

身體政治與媒體批判



甯應斌 編著

身體政治與媒體批判

Body Politics and Media Criticism

甯應斌 編著

【性／別研究】叢書

總策劃 何春蕤

性工作：妓權觀點

酷兒理論與政治

性侵害性騷擾之性解放

性工作研究

跨性別

身體政治與媒體批判

性工作與現代性

國家圖書館出版品預行編目資料

身體政治與媒體批判／甯應斌編著．-- 初版．-
- 桃園縣中壢市：中央大學性／別研究室，
2004 [民 93]
面 ； 公分．-（性／別研究叢書）

ISBN 957-01-8748-4 （平裝）

1. 女性主義 - 論文, 講詞等 2. 大眾傳播 - 論文,
講詞等

544.5207

93020025

【性／別研究】叢書

身體政治與媒體批判 Body Politics and Media Criticism

主編 何春蕤

封面設計 黃瑪琍

執行編輯 朱玉立

出版者 中央大學性／別研究室

地址 320 桃園縣中壢市中大路 300 號

電話 (03) 4262926

傳真 (03) 4262927

e-mail sexenter@cc.ncu.edu.tw

網址 <http://sex.ncu.edu.tw>

ISBN 957-01-8748-4

出版日期 2005 年 9 月初版二刷

版權所有・請勿翻印

本書如有破損、缺頁或倒裝，請寄回更換

論文作者簡介

張錦華

台灣大學新聞研究所教授

黃浩榮

台灣大學新聞研究所碩士

甯應斌（卡維波）

中央大學哲研所教授

黃宗慧

台灣大學外國語文系副教授

陳建志

淡江大學英文學系助理教授

林深靖

法國里昂第三大學現代文學碩士，「台灣新社會協進會」秘書長，
「亞洲地區 NGO 論壇」執行長，現任「民主行動聯盟」執行長

汪立峽

夏潮聯合會執行委員、人間學社理事

黃詠梅

東海大學社會所研究生，資深減肥實踐者

何春蕤

中央大學英美文學系教授

目錄

i 性／別研究叢書（書系序）
何春蕤

iii 序
甯應斌

一、導論

3 還童的女性？弱智的男性？
張錦華、黃浩榮

7 老化的媒體批評，弱智的女性主義
卡維波

11 主流性感標準與片面身體解放
黃宗慧

15 資本主義機器文明創了新高？
陳建志

19 青春睿智卡維波
林深靖

27 體型歧視違反多元文化
張錦華

二、青少年通俗文化的左翼政治

33 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
卡維波

95 卡維波，左派裝可愛
林深靖

101 反卡維波論述提綱
汪立峽

三、女性主義的身體政治

111 塑身運動、厭食症到胖妹驕傲的思考
一個女性主體與女性身體的提問
黃詠梅

141 「減肥瘦身」的女性主義標準答案錯在哪裡？
從「飲食消費與現代性」到「性感美貌的多元與普及」
卡維波

197 全球慾望城市中缺席的女性主義身體
卡維波

四、媒體批判？或媒體箝制的新策略？

207 速食業的慾望廣告與社會變遷
卡維波

213 公共電視與公關電視
卡維波

227 綜藝節目是性剝削嗎？
反對媒體分級制度
何春蕤

性／別研究叢書

(書系序)

何春蕤

「性／別」研究在台灣的特殊語境中有著相當不同於「性別研究」或「婦女研究」的意含。

「性／別研究」雖然也重視性別權力關係，但是並不在知識與政治上將「性別」凌駕於其他權力關係之上。相反的，性／別研究會平等地對待各種不同的權力關係與社會差異，例如性、年齡、階級、種族、身體等等。換句話說，性／別研究很認真地對待「別」（差異）。

在各種不同的權力關係與社會差異中，有些不平等權力關係（例如階級）已經被長期的論述所關注，有些不平等權力關係（例如性別或婦女）則已經取得某種社會正當性——雖然上述這些權力關係在全面的指標上並未達到相當程度的平等。不過還有一些不平等關係，特別是邊緣的性差異與年齡，連最起碼的平等地位都談不上，甚至在批判理論的圈子中（也就是宣稱進步的女性主義、左翼團體或公民權利團體中）也沒有得到被認可的共識，甚至還被視為「異己牠者」，以種種的理由排斥在外。

性／別研究因此無可迴避地會探究邊緣的權力關係與被污名的社會差異，也同時會暴露出主流批判思惟的不足與壓迫性質，更會進一步地反思「批判共識」、「公共領域」、「公民社會」、「文明開化」、「公／私之分」的系譜與排牠的權力效應。同時，也因為這樣的

學術位置，性／別研究對於慣常的一些權力假設與政治策略——例如權力是從上而下（國家法律與政治乃是權力中心與改革焦點）——也採取懷疑的態度。

《性／別研究叢書》除了企圖承載上述性／別研究的意義之外，此時此刻之所以有此學術叢書的出現，主要是因為近年來台灣的性／別解放運動在本地特有的社會形態和歷史脈絡中的發展帶給性／別相關主題的學術研究者非常豐富的現實要求，使得台灣的性／別研究循著不同於其他社會（特別是西方社會）的學術軌跡發展出特殊的論述形態。另外，部份因為現實運動路線的爭議與多樣，部份也為了解決實踐問題，本土激發出來許多原創和新奇的觀念和語彙開始重新改寫傳統或主流的性與性別研究論述，這些新發展也將會對國際性／別研究有所激盪。

《性／別研究叢書》的前身乃是中央大學性／別研究室發行的《性／別研究》期刊（1998年創刊）。出版期刊原本是為了靈活介入理論與政治，而這份期刊當時也確實發揮了這樣的功能，然而由於我們顯然不由自主地偏向厚重沈實的學術呈現，使得《性／別研究》總是以厚厚的合刊本出現，在實質上也是一本本厚實的專題書籍，之後也有一段時間與巨流出版社合作發行《性／別桃學》叢書。於今再度出發，我們仍不改初衷，為性／別研究的學術深化發展盡力。

序

甯應斌

大眾媒體對於身體的呈現，特別是關於青少年的身體外表或者女體與性的話題，無論在綜藝節目、電視廣告、電視劇、電影、音樂、網路中的呈現，近年來均引發了許多從女性主義、親權保護主義、宗教道德淨化、或甚至左派人士的批評。這些批評基本上認為：青少年通俗文化是商業利益對青少年的剝削利用；女人的瘦身減肥是性別支配的結果；媒體則是剝削青少年與宰制女人的重要工具。

不過另一種聲音則認為通俗文化雖然包含著商業利益與有時保守的意識形態，但卻也存在著青少年的抵抗空間；同樣的，一方面媒體在商業競爭中剝削著女體與性邊緣人口，另一方面，諸如減肥瘦身等現象的背後還有比媒體洗腦更廣泛的結構性因素。更有甚者，許多媒體批評針對的往往不是媒體中廣泛可見的對中產階級幸福生活的美化，也不是日常生活中理所當然的循常意識形態；相反的，媒體批評的焦點多半是那些新興的、影響不明的、有違常識規範的、可能被視為偏差的呈現。以此看來，這類媒體批判很明顯的效應就是保護現狀或回到過去。

這些爭議的出現當然有著一個更廣大的社會歷史脈絡。即使在最表面的層次，我們也知道這和全球化下媒體與通俗文化的影響、販賣慾望的商品生產、青少年的消費文化、性／別關係的演變等等

直接相關。這些爭議代表了對這個廣大社會歷史脈絡的不同理解與不同介入策略。

這本書在呈現上述爭議時雖然好像有個辯論的形式，但是顯然我個人的觀點佔據了比較大的篇幅，因此其實本書算是我對這些爭議的觀點陳述。其他與我觀點不同的文章則提供了對這個議題的精彩與簡要「導論」（本書的第一章）。「導論」的文章都曾在報章上發表過；第二章「青少年通俗文化的左翼政治」的三篇文章最早發表於《左翼》雜誌，其他第三、第四章的文章則大都是首次正式出版。整體而言，本書文章有著彼此對詰與呼應的關係。雖然我在本書批評了女性主義、左派、媒體批判，但是我對這三者還是有著基本的認同：我反對階級、性別與媒體的不平等權力關係，不過我不能認同某些反對的策略。

在內容構想上，本書可以作為大學生的通識課程、或文化研究、女性主義、媒體批評、社會學課程的入門教科書或參考讀物。

本書的出版首先最要感謝的是慨然應允重刊文章的諸位作者，尤其因為他們與我的觀點立場並不一定相同，因此他們對知識分享與流通的態度更令人敬佩。

我也要謝謝編輯朱玉立，她使此書能實際地問世，還有黃瑪琍永遠精彩的封面設計。

另外我要謝謝給我封面照片使用權的攝影者「艾許」與模特兒「婷」。我覺得這張封面照片恰巧凝縮了「身體政治與媒體批判」這個主題。這可從兩方面來談。首先，這樣的照片可以追溯其系譜到人像攝影與人體藝術攝影，後者以女體為凝視對象，但是當人體被切割為部位或器官時，特別是有強烈性意味或畸異醜怪（grotesque）時，又往往造成強迫觀眾逼視的效果，提示了身體與我們的異化關係。上述特點均出現在這張以乳房（女體性徵）與流血（象徵生命與死

亡——自我又異化）的流血為構圖的封面照片。至於人物或人像攝影則經常作為社會寫實的工具，除了勞工、原住民、遊民外，以底層污名的女體為主題的人像照片也很常見。台灣近年來以檳榔西施與性工作者為主題的藝術攝影引發了社會的普遍注意（事實上，某張著名的台北公娼攝影與本書封面照片在構圖上頗為相似），這張封面照片也可以視為社會寫實主義的延續，主題則是作為性／別底層的愉虐戀者，實踐著玩耍式穿刺（即，有別於穿耳洞鼻環的一種暫時性穿刺）。

其次，我之所以認為本書的封面照片恰巧凝縮了「身體政治與媒體批判」，是因為對某些媒體批判者而言，這張照片或許就是羶色腥（SM、暴力、色情、血腥）；不過這張照片也同時表達了豐富的身體政治意涵，可以有各種解讀（為什麼流血令人恐怖震驚？流血使乳房更性感或破壞美感嗎？為何宗教會常有儀式性的自殘？主動侵入破壞身體是伸張自我對身體的控制嗎？）。但是作為攝影主體的模特兒婷卻拒絕了諸如吸血鬼、身體自主權這類文學的或政治的沈重解讀，她告訴我這種玩耍式穿刺沒有特別意義，流血更非重點，因為穿刺不一定會流血。或許，穿刺的微痛帶給身為愉虐戀者的婷一點快感，或許，看來恐怖或困難的穿刺卻一點也不恐怖或困難，帶給婷一點成就感。但是婷說：基本上，玩耍式穿刺只是好玩而已，一個派對上的遊戲。對婷以及很多和她一樣的年輕女人而言，或許身體沒有那麼沈重，只是好玩而已。

甯應斌於2004年12月10日世界人權日

一、導論

還童的女性？弱智的男性？

張錦華、黃浩榮

近來某則斥資巨金的美容塑身廣告以極高頻率出現在各大電視台與平面媒體：童話故事般的黑森林裡，一名天真爛漫的小公主，小手輕捧著青蛙，綻放迷人的笑靨，背景奏著悠揚迴盪的樂章，一幅如夢似幻的浪漫和諧影像，彷彿勾動你我心中最深處的純真悸動，喚醒沈睡已久的斑斕童年……豈料卻也墜入一個危機四伏的幽暗泥淖，兒童及女性的權益被踐踏，男性的本質被弱智化。

一個個飄揚的醉人音符，掩飾著父系社會偷窺女體的私慾；一段段悅耳的嘹亮童聲，遮蔽著成人戀童的隱癖；一次次溫婉的輕柔微笑，粉飾著煽動女性（甚至是國中生）成為美容塑身業者囊中物的行銷手段——然而，外表貌似迪士尼的歡愉影像符號，卻狡猾地訴求著成年女性要追求一個外表上「返老還童」的不可能任務。

廣告中的主角，不過是個十四歲的少女，在商業資本的雕塑下洋溢矯情的馨笑，任憑攝影鏡頭在其未臻成熟的身體上反覆遊走，特寫強調女體性徵的胸部部位，狡猾地讓全國成人公然意淫少女正在發育的身體，美容塑身業者可以這樣挾其財大氣粗的資本暴力，任意地剝削才只是國中學生的女體，在全國的主要媒體上大登特登這樣的廣告嗎？甚至曾有報導指出該業者還將投資數億的資金，繼續大量炒作這位女學生的身體，以及製造女性「如何返老還童」的焦慮！我們的社會如果是一個文明而有教養的社會，豈該繼續容忍這

種剝削兒童（依據國際慣例，未滿十八歲就是屬於應受社會保護的兒童）的廣告繼續橫行？

女性「返老還童」才是美嗎？美容塑身業者以往大力宣傳「瘦才是美」，讓許多女性出現瘦身與飲食失序的焦慮；現在又開始鼓吹「還童才是美」，是不是又要在巨量的廣告符號操弄之下，製造女性的「童稚化」焦慮？甚至廣告中還閃過一個白髮老女（以往曾為該公司做過廣告模特兒的女星所飾）正在找尋「返老還童」秘方的畫面，廣告內容顯然醜化了女性的「老化」，年齡增長的自然現象被刻畫為悲哀挫折、需要極力消除的現象；這不就是將我們社會中所有的成年女性加以負面化、病態化嗎？可是我們很清楚的發現，這個社會對於年齡漸增的男性卻往往是十分正面肯定的，男性年齡的增長通常代表經驗、智慧、甚至權威的增長。為什麼卻對女性的年齡漸增呈現這麼負面而病態的定義？

年長的女性為什麼不能是更有經驗、更有內涵、更值得尊敬？什麼樣的男性才害怕面對一個更有智慧和能力的女性？一個社會想將女性「童稚化」，不但是扭曲、矮化女性的角色，更顯示出這個社會中缺少成熟而有智慧的男性，是男性弱智化的現象啊。

在這個全球化、資訊化的時代，廣告已不再只是販賣商品，更是推銷價值觀，建構我們所處的公共領域文化。根據研究指出，一則廣告如果在短時間內讓閱聽人連續多次接觸，就可以成功的達到轉變觀念態度的功能；同時，強勢的大眾媒體曝光率更會形成風行草偃的社會流行壓力，迫使人們改變行為；前幾年的瘦身廣告和這幾年的大哥大廣告，都已成功地證明了這個過程和效果。因此，我們絕對不能輕忽廣告對這個社會所具有的影響力以及所應負的公共責任，如果廣告業者惡意塑造不當的偏差價值，我們也必須以發揮公民的角色監督媒體中各種文化價值觀的再製。如果我們容忍這種

利用小女生的身體來滿足成年人窺視慾望的廣告內容持續，默許對女性年齡增長的污名化，並漠然於男性弱智化的淪落，不是將縱容這個社會愈發的不擇手段且向下沈淪嗎？

我們不希望政府以公權力介入任何合法的自由創意的領域，我們也肯定美容塑身業者能夠對有需要者提供合理服務的貢獻；然而，我們也必須維護一個自由而有品質與專業內涵的公共領域，尊重多元異見，但絕不是一再地剝削兒童、歧視弱勢族群、塑造偏差的社會文化。

——原載於 2000 年 12 月 18 日《中國時報》

老化的媒體批評 · 弱智的女性主義

卡維波

張錦華與黃浩榮於《中國時報》時論廣場版發表〈還童的女性？弱智的男性？〉一文（2000年12月18日），對於十四歲女主角的美容塑身廣告提出批評，認為這個廣告是在「訴求成年女性要追求一個外表上返老還童的不可能任務」，而且也讓男性觀眾意淫少女身體，造成男性的弱智化。

張黃兩人的批評並不是孤立的，而是這一兩年來影響輿論的媒體批判的主調。不論是對吳宗憲或綜藝節目的監管、對「性」與「靈異」節目的批評、對ASOS姊妹主持風格的警告，我們都看到一個以監督媒體、以控訴剝削女體、以保護兒童、以強調格調與低俗之分、以建立市民社會公共領域為名的言論領導權（hegemony）的出現。此一主流媒體批評的形成，其社會因素固然須要另文分析，然而筆者要在此指出，這種媒體批評是以成人老化的立場來看待青少年的新興現象；並且是以去性化的女性立場來看待另一些渴望彰顯身體的女性主體，以覆誦咒語式的女性主義修辭（物化、偷窺）來解釋性的開放，這些都勢必造成女性主義思想的弱智化。

張黃二人對於該廣告的解讀是出於特定立場的詮釋：廣告或許是要女性觀眾欣羨青春女體，但是兩位作者關注的卻是男人看到了模特兒的胸部。兩位作者雖然號稱女性立場，卻總是透過男性眼睛來看這個廣告的女體，而不能直視女人自己的身體。事實上，女人

不能直視自己身體，或少女以身體發育為恥，正是過去女性被壓抑的狀態。近年來的女性情慾解放與身體風潮終於使一部份女人改變了自己與身體的壓抑關係，美容塑身事業不過是這個風潮的一部份。

美容塑身事業起先是以未婚年輕女性為主要對象，但是最近則有往上與往下發展顧客群的趨勢。往上就是訴求中年（可能已婚）的人口群——被批評為「還童」的意識形態；往下則是訴求青少年——被批評為「戀童」的意識形態。張黃二人所批評的這個廣告可以說是一石兩鳥，同時召喚了這兩個人口群。然而，以保護兒童為名的批判卻看不見，被美容塑身業所召喚的女人，她們所慾求的身體並不是什麼青春的身體，而是情慾與性感的身體。

中老年女人慾求性感身體，被批評者譏為「還童」，其實是無視於中老年女人長久以來被強迫「去性化」的現實——在壓抑女性的社會中，中老年女人的社會權力必須來自所謂的「智慧與能力」，而且往往必須為了權力與安全保障而放棄情慾。但是現在有許多女人開始打破「中老年女人不宜性感」的價值觀念，正視自己喜歡性感的感覺、有情慾的需要、想突破婚姻內的平淡、藉著性感塑身來實現自我等等。她們和那些藉著「智慧與能力」來實現自我、改造人生的女人並無不同。

更有甚者，「還童」並不是不可能的。年齡其實和女性主義者所說的性別一樣，有生理與社會之分。生理年齡與性別不透過手術與生化手段也許是難以改變的，但是社會年齡與性別則是一種建構：社會為了維持年齡的建構，歧視那些違反年齡規範的人，中老年人若在言行穿著上扮裝為青少年就會被譏笑，兒童青少年若從事成人行為（特別在性方面）則會被懲罰。然而，年齡的壓抑正如同性別一樣，越來越難維持僵化的界限，越來越趨向個體化（individualization）

的解放。

或問：中老年人為什麼一定要以還童來表現性感的身體？這並不完全是廣告的洗腦，而是「性感」在目前和「青春」有直接的關連。但是這個關連並不如生物演化論者所言不可改變，當越來越多中老年人以其身體來展現性感時，性感的青春定義就已經在轉變中。即使在所謂「還童」的實踐中也有很多個人的差異和方式的調整，流行與媒體只是提供了公共的資源而已。

與中老年女人相較，青少年的身體遭受更直接強烈的壓迫與規訓：家庭與教育制度對兒童青少年身體進行日復一日的「塑身」，國家更以法令來介入這樣的身體管理（如宵禁、分級等），資本主義消費文化則提供另類的身體管理。青少年的身體就是各種規訓權力的戰場，青少年則從中爭取身體自主的空間。但是為什麼今日的青少年會比過去更要求身體與性的自主？這是因為消費文化召喚青少年成為消費主體，個人化的商品也鼓勵青少年「做自己」，這大大強化了青少年的自主慾望，而所有喚起青少年消費慾望的信息影像也多半以性感身體的自主為訴求（因為這是最被壓抑的），這使得青少年強烈需求身體與性的開放，同時和「做自己」的自主慾求緊密結合起來。

透過塑身減肥美容、表現性感等來「做身體」，其實就是「做自己」的一部份，而「做自己」則是現代社會的個人主義化（individualization）趨勢。這個不可阻擋的趨勢並不來自塑身廣告的洗腦，而是現代性的大趨勢使然（另文詳述），使得人越來越早在自己的生涯史中開始做自己，而越來越早出現的自主性已變成社會生存的一種必要。故而，國中生甚至國小生開始性感身體的自覺也就不足為奇了；風潮所至，連男性也不能再自外於身體性感的開發。

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。故而，面對越來越早性感化的身體，我們必須改變「某個年齡不宜性感」的觀念，而強調個體的差異與平等的對待，透過新的、不壓抑性感身體的青少年解放論述，來使青少年更有自主能力，使性感身體成為其人生積極與正面的力量。

張黃二人在其文章結尾強調要維護公共領域，尊重多元異見，而非歧視弱勢族群、塑造偏差的社會文化。然而追求性感身體的中老年女人與青少年卻正是被主流歧視為「偏差」的弱勢族群，多元的公共領域就是容不下性多元，保護青少年的媒體批評總是先行封殺青少年愛看的節目。這種老氣橫秋的媒體批評所形成的輿論霸權（已經迫使廣告被撤回、節目被處罰等），正在使我們的媒體喪失公共性。

——原載於2000年12月21日《中國時報》，此為全文版，曾於《南方電子報》轉載

主流性感標準與片面身體解放

黃宗慧

卡維波先生12月21日的大作〈老化的媒體批評·弱智的女性主義〉一文，反駁先前張錦華、黃浩榮認為十四歲女生不該成為塑身廣告女主角的看法，主張女性身體應該被解放而非被壓抑。本人同意卡維波所謂不同年齡的女性都應該要敢於正視自己的身體、敢於追求性感這樣的說法，但問題是解放女性身體此一大任能否透過一則以十四歲女生為主角的塑身廣告達成？則又絕對是另一回事了。

解放女性身體此議題，絕非如卡維波所言，在女性主義弱智化的趨向下遭到打壓。《陰道獨語》一書的作者Eve Eensler 便發現，在父權文化中，女性身體被認為應該被遮蔽、被避談，因此非但大多數女性從未仔細看過、了解過陰道這自己身體的私密部位，甚至連陰道一詞都不能被直接說出來，而必須以各種婉語取代之，她因此疾呼女性應直視自己的陰道，並大聲地說出對陰道的觀感；而許多女性主義團體也的確會教女性如何用鏡子觀看自己的陰道，試圖以此作為建立女性對自己身體自覺的起點。諸如此類對身體的正視與解放是值得肯定的，而反觀千篇一律以豐胸細腰肥臀的「性感」模特兒為主角的塑身廣告，又解放了什麼樣的身體呢？

當性感的標準被塑身廣告單一化為特定的曲線與尺碼時，只會有更多女性不敢正視、不敢解放自己的身體；卡維波雖然表示，性感的定義已經在改變中，而「還童」的實踐也可以有很多個人的差

異和方式的調整，問題是在流行與媒體所提的公共訊息中，我們看不到這些個別差異或多元定義，只看到越來越多人簇擁媒體形塑的一套僵化的主流性感標準，在此情況下，不性感的身體該何去何從？塑身廣告片面地解放了女性的身體，卻壓迫了更多女性的身體，使她們以為自己的身體是不正常或不合格的。

如果照卡維波的思考進向，或許會鼓勵不滿意自己身材、覺得自己身體不夠性感的女性就勇敢地選擇以塑身來實現自我吧！問題是何以女性應該根據主流性感標準來建立理想自我的形象呢？而屈從這種塑身標準，又究竟是實現理想的自我？還是陷入失去自我卻渾然不知的狀態？至於卡文中將透過塑身減肥美容來「做身體」等同於具有身體自主意識的「做自己」，其中的爭議就更多了！早有西方女性主義者指出，「苗條論述」的可議之處就在於，當它告訴女性，追求苗條是自我管理、自我意志的彰顯，具有絕對的正當性之際，它也暗示了不苗條的身體完全是女性不夠有意志力、疏懶於管理自我身體的結果，這也使得許多因為遺傳、體質甚或疾病等因素而肥胖的人一直被污名化為貪吃、嗜睡、懶惰、不懂自我管理的一群；如今對豐乳肥臀的追求亦然，不符合這套主流標準的女性在父權眼光下被定義為不性感的一群，那麼如果她們不去「改造自我」，是否也表示她們沒有足夠意志力去雕塑自我、不懂得做自己呢？

我們必須重申對身體解放的肯定，而且應該鼓勵各個年齡的女性都要能更勇敢地正視自己的身體；非但對自己的身體應該敢於正視、有所認知，且應透過正視他人的身體、與其他身體互動所得的知識，來建立健康的自我認知與人際互動。事實上，精神分析告訴我們，人類原初建立自我的過程，就是透過鏡像期對身體的認知而達成的，身體對主體身分建構的重要性不言自明；但精神分析也告訴我們，鏡像期時身體內在發育尚不完整的嬰兒把所認知到的鏡中

完形（Gestalt）當成理想的自我，是出於一種想像「誤識」，也就是說，真正主體的建立，是要透過與繁複的互為主體網絡（intersubjective economy）互動才能逐步達成的。如今媒體塑身廣告利用父權的主流映鏡，提供女性一個標準的完型——除了告訴不再年輕的女性，「返老還童」的完形理當如此，也順便告訴發育中的國中女生們，十四歲的身材就已經可以如此完美了——但是這面鏡子絕對照不出多元的性感標準，也因此無法讓女性從對自我身體的認知進一步獲取與其他身體互動的知識，它只能讓女性以為，只有某一種身體才是美的、才是性感的。解放女性身體此一問題當然應該被重視，但答案絕對不能只在制式的塑身廣告中找尋。

——原載於2000年12月22日《中國時報》

資本主義機械文明創了新高？

陳建志

十四歲女孩為美容機構拍的「返老還童」廣告，引起論者譁然。然而我看見的，卻是資本主義的機器文明在此創下了新高（或新『低』）。

這樣的廣告可不是首例。1980年，美國以稚齡演出雛妓而名聲大噪的布魯克雪德茲就在電視螢幕上穿著貼身的卡文克萊（Calvin Klein）牛仔褲問觀眾：「你知道在我和CK牛仔褲之間有什麼嗎？什麼都沒有！」當時她也才十五歲，引起許多聳動與議論。而就在兩三年前，卡文克萊又在美國各大看板刊登的少年童男裸露上身，腰身極低的牛仔褲海報廣告，也因為引起巨大反彈聲浪而被撤下。

這兩個例子除了都是以稚齡世代展現誘惑，性別在第二個廣告中跨越，不再侷限於女體。然而，當兩性都成為可以被公開窺視的肉體對象，並不帶來多大的平等，而是兩性都被物化了。藉此我要說明的也是，當稚齡少年也被當成一個廣告中的有力形象，這代表了資本主義社會的汰舊換新已經到了一個更令人心驚的地步。如同那兩個廣告，「返老還童」篇不但要誘惑較廣告中人年長的消費者，也要誘惑這個年齡層的少年少女。而這對於少年少女的誘惑，不只在於鼓勵他們去消費與暴露自己的身體，還更在於使他們將自己的身體類比於各式各樣的新產品，新機器，以為從中可以得到某種力量。

由於廣告無遠弗屆的影響滲透，機械器物形成一種巨大的光艷魅力。藉由這個機械文明，年輕世代的某些人可以大刺刺說「只要我喜歡，有什麼不可以」來衝撞較年長者。他們憑著的不是他們的青春肉體，而是驚人的，這整個強調「新」的機械文明的魅力。他們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。（「真是LKK不懂電腦不玩手機。有夠SPP不穿最流行的行頭。」）

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。每一次出現新的機器，就得到一點新的力量，只是這新的力量何其短暫，又馬上要被更新一代的機器取代淘汰，必須不斷的追逐。機器也像人一樣有新的一代，更新的一代。就是在這樣的背景下，十四歲童女脫穎而出，以「更新」擊敗原來的酷哥辣妹。

於是身體變成機器是自然而然的事了（難怪我們有那麼多的好萊塢機械人）。身體不只變成了物，它變成了必須一再汰舊換新的機器。現代的醫學觀念也會告訴你：「身體就像一部汽車，必須定期身體檢查作保養、維修。」而因此，上了年紀的身體就是一部老汽車；而老汽車應該報廢！（但人活生生的身體怎能被類比為無生命的汽車？）

於是廣告藉著更新再更新，年輕世代的競起追逐，將較年長者與不跟隨流行者推向廢棄物收容所，現代人——不管哪一個世代——於是都焦慮起來。然則這又何獨「返老還童」廣告為然，所有的強調最新的機器、最新的時尚廣告，不都在造成這種焦慮嗎？人們不是害怕自己老去（那原是自然的過程），而是害怕自己被打入廢棄機器收容所（人為的操控）。

因此，所謂的「返老還童」的「不可能任務」，不是在於人是否可

以回春（老年人確實可以有回春現象，如畢卡索八十多歲高齡生子，心靈也可以常保年輕），而在於人畢竟不是可以一再汰舊換新、用後即棄的機器。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ABO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。

——原載於2000年12月23日《中國時報》

青春睿智卡維波？

林深靖

塑身美容業龍頭大老闆黃河南最近密集強打的一則「最佳女主角」廣告，引起了若干風波（豐波？）。十四歲小少女王瞳的軀體，在電視裡被爭睹，在報紙上被爭議。

「做身體」就是「做自己」？

針對《中國時報》上一篇題為〈還童的女性？弱智的男性？〉的批判文章，文化評論名家卡維波做了文章批判，標題是針鋒相對的：〈老化的媒體批評·弱智的女性主義〉（見《南方》電子報，2000年12月22日）。

卡維波指責他的批判對象是「以成人老化的立場來看待青少年的新興現象」，這種老化的立場，以保護兒童、強調格調高雅低俗為名，形成媒體監督的言論霸權。至於那些控訴剝削女體，覆誦物化、偷窺等咒語式修辭來解釋性開放的，則是「女性主義思想的弱智化」。

於是，不能不期待於卡維波展示給我們青春的媒體批評以及睿智的女性主義。

卡維波是這樣說的：

透過塑身減肥美容、表現性感等來「做身體」，其實就是

「做自己」的一部份，而「做自己」則是現代社會的個人主義化（individualization）趨勢。這個不可阻擋的趨勢並不來自塑身廣告的洗腦，而是現代性的大趨勢使然，使得人越來越早在自己的生涯史中開始做自己，而越來越早出現的自主性已變成社會生存的一種必要。故而，國中生甚至國小生開始性感身體的自覺也就不足為奇了；風潮所至，連男性也不能再自外於身體性感的開發。

進入塑身減肥美容中心去「做身體」，也就是「做自己」，並從而找到社會生存所必要的「自主性」。這就是卡維波的青春論述？不禁讓人想起2000年總統大選甫結束之際，「最佳女主角」主打的一個廣告口號：「阿扁實現台灣夢想，最佳女主角完成女人的願望」。什麼是台灣的夢想？在民進黨的經典語言裡，無非就是「當家做主」！廣告與政治有一個共同的特質，那就是訴諸「認同」（identity），因此，也都需要塑造「偶像」，以方便消費者或選民的認同有一個具體的投射對象，透過偶像的移情作用，對商品、候選人產生購買或投票的慾望與衝動。

台灣土產的日本偶像明星

然而，偶像的塑造永遠是一個非常昂貴而複雜的過程。根據《中國時報》的報導，「最佳女主角」老闆黃河南準備要花5億元「打造王瞳」，目標是將王瞳開發成「台灣的深田恭子」。王瞳經過大老闆的大手筆投資，報上的說法是：「塑身後的她，腿細、皮白、更有波」。不過，少女王瞳經過最專業、最細膩的「做身體」，目標似乎並不是像卡維波所說的要「做自己」，而是變成一個台灣土產的日本偶像明星。

黃河南可以用金脂銀粉堆砌出一個「天真無邪」的美體少女；同樣的，航業大亨張榮發也可以花5億元打造出一個以「清寒貧苦」為形象的政治明星。「人」既然可以是投資的對象，最後當然是以創造利潤為目標。張榮發成功地將阿扁送進總統府之後，雖然「當家做主」的台灣選民依然沒有在長榮集團裡組織工會的權力，張大老闆的人馬卻很快就從國安會、外交部、交通部等重要部會都佔到了位置。王瞳才十四歲，開發利潤的週期甚長，精打細算的黃大老闆已與這個向前走的小女生訂下「七年發展計劃」，塑身打造完成，很快可以投產營收。

卡維波說，「為什麼今日的青少年會比過去更要求身體與性的自主？這是因為消費文化召喚青少年成為消費主體，個人化的商品也鼓勵青少年『做自己』，這大大強化了青少年的自主慾望。」青少年追求自主，要「做自己」，是消費文化的召喚？是透過個人化商品的鼓勵？在卡維波看來，似乎消費文化就像空氣與水一樣，大化流行，滋養了青少年的青春活力。然而，為了購買一個布娃娃 Kitty 貓，一長龍子青少年在麥當勞門口漏夜排隊，這是自主的慾望？為了擁有一個「個性化」手機，到24小時便利商店出賣廉價時間和勞力，這是「做自己」？個性化商品一定讓人更有「個性」？

