未逮、難以內化的實行困境，對於青少年而言尤其如此。換句話說，我們不應假定這個新倫理能將當代的工作倫理與享樂倫理輕鬆地縫合並維持區隔——特別是，文化激進主義將直接影響這個新工作／享樂倫理所想要保持的平衡、所要調和的張力。

十八、人民，只有人民才是創造通俗文化的動力

毛澤東的「人民，只有人民才是創造世界歷史的動力」說法，曾經遭到許多人的懷疑。歷史難道不是帝王將相、才子佳人、英雄與天才的創造嗎？同樣的，通俗文化與次文化難道不是文化工業、行銷、廣告創意、明星偶像、節目製作、特技音效、美術設計等等的創造與操縱嗎？

我在上面曾經以主動消費、二度生產、「次文化與文化工業的互相滲透、循環再生產」來說明我的論點。此處我只做幾點簡單的補充以總結本文。

首先，青少年的流行文化本身也是年齡區隔（建構）的一種實踐。如果一種流行風格太大眾、太普及，以致於不分老少都流行，那麼就無法區隔年齡，故而此時我們必然觀察到青少年對這個流行的進一步改造、挪用、變化（或甚至揚棄），以維持自我認同。此處的改造挪用或許是細微巧妙的差異，也可能有偏差的意含。我要強調的重點是：年齡建制本身會促使青少年創造次文化。

次文化不但經常有反抗主流文化的可能意義，也可能被富於想像創造力的社會運動挪用。例如，Afro黑人的大蓬頭髮型在黑人民

權運動中興起，就是「黑即是美」新美感風潮的一部份。另外，現在也有顛覆舊男女關係與形象的各類影像、廣告與商品，之中有以跨性別美感來重塑男性身體者、有以破除禁忌之女性自由精神與語言來行銷者，不一而足。這股建基於新慾望的商業風潮比起女性主義的論述更為有力與吸引人（例如晚近「身體聽妳的，世界也會聽妳的」廣告），而且可以開發出新的情緒和身體、引發社會矛盾或建立性／別次文化。

其次，一般對於通俗文化經常採取一概而論的批判，例如「少女漫畫書都是複製父權」等等，文化研究則顯示漫畫這類大量生產的產品必須逐本分析，而非一概而論。同樣的，一種流行文化的社會效應也是很難一概而論的，例如日本的視覺系藝人在台灣的文化效應究竟是什麼？或許是青少年本身性別認同曖昧的投射？但是也有人說這造成青少年一窩蜂的模仿抄襲，但是這種批評卻看不到很多跨性別者以視覺系來偷渡自我身分或自我正當化。

有人或許認為，一個政治力量與資本力量都很龐大的促銷活動，將會使該文化產品的意義完全符合生產者的意圖。但是事實上，即使是強勢的、極權國家支持的流行文化產品也必須經過主動消費的協商（negotiation）或妥協過程。例如曾流行於中國的「血染的風采」一歌，既表達了愛國主義的意含（因而滿足國家的宣傳需要），但也讓人民表達了對中越戰爭的悲傷哀痛（因而滿足了人民的反戰情感）。

再者，從商品的成功賺錢與否、廣告的動人與否等來衡量其社會效應與文化意義，顯然是不相干的：因為商品可以象徵地或符號地被擁有（無須購買），被不斷挪用（不是只使用一次），這些都和成本或利潤無關。例如，台灣泛亞手機一系列勾動外遇的廣告電影之文化效應，和這個手機的市場成敗是兩回事。同樣的，周星馳的《東

／西遊記（大話西遊）》賣座慘敗，但這部電影作為被消費的文化產品，卻產生無法預估的次文化效應與龐大影迷。

歷來對影迷、歌迷、Hello Kitty迷等等「迷」（fandom）的刻板印象，都是把她們當成完全失去理性而被業者或偶像操縱的一群人，尤其是因為「迷」代表一種不能自己的行徑，所以更被視為沒有自主能動性。但是文化研究也顯示這種刻板印象的錯誤：迷哥迷姐們不但團結力量大，可以影響業者與偶像，而且還可以藉著許多種不同方式來重新改寫原本文化產品（如電視節目）的意義（Jenkins）。此外，由於網路的發展，各種「迷」與次文化認同更容易聚集、影響、改造原有文化商品的意義：不論是電視節目、電影、羅曼史小說、電子音樂或Rave派對、流行音樂、偶像、星座等等網路討論與交換，都呈現迷哥迷姐們自我建構意義的景況，原來的生產者並不能控制這些派生或新生的意義與文化，反而有時會被「迷」（台灣稱「粉絲」）的回應和活動所左右。

