

前言

本章共分為四節：1. 〈女人與媒體〉探討報紙的婦女版、婦女雜誌、電視女人節目與婦女意識的關係，還有媒體利用女體的問題。

2. 〈女人與外表〉探討婦女外表語言的意義，集中於化粧、吸煙、服裝三者。

3. 〈女人與男人〉則分別探討家庭暴力（〈被丈夫毆打的女人〉）、台灣女人審美意識被西方男人的審美標準左右（〈健美小姐與選美〉）、男主外女主內（〈家庭主夫之驕〉）、大男人主義心理（〈他，為什麼反對婦女解放〉）。

4. 〈女人與權利〉則討論女人在工作及離婚兩方面常見的歧視狀況。結尾則以「我們都是女人」來表示婦女團結之意。

1. 女人與媒體

報紙雜誌篇

本文所分析的主要對象雖是報紙上的婦女版，但批判的範圍也包含了一般的婦女雜誌，及婦女廣播電視節目。這一兩年，媒體中婦女節目或婦女版除了本文所分析描述的內容之外，還有一些新的變化，我將在下兩篇文章〈女人國的新共識〉及〈他為什麼怕「女人女人」〉繼續探討補充本文的話題。

女人的鴉片煙——細讀「婦女版」

每天打開報紙，有人詳讀國內外軍機大事，有人猛啃體育新聞，有人沉緬於武俠小說之中，有人則翻找彩色的影劇版看看影歌星們又捲入了什麼感情糾紛。一份報紙的十幾個版面各依不同的內容分類，配合讀者不同的興趣，但是其中有一個版面卻是按讀者的性別來設計的，那便是

所謂的「婦女版」，其訴求的讀者群是女性，連為婦女版寫文章的作者群也絕大多數是女性。

首先引起我們注意的是，沒有一個報紙有「男士版」，專為男性們解決日常生活中的困擾，或提供消遣性的閱讀，但是幾乎每一個大報都有專為婦女所設的「婦女版」。為什麼會有這樣的情形？是不是在這個性別歧視的社會中，做為傳播意識形態工具的報紙，果真一反常態地為女性福利「好心的」提供服務？且讓我們對「婦女版」的內容加以仔細探討，以了解其背後隱含的意識形態吧！

女人存在的意義由男人世界決定

通常婦女版也稱「家庭版」，單單就這兩個名稱的互通性，便可以看出它的基本觀念——女人與家庭是一體的，不可分的，女人的世界便是家庭。

婦女版的內容一般來說有兩大類：實際生活指南方面包含的範圍很廣，由最起碼的食譜、化粧術、家事心得、室內佈置，到教育子女的方式都在其內，為未婚女性預備的是一如何判斷你的男友是哪一種男人」及「怎麼知道他愛不愛你」，已婚女性則有各行各家提供的內線消息，以「挽住丈夫的心」及「教三歲至五歲的孩童識字」；基本上來說，這些指南的目標在教導女性如何成為及做好家庭主婦。

婦女版的另一大類內容則以軟性的散文及短篇故事為主，主題不外是對童年的回憶、慈母（父）頌、感情領域中的經驗、「我的老公」等等，幾乎是純感性的吐露；少理性分析或新知識的引介（與家務有關的除外）；總而言之，這些軟性文章的安排顯示了編者對讀者的預估及期望——女性生活中以感性為重，嚴肅性、知識性的主題是不屬於婦女版的。

婦女版的內容及編排很清楚地反映出性別歧視社會的典型意識形態——女人是為男人存在的，是所謂的邊緣人。女人講究化粧、美容、儀態，是為了吸引男人選擇她為成家的伴侶；女人學各式各樣的菜譜，更換家中的佈置，把家中整理得井井有條，不為別的，是為了使男人沒有「後顧之憂」，可以專心事業發展，而在感恩之餘，不尋求外遇，以免危及女人的「終身依靠」。

就連女人的感性世界也是由親情、愛情、童年、子女為重心，完全沒有考慮到自身的潛能和發展，或自己做為一個完整的人所應有的成長權利。在婦女版常見的一些文章雖描述女性內心的某些掙扎與覺醒，但結論卻多半是要女人以家庭為重、事業為輕，或女人應以婚姻第一，個人感情次要。這一切的訊息都在告訴女人：她的世界建基在男人的世界上，她存在的意義也因此以是能否在男性生活中掙一席「有用」之地為決定原則。