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」？

富貴閒人的專利

好了，現在卡維波又告訴我們，青少年跟王瞳一樣到塑身減肥美容中心「做身體」，是追求「做自己」的一種表徵。卡維波似乎認為，到黃河南的豪華名店，就跟青少年到麥當勞買個漢堡，喝杯可樂一樣稀鬆平常！塑身減肥美容中心也許不完全是富貴閒人的專利，卻也不是一般人輕易踏得進去！要是依據卡維波的說法，青少年當中，公子哥兒和富家公主肯定是能「做」更多的身體，因此，也能「做」更多的自己。至於一般靠打工賺零用的小伙子小姑娘，要跟王瞳美眉一樣嘗上一次「做身體」的機會，恐怕得在7-11站上好幾個兩週84小時，站壞了身體，站到忘記了自己……

在台灣，的確有活力旺盛的青少年文化，比起青少年文化更厲害的是：討好青少年的文化。豈不見，每逢節慶大典，從政治人物到學校校長、老師，使盡渾身解數，變身作怪，變性作態。一切一切，只為博得青少年的一句「哇塞！」從中學到大學，「愛憲一族」和「小扁帽兵團」可以是同一票人馬！吳宗憲的鳥籠和阿扁的超人裝成為青少年成長過程中的深沉記憶。

如今，進步知識分子卡維波在文化評論裡扮演了青春歌手，為消費文化和青少年文化請命，為青少年的自主和自由揮筆戰鬥。然而，在卡維波的青春論述中，他一再強調的「自主」，似乎是「自戀」的同義詞，在性解放的主張中，liberty 與 libertine，似乎也很難分得清楚。

有時候，是不是也該告訴青少年，王瞳的美麗，背後有大老闆黃河南的算計。可愛的Kitty貓，也許沾有亞洲許多國家童工的血跡。上帝不再創造女人，但是資本家可以。Kitty貓沒有嘴巴，因為童工們在血汗工廠裡規定不能說話……

率「性」與任「性」

關於女性主義方面，卡維波指出：「女人不能直視自己身體，或少女以身體發育為恥，正是過去女性被壓抑的狀態。近年來的女性情慾解放與身體風潮終於使一部份女人改變了自己與身體的壓抑關係，美容塑身事業不過是這個風潮的一部份。」他說，「被美容塑身業所召喚的女人，她們所慾求的身體並不是什麼青春的身體，而是情慾與性感的身體。」

情慾論述作為一種運動策略

相對於那些被卡維波批評為動輒以物化、偷窺等「覆誦咒語式的女性主義修辭」來談性開放問題的「弱智化」的女性主義思想，卡維波的智慧表現為將有關美容塑身業廣告的討論迅速以「情慾論述」的盔甲武裝起來。卡維波及其愛人何春蕤曾經以《豪爽女人》一書衝決禁忌，不僅在影視文化娛樂圈掀起討論女性情慾的風潮，也讓許久不曾亢奮過的知識界因此達到了高潮。

正因為何春蕤一再強調她的情慾論述是運動策略的一部分，認定「情慾自主」等於「性解放」，「情慾革命」也就是「社會革命」，因此對於來自左翼的質疑特別敏感。何春蕤在論戰結集的序文中說：「西方婦運在起步時，曾經被階級化約論的左派所打壓，故而婦運應當更能體認化約論的僵化，應當更容易體認性（和性別一樣）是一個有自主邏輯運作的領域。可惜的是，有階級化約論傾向的左派人士至今仍缺乏這些起碼的認識……以左派自居的人對豪爽女人的質疑，歸根究底就是想要問：情慾解放的物質基礎是什麼？從何證明情慾解放可以造成更根本的社會生產關係革命？」在結論時，這位卡維波的愛人同志又說：「任何一個馬克思主義觀點的情慾批判至少要展現一些歷史的眼界，而不是偷懶的用最簡化的教條來做無歷史眼界的

籠統批判。」

卡維波將以《豪爽女人》為基地的情慾論述突兀地架接到有關一則消費廣告的爭議，無非是冀望藉此取得弱勢者抗爭的政治正確性，同時，以此為盔甲，防堵來自同屬左翼陣營的質問（上述「化約論」或「教條」的指控，既是絆倒左翼的陷阱，也是消解馬克思主義論述的利器。）

然而，何春蕤的《豪爽女人》尚且作為一種「運動策略」而展開，卡維波對一則文化工業消費廣告的護衛，又是出於什麼樣的策略呢？黃河南老闆的塑身美容產業，以美少女軀體為賣點的鏡頭，究竟有什麼進步的意義？

「追求平等」與「尊重差異」

女權運動的發展，迄今大致可劃分為兩個主要的面向：「追求平等」與「尊重差異」。「追求平等」意味著將女性從傳統秩序中作為「物體」（只在男人的眼中存在，也就是男人的「本質」決定女人的「存在」）的地位解放出來，成為「主體」（可以自主決定自己的生活方式，決定自己的婚姻、工作、信仰、政治傾向……，也就是女性的「存在」足以決定人類社會關係的「本質」）。

「尊重差異」則是意識到「性別」並不是天生的，而是文化建構的結果，不突破既定的文化建構，就無從解除父權體制的壓迫和宰制。「女人」（feminine）是相對於男人的生物差異，是不變的；「女性」（femininity）則是一種文化建構，是可以調整，可以改變，可以創造的。因此，女性主義的發展，不僅在於追求與男性平等的地位和權利，更在於建構女性自主的身分認同，凸顯女性特質，甚至顛覆既有的人類文化（男性文化！），開發女性觀點的歷史、哲學，創造女性主體的世界（有別於男人上帝的創世紀！）

黃河南老闆透過文化工業強勢推銷的塑身美容產業，放在當今台灣資本主義消費文化的脈絡中，當然不足為奇。然而，資本家可以如此推「波」，自許為進步的知識分子卻不宜如此助「婪」。女權運動的發展，從批判以男女性別差異為基礎的勞力分工，到檢索、剔除女人意識形成過程中父權與男性資本家介入的軌跡，都是一個非常艱辛而漫長的過程。卡維波若是自認為站在弱勢者、被壓迫者的一方，就不應該輕易將女性主義者「追求平等」與「尊重差異」的努力，輕易遺忘在現代消費文化的頌歌裡。

在1968年的解放風潮中，美國女性主義者曾經為一隻母綿羊戴上后冠，以嘲諷「美國小姐」的選舉。法國女性主義者曾在凱旋門下的無名英雄紀念碑旁，隆重地將花束獻給「無名英雄的妻子」。2000年，台灣女性主義者何春蕤的愛人同志卡維波將一篇文章獻給了塑身美容業者。

選美比賽之所以受到進步女性的批判，正因為其中有太多父權和男性資本家運作的軌跡，女人的軀體在比賽中（在男人眼中）被三圍化、被規格化，異化為如同生產線上可以被篩檢的商品。依據卡維波的用詞，也就是擇優去劣，塑造「情慾與性感的身體」。法國的女性主義者則在提醒我們，暴力無形，英雄無名，在英雄的背後，埋葬著更多被犧牲又被遺忘的女性。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。

誘惑與慾望的力量

我不否認，誘惑和慾望都是推動社會進步的偉大力量。早在19世紀末，發展女性觀點報導，創造女性新聞王國，爭取女權不遺餘力的法國女性主義者瑪格麗特·杜杭（Marguerite Durand）就說過：「沒

有人知道，女性主義該多麼感謝我的金髮！」然而，我們應該分辨，這種誘惑和慾望，有多少是出於女性的自主與自覺。也就是說，如果我們承認「性」是社會關係的重要組成部分，那麼，我們應該分辨率「性」與任「性」的區別。所謂率「性」者，是以自我為主體，率領、導引進入「性」的領域。所謂任「性」者，就是以「性」掛帥，以「性」為主導，隨「性」所至，也就是*laissez-faire*，相當於經濟學上的自由放任主義，資本橫行，弱肉強食，在此原則下，性暴力、性交易、性壓迫、性騷擾、性產業……都可以找到合理化的基礎。

卡維波一再強調在塑身減肥美容的風潮下，「做身體」也就是「做自己」；強調女性透過塑身產業塑造「情慾與性感的身體」是「實現自我」的途徑。卻完全忽略了這種將人的軀體「規格化」的塑身文化，這麼龐大的消費需求，究竟有多少是出於女性的自主，有多少是出自父權文化的建構，是男性資本家因追求利潤而介入操縱？過去，在中國傳統文化中也有透過裹小腳而創造「情慾與性感的身體」的文化，在北非某些部落，迄今仍有割除女性陰核以創造符合父權標準的軀體的文化。這些可憐的女性，她們同樣被要求「做身體」，卻何嘗做得了自己？

卡維波的情慾論述雖然一再強調青少年與女性的「自主」慾求，大部分的時候，卻是把任「性」當作率「性」。任「性」者所發展出來的是「只要我喜歡，有什麼不可以」的自戀與自大，完全剝除了社會關係的脈絡。這樣的人格最符合自由放任（*laissez-faire*）的資本主義市場邏輯，一切以追求利潤為中心：利潤之所在，也就是道德之所在。

這是我的左翼觀點。我等待卡維波「化約論」與「教條」的指控。

體型歧視違反多元文化

張錦華

翻開中國時報星期三（2004年10月13日）的第六版，赫然見到一個橫式的全版大標題「胖妹游走立院騙上千遍也不厭倦」。其中「胖妹」二字還以不同顏色作很醒目的標示，顯然為了吸引讀者的好奇，但令人遺憾的是，這是一個歧視「體型」、違反多元文化的典型做法。

也許有人會說，這個案件的林姓嫌犯確實可能有近百公斤，稱為「胖妹」也合乎事實。不過，問題是，「胖」與這件詐欺案有任何關聯嗎？新聞內容對整個事件的描述很清楚，大約就是這位林姓嫌犯擅長利用人性貪小便宜弱點，因此以吹噓自己政商名流關係良好，和可以低價取得便宜家電和名車的謊言，四處行騙。

如果該嫌的犯罪行為並非與其體型有任何關聯，該則新聞中也並沒有片語隻字與此相關，那為什麼標題中要把體型特別標示出來呢？無非是以此做為新聞賣點，吸引讀者。但是，任何體型的人都有可能犯罪，任何體型的人也都有佼佼者。媒體編輯可能忽略了這種集體性的標籤很容易成為主流族群罔顧弱勢族群權益的共犯結構。

同樣的，在六年前曾發生過一個網路詐欺案件，報紙標題也是大大的標示出「胖妹」虛擬「俏妞」的文字，記者的特寫報導中繪聲繪影的描述這位胖胖的高職生嫌犯可能因為「自卑和人緣不好」，所以

虛擬廣告模特兒。但是其他媒體採訪了該生的導師和同學，結果發現事實是：該校師生不但說她人緣很好，群育92分，而且九二一大地震時，台北市東星大樓倒塌，她還去現場幫忙搬石塊呢。顯然她的個性中也有著開朗而樂於助人的一面。然而媒體不顧事實，竟以近乎杜撰的方式，無端複製對於較胖女性的負面想像，實為一種符號暴力。

根據相關多項研究，這種符號暴力可能是源自近十年來，瘦身美容公司投入大量的瘦／塑身廣告，渲染瘦／塑身的各種好處，相對的也極盡所能的貶抑胖肥身材者，造成女性對於肥胖的恐懼與焦慮。體型較大者不但被指為貪吃、懶惰，甚至於沒有自信、不受歡迎。媒體中屢見不鮮的是「胖妹援交」或「恐龍妹」這類污名化的稱呼。瘦／塑身業者的利益與媒體有意無意間的配合，建構出一種歧視大體型的語言和論述，讓許多人拿著放大鏡找自己或別人身材的缺點，共同淪為體型歧視論述下的受害者。而在這種歧視下大發利市的，其實並不是媒體，而媒體卻賠上了專業，讓瘦身工業賺進每年百億以上的業績。

我自己曾對從事瘦身行為者做過訪談，受訪者常常講到泫然淚下，她們僅僅因為較大的體型，就遭受各種負面的評價，使自尊受挫，更可能影響生涯發展。日常生活中，不但可能被家人挑剔、被老闆嫌棄、店裡買不到合身衣服時，還可能被店員嘲諷；連走在路上，都可能有瘦身業者迎面推銷產品，造成難堪。在某大學校園中，就曾發生過營養課程同學攔住走道上的同學，推展減肥作法，把同學嚇哭或造成強大心理壓力等事情發生。坊間也有許多控訴「瘦身迷思」的書，受害者細數較大體型者在這個時代受到的瘦身霸權的控制與煎熬，令人長嘆，何苦如此！

其實，每個時代的美醜，根本是一種想像的建構。我們只要回憶

一下，台灣在60和70年代時，渾圓的肥胖身材被讚許為豐腴有福氣、而瘦子則被批評為薄命及不利於生產。其實就醫學上來看，除了真正有病的過胖或過瘦的身體外，每個人體型樣態各有不同，並不妨礙別人，實應互相尊重欣賞，不要侵犯到別人身體的私領域中說三道四。本篇小文章因此建議：請媒體不要再炒作較大體型的女性，以免殃及無辜。同時，體型歧視不但違反新聞專業、罔顧人權，而且也破壞尊重多元文化的社會善意。

——原載於2004年10月17日《中國時報》

二、青少年通俗文化的 左翼政治

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。

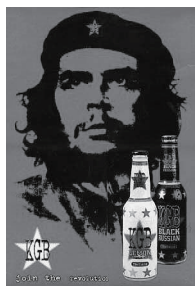
* Che *

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學生文化，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）

註釋

- | | |
|------|------------|
| 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 |
- 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。在臺灣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剎（那一剎也許會帶來愉悅——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.

卡維波，左派裝可愛

林深靖

卡維波自稱是左派，而且是可愛的左派。在《國際邊緣》網站裡，他極力勸勉我們「左派裝可愛」的必要。在〈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〉（見《左翼》第16、17號）長文中，他也強調，對於商品消費和通俗文化的挪用，即是要求左派「搞笑可愛性感」，是「考驗左派的創造想像力」、「挑戰左派能不能做到青春睿智（而非成年癡呆）的關鍵」。

「歷史終結」與「告別革命」

卡維波也在文章中展示了幾個「挪用」的範例。譬如，給兒童看凱蒂貓打炮的圖片，就是「挪用Hello Kitty以產生各種反抗與顛覆的意義」。譬如，一個上課打手機聊天、調情的廣告，「有喚起學生抗拒不合理規定的權利意識之潛在可能」。當然，包括青少年「做身體」、嗑藥、援助交際等，卡維波都看到了「抵抗論述」，「幾乎無處不是戰場」。

卡維波還演示了另一個「挪用」的範例。那就是把〈青春睿智卡維波？〉文章標題中的問號悄悄拿掉，「青春睿智」從反諷變成讚頌，然後，堂而皇之地挪用到自己的頭上。由於卡維波在論戰中的拿手招數是頻繁地將「老化」、「弱智」、「癡呆」、「空腦」、「懶惰」、「無能」、「沒有學問」……等詛咒性形容詞拋到對手頭上，因此，在文章

中要證明自己「青春」、「睿智」、「聰明」、「腦滿」、「勤奮」、「能幹」、「飽學」……就成為明知其不可而為之的任務。當然，對於像卡維波這樣以「機器戰警」做為人類未來理想的好萊塢影迷來說，在「夢工廠」裡，一切「不可能的任務」，都可以「可愛」名之。

對於卡維波所不屑的「傳統左派」，當然還少不了如預料之中的「化約」、「教條」等一陣亂棒。馬克思在評論法國社會主義者蒲魯東的《哲學的貧困》一書時，曾經寫道：「如果有一個英國人把人變成了帽子，那麼，有一個德國人就把帽子變成了觀念。」其中，「英國人」是指搞經濟的李嘉圖，「德國人」是指搞哲學的黑格爾。如今，卡維波既不搞經濟也不搞哲學，只不過，他在搞怪搞笑的同時，倒是把觀念變成了棒子。

我在〈青春睿智卡維波？〉一文中已指出，「化約論」或「教條」的指控，既是絆倒左翼的陷阱，也是消解馬克思主義論述的利器。就像指斥對手老化、弱智以凸顯自己「青春睿智」一樣，卡維波似乎也認為，只要拋出「化約、教條」，就足以反證自己的思維是如何的「縝密、靈活」。

很可惜，卡維波的手法常常是粗糙地「化約」對手的觀點，拙劣地將幾個人云亦云的所謂「教條」概括他自己並未曾深入的馬克思理論。關於消費與通俗文化，卡維波主張要「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」，他遺憾台灣的相關討論，「完全沒有跟上文化研究這一、二十年來的發展」，而「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。」

他說，「自從社會主義國家崩解，傳統左派路線不再是一個有效選項而只是一個有效修辭。」卡維波如此急於宣告社會主義的失效，與福山（Francis Fukuyama）的「歷史終結」論和李澤厚的「告別革

命」說，看不出有什麼差別。而他以經濟決定論來「化約」馬克思的思想，事實上是西方右翼學者自十九世紀以來的陳腔濫調，關於這一點，博學強記的馬克思主義學者鄭國棟所寫的〈跳蚤「左派」的滿紙荒唐言——評陳芳明的所謂左翼台灣史觀〉一文（見《左翼》第15號），已有明晰的批判，我不再贅言。

不要讓問號消失！

就像〈青春睿智卡維波？〉的重點是在那個後來被卡維波「化約」掉的「？」號一樣，做為自覺的社會主義者，我對於資本主義消費社會的態度，可以很簡單用一句話概括，那就是：不要讓問號消失！

由於對既定體制的恆常質疑，對異質的、可能的替代方案的追尋，我們面對當前社會中一切障眼法、腹語術，忍不住要去戳穿；當許多人被快樂、希望、春天、花蕊、有夢最美……等甜蜜音符催眠時，我們很不幸被驚醒。我們不可能像卡維波所說的「當所有的人實際上都處於商品消費與通俗文化內部的今日……還假裝處於商品消費與通俗文化外部之某個戰略高地」，我們只是有意識地「身」在其中，而不願「陷」在其中。對於資本主義消費社會中「權力」與「錢力」交織的龐巨陰影，我們可能更為敏感，對於消費行為中的商品拜物教以及通俗文化中的偶像崇拜狂熱，我們感受到更深刻的荒謬與荒涼。

當然，在卡維波的認識中，這一切都可能被「挪用反轉」，而形成「零星的反抗」。卡維波基本上還是把對既定威權的挑戰與挑釁視為一種價值，這是左翼進步論述的基礎，但是他又很不屑地把所謂「傳統左派」打為「成年癡呆」，是「青春」的反面，是青少年的對立面。比起文革紅衛兵的「造反有理」，以及法國1968年學運的「禁止說禁止」（Il est interdit d'interdire），卡維波所頌歌的青少年，也許稍顯

蒼白，但是由於擁有打炮的凱蒂貓玩偶和有WAP功能的個性化手機，他們的叛逆形式似乎變得更為豐富多彩。

卡維波以「拼貼」（bricolage）來形容青少年通俗文化，事實上以他所舉的例證，與其說是拼貼，不如說更像是「萬花筒」（kaleidoscope）：隨機聚散、偶然、不沾黏，基本上局限於一定的空間，變化萬端，但絕不出格。

遺產與階級再生產

卡維波採用「年齡政治」的觀點，以二分法區隔「青少年」與「成年人」的世界，前者睿智進步，後者癡呆保守，彷彿世代之間是斷裂的，彼此各成自主、封閉的領域，完全忽略了遺產與階級再生產的關係。事實上，資本主義社會的財富分配，世代之間的傳遞繼承，更甚於同世代不同收入者之間的橫向攤派。一個自幼即擁有數千萬長輩贈與的陳家待嫁少女，我們很難期待她參與反高學費的街頭抗爭；同樣的，一個不用當兵的青年醫生駙馬，與陪同失業父母到勞委會門口埋鍋造飯的待役或待業青年，大概也很難期待他們有什麼共同的立場。無差別地看待不同家庭背景的青少年，就像當權者聲稱要同時保障東京貴婦金美齡和慰安婦阿嬤的「言論自由」一樣的虛妄；林肯是這樣做比喻的：狼和羊都同樣追求自由，有人或許因此滿足於兩種動物之間消除了差別，但是，他們沒有注意到：狼要的自由是吃掉羊，羊要的自由是不被吃掉。

卡維波以同樣的二分法區隔「通俗文化」與「高等文化」，他說：「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。」然後，卡維波又借用文化研究的觀點，將通俗文化與商品消費連繫起來，指出通俗文化是「大眾主動消費商品的結果」，他說，「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）……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。」

卡維波一方面將消費行為無限上綱，另一方面又將通俗文化移入聖殿，他強調通俗文化的「拼貼」風格即具有反叛的因素，「將符號象徵從其原始脈絡抽離，商品重新被串連，這是個自我定義的活動，從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。」

卡維波的分類和定義，無疑是導引向「青春就是美的，流行就是好的」這種整體主義的觀點，青少年通俗文化反可能因此走向民粹、媚俗的方向。青春固然是值得讚頌的，但是，對青春和「現此時」（the present）的過度揄揚，卻也可能造成對歷史和「既往」（the past）的輕忽和蔑視。近年來，日本否定侵略戰爭的漫畫書動輒銷售上百萬，右翼勢力在漫畫世代中聲勢浩蕩；美國選出了被認為對歷史極盡無知的鷹派總統小布希；歐洲新法西斯政黨在法、義、比、奧等多個國家崛起……多位學者已指出通俗文化與民粹主義的依存關係。同樣的，流行固然是可慾的，但是過度追求流行也可能產生神聖化收視率、眼球數、銷售量、民調支持度的結果，台灣這幾年來政治和媒體的民粹、媚俗傾向（政治人物、影視明星競相「裝可愛」），與整體通俗文化的氣息和溫度明顯是相互感應的。

蹦極遊戲

大教授卡維波這篇佔了《左翼》30餘頁篇幅的長文，華富炫麗地點綴著文化研究、酷兒理論、後現代的學院名詞，如此彷彿肌體刺青一般醒目耀眼的文字，一方面展現了「青少年通俗文化」逐浪追潮的風采，另一方面，在罵起「那些沒有學問的空腦批判家」時，顯然

更為鏗鏘有力。只不過在這個生活方式選項超市化的現代社會，在這個諸說混同的新時代（New Age），在這個蠻橫、獵奇、高效率的新自由主義與恣肆、享樂、嬉鬧的新自戀主義難分難解的新世紀，他慣性的二分法思維模式，以及奔赴既定事物另一個極端的叛逆典範，不禁讓人想起高空彈跳（中國大陸稱為「蹦極」，是更形象化的用語）的遊戲：一個可愛的左派，在山頂和山谷之間迅猛起落，其間充滿了刺激（刺眼激進）、驚駭（驚世駭俗），但是遊戲者知道身上很安全地綁著堅固的繩索，他很清楚自己終究會回到山頂的「控制台」，擦擦冷汗，卸下繩索，然後，出發尋找下一個玩樂的景點……

——原載於 2001 年 4 月 30 日《左翼》第 18 號

反卡維波論述提綱

汪立峽

卡維波在《左翼》16號和17號上發表了他反駁林深靖的長文《青春睿智卡維波》一文見於《左翼》第15號。我猜測對於卡維波這篇長文，恐怕沒幾個人真正從頭至尾，一字不捺的仔細讀過。卡維波到底在說些什麼呢？根據我耐著性子細心披閱的結果，大致而言他說了四個方面：(1)傳統左派只看到資本主義的生產領域，忽視生產過程以外的消費交化領域(2)消費／通俗文化現象並不都是資本家意圖的實現(3)消費／通俗文化領域本身就是戰場，在這裡可以通過想像力和創造力，挪用和轉換商品原來的意義(4)激進社會應該介入，挪用消費／通俗文化的意義，並進一步轉化為政治行動。

本文不打算就卡文的繁瑣論述逐句評論，那種吃力不討好的糾纏混戰，只會讓讀者認為是兩個無聊文人在意氣鬥嘴（儘管我所作的夾批和札記加起來的字數不會少於卡文）。我只想提綱式的說說我的看法。

卡維波說他撰寫那篇長文的目的是「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」，既然如此，就讓我們來研究分析一下他是否真的丟出了一些新的思考資源和提示人們尋找到了一條（或某條）新的抗爭路徑？

一、馬克思主義傳統與性政治

卡維波在他的文章中一再攻訐左派（不管是「傳統左派」或「台灣

左派」) 不懂性政治和年齡政治，似乎只要任何左派沒有像他那樣重視(或正視)消費文化的「挪用」和「抵抗」效應，就是無視于性政治的存在。卡維波這種自以為抓到左派「把柄」的譏評論調，不僅對別人有欠公平而且暴露了自己的知識傲慢。

任何的約略涉獵過馬恩著作的人都知道《共產黨宣言》和《家庭·私有制和國家的起源》都或多或少談到了性與階級政治的關係，而且被公認是「性政治」論述的源頭活水。這表示雖然馬克思和恩格斯突出生產領域和階級鬥爭的重要性，但也並沒有忽視性／性別在社會關係和意識形態領域的作用與意義。

在馬恩之後，馬克思的幾個女兒以及羅莎·盧森堡甚至列寧等人也都可算是性政治的奠基人。更特別的一個是奧地利的馬克思主義者威廉·賴希(Wilhelm Reich)，早在上世紀的三十年代就高倡「性政治運動」，將政治解放和性解放結合在一起。賴希率先提出「性革命」能「成為新社會的助產婆」，能製造新的社會形態。為青少年的性解放振臂疾呼的也要數賴希是領航人，在賴希看來，社會對青少年的性壓抑的嚴重性和殘酷性超過了對社會任何一個階層的性壓抑。他甚而要求給青少年提供法律保障，以反對雙親、教師和政府當局的「性暴政」，還主張為青少年的性滿足創造方便，包括為青少年實現性要求提供必要的場所和工具。

賴希於二十歲那年(1927)加入奧地利共產黨，此後即以精神分析學家和共產黨員的雙重身份從事活動。他不只是嘴巴說說而已，更親身參與德國工人運動，在工人群眾內部發動了一場「性政治運動」。賴希認為社會主義革命僅從生產領域著手還不夠，必須在生產領域和階級鬥爭的基礎之上，進行一場「性革命」，他相信「性革命」是摧毀現存社會的一顆重磅砲彈，可以作為階級鬥爭的補充。

不論從理論的創新還是實踐的激進來看，卡維波這類性政治論

述者都難于說比上個世紀初的共產黨人賴希更為超前。其實，卡維波所津津樂道的那一套觀點源自于上世紀60年代和70年代的西方後現代主義思潮中的所謂「激進民主」流派，卡維波和他那一夥人偏好叫作「人民民主」（關於這個「人民民主」在下文我還會多說幾句），「性政治」則是激進民主的論述策略之一。這一派的觀點和賴希最大的歧異在于他們排拒馬克思主義所強調的生產領域和階級鬥爭，認為人有許多慾望需要無法納入經濟範疇內被解釋，性的慾望需要和身體管理的慾望需要就是他們認為最顯著的例子。這一派主張消費文化領域以及屬於這個領域中的「性」和「身體」等問題，可以獨立于生產和階級領域之外自行運轉並產生「自我建構意義」的能量。捨此之外別無新意。

二、「到處都是戰略」，但問題是：敵人是誰？

卡維波們自稱「文化激進主義」或「青少年通俗文化的左翼政治」，十分相信在消費通俗文化中「到處都是戰場」，認為資本家無法壟斷商品所意圖生產的意義與認同，相反的，任何商品消費的意義都可以不斷地被挪用與轉換，甚至形成對抗或抵抗的意義與認同，遠遠超出資本家的意料之外。卡維波為此列舉一些電視廣告、流行歌、網路情色……為證，不認為青少年消費者「被洗腦」或被創造出「虛假的需要」。他還特別以一則手機廣告說明「廣告商比左派更深入學生生活」，「這個廣告也有喚起學生抗拒不合規定的權利意識之潛在可能」，「此外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」，而他所說的「政治行動」不過是「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」。

如果卡維波真的相信如此這股「挪用」商品的意義及其所產生的

「對抗」作用，就可推進他們所嚮往的「人民民主」，那麼這個「人民民主」必然落得「資產階級民主」的下場。這是不是把話扯遠了？是有那麼一點。話得繞回到文化激進主義所執著的消費通俗文化戰場來講。一個遠離生產過程和經濟，孤懸在外的消費文化戰場，所能實現的「民主」是什麼屬性呢？

「民主」的定義從它的源頭，即古希臘城邦政治來講，指的就是多數平民統治的政治，相對的則是少數統治的「寡頭政治」。而歷來的統治階級為了維護既得利益不喜歡民主，因為那意味著把權力交還給人民大眾，包括政治權力和經濟生產權力。法國大革命之後登上歷史舞台的資產階級（英國是另外一個例子）在面臨新興無產階級要求民主的壓力下，端出了政／經分離式的民主，即在政治領域給予人民「民主」，在經濟領域仍然是剝削者和被削者涇渭分明的「絕不民主」，而是地地道道的「資產階級專政」。說到這裡，話已經很清楚，連繫到卡維波們在自絕於經濟生產領域而致力於消費文化領域的「挪用」、「抵抗」戰場時，所能企及的「人民民主」充其量也只能在「資產階級民主」的範疇內打圈子。

三、「挪用」的迷思與實際

我們現在來談談消費／通俗文化戰場的「挪用」效應問題，因為這關乎到卡維波所說的「性政治」、「年齡政治」以及「性」和「身體」論述的核心策略。

卡維波承認學校、家庭對青少年是一種「師長規訓」，商品市場對青少年是一種「消費文化規訓」，又迷信後者可以「挪用」來「抵抗」前者，試問，既然兩者都是「規訓」，以其一對抗另一，其間青少年的「自主」究竟是什麼屬性？卡維波喜談辯證法，請問在這種不斷被「挪用」的「抵抗」與不斷被「收編」的「抵抗」之間所產的自主性，還是

不是黑格爾所說的「主人-奴隸」關係的辯證顛倒？或只是「奴隸-奴隸」關係的形式變化而已？卡維波是很難回答這個問題的，因為他所信奉的「挪用」原則，實際上是一個無止盡的同義反覆「怪圈」罷了。

四、只見「身體」，不見歷史

卡維波同林深靖的論戰是從「做身體」（塑身）開始的，按照卡維波對「做身體」的定義並不限于「塑身」，舉凡戴耳環、刺青、養生、慢跑、打坐、洗澡、修指甲、化妝、做頭髮、打扮……等等，都包括在內，總之就是「身體管理」。既然「做身體」是這個意義，那麼可見「做身體」是歷史發展的產物，每個歷史階段都有其「做身體」的花樣，並非如卡維波所以為是「晚期現代」或「晚期資本主義」的專利，而是古已有之的現象，歷來都同年齡階級、身份、地位、財富有不解之緣。晚近的「身體」理論則是後現代主義思潮關注最多的事物之一，西方國家書店裡充斥著這一類的東西。過去的列寧主義者現在是徹頭徹尾的拉康主義者，每一個人人都從生產領域轉向「性政治」；切·格瓦拉的社會主義也在一夕之間讓位於福柯之流的「身體論」。性和身體現在已經變成所有時髦東西中最時髦的一個，而且從私領域進入了公領域，舉目所見幾乎都和「性」與「身體」有關，正如英國馬克思主義者特里·伊格頓（Terry Eagleton）所指出的：「對身體健康的關注現在已經逐步發展成爲一種主要的精神疾病」，若說這是「性拜物教」的結果也不為過。

從歷史唯物主義來說，無論現在或過去，「身體」不管怎麼「做」，只是一個反映特定社會經濟形態和社會意識形態的現象而已，從來不具有被卡維波以後現代思維所描述或所指望的「戰場」性質和作用。當然，在卡維波們看來，這種論調「厭煩了！」「了無新意！」，但是事物的發展和事情的真象會因為你們「厭煩了」而改變

嗎？一個理論的有效性會因為你們認為沒有「新意」而失效嗎？若是把每個時代都會有的青少年與成年人的緊張關係，即青少年對成年人「規訓」的反抗表現說成是「性」或「身體」文化的「挪用」與「抵抗」，甚至是對體制的潛在變革力量，未免太一廂情願了吧！

五、究竟是「必不可少的需要」還是「虛假的需要」？

卡維波在文中提到馬克思在《資本論》中的一段話：「所謂必不可少的需要的範圍，和滿足這些需要的方式一樣，本身是歷史的產物，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」。卡維波的原意是想利用這段話來否定有所謂「虛假的需要」的存在，即需要根本沒有真實和虛假的問題。然而，馬克思這段話的前提明明指的是「必不可少的需要」，不知是卡維波沒看清楚，還是故意忽略了？「必不可少的需要」當然是真實的需要而不是虛假的需要。但是，「必不可少」並不是任由個人主觀決定的，而是「歷史的產物」。卡維波顯然把這段話錯誤的理解成只要工人階級有怎樣的習慣和生活要求，那就是「必不可少的需要」。關鍵端在於什麼是歷史的產物？這一提問的重要性是在指出「虛假的需要」也會是歷史的產物，歷史並不是只會製造真實的東西，這是常識。所以「必不可少的需要」在一定的歷史條件下也可能是「虛假的需要」。

這個問題有點類似關於「自由的選擇」爭辯，有沒有「自由的選擇」這回事？人們總以為有自由的選擇，因此就算我們明知道根本沒有這回事，他也必須假裝有自由的存在，因此很多選擇事實上是強迫性質的。