近年來的科技發展使得操弄影像的技術門檻降低了，人們可以自行創作影像音樂等，也可以「實體的」二度創作現成的文化產品（青少年的MAD次文化則更自我標榜「二度創作」），例如擷取現成的電影片段、影像音樂等等，加以改造改編。例如，大陸的地下光碟將電影《臥虎藏龍》重新配音，日本右翼漫畫家小林善紀的《台灣論》被改寫成具有性／別歧視意味的對白，而網路更便利了另類文化產品的流通等等。不論這些挪用改造是否為了諧擬或其他目的，左派都應該捍衛其自由變造及流通的權利，抗衡無限上綱的「智慧財產權」。畢竟，這些發展都將是次文化社運更進一步發達與介入挪用主流娛樂工業的機會。

凡此總總都在說明，一般左翼或流行的媒體批判都沒有掌握到青少年通俗次文化的複雜權力操作、多樣社會效應與可能抗爭意

義，特別是由於各種主流的建制並不是彼此一致而無衝突，這些內在的衝突與社會矛盾反而有可能促進主體的反思（*reflexivity*自折回應）與能動性。事實上，現代制度與個體都愈趨知識資訊飽和的反思性，個體所面對的往往不是缺乏選擇或機會，而是被選擇所淹沒、卻又無能近用最有利的機會。在權力操作方式轉變、強制性減少的情況下，社會運動在政治－論述策略上，與其繼續以「自主性」來質疑消費與通俗文化內的行動者，倒不如積極介入與挪用消費與通俗文化，來使行動者得力壯大。

十九、左派必須轉向主體

可是傳統左派為什麼不能接受這樣的政治－論述策略？這可能有很多原因，此處我只談一點。

在傳統左派的看法裡，資本主義的優越性只在於其強大的生產力，但是這個生產力的解放與發展會受到資本主義生產關係的限制，故而其生產力水平只能達到某個最高極限，接著就只能帶給人類災難（如經濟危機的循環、長期景氣衰退、失業、浪費、社會不平等、軍備競賽等等）。相較之下，社會主義的生產關係卻能夠比資本主義更進一步能解放生產力，故而這是社會主義革命的契機。

以上這個傳統左派的分析只聚焦於經濟生產的領域，我認為這是不夠的。因為這忽略了資本主義在文化領域內的解放力。特別是在二次大戰以後，資本主義在民族國家、政治、勞動市場與雇傭、教育、管理、全球通訊傳播與金融、貿易等「結構的轉變」之同時，進而也開始改變更基本的社會構成關係，也就是「主體的轉變」，亦即，家庭、人際關係、性／別、倫理、文明禮貌、童年、人性（情感）、道德、身體、公私領域區分等「主體建制」的改變。在後者所屬的文化領域與私領域，我們看到了資本主義巨大的解放潛能（註12）。

過去社會主義國家（官方左派）有興趣的只是官方文化或國族文化，但是1980年代末蘇聯與東歐的人民卻被消費社會所吸引，也加速了社會主義國家的瓦解。至於一般左派則總是假設資本主義社會的消費主義與通俗文化是反動的，資本主義除了解放生產力之外沒什麼其他好處，故而資本主義所帶給文化領域的改變也都不會是什麼好東西。易言之，左派不但反對資本主義生產關係（勞資權力關係），也不看好資本主義的商品（使用價值與符號價值）與消費之影響。我認為左派在此完全缺乏深入分析，因此對於我所謂的「主體的轉變」很容易持負面看法，認為資本主義帶來的是人性扭曲、人際冷漠物化低俗縱慾功利等等，因而墮入感傷懷鄉田園詩的人際關係與主體。

文化與社會價值領域的鬥爭（主體的解放）和全球化等結構的轉變，如何相關與如何介入，都是進步的社會運動所必須面對的新課題。

二十、青春睿智和寫長文之間的關係

我寫這篇長文的目的，其實不是為了回應什麼文章，而是不忍再看到已經在思考問題的年輕人受到空腦的「批判大搨咒」影響而日趨愚笨化，只能不斷想像群眾（甚至自己）是「體制結構的受害者」。這種輕鬆不費力的古舊想像有時替懶人找到無能為力的藉口，有時替妒恨者正當化法西斯或歇斯底里的行徑，有時促使人將戰場放在國家、法律、公民社會等中心地區，以及管理／決策／規範等「向上提升」的位置（亦即，從制度面——從上而下地改造群眾），而不是「向下沈淪」地在通俗文化與商業體制之內充滿想像／愉悅／慾望、為主體培力的邊緣戰鬥。這篇長文因此要丟出一些新的思考資源與論述，提示人們尋找新的抗爭路徑。