「犧牲自我」是女性最崇高的美德

為這些壓抑女性自我的意識形態推波助瀾的，則是婦女版上常見的一些理想化或「常識型」的說法：「每一個偉大的男人背後都有一個女人」，因此女人在男人背後的支撐力是神奇的、可貴的，即使必須犧牲自身的可能發展，為了愛，那也是值得的。「男人是女人生命的全部，女人只是男人生命的一部分」，因此要為自己在男人生命中可以占得的一席之地知足，全心全意為自己的男人，要抹煞自我，為他犧牲，為他而活。

總而言之，「犧牲自我」是女性最崇高的美德。在這些「崇高理想」和「人生真理」的薰陶之下，女人不但接受男人分配給她的邊緣從屬地位，並且甘之若飴，引以為傲，正如基督教所謂「她的十字架就成了她的榮耀」。問題是：如果為愛犧牲是偉大的，為什麼男人從不考慮為女人犧牲，做女人背後的支柱？在這裡的主客地位區別是顯而易見的。

女人的附庸地位還可以由婦女版的其他部分看出端倪來。婦女版中常有人提供建議，幫助女人討丈夫的歡心，說是不要做黃臉婆，應常注意儀態，以吸引丈夫的注意；做好吃的菜，抓住丈夫的肚皮便抓住了他的心。但在任何版面中從沒有出現過文章，教導男人如何注意自己的外表，以免太太厭倦而紅杏出牆，或教男人如何挽住太太的心。在這裡隱含的訊息是：女人一旦結了婚

便篤定了，只能努力抓住長期飯票，而男人則是獨立自主，自給自足的，不需要考慮女人的需要，由此可見男女之間的主從關係。

婦女版中，針對未婚女性興趣的文章，多半以內行人的口吻分析男人為某幾類，試圖教導女性如何辨別男人誠意的真假，以及某種男人做為婚姻對象之利弊，同類型的文章卻從未在男性讀者的領域中出現過。這很明白的顯示，男人的世界對女人來說是神秘而不可知的，女人只能仰視而不敢奢望完全了解，因此才需要過來人的指點，反過來說，女人的世界對男人來說是一眼看穿，膚淺瑣碎的，反正她們的世界中以吃穿及結婚為主，再加上這社會裡的一切政經法律及道德規範都對男性有利，造成男性奇貨可居，即使對女性一無所知，仍然找得到老婆，何必多花費心機？男女兩個世界的優劣高下在此立刻可見。

婦女版的另一特色是有相術算命之類的文章，似乎女人必須有這些「外力」之助，才能比較有信心應付眼前的現實與不可知的未來，女人由於經濟上的弱勢和意識形態灌輸軟弱觀念，而產生的缺乏自信及無力無助感由此可見一斑。

婦女版是女人的鴉片煙

總之，婦女版提供給女性的訊息是：女人是弱者，她所面對的是一個高深不可測、充滿困難和

危險的男性世界，而她本身必須犧牲自我，刻意塑造造成討男性歡心的形象，才有可能靠著男性的力量，在他的世界中謀得一席寄居之地。

按道理來說，女人和男人一樣是人，他們分享同一現實，因此應同樣地有能力主宰他們所處的整個世界；但是事實上在我們的社會裡，女人的世界和男人的世界是分開的，截然不同的，「男主人，女主內」。女人的世界因此是侷限在家庭中的，她與整個社會的權力結構脫節，與時代的脈動、歷史的洪流無關，這基本上是一種壓迫，只不過被主宰集團的意識形態工作掩蓋了而已，而現實世界中的這種壓迫，正反映在婦女版的軟性文章及其他內容中。換句話說，婦女版反映出女性是生存在一個與現實權力世界隔絕的虛幻世界中。