卡維波在另一處還提到馬克思和恩格斯用來指涉商品交換活動和商業人際往來的「交往」（intercourse）概念。「交往」這個概念用來描

繪資本主義商品市場和消費文化的全面圖景：複雜、多樣、虛假、迷惑，以及進步的一面……的確比「交換」、「溝通」、「消費」、「交易」這些概念更周嚴、更精準，這在卡文關於這個概念運用的長段描述中已經說得很清楚。但令人不解的是這個概念同青少年消費通俗文化的「挪用」策略之間有什麼必然的聯繫？由卡文本身的論述來看，「交往」概念適足以證明「挪用」的無效性，而不能證成「挪用」的「抵抗」效應。實際上，「交往」概念更容易幫助我們了解馬克思在《資本論》中所說的那個「人是社會關係的總和」著名的命題。

六、異化的當代形式：對日常生活的普遍控制自覺的反異化鬥爭是社會解放的首要條件

卡維波一直強調「積極介入與挪用消費與通俗文化」，大有將此策略視為變革社會的突破點的意味，因此在他的論述中令人訝異的發現，似乎媒體廣告都潛藏有革命的信號，而青少年儼然都成了資本主義社會的地下黨，這究竟是他對文化激進主義的天真幻想，還是理想主義的衝動焦躁？卡維波相信「意義」無法被霸權宰制，也不會被「反對／抵抗」的任一方所獨佔，這話沒錯，但又如何呢？《愛拼才會贏》這首閩南語流行歌曲早被工人運動「挪用」為「抗爭」意義的工運戰歌，但任何一個工人都知道僅憑這首歌曲是「贏」不了什麼東西的，決定輸贏的到頭來還得看階級意識的覺醒程度和集體戰鬥意志的堅決力度。連生產領域的工人運動在「挪用」消費文化的意義時，都只能止於「挪用」作用的本身而已，更何況茫茫人海中不特定的青少年呢？

在許多馬克思主義者看來，例如盧卡奇就認為在資本主義社會的消費文化邏輯中，不論是誰，也無分男女老少，都掙扎在由資本和商品所控制的日常生活之中。在現今資本主義日常生活和通俗文

化中，充斥的大量扭曲和支離破碎個性的異化現象以及空虛感和無聊感，正是卡維波所再三頌揚的「挪用」、「錯置」和「顛覆」，用盧卡奇的話來形容：「正是這種生活的表面上的無憂無慮的產物，正是這種生活方式必然造成的令人感到日益壓抑和無聊的產物」。

馬克思主義者從來沒有否認「壓抑」、「無聊」、「焦慮」或逃避性的「歡娛」……等等異化現象潛藏著變革現狀的可欲能量，但同樣不可否認的是這些文化現象通常是以扭曲的個性，通過尋求刺激、冒險、麻醉、放縱、作怪……等行為表現出來，扭曲的和支離破碎的個性無論怎麼「挪用」既存文化的「意義」，都無助於其重塑「完整的個人」的個性，只會加重個性的扭曲和異化的內在化而已。

作為當代左派的嚴峻課題，首先就是揭露資本主義全球化所形成的巨大文化矛盾和異化現象，以及這些矛盾現象的產出根源規律和人們身處其中的困局，從而激發人們自覺的反異化鬥爭的熱情和勇氣，為重塑完整的個人和個性而戰鬥。同樣重要的是，這種文化戰線的反異化戰鬥絕不能是孤立的，它必須同時和反資本主義生產邏輯的政治鬥爭與社會運動，特別是工人運動有機的結合起來，才能產生可預期的效應。關於這一方面的看法與策略，已超出本文的範圍，只好留待必要時再寫了。

——原載於2001年5月31日《左翼》第19號

三、女性主義的 身體政治

塑身運動、厭食症到胖妹驕傲 的思考

——一個女性主體與女性身體的提問

黃詠梅

前言

本文以網路電子佈告欄的減肥社群與胖妹家族作為田野觀察對象，試圖從女性塑身行動中併發的厭食症現象、與以「性感胖妹」為其認同集結的討論板，探詢女性主義歷史中女性主體與客體化身體的古老命題。文中欲處理兩個女性主義路線的典型衝突：一是情色女體的主動性與客體化問題，二是女性關照自己身體的獨特感官與多元行動／解放策略。簡而言之，本文要回應的是幾年來台灣「國家派」婦女團體與「市場派」婦女團體的典型爭論——在「政策婦女團體」們不斷要求更嚴格的情色管制、強力批評平商業媒體煽動年輕女性的瘦身風潮之時，另一派的「解放婦女團體」則幾乎全然的站在此般政策建議的對立面，強調情色女性、塑身女體對年輕女性在抵抗傳統父權的解放之路上之積極意涵，並指責壓制色情的政策路線與父權傳統同構的反動性格。在這樣的爭議之下，女性個體如何對待、管制、打造、形塑自己身體，以及此間真實行動的內涵與感受便是另一個重要的問題，也是本文欲處理的重點。針對這個部分，本文從塑身主體、以及塑身知識所併發的厭食症現象中（註1），關

照出的是一種不同於政策女性主義所理解的主動與抵抗意識，也從「胖妹驕傲」的集結抵抗讀出一些商業貫穿的塑身意識之壓迫線索。塑身認同與胖妹驕傲所標定看似在光譜兩極的兩種主體、以及期間的流盪反覆、交疊曖昧與不確定性，是本文所欲覺察反省、並與既有之女性主義相關論述產生對話的主要關注。

肥胖與過瘦——醫學與社會「問題」的範定

2002年11月19日，實踐大學營養系系學會學生組織的「肥胖糾察隊」，在媒體採訪下以行動劇宣誓「將肥胖趕出校園」，並在校園當中隨機攔下一位小胖妹，將之團團圍住並眾口一心的詢問：「請問妳不覺得妳太胖嗎？有沒有想要減肥呢？妳知道肥胖對身體不好嗎？」小胖妹因此被嚇哭。這個相當煽情的畫面首度正面引發台灣媒體關於「肥胖歧視」的討論，以及網路上大幅動員的郵件抗議行動，事後實踐大學校方亦為此事公開出面道歉。

「肥胖糾察隊」事發隔日，聯合報（11月20日）便公佈了一項調查數字，新聞標題為：【大學女生過半太纖】。內文引述如下：「政治大學大一新生的體檢結果發現，91學年度新生中，有39.59%的女生體重過輕或瘦弱，男生體重過重或肥胖的比率則有33.9%。清華大學大一女生體重過輕的比例高達51%，體重過重比率只有6%。淡大則有44%女學生體重過輕或瘦弱，體重過重者約占12%。」而根據1995年的十大廣告商品排行榜顯示，瘦身美容業的廣告分佔了當年排行榜中的第一、三、四名（註2），由這些廣告所主要訴求的對象（年輕女性，而非醫療單位所經常性發出警告的「過胖」群眾）觀之，這裡所顯示的問題便是我們媒體所強調與打造形塑整個社會對「肥胖」的高度關注，與此般調查所呈顯的事實之間的高度落差——最被視為與「減肥」

議題相關連的族群恰巧就是那些已經醫學過瘦的族群。

同樣的結論可得之於本文在網路減肥瘦身社群的觀察——可見的、在網路上積極交談分享減肥心得或方法的使用者多半以大學在學、體重低於醫學標準（註3）的族群為主，「醫學過重」的比例反而相對不常見，甚至有相當的一部分成員「有意識地」表現有飲食失調（厭食／暴食症）的部分徵狀。

此間社會對待女體的「集體暴虐」現象事實上已是數十年來女性主義者高度關切而且討論繁多的問題——女體總在受壓迫。然而我們首先注意到的卻是「醫學」在此出現的兩面性：它可以為我們範定一個「科學的」健康範疇、範定何謂過與不及、定義出科學有效的減肥方式、也定義出「失調（失規範）」的減肥或節食行為（厭食／暴食症）；但同時以有系統的醫學知識為基礎的身體控制論述也為所有我們所熟知的一整套繁複的塑身美學／道德／技術框架提供了堅實的資源與支援。也就是說：所有將塑身風潮視之或斥之為非理性的流行拜物、或甚至性別壓迫的論據，其實都來自於醫學標準所提供的知識與證據（塑身「有害」身體健康）；但弔詭的是，所有構築這個塑身風潮的行動、與行動背後的支援與基礎也都是來自同樣理性與標準的醫學知識，而醫學定義下的「厭食症患者」甚至經常是最嫻熟這一套知識與技術系統的人。

若先擱置關於女體與男性凝視的權力角力，轉而談及現代性的「身體與認同」時——紀登斯認為在我們所處的當代社會當中，身體之所以可能成為一個解放的場所，在於個人與身體的持續反思與協商改造的過程所構作的認同關係（Anthony Giddens, 1991）——醫學作為主體與身體相互介入與對話的過程，便非常具體的提供了我們一種接近當代身體圖像或者身體作為「認同」場域的工具或媒介。也就是說，就目前我們所可掌握的現象而言：作為集體的風潮，我們的

社會對於肥胖的高度關注（表現在媒體對年輕女體的關注，或者年輕女性對自己身體的焦慮）完全顯露的是一種現實基礎的匱缺（事實上，年輕女性大半過瘦）；而作為個體行動，這些看似荒謬或者「主體匱乏」的焦慮與被壓迫關係則又弔詭地確確實實是一種「主體浮現」——個體有意識的經由身體去介入其社會關係或自我感覺的過程。「打造身體」的主體浮現，便是本文主要的問題意識所在。

「女體」作為壓迫與反抗的論述操演

2000年12月18日，張錦華教授與其學生黃浩榮共同於中國時報發表〈還童的女性？弱智的男性？〉，以媒體作為父權壓迫之體現的理解與基本立論，嚴詞批判並揭露當時轟動一時，由「最佳女主角」美容公司董事長黃河南先生重金斥資所拍攝、以十三歲女星王瞳為主角的童話／化廣告的「父權凝視」與「商品化（少）女（身）體」的邪惡真相，也帶出了一陣婦女團體積極撰文抗議資本案對「童女」身體的剝削行為的熱烈討論。

這篇明確標示以商業／父權剝削為其主要批判對象的評論立即引爆了台灣女性主義內部激烈的左／右派論爭（註4）——由自我確立為左派立場的女性主義批判與中央大學性／別研究室為首的「性權派」女性主義的「性感權力」之號召，展開了一段長申論戰（註5）。在論戰主軸的文章中，左／右兩造搶奪的看似是身體自主權的意義與論述範疇，但當我們將此爭論置於女性主義更廣遠的脈絡來看時，更容易發現的卻其實是國家父權與商業父權之一體同構的兩面性——卡維波用以直接反駁張錦華論點之〈老化的媒體批評·弱智的女性主義〉一文中明白指出：媒體監督、控訴剝削式的女性主義批判所覆誦的壓迫圖景，實際上正是恰巧扣合上「父權凝視」的女體觀看角度（只看到女人的胸部與女體的性意象、只關注男人對女體的關

注），並同時與「父權結構」對女性身體的壓抑與限制（不能直視自己的身體、不能賣弄、不能展示）同構了。這樣的發問立場與其自我標舉的「性權派」立場——支持各種性與性感實踐、拒絕與對抗國家介入、或者反對反色情（因為所有反色情都必須涉及並訴諸一種國家權威的監視）——其實是相當脈絡一致的，女性的敵人是作為「父親」同時作為保護者與管制權威的國家角色。然而若我們反向發問，其實也就如林深靖或者黃宗慧等人隱約指出的：此般擁抱青春女體的性感想像所立基的、對國家權威的抗拮其實也同樣弔詭地導向了與商業父權之女體崇拜的謀合（反抗的身體居然是要豐胸細腰性感惹火的）！在這個「反商品化」的立場中，女性「真正」的敵人則又應當是作為剝削利用女性身體的窺淫者。國家威權與商業市場各自佔據壓迫與剝削的兩頭，「女性」在這之中似乎再也衝撞不出真正有效的反抗空間。

因此就女性主義內部論爭而言，左／右派的劃分與爭執實際上是對「敵人」之認識的論爭，而非對主體界線的爭奪。「誰才是主要敵人」，乃至於誰是必須與其聯合之的次要敵人，這正是奠基於女性符號作為集體反抗的政治或運動想像。賴英宏在關於瘦身議題的女性「主體型構」的討論裡便開宗明義的點出，這場論戰的焦著點所觸碰的應在於女性主體的「代表性」問題——誰可以代表、定義「女人」這個類屬？是擁抱瘦身、從瘦身行動當中得取快感的女人？或是拒絕瘦身、天天自覺被媒體的瘦身訊息所壓制所強暴的女人？（賴英宏，2000）如果說揭發瘦身廣告的剝削性質之論述觀點所導向的行動結論只能與國家父權對女性身體的壓制一致，而從日常生活實踐對身體的介入改造、繼而賦權（empower）女體性感權力的結論也只能跟商業市場所要求的合格女體一致，那麼我們究竟該如何「認識」女性主體（行動）與女性身體（身分）之間變貌多樣的辯證關係？

事實上，女體的持有者——「女性」——本身若果不以「男性凝視」為其生活中主要的困擾與壓迫來源，那麼女性主義長久以來對「父權」壓制、扭曲女體的說法究竟還能夠在什麼意義上是真實的？這就相當有可商榷的空間。本文因此不擬將焦點鎖定在「真正的」女性意識之探求或者對「真正的」父權壓制之揭發，而試圖藉由對「常民論述」（everyday accounts）的接近與對「瘦身」或「反瘦身」兩種女性主體之自我陳述的直接觀察，試圖描繪、拼湊起女性意識在性感實踐並同時抵抗「男性凝視」與「父權管制」的行動原貌。

田野選擇與觀察意圖

本文所設定之對女性行動的觀察場域以兩個BBS（電子佈告欄）討論區為主，一是以瘦身資訊、瘦身心得交流為主的汪汪大學BBS站台；一是設在KKcity之下，以各種性弱勢之認同與解放政治的訴求為號召的【花魁藝色】成人站台內的「胖妹板」，分別作為取得瘦身主體與反瘦身主體之日常自我陳述的觀察空間。

「汪汪大學」是一個其下設有一百一十四個包含各式生活資訊與娛樂交流功能討論板的站台，按照討論板性質的「群組別」分為「體育學院」、「生活學院」、「娛樂學院」等等二十個類屬，其中每個類屬下分別有三到七個討論板不等，唯有「醫學院」當中幾乎清一色的瘦身資訊交流板佔有十九個版面之多（註6），討論食物熱量、塑身運動、飲食障礙、節食菜單、減肥心情等等。簡言之，這是一個可以被當作諸如「戒酒團體」般成員彼此之間相互鼓勵、提供建言，共同為減肥目標努力的社群形式，成員在這當中紀錄心得或進度、也相互給予生活上的支持，或者抱怨生活感情工作，交換各種「女生的」訊息。本文這部分的觀察約莫以【1LoseFeeling】減肥心情、【1BulimiaNerv】飲食障礙、【1LoseDiary】節食日記、【1Losefood】飲食討論（註7）等版面文章

為主要的討論對象。

KKcity號稱為一個BBS「城邦」，內設有分站系統，下設諸多理念不同的分站站台，當中有兩個成人站，一為【花魁藝色館】、一為【天龍古堡】。花魁藝色館是一個顯著以各種性解放運動為其宗旨的站台（註8），也是這當中每日出入人數及文章數量較多的站，設置於其中的【Fatlady】胖妹板（註9），則是在進板畫面明文以「促進胖妹之力量、平反肥胖之汙名、建立胖認同」為其建板宗旨，討論板則以聚集胖妹成員，討論分享生活各種話題：飲食、購物、健康、感情、工作、家人朋友的相處或者因為身材而經常遭遇的特殊處境、應對策略等等。

資料蒐集的進行方式以討論區板面的記錄觀察為主，不擬以與成員的私下互動作為訪談網絡分析材料。由於網路討論板屬自發集結，其中「社群」成員彼此之間日常互動的性質在此作為一個承載常民論述的空間被看待，我們從所選定的網路空間中企圖取得的，便主要是瘦身或反瘦身女性在此般日常脈絡中、經由「身體」所形塑的自我觀感與關於其行動選擇的自我陳述。由於本文的發問意圖不在於女性主體的「代表性」問題，亦不在於尋找出正確的、因應於身體策略的「女性集體」（或者「真正的女性主義者」）所應該選擇的身體立場（瘦身或反瘦身），因此這些觀察紀錄的主要用意亦非在於揭發一個樣貌一致的父權壓迫痕跡而譴責之，而是在女性主體真實（有時看似相互矛盾）的行動選擇中，探求其「主體」體現的樣貌與過程。

抵抗與擺蕩——瘦妹憂鬱與胖妹焦慮

壯烈史詩般的瘦身故事——「審美醫學」的行動理性

所有對女性瘦身風潮的批判性研究幾乎都共同指出媒體形象對女性瘦身行為所造成的重大影響。研究亦指出：對女性身體纖瘦、骨感為美的主流審美觀實際上是相當晚近才出現的趨勢。1920年代

服飾宣傳由圖畫改以真人照片在大眾媒體中出現的商業行銷模式，形成了身體被服飾／流行所定義的風潮與基礎（Gordon, 1990; Orbach, 1993）。女性身體的「纖瘦但健康」成為年輕、自由、掙脫束縛、不受拘束的象徵與流行趨勢更在1950、1960年代之後便不再逆反（Orbach, 1993）。到了1980、1990年代之後，電視女星敢於長出且秀出瑪麗蓮夢露般豐腴肥白的手臂的景況——儘管那以當前的影視標準看來過於多肉的身體其實也已在醫學標準體重的標準之下（註10）——更是不復見。

「纖瘦但健康」的理想——時尚美學與流行醫學共同打造的「健美」神話——於是可見諸琳瑯滿目的健康食品／減肥商品的廣告模式，可見諸纖瘦骨感的女星們一遍遍代言所有健康與活力商品、體育或所有歌誦青春徵象的價值與意念：諸如三度代言乳酸菌飲料、為職棒冠軍賽拍廣告的蕭亞軒（註11）；拍運動飲料、優酪乳廣告，並是區運代言人、拒菸之星的張惠妹（註12）；以健美形象著稱並同是拒菸大使、乳酸菌廣告明星的李玟（註13）等等。女星作為美麗標準的具體形象、參和了商業系統活力十足地打造所有正向特質不斷覆寫於其上，成為所有瘦身女孩們無論如何都不願放棄的強烈慾望。在汪汪大學【1LoseFeeling】板當中蒐集了數十位當紅女星的身高體重資料，作為女孩們訂立減肥目標的依據（註14）。資料中所顯示的除上列「健康」形象的女星體重約莫在其標準體重值下限之下的五到七公斤之外，無論以美貌著稱的蕭薔、青春有型的ASOS或者新瘦身典範蔡依琳、孫燕姿，「正常」的美學身體（也同時標誌著健康與自信的）幾乎都在標準體重值下限之下的八到十公斤左右。這個「標準」打造了汪汪大學減肥女孩們的最終極夢想，【1LoseDiary】板中的身高體重變化紀錄常見如「邁向41公斤」、「討厭的46公斤」、「讓我成為骨感美人吧」之類的宣言。可觀察的是，這裡所有熱中減肥的女孩子都對外貌高

度敏感、對「健康的」體重標準值幾乎不屑一顧、體重在正常標準值內的女生經常自稱小胖妹。沒有人想要依賴或遵從正統醫學所提供關於健康的建言：「我」才能決定我將成為的樣子、「我」知道我幾公斤叫肥、幾公斤是「健康」、「我」將用我的方式達到理想——這些我所知道的事情醫生不會知道。

「健美」神話的全部內容於是成為一個幾近荒謬而巍巍顛顛、卻也堅固又牢不可破的三一律：美感、醫學與道德三者合一、匯集在「身體」這個獨特的位格上。——讓身體成為你的神，要具備足夠的健康知識（廣告醫學、身體控制的技術）、毅力與自我控制的決心（「為自己負責」的現代性道德律則），女人便可以將身體（自主地）維持在「醫師建議」的健康體重下限之下（至少，五或六或七公斤吧？），成為美的（但卻無論如何都是不健康的）身體。健康的瘦、纖瘦但健康的任務，成為身體作為自我整合場域裡頭最困惑人心的命題、最艱苦的戰鬥。當媒體間所有令人艷羨的美少女都被連結上了青春與健康、成功與自信的一切價值之後，醫學標準體重的「健康」定義則變成一個需要在瘦身實踐當中被戳穿、克服，或者忽略、超越之的虛假命題——使我們美麗的那個「健康」才是真實的健康，視覺可辨識的肥胖身體（儘管在標準體重之內）則需要動用一切（已被廣告化的）醫學知識／技術加以矯正之。

健美神話於是構作出了兩個層次的操作原則：「健康」是技術性問題、而要達致這個「健康」則需要嚴格的感官訓育——這就是一個切切實實的道德命題了。【Ilosefood】板上首先充斥著各種食物熱量換算的知識交流（怎麼吃可以最「節省」熱量？），再則就是如何在不損及「減肥」的大目標下解決、克服過瘦所併發的月經遲滯、骨質疏鬆，以及營養不良所引發的抵抗力不足、皮膚乾燥等問題。而所有這些對健康技術與知識的認識，則就構成了所有感官訓育、道德原

則的核心內涵：如何「正確」的感覺飽，如何敏感於進食、排泄與「潔淨體內」的關係（排泄與乾淨的「感覺」需要從反覆的經驗練習當中提煉），練習在生理（對抗飢餓感）與心理（對抗食物提供的愉悅）上不需要食物——如果還是忍不住吃了，不要慌張也不要焦慮（慌張與焦慮的情緒是有害減肥／健康的——情緒的控制同樣需要鍛鍊），要去運動（務實地消耗熱量）。

這些技術知識的來源之廣泛，遍及於西方醫療的系統性知識、中醫或民俗療法的各種秘方、也包括了報章雜誌的各種減肥廣告（所附帶的技術性說明／諮詢）、明星的減肥偏方等等，構作成整套的作息規律與「生活風格」的教條——要細嚼慢嚥，因為吃得慢才容易飽；要躲避調味料，因為口味重會吃得多、且鹽分導致水腫，要緩慢的感覺及「享受」食物、還要訓練對「調味物」的敏銳（這樣外食時才能分辨得出不能吃的東西）以及嫌惡感；早起要喝水（或黑咖啡或優酪乳）要找到讓自己容易固定排便的方式；要在進食之後或之前的兩個小時運動要持續半小時以上，心跳率要足夠才是「有氧」且規律的運動、練習呼吸、練習喝水——這些是「健康的瘦」的基本內容，都包含了人必須訓練自己可以「感覺」身體變化的能力：感覺食物進入身體、感覺腸道排便的徵兆或反應、感覺運動與飲食的關係。進階則包括了如何面對月經前後的體重波動（註15），如何經由刻意食療的補血或者有效地吸收鈣質來彌補脂肪流失可能導致的閉經、月經量減少或者過瘦所導致的骨質疏鬆，如何解決因為吃得太少、腸道蠕動過慢而可能導致的便秘（且便秘又是減肥的大忌），如何經由運動讓身體變得（至少表面上看起來）強健有活力，如何度過長期因為種種禁欲規範所引發的沮喪感（比如適時「點到為止」地讓自己吃一頓大餐），避免鬆懈飲食帶來體重增加的災難，讓這些生活規範可以長時間的持續。

所以我們看到：「超佩服蔡依琳的，每天光吃蘇打餅配茶葉蛋就能過日子（註16）」，「而且她吃燙青菜不加醬油喔，真是超強的（註17）」，而「鄭秀文說她自出道減肥以來就沒吃飽過一頓飯（註18）」則雖是典範但也不可取：「她好有毅力喔，但那樣不是會把身體弄壞嗎？」

從事女性美容手術研究《重塑女體——美容手術的兩難》一書的作者Kathy Davis在研究中描述那些決定從事美容手術的女人（無論自我認同為女性主義者或者不），多半都有操作「交叉使用不同論述」（女性主義、身體主權、健康或審美、心理學或者自我認同的敘事）的能力，來說明為何手術干預外貌會作為她們當下生命情境中最好的選擇的原因。在這個理解下所有對外貌的認知及干預選擇都將使得這些女性確實的成為「行動者」：她們需要清楚認識情境，也需要理性作出決策。由此我們必須從新商榷一種「女性主義式」的傳統批判立場，它將女人所有對這個社會之「美貌崇拜」回應、順應的行為及現象，全都歸諸父權陰謀或者女人對此社會情境失去理解與判斷力的表現（Davis, 1995）。

我們引述【1LoseDiary】當中一位瘦身少女goya（註19）一天的飲食紀錄做為此處的案例討論：

goya是一個大學二年級的女生，在期中考的第一天，goya早上起床為了考試所需要的體力而喝了一罐雞精，吃了一顆蕃茄與一片低脂起司，以在不增加任何不必要的熱量攝取下補充蛋白質等營養素，但在兩個小時之後因為耐不住飢餓與考試焦慮所以又吃了三顆芭樂。下午考完試後的五點半，衝進便利商店（在極短的時間內衡量滿足飢餓與食慾的焦慮必要與所攝取的熱量後果）買了一

個御飯團、一顆茶葉蛋、一罐老虎牙子，吃過後覺得很撐，可是仍然要按捺荒荒的想吃東西的情緒。再一個半小時過後忍不住吃了三包海苔，然後到學校操場跑兩千公尺減低對食物的罪惡感，來抵銷想要去催吐的緊張。

她的月經已經四個月沒有來，醫生說月經沒有來的原因是她太瘦，她因厭食症定期在精神科門診看診，同時仍每天在減肥板post進食日記監控自己的飲食，她希望能再減輕三公克的體重，這個星期她的暴食復發兩次，催吐一次，醫生說她表現良好，她很高興這週她的體重沒有回升。

這可能是最典型的「健美神話」的實踐故事之一。goya必須一面與體重拉距，一面與醫生拔河：她所接受的厭食症治療目標正是在於將體重拉回健康的標準值，而她迫於「月經已經四個月沒來」的事實而必須服從醫學對於「飲食障礙」的矯正——雖然，稱之為障礙，但我們實在無法分辨「主體選擇」在這裡所扮演的意義或是否真的「無意義」。因之主體對於自我形象的理想在此處遭遇最慘烈的挑戰：她選擇表現得乖順（醫生說我表現很好），但持續地暗自往那理想邁進（體重一點也沒有上升喔）。一個有趣的地方是儘管是在公開的板面空間貼「日記」，對這些神話實踐者而言卻都具有某種告解般的療效：「ps.偷偷告訴你們喔，其實我的月經已經四個月沒有來了，媽媽跟男友都叫我不要再減肥了，可是我還是希望再瘦三公斤就好。」（註20）在這裡一切的脆弱或醜陋、一切埋藏在理想的外觀下不能告人的無奈都可以放心的說：我偷吃了、我今天又暴食、我去催吐、我知道這樣不好、我好討厭我自己——而也都能得到支持與回饋。

我們試圖以Davis的理解途徑理解這些瘦身女孩，或者便稍可接

近「瘦身意識」的完整真相：這些瘦身女孩們所面臨與思慮的，其實遠遠超過各種女性主義媒體批判立場所宣稱的「瘦即是美」的「迷思」本身，而類似於Davis所稱「英雄傳奇式的自我敘事」。無論減肥或不減肥，這些女孩們在面臨選擇時都各有其對抗的東西（「昨天我發現以前的褲子都穿不下了，就和我的男友大吵一架，都是因為他一直騙我說我沒有變胖才害我變成這個樣子。」），對於生活情境中的權力不均衡、各自真實遭遇的「宰制」處境亦各有其判斷與詮釋（「我媽說我很笨，他一直哄我吃東西讓我從辣妹變胖妹就不會有別人追我了，我就會被他吃死死。」），而她們對此類「對抗」也都能表現出高度的自覺（「我要把之前為我男友留的頭髮剪掉，也要把體重給減了。」）（註21）Bordo指出當代對理想身材的追求其實彰顯的是對「控制」的追求，嚴格的控制身體與作息，意味的是去掉身體中一切「多餘」的物質（Bordo, 1993）。亦即，事實是：最慘烈的瘦身行動讓女人感覺有權力、感覺生活得「一切都在掌握之中」；亦即身體不僅僅是身體，它攸關個體整體生活的成功與失敗（「我決定要每天搖呼拉圈五百下、唸書四個小時。」）。在這裡，逆反女性主義一貫理解「在男性凝視下扭曲的身體」，我們幾乎看不見瘦身女孩會同意自己減肥的理由是為了順應那「男性凝視」——反而在板面上出現「男友（或爸爸或哥哥或者班上的男同學）嫌我胖」的抱怨時，幾乎都會得到一連串「妳該如何反擊」的建議——我的身體我評斷。「做自己」做為現代性要求個人主動「構築自我」的教條倫理影響著所有人，當然也是一樣地在影響著這些瘦身女孩。

肥胖焦慮與胖妹戰鬥——「視覺道德」的對抗性認同

同樣致力於女性整形手術研究的Kathryn Morgan則認為美貌崇拜、整形手術的巨大工業所體現的是社會對女體的殖民行動，也因

此女性主義立場對這整個殖民情境的回應就應該展現一種「反向實踐」的抗議決心：拒絕消費市場所提供的美麗選項、提高「醜」的市場價值，乃至於反向利用美容手術所提供的技術資源（把脂肪放到身體裡增肥、增加皺紋、把乳房拉垮下垂而非現行的「集中托高」）（Morgan, 1991）。事實上，很多不同的研究與女性主義論述都出現過類似的、對於女性應當以「行動的拒絕」、構作不同的身體範型來擺脫媒體所建構之美貌神話、美貌宰制的具體建議（Chapkis, 1986; Bartky, 1990）：「反性感」意味著反對那在男性目光下被扭曲的身體規範——回歸「女體本然」，或者想像一個女體本然，至少可以創造不同於男人要求的那種女性身體，幾乎是這類論述的某種初衷。它所回應的是一個道地的政治問題：還給女體被剝奪的自由。而其所譴責的則自然是所有美貌崇拜的信服者，無論他是男是女、無論他是美貌的論斷者還是實踐者。

因此，回顧「提高『醜』的市場價值」（Morgan, 1991）的建言，便很容易發現其所反射的其實是一個戰爭姿態，它要求刺激「惡感」，以惡感作為挑釁——不是單單「做我自己」就夠了，而且還要製造攻擊，要讓你（男人）討厭、噁心，不惜犧牲（我本當有的）可能的愉悅。「去性感」是對「性感」所發動的戰鬥，訴求的則是女人的集體受害意識（我們是被殖民者），並創造出真正的敵方（他們是殖民者）——男人。

我們其實難以估算這種「運動」真正的效力：「真正的醜陋」對美麗的威脅會是什麼？「真正的愚笨」對聰明才智的威脅是什麼？在女性主義者決定「唱反調」之前，我們的社會真的缺少過那些不合乎主流美感的醜陋身體嗎？然而「醜陋」的存在真的撼動過什麼呢？若只是單純地相信「唱反調」作為戰鬥的確實價值，那麼女人對美貌的執迷崇拜，甚或「經由追求美貌而感覺有力量」就的確是個不可理解的

現象。只是，在決定採取這個姿態之前，我們其實必須首先面臨的一個困難便是——如何確定誰才是壓迫的真正「肇事者」？諸多不同的社會、人類的長久歷史經歷了多麼多種不同形貌的女體崇拜，即使可以宣稱所有的這類崇拜都必然導向對女體的壓迫，似乎也難一言以蔽之的確定這些不同形貌的女體崇拜都來自於男人的喜好。如同在瘦身的段落裡我們所觀察到的個別女性經驗：許多瘦身女孩甚至是在男友、父母的一致的反對與說服之下仍然堅持要減肥。「打造身體」的行動同時也在打造個體的生活風格與生命型態；「可以控制自己的身體」也同時意味著可以為自己負責、具有力量開創更好的生活。

於是有關「女體的自由」，來自當代媒體健美神話的壓迫便可能需要更為複雜的理解與詮釋：「纖瘦」同時作為性感（男性凝視）、自由奔放（社會崇拜的身體意象）、也同時作為一種特殊的「女性力量」（做身體、做自己）的展現時，「肥胖」——尤其是女性身體的肥胖——就會同時意味著這三方面的失敗。亦即，我們很容易發現四方而來的譴責或歧視，男人的訕笑、求職或各方面生活的不順遂、甚至於女性之間的譴責與排拒，就決不只是「男人的扭曲」這麼簡單的事情而已，而還進一步涵括了「瘦」的「做身體」是為一個主體浮現、主體介入生涯與自我認同的想像，對比於胖的「不做」身體是為一個放棄姿態的道德意涵。

因此一個值得玩味的有趣現象是：【花魁藝色館】作為一個宣稱要「平反一切性弱勢」的情色站台，除了同性戀、跨性別等各種性少數的討論板之外，不同形貌的女體也佔據了許多的討論區空間，這當中有「飛機場」（小胸部女生）討論區、大胸部討論區，卻只有胖妹板而看不見對應之的「瘦妹」板。「瘦」的當然優勢（其實想不出有什麼好平反的）似乎也在這當中可見一些端倪。但「胖妹板」看似作為瘦身

教派的光譜另一頭，所採取的卻則是比Morgan的「全面戰鬥」更為迂迴婉轉的抵抗路徑——胖性感、胖美麗、胖崇拜、胖活力、胖的正向價值。亦即，這裡的反抗並不訴求對價值本身的攻擊，而是搶攻「價值」所標定的內容與意義，鬆脫那些歧視的教條與他們自身特質的關聯。