關於青少年通俗文化的左翼政治，還有許多議題我沒有寫到，

可以深入的面向實在太多了，但是文章長只能長到一個地步，寫作者只能寫到一個地方。之後，就是讀者通行無阻的地帶，讀者開始寫作的地平線。以此與大家共勉。

——原載於2001年2月28日《左翼》第16號；2001年3月31日第17號。

（原文首次刊出時有些文字脫落，此次均已改正，還有少許文字的修飾和更動）

——本書在付印時，由年輕人推動的「反對假分級制度聯盟」正在為社會自由而努力。此運動所涉及的諸多動力則可由本文一些論點來解釋

註釋

1.	反性派	性保守派
		激進—文化女性主義派
		後現代的新保守派
	性自由派	自由主義派
		自由至上派
	性激進派	性解放派
		後現代的激進派

2. 有關這方面，下面這篇文章有很初步的整理。張玉芬，〈台灣青少年的發明——法律、學校與年齡政治〉，「2000新生代論文研討會」，台灣社會研究季刊主辦，2000年6月11日。有關西方的青年的社會形象與地位之轉變，例如19世紀開始青年社會形象的提升（希望與發展的象徵），青年政治運動的勃發（1830年代的青年美國，馬志尼的青年義大利運動，或者Young Turks——現在已經變成一個典故用語），還有，中世紀青年與現代青年之對比，均可參看Bryan S. Turner, *Medical Power and Social Knowledge*, second edition (London: Sage, 1995). 119, 122.

3. 奇怪的是，文化研究在台灣至少也有十年以上的歷史，可是為什麼這些主流批評能大刺刺地忽視文化研究的取向呢？這些主流媒體批評的簡化觀點難道就不怕文化研究的學生的訕笑嗎？我認為這之中有兩個關鍵。第一，文化研究在台灣還是比較學院化，而由於運動性與尖銳性很難見容於學術（例如學問功力第一流的趙剛卻在升等時被否定。像本文這樣的文章不能作為學術積累晉升之用，只是浪費研究時間），因此文化研究的批判火力根本沒有充分發揮，而且，研究文化研究，未必就是從文化研究（新葛蘭西傳統）來做研究。第二，文化研究並沒有在台灣一般非學院知識份子圈中廣泛擴散，也沒有在一代代年輕學子間流傳生根，故而文化研究取向尚未成為常識；相反的，由於缺乏一個強而有力的文化研究社群時時對各種文化現象以及本身的相應論述進行尖銳的辯證分析和批判，以形成文化研究深化和細緻化的基礎，因此還有人以為只要口唸「商品化、物化、消費主義、結構限制……」等大掰究，就是在進行文化研究的「批判」工作了。

2004年後記：本文原來發表於2001年2月與3月，自2001年4月起，台灣文化研究學會開始定期舉辦「文化批判論壇」，並且建立網站積極擴張影響，經常介入現實文化現象。因此本註腳已經有些不符事實了。

4. 根據馬克思，生產關係與生產力的矛盾乃是資本主義社會的下層經濟結構之矛盾，這個矛盾是否會反映或如何能反映到文化領域，是一個和此處我的論點不甚相干的問題。我只是要指出：**如果文化領域內存在著矛盾，那麼文化領域便不可能簡單地保證經濟結構的再生產**，除非有人能說明為什麼矛盾所包含的不同傾向都能夠達到同一結果（亦即，文化領域的矛盾，不論鬥爭結果為何，都不會真正影響到經濟結構的再生產）。
5. Bell把社會分成三個領域，技術－經濟結構（社會結構）、政治、文化（10）。但是這三個領域無法彼此配合，是造成資本主義矛盾的主要原因。文化與技術－經濟結構之所以會在當前形成衝突，乃是因為資本主義的基礎——新教工作倫理——被腐蝕：這一方面是因為資本主義內部的發展，也就是大量消費所造成，而大量消費乃是由大量生產、市場行銷、分期付款與信用而來（66），分期付款與信用可以使人不必禁慾或延遲享樂——儲蓄與禁慾則是新教倫理的重點。另一方面，Bell認為新教工作倫理被享樂文化腐蝕，乃源自現代主義文藝。現代主義文藝之所以能顛覆布爾喬亞階級傳統生活原則，是因為現代主義不再模仿現實（110），不再有美學距離，而是強調反智、反理性與個人本能的表達（84）：前衛、求新、叛逆、不斷超越、否定一切舊風格等