因此，女人看婦女版時看見的是，沒有政治、經濟、社會的現實，只有回顧過去童年的經驗，思念親情的溫暖，憧憬或緬懷愛情的滋味，描述家庭生活的甘苦，及她的角色中包含的各種瑣碎家務，社會要她以為這就是她的世界的全部內容了，要她以為她應該理所當然地不管政經現實而專心家務；不但如此，雖然她的世界侷限在整個人類世界的一小部分內，與決策的權力結構隔開，她周遭的意識形態卻告訴她，那才是人類世界中最偉大的一部分——愛和犧牲，要她在那幻覺的偉大中繼續為別人（男人）服務，抹煞自我。這個意識形態告訴她，她那「偉大」的領域是超越現實的，是不受時間空間影響的，乃屬於永恆的價值。

它更間接的告訴女人，她所能控制的世界存在於玄虛的境界中，是另一種天國，而婦女版的內容正刻劃出這想像的「偉大」世界及女人身處其中的「偉大」使命與成就。就這個角度來看，婦女版是女人的鴉片煙，它使女人像吃了迷幻藥似的，在虛幻世界中因自命作了偉大犧牲及貢獻而耽溺於病態的滿足。

女性不必有深入思考或分析的能力？

但是，由另一個角度來看，婦女的軟性文章同時也是對男性為主的世界所作的輕聲抗議。女人在婦女版中表達的嘆息及情感昇華，正是她們在與現實權力世界隔絕後的唯一抗議方式，藉著這個被設計來塑造和壓迫女性的工具表達她們的痛苦與自慰。婦女建造的虛幻世界中的成就感固然是女人唯一的——即使是虛幻的——安慰，但婦女版中的苦難呻吟，正是在現實生活中女人所受苦難的反映。婦女版的世界是瑣碎的，侷限的，正因為婦女的現實生活是瑣碎的，侷限的。

可惜的是，這種消極的抗議只不過把女人陷在更深的泥淖中，因自憐、自滿、或「知足」而沒有更積極的驅除這個虛幻的世界，向男性至上的社會制度挑戰。

當然有時婦女版亦表現出某一程度的前進性，偶爾也介紹婦女就業的情況、各國婦女運動的近況、成功的婦女典型等等，可是很多這類文章的前進性只是表面的、不實際的與有限度的。對

婦女就業及各種運動的報導多半著重不關痛癢的統計數字及描述，而沒有提供挑戰或批判性的分析，讀者看完了這些蜻蜓點水式的文章，只不過得到一些統計數字，或平鋪直敘的「客觀知識」，卻不能把主體捲入情境加以反省和思考，這當然又顯示出為女性寫作的作者的預期——女性不必（或者根本不能）作深入的思考或分析，更不用提自省式的批判、制度性的詰難等，只消給女人一些起碼的新知，讓她們「文化美容」一番就好了。

對成功婦女典型的報導則多半顯示她們如何「家庭與事業兼顧」，好像家庭是女人本份的職責，若能事業上有成，實屬難能可貴。若是女人在事業上有成，但因此未盡家庭之責或造成家庭不和甚至破碎，她便不能作為榜樣；我們只要比較介紹傑出男性和傑出女性的文章就可以看出其中的雙重標準。總之，婦女版的前進性多半是小腳放大式的，徒有前進的外貌，而無前進的實際。

社會結構不變革，婦女歧視不可能消滅

由以上的敘述，我們可以看出婦女版所含的意識形態。基本上來說，它是缺乏反省的，為性別歧視社會服務的，是壓迫女性的工具。

作為對現實的反映及抗議，婦女版的存在是必然的。在造成「婦女版」的現實歷史條件沒有改變以前，婦女版必然會擔負著一定的歷史功用及角色，因此，我們應該用歷史的、同情的態度

對待婦女版的存在；也因為如此，新女性主義者的急切問題，絕不是婦女版的存廢，而是如何把婦女版轉化，成為女性謀求真正福利與權利，前進的、批判的、自省的媒介。更進一步說，婦女版內容的革命固然刻不容緩，重要的是，我們必須認清，正本清源之道還在於現實世界的變革；不廢去歧視婦女的現實世界，婦女版的歧視就不可能消滅。

電視篇

女人國的新共識——「女人老實說」

婦女節目的今昔

針對婦女而設計的電視節目從來就有，但是早期的婦女節目和報紙家庭版一樣，多以實用性的家務知識、健康保養、服飾等等為主，預設的觀眾是期望家庭和自己都看來體面而舒適的主婦們。