胖女孩戰鬥（如果要稍嫌武斷的這麼說）的對象與重心於是也不全關乎男性宰制，而是更複雜多樣的生活情境——從生活經驗的分享與討論中長出對抗的行動策略，操練出相抗於「健美神話」的反面論述——她們非但不拒絕「女性特質」，甚且可能主動地以審美、醫學的多重論述策略創造與瘦身女孩搶佔「女性特質」的局面：「瘦得沒胸沒屁股一點也不像女人」、「女生因為要保護子宮，所以小腹脂肪層比較厚才是正常的啊」諸如此類。「論述」搶奪之外，胖妹們也都不吝在板上以公開自己的性感經驗、或者成功的愛情生活作為「胖魅力」的真實佐證。「搶攻意義」所必然面臨的尷尬是：我們怎麼對抗（即使是廣告化的）整套醫學常識／知識呢？我們怎麼對抗由這些常識／知識堅定背書的價值判斷呢？我們怎麼對抗胖「本來就」不健康，或者胖「本來就」不美——而且這個「美」的內涵與客觀性可能還有各式奇怪的實證證據作支持（註22）——因而「搶攻意義」的戰鬥只能被理解為、只能得到某種自欺欺人的嘲笑與攻擊呢？

我們可以梳理胖妹板胖妹們的集結，以及有意識構作反抗行動的軌跡：自分享各自遭遇的歧視情境的描述練習，從而發展出反擊或自我平反的交戰守則；到互貼照片網址相互給予支持與讚美的表達練習，從而具體地打造「胖性感」的內涵意義以及「胖認同」的正向力量；乃至於「楊貴妃是幾公斤？」（註23）的討論或者胖女星、胖典範的樹立。胖妹板從一個普通的連誼、交誼，相互認識相互喜歡的互動群體裡頭發展「對抗意識」的路途，就是一個試圖以「集體行為」創

造「文化變遷」的嘗試——儘管這個「集體」從未以明確的組織型態浮現，而其所開發的「文化變遷」也是非常小範圍的變遷，僅及於胖妹成員的生活週遭、僅及於網路的論述空間所可能遭遇之處。

也就是說，胖妹們作為被媒體打造瘦身崇拜所「壓迫排拒」的群體，事實上更需要一種媒體／文化批評的批判意識。這些批判路徑可能就是最常見的社會評議的語言：「媒體對審美觀的渲染形塑了社會的價值觀……，那些價值觀雖然不見得是對的，但我們還是會被錯誤的訊息所影響（註24）」；找出讓自己生活不快樂的正確歸因、找出「使我為了身體而感到不快樂」的壓迫源（我的爸媽說……、我的男友說……、今天我同學對我……、路上的人又……、我找不到衣服穿……，為什麼大家都只喜歡瘦子？為什麼他們都這麼膚淺？胖難道是一種錯嗎？）、認為「人不應該（只）在意外表」、或者「女人的自信不應該被別人決定」之類。這些論述途徑也許簡單，但是有用；在胖妹板內使用這種「大批評」的語言實際上經常只做為對個人情境的理解資源之用，不見得都訴求到社會更廣遠的結構性改變（「愛美畢竟是人的天性。」、「那個男生不喜歡漂漂的女生呢？」）。「媒體審美觀的渲染」對胖妹而言的有效，在於胖妹可以用它指出父母老師或男友同學甚至路人甲的不義之處，可以給胖妹理直氣壯說出「這些是壓迫、是錯的」的力量。人類學者James Scott在馬來西亞經濟結構變遷給農民帶來的結構性壓迫與農民的日常反抗中，便將這種個體情境範疇的「有用」視之為「弱者的反抗」（註25）、個人式的情境理解、或者個人式的壓迫歸因（「他」不道德、「他」這樣對待我是錯的）；事實上便已是「弱勢個體」最直接可以改變自己所遭遇情境的方式（Scott, 1985）。當個體不能期待（或者不能直接著力於）大結構的改革來平衡其日常生活所遭遇的磨壓處境時，作為日常生活細節搏擊手段似的抵抗便是最「有效」的抵抗——亦即，我們在生活當中都是「單獨的弱

勢」，而我們必須面對的歧視或迫害事實上也僅來自於那些單獨的個人。於是，胖妹也藉「主流」之力將減肥女孩的「塑身」行動當中「做自己」的意涵經由對「從眾媚俗」的譴責途徑剝除——那不過是些沒有自我沒有特色又沒有判斷力的女人罷了——於是創造出了「胖身體」積極「做自己」因而也是一個努力「介入自我認同」的堅持之類的論述途徑，也就順利創造了一個勇猛的抗議形象，合乎於「為自己負責」的現代性道德對個人「主體打造」的道德要求。

「抗議」與「運動」要擺在攻擊與衝突的脈絡下閱讀才有意義。在花魁站「平反性弱勢」的立場下，胖妹板就極容易成為「邊陲／反抗的胖價值」與「主流／壓迫的瘦價值」兩造的交鋒場——或說，其實是一個在社會鋪天蓋地的「瘦身霸權」中，長出異見論述的培養皿。胖妹板過去遭逢最典型的衝突事件與挑戰便都可以作為這類交鋒的範型觀察之。

典型的衝突模式約莫可歸納為兩種類別：一是「瘦身傳教」，二是惡意挑釁。胖妹板的「局外人」不見得都不具備「胖妹」的身分，但多半都不能理解或同意「宣揚胖價值」的行動意義，於是「瘦身傳教」的衝突模式就約莫以「表現出同理心的輔導姿態」、或者「高姿態的道德譴責」兩種態度，前者就是：「我理解你們的心情，但是胖的確有諸多缺點（不美觀、不健康、引起疾病、妨礙社交）」，後者則相當多的（仍然）訴諸自主性道德：「胖是可以改變的，只要有毅力（註26）。」如前所述，網路討論區作為「社會運動」的可能性便在於是類「論述交鋒」的機會，在於從瘦身傳教的言說當中去發展如何對抗「瘦身三一律」的實際論述——破解美觀、健康、或自主性倫理的霸權式教條。

反駁健美神話最釜底抽薪的方式當然是戳破那「健康的瘦」的虛假幻覺，發展「健康便美」、「自然便美」甚或「快樂最美」的圖像與意義連結，甚且可以帶出正統醫學論述作為其論述資源：例如過瘦的

身體與疾病關係、例如引證當代審美標準的「病態瘦」與虛弱形象對比於胖身體的不受規範，甚或藉各種「胖子樂天、溫暖、善良」的刻板印象為胖價值的正當性作辯護。簡言之，由「一個」好的特質帶出其他的好特質，並且經由各種互動練習或者論述操演——例如在公開分享相簿連結時互相讚美「我覺得妳真的長得好可愛啊，誰說一定要瘦瘦才能美呢？」——來發展對於各式惡意攻擊的反擊——如在夥伴抱怨歧視經驗時打氣道「妳的同事真過分，下次妳該這樣跟他說……」。如同前述：胖妹板的胖妹其實比瘦身少女更需要一種有意識的批判語言，從引證「美感標準」的社會建構或歷史變遷引證肥胖與疾病的不確定關係（或過瘦與疾病的確定關係）、乃至於批判當今「視覺道德」（用外貌來評定一個人的道德）的不道德之處。這些論述交鋒的精采處都需要一些比常識更高一層的批判或陳說能力，而這種集體輪番交鋒、說服的過程也就是我們所可能觀察的「小規模文化改造」的過程，甚且可能是為胖妹們生產現實生活中對外說辭的過程。

「惡意攻擊」、刻意找衝突的文章（註27）則就更為接近胖妹們日常生活可能遭受的歧視情境。從國小時被男同學欺侮的經驗到長大後被同儕奚落的成長歷程，同樣的挫折都在胖妹們的生涯中重複地出現——而她們在各自的情境裡卻經常感到無能為力；網路空間則適巧會是一個更好的空間，讓胖妹們感覺一種集體力量作為她們的背後支援，擺脫生活情境裡單獨面對攻擊時的畏縮及恐懼、也藉由能夠從容構思反擊方式的文字媒介操作「吵架練習」，平反生活裡的歧視冤屈。

2003年年初，報紙登載一則有趣的新聞：鑒於二十年來大眾平均身高體重的改變，法國的成衣業徵召千人量身，重新訂定成衣尺寸的新標準（註28）。有趣的地方在於，這其實顯示了「胖妹運動」與一

般的性弱勢運動最大的不同之處在於社會對肥胖的壓迫源實際上主要是來自於「消費社會」的強制性排除而非公民社會的排除——胖妹所受到最具體的歧視與剝奪是「買不到衣服穿」、因而不能打扮、不能藉由外貌的營造而顯示自己的特殊個性或「性感可愛」的壓迫，是打造自我形象、自我認同感的剝奪，而不是公民或社會權力的剝奪。

「性感可愛」才是她們欲望而不得的東西，胖妹板的氛圍所顯示的慾望與「女性特質」的競爭壓迫所顯示的亦是這個部分，因此所有迂迴的論述路徑所要回應的也就是新形象、新意義的打造，或者消費力（此處的消費力不只在於經濟能力的意義，也包括了「打造意義」的能力、品味及勇氣之類）的鍛鍊等等，抽象的女體自由或者「向醜認同」於他們而言不僅不切實際而且不可理解。而當我們開始眼見肥美的影視明星典範一個個出現、大尺碼流行女裝品牌愈來愈多——也就跟著需要更多的肥美女體典型（註29）——時，商業社會就正在回應這些胖妹的實際問題，我們也就看見「胖妹驕傲」作為社會運動的真實力道。

靜默的流竄——瘦身少女與驕傲胖妹的猶疑回返

當本文試圖將「瘦身少女」與「驕傲胖妹」作為論述中對比存在的兩個群體時，一個立即可見的危險便在於我們如何區分兩種群體的差異或確認那「對立」的真實性？

首先必須提及的事實是：在汪汪大學的「過瘦群體」當中也實際地存在著「真正的」胖妹，就如同胖妹板也時有標準體重以下的女孩來抱怨自己因為「過胖」而遭受的挫折情境。亦即，在打造身體、追求性感外貌的大範圍下，其實兩個群體的「集結宗旨」或行動內涵本身並無不同，無論瘦妹或胖妹，都在藉由對身體的一再確認重整個體的自我想像（或者對抗那種想像）。然而，另外一個事實也可能幫

助我們認識兩個群體界線的模糊與不確定——那就是本節標題所稱的「靜默流竄」。

我們經常可以發現在胖妹板表現得政治正確（至少順服於「反對瘦身」的）的使用者同樣地出現在汪汪大學的討論板詢問減肥操作的細節，也在汪汪大學的諸多心情聊天中見到關於「瘦身迷思」的犀利批判。由於我們無法細究這些「流竄主體」的內在狀態，然而可能由現象本身所推知的是：對於這些流竄主體（或者絕大多數的女性主體）而言，兩種主體樣態的選擇事實上都不會是完整的選擇，瘦身少女或驕傲胖妹，其實都在或多或少的程度上可以意識到「對面群體」的存在也都在試圖回應這些「對面群體」所主張、所提出來的重要問題。

「胖到什麼程度才需要減肥呢？」——胖妹板的使用者對「胖價值」的焦慮與緊張來自於：所有的胖妹都長成於「健美論述」的科學邏輯中，她們所希冀的是「進入社會」而不是與社會為敵。胖妹們（即使不言明的）多半不希望自己顯得「太極端」，於是板上的論述經常導向「我也不是說瘦不好」、「其實胖胖只要不要胖到很誇張、或者妨礙健康的地步就可以啦」的保守態度；而許多典型衝突當中所激出的反省聲浪也直接顯露了這種困擾：「是不是只要想減肥、或者不夠胖的女生在這裡就該被你們罵？」、「妳們也許很有自信、覺得自己不需要減肥，但大多數的胖妹們都是沒有自信、想要減肥的。」這些論調多半對胖妹板鮮明的「運動」走向質疑或者不滿，也懷疑崇奉「胖價值」的板風可不可能走向另一端的沙文主義。簡言之，對革命或運動理想沒有興趣的胖妹所感到的是這個板的「偏激」與排他性，她們感到不安的是自己在這個空間裡頭無法自在的說自己的感覺（我想減肥、我沒自信、我討厭我的胖身體）而不被批評。但對於花魁站或胖妹板的管理者而言，這則成為一個在其所堅持的「解放運動」脈絡下不得

不然的選擇（或者某程度不得不規避的問題）——畢竟「胖妹」作為定義下的性弱勢時，我們面對的敵人很清楚、而所能站的立基卻是薄弱而模糊的；在人為構作的網路空間之外，支持「胖性感」或「胖美艷」的社會條件其實並未成形，而使之成為全盤荒謬的論述卻隨處可見。

於是相較之下，汪汪大學反而是一般女孩抒發對身體的挫折經驗而言更為友善的管道與空間。【1LoseFeeling】心情故事的精華區裡充斥著各式血淚斑斑的「肥胖奮鬥史」（且擱置此間的肥胖究竟是何種定義的肥胖），【1BulimiaNerv】當中則放恣著一股對身體狂躁的焦慮感受，而這種狂躁所激發對瘦身教條的批判力道也有時顯得猛烈而直接：始終達不到目標的瘦身女孩抱怨「我好想也得到厭食症啊」，得到一陣激烈的、指責她不懂事的撻伐聲浪，厭食或暴食症在這裡被嚴詞地視為對節食、無盡身體自虐的反撲與懲罰，此時「減肥道德」被必須不過度、保持自然健康、不能傷害身體的「自律道德」所取代——每個人都有對自己身體負責的義務，「癮」的概念在這裡不作為對不正常食慾的譴責（你沒有克制對食物的慾望），而是作為對貪得無厭的「想瘦」欲望的譴責（你讓瘦的趨力控制了你，而非經由「瘦身」的動作主宰自己的生涯！——那不是「做自己」）。

「瘦了沒有比較快樂」是【1LoseFeeling】當中一位男性使用者所寫的自白文章，他描述道：「本來以為瘦五公斤就夠了，結果還是覺得自己的臉圓，又瘦了八公斤之後，覺得自己已經無法克制的時刻都在算卡路里、算熱量銷耗，從前單純的生活、對食物的快樂再也回不來了，即使穿上小size的衣服也無法彌補，瘦了並沒有比較快樂。」以此理解女孩們的厭食情結，對外貌的焦慮與努力，或可補充一些當代「做自己」的響亮口號之積極允諾背後的陰暗面——一些研究者認為飲食失調的心理症狀與低自尊有關（Charles & Kerr, 1986;

Chesters, 1994))，然而我們觀察發現的是：許多「減肥成癮者」原先「只想瘦一點點就好」的願望其實不盡然與他們的負面自我評價相關，反而是在積極投入減肥行動、積極實踐「健美神話」並以之作為時刻自我檢查的內在道德尺度的過程當中，才促發了強烈的自我厭惡感。亦即，「低度自尊」其實只與「不斷擴張的道德規範」有關，或者，在瘦身教條的例子當中，「厭食症」幾乎就是**知識所引發的疾病**。我們在汪汪大學、對厭食女孩諸般「高度理性行動」(註30)的觀察與分析，似乎也僅能導向這樣的結論：只有在個體從事瘦身行動、在腦中裝滿了所有瘦身知識的諸般細節，到了「減肥」已成為不需思考的反射動作的時候，「厭食症」才有可能。

厭／暴食症少女所經歷的主體內在張力實際上是尖銳到令人難以想像的——幾乎如同人類吃了知識之果便進入罪的恐怖邏輯：要進入神話健美的狀態只能依賴龐大的醫療知識（同時一面與此神話健美狀態相抗的也同樣是這些醫療知識），然而真正的「罪」卻又是主體放任自己一步步走入「病」的過程：「美學的」肥胖作為病、飲食失調作為病的內涵意義其實完全一致——那便是個體不能良好的控制自己身體與意志的穩定狀態，「主體」潰散了，然而這個驅使主體如此潰散的力量卻正是那個「成為主體」的願望本身。

簡言之，「對身體的騷動不安」幾乎是本文所觀察描述的胖／瘦妹完全一致的心理徵候。汪汪大學瘦身少女所致力從事的「身體矯正」的事業與花魁藝色館胖妹（某程度被帶領、訓練出來）所呈顯高度自覺、高度主動性的戰鬥意志，之於女性對抗其對身體必然的焦慮不安，其實功能完全一樣。而本節「靜默流竄」的觀察所可能揭示我們的便是此間的曖昧複雜。如同Davis所言，她們沒有人是單純受一種意識形態所貫穿、荼毒的個體；這些行動選擇所需要、所體現的也是她們對自身處境多層次的複雜理解。換言之，對身體的壓迫當

然是一個真的問題，但她們所承受的壓迫從來不是只來自於單一方向，自然單一的行動或政治選擇也無能解決她們的問題。「性感」的展演從來不是「芭比娃娃」般的天真狀態、也不會是霹靂嬌娃式的神勇「能动性」表徵。對每一個（無論瘦身或者不的）個別女性而言，個體所真實存在其中的情境與限制種種就是她們必須時刻面對、處理與對抗的議題。由此回到前言所提出「女性」的代表性問題，在此究竟還能在什麼意義上是一個「真」的問題，或者在什麼意義上有可能處理到真實女性的經驗與處境，便是本文進行至此最大的不安感所在。

結語

「商業化」的身體——女性主義問題的總結討論

對「女體商品化」的批判，毫無疑問已是女性主義者討論身體議題時的一個重要的問題意識。當把「想要變性感」的慾望單一的理解為一種落入取悅男性的弱勢處境而不自知的時候，「左派女性主義」（註31）對瘦身行動或瘦身主張的全面拒斥、進而拒斥整個可能的女性性感展演或打造身體的行動本身的立場，就變得可以理解起來。當把「成功的性感展演」天真地推成為一個女性「賦權」而無礙的情境時，對於左派女性主義拒斥身體之立場的嘲弄反駁也顯得合情合理起來。然而我們從胖妹與瘦身少女的言說觀察裡得到的事實是：「性感」其實是兩組群體共同追求的目標之一，並且性感於她們的意義其實遠多於「性魅力」、或者增加身體在「性市場」上的競爭力本身；它同時包括了個體對自我生涯、生活的控制感，也是個體積極打造自我圖像與創造自我認同的重要行動——女體商品化當然無疑是一個真實的命題，我們也不能否認這個商品化力量對於女體之於女性認同的重要性所產生的影響，然而這些「行動中」的女性本身對此也並

非全無反省或疑慮，無論是瘦妹的憂鬱或胖妹的焦慮種種，其實都不難觀察出這些行動女性的焦著及衝撞、以及「選擇」的尚未完成。

易言之，除卻「拒絕身體」的選項之外，積極皈依瘦身教派或者反面實踐對瘦身教派的抗拒意識之間，所有的抗議及「運動」的可能都正透過對身體的意志貫徹而發生。回應「女性代表性」的問題：若我們必須給經驗世界中的諸多女性一個固定的「實相」，那麼我們目前僅能達致的結論事實上只能是「女人們尚未作出決定」；或者「決定」其實不需要達致，所有揉雜著浮動與反思的行動本身，其實就已經是這些女性主體之浮現、之實踐的全部了。

——首次宣讀於2003年11月29-30日年全國社會學研究生論文發表會；並曾於2003年12月15日第三十四期文化研究月報刊載。此次刊出有少許文字的修飾和更動。

註釋

1. 塑身知識所引發的厭食症現象將是本文田野與論證的一項重點，本文將不在醫療的病理化體系下觀照此一現象，亦不站在女性主義對「父權凝視」與「客體化女體」的一般解釋將厭食症單純視為一種女性受迫的結果；而是將厭食主體的意識、自述與「時時又刻刻」的身體打造過程作為對塑身主體的完整理解。
2. 張錦華，《女為悅己者瘦——媒介效果與主體研究》p.306，附錄三。第一名：最佳女主角、第二名：民主進步黨、第三名：媚登峰美容沙龍、第四名：菲夢絲國際美容、第五名：NISSAN SENTRA汽車。
3. 根據亞太肥胖醫學會議在2000年制定的肥胖標準，亞太地區肥胖標準為BMI（Body Mass Index，身體質量指數：體重（公斤）除以身高（公尺）平方），指數18.5~23，為正常體重標準。

4. 左／右派的歸類當然是一種相對性的化約，而非嚴格的關於諸種論述的學術立場的描述與理解——是以反塑身／支持塑身的政治立場為軸，將視塑身工業為商業霸權而意欲對抗之的女性主義立場劃歸為左派女性主義立場；以視塑身工業為主體消費之能動性實踐，因而主張擁抱之的女性主義（性解放）立場劃歸為右派女性主義——而不是一個具有固定內容指涉的學術名詞。
5. 中央大學哲學系教授卡維波隨即撰文〈老化的媒體批評，弱智的女性主義〉回應，主張女性主義必須還給女性身體關注與性感主張的權力；後林深靖又分別在南方電子報及《左翼》雜誌第十六號上以長文〈青春睿智卡維波：率性與任性〉對性解放對身體與商業邏輯的天真迎合立場做出批評。整個論戰延燒近半年，完整論戰文章可見國際邊緣網頁的蒐集：http://www.intermargins.net/Forum/2000/body_shape/index.htm（文章均收入本書中）。
6. 當中有十四個減肥討論板、一個豐胸討論板、一個一般性的醫療問題討論板、一個美食板與兩個生物化學的討論板。
7. 【】內的為原英文板名，其後的中文板名則為免混淆，為作者根據討論板的主要走向所加註，不採用原板名。
8. 進站畫面裡站規第零條：「本站為性別站台，支持色情合法，反對污名歧視，站方認定對性少數族不夠友善者將永久禁止入站，請使用者慎思後再決定是否進入。」
9. 原中文板名：月半女末權益促進會。
10. 瑪麗蓮夢露：身高166.4公分、體重53.2公斤，健康體重應在54.8～67公斤間。資料來源：<http://www.people.com.cn/BIG5/channel6/34/20000218/3375.html>
11. 蕭亞軒：身高162公分、體重47公斤。標準體重值：52～63.5公斤。
12. 張惠妹：身高158公分、體重42公斤。標準體重值：49.4～60.4公斤。（在【1LoseFeeling】板原被誤記為48公斤，網友回文糾正：「丫妹哪有這麼肥…丫妹是42公斤啦」）
13. 李玟：身高162公分、體重45公斤。標準體重值：52～63.5公斤。
14. 文章標題為：「po些女星的身高體重資料激勵妳們，我都是醬的喔。」
15. 月經前兩三天女性身體易水腫、囤積脂肪，體重會上升一至二公斤，月經過後則又會恢復尋常體重。
16. 註13同標題討論串回文。
17. 同上。

- 18.同上。
- 19.為尊重當事人意願，此處ID為作者更改後的虛構ID。由於該討論板的屬性與成員間的貼文習慣使然，原文是相當簡單的條列式陳述，但為了便於閱讀，本文將之改寫為散文式敘述，唯所描述的情節與內在思維都忠實參照個案主的自我敘事。
- 20.引用文章原句。
- 21.【1LoseFeeling】標題為「改變」的討論串。
- 22.板上許多文章引述過Discovery或者其他的報章資訊，強調人的「美感」感受性的生物或科學性證據。
- 23.【fatlady】板，文章標題為：「楊貴妃有幾公斤」討論串。
- 24.【fatlady】板，文章標題為：「是不是這樣呢」標題原文。
- 25.見書名《Weapons of the Weak》——弱者的武器。
- 26.【fatlady】板，精華區：12.〈爭議事件〉→4.〈走錯板的文章〉→3.〈胖是可以改變的，只要有毅力〉標題文章討論串。
- 27.一名不斷變換代號的「仇肥胖者」，反覆地在胖妹板發表各式唱反調的挑釁文章：「肥得像黑熊」、「胖妹會美？不如說母豬會上樹」、「又肥又醜、臭得像豬、還整天躲在這裡互相安慰。」在胖妹板已經到了惡名昭彰的地步，這當然是比較極端的例子。
- 28.2003年1月24日，〈建立成衣新標準 逾千人接受量身〉，《聯合報》，楊熙報導。
- 29.近一兩個月胖妹板出現數則大尺碼女裝徵Model的告示，召集了一些常貼自己可愛相片的胖妹成員結伴前往應徵。
- 30.見「審美醫學」一節中goya的飲食日記。
- 31.見註3。

參考書目

- 張錦華，2002，《女為悅己者瘦》，台北：正中。
- 張錦華、黃浩榮，2000，〈還童的女性？弱智的男性！〉，《中國時報》，12月18日。收入本書，頁3-5。
- 卡維波，2000，〈老化的媒體批評 弱智的女性主義〉，《南方電子報》，12月21

- 日。收入本書，頁7-10。
- 卡維波，2001，〈青春睿智的左派？成年痴呆的左派？（上）、（下）〉，
《左翼》雜誌，第16、17號。收入本書頁33-93。
- 黃宗慧，2000，〈主流性感標準與片面身體解放〉，《中國時報》，12月22
日。收入本書，頁11-13。
- 林深靖，2001，〈青春睿智卡維波〉，《左翼》雜誌，第15號。收入本書，
頁19-26。
- 林深靖，2001，〈卡維波，左派裝可愛？〉，《左翼》雜誌，第18號。收入
本書，頁95-100。
- 何春蕤，2001，〈想要飯碗就少吃飯：節食與工作倫理〉，《不同國女人》
，台北：自立，頁166-170。
- 賴英宏，2001，〈主體型構，能動性與政治抵抗——以國內塑身論戰為例〉
，東吳大學政治學系，碩士論文。
- Bartky, S. (1990) *Femininity and Domination: Studies in the Phenomenology of
Oppression*. New York: Basic Books.
- Bordo, S. (1993) *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body*.
Berkeley: University of California Press.
- Chapkis, W. (1986) *Beauty Secrets*. London: The Women's Press.
- Charles, N. and Kerr, M. (1986) 'Food for Feminist Thought', *The Sociological
Review*. 34(3): 537-571.
- Chester, L. (1994) 'Women's talk: food, weight, and body image.' *Feminism and
Psychology*. 4(3): 449-57.
- Davis, K. (1995) *Reshaping the Female Body: the Dilemma of Cosmetic Surgery*.
London: Routledge. 《重塑女體：美容手術的兩難》，1997，張君玫
譯，台北：巨流。
- Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern
Age*. Cambridge: Polity Press. 《現代性與自我認同》，2002，趙旭東、
方文譯，台北：左岸。
- Gordon, R. (1990) *Anorexia and Bulimia: Anatomy of a Social Epidemic*. Oxford:
Blackwell.
- Grogan, S. (1999) *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women
and Children*. London: Routledge. 《身體意象》，2001，黎士鳴譯，台

北：弘智文化。

- Morgan, Kathryn. (1991, 2003) 'Women and the Knife: Cosmetic Surgery and the Colonization of Women's Bodies'. *The Politics of Women's Bodies: Sexuality, Appearance, and Behavior*. Ed. by Rose Weitz. Cambridge: Oxford University Press.
- Orbach, S. (1993) *Hunger Strike: the Anorectic's Struggle as a Metaphor for Our Age*. London: Penguin.
- Scott, J.C. (1985) *Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance*. New Haven, CT: Yale University Press.

「減肥瘦身」的女性主義標準答案錯在哪裡？

——從「飲食消費與現代性」到「性感美貌的多元與普及」

卡維波

前言：食色性野

數年前要是走在街上問任何一個受過相當教育的人對於減肥瘦身美容的看法，不論男女都會告訴你一套標準答案：「減肥塑身風潮是媒體在物化女體，美容事業的廣告是剝削女性，它們灌輸大眾單一的性感與美感的標準。女人應該追求自然、健康與多元的性感和美貌」。

這是一套深入人心的常識教化，知識份子都能琅琅上口，但是就像所有的標準答案，它根本不是人們實踐的現實。人人口頭上都反對塑身減肥，但是減肥瘦身風潮並不因此而立刻消失，相反的，後來越演越烈而成為「全民運動」，以致於現在連上述標準答案都快被人遺忘了。不過這個標準答案曾經還是有其功能的：它給了人們一個良心，在少吃一口與還想再吃的掙扎中，人們可以咒罵減肥塑身廣告讓自己失去自主能力（agency），怨忿「世俗標準」壓迫我們從眾地裝扮身體。

也像所有的標準答案一樣，這套常識教化是社會控制的一環，讓人們繼續生活在虛假的神話內：它宣告周圍的一切並沒有改變，以便漠視既有社會趨勢與權力關係的變化。而最終當現有社會趨勢獲得完全主宰時，原來那個漠視現實變化的標準答案也就完全被遺忘與埋葬（就像國家教條隨著國家消失而被遺忘埋葬一樣）。然而在

社會趨勢變化中真正需要被挑戰與被質疑的權力操作，卻被那些不碰觸到現實的「標準批判」所折射。

如果女性主義者看不出這套標準答案的錯誤，不去發掘它所意圖掩蓋的差異和敵意，不去放大它與現實的矛盾與對立，而只是安於標準答案所提供的主流現狀，那麼女性主義就失去了邊緣實踐的能力，不再是顛覆社會的革命力量。

* * *

本文分成「食、色、性、野」四節。前兩節「食」與「色」指出：減肥瘦身的實踐基本上是飲食控制、個人運動、使用藥物與身體整型，我將以「飲食控制」為例來說明這些實踐與論述和晚期現代性（註1）的密切關係，以及這些實踐在社會互動中的社會控制意含。

女人減肥瘦身的一個重要的心理動機就是追求苗條身體所代表的美貌性感，本文並不否認這一點。但是肇使這個動機存在、並使減肥瘦身的諸多實踐方式成為可能的現代動力與趨勢，則是本文所要探討的。

主流女性主義基本上認為：性別權力的不平等（透過媒體所呈現的苗條性感身體）造成女人減肥瘦身，而由於權力本質上就是壓抑宰制的，因此減肥瘦身的女人是不自主的受害者，即使她們自覺是自主的，那種自主也是需要被質疑的。我則認為現代身體是各種知識／權力（不只性別權力）的戰場，這些權力可能互相矛盾，因而給予主體抵抗的機會；另外，這些新形態的權力技術在性質上也未必都是壓抑或強制的，甚至還有積極生產的，因此可能會對主體形成培力（empower）的作用。本文認為，當代減肥瘦身的動力不是外在力量的強制（男權支配或媒體洗腦），而是來自主體自身（所處的現代條件），例如來自自我對飲食消費的控制管理；減肥瘦身實質上就是身

體管理與自我控制。這涉及了現代性的諸多動力所形成的現代自我特色：一方面是自我監視、自我規訓，另一方面則是自我肯定、自我能動（「能動」就是能夠主動作為，是行動主體的意思）。因此在減肥瘦身中，女性經驗到的身體管理與自我控制會給自我帶來自主有力感，但是也可能會帶來焦慮或失控感。這些經驗並非只存在於減肥瘦身而已，而是現代生活普遍的一種存在狀態，反映著新形態的現代權力所帶來的轉變。

以上的分析是在一些粗略的歷史敘述中才得以完整展開，特別是：自由婚配所形成擇偶追求（courtship）文化對外表身體的重視，文明化過程（civilizing process）使外表身體與內在自我逐漸緊密結合，美貌工業使性感美貌普及化，性感工業則既使女「性」商品化、也使商品女「性」化，性感青少女進入公共空間與擇偶市場等等趨勢現象。這些都會在本文篇幅最長的第三節「性」中顯示和減肥瘦身相關。

有些女性主義者為了抗拒所謂「單一性感標準」而提出「性感美貌的多元化」的口號，我在第四節「野」則批判了這個抵抗口號的可能陷阱與遮蔽，並且以另一種方式重述了本文之前的結論。

一、食

飲食就是飲食消費，控制飲食就是控制消費

一般女性主義者批判減肥節食或瘦身塑身時，主要的焦點是媒體所呈現的女體形象，但是卻忽略了人們如何減肥塑身與控制飲食的實際過程。這個過程涉及了身體與飲食本身兩個層面，特別是飲食作為一種消費文化、以及身體作為一種權力戰場的意義。

我們知道控制飲食乃是減肥瘦身的重要內容，但是減肥瘦身的

批評家卻根本不談控制飲食的實際過程與當代的飲食文化，這就將使她們的批判完全落空，也完全懸空。為什麼這樣說？因為批評者常常強調媒體所塑造的女人身體形象乃是對女人的誘惑與洗腦（虛假慾望的製造），並且說這是女體商業化的一部份、也是男性凝視（父權控制女體）的權力表現。但是批評者沒有看到的是，飲食（背後則有食品工業與相關的商業利益）也同時在媒體中對人們產生誘惑與製造慾望：從可口的零食到添加營養的飲料、從健康食品到社交飲食（「快樂時光」的飲食），商品化或商業化的飲食無時不在向我們的慾望招手。而對於這種飲食商品化的抵抗方式之一，當然就是控制飲食。很明顯的是，飲食消費文化所創造的誘惑慾望，在減肥瘦身中是會被遏制的，從這個抵抗飲食慾望的角度來說，減肥瘦身非但不是簡單的「被洗腦」，反而是一種「反洗腦」。在這樣的脈絡內，減肥瘦身所進行的控制飲食乃是「合理的」（理性的）消費行為，也是基本與必要的生存之道。