都是其特色，而這些都有顛覆傳統的作用。把現代主義的邏輯推到極致，便有Bell所謂「後現代主義」的出現（51），因為現代主義的創造力已經透支殆盡了——Bell指出現代主義原想攪擾與震驚現狀，1890到1930年是其探索與實驗的高峰；但是日久之後，其攪擾與震驚效果就日漸減弱，反叛資產階級的衝動變成了主流並且被制度化，前衛實驗的形式於是成了廣告與設計的符號學（20）。Bell還認為，傳統的現代主義無論多麼大膽，仍然侷限在藝術領域內，不論妖魔或謀殺，其狂想仍然是透過美學形式的原則來表達，結果藝術雖然顛覆社會，但是仍然加入秩序與理性的形式的那一邊（雖然只是隱含的，而且不是在內容上理性）。相較之下，後現代主義則氾濫或溢出了藝術的容器，把邊界摧毀了，並且堅持將後現代主義「走出去」到藝術以外的其他領域或日常生活中。來自現代主義與波希米亞次文化的後現代主義充斥於日常生活的通俗文化與1960年代激進政治的反文化中，其基調就是表達個人與本能的享樂主義。順便一提的是，Bell對於社會現代化與現代主義文藝的分裂的解釋，和哈伯馬斯不同；後者認為這種分裂乃是來自經濟與行政管理的理性不斷穿透生活世界後的防禦性反應。

6. 傳統還有一種「人民內部的矛盾 vs. 敵我外部的矛盾」的區分說法，這其實也是假設了有一種簡單的矛盾可以區分出「敵／我」，可以指認出誰屬於人民內部。在台灣1990年代初期的人民民主論述時，我就曾在《台灣的新反對運動》一書中批判過這個區分說法。
7. Goffman說「實在世界其實是一場婚禮」，也是同樣意思。
8. 正如張玉芬所說的一個例子：成人以為吳宗憲的低級笑話與其代表的人生態度帶壞了乖小孩，但是其實這些笑話與態度早就在青少年之間流傳，反而是吳宗憲挪用了青少年在各種場域中流通的自創素材。在我看來，吳宗憲所做的，主要是讓能講這類笑話的壞小孩在同儕競爭中贏過乖小孩，故而乖小孩的父母必須阻止吳宗憲為壞小孩培力。
9. 正像《資本論》一書所帶來的愉悅、意義與文化影響，並不是止於購買者買到書的那一刻（那一刻也許會帶來愉悅——買到減價的，意義——我終於也可算是左派了，文化影響——文化工業新近策劃的左派商品大展促銷成功等等。但是顯然一個左派次文化也可以從人們消費《資本論》開始）。
10. 關於台灣的國族文化與高等文化的區分和關係，可參看葉富國，〈「假台灣人」專輯說明及書目〉，《島嶼邊緣》，第八期，1993年。http://intermargins.net/intermargins/IsleMargin/alter_native/index.htm

11. 甯應斌，〈政客性道德與國家的理性化〉，《性／別研究》5&6期合刊，「性侵害性騷擾之性解放」專號，中央大學性／別研究室出版，1999年6月，444-454。http://intermargins.net/repression/sexwork/activity/ning.html
12. Habermas也注意到國家為了解決晚期資本主義的經濟危機，而干預介入社會文化領域，也因此改變了主體的動力意願（motivation）；但是Habermas比較強調由此引發的正當化危機與動力意願危機。在Habermas看來，國家與商業權力進入文化與私領域乃是「生活世界的殖民化」，而不具有任何進一步解放的潛能。

引用書目

- Bell, Daniel. *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York: Basic Books, 1976, 1978.
- Bocock, Robert. *Consumption*. London: Routledge, 1993.
- Bradley, Harriet. *Fractured Identities: Changing Patterns of Inequality*. Oxford: Blackwell, 1996.
- Dikötter, Frank. *Sex, Culture and Modernity in China*. Honolulu, Hawaii: University of Hawaii, 1995.
- Featherstone, Mike. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage, 1991.
- Ferguson, Marjorie and Peter Golding, eds. *Cultural Studies in Question*. London: Sage, 1997.
- Fiske, John. *Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman, 1989.
- Habermas, Jürgen. *Legitimation Crisis*. Boston: Beacon Press, 1975.
- Haraway, Donna J. "A Cyborg Manifesto." *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. New York: Routledge, 1991. 149-181.
- Hebdige, Dick. *Hiding in the Light*. New York: Routledge, 1988.
- . *Subculture: The Meaning of Style*. New York: Methuen, 1979.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers*. New York: Routledge, 1992.
- McRobbie, Angela. *Postmodernism and Popular Culture*. London: Routledge, 1994.
- Nava, Mica. *Changing Cultures: Feminism, Youth and Consumerism*. London: Sage, 1992.

Slater, Don. *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge, U.K.: Polity, 1997.

Stephens, Julie. *Anti-Disciplinary Protest: Sixties Radicalism and Postmodernism*. Cambridge, UK: Cambridge UP, 1998.

Storey, John. *An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture*. Second Edition. London: Prentice Hall/Harvester Wheatsheaf, 1993, 1997.

Willis, Paul. *Common Culture*. Milton Keynes: Open University Press, 1990.