可是在「女人女人」這類新型婦女節目中，傳統婦女節目的大部分主題，不是消失就是成為

廣告——各式各樣的商品保證簡化甚至解決這些「體面」的問題。新的婦女節目有新的關切，也預設了新的婦女形象：當今婦女最需要的知識，不是實際操作家務或裝扮自己的方法，而是人際關係中的婦女定位及價值選擇，並且這個人際關係網已遠超過家庭的範圍，更延伸至工作崗位、社會公眾等等。

儘管不論新舊的婦女節目都排除了政治、經濟等傳統上屬於男人的主題，但是新節目所預設的婦女角色，是在公共領域中有行動力的女性，她們的人際運作和行為抉擇，會直接地介入新社會的順利發展。

新型婦女節目的存在並不止於提供新的娛樂，它還有更重要的功能。什麼功能呢？

在工商業掛帥、高度都市化的社會中，原本頗有同質性的婦女角色也開始分化，在新的角色位置安排中，城鄉婦女間的差距、職業婦女與家庭主婦之區別、智識女性與文盲婦女的隔閡、貧富婦女之間的距離都不斷的擴大，婦女的生活經驗、價值認定、和利益關切也開始多元發展。在這種多樣化的婦女現實中，過去以農業封建父權時代婦女的一致性角色和經驗為本的價值觀、自我形象、行為準則都不再合乎所用。

因此，在這個過渡的時刻，不但新社會位置安排中的女性在尋求新方向、新倫理、新自信，以配合新社會關係來裝備自己、肯定自己，就連既存的權力集團也必須主動提供新價值觀與新規

範，一方面塑造新女性來配合新生產模式的需求，另一方面也預防並疏導社會變遷中，「新女性」可能帶來的衝擊。

從這個角度來看，新型婦女節目（如「女人女人」）是因應現代社會女性地位與角色變遷、傳統價值與道德失效，而產生的。這些節目不但是社會轉型過渡期的癥候之一，也同時是社會維持穩定的應變藥方之一。

壓抑女性社群的差異性與多樣性

新的社會趨向既然以民主自由為其基石，好解開傳統的束縛，釋放出婦女的勞動力，那麼在營造新的女性共識時也就必須（至少在表面上）以民主的、公開的、客觀的方式來進行，這便造就了「女人女人」節目中「女人老實說」單元的形象（該節目的其他單元基本上不脫綜藝節目訪問名人專家的窠臼）。

「女人老實說」有龐大的四十八位來賓，個別以手中的電子操縱器，就每個題目提供的四個答案圈選最合己意的一個，經過電腦公司小姐統計後顯現的投票結果不但看來「切實反映民意」，同時也可以宣稱有一定程度的公信力。如果來賓願意，她們還可以發言闡明自己的抉擇，或積極主動的與特別來賓們對談辯論。在這些民主的過程中產生的「共識」應該可以被人信服。

然而，這個看來多元民主而又客觀開放的共識產生過程卻淡化了三個重要的事實。

第一，「女人老實說」的龐大現場觀眾群誇大了參加者的多樣性，掩蓋了她們的高度同質性。名為四十八位個體，但是節目開始時，各隊來賓集體呼喊的公司單位宣傳口號，暴露了她們的相似背景，她們衣飾上的同一（制服）性更明顯地戳穿多元的假相；於是「女人老實說」單元中的音質雖不相同，聲音卻只有一個：那是都會女性的、職業女性的、中產女性的、主流女性的。女性社群中的差異性和多樣性在此形式中完全被壓抑。

第二，單元名為「女人」老實說，在進行過程中突顯這四十八個主體的「女人」身份，而抹煞了這些主體之其他身份可能對其選擇答案的潛在影響。換句話說，單元的安排呼召了主體來有意識地承擔「女性」的社會位置，並呈現其結果為「女人」老實說，但是這整個過程中，「女人」只是一個塑造出來的複雜但抽象的概念，她是在犧牲了主體的其他價值選擇及利益傾向的條件下誕生的；因此，觀眾被引導去熱烈討論「女人」的答案選擇，而壓抑了這些「女人」同時還可能是同性戀者、國民黨忠實黨員、曾被強姦過的人、購物狂、性冷感、佛教徒等等。