飲食其實是「消費」的最基本原型（英文的「吃喝」就是用「消費」consume這個字），人類過去最基本的生產就是食物，將生產物消費掉就是吃喝飲食。對於飲食（消費）的控制也淵遠流長，早在世界商業化之前就有控制飲食的現象；控制飲食的宗教動機與「養生」（健康）動機則是兩種頗為普世的現象。在養生動機方面，禁止過度（excess）——過多或過少——歷來是飲食倫理的基本教條，這個教條可以暫時在宗教動機（包括節慶與民俗儀式）中被鬆弛，人們可以在宗教儀式或節慶中大吃大喝或全然禁食。這個基本的原型似乎仍然在當代已然商業化的消費文化中留下遺跡，在特殊日子中的「XX大餐」即是一例；社會學家則將女性節食追索到宗教實踐中的女性傳統（註2）。

當然，一般消費倫理基本上仍然是譴責過度的兩極：消費過度者（過多或過少）甚至會被當作心理病態的表現。不過，個人的消費

過度倘若能夠與各種世俗化的理想呼召（cause）掛鉤，例如為了體驗非洲災民的生活而進行飢餓絕食的活動，或者為了慈善或愛國目的而參加暴飲暴食的大胃王競賽，那麼社會可以諒解這種消費過度。又例如，目前社會中依然有盡量避免消費的人，如果她能提出綠色環保或清貧生活方式的說法來為自己辯護，那麼就不一定會被視為過度，或可以免於「怪人」、「窖藏人格」、「與時代脫節」之類的污名。相較之下，入不敷出的消費者、刷爆信用卡等等消費過度行為，則被當作病態的購買狂。

總之，從「控制消費過度」這個角度來看，控制飲食乃是控制消費的一部份，這之中既有「反對過度」的傳統倫理因素，也有資本主義下的「理性計算」特色。值得提出的是，這個理性計算往往隨著社會的發展與相關知識／權力的變化而對「過度」、「合理」有著不斷更新的詮釋。最明顯的例子就是，過去認為收支平衡的消費是合理的，但是近年來，擴張信用也不見得就是「過度」，甚至對於何謂非過度的合理消費，也不一定存在著共識（例如追求名牌是否過度還是合理）。同樣的，飲食消費的過度或合理與否，也隨著社會富裕程度以及相關的營養學知識和醫療權力而有不斷改變的詮釋與標準。個人在其中往往有些許空間去挪用權力或抵抗，例如在衝突的專家意見下去做有利自己的取捨，或者將自己可能被視為偏差的表現整飾為「自我獨特性的表現」或甚至「理性的從眾表現」。從這個歷史的與知識／權力的脈絡來看，我們不能用「自主／宰制」二分來清楚界定減肥瘦身的權力現象。

社會理論家Giddens把厭食與暴飲暴食連結起來，將兩者均視為個人在創造與維護一個獨特自我認同時所產生的副作用或「意外傷亡」（參見註2）。這裡就涉及了身體作為諸方權力的戰場，以及飲食方式、身體外表既建構又表現了個人生活方式或風格、個人認同等

等複雜動力。本文認為，很多女性主義比較關注厭食症，把暴食當作因厭食而起的惡性循環，進而將厭食、暴食等飲食失序現象都當作父權美感的受害者，這種分析是不周全的。

本文認為，厭食與暴食固然應該放在一起分析，但是我們也要認識到：雖然兩者的病理化均沿著相似的知識／權力軌跡，但是卻有不同的社會與歷史建構。西方歷史與傳統中一向就有所謂禁食（fast）與貪吃（gluttony），禁食和宗教實踐相關，貪吃則是一種宗教罪衍；貪吃（或大吃大喝）與現在所謂的暴食（bulimia），並沒有什麼真正差異，但是傳統的禁食與今日的厭食則頗為不同。在西方歷史上，肥胖作為上層富裕的身體特色並不曾被當作偏差，但是從十八世紀開始，特別是十九世紀，就有「現代」醫學對過度飲食與對上層社會的過度肥胖之關懷。然而即使在十九世紀末期，也還有書籍文章教導中下階層如何把自己吃得胖一點。飲食與階級的關連不斷變化，在今日西方，過度肥胖與暴食主要被當作下層社會的標誌（例如在美國，肥胖是黑人與「垃圾白人white trash」的標誌），青少年（特別是青少年）的過度肥胖則被更密切的監視（遠超過更為普遍的中年婦女肥胖）。總的來說，暴食問題多半被歸咎於心理原因、或過度補償節食的惡性循環，比較少從飲食工商業的發達角度來分析（例如吃到飽的餐飲業盛行、點心零食的發達、可口食品的烹調方式等等）。

本文基本上將當代的厭食與暴食現象當作消費過度的一種現象，可從現代性與消費的諸種關連去理解，個中所涉及的政治因此不可能只是性別權力的單一因素。女性主義將年輕女孩的厭食歸諸父權美感的宰制，正如將年輕女孩的出家歸諸於宗教迷信一樣的簡化。有些女性主義從親權（母親）立場出發，看待年輕女孩的厭食時難免會因急切的保護心態（因為厭食可能傷害健康或甚至致死），而進行對厭食的譴責式分析，將厭食者視為無力的受害者。這種分析

方式略過了厭食者比一般人更為堅決的飲食控制，但是另外一些類似的現象——如宗教禁慾者、年輕運動員或所謂年輕天才極為堅決的自我控制——卻從未被當作偏差行為或受害來分析。

不論如何，在今日的社會文化脈絡之內，女人的厭食或過度控制飲食（使自己過度瘦削）已經和兩性戰爭無關：厭食的變形醜怪身體不是為了取悅男性，而是女人和自己身體的戰事（warfare），it is personal（是自我和自己身體的私人恩怨），亦即，是個人心理生活歷史的多種因素造成的。Bryan S. Turner認為厭食現象是中產階級家庭內部的戰爭，是被家庭過度保護的女孩想要更能控制自己身體，從而更能控制自己生活的追求自主行為（註3）。無論是家庭戰爭或私人戰爭，這場戰爭有時甚至慘烈到沒有俘虜存活——不一定就是殺死身體（控制身體不成，只能消滅身體），也可能是舊我的死亡與自我的新生，而這個舊我的死亡與自我的新生則是心理疾病者與宗教情懷者（禁慾或禁食）的共通目的。

總之，當代的減肥瘦身或控制飲食現象不能離開「控制消費」這個理性計算行為，其所涉及的知識／權力也有別於女性主義所強調的父權單向宰制。易言之，本文認為，控制飲食的減肥瘦身文化其實是整體當代消費文化的一部份，飲食消費和其他種類消費的基本現代動力是相同的。

二、色

色就是一切

減肥的節制飲食就像是面對各類商品時仔細盤算如何控制消費一樣。這種控制消費有時會以諸如「聰明的（理性的）消費者」說法出

現：不論是理財或買手機或吃蛋糕，除了參考市場資訊與該商品的知識（如手機特性或某基金的利率或奶油的熱量）之外，消費者都必須節制慾望，不能盲目跟隨宣傳或廣告。易言之，消費者必須「表現」為理性自主消費的樣子，如果沒有表現出「掌控」的樣子（例如只要見到喜歡的新手機就去買、看到蛋糕就吃，但是卻不能以某種自我呈現方式來掩飾這種慾望（例如宣稱自己是手機收藏家、或說自己喜歡與接受自己的肥胖），那麼就會被視為偏差，其作為「正常人」的身分就會被質疑。

我們必須指出，在這個分析角度下，減肥瘦身其實就是展現具有基本控制消費能力的「正常人」樣子。「樣子」就是自我呈現、外在表現或「色」（所謂「色」就是表象的意思）。這解釋了為何目前控制飲食（不僅僅節食減肥）幾乎是一種「全民運動」，因為這是消費社會的必然現象、是消費文化所鼓勵的一種能力或一種自我呈現的樣子。消費社會召喚自主的消費者，自主是消費社會最基本的意識形態。

作為「自主的」消費者（正常人），減肥的控制飲食當然是必要的：因為「自主」消費者乃是以充分的營養與醫療知識來做明智理性的商品選擇，克制過度的飲食慾望。在這方面，減肥與其他控制消費的行為並無不同，可以預見的是，減肥或控制飲食在未來將會變成相當普遍（不分男女老少）例行循常（*routine*）的行為。因此我們不能只是單獨挑選出減肥瘦身作為批判對象，而需要更廣泛地針對消費社會，分析「自主消費」中複雜的權力。

「正常」的「自主」消費者既然是必須表現能夠控制消費的樣子，那麼不肥胖的外表（「色」）往往就是具有理性自主之飲食消費能力的表面證明（*prima facie evidence*）；相反的，肥胖的外表則經常被聯想到欠缺控制飲食的自主能力。不過，那些因為體質而不會發胖的人，即使不控制飲食消費，也不容易被他人視為偏差或缺乏自主能

力。由於這種憑外表來判斷自主能力的文化常識有其任意性質，因此是一種對於肥胖外表的歧視。（同樣的，對於某人是否具備控制消費能力的判斷，往往會受到其階級、年齡、性別、身分的影響而有變易或雙重標準）。

不論人們是否在某個場合或某個時間無法控制自己的飲食消費，人們還是可以用各種方式來掩飾自己不能控制飲食的偏差：例如在人際交往時積極談論控制飲食、表現出關心身體消瘦等等。換句話說，一個人可以不必實際或認真地從事減肥或控制飲食，他只要常常提及這個話題或偶而出現在健身房、減肥班、運動場等等，就可以矇混為「正常」。這解釋了為何人們總是到處談論身材變化、節食減肥的成敗經驗、聲稱「今天的大吃大喝是偶一為之、下不為例」。因為光說不練也可以讓你從偏差成為「正常的」（即，理性控制）飲食消費者，這是最低成本最便宜行事（形式）的減肥法，**talking is cheap**。

不過從本文的理論觀點來看，「光說不練的減肥瘦身」和「身體力行的控制飲食」並沒有太大差別。光說不練並不比身體力行更自主，身體力行也並不比光說不練更受到消費文化的宰制。畢竟，控制飲食或飲食消費可以容許不同的形式，重要的是有控制飲食的「樣子」。樣子（「色」）就是一切。

當然，身體本身的樣子（如一個非常肥胖的身體）會背叛我們所想要呈現的其他樣子（滿身大汗的運動、絕口不吃蛋糕、滿嘴的減肥經、自稱天生體質如此、或尷尬地說自己該減肥了等等）。然而再怎麼拙劣的掩飾「偏差」（即，被他人認為其實是缺乏自制以致於非常肥胖），也是一種自制從眾的誠意表現，值得其他「正常人」的同情，大家可以假裝對其偏差視而不見；藉此，有秩序的共同社會交往可以維持下去。但是，只要肥胖者還想繼續維持社交生活，她就會感到

控制飲食與控制身體肥胖的壓力；只要正常人不「放棄」肥胖者，肥胖者就必須努力表現出自制從眾（即，尊重社會對控制飲食消費或控制身體肥胖的要求）的樣子。

總之，控制飲食消費這個層面的減肥瘦身活動，比我們想像的還要廣泛，不是只限於實際上身體力行的控制飲食而已，還包括了與此相關的各類言說與社交行為。女性主義想像社會中存在著一些被媒體呈現所洗腦的減肥實踐者，以及另外一些清醒的批判者或不減肥者，但是實際上，幾乎所有的人都在維護「我們彼此都是控制飲食消費的正常人」的樣子，也因而都在從事（在廣泛的意義上）控制彼此飲食的活動，這是社會控制的一部份，所有的人都是「共犯」。

在各種減肥方法或身體話題的談論中、在對肥胖者無意中所透露的貶低裡，肥胖身體會隨著肥胖程度、與肥胖者的自我呈現策略（如用談論自己的減肥經驗來顯示自己的自制努力），而受到不同程度的歧視。這個歧視可以說是清楚地表現在對過度肥胖（obesity）毫無掩飾的歧視中。

由於控制飲食涉及了最基本的理性自主消費，因此界定了社會交往時的正常／偏差秩序：當人表現出無法自制消費的樣子時，或者四周的人無法裝作看不見這種偏差樣子時，互動秩序就無法維護下去——這就像你可以數天不洗澡，但只要看來還算乾淨就還能矇混下去，不過如果你的樣子就像骯髒的乞丐，他人就難以與你互動。同樣的，過度肥胖者由於幾乎無法用任何方式去掩飾偏差，因此無法免於社交互動時的被歧視與尷尬，也就因此成為公共場所的奇觀；故而過度肥胖者的策略往往就是根本從公共生活中撤退，這就沒有在他人面前如何去自我呈現的問題了。長期困於家中的過度肥胖者，起先並不是因為體重超過負擔而無法上街與他人互動交往，而是因為**社會排斥**。

從上述討論來看，減肥瘦身（包括相關的日常言說與社交互動）的一個重要面向其實是對「過度肥胖」這個偏差現象的社會排斥與社會控制；若我們將之與「對同性戀偏差的社會控制」來比較，就會發現兩者相似的控制機制（事實上也和所有偏差行為的社會控制相似）。首先，同性愛的連續體被人為地畫出一條「真性變態」與「假性變態」的區分界線；易言之，同性戀被分成「真的」（無法救藥的病態偏差）與「假的」（即，暫時的、情境的、可改正的、會自我克制同性戀傾向的、心理變性者、正努力嘗試實踐異性戀的、尚未發生同性性交關係的…），真同性戀乃是全部人口中的少數，其他人（包括假同性戀）則都屬於佔人口大多數的異性戀（即，正常人）。一些同性戀的特徵（如娘娘腔、男人婆、與同性親熱等）不但成為取笑或嫌惡的對象，而且也是被（自我與他人）監視規訓的對象，是應該從公共生活與日常互動中被消除的特徵，藉此來嚇阻人們從假同性戀變成真同性戀。

同樣的，肥胖連續體也被人為地畫出一條界線，區分為「真的過度肥胖」與其他不同程度的肥胖，或「假的過度肥胖」（即，暫時的、情境的、可改正的、會自我克制肥胖傾向的、心理變性者、正努力嘗試實踐減肥的、尚未真的過度肥胖的…）；「真過度肥胖」是人口群中（被病態偏差化的、被社會隔離的）的少數，「假過度肥胖」則仍屬於大多數「正常人」，但是必須在外表身體與日常言說互動中表現為「正常人」。不同程度的小胖、中胖、大胖必須在公共生活與日常互動中消除自身和「真過度肥胖」的相同特徵，如肥胖身體、貪吃、懶惰、不運動、動作遲緩、不減肥、坐著不動等等（或者至少要表現出努力消除上述特徵的樣子）。基本上，表現出減肥瘦身的樣子，是小胖、中胖、大胖們與「病態可怕的」真過度肥胖者有所區別的重要標記之一。整體而言，對於肥胖的取笑嫌惡與監視規訓

（包括自我監視與自我規訓），對於肥胖的多樣社會排斥（例如公共場所的座位過於狹小），都是社會控制人們滑向偏差的「過度肥胖」的手段。因此，現代減肥瘦身的面向之一是對「過度肥胖」的社會控制與社會排斥。

故而，在批判減肥瘦身時，必須先探討過度肥胖者被社會排斥的原因。這個原因可以追究到現代人必須有個可以適宜呈現的樣子。這個現代性的核心問題和另一些社會排斥是直接相關的：亦即，自現代以來，為什麼色情的、酷異的、病態的、畸形的、醜怪惡形的（詭態的）、狂／野的、「人性」的（生殖與排泄、死亡與睡眠）……身體，均不宜出現在公共空間裡（註4）？很多人譴責公眾對過度肥胖者（或畸形殘障）的排斥與歧視，但是卻同時自我矛盾地譴責公共空間中的色情變態醜怪等（如譴責報紙刊登死屍照片等），其實這些社會排斥都有同樣的源起（即，那些被排斥現象都被認為是不符合現代文明的公共不宜），而當這些社會排斥的解決或解放沒有被放在批判視野內時，對減肥瘦身的批判恐怕根本忽略了現代身體所座落的社會脈絡，而成為另一種意識形態的產物。

將減肥瘦身的意義侷限於父權對女體的控制，其實忽略了晚期現代性的一個重要特色，就是飲食／消費趨向自折回應的（*reflexive*）（註5）與個人主義化的（*individualized*）（註6）。所謂自折回應的，就是在面對層出不窮的資訊知識專家與眾多選擇時，相應的不斷做出回應與再回應，這個回應可能是相當遠慮或熟慮的反思，但是也可能是膝蓋反射般的立即反應；這些反思或反應則又成為再度回應的對象。然而，何以晚期現代個人不再由家庭代為抉擇、不再被其族群階級背景或文化傳統所決定，而必須不斷參照各方資訊知識專家與選項呢？這是因為在整個社會的制度安排上，個人自我的一切（身分認同、生活風格、獨立生存等）已經不必受限於他所在的文化傳統、

家庭、階級、族群等等，而是由其所做的「自折的」選擇所決定，這就是所謂的「個人（主義）化」。不論個人如何抉擇，即使是放棄自我而由家庭或他人代為抉擇，個人也必須獨自承擔後果，亦即，所有的抉擇都將會形塑自我的人生與認同。

首先，飲食／消費之所以趨向自折回應的，乃是因為有太多選擇被製造出來，加上資訊氾濫、知識專家彼此衝突，這使得（飲食）消費者不得不具有很強的自折性，也就是對於（飲食）消費不可能是簡單的接受，而是不斷反思（涉及吸收資訊、聽取專家意見、相互比較評量等等）或者反應（根據原有的或有限的資訊知識，或甚至隨便任意的判斷）的選擇過程；當然，這個選擇的後果會折回到個人身上，造成影響，而迫使個人再度做出回應選擇。由於自折回應能力（即反思與反應的能力）和控制能力直接相關，因此（飲食）消費的自折性增強，意味著控制（飲食）消費的增強。

其次，在（飲食）消費個人化方面，不但個人消費進佔了家庭消費的市場，而且個人消費也成為表現個性的管道，個人可以透過消費的選擇來表現個人風格與生活方式。怎樣的消費，就是怎樣的人。更有甚者，由於作為個人門面的外表也趨向個人化（即個人外表顯示透露個人的品味、個性與自我——門面外表和內在自我愈來愈緊密的結合），因此，影響外表呈現的（飲食）消費，也需要選擇與控制。

總之，在晚期現代，個人化與自折回應的能力變成存在之道（即，生存的基礎），其關鍵是充滿（國家、商業、專家、制度機構、媒體、性別…）各方權力角力的「個人選擇」，其戰場就是個人身體，其蘊涵則是個人需要更多的自我控制（包括身體管理或治理）。減肥瘦身活動，如控制飲食、個人運動、藥物使用等，就是晚期現代人的存在之道或存在方式，這是獨立於所謂父權控制女體的權力因

素。這個分析的角度將減肥瘦身之動力歸諸於現代自我的存在方式，而非外在強迫（如父權或媒體）；減肥瘦身者不是受害受制者或被洗腦者，而是有力量的能動者，透過控制與管理身體來使自我能動有力。在這裡需要指出的是，現代自我存在方式之所以如此，是因為現代權力形態的重大轉變：現代權力需要的是自動自發的身體，而不是被動順從的身體，因而使得個體與權力有了協商的空間，從而給予個體能動或甚至抵抗的可能（註7）。

女性主義只注意女性減肥現象，但是減肥論述其實也擴張到其他群體，甚至成為「全民運動」，很顯然，女性主義無法對不分性別年齡的減肥論述提出適切的分析或批判。例如，兒童肥胖現象越來越成為相關知識／權力關注的對象，就這個現象而論，本文所指出的思考線索一方面指向富裕社會的飲食文化與飲食工業對兒童身體的影響，例如，為了食品加工、生產與流通的便利效率、品管、保存和擴大市場與利潤，飲食產品往往不考慮是否會促成肥胖。在這方面，兒童與成人都是潛在的「志願受害者」——但是沒有證據顯示兒童或婦女特別脆弱與容易「受騙」（被飲食工業所操縱），畢竟男性成人也有啤酒肚、脂肪肝、高血壓等問題。此外，兒童也和成人一樣，有在控制慾望的間隙中存在的「吃的愉悅」，以及追求這種愉悅的能動自主力量。

另一方面，雖然和減肥相關的醫療權力已經擴張到兒童身體，與父母對兒童身體的管理有著可能一致或衝突的規訓目標，但是兒童減肥也是一種控制消費能力的作為，關乎其未來在消費社會的生存之道，因此日益擴散的兒童減肥論述，以及兒童肥胖身體成為權力的關注與規訓目標，等於是及早訓練兒童的控制消費能力，是兒童的身體規訓的新增內容。當然，父母及社會對兒童的飲食一向就有所規訓，但是近年來開始這種自折回應的（涉及的資訊知識並非傳統

俗民智慧的、而是健康醫學知識的；例如早期著重母職的過度餵食 *overfeeding* 論述、與後期的營養論述、母乳論述等），個人主義化的（凸顯兒童個別性，過去的時代並沒有突出兒童的個性），則是晚期現代性發展的一個趨勢。

到目前為止，我們只談了減肥瘦身的控制飲食消費面向，還沒有討論運動、藥物、整型（如抽脂）這些方式的減肥瘦身。但是基本上後面這三者均可以在本文所提供的架構下被解釋。眾所周知的，個人運動逐漸成為當代自我身體管理的一部份，也具有著自折性和個人化特色；藥物與整型的減肥方式也是如此，我們在其他地方曾經談過這些問題（註8）。為了避免本文過於冗長重複，此處就不再細論，但是會在下兩節相關處簡單地再提及自我身體管理，也就是身體成為權力戰場、但是也因為權力而得以自主能動這個面向。總之，本文的重點是：對於減肥瘦身的理解，必須回到控制飲食、個人運動健身、使用藥物、身體整型這些實踐的具體當代脈絡，我們發現在這些脈絡中的權力操作與社會動力，主要是來自可被廣泛稱之為「（晚期）現代性」的趨勢，而不是只如主流女性主義所想像的男性權力。

我相信本文所提出的詮釋架構對當代減肥瘦身現象不但在智識上提供了更適切與深慮（*sophisticated*）的解釋，也在政治上提供了更培力女性的解釋。因為主流女性主義將女人普遍的減肥瘦身現象視為（男權宰制下）失去自主的行徑——在女性普遍獨立自主、婦運與女權頗有進展、女性的性別意識逐步高漲的社會狀況中，這似乎是一種極為奇怪的矛盾。本文則將女人的減肥瘦身當作身體管理和自我控制的一種積極主動的作為：即，在控制飲食消費上去形塑身體和自我、表現自我的能動自主。

但是為什麼女人比男人更在外表身體上著力去表現與形塑自

我？主流女性主義對減肥瘦身的「受害者想像」掩蓋了什麼重要因素？這就是下一節的主題：性。

三、性

性不是性別權力的產物

如果說當代的減肥瘦身現象應該在更為廣泛的社會脈絡結構所產生的「現代性」的動力趨勢中去尋求解釋（這些動力趨勢或結構力量顯然並不能被化約為性別權力），那麼，在多大的程度或範圍內，女性主義對於減肥瘦身現象的性別分析是有效的呢？我將說明女人的減肥瘦身現象所溯及的性別不平等，終究還是和諸如女人的就業率、薪資水平、就業年限、專業發展等方面的性別不平等相關，而不是主流女性主義所認為的男性權力或媒體呈現將苗條美感強加於女人——後者正是一種性別化約論的觀點。

「性別化約論」就是將性感與美貌都當作男性權力的產物，在這個框架之下，女性的減肥瘦身乃是父權宰制下的非自主行為。之所以稱為「性別化約論」乃是因為它把「性」與「美」都化約為「性別權力」，易言之，性感或美貌都是被性別權力所決定的；和傳統馬克思主義的「階級化約論」理論模式相似：性別就是基礎或下層建築，性與美則是無法獨立自主的上層建築——有什麼樣的性別權力關係，就決定了性與美的性質。在男性權力支配女性的性別關係下，性感與美貌就都是男性權力的產物，是為男權服務的。主流女性主義（沿襲英美基進女性主義）對於減肥瘦身、性感美貌的分析基本上就是上述的性別化約論。

台灣過去也有一些非「性別化約」的分析，例如，何春蕤曾就女

性減肥節食現象提出「社會主義的女性主義」立場的分析，她否定女性只是因為受到男性主導的新審美觀的影響而追求苗條瘦削，更重要廣泛影響的脈絡其實是資本主義下的生產關係與工作倫理之變化（註9）。本文對性別化約論的批評尚不止於此，而是批評其基本理論模式及其「權力」觀，因為性別化約論將女性減肥瘦身當作是一個純然受害的經驗（而沒有培力或其他正面作用的可能）、是不平等的性別權力透過媒體而影響女性審美的結果（但是權力與媒體真能造就身體的美感嗎？），而且，性別化約論還認為：不平等的（性別）權力的作用下沒有自主空間的可能，權力本質上是壓抑的與負面作為的，例如媒體的洗腦宣傳就一定會導致順從的行為（註10）。下面我將更詳細地對主流女性主義觀點提出批評。

首先讓我用最簡單的方式來描述主流女性主義的想法，就是（a）媒體呈現出一個美貌性感的苗條女體，（b）女人看到後腦海中就慾望並認同這個苗條女體的圖像，（c）因而就開始以行動（減肥瘦身）來改造自己的身體。所以這包含了三部曲（a）媒體呈現、（b）心動接受、（c）身體力行。

不過，從（a）到（b）向來就有所謂媒體呈現的接收（reception）問題，也就是（例如）看了政府的宣傳片後不是每個人都會心動接受的。

但是更有問題的則是從（b）到（c）；因為我們對某種呈現的慾望或心動認同，不一定能轉化為行動或身體的實踐。例如我可能欣羨某人有錢或有音樂才能，慾望自己成為那樣的人，但是我不一定會採取任何具體行動；或者，我可能非常認同或想做個很美麗的人（或胸大的人、清純的人），但是我仍然不會身體力行去改變自己，因為我可能也同時接受自己的本貌（或同時也接受自己胸小、風騷）。主流女性主義的錯誤因此是假設（b）「女人認同並慾望媒體呈現

中的苗條女體」到（c）「女人從事減肥瘦身」之間有個簡單直接的因果關係。本文則認為（c）之所以發生，乃是因為「減肥瘦身」基本上扣連符合了晚期現代的社會趨勢與動力（涉及了多樣的知識／權力、也就是多樣的專家論述與制度機構），例如控制飲食其實是晚期現代人的「存在方式／存在之道」，因此這才促成了人們身體力行的從事減肥瘦身。

不過，女性主義可能會堅持質疑：（a）或（b）難道沒有性別權力的問題嗎？女性主義會認為男性霸權使（a）媒體將苗條呈現為性感女體，而雖然由於「媒體呈現的接收reception問題」，女性主義現在可能會承認：即使（異性戀）女人想要取悅討好迎合男性，女人也未必就會（b）慾望與認同媒體呈現的苗條女體。但是不論如何，（a）媒體宣傳洗腦「苗條就是美貌性感（性吸引力）」這件事實似乎有男性霸權在背後。

其次，女性主義甚至也可能會同意：我們不能認為由於（b）女人想變得更美、更性感，以便在擇偶市場上競爭，因此就直接導致了（c）女人從事減肥瘦身。（b）與（c）之間的簡單因果關係可能也有問題，因為若是沒有晚期現代相關於身體與自我的知識／權力，以致於在自折回應的身體與自我形塑中，（例如）一方面將身體視為可被醫療（外科、藥物等）所操作的對象、以及將身體視為自我的體現與籌劃，另方面則有用藥觀念的改變、醫療外科整型的發展，那麼透過藥物、身體整型來（c）進行減肥瘦身，是根本不可能的。之前我也顯示由於控制飲食（消費）的現代性發展（如控制飲食消費與形塑自我認同的關係、召喚「自主消費」能力、飲食工業與健康論述等等），才使得控制飲食成為普遍的（c）減肥瘦身實踐。

但是，（b）女人的認同與慾望苗條女體，是否至少提供了一種心理動機去使女人（c）從事減肥瘦身呢？我的回答：只有在特定條件配

合下才是如此。這個問題可以用下面例子來說明：由於西方男性普遍地在全球吃香，一個亞洲男性可能會認同與慾望（幻想）成為西方男性，但是在沒有「變種族手術」與相關的知識／權力變化前，很難想像此人有心理動機去「換臉變身」（因為這個行為沒有相關的藥物工業與醫療制度與法律的支持、沒有變種族的流行故事與可實際達成的想像、可能無法進行人際互動或自我呈現、可能無法躲避污名等等）。因此，正是因為「換臉變身」（除了「變種族手術」外，還包括自我認同、社會制度的相關實踐與論述、可實現變身的想像——如變身後的健康或循常的生活等等想像）（註11）成為可能選擇後，才会有此心理動機的存在。相同的，正是因為存在著與「減肥瘦身」相關的自我與身體的現代知識／權力，才会有從事「減肥瘦身」的各種動機。

很多人會自認為她們減肥瘦身的動機就是想要變得像媒體呈現中那樣苗條或吸引男性目光，這當然是事實；不過減肥瘦身有時還有其他不同的動機（例如有些中老年婦女可能是為了休閒或養生，有些人是為了那是流行的風潮，還有人是追求新知新實踐，甚至有人想要試用新產品）。重要的是這些減肥瘦身都採用了相同的身體技術（和控制飲食、個人運動、使用藥物、身體整型相關的各類技術），值得提示的是，這些技術並不是專門為了減肥瘦身或苗條性感而被發明出來的，而是各自有其知識／權力的場域與系譜，並以不同的面貌被施用在其他事務上（例如記錄與監視體重、計算食物熱量等等都不是因減肥目的而發明的；更籠統的例子還有，控制飲食乃是控制消費的一部份，後者則施用在飲食以外的消費上）。

最重要的，這些技術及其相關的知識／權力同時也是構成現代自我與現代身體的技術與知識／權力。換句話說，不是因為憑空先存在著一群追求苗條的女人或心理動機，因而有了減肥瘦身的諸種

行為；而是因為先有了可挪用於減肥瘦身的多樣技術與相關身體的知識／權力，故而才有願意與能夠採用這些技術去形塑身體、打造自我與規訓行為的人，進行著許多我們目前看到和身體與自我相關的活動，諸如刺青穿洞、自拍寫真、荷爾蒙治療、割雙眼皮、抗失眠、束胸、染髮、變性等等「做身體」行為。減肥瘦身只是其中可能之一。當減肥瘦身的知識／權力技術可以正當地被用來打造苗條身體時，為了追求美貌性感的苗條而減肥瘦身的心理動機也就出現了。技術與動機，兩者互相開發、彼此強化，使得減肥瘦身益發地普遍。

有人說女人自古就是追求美貌的，但是前現代的女人卻可能沒有（動機）追求苗條，若說這是因為「苗條身體並不是前現代社會所界定的美感」，其實並沒有抓到重點。我會說：因為前現代社會並沒有現代社會才有的個人運動、藥物使用、身體整型、飲食控制等等相關技術與知識／權力，所以前現代女人即使認為苗條身體是美的，也沒有動機去實際減肥瘦身，因為前現代女人的自我與身體缺乏相關知識／權力技術，因而根本不可能是會進行減肥瘦身的自我或身體。前現代男性對苗條女體的慾望，並不能促使女人進行減肥瘦身；女人減肥瘦身的實踐與動機是在一個當身體與自我都可以被規劃與形塑的社會才存在的，自我與身體的籌劃則是（在個人主義化下的）個人面對層出不窮的各種專家、資訊、知識、技術時，不斷做出回應的狀況中進行的（包括對新資訊新技術完全相應不理的回應）。這基本上是晚期現代人的「生存之道」，並不單純是專業支配（專家統治）或其他權力支配的受害、無力，而有著培力、能動與自主的成份。

有人或許會繼續堅持，現代女人的減肥瘦身背後還是可以歸結為：取悅男性慾望。易言之，如果男人認為豐腴才是美，那麼女人

就會去增胖，畢竟，不論女人是減肥還是增胖，「女為悅己者容」嘛，這是千古不變的道理。不過，在晚期現代越來越開發與籌劃自我的動力下，造就了顯著的自戀文化，因此最大的「悅己者」恐怕不是別人、而是自己。更有甚者，想簡單的以「追求美貌以取悅男性」來涵蓋不同歷史—社會的女性身體實踐（其實也就是以「父權宰制」來解釋所有性別現象），只能把減肥瘦身當作一個被宰制的、受害的、無力的經驗現象，而無法看到減肥瘦身與現代自我的其他更廣泛的身體實踐之密切關連。

晚期現代人越來越把身體當作反思（自折回應）的籌劃對象，也就是不斷參照各種知識資訊，將身體當作一個可塑事物來管理和改變（我稱此現象為「做身體」）。由於各種權力都對身體施以影響，身體可以說是諸權力的戰場。值得提醒的是，這些權力並不都是壓抑性質的、有些是誘發鼓動或甚至培力的。在像控制飲食、養生保健、規律運動等等這些身體管理中，對身體的控制與自我規訓可以帶來自主、有力、能動的感覺。這些感覺即使是幻覺，也是生存與反抗的基礎資源。更重要的是，由於身體外表越來越和內在自我連結，「做身體」也就是「做自己」。我所謂的「做自己」並不是一般勵志小品、婦運論述、廣告宣傳上所謂的做自己，不是「忠實於本我」的意思。「做自己」，指的是「將自我當作一個開放的、可塑的籌劃」，亦即，以自折回應的方式形成自我認同、塑造生活方式或風格等，而這通常和身體管理密切關連。減肥瘦身就是做身體、做自己的一種實踐。

總之，晚期現代的各種減肥瘦身實踐，必須放在晚期現代社會本身的內在動力與趨勢中去理解。僅僅用「追求美貌」或者「男權支配」或者「媒體洗腦」來解釋減肥瘦身的動力與動機，顯然是忽略了減肥瘦身這類身體實踐所座落的歷史—社會脈絡。正是由於這個脈絡

的存在，才使得「（追求美貌的）動機與（減肥瘦身的）行為之間的因果關係」得以可能存在，而且這個脈絡同時也構成了減肥瘦身的主體與動機。所以，我們不能用簡單的機械因果觀來看待「晚期現代性」與「減肥瘦身」之間的關係。

但是，針對上面的（a）（b）（c）三點，女性主義可能還要追問：為什麼（a）媒體將苗條身體呈現為性感美麗？或者更根本的：為什麼只有女體才是性感與美貌的化身？為什麼不把男體也性感化、美感化？這是否為性別不平等所造成的？其次，女性主義要追問：為什麼（b）當代女人會認同與慾望媒體呈現中的苗條身體呢？還有，為什麼（c）主要或多數是女人而非男人從事減肥瘦身？等下我會提出一些和主流女性主義相當不同的看法。

* * *

讓我先將上述想法更進一步地鋪陳如下：

主流女性主義的基本前提就是：「男性權力支配」與「女人的減肥瘦身」之間有著強烈的因果關連，亦即，性別的不平等權力造成了女性的減肥節食。「權力」在此處被設想為純然壓抑與強迫性質的。不論如何，女性主義的基本前提可能涉及了好幾個不盡相同的假設：1）男性的不平等權力，造成文化（或女人）以為瘦身苗條才是美貌性感的身體，亦即，女人的美感或性感是被男權所塑造或定義的。2）男性的不平等權力是造成女人追求美貌性感的原因，亦即，女人欲求性感身體或女人愛美，不是天生的，而是因為男性權力所直接間接強制的。

至於女性主義將瘦身減肥議題與媒體批判掛鉤，這也涉及兩個假設：3）男性不平等權力決定或造成了大眾媒體所呈現的性感苗條女體，亦即，媒體呈現是男性權力的體現或工具。4）大眾媒體所呈

現的性感苗條女體造成了女性減肥瘦身，亦即，由於女性看到媒體呈現的性感苗條女體，而進行減肥瘦身實踐。

這四個假設都頗有問題。但是藉由它們，女性主義才能進行所謂的媒體批判以及對於減肥瘦身的批判，因為這四個假設建立起「女性的減肥瘦身」、「媒體呈現的苗條性感女體」、「男性權力」三者之間的緊密因果關連。

事實上，男性權力（父權宰制）是上述女性主義分析的原點：1）男性權力定義了女人的性感或美感，2）男性權力迫使女人追求這樣的性感與美貌，3）男性權力以性感女體的媒體呈現為工具（或父權根本就化身在這種媒體呈現中）。由於上面三點，所以4）女人因媒體呈現的影響而進行減肥瘦身，追根究底其實是男性權力造成的。

本文的立場則是否認男性權力作為原點的分析（註12）；易言之，本文認為1）性感美感的定義、2）女人追求性感或美、3）大眾媒體呈現單一性感樣態的女體等等，其所涉及的權力與社會動力不能歸諸於單一的「男性權力（父權支配）」。由於這些都是非常複雜的問題，全面探討它們是不可能的，故而以下我一方面對上述女性主義假設的可能謬誤做些簡單的提示，另一方面則提出我的替代解釋。我將先討論1）、2），稍後再討論3）、4）。

首先，如果女性主義主張「女人性感或美感乃是男性權力的產物」或者「男性權力決定或定義女性美」（即，上述的1）），這顯然是一種相當粗淺的性別化約論；很多現象都表明：美貌與性感不能只歸因於性別權力，美感或性感顯然還受到階級、種族、文化的影響或甚至建構。不過性與美似乎也有其獨立自主的面向，例如生物決定論者就強調美的獨立自主（不受文化社會影響）之生物面向，雖然其論點缺乏歷史發展的視野。由於我在其他地方已經對這個問題做出尚稱完整的解答（註13），此處就只簡單提示如下：

我基本上主張，美感或性感既有其生物性別的起源和決定因素，也有社會文化的影響（因為不同文化會產生不同但也有共通處的美感或性感），但是重點是：特定社會的美感是一個符號系統，系統或結構內的元素與規則雖然會變動演化，但是不會任意變化，這樣才能解釋不同歷史時期美感或性感標準的差異演變。美感系統之所以會在商品化與全球化的時代產生較大的變化而逐漸脫離生物性別的基礎，其變化主因則是來自日常生活的美學化、以及美貌工業與性感工業的發達（下詳）。在去傳統化與個人主義化的影響下，個人對美感的操演也開始影響著個人的美感或性感呈現；這是晚期現代的個人在美感系統結構下的能動性的表現，其背後因素則是各個社會的美學系統的許多元素在全球化下開始「漂浮」，因而給予個人較大的操演空間。事實上，我相信：如果美貌與性感完全是由性別權力所決定的，那麼男人（而非女人）才應該是美與性的化身與體現，正如同在一般的文化中，優勢種族（而非劣勢的被殖民種族）才會被呈現為美感與性感的化身與體現。

稍後，我還會再提到這個「美感與性感是被男性權力所定義的」問題，並進行更複雜的一些討論。

其次，男性權力是否迫使女性追求美貌與性感身體呢（即上述的2））？從歷史角度來看，當婚姻從父母之命、媒妁之言轉變為建立在當事人自由兩願的選擇上時，男女的擇偶以及延伸出來的公開社交（包括所謂的追求、談戀愛）都使得外表的性吸引力變得越來越重要。在自由戀愛的文化中，男性不再只是靠著擁有財產或地位身分家世，個別男性的青春外表變成了求偶的重要因素：十九世紀以來，許多愛情小說的標準情節都會安排女主角為了愛情而放棄年紀大但有身分財產的男人，而沒有資產實力的年輕小伙子則是女主角傾心的自然對象。同樣的，在自由戀愛的文化中，女人也必須在外

表上充分吸引男性，外表幾乎成為女人在婚姻愛情市場上最重要的資產。

但是女性外表的重要性增加，是否只意味著女性在男權下的受害、女性身體的被物化宰制？

首先，我認為現代女性的注重外表，其實是「強化女性自我」的一種方式。讓我解釋如下：由於擇偶追求文化的出現，外表與身體對男性女性都變得很重要，但是與此同時，現代個人化的自我（及相應的強調自我交流的現代愛情）也在急速的發展中。男性在公共領域的諸多活動強化了其個人主義化的自我，女人則相對的缺乏個人主義化的條件（例如，女性就業率、薪資水平、就業年限、專業發展一直較男性低，因此較難獨立自主存活於世）。然而歷史的發展卻也提供了強化個人自我的其他管道。由於文明化過程在現代的大幅進展，外表與個體自我有著逐漸緊密結合的趨勢：亦即，以外表與身體來表達自我、表達個（體）性的知識／權力逐漸發展到位（註14），以及伴隨著外表與身體的商業開發（服裝工業、美貌工業）。其所產生的結果就是：一方面促使（也同時提供）女人在這個擇偶追求文化中所追求的（也同時需要的）衣服與儀態、化妝與美容、整型與瘦身等等物質條件出現；另一方面，女人在公共場所或擇偶市場上發展的爭奇鬥艷、突出自我、與人競爭的外表與心態，形塑也強化了女人的個人主義化自我。特別因為外表是個人必須經營的資產，而不是傳統、階級、家庭、身分地位所傳承賦予的（*endowment*），女人因此在各種和外表相關的資訊、專家、論述下都必須高度自折回應地選擇所需要的外表，也就是能夠表達自我的外表（服裝、化妝、風格、儀態、氣質等等），有時還必須盡量排除原先傳統、階級、家庭、身分地位所賦予外表的可能限制，故而女人也可能藉由這種外表的公共競爭來達到個人主義化的自我。值得注意的是，女人當然會因為比

男人更需要注重外表，因而對外表有更多的反思或自折回應的籌劃，也因此帶來比男性自我更多的、對外表的自我監視和焦慮，可是同時則因為對外表有更多的自主與操弄能力，因而也在體現美感和性感上遠遠領先男性。

上述的說法同時解釋了：為何一般而言女人比男人更在的外表身體上著力表現並形塑自我，以及為什麼主要（多數）是女性而非男性熱衷從事減肥瘦身。扼要的說：女性比男性更注重「做身體」，是因為男性還有其他「做自己」的方式；這個兩性差異顯然很主要的和就業率、薪資水平、就業年限、專業發展等方面的性別不平等相關（然而，更著力於「做身體」，本身並不是不平等或受害，反而可能是對於不平等和受害的一種補救或力爭）。本文認為這就是在女人減肥瘦身現象中可溯及的性別不平等——亦即，在作為個人主義化的現代自我條件上，女人在就業市場的資源不如男人，但是更著力於「做身體」則可以強化現代自我。這個觀點相當有別於主流女性主義的性別化約論：後者認為減肥瘦身所涉及的性別不平等，乃是性別化的性感或美感的問題，而不是個人主義化所需的經濟條件問題。另外，由於女性（而非男性）是文化中美感與性感的化身，所以女人在使自己外表身體變得美貌性感上，比男人要著力更多；特別是，因為女人可以「上嫁」，所以女性有更強的誘因去增加美與性的資產。對這些現象本文也有著不同於性別化約論的解釋（下詳）。

照這樣說來，現代的擇偶追求文化有其複雜的效應（男女兩性均開始注重外表只是其中之一的表面影響），這個源起於「自由婚配」的歷史發展，很難用諸如2）「性別不平等迫使女性追求外表美貌與性感身體」來總括。事實上，現代的擇偶追求文化，包括相關的社交公開、外表身體（與連帶的自我）之開發籌劃、美貌工業與性感工業的興起（下詳），也是「性的現代化」的一部份，和本文所談的「現代性」

動力有著間接的一些關係，此處姑且不論。讓我先回到擇偶追求文化與2)的關係話題來。

如果說之前媒妁婚姻的主導權在於家長與男人，那麼自由婚姻的主導權則因為擇偶追求的文化發展而開始逐漸由女人來分享。這個主導權力變化的重要的因素就是「性」。性干擾並打亂了男性權力的算計，女人則藉著性吸引力來與男人爭取權力。

女人的性吸引力，在一定範圍內扭轉了性別權力。原本在媒妁之言、父母之命的婚姻內，女人是被動的被男性（家長）選擇的，女人可說一無權力籌碼；現在在自由戀愛的歷史時刻，女人變成了男人需要積極追求爭取的性對象，而很多時候男性必須彼此競爭以贏取芳心，女人則可以藉著外表或性吸引力來爭取更多的權力；例如下層女性可以靠著美色來和上層男人進行經濟上對男人可能不太合算的交換，而且，不只是這種「麻雀變鳳凰」的上嫁婚姻（註15），也還有其它形式的不等價交換。總之，在自由婚配的擇偶追求文化下，女性對自身美貌與性感身體的追求，不能被簡單的歸諸於男性權力的強迫，因為女性追求自身的性感美貌將帶來實際的利益、與男性的權力拉鋸、以及議價籌碼。

不過，有些人可能還是會把女人對美貌性感的追求當作男權支配的結果，所根據的理由則有好幾種：例如女性是為了進入婚姻家庭才追求美貌性感，因而女性難逃結構性權力的支配；或者，女性對美貌與性感的追求是浪費心力時間的無用行為，使得女人無法像男性一樣追求真正有社會價值的事物；或者，美貌性感的追求可能造成天生美麗者與醜陋者之間的不公平；女人對於美貌性感的追求，形成對自身身體的規訓與不自由、不自主；或者，女人對於美貌性感的追求乃是受制於男人的美學觀感與性慾需求（即之前提過的，男性權力定義了或形塑了女人的美感與性感）。

限於篇幅與文章的可讀性，我不打算詳細深入論證，而只約略地提示幾點來回應上述理由。首先，我們不應該從「社會結構」（如父權社會這個觀念）來論斷所有的權力關係與現象（如婚姻家庭）都是一面倒的必然支配，這樣的化約論斷也無法說明反抗權力的來源（註16）。

其次，作為其他女人性對象的女同性戀，也同樣地追求世俗所認定的美貌與性感身體，與一般異性戀女人並無顯著差異。這顯示美感或性感有其獨立於性別權力的面向。

再者，女人對於美貌性感的追求雖然會形成對自身身體的規訓，但是這個自我身體管理，既會帶來焦慮脆弱與限制，也會帶來能動有力與愉悅。很多人看到女人對於身體的開發與耕耘遠勝過男人，因而認為女人比男人承受了更多的身體壓抑與負擔（註17），但是如果我們考察「性」此一身體面向，我們同樣地發現男人對於性的某些方面之開發與耕耘遠勝過女人，雖然這也會帶來焦慮脆弱與限制（例如關心生殖器的大小與形狀、性交的持久、勃起能力、對於性事的高度興趣與性經驗的豐富等等），但是沒有人會認為男人因此必然淪於受害、被宰制、無力的境地（註18）。由此可見，對於身體的規訓管理與開發耕耘（如商品化），並不能簡單地視為結構權力強加於身體的壓抑或受害。男人的健力士鍛鍊（body building）多年來也廣泛地被女性所採用（註19），至於體育活動中的身體開發與規訓也是兩性均有，我們沒有理由認為參與這些活動的女人都是受害或被宰制的性質，因此我們也不應該從女體的開發與規訓來推斷女人必然受害與不自主。有人批評女人的「做身體」現象是「無主見的追隨流行或喪失自我的一窩風」，但是正如之前我在討論「外表」問題時得到的結論：女人在「做身體」方面反而比男人有更多的自折回應的籌劃，因此這個實踐其實強化了女人原本較缺乏的「個人主義化的自我」。

此外，女人所追求的性感與美貌並非毫無社會價值之物，因為美貌與性感身體可成為增加人生機會的資產，不但本身就可能直接交換到實質利益，而且還可以帶來力量、愉悅等正面事物。在美貌與性感身體益發商品化的歷史階段，美貌與性感基本上只被女性壟斷，這乃是增加女性的市場資產。這種性感女體商品化的意義，則是使女人可以依賴市場而生存，不必再依賴特定男人或家庭。性感女體的消費者並不只是男人，例如服裝工業與化妝美容工業等等普遍地使用性感美麗的女模特兒，其訴求的消費者幾乎都是女人。由於只有女人才體現美感與性感，所以就連兒童商品或兒童節目也會訴求女體；性感美貌女體的消費可說是不分男女老幼的——除非受到傳統或「文明」的限制，如公共不宜、兒童（婦女、老年、病患）不宜等等。

另一方面，在一般日常或普通商品也不斷的性感化的狀況下，「性感工業」使女性有更多的出路資源或相關職業選擇，也使女性的公共可見度益發提升——因為到處都需要性（感）來販賣各類商品，sex sells！不只是漂亮的電視女主播逐漸取代了原本需要男性權威的新聞播報，還有許多原本與性／別無關的商品，如房屋銷售的廣告搭配著女體，產品設計使用女體形狀等等。這之中有些可能是為了吸引注意，但是基本上和女體所代表的「性」在文化中既被當作壓抑禁忌、卻又被撩撥誘發有關，因此性的慾望成了商品慾望的源頭活水。

這裡所謂的「性感工業／工作」，就是實際或象徵地生產或販賣「性（女體）」的商品與勞務，這當然包括了狹義的「性工業／性工作」（如賣淫）。然而現今幾乎所有商品與勞務都有「性感工業」的層面或元素，只是有些比較直接（商品或勞務內容就是女體），有些比較間接（如廣告行銷涉及女體）。當然，就像所有被商品化的資產一樣（如音樂才能的商品化等等），女體的商品化也存在著可能剝削與「危險

的權力」，但是商品化絕非一面倒的壓迫。

性感工作或女體商品化本身並不是壓迫女性，但是當美貌性感只被女性所體現，因此性感工業只被女性所壟斷時，固然在今日的商品社會中帶給女性一些實際利益，不過也會引發「性感工作的文化意義或文化形象」的問題。亦即，性感（外表、身體、性等）在文化中不像「智慧」這些被看重的特質，而有著被貶低或甚至污名的問題：性感工作即使收入很高，卻不如智慧工作在文化中有較好的形象或較正面的意義。其原因和文化本身是由不勞動的男性統治階級所主宰的傳統有關，所以「文化」重視心靈智慧，輕看勞動身體，重視內在昇華，輕看外表本能（而女人、性、生殖都被視為接近本能）。（另外一些重要因素則還有文明化過程對性的壓抑、婚姻霸權對性的壟斷等等）。如果一種性感工作的生產者與消費者有較為絕對的性別區分，其在文化中的意義或形象便可能會傾向於複製性別不平等；這就是一些反對賣淫的女性主義者所持的說法，即，性工作大都是女性從事而男性消費，因而複製了目前文化中原有的性別不平等意義、即複製了男尊女卑（男主女奴）的形象。我認為這個「目前性感工作的文化意義複製了性別不平等，因此性感工作是壓迫女性的」論證其實是難以成立的（註20），但是此處可以略過這個問題，而提出可能改變性感工作的性別文化意義的三個方向：

一、性感工作的消費者若能夠不分男女老幼，則其性別意義可能會被淡化。其前提則是「性的公共化」、「文明的非正式化」這些趨勢的持續，所以必須打破「兒童不宜、公共不宜」這類限制。

二、和上述這些趨勢相關的「性開放」，雖然可能會使得性感工作的污名淡化，但是往往文化形象提升的只是一部份性感工作，也就是對應著具備文化正當性的「健康、正常、高級的性」（而非「偏差、變態、低級的性」）。因此，針對這種性的階層化（高級／低級之

分)的「性解放」運動乃是必要的。

三，若是有更多想要消費男體的女人、以及更多從事性感工作的男人，雖然男人將因此而分食性感工業的大餅，但是卻能改變性感工作的文化意義。不過目前少數開始體現美貌與性感的男性、或者被當作性客體或性工具的男人，恰恰不是女性所慾望的「新好男人」，而是被視為性變態、性偏差、女性化的男人。同樣的，對消費男體有慾望的女人也被視為花痴、或女人中的「背叛者」。故而如果要改變性感工業的性別結構，對於邊緣男體（如同雙性戀、跨性別、小白臉、娘娘腔、男妓、BDSM中的男M或男奴、化妝愛美自戀男等等）以及「男性化的女性慾望」（男體的消費者）的性解放策略是必要的。上述有些偏離主軸的討論其實是要顯示：有關美貌性感所涉及的性別不平等，和性的壓迫與解放密切相關，而不僅僅是男權壓迫而已。

跟性感工業同步發達起來的，還有服裝美容化妝整型工業——可簡稱為「美貌工業」。美貌工業使得美貌與性感身體從「天賦」（endowment）益發地轉變為「資產」（asset），也就是使美貌與性感變成一種「選擇」、一種「投資」。換句話說，美貌工業使得美貌與性感愈發地普及化，而不是只屬於少數天生美麗或天生性感身體的女人。原本只是少數幸運者才能擁有的美貌與性感，開始變成幾乎多數人均可得到的資產。雖然仍然有很多女人因為各種原因而無法近用許多「選擇」（例如不願意化妝或追求美貌的女人、或害怕自己成為性感的女人等等），但是美貌工業確實使得因美貌的天賦差異而可能存在的不公平人生機會得到了救濟。

當然，美貌工業就像其他工業一樣，在創造產品的豐裕普及之同時，也可能有著大量生產下的標準化的缺點（例如有些社會中的肥胖者買不到性感衣服）。然而美貌性感的多元化必須建立在美貌性感

的普及化基礎上，畢竟，沒有普及化的美貌性感（即美麗性感者只有少數），多元化既沒有意義、也很難「多」元。所以，美貌性感的多元化（多樣標準與不同典型的美感與性感）其實依賴著發達且不斷演化的美貌工業。（稍後我會再闡釋此處論點與減肥瘦身的關連）。

不過美／醜之分始終沒有成為像性一樣的權力關係：女人之間的美醜差異，並沒有像良婦與淫婦的性差異一樣成為一種制度性、結構性的不平等權力關係。例如，美醜之分似乎並不決定個人的性愛機會，不是美女才擁有較多的性對象，真實與網路世界裡多得是面貌平庸的性愛天后。一般人常認為醜女沒人愛，但是Randall Collins的研究顯示，人們在擇偶時會選擇與自己各方面條件相似的對象，易言之，醜女還有醜男或其他醜女愛，若醜女還有擇偶市場上的其他良好條件，則會使她更容易擇偶。而且，不論美醜，擇偶都有某種不確定性在內，事實證明，美人不見得就能順利擇偶（註21）。美／醜之分是否對個人的人生機會有目前不為人知的可能影響，則還是個開放的問題（目前對美醜的社交與就業影響只有些結論不確切的研究）。

美貌與性感既然在擇偶追求文化下對女人愈形重要、不斷加碼，自然會帶來焦慮、脆弱、風險等等，然而也同時帶來力量、愉悅、資源。走在街上被凝視時同時感受到的愉悅或不安似乎可以說明這種矛盾情況。然而隨著性開放、社交開放、性別平等、美貌工業與性感工業的開發等等歷史變化，走在街上被凝視的已經不是單純的被動客體，而是女人主動操作他人的凝視（從短裙露背到低腰丁字褲露胸露股溝等服裝可以清楚看出這種操作的企圖程度）。在今日街上，被觀看窺視而產生愉悅自信的可能性，更多地勝過產生不安不悅的可能性。

總體而言，在美貌與性感的普及化下，越開放的性文化（女性不

再受貞操束縛）、越開放的社交擇偶文化（在婚姻與交友市場上女性可將自身美貌效用發揮到最大）、越發達與正當化的「性感工業／工作」（也就是被女性所壟斷的就業機會），將使作為「性與美」化身的女人更為自由、有更多機會與選擇，更容易得力壯大。這些都是隨著社會文化變遷而可能繼續擴大的契機，而如何在此趨勢中幫助女性克服危險、剝削、支配等負面影響，當然就是對女性主義的挑戰。很明顯的，為了保障這些趨勢持續提供女性發展的機會，女性主義也應該積極批判性感工作的罪刑化、污名化和階層化（例如電視女主播比檳榔西施更高級，後者則被污名）（註22），更需要批判有關貞操、第三者、淫婦的傳統道德論述。

* * *

最後讓我們回到女性主義關於媒體批判與瘦身減肥的另外兩個假設：3）男性不平等權力決定或造成了大眾媒體將苗條女體呈現為性感，亦即，媒體呈現是男性權力的體現或工具；以及4）大眾媒體所呈現的性感苗條女體則造成女性減肥瘦身，亦即，女性看到媒體所呈現的性感女體，因而進行減肥瘦身實踐。

讓我先從較簡單的假設4）談起。假設4）顯然對於媒體接收（reception）與媒體影響（媒體呈現對閱聽人行為的控制）有著過度粗淺的理解。

我們很有理由懷疑媒體呈現（如呈現苗條女體為性感）是造成人們改變行為模式（如採取減肥瘦身）的直接原因，因為媒體呈現不一定會被閱聽人所接受，事實上，閱聽人的抵制與媒體批判的存在正說明了這一點（註23）。若講到對人們減肥瘦身行為的直接制約，恐怕每日生活的面對面互動才是更可能的原因；例如走在街上時，他人對自己身體的羨妒愛慕目光、或我們對他人身體的厭惡鄙視等。我

不否認媒體建構現實以及影響路人目光的可能，但是在「媒體呈現」與「減肥瘦身」之間不可能是單純簡單的因果關係（表現為一種壓抑性的強制力量或權力），應該還要考慮更多的脈絡關係。就這個更廣泛的社會脈絡而言，前面已經說過，對於消費與飲食的控制乃是現代人的生存之道（參看本文第一、二節），這才是減肥瘦身的結構性因素。而「媒體（或男權）造成了女性的減肥瘦身」說法，就和「周星馳的媒體呈現造成影迷的次文化行為（如學星爺講話等等）」或「媒體對刺青的呈現造成青少年模仿」說法一樣，其實只是看到表面的關連，而誤認為完全是媒體強大的行銷力量直接對閱聽人造成刺激反應的行為。影迷或青少年的看似失去自主，其實往往是對媒體呈現或商品加以主動消費或二度創造，藉以表現自我（註24）。當代的減肥瘦身不是喪失自主，而是現代自我的「做身體」、「做自己」的能動性表現，媒體呈現則是現代人在自折回應地形塑身體與自我時所接收到的各種資訊、知識、專家、論述、制度、法令規範等的一種。

另一個和媒體接收（reception）相關的問題是：究竟媒體呈現了什麼？主流女性主義在批判媒體呈現時，似乎只看到「苗條」身體被呈現為性感或美，但是這忽略了媒體呈現的多義性或歧義性。例如訴求中年婦女的瘦身廣告顯然也在促進中年女性的情慾能動與身體自主——當中年女性的身體完成生殖功能而趨向「無性、無情慾」之時，這些廣告卻呈現一個有情慾的中年女性形象；當中年女性前半生都在照顧家人身體之時（現在卻面臨空巢期），這些廣告則鼓動中年女性要開始照顧自己的身體。又例如，很多瘦身廣告呈現的女體都踰越了良家婦女的身體，投射出狂野性感或幾近淫蕩的「新女性情慾」形象（這種淫蕩形象引發良婦女性主義的不安也是可以預期的），但是這種新女性情慾形象背後的情慾訴求卻很少被當作焦點來探討（註25）。

至於假設3）不應該被理解為「媒體呈現是直接被男性權力所左右

操控的」，因為**商業利益**可能才是媒體呈現的直接肇因。有一種看法會認為：媒體之所以充斥著女體，追根究底的原因乃是，到目前的歷史階段為止，美與性基本上都只體現在女人身上（其原因則可能是性別的生物因素，或者如1）所假設的「男權定義了美與性」，或者其他更複雜的原因），以致於女人幾乎就是美與性的化身或表現；因此女人或女體是被凝視的對象、是性客體或性對象；故而媒體就是以女體來呈現美與性。換句話說，媒體只是反映、順從、維持或甚至強化了「女體（而非男體）才是美與性的化身」這個現實。不過，上述這個說法缺乏社會－歷史的面向（因為它不能解釋為何在當代：苗條身體而非其他體型會成為媒體呈現性感與美感的主流），等下我還要再進一步討論。

不過，美與性基本上只體現在女人身上，是否就是性別不平等權力所造成的？如何使男人也成為美與性的化身？——這些才是關鍵問題。這個問題需要更仔細地做歷史發展的、人類學的與多視角的考察。例如，即使「只有女人才體現性與美」（這個是在人類大多數社會中成立的事實嗎？）起源於人類歷史早期（或史前時期）普遍的性別不平等，時至今日，當性別不平等的局勢已經有變時，女人若仍然主要是美與性的化身，那麼我們要追問：今日男人是否有慾望成為性客體與性對象？女人是否願意或如何將男人當做性客體？如果男人也成為性與美的化身，女人是否認為這是有利於她們的？

有很多現象可以為上述問題提供回答的線索。例如，從跨性別與某些男同性戀中可以看出：當男人不必用「陽剛特質」來吸引對方時，男人顯然很樂意成為美與性的對象。另一方面，在有關色情（性工作、性言論與影像）如今不分性別的普遍化的議題上，一些女人仍然拒絕將男人視為性客體（如反對男人賣淫的普遍化、反對男體性影像的普遍化等）。此外，在最直接的面對面互動層次上來看（如追求、

觀看、性交等），許多女人似乎並不願意將男性當作性客體。事實上我們幾乎可以推測，大部分女人會認為，當女人不再壟斷美與性時，當男人成為女人所慾望的性客體時，女人便喪失了最重要的議價籌碼，而這將是女性權力的災難。

在女性拒絕將男人性感化或美感化的傾向中，一個有趣的例外則是亞洲同人女的BL（boy's love）漫畫，漫畫主角都是俊美近乎跨性別的男同性戀，內容則往往有性愛色情（“H”）的場景。或許這個現象是異性戀少女情慾被壓抑後的折射，但是卻另類地成為男人被女人性感化的前驅。

很明顯的，許多男性也迫不及待地想打破女人對於美與性感的壟斷、分享特權。不少男人慾望能成為性客體與性對象，但是卻往往被社會視為變態，也得不到女人在互動中的回應。而且，男人的美與性感很難跨越「男性陽剛」所設下的界限；當界限被踰越時，往往就會被視為「同性戀」（當男人完全揚棄「男性陽剛」，或扮裝為女性時，會立刻被異性戀女人所揚棄，並且被視為偏差行為）。在這樣的社會條件下，男人的美貌與性感工業當然只是在女人的邊緣寄生而已。不發達的男人美貌工業中擠滿了男同性戀和少數偷偷摸摸的男異性戀；很容易被現形（out）的男性化妝工業幾乎不存在，容易隱形的男性保養則悄悄流行。不過整體而言，男性美貌工業都在「陽剛」的束縛下有限成長，因此也不可能造成男性美貌的真正普及。很多人覺得男同性戀與新生代年輕男人群中較多性感美男子，這和他們比較敢於利用美貌工業來表達自我直接有關。

在古希臘容許同性愛的社會，年輕男性與男孩也體現了性與美，此一美學傳統在過去的藝術文化或今日西方通俗文化中比較偏重肌肉的線條，但是其與同性戀（「1號」）的關連則是揮之不去。在全球通俗文化的媒體呈現中，另一種男人美感或性感的表現則是偏重

臉部的美貌。早期的英俊常被形容為「脂粉味」，後期則更傾向女性美的跨性別（男女不分或中性）的美麗臉龐和長髮，因而其文化形象與文化意義與同性戀（「0號」）有著更直接緊密的關連。由此我們幾乎可以推斷：媒體呈現的主流之所以仍然是女體，男體之所以仍然處在邊緣，和主流社會對男同性戀的排斥與恐懼不無關係。

* * *

上面我們觸及了「媒體只呈現女體」的一些社會層面，但是我們還沒觸及：為何媒體呈現的性感與美感主流是苗條，而非其他體型的女體？這所涉及的性感與美感之媒體呈現的轉變，必須從當代的一些性／別相關的歷史發展來探討。

女性主義對媒體批判的一個重要角度是：苗條女體透過媒體而成為性感身體的主流呈現，其他性感身體的呈現則受到排擠，因而在媒體呈現中只有單一的美貌性感標準。我有條件地認同女性主義此處所說的這個事實（下詳），以下我將嘗試解釋這個事實現象的原因，但是我與女性主義不同的是：我不認為這個苗條女體的媒體呈現直接「造成了」女人的減肥瘦身（即，上述的假設4）。就像我在本文的前半已經說過的，我認為女人的減肥瘦身行為，其動力還是來自本身所處的現代條件，而非外在力量（男權支配或媒體呈現）的強制。亦即，減肥瘦身實質上就是身體管理與自我控制，這涉及了現代性的諸多動力所形成的現代自我特色：一方面是自我監視、自我規訓，另一方面則是自我肯定、自我能動。在減肥瘦身中，女性經驗到的身體管理與自我控制，會給自我帶來自主有力感，但是也可能會帶來焦慮或失敗感，正如其他各種現代的身體管理與自我控制活動一樣。

其次，我要說明的是，媒體呈現「苗條瘦身」為美貌性感的身

體，並不必然就成為大千世界芸芸眾生的審美標準。在每日生活的人與人互動現實中，人們對美貌性感的標準有很多主觀的成份（例如多數人傾向接受自己的外表），彼此的審美觀感也有很大的差異，甚至因人而異（「情人眼裡出西施」）。人們的性愛機會也和美醜關連不大（參看註21的正文說明）。換句話說，我認為媒體呈現的實際影響不是對人們行為的（壓抑式的）宰制（面對面互動往往帶來更強的直接控制），而是給予「苗條瘦身」文化正當性，以及使之成為性感的一種元素或一種審美標準。這使得人們可以用苗條瘦身來「做性感」（參見註13），例如穿上緊身衣褲來表現自己的美貌性感；相貌平庸甚至醜陋者也有以豪乳或苗條身材來傲人。在這個意義下，追求苗條瘦身提供了減肥瘦身一個直接的心理動機，以及文化正當性。

總之，我不認為由於媒體的呈現，因而使得現實世界中的女人瘋狂地將自己身體形塑成媒體呈現的某個苗條典範；相反的，很多女人正利用（媒體所呈現的）「苗條」這個美感或性感元素來表現自己的性感美感，這就是在一個看似從眾的行為中表現自我。

由於已經存在著減肥瘦身的諸多身體管理技術，例如在現代社會生存頗為必要的飲食消費控制（包括實際的與口頭說說的），因此，一方面可以透過許多不同的減肥瘦身技術來打造與管理苗條身體，另一方面也出現了為著追求美貌性感而減肥瘦身的動機。這兩方面互相強化，從而開發了更多的減肥瘦身的知識與權力技術，也增強減肥瘦身的動機，使得減肥瘦身益發地普遍。媒體對苗條性感身體的主流呈現，未必會使得減肥瘦身實踐普遍化（媒體對某個道德的主流呈現，如媒體宣傳勿貪小利，卻未必使該道德行為普遍化），但是卻給予了苗條性感身體強大的正當性，因而間接地正當化了減肥瘦身的實踐及其普遍化，並且給予女人的減肥瘦身一個頗為性別化的理由（即，追求美貌以取悅男人，而非理性的控制飲食、個人健

身、自我表現、自主能動等等）。

在我做了上述重要澄清後，現在我們可以來探討苗條性感女體成為媒體主流呈現的歷史原因。為什麼媒體在呈現性感美貌時，苗條身體是其呈現的主流呢？我將從幾個和青少年相關的歷史變化因素來解釋這個媒體現象。