共識往往壓抑了不同群體的聲音

第三，「女人老實說」單元的架構先天地限制了意見表達的可能範疇，因而預先建構了共識基

礎。真正的多元開放，探討共識，絕非針對一些抽離了現實變數的抽象題目進行四選一的遊戲，也絕不能容許主持人掌有發言權和詮釋權（和剪接權）以控制論述、限制聯想。這些重重的篩選正是為了保障「中間路線」的民意得以突顯，為了排除論述中可能爆發的差異性。就算有少數來賓拒絕圈選不合意的答案，或者特別來賓顛倒三角錐的指示牌，但是在統計數字的多寡立見和最終統計分的優勝感言中，一切的反對、一切的差異都不被計算了。

當差異性被有意的壓抑而未得表達或突顯時，「女人作為一個整體的塑造過程」中，很可能隱藏著一些危險的權力關係，那麼真正平等合作關係——女人國的真共識——又怎麼可能呢？

由以上的討論我們可以看到，主宰女人國的新「共識」正藉著最普及、最全民的電視媒體向眾多女人呼喚，召集她們來承擔新人際關係網中的位置，這個位置及其伴隨的價值觀和行為準則，名為「全民的」（由「客觀公正」的過程中展現的）、「女人」老實說的，但是事實上卻只代表其中某些階層、某些群體的立場與利益，其他的聲音即使找到缺口出現，卻也只在「多數」、「共識」的壓力下成為異常的、少數的、不合潮流的。

面對著這麼一個運作自如的共識機器，女性主義者又如何自處呢？首先她們要意識到，這種節目並非全然壓迫女人的，它自身也會為女人提供一些可能性，比方說，這種節目的對談方式可以提供女性練習思辯論述的機會，也可以在討論中揭露某些立場背後的價值判斷，拉下崇高理念

的假面具，更為廣大女性觀眾提供溝通的題目和場合。女性如何使用並顛覆這種節目是個值得討論的題目。

其次，這類節目的風行是意識形態戰場上的新局勢。以台灣的社會狀況論，單單空談女性主義的遠大理想，恐怕不如就事論事的實際生活運作來得有力有效，由抽象指標所衍生的女性策略，在複雜的現實中往往達不到預期的目標，反而僵化成為「大女人」或空洞的口號，就現代女人所遭遇的各種個別情境，女性主義者需要製造更多的、差異的論述來和主流（男性為主的）文化抗衡。更重要的是，各弱勢女性族群須更明白地認定自身的觀點、立場、和利益，挑戰主流媒體所塑造的新女性共識，甚至質疑主流女性社群所設立的戰略目標及手段。唯其如此，非都會的、非中產的、非主流的女性利益才不會在「遠大目標」下成為犧牲品。

他為什麼怕「女人女人」

她為什麼愛看「女人女人」

一般來說，女性比男性更願意看這類節目。很重要的原因，當然是因為它們提供了管道，讓

女性接觸到一些由於生活隔絕而無法獲得的資訊。透過婦女電視節目所提供的心理測驗題、兩性意見調查分析、兩性性行為的面面觀等等，女性可以衡量自身應採取哪些行動，以確保個人在婚姻市場中的優勢，或鞏固已經建立的婚姻合約生活；也可以藉著觀察其他女人的言論與價值觀，來調整自身腳步，突顯個人特色，強化競爭力。（男性顯然不需要也沒興趣了解這類資訊，他們在兩性關係中的主導地位是無庸置疑的。）

由於預設的觀眾群是女性，訪談節目的設計也特別針對（這個性別歧視社會所生產出來的）「女性特質」。首先，節目以親切的、話家常的方式，還不時加一些輕鬆的瞎掰來進行訪談，以配合女性軟性、不尖銳對立的傾向。所邀請的特別來賓不是演藝人員，就是文教人士，都是一般女性本來在資訊管道中便比較熟悉的人物，連最激烈的政治人物在節目中出現時也必須放下政治，而搖身一變，成為好丈夫好爸爸之流。這些安排顯然認定了女性的一般口味、興趣及關懷是軟性的、有人情味的、非「國家大事」的，而這也反過來強化了女性的自我認同。

在我們社會的性別區隔之下，女性訪談節目的議題絕不能是政治、經濟、社會問題等等通常專屬男性的範疇，這些話題要是出現也必得轉化到個人層面上才行（「什麼社會現象最讓你憂心？」），因此議題一定要圍繞著日常生活的、個人抉擇的、人際關係的狀況來策劃，唯其如此，女性來賓才會覺得信心十足地「我有話要說」，女性觀眾才能感受到參與的空間。

不但如此，這些議題的呈現總是片段的、零散的，題項之間絕無銜接或關聯（據說女性的思考方式是跳接的），不像新聞雜誌或時事座談等訴求男性觀眾的節目，多是持續性地在同一主題上作來回的尖銳辯論；女性訪談節目即使有時看來有主題，但討論的方式與進行過程從不會扣緊主題，而是東扯西拉，閒聊閒話，某方即便偶爾丟出一兩個論證，對方也不會追問下去。反正，（據說）女性大多不適應持續的、系統的思辨，節目只要有討論之名和娛樂之實就吸引女性了。

談話節目的這些做法一方面反映了女性的生活世界，一方面卻也反過來繼續塑造這個世界；節目中的鏡像印證了女性的實際經驗，也提供了語言及感受來框架女性的認知。像這樣生生不息的熟悉感與趣味性，也難怪那麼多女性愛看這類的電視節目了。

他為什麼怕「女人女人」

相較於女性對「女人女人」之類訪談節目的高度興趣，許多男性對這類節目十分「感冒」，有些丈夫甚至禁止妻子看這種電視節目，而更多的男性拒絕和女友或妻子討論節目中提出來的論點或議題，說是會引起爭吵甚至導致離婚。

「丈夫不准妻子看某個節目」本身便暴露了男女之間的權力關係。資訊管道的主控權操在丈夫手上，他可以用家務、子女課業等理由來使妻子「無暇」觀看節目，更可以霸佔頻道，用第四

台或「其他更有意義的節目」（如新聞或職棒轉播）來剝奪妻子知的權利。（這種丈夫通常也不允許妻子訂報或雜誌，因為「我在辦公室就有得看，不必浪費。」）這些作為其實只顯示丈夫的信心十分脆弱，他的權威必須建立在他人的無知上，他怕妻子一旦有了知識，便會脫出他的控制，動搖現存的、由丈夫支配的家庭權力架構。

某些丈夫的這種恐懼並非全然過慮。以「女人女人」所傳達的中產、都會、職業婦女的價值觀來看，雖然這些觀點或許壓抑其他女性族群的聲音，輕忽其他女性族群的利益（比方說，「憑能力競爭」就對弱勢、非中產的女性不利），但是，就現階段台灣社會父權依舊掛帥的狀況而言，這些中產職業婦女的自信、獨立價值觀或多或少是進步的，是挑戰男性霸權的，一旦普及到其他階層的女性，藉著討論過程中呈現的各種說詞與論證，很有可能提供抗爭的武器與信心，難怪那些支配型的丈夫要封鎖妻子的資訊來源了。

另外有許多男人避而不看這類節目，以免被要求和妻子或女友討論議題及答案，說穿了，他們也是怕，怕原有的權力關係遭到分析，甚或挑戰。若是丈夫妻子或男女友友按照已經設立好的、傳統規範的權力關係運作，那麼他們之間的權力關係是「自然天成的」、「透明的」、「不必想也沒什麼好說的」；這個權力關係是不會被質疑，不被挑戰的。可是，有些妻子或女友在觀賞節目之餘，還想把議題或答案列入自身的關係中作為討論的項目，或者羨慕並模仿節目中侃侃而談的年輕智

慧女性，這麼一來，許多丈夫及男友就不高興了。因為，只要丈夫或男友容許這些題項作為男女間正當的談話內容，他們也就是容許男女的權力關係接受檢驗與分析，這樣的做法當然對原有的支配關係不利；畢竟，男女雙方站在「對談」、「平等討論」的立足點上反省檢視二人之間的權力關係，這本身就是一件革命性的舉動（這就好像奴隸主和奴隸平等對談奴隸制度的合理性一般具有爆炸性）。男性的最佳政策因此是：不談。

當然，這種談話給那些關係良好，合作而不支配的伴侶，提供了更多談話的材料與彼此調適的機會；可是，對那些本來就有支配性權力關係，相處不好的伴侶來說，這些節目提供的是一面照妖鏡，突顯兩人關係中的弊病。有些男性抱怨這些節目會「導致」夫妻反目或甚至離婚，這實在是高估了電視節目的功效，而大大地低估了自身兩性關係的病情。