首先，雖然大眾媒體呈現的多半是成熟年輕女性的苗條身體，但是苗條身體就生物學而言其實是更年輕的青少女的身體。換句話說，當代性感身體的主流呈現，其實是建立在青少年身體原型之上。

苗條（表徵著青少年身體）成為性感身體之媒體呈現主流，這個現象是青少年的性感身體進入公共空間與大眾媒體、進入擇偶追求文化與擇偶交往市場、進入消費文化，以及青少年情慾解放、青少年保護等數個趨勢所造成的。讓我解釋如下：

美與性自古以來在許多人類社會就是以「青春」（少女）為原型代表，這之中有美感與性感的生物因素（雖然這個因素可以某種程度的被社會文化建構所修正，例如「少女」這個範疇就有社會文化的因素）；但是長久以來，許多文明社會中的女性身體並不能在公共空間被展現（女性甚至不能進入公共空間，或者即使進入公共空間也因為管制性的女性服裝而無法看見其性感身體）。西方與其所影響之下的世界隨著1960年代公共文化的「非正式化」（即，規矩鬆綁、禮儀外表不拘謹嚴格），女性服裝更大幅度的性解放（衣服更趨向強化身體的性意味），因此，女性身體甚至大膽暴露的女體都可以在公共空間被看見；這個趨勢則隨著大眾媒體與電視的相繼普及出現而有了文化正當性。緊接著，在青少年消費文化（伴隨著青少年的擇偶交友文化）的推波助瀾下，西方以及全球許多地區在二十世紀的最後二十年更出現青少年情慾開放的現象：青少年進入擇偶追求的文化，青少

女的性感身體也首次進入了公共空間，亦即，不只在公共空間與大眾媒體中看見青少女，而且還看見青少女以性感誘惑來呈現身體——為此現象鋪路的當然是之前（比青少女更年長的）女人性感身體的進入公共空間與大眾媒體，這就是「性的公共化」；而這個「性」進入公共空間的現象，除了因為「性」本身的現代化，也和「女性」進入公共空間的歷史潮流不可分，後者則是由女性普遍就業（伴隨著女性特質的商品化）、開放的擇偶追求文化（兩性社交公開）這兩個大趨勢構成。

易言之，在性的現代化之影響下，從現代女性解放的歷史潮流開始，到青少女性感身體的公共呈現，其實是水到渠成的。但是在後者出現的同時，對於青少女的加強「保護」也隨之出現。苗條女體於是在此歷史時刻確定成為性感身體的主流呈現。為什麼呢？

在我看來，青少女的性感身體進入公共空間，這個歷史性發展乃是苗條身體成為女人性感身體的主流呈現的原因。當然，單就數量而言，性感年輕女人遠比青少女較多地出現在公共空間與大眾媒體中，但是成熟年輕女人的性感身體卻多半以苗條為主流呈現、向青少女的典型身體看齊，這意味著青少女的（苗條）身體在各年齡層女人性感身體的競爭下「勝出」。

苗條身體在代表性感或美感的競爭中勝出的主要原因，應該是苗條身體本身即是代表「青春」的生物因素（而青春則是美與性的原型）。不過，青少年消費能力與消費文化的發達、通俗文化的青少年化（例如愛情電影不再以中年人為主角的趨勢），也應該是相關原因。此外，我認為另一個可能原因則是：在青少年情慾開放的趨勢中，青少女一方面是誘惑的情慾主體，另一方面又是被國家父母學校所積極保護的客體，這使得青少女的身體特別可欲。還有，對於已婚女人情慾的控制，即，限制年長女體的性感呈現，也會強化青春

（未婚）女體在媒體呈現的獨佔。在苗條身體成為媒體呈現的主流後，美貌工業趨向這個標準化的產品，以及保守的商業策略固守利潤所在，這些因素也有推波助瀾的效果。

或許有人認為，在媒體的公共呈現中（而未必是每日生活的互動中或個人真實的審美中），苗條身體在「美貌性感」的競爭中勝出，不應該歸諸於「苗條」代表「青春」（因為表徵著青少女的身體）的生物因素，而可能還是歸因於性別不平等，例如就是因為男性偏好青春身體的苗條，所以透過媒體的性感呈現來規訓掌控女性的身體與行為。但是，我們要追問上述說法中的假設：為什麼男性偏好「青春」身體呢（當然這個假設未必普遍成立）？難道「青春」與「美貌性感」之間真的毫無生物或身體的關連、而只是人為灌輸的虛幻觀念？有無可能在人類歷史社會初期，由於壽命的短促與依賴生殖來延續種屬生存，使得美感性感和生物青春有較緊密的連結？這個美感性感的生物因素一直延續至今但是有修正變化；不過在人類社會進化尚未擺脫青春的生殖功能前，我推測生物因素在決定性感上還會扮演一定的角色。

上述主張「身體的美貌性感在某個程度上被生物因素所決定」其實是認為：身體雖然是各種權力爭戰的戰場，但是身體不完全是權力所建構或虛構的實體，身體還是個物質實體，本身有著頑強且難以化約的物質性（materiality）。易言之，身體的物質性有可能抵抗社會權力的形塑。本文主張身體的性感與美感無法化約為性別權力（即，不是男權的產物），也就是強調身體的頑強物質性不能被權力所形塑，而有著其獨立自主的（例如）生物面向。（由此推論，「性」除了有其獨立於「性別」的、自主的社會權力面向外，也有獨立於社會權力的生物面向，故而「性」不是完全被社會建構的）（註26）。青春代表了客觀的時間向度，然而身體不但是空間的，也是時間的存在，

美與性則是時間在身體中的存在方式，當然可能有著個別差異與社會文化的影響（而非「決定」）。

正如我之前所說，雖然我反對將性感與美感全然化約為性別權力的產物，但是除了生物因素外，社會文化（包括性別文化）也會影響性感與美感。當代性感與美感在日常互動的生活現實中（而未必是媒體呈現中）所表現出來的差異性與個別性（可能不符合生物決定的或主流影響的美感性感），我認為是在全球化與美的商品化下性感與美感系統中的許多元素「漂浮」出來，因而給予個人較多的「做性感」機會來表現自我，這使得「做自己」也變成性感的（參見註13）。例如，體現青春的性感美感元素之國外商品或裝扮風潮，可以被本地年長的個人運用來操演美感（做性感），從而抗拒本地的社會控制（因為是有某些正當性的「裝年輕」），表現自己獨特的性感。不過很多個別獨特的美感與不同於主流的性感或身體，還沒有得到媒體的主流呈現，因此缺乏文化正當性，因而在公共呈現的層次上也缺乏美貌性感的多元化。

讓我再以略微不同的方式說明我之前的論點：首先，成熟女性的豐腴身體當然也可以是性感的；事實上，在青少女性感身體進入公共空間以前，熟女的豐腴身體曾是性感呈現的主流（例如西方早期的性感月曆女郎或電影銀幕上之呈現——瑪莉蓮夢露並不是苗條身體）。但是當青少女的（苗條）身體進入公共空間後，豐腴身體就不再是性感身體的主流呈現了，而且在青春風潮之下，熟女也必須要以苗條來呈現性感。這個改變的主要原因就是：「苗條」代表青春（而青春就是美和性感）。

我基本上把「性與美」和「青春」的關連當作生物因素，而不是性別權力的虛構，但是性別權力或社會文化可以有某種程度的影響或修正決定「性與美」的生物因素。其次，由於歷史社會條件的發展，

一個社會的媒體可能完全不呈現青春的苗條性感，而只將成熟豐腴女體當作性感主流來呈現；雖然「青春」和「性與美」自古就有生物因素的關連，但是在性感青少年尚未大量進入公共空間前，表徵青少年青春的苗條身體也不會進入媒體的性感呈現。在過去三十年左右，也就是青少女性感身體進入公共空間的歷史變化時期，苗條女體才開始成為性與美的媒體主流呈現；其他新的歷史社會條件如青少年的消費文化、通俗文化、美貌工業都可能對此媒體現象有推波助瀾的作用，但是我認為另一個重要關鍵是：就在青少年進入公共空間開始「做性感」而且成為能動的性愛主體時，青少年也同時成為更嚴厲保護的對象；相對的，熟女身體反而不像青少年身體是一種被保護的禁忌。正是因為青少年身體的被強烈保護，反而使它更成為慾望的焦點，這使得表徵青少年身體的苗條女體更成為性感身體的媒體主流呈現。

在這裡必須澄清的是，在大眾媒體中出現的多數女人當然是成熟的年輕女人，而非真正的青少年；大眾媒體中展演苗條性感身體的也大都是成熟年輕女人，而非真正的青少年（由於就業的年齡學業限制，性感工業中就業的青少年仍然是少數）。雖然成熟女性的身體也可能天生苗條，但是女人隨著年齡的增加，一般都會從自然苗條走向豐腴（當然這存在著個別身體的差異），而使人容易發胖的當代富裕社會的飲食文化與飲食工業，則使得追求苗條身體者必須經常費力的減肥瘦身。

不過，青少年身體也未必在媒體呈現中得到全面勝利，事實上，傳統的成熟女人性感性徵，特別是乳房，一直保有其一席之地。富裕社會下的青少年身體當然也開始擁有突出的乳房，不過，豐胸和苗條身體有著生理學上可能的矛盾——豐胸還是比較屬於豐腴的或成熟女人的身體，清瘦苗條的青少年則很少有巨大的乳房——

而在苗條身體成為媒體呈現的性感主流後，乳房在苗條身體的擠壓下仍然脫穎而出，多少被誇大的方式強調著。以此來看，誇大的乳房、或者誇大的談論乳房，可以被視為成熟女體或豐腴女體繼續爭取媒體性感主流呈現的一種結果。

綜上所述，將公共呈現中被誇大的乳房，或將乳房成為焦點話題的現象，簡單地分析為「物化女性」，其實是沒有將公共呈現與擇偶市場競爭中其他的美貌性感元素——苗條——放在一起來理解的結果。我傾向於認為乳房現象是成熟女體（vs.青少女身體）、以及豐腴身體（vs.苗條身體）在媒體性感呈現中的另類多元化表現。如果我們能夠深入理解肥胖女人的生活，則可以發現許多年輕的肥胖女人都因為媒體對大乳房的性感呈現，而能在其生活中「做性感」：在一個肥胖難以成為美貌性感的世界中，肥胖女人往往只能以其一雙巨乳而自豪，或在擇偶追求的互動中（例如在網路中的自我介紹）以大乳房作為性吸引力。

值得一提的是，亞洲女性較偏好的「美白」，作為美貌元素，顯然有文化的差異，有人將之歸因為皮膚色調的美學差異，有人認為有著階級或種族因素（黑色皮膚是勞動者的特色、較黑色人種是屬於劣等種族）。然而從生物角度來看，年輕人比年長者的皮膚容易恢復白皙，所以美白也可能有代表青春的意義。另一方面，追求美白的效果則是使女性和室外體育和戶外陽光隔絕，在某種程度上，這有著「女人安靜居家／男人運動出外」的性別意義，不過良婦女性主義甚少對這個美白現象提出分析批判。從本文的觀點來說，由於這個追求美白的身體實踐沒有涉及什麼偏差行徑（如厭食、催吐、腹瀉、禁食等被視為危害健康的行為），也沒有顛覆「性」的權力階序（如平反淫婦），所以就相對地得到較少的批評或注意，但是關於美白作為美貌元素的呈現其實也是充斥在媒體中。

回到苗條軀體的議題。很多青少年「天生」就有苗條身體但是卻也加入了減肥瘦身的行列，每日斤斤計較或嚴密監視可能只有零點幾公斤差別的體重。這些成長於消費年代的青少年，其立足點已經和過去女性越來越不同，其減肥意義最能適切地用本文所提供的架構來解釋，也就是晚期現代人的整體存在方式，透過身體管理來形塑自我。青少年或青少年是最積極地「做身體」、「做自己」的一群，這當然有年齡政治的因素與意義。

不同年齡的女人身體，其實還有一個很重要的文化意義，那就是年齡指涉了已婚和未婚的身體：通常年輕女人或青少年身體就等於未婚的身體，年長女人的身體就等於已婚身體。更有甚者，雖然就生物因素而言，美貌性感的女體等於年輕的女體，但是就社會因素而言，已婚女人的身體卻不應該仍是性感美貌的。例如，已婚女人不論多年輕，都很少留著未婚時象徵著擇偶追求的披肩直髮。已婚女人的合理歸屬是「家」而非「公共空間」、「擇偶市場」、「野外」等；已婚女人的性感美貌或「做性感」被認為是「不安於室」或甚至「淫婦」。

照這樣說來，若媒體將年長女體也呈現為性感時，就有觸犯婚姻家庭規範的可能。如果某些女性主義者的「媒體性感呈現的多元化」不是一句空話口號，那麼勢必要處理這個「已婚／未婚」、「良家婦女／淫婦」、「家／野」的媒體呈現政治。

四、野

不馴與遠離家園

在青少年進入公共空間、大眾媒體、消費文化與擇偶追求市場的同時，還有另一個重要歷史社會發展影響到苗條身體的媒體呈

現，這就是女性在過去的二十年中有更顯著的晚婚趨勢。這個趨勢使得未婚女性往往在脫離青少年時期後還有一段很長的時間處於擇偶交往的市場競爭中，因而仍然必須追求其外表身體的美貌性感以維持市場競爭力。她們之中有些人會使用苗條這個公認的美貌性感元素來表現自己的美貌性感（很多時候「裝年輕」就是年長女性表現性感的方式），這意味著不少成熟女人必須比較辛苦費力地管理身體，這些都使得減肥瘦身成為普遍現象。不過不是所有三十歲上下或更年長的女人都有相當苗條的身體，此時媒體將這個年齡層的某個女星呈現為苗條性感，往往並不必然是對這些女人的負擔壓力，反而是對她們的「性感化」：表示不年輕的她們仍然「性感」、仍然是擇偶追求市場上可欲的對象。換句話說，當媒體將某些少數年長女人呈現為苗條性感風騷時，實際的大多數年長女人不必如媒體呈現的那樣苗條，但是卻能同時也被「性感化」，而成為可欲或可被追求的對象（註27）。

婚姻和性感身體還有另一層關連。如果這些年長（雖然未婚）女人的典型（豐腴或成熟）身體也被媒體呈現為性感，那麼就會有一種暗示效果：由於從外表來看，年長女體在文化中會被等同於已婚女體，這麼一來，已婚女人身體的性感就會連帶被視為是有正當性的。因此，如果媒體呈現年長女體為性感的話，將會連帶使得已婚女體性感化，這不但會使已婚女人開始自覺性感，也會使已婚女體在公共想像中成為擇偶追求的可能被慾望對象。試想，如果一部描寫已婚女性情慾暗流的電影〈麥迪遜之橋Bridges of Madison County〉能夠如此撩撥人心、使很多人不安，那麼，年長／已婚的成熟女體在媒體中的性感主流呈現，當然會很容易被連結到令公眾恐懼的出軌、外遇、不倫、婚外情等等。這個顧忌不但阻礙了媒體呈現性感身體的真正多元化，也使得年長而性感的女人在媒體中出現時大多

都會先表明其未婚的身分，以免遭致譴責。美國電視影集〈黃金女郎〉（*Golden Girls*）呈現老女人依然有活躍的性生活與擇偶追求活動，但是在將老女人性愛化的同時，卻也表明她們都是未婚的。

一般都認為不論年輕或年長男性都只慾望年輕女人，但是事實上，年輕男人慾望熟女身體的聲音已經逐漸現身，也在許多文化產品中被偷渡（如描寫美國男大學生與女友母親偷情的電影〈畢業生 *The Graduate*〉）。至於年長男人慾望年長／已婚女體也很普遍，只是沒有文化正當性，也就是缺乏媒體對年長／已婚女體的性感呈現。相對於「好男人在哪裡？」的女性呼聲，其實也有個「（性感的）中年女人在哪裡？」的男性呼聲——顯然她們都已婚在家裡、都是良家婦女、都不再狂野，她們都不再性感，即，不再「做性感」。這既是媒體呈現，也有部份現實，但是結果卻是強化了青春女體在媒體呈現的獨佔。

雖然女性主義的媒體批判經常以「美貌性感的多元化」來批評媒體呈現的「單一審美標準」，不過在媒體的商業競爭下，媒體對於性感女體的呈現，往往並不是真的非常「單一」；即使在呈現「苗條／青春」時也同時會夾帶偷渡很多偏差的、不倫的、變態的、突破父權宰制和婚姻侷限的慾望。然而主流女性主義或某些媒體批評者，卻往往都是針對性感女體的「不健康、不道德」之媒體呈現。從這個選擇性的批判角度來看，批評者所高舉的「美貌性感的多元化」恐怕只是一種廉價的修辭學：它或許義正詞嚴的批評了那個（夾帶著各種偏差的）「單一審美標準」，卻輕輕放過了目前婚姻家庭、性道德、親權保護主義所強制的（健康、正確、良善）「單一」。

關於「美貌性感的多元化」，有一種常見的主張說：「不論年齡、性別、性偏好、體態，人們都有表現性感的權利。性感不應該只順從一種主流標準，女性應有自己多元的標準」。這個看似政治正確的

說法卻看不到：有許多高矮胖瘦的女人正是在美貌工業的性感身體規訓中得到了樂趣、得到了力量與掌控自我，這是現代人「做身體」、「做自己」的存在方式。而且很多時候，她們的身體管理並不是去嚴格地使自己符合商業主流標準，而是扭曲挪用與另類詮釋這些標準（極端的例子像某些MTF或變裝跨性別者以自己的苗條身體來肯定自我的美少女認同），更在塑身活動的社會網絡中得到新的人生經驗與活力。如果我們採用菁英立場來全盤揚棄商業體系內的性感身體規訓，那就只是貶低與噤聲這些女性為愚民或共犯，否定她們或許也是從內部顛覆主流的行動者（例如在一個阻絕已婚女人表現性感的文化中，年長女性卻用「裝年輕」來進入只有青春女體才能進入的擇偶追求市場）。

其次，發動批判義憤來對抗商業體系的身體規訓，往往同時掩飾了另一個更為普遍深刻的主流身體規訓：那就是以一對一愛情與婚姻家庭為依歸的良（家）婦（女）身體主流。母親（即，年長女人或中老年女人）與女童的無性感，是良婦身體的最神聖代表體現。這個主流的身體規訓則直接影響到女人的階級與價值定位：與良婦相對的淫婦身體因而被視為是污名與下賤。

但是，不性感的身體該何去何從？在目前主流性感標準下的「受害者」該怎麼辦？

我認為，如果人們想要變得性感，他們必須「做性感」。但是這個做性感，是在現有的性感結構內的操演。這可以是個集體（社運或次文化）的操演與集體認同的過程，許多酷異身體的努力就是一個例子。不過對於良婦而言，做性感基本上也就是一個做淫婦的過程，也就是說，良婦必須放棄性上層的地位與既得利益。

每個女人都同時既有良婦認同也有淫婦認同，也因此造成了許多主體認同的游移與實踐上的矛盾曖昧。今天許多主流女性主義的

媒體批評卻持續否定淫婦挪用商業身體規訓來去除性感污名（因而動搖良婦原有的上層地位）的努力。主流女性主義將女性本質化（基本上本質化為良婦），固定其主體認同，因而在分析問題與實踐策略上都無法處理矛盾曖昧，只能僵化的全盤否定商業的身體規訓，空泛的高舉「多元性感」或「多元身體」，但卻無視已經存在於現實中的邊緣變態身體與性感。結果其實質效果就是：肯定良婦的身體規訓，繼續維持良婦與淫婦野女的不平等。

現在商業消費與大眾文化開始創造了新的曖昧與模糊，有時會「偏差地」在某些方面平反了、甚至亮麗了淫婦（故而影響到良婦的上層地位）。良婦與淫婦原本的身體高下界限因為利潤邏輯而鬆動了，淫婦身體的某些特色（因為媒體的主流呈現）有了某種程度的文化正當性，甚至可能透過商業主流而被編入良婦的身體規訓中。如此看來，商業主流的身體規訓已然對良婦的主流身體規訓形成攪擾。同樣的，青少年也正在挪用商業主流的身體規訓，來對抗父母師長強加的禁慾身體規訓，而在這個主流對抗主流的衝突縫隙中壯大自己的自主性。

我們當然要批判商業主流，但是在批判時應該去捍衛那些可能引發和傳統觀念衝突的「偏差影像」，而嚴厲的檢視那些一般人認為「正當而無爭議」的常識影像；因為後者正是商業主流與良婦／成人主流的共謀合流之處，它們正在維持良婦與成人的主宰地位，而我們需要善用商業主流和良婦主流之間或競爭或相互滲透的張力來削弱其籠罩。

多元的性感不可能憑空創造；更簡單的說，多元性感身體的前提就是多元的性（即性多元或性差異），而在目前許多性都被歸類為變態禁忌的情況下，多元性感身體是無法達成的。換句話說，女性主義對於女體的分析是從單一性別角度出發而欠缺性多元平等的眼

界，這和女性主義「多元性感身體」的口號根本是背道而馳的。

多元的性感必須依靠實際「做性感」的人，以及現有主流、亞流的各類性感資源——也就是美貌工業在普及性感時所創造的資源。諷刺的是，被排除在公共領域之外的性感形象，例如男女同志的、跨性別的、胖女人的、愉虐SM的、或「變態」的酷異身體（queer bodies），卻往往被視為「色情」而遭到封鎖與查禁。這些酷異身體才應該是我們「必須正視與互動」的他人身體。考量這種對多元性感的具體打壓，我們需要的是更百無禁忌的自由媒體（註28），好讓邊緣弱勢者找到各式各樣的縫隙和挪用空間。女性主義熱衷嚴厲的檢查媒體和廣告，這根本不能有利於弱勢者的壯大，更無法提供沃土促進多元性感的形成。沒有將偏差變態納入，多元根本就是癡人說夢。排除淫婦與變態的性感，就沒有多元的性感可言。

我們的兒童向來就在各種保護措施中被迫和酷異身體的影像隔絕，而只接觸到一元的「常態」身體。如果女性主義真的有心達到多元性感，那麼，與其批評塑身事業，倒不如批評國家機器，因為正是國家機器的壟斷檢查或分級、國家機器對於童年建制的支持，才使得我們的兒童從小就無法有機會見識多元性感身體。另外，有些人熱衷於批評媒體使青少年盲目塑身減肥，看似她們在捍衛青少年的身體自主，但是她們卻可能矛盾地同時支持對青少年的頭髮（染髮）、裝扮（制服）、身體（刺青穿洞）、行動（網咖與宵禁）、性權（使用色情材料手淫）的箝制。這些箝制都是針對青少年而施行的身體暴力或「體罰」：正因為這些另類「體罰」的制度性存在，所以過去熟知的身體暴力體罰慢慢的不被需要了。這正論示著本文所說的現代權力形態的轉變（參見註7）。

對現代權力的新形態假設其實貫穿了本文的所有論點：首先，知識／權力可以造就許多主體（例如心理治療與犯罪矯治機構等造就

出性變態、上癮者或其他異常人格），同樣的，追求苗條性感的女人或沈迷次文化的青少年都可以看成是某些知識／權力所造就的主體，以減肥或刺青等身體實踐來形塑其自我認同。但是這些主體認同可能是暫時與不斷轉變的（因為其認同形塑是自折回應的），而權力也容許主體在主流的身體管理內部的顛覆操作（易言之，即使是看似從眾的、或順從商業與媒體的身體管理也有顛覆的可能性）；總之，權力不一定只是壓制主體（負面的不准主體作為），而可能是積極地造就主體、促使主體有所作為。這些新形態權力的出現是為了有效操弄現代社會中更複雜眾多的人事物，例如某些企業需要自動自發的工人，學校需要主動學習的學生，治安需要即時回應的監視，民主政治需要積極同意的選民，家庭需要不斷吸收資訊的主婦等等；過去的高壓暴力式權力顯然無法造就上述能動自主的主體與機構。這些新形態權力起先則來自各種不同場域或機關制度、滿足不同需要、有不同應用對象等等，在發展演變過程中雖然互相交流影響，但是仍然可能彼此衝突，從而給予主體抵抗的空間。

本文根據上述的權力觀而一再指出：進行一種身體管理絕非只是接受一種意識形態，而是相當複雜的過程與多種權力操作，造就不同主體認同，而且和晚期現代性與現代自我的特色有關。女性主義的標準答案就錯在這裡：減肥瘦身的身體管理並不是因為被媒體美感洗腦或內化男人的性價值（美感性感在「社會互動」與「媒體呈現」中各有不同的演變軌跡與動力，晚期現代個人在社會互動中往往利用媒體所正當化的美感元素來做出表達自我的個人性感），並不是單純受害或受制，減肥瘦身的身體管理涉及多樣的權力操作（身體醫療專家知識資訊、擇偶追求文化、媒體、消費文化、親權，以及飲食工業、性感工業、美貌工業、藥物工業——每種工業則又包含了互相衝突的專家權力、對立的利益、國家介入等），因而減肥瘦身能造

就不同主體認同（例如理性控制飲食之消費者，時髦性感的女人，能自制的健康運動人、生活有目標的快樂胖女人、專業敬業的性感工作者、健康而不盲目的適度減肥者、聰明的現代科學或傳統中藥的減肥者、怪怪美少女……等等無法窮盡的可能主體認同），主體也往往在不斷轉換的認同中、在負面壓抑與正面推動的不同權力技術中，進行抵抗與自我壯大，之中所包含的能量與矛盾正是社會運動可以介入之機會。減肥瘦身因此要從這些權力與主體所座落的晚期現代脈絡來理解（這些脈絡是：自折回應的現代性、性別的現代化、性的現代化、非正式化、文明開化的公共與市民、某些身體的公共不宜、個人主義化、自我與身體都成為開放與可塑的規劃……）。從本文的討論可知，減肥瘦身的集體抵抗策略必然涉及了（過去經常被女性主義化約為性別權力的）性權力關係與性的社會運動。性別、性、階級、年齡、種族等權力關係在目前社會文化中的操作形態則必須從本文所提示的架構來獲得更好的理解。

* * *

我所認識的女性主義有兩種成份，一種是馴良的，一種是野的。「馴」是和「家」緊密連結的，「野」則是和「家」對立的（例如野外、野男人、野女人都是指家庭以外的、破壞家庭的）。野也同時是無限制而自由的。在普世政治逐漸開始走向「文化戰爭」、保守主義的「家庭價值」正在緊縮社會自由的時刻，女性主義者的野女人認同對自由有著格外重要的意義。或許，我們需要的，恰恰不是那個耳熟能詳的女性主義標準答案，而是聽來刺耳、看來刺眼的不標準不正確不馴。

註釋

1. 「現代性」的理論分析來源，對我而言不但包括馬克思、韋伯的思想傳統，還有弗洛伊德、Norbert Elias、Erving Goffman、Foucault，以及晚近的一些社會理論家（Giddens, Beck）。現代社會的重要構成動力是資本主義，不過卻不僅止於資本主義，本文中的「現代性」因此並不和「資本主義」對立。
2. Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity*. Stanford, California: Stanford University Press, 1991. 104-107.
3. Bryan S. Turner, *The Body and Society*, Second Edition, (London: Sage, 1996), 181. Turner認為想要厭食者想要控制身體，卻受制於身體。我則認為這是因為身體有頑強的、不受控制的物質性。
4. 我在以下數篇文章都曾闡釋過這些觀念，所以不在此細論了。甯應斌，〈現代死亡的政治〉，《文化研究》（即將出版）。甯應斌，〈跨性別美學初探：晚期現代性與漂浮的性感〉，《跨性別》，何春蕤編，中央大學性／別研究室出版。2003年11月，283-312。
5. Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity*. Stanford, California: Stanford University Press, 1991.
6. Beck, Ulrich. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage Publications, 1992. 台灣因為家庭凝聚較強、社會福利較不完備，因此個人主義化程度不如或不類似西方先進資本主義國家。
7. 施加於人身的權力不是變得更少，而是種類與形態更多。例如權力與知識結合（統計學、心理學、醫學、犯罪學、管理學、教育學等），權力也因此變得隱蔽細微，得以穿透並且建構自我與身體。權力來源不一而彼此有可能互相衝突，同時，權力不必然笨重壓抑暴虐，這也可能使人們積極有力的追求愉悅，因而利用權力而得到自主空間。
8. 甯應斌，〈威而鋼論述的分析：現代用藥與身體管理〉，《台灣社會研究季刊》33期，1999年3月，225-252。何春蕤〈從全民寫真到全民整型〉，《好色女人》，台北：元尊文化，1998，154-157。何春蕤，〈21世紀的男人〉，《男性批判》，荒林主編，桂林：廣西師範大學出版社，2004，3-4。
9. 何春蕤，〈想要飯碗就少吃飯——節食與工作倫理〉，《不同國女人：性／別、資本與文化》，台北：自立晚報，1994，166-170。
10. 然而矛盾的是，主流女性主義不認為自己對弱勢少女的親權保護主義（也是

一種不平等權力)是完全的強迫,而似乎認為少女仍有自主空間,所以少女之所以接受這種保護主義,不是不平等的暴力強制結果,而是因為少女知道親權保護乃是為了自己好。但是照這樣說來,男與女的權力不平等,就並不必然意味著:女人所有的行為(如減肥或順從男性)都是被男人所直接或間接強迫的,而無自主空間(抵抗的可能)。

11. 這種「整型前vs.整型後」或「減肥前vs.減肥後」的想像,在為整型或減肥提供心理動機上是十分有力的,也被廣泛運用在說服消費者的廣告中。沒有這種想像或故事,就很難有動機去行動。
12. 因此本文的批評乃是針對「基進女性主義」(radical feminism)而非其他(如後現代)女性主義,因為基進女性主義認為「父權支配(男性權力)」是性別現象的「基」或原點,可用來解釋所有一切的性別現象(「基進」則有「根」的意思),例如:性與美也是男性權力的產物。
13. 甯應斌,〈跨性別美學初探:晚期現代性與漂浮的性感〉,《跨性別》,何春蕤編,中央大學性／別研究室出版,2003年11月,283-312。
14. 這包括相當廣泛與散漫的論述、科學、專家、機構、制度、管制、技術、規範與法令等等,以我們此處關懷的女性外表為例:諸如性騷擾或其他身體相關的論述與規範、服裝禮儀、穿著的色彩美學、美容知識與機構、文明化過程、身體醫療論述等,還包括像「化妝是一種禮貌」、「認真的女人最美麗」、「女人要愛護疼惜自己身體」、「穿著代表一個人的個性品味」的各類說法。
15. 關於麻雀變鳳凰或貌美的女性可以「上嫁」(藉婚姻而在社會階層間向上流動),請參看Randall Collins, *Sociology of Marriage and the Family: Gender, Love and Property*, Second Edition (Chicago: Nelson-Hall Inc., 1988), 232-236.
16. 從女性主義的立場來說,父權社會下的婚姻家庭乃是結構性支配女性的制度。在近年來一些「保守派女性主義」的影響下,很多主流女性主義也開始轉向,強調兒童與家庭並不是婦女的重擔(或至少是甜蜜的負擔)。其次,面對著社會主義女性主義與妓權派的「婚姻是另一種賣淫」主張,有些主流女性主義則聲稱婚姻家庭在婦運的努力下,已經被改革為較佳的制度(但是她們卻一口否認賣淫也是一樣可以被改革的制度),參見Carole Pateman, *The Sexual Contract* (Stanford: Stanford University Press, 1988)。
17. 可參看本書中作者的另一篇文章〈全球慾望城市中缺席的女性主義身體〉對這個問題的相關討論。
18. 但是身體管理通常會預設一些價值高下,這是否就等於歧視?例如,上述男

人的性身體的管理，是否等於歧視了天生陰莖短小的人。此外，飲食與瘦身控制是否等於對肥胖者的歧視？同樣的問題還有：健康身體的管理與開發，是否等於歧視疾病者？安全性行為的追求或身體管理是否等於歧視了性病者、不戴保險套者、妓女、濫交等等？

19. 這其中的變化與政治可參看：Anne Bolin, 〈挑釁與馴服的身體：女子健身運動的順從／不馴故事〉，毛雅芬、何宜玲譯，第六屆性／別政治超薄型國際學術研討會，中央大學性／別研究室主辦。
20. 這個論證的錯誤可以從「同性戀遊行中的變裝複製了目前文化對同性戀的偏見，所以變裝是壓迫同性戀的」這個簡單例子窺知。對於這種「賣淫的文化意義複製性別不平等」的女性主義說法的更詳盡反駁。請參看：甯應斌，《賣淫爭議的倫理學探討》（即將出版）。
21. 參看Randall Collins, *Sociology of Marriage and the Family: Gender, Love and Property*, Second Edition (Chicago: Nelson-Hall Inc., 1988), 218-236.
22. 何春蕤，〈從花魁藝色館到新聞女主播〉，《好色女人》，台北：元尊文化，1998，164-170。何春蕤，〈檳榔西施不准露了〉，《中國時報》時論廣場，2002年9月18日。
23. 如果媒體開始大量呈現男體為性與美的對象，那麼是否就會令男人紛紛去化妝美容保養打扮，或使女人轉變慾望形態，如過去男人凝視女人一般地將男人視為性客體？還是會造成閱聽人的抵制與抗議？
24. 參看本書我的另一篇文章〈青春睿智的左派？成年癡呆的左派〉中相關的論點。還有，我在〈跨性別美學初探：晚期現代性與漂浮的性感〉（參見註13）一文也提到當前許多青少年在看似從眾的行為中，表達獨特自我的美學風格。
25. 本書中另一篇〈全球慾望城市中缺席的女性主義身體〉其實就是在探討這個「新女性情慾」的相關問題。
26. 參見：甯應斌，〈獨特性癖與社會建構：邁向一個性解放的新理論〉，《性／別研究的新視野：第一屆四性研討會論文集》，何春蕤編，元尊文化，1997年，109-190。
27. 正是因為此一媒體呈現的特性，所以才會有諸如下列議題的出現：媒體對某個特定護士角色的性感化會引發護士的集體抗議。
28. 參見作者在本書的另一篇文章：〈公共電視與公關電視〉，頁213-226。