他為什麼反對談「性」

談話節目中的兩性話題令某些男人不安，這些節目中有關「性」的單元更令許多人不滿，其中又以保守的、成年的、男性最為感冒。

他們怕電視節目中專家們開明的、合乎醫學專業但不一定配合傳統道德的論點，會腐蝕孩子們（及女性）「應該」具有的絕對主義式道德觀；他們認為性是人類天生自然就會的生理功能，沒

有什麼好說的，不必在電視管道中探討其內涵。那些在性關係和性知識上佔據主導和支配地位的男性——例如在女性的性無知上建立自身強壯男性形象的丈夫或男友、在男女朋友間號稱權威的「性學大師」、報上廣告中無所不醫的性學庸醫、甚至那些廣播傳統性道德的心理輔導人員——這些人都憂慮一旦有科學根據的性知識普及到被性無知支配的大眾時，自己的有利地位會受到影響，不能再維持霸權。總之，過去靠著性神話或性無知而建立起自己的支配地位的人，在遭遇到大眾媒體與醫學專業聯手提供的資訊管道時，都難免感覺岌岌可危、霸權不保了。

廣告篇

色情海報與性的社會控制

牛肉秀場的宣傳海報通常是裸露女體的色情海報。一般批評者常針對色情海報對兒童的影響，以及在這種海報中，女性被商品化（物化）的問題。本文則將對這兩個問題提出檢討。

首先，比起其他媒體對女性商品化的煽風效果來說，色情海報的貢獻是很有限的，這種海報所呈現的內容很明顯的告訴觀眾它在賣什麼，直截了當的訊息反而明確地篩選了會注意它的人（這

個訊息在我們社會中所蘊含的社會意義，在大老遠的地方就已告訴某些人，不要把眼光投向海報的方向）。其次，海報只能貼在街角，不可能每家門口都貼，這種地理上的限制也縮小了它所能及的觀眾群。

反過來看我們所熟悉的大眾媒體，女性商品化的範圍不單限於女性軀體暴露而已，連臉部、手指、頭髮、聲音、表情以及其他和女性相關的一切，皆可作為商品。雜誌的封面、報紙和插畫、無處不在的廣告，甚至每家都有的電視影像中，都在為女性商品化建立理所當然的地位。這些訊息毫無忌憚地在每個家庭的私密空間內不斷重覆播放，接觸到家中的每一個成員，而且由於這種普及性，觀眾對它的戒心也很低。這樣比較起來，色情海報的威力實在太有限了。

其次，談到色情海報對兒童的影響問題。

對兒童來說，色情或非色情的分野是不存在的，這個分野是在兒童社會化的過程中塑造出來的，換句話說，兒童如果開始把「裸女體（照片）」連繫到「色情（海報）／噁心／可恥／不道德」這些反應及觀念上，這其實是從四周成人的態度學習而來的。所以，與其說色情海報影響了兒童，不如說成人對色情海報的態度影響了兒童。當然，這裏的影響是多種的，其中一種和性的社會控制有關。

成人對色情海報的拒斥態度會造成的影響之一，當然便是視裸露女體為「色情／噁心／可恥」

／不道德」，可是女性視自身的裸露為色情，因而掩蓋身體、厭惡與裸體相關的東西，本來便是性控制的手段之一；它要女性蔑視自然的生理需要，告訴女性只有在社會認定的某種框架之內（如婚姻）享受性才是可以容許的，才不是色情。女性不能面對而且接受自己的性（身體），因而繼續成為性壓抑（性壓迫）的受害者，這種後果恐怕不是許多女性主義者所樂見的。

性控制對於社會中的不同人有不同的強度，女人承受的比男人強，中產階層承受的又比其他階層的人強，這種性控制強度的分野（相對於藝術——色情、雅——俗之分野）本來便是維持（上述諸社群）區分的一種方式；色情海報蔓延到公眾的看板上，打破了性控制的階層區隔，使不該受到太多性刺激的人也遭到「污染」（如小孩、婦女），使青少年除了裸體藝術畫之外，又多了一個性幻想材料來源，使中產階層一貫嚴謹的性觀念，因色情海報之入侵而鬆動。這對原有的宰制秩序來說，是一種挑戰，對女性主義試圖推翻男性宰制的目標來說，也未必全然無益。

照這樣說來，色情海報對不同的人（即不同的社會集團）會有不同的影響，這些影響可能利弊互見，那麼女性主義者究竟應該如何對待色情海報呢？

像這樣的問題和「女性主義應該如何對待性開放？」之類問題是一樣的：如果我們假設婦女是一個現成的單一整體，而女性主義要找出最符合婦女「整體」利益之策略，那麼女性主義總是會面對一個兩難的局面；例如，在性開放的例子中，性開放會使得很多無力自主獨立，靠性來交

換生存的女性被男人白白佔便宜；可是另一方面，性的不開放，也對許多婦女造成壓迫的情況。這種兩難的情況，在色情海報的例子中也看的很清楚。

但是這個兩難情況的問題，是一個問題，因為如果我們不再假設婦女是一個現成的整體，有一種預定的（先驗的）整體利益，那麼就沒有女性主義究竟應該採取哪「一」種最適當的策略之問題。易言之，婦女既非現成的一元整體，運動的策略也就不能一元化。因此，每個婦女或婦女團體只能從自己的主體位置，來對色情海報作出反應（例如，組織動員其他婦女去撕海報、和其他團體結盟向政府施壓、寫評論色情海報的文章、或相應不理等等），這種不同主體自發性的反應或抗爭即是構成婦女解放運動的起步。

快感背後——女體與廣告

不久前，一幅展露全裸女體的汽車廣告令許多人側目，同時有不少人批判廣告商與車商把女人當成「玩物」或「性對象」。

女體對男性的誘惑力，在我們這個重重性禁忌控制的社會中向來就有，而男性對機械性商品（如汽機車、無線電、音響等等）的狂熱著迷則是比較近代的事，可是，把女體和男性商品連在一起的做法，到底憑藉了哪些細緻的心理運作，就值得探討了。

就以這幅汽車廣告為例，表面上看來，車商與廣告商向（男）消費者提供保證：「開我們的車就可以享受（如同這全裸女體所提供的）加速快感」；也就是說，這個廣告詞是由女體所帶來的快感轉移到車子上來打動顧客的。可是這個承諾之所以有說服力還牽涉到更複雜的原因。

首先，車商和廣告商所提供的赤裸女體總是完美勻稱，美得令人心動的，而且，她們多半都屬於西洋血統，比中國女人更難征服。事實上，她們也正是一般男人永遠得不到的那種女體，不管她們臉上擺出何種渴望的表情，男人們心中只有幻想而沒有可能。

不但廣告中的個別女體是可望而不可及的，連這女體所標榜的「快感」也不一定實現。面對那麼有誘惑力的女體，男性當然會有「得而快感之」的衝動，但是，潛在的，他卻也害怕自身的快感（高潮）來得太快，這種焦慮正是快感的障礙；再進一步說，模特兒臉上的誘人表情似乎暗示男性的快感也將是她的快感，可是，男性也明白女性的快感會不會來，絕不是他可能控制的。

廣告中女體之不可及、快感之缺乏保障，再放在此刻我們身處的社會變遷中，廣告的商品就顯得更有魅力了。正是因為女性逐步脫出了依賴男性的弱勢地位，女性在工作 and 事業上都不斷滲入男性的領域，女性的能力和自信漸漸與男性並駕齊驅，男性因此開始感到女性競爭的壓力，因而迫切需要肯定自己在宰制關係中仍是主導者：在新的社會秩序中，對女性的宰制愈來愈無法得心應手，那麼就只得在非常得心應手的機械中找尋替代了。也難怪有愈來愈多的男性愛車超過愛

女友或妻子，或是一頭栽進各種電器新產品的把玩了。

由這個分析看來，這幅廣告之所以有效，不只是因為車子可能提供（如女體般的）快感，而更是因為這替代性的快感遙遙指向一個不再可能掌握的宰制關係；正是因為女體之不可及、快感之缺乏保障、以及男性宰制權的一去不回，車子的快感才有擋不住的吸引力。女體廣告正是男性宰制之烏托邦狂想。