全球慾望城市中缺席的 女性主義身體

卡維波

台灣中山大學的副教授蕭蘋於2004年1月21日的中國時報發表〈全球化下的慾望城市〉，文章評論了HBO所製作的著名影集「慾望城市」的文化意義，評論的三個要點可依次抄錄如下，我將在每一點後面加以評論。蕭蘋文章的第一個論點是：

「慾望城市」的劇集與相關的全球性美貌文化（主要是以美國為根基），其主要的影響就是在於對所謂的「女性氣質」進行一番重新的界定，這個新的女性氣質主要是以身體的特徵為主，對於女性的身體進行新的「性化」，這個性化的過程不再如過往的是以被動的性玩物為主，反而是主動的具有性慾望和自信的主體。在這個新的論述中，女性的權力被界定為擁有性感的身體，並且可以有自信的、十分確定的行使這種性的權力與能力。（以上為作者蕭蘋原文）

針對以上這點，讓我表達不同的意見如下：

上文作者蕭蘋暗示，女人由「性玩物」轉變為「性自主」乃是全球商業體制的美貌文化產物。這個說法是錯誤的，這個錯誤乃是因為作者忽視與貶低了邊緣女性及性基進派女性主義與酷兒等性運動的

多年抗爭。

首先，女人的「性」（sexuality，不應等同於「性慾」，還包括性意義），從來就不是單純的「性玩物」或「生殖工具」，特別是在父權家庭之外的女人的性實踐（同性戀、性工作、外遇通姦、花痴淫蕩等等），有其複雜的多元面貌。這些邊緣「壞」女人的性，本身就因為與主流好女人的「性」衝突而遭到壓迫，邊緣女人的性透過反壓迫的抗爭，透過某些性基進派女性主義的理論與實踐，改變與重新界定了女人的「性」意義，使得女人的性實踐不再只是吃虧受害，而可能是充滿愉悅的得力壯大自己。這些意義的轉變鬥爭，並不是良家婦女的抗爭結果，也不是反性的女性主義的抗爭結果，而是「壞女人」及邊緣女性主義的實踐與抗爭結果。

目前商業文化所表現出來的新女「性」，只是挪用了這些「不守婦道」的壞女人的性意義；商業體制並沒有那麼大的神通與力量，只靠廣告包裝就能去創造新的女人的性與身體。性與身體是最基本的物質存在，對於自己身體的有力感覺、對於性的新愉悅體會，還是要來自人們每日生活的實踐，無法憑空由商業文化創造出來，商業文化只能在日常實踐的物質存在基礎上進行「裝修」而已。

再者，女人的「性」不是孤立於其他的「性」。事實上，酷兒運動、性自由派的運動（如反對色情檢查），以及各類性運動（性工作運動、全面性教育運動、代理孕母運動、墮胎權運動等等）所帶動的各類性實踐與新的性意義，也幫助女人改變了原有的性文化意義。

蕭蕪之所以忽略各類「淫婦」女人自身的抗爭、以及忽略上述各類性運動對於新女「性」的改變與新定義，而把這場女「性」革命歸諸於商業的美貌文化，乃是掩飾了一項重要事實：就是主流女性主義在這場性革命中的缺席；主流女性主義對於女人新近取得的性感有力身體沒有積極貢獻。的確，除了貶低咒詛與警告「淫婦」外，良家

婦女的女性主義究竟為新女「性」論述做過什麼？

因此，這一波對女人身體的新「性化」，乃是來自邊緣女人、邊緣女性主義、邊緣的性運動。這個新「性化」，有別於傳統對女人身體的「性化」（與「去性化」），而開出性自主、性能動的新路。蕭蘋文章的第二個要點如下：

這種性別論述的轉變，在西方其實是來自於新自由主義興起的影響，隨著媒介全球化的過程，亞洲國家的女性文化也幾乎是零時差同步的受到影響。雖然這是個外飾「愉悅、好玩」的新女性特質，但深入核心我們可以發現這之中沒有改變的是女性特質仍具有的規範與規訓特性，一個性感的女性身體必須要不斷的節食、鍛鍊、消費和裝飾，而這些過程都被當做是女性的自願和自得其樂。（以上為作者蕭蘋原文）

前面說到良婦女性主義對於新女「性」論述毫無貢獻，在此就得到了印證。因為這裡還是主流女性主義的老調重彈——其策略就是把女性實踐切為兩半，一半是正確的女性主義實踐（也就是主流女性主義者自己的實踐），另一半則是被洗腦的、強化父權的女性實踐。

但是問題是：正確女性主義的身體實踐與性實踐究竟是什麼呢？除了西方某些人在性取向方面提過女同性戀主義外，在具體性實踐與身體實踐的運動策略方面，大部分女性主義是只有負面批評，而沒有任何正面主張的。在此我們看到，正確女性主義原來只有腦袋（或一張嘴），沒有身體。或者說，正確的女性主義之所以沒有身體，乃是因為她沒有積極開發改造與經營掌握身體的理論與實踐。

可是任何運動的抗爭實踐策略都必須建立在群眾的具體實踐基

礎上，女性主義的身體實踐當然也必須建立在具體女人的身體實踐上，不過運動不是全盤接受群眾的實踐（當然可以對不同的群眾實踐有所批判與挪用），甚至也不是接受多數群眾的身體實踐（事實上反而往往從邊緣身體的實踐才能找到新出路），但是絕不能宣稱必須等到革命成功後才可能有正確的身體實踐（畢竟革命不能只靠出一張嘴就能成功，沒有身體的全面抗爭，哪裡來的革命呢？），也不能把群眾的所有實踐都看成被洗腦的結果，從而自己向壁虛構出一個「符合政治正確」理想規範的身體實踐。故而，婦女運動的身體政治實踐還是要建立在現實中某些女性主體的日常身體實踐上，這些身體實踐本身便有其抗爭意義，但是卻因為有物質存在基礎而存活下來，這些實踐正是女性主義身體政治應該滋養挪用的寶貴資源。這個身體資源不在女性主義教授的腦袋裡，而在各類「淫婦」的身體裡，正如同有些女性主義的智識資源不在女工身體裡，而在女教授的腦袋裡一樣。腦袋與身體不能分家，所以女性主義一定要擁抱淫婦。

所有的身體實踐，不論是良家婦女的、淫婦的，都必須接受規訓與規範，但是這一波的新女「性」身體實踐，不同於昔日對傳統女性的身體規訓，是能讓女人覺得更自在愉悅有力的正面規訓（positive discipline），這種正面規訓不同於傳統壓抑式的負面規訓（negative discipline），後者會耗去主體的動能，只遵循因襲的規範。但是新形式的正面規訓在於培養主體積極主動的、隨機應變的配合外在變化（流行）要求，一方面可以達到規訓的目標（如商業利潤），另一方面卻又使主體能有更大的力量（如意外地促進主體的反思能力、強化主體的個人主義意識），這是規訓所未曾預期的後果。

因此蕭蕪的錯誤在於，她把身體實踐的意義看成是固定的，認為同一種身體實踐對所有主體的影響都是同一的，而非隨著主體反思與論述介入而轉化意義。例如，節食、鍛鍊、消費和裝飾，以致

於身體的整型、變身、刺青、商品化，對於不同主體的意義與影響是不同的，也因為政治論述或新的文化論述之介入而改變。例如老太太參加醫院的減肥班或飲食控制，和其他年齡層女人的飲食控制就有不一樣的意義（前者有老人社交、回返社會、爭取家中權利的多重意義）。主流女性主義在這方面犯的基本錯誤在於：晚期現代的各類身體實踐往往有多重的意義與效應，但是主流女性主義只把這些身體實踐化約到「父權宰制」這個單一的性別權力框架內。結果造成腦袋與身體分家：我們往往看到知識女性一方面嘴裡覆誦女性主義對於身體管理的教條，另一方面自己照樣進行當代各種身體管理。這是政治論述無能解釋與介入身體實踐的失敗，也是運動無能提供政治論述來壯大主體的失敗。

總之，蕭蘋誤以為女人只要追求性感、只要將身體性化、或只要接受規訓就是錯誤不好的（正如某些人認為只要將身體商品化就是錯誤的——但是追求健康養身就是正確的嗎？就免於了醫療權力與食物藥品商業的規訓嗎？），因為蕭蘋只從單一的性別宰制框架來詮釋晚期現代所出現的眾多新身體現象，而忽略了這些身體實踐有太多的性別因素以外的動力與意義在運作，這些身體實踐和個人主體的互動影響也是多重變化的。

蕭蘋的第二點還扯上新自由主義全球化，但是如我在第一點的回應，新女「性」的興起並不是全球化商業體系的產物，但是全球化可以對新女「性」在全球各地的發展與傳播有所影響。這個影響一方面當然是折射了原來淫婦抗爭的意義，另一方面則是為淫婦們提供了文化正當性。不過，如果機械化地看待這兩方面，則又犯了嚴重錯誤：因為人們不會只是被動地去接受商業文化，而總是有個挪用的過程。在地的性／別運動可以挪用全球化所帶來的新文化資源、新文化正當性（而不是教條地盲目拒斥商業文化——無用無效的咒

詛），來進一步轉化商業訊息為己所用。而且性／別運動應該向很多創意挪用全球化資源的個人學習：不但個別的淫婦善於挪用全球化資源，以突破本地的封鎖檢查，就連青少年也在全球化下挪用各類新文化資源進行愉悅的反抗，這使得很多家長與學校權威頭痛不已，因為有時即使動用本地民族國家的政治法律力量來封鎖檢查，也毫無效力。

蕭蘋文章的第三個要點是：

這種新的性慾論述排除了多元的可能——仍然只有少數「得天獨厚」、有經濟能力的女性可以享有性的自主。而且以性為主的女性權力概念也是有問題的，因為它似乎意味著女性已經可以自由選擇、不必再受限制，然而實際上卻是女性在結構中所遭受的限制仍是多重難解的。另外這個「新」的性自主的論述所沒有改變的是，它仍然是環繞在取悅男性、贏取男性的注視所建構形成的。（以上為作者蕭蘋原文）

新女「性」論述並不是排除了多元的可能，相反的，它提供了傳統女人所無的一個新的身體出路，反而更豐富了多元。由於新女「性」論述乃是建立在晚期現代的身體事業上，也就是透過身體的打造來形塑自我與生活方式，所以對沒有身體的女性主義形成威脅。易言之，新女「性」論述不是排除了多元的可能，而是排除了主流女性主義，使之有著與現實發展不相干的過時危機。

在過去對女性身體的負面規訓與壓抑下，女體只是（1）生殖工具、（2）被動的性身體（客體）、（3）有時則是去性化的身體，還有些女性或出於被動、或出於主動甚至可說是（4）沒有身體的。這四種身

體也是女人存活的物質基礎。這四種類型都是典型的良家婦女身體：

(1) 作為母親的生殖身體，(2) 作為妻子的性被動身體，(3) 出現在公共領域的(去性化)端莊身體，以及(4)「沒有身體」——「沒有身體」的原因與可能類型是：喪失生殖與性功能的利用價值後被(自己或男人)棄守的身體，專注於工作而無心顧及的身體，自我因種種原因而對身體無所感，因病痛而被隱藏隔離的身體(隱形不見)。

上述這些身體現象亦反映在女性主義的性批判論述中：例如批判僅被視為生殖工具的(醫療化)女體、批判使女人受害的被動的性身體(性玩物、性客體)；同時，在女性主義缺乏正面積極的身體實踐論述下，女人彷彿是沒有身體或去性化的。

沒有身體，本身並不是錯誤或罪過，它可能是女人「自保」的一種方式。但是晚期現代對於身體／自我的積極開發趨勢，以及由此而來的新局面與新機會(包括新女「性」)都是過去沒有正面身體實踐論述的女性主義所無法面對的。在這種情況下，主流女性主義竟會疑慮理當是盟友或至少是促進女人自主資源的新女「性」論述，也是可以理解的。

和蕭蘋所說相反，新女「性」論述與其相關的身體實踐並不是只有少數優勢女性的專利。從網路女恐龍的一夜情，到不分年齡的全民塑身，人人都在參一腳。沒有身體的女性主義卻無法從中轉化出積極的性別解放意義。

過去女性主義面對性與身體的新實踐時，只能祭出「結構限制」(蕭蘋也同樣的舊調重彈)，但是這是無意義的，因為沒有人宣稱單單靠著新女「性」論述就能達成性別解放，也沒有新女「性」自認完全自由而不受限。事實上新女「性」正需要更多政治論述的介入來支援。雖然所有的身體與性實踐都有限制，但是也都是在限制中去突破限制、去爭取進步。沒有實踐是不受到結構限制的，包括女性主

義者的智識論述實踐、政治參與實踐、法律改革實踐、經濟就業實踐……也是一樣，所有這些實踐都只是在結構限制內的一小步。

其實無須淫婦，即使是許多異性戀良家婦女也非常清楚，今日女人的性感實踐與身體實踐的意義不會只是「環繞在取悅男性、贏取男性的注視」。男性凝視固然可能是男主動女被動的女性受害想像（這個想像對於完全缺乏自我力量的女人而言可能是真實的），但是男性凝視也可能是女主控男受制的結果，也就是女人透過性感與身體實踐來操作男性凝視，這個主控的操作也往往構成女性被看的快感，以及對自己與身體的掌握感。此外，在「女人取悅男人、贏取男人注視」的同時，女人也可能藉此在玩弄、暗算、欺騙、支配男人，或者可能藉此進行其他與性無關的培力活動。我們可以說，新女「性」論述在為「取悅男人、贏取男性注視」的做法提供了一個新的脈絡和動力學，而這個新的脈絡和動力操作已經改變了舊有的意義。

四、媒體批判？或媒體 管制的新策略？

速食業的慾望廣告與社會變遷

卡維波

2004年暑假電視上出現了關於麥當勞薯條和肯德雞炸雞的廣告。中國時報的時論廣場連續有投書針對這些速食業廣告提出批評。其中一位批評者顏正芳（高雄醫學大學助理教授）說麥當勞廣告：

主要呈現的是「即使是好朋友，好東西也不能與你分享」。廣告中兩女孩走進幾近客滿的電梯，一人手伸向另一人手中的薯條但遭拒；接著一名俊男走進電梯，並引發電梯負荷過重的警告聲，旋即手拿薯條的女孩將另一名女孩推出電梯，並滿臉笑容地邀請俊男分享薯條。另一部廣告則是描繪兩名自小在鄉間成長的女孩，在貧乏的物質生活中相互分享所有，直到長大為青少女，在速食店中其中一人卻已不願與好友分享薯條，自願自地享用。

至於肯德雞炸雞的廣告則是三部「哇，不是肯德雞」炸雞系列：

分別是兒童在放映中的戲院、新兵在假日家屬會面、死刑犯在處決前的最後一餐等三個情境，情境雖不同，但

清一色是發現送來的不是他所希望的品牌後，以倒地打滾、哭號耍賴的方式表達自己的不滿。

顏正芳的觀點一方面是認為廣告提倡自私或偏頗的道德價值觀，另一方面則認為這些廣告無法「達到吸引顧客上門的效果」，因為廣告商誤以為青少年與女人都是不顧他人權益感受的自私族群，故而顏正芳質疑：「兒童、青少年這些速食的主要消費者，會覺得自己是自私到棄捨朋友而不顧、不顧形象穿軍裝在地上打滾耍賴的人嗎？」既然兒童青少年並不特別自私，因此這些廣告中的人物、情節根本就無法達到「讓觀眾感受吸引力，貼近自我影像和自我期待，進而學習廣告中的行為，產生消費動作」之目的。因此顏正芳結論說「建議速食業者在花大筆廣告費前，還是多多了解你們的顧客心理，否則做出沒有加分效果的廣告，徒然浪費大把銀子，又破壞自己形象」。

顏正芳在這裡的分析只是觸及婦女兒少的理性的自我認識（例如自認為「不自私」），這與廣告要召喚的無意識慾望，根本是兩回事。所以顏正芳可說是根本沒有看懂這些廣告究竟以何種方式打動了婦女兒少的深層慾望。顏正芳文章的最後一句是：

最後一個問題是：為何廣告中見到異性、見到薯條，就能捨棄友情而不顧的，都是女性呢？

或許顏正芳暗示這些廣告有性別歧視之嫌，但是若不分析廣告所召喚的慾望，是根本無法回答上述問題的，也因而會懷疑「何必做無法加分的廣告？」（顏正芳文章標題）。

另一篇批評這系列廣告的投書，則純粹是從道德觀點出發，內容十分爆笑：

每次看了這個廣告之後，我們全家就會對那位拿著條的女孩大罵一聲「笨！」對於看廣告的我們，不了解的是這個薯條有好吃到推人出去只為了討好一個男孩嗎？如果廣告的結局改成男孩進來後電梯超重了，於是女孩就和另一位女孩一起走出電梯，分享薯條，然後男孩跟著走出，這樣一則顯示出薯條的美味勝過趕電梯的急躁，一則顯示薯條的美味讓陌生的男孩也願意追隨，不是很好嗎？……

這個社會越來越讓我感到莫名其妙。好像大家都急急躁躁，情緒都短短淺淺。一點點刺激就會考驗人理性的限度，而且，很多事情包括新聞報導都處理得語不驚人死不休一般。就好像吃麻辣鍋，平常小辣就令人受不了，而這個社會變得讓我們生活在辣鍋中。小辣不夠，要中辣，中辣沒感覺，再來大辣好了！什麼時候生活要變得這麼刺激才過得下去了？

這個投書者顯然不是大辣的麻辣鍋愛好者，但是卻有膽大刺刺地將自己個人「受不了麻辣」的口味強加給別人。社會現象或呈現是否「太刺激」、「太麻辣」其實只是某個社會位置的人的主觀判斷。將那些廣告視為麻辣文化的表現，只是某些人的感受與聯想而已。

總之，以下我將說明：上述批評速食廣告的觀點一方面是對複雜廣告內涵的膚淺分析，另一方面則是危險地從單面價值來看待社會

變遷。

例如將女性友人推出電梯並和帥哥分享薯條的廣告，乃是向來就有的「重色輕友」情節，但是過去這多半是在男性之間流傳的說法。現在廣告以女性為主角，其實反映了女性作為情慾主體的新社會趨勢，所以表現出主動追求帥哥、排除情敵的積極作為；因此，廣告所召喚的慾望其實是對女性情慾（及其能動）的正面肯定。

至於另一個廣告則是死刑犯、新兵與兒童在發現送來的炸雞不是某品牌後，不滿地大吵大鬧（台灣國防部還抗議了這個新兵廣告）。這個廣告所反映的則是富裕社會中越來越個人化的消費文化，也就是說：消費不再只是有炸雞吃、有手機用、有衣服穿……就不錯了，而是必須透過個人對品牌、樣式風格……的選擇來形成獨立個人，因此，堅持品牌等於堅持自我。凡是欠缺個人選擇能力者，根本難以生存在現代世界；同時，製造各類選擇的現代社會也強迫我們不斷做出個人選擇。此一個人主義化的趨勢甚至已經延伸到過去依賴父母的兒童青少年，因此，廣告所召喚的慾望是兒少的獨立與（消費）權力。

從上述分析角度來看，這些廣告十分貼近某些青少年與女性的深層心理慾望，這些慾望則是在社會變遷的個人主義化趨勢下所產生的。當然，社會中也存在著另一些人，對這種變遷趨勢感到不安，因為新趨勢會改變原來行為的固有意義與價值位階（例如將女伴推出電梯的行為不再是「自私」或「不要臉」，而是勇敢表達情慾、主動追求性愛）。在社會變遷中的不安全感還會使人趨向保守、對於多元異己的容忍降低，並且怪罪媒體呈現為變遷的主因，將某些青少年與女性所表現出來的「野」或「不馴」（unruly），錯誤地用道德範疇將之分析為「自私」，或者把社會的長期趨勢簡化為「一窩風」流行。

對於社會長期趨勢與其文化呈現的分析或批評，一向是社會理

論與文化研究的任務，而且極力避免從早期現代或前現代的道德價值來做表面的判斷。尤其像廣告這種有時接近藝術創作的文化產品，其豐富複雜的內涵豈能只從某部份人的觀感來撻伐？有鑑於過去曾發生廣告商在道德撻伐下「自動」撤除的先例，不由得令人憂慮粗淺單面的批評會逐漸扼殺各類前衛但有創意和突破性的廣告。

引用文章

顏正芳（高雄醫學大學助理教授），〈何必做無法加分的廣告？〉，《中國時報》，2004年8月29日。

藏鏡人（新新人類），〈我們活在麻辣鍋中〉，《中國時報》，2004年8月30日。

公共電視與公關電視^(註1)

卡維波

無線電視民主化聯盟（「無盟」）長期推動電視公共化的努力一直是大家有目共睹的，不論未來發展如何，我想跳脫所有權或產權公共化的層次，來談「電視公共化後到底會生產出什麼樣的節目，會走向何方」這個問題，也就是公共電視的內容問題。

公共電視的內容可能邁向「公共化」嗎？電視節目內容如何公共化呢？「公共」乍聽起來是「包容吸納的」（inclusive），好像什麼都可以被容納到「公共」之內（如「天下為公」的說法），但是「公共」在實際操作上往往是相當排他或排斥的（exclusive），例如「公共」與「私人」就是相對的，很多題材或主體是被認為「公共不宜」的，因此「公共電視」極可能成為社會排斥的工具。如果說「電視公共化」的理想應該是吸納包容的，那麼需要什麼來突破「公共」自身的限制以達到真正的公共化？「爭取電視產權公共化」與「爭取電視節目內容公共化」兩者之間有無關係？這是我這篇文章要談的。

現在讓我們先看一段電視節目的旁白，我選取這個電視節目之目的，在於顯示目前電視節目在價值立場上的複雜性。這是台灣的電視諧星主持人吳宗憲在轟動一時的「虐犬（同志）箱屍案」（註2）發生後的某次節目片段，節目談論的是箱屍命案和SM的關係。在來賓討論之前，節目先播了一段片子：

「[影片中旁白]……不過死者的死因和性傾向卻被媒體大作文章。死者因為在SM的交友網站上結識了性伴侶而發生不幸，又被各種媒體加油添醋，種種不堪的臆測紛紛出籠。什麼是SM？說穿了只是性虐待和被虐待的英文縮寫，一種危險的性虐遊戲。當然，只要你心臟夠大，不分男女種族身高和性傾向，其實都可以大膽嘗試。將SM這樣不見天日的地下活動，今天能如此大鳴大放，百花爭艷，網際網路的功能可說不小，輕輕一敲，台灣歐美大陸輕鬆串聯，……而這些管道一點也不特殊，他們都只是主流社會被壓抑的另一扇出口。這些網路上的性活動，就好像異性戀參加『非常男女』（交友擇偶電視節目）一樣，其實是再普通不過的事。的確，他們是出了意外，這個事件給我們的教訓，絕對不是封閉了網路各式各樣的性活動，它只是提醒我們，安全的性不只是要記得帶保險套而已」。（回到節目現場）吳宗憲：「這就恐怖了，剛剛我們看到的內容……」

相較於當時台灣社會對SM的文化成見而言，上面這一段內容十分進步，因為它並沒有把SM當作病態或變態，而強調它只是一個普通的性活動。這樣的觀點很少出現在公共的領域中。

上面那段影片之後的節目內容就是現場主持人與來賓的對談。吳宗憲拿出各種SM玩法的列表，並且不以為然地評論說：「軟骨地帶，疼痛度百分之九十，興奮度也有百分之九十。爽痛？！怎麼會那麼奇怪呢？」另一個來賓卻反諷地回應：「爽痛，那不是綜藝節目裡你們常常在玩的？」之後節目中的來賓與主持共四人輪流講SM如何變態，噁心討厭；在四個人不斷貶低SM的同時，還講到同性戀比

較好，跟SM是不一樣的云云。總之，他們都在表達一些既定的偏見，而正如同多年前異性戀貶低同性戀一樣，現在貶低的對象被替換成愉虐戀SM。（除了吳宗憲之外，其他人在社會形象或平時對同志議題的參與上，都可以說是極為進步開明的菁英人士，但是他們之所以會在節目中對SM採取貶低立場，應該是因為他們對SM所知不多的緣故，可能不到幾年後，隨著社會進步與資訊流通，他們也會改變立場）。

在另外一個吳宗憲的節目裡，他訪談了幾位跨性別，還請了一位跨性別的媽媽到場，他們之間的對話也很有意思。吳宗憲等人先揶揄了一下這些跨性別，之後他就跟那位媽媽說：「請妳要諒解，因為我們做電視就是這樣子」（意思是：做電視節目就是要揶揄來賓來逗笑，事實上不論誰上節目，吳宗憲都會揶揄他們）。在此我想指出的是，電視很多時候會自我解構，比如吳宗憲在這麼說的時候就在自我解構電視製作的過程，告訴媽媽或觀眾這一切是在作戲。之後，整個節目就做了一些「賺人熱淚」的東西，例如鼓勵這些跨性別，為他們打氣等等，挺感動人的。吳宗憲在這類節目中經常邀請各類性多元（即，被大眾視為性偏差或性變態的人），使用的手法也大同小異。總之，我們可以看到，這類節目對性多元既有抹黑，也有培力（empower）。

我想談的主題是「電視公共化」，讓我先從哈伯瑪斯的「公共」觀念談起。哈伯瑪斯在談公共領域時做了一連串的區分與對比，例如他認為「意見」和「公共意見」（輿論）是不一樣的：「意見」是一個文化內被當作理所當然的東西，例如集體的偏見與判斷等等；相反的，公共意見是公眾的理性討論，是針對公共權力的批評，而且應該有制度性的保障。此外，自由公開但理性的陳述各自意見，則是形成公共意見的重要條件。

這裡講的自由公開運用理性就是「公共」或「公共性」（publicness）。對哈伯瑪斯來說，唯有真正的公共性的要求，才能使公共權威受到限制，才能使政治的公共論壇對政府有比較制度性的影響。

哈伯瑪斯雖然區分了「意見」和「公共意見」（輿論），但是他還進一步指出當代「公共意見」被炮製的危機，也就是有可能出現虛假的輿論。同時，真正的與虛假的公共意見，也對應著真的公共性與假的公共性的區分。這個假的公共性（「偽公共」）很接近我們今天打廣告或搞宣傳的「公開性」，也就是publicity，其重點不是自由公開運用理性，而是搞公共形象，搞公共關係（public relations）。換句話說，publicity雖然是公開的發出意見，但卻是發言者做公共關係的一部份，實質上也就是宣傳或打廣告。故而publicity由原本的「公開」，轉向了「公關」。

上述哈伯瑪斯的觀點當然可以被用來檢視電視與公共性、公共意見、公共論壇的關係，也可能被媒體監督者採納以作為改革電視的理想模型。

在針對被利益集團所操控的新聞、叩應節目（call-in）、政治討論等等形成政治輿論的部份，哈伯瑪斯的批評顯然是很有效的。從哈伯瑪斯的觀點來看，政府花費納稅人金錢來為自己政策或政績做宣傳，就是標準的公關作為。至於採用置入性行銷方式，則更是隱蔽巧妙的操縱。

但是，我們能以同樣觀點來看待像娛樂新聞、八卦新聞播報、以及娛樂八卦新聞的叩應節目嗎？此外，又將如何看待像以模仿諧擬為主的諷刺節目、或既政治又娛樂的節目呢？這些節目的基本特色就是：觀眾不太能（或不會）認真對待其內容，因為基本上它們擺明了自身的休閒娛樂性質而無身段。這些節目有著亞流、非正式的性格，雖然它們可能會複製正式節目的表面形式（就像網路上裸露身

體播報新聞的形式會複製仿效主流電視播報新聞），或者正式新聞節目也常採用或推銷娛樂八卦新聞、或者採用較輕鬆的非正式播報形式，不過在節目整體的安排上與意義符碼的編排上，娛樂八卦節目還是和有別於新聞政治節目——但是我們不排除有的節目或許可能介於兩者之中。

很多「批判」的知識份子對娛樂八卦新聞節目持負面意見，認為這些節目把娛樂新聞或廣告建構為現實事件——或者，如果我用哈伯瑪斯的話來說，就是娛樂工業把公關促銷活動變成了新聞，所謂「新聞」根本就是促銷的廣告——因此這些節目並不具有真正的公共性，只是publicity（宣傳）而已。

我認為這樣的「批判觀點」忽略了其他重要的面向，因為我認為這些八卦娛樂電視節目其實有著很豐富的、複雜的面貌與難以預測的社會效應。例如台灣藝人大小S兩姊妹主持的「娛樂百分百」其實已經成為青少年建構次文化的一個媒介，她們在節目中不斷地重新界定主持人的「規矩言行」，是台灣電視史上最非正式化（informalization）的表演，挑戰著傳統電視主持的文明化規範（註3）。雖然她們也常以道貌岸然的姿態出現，然而又旋即自我解構；她們還常遊走於偏差言行的邊緣（但也有「失言」而引發風波的狀況），並且假設新聞局與道德成人正在監視其節目，這種自覺也引發她們「躲在亮處」與成人新聞局鬥智、玩弄青少年政治的情形。

標榜「媒體批判」的知識份子認為娛樂八卦新聞不應該被建構為彷彿有現實影響的重大事件，理由是這使得大眾忽略了真正的國家大事（註4）。知識份子這種說法明顯地是預設了娛樂新聞的比較不真實、比較微不足道、與瑣碎（trivial）。可是，事實上，當娛樂八卦新聞成為大眾的話題時，由於其內容效應往往比政治新聞的衝突性較低，故而在承平時期的娛樂八卦可以創造人民的文化共識與集體認

同，有社會整合的政治功能；另外，在政治與社會分裂對立的時期，某些娛樂八卦也可能反映、建構或促發分裂與對立（台灣原住民歌手阿妹在中華民國國慶大典上唱國歌因而被大陸禁演，或者因低調規避責任以繼續大陸演唱生涯而被台灣政客批判，或者歌手羅大佑用歌曲表達政治立場、歌手張震嶽批判副總統的原住民移民論、大陸影星趙薇的日本國旗服飾被愛國群眾批判，大陸奧運體育明星的商品化與愛情生變……等等所引發的爭議即是一例）。

在全球化與文化政治不斷增強的時代，觸及國族認同、文化認同、價值、道德爭議的八卦娛樂也可能引發社會衝突，因此娛樂八卦新聞與論述其實是個爭戰的場地。此外，娛樂八卦新聞與論述常常是下層階級與邊緣人民的另類資訊管道，是其形成次文化的重要資源，故而一方面有抗拒主流建構的作用，另一方面也有使自身更趨邊緣化的效果。整體而言，我們很難一概而論八卦影藝新聞必然會有什麼社會影響，因為娛樂八卦新聞向來不和「社會效應」的論述相連結，人們通常認為只有政經（正經）的真實新聞才有社會效應，因此，八卦娛樂新聞尚缺乏一套系統知識與制度機制來衡量其社會影響或效應。

娛樂新聞把公關當作新聞，進而當成「國家大事」，在知識分子眼裡，是愚昧大眾的被洗腦，但是其實看娛樂新聞的人當然都清楚地知道許多新聞或訪問是打廣告、打歌、促銷、炒作等等，因為娛樂新聞也根本沒有嘗試隱藏這樣的事實。相較之下，倒是看「真正」國家大事新聞的人並不清楚台灣與國際新聞製作背後的利害與建構。此外，之前台灣諧星小董以及羅璧玲都主持過八卦新聞的叩應節目，那其實已經形成某種公共論壇，因為之中有包括消費者（觀眾）的不滿，以及對於八卦娛樂新聞及明星的自我解構（註5）。當然，所有這些叩應意見的發表，都構不成哈伯瑪斯心目中的理性討論。

哈伯瑪斯類的知識份子或許認為電視八卦娛樂新聞是高度壟斷與單向操弄的場域，雖然有另類的、後設的八卦評論叩應節目，但是其批評的公共性質有限。不過網路的出現似乎改變了這樣的佈局，目前在網路上普遍出現了各類對電視節目與八卦影視新聞的討論、情感抒發、資訊交換、另類批評等等。觀眾不再是被動或單向的接收節目，網路另外創造了一個大眾參與的電視衍生空間，大眾可以在這個新空間中另行創造電視空間所無的意義，觀眾不再是電視前孤立的原子化個體，他們現在可以彼此直接溝通或甚至形成監督與輿論壓力，其政治性潛力還有待觀察。

另一方面，「媒體監督」之類的民粹團體對於綜藝節目的批評不遺餘力，我倒不是全盤地替吳宗憲等人辯護，因為這些主持人也常常歧視節目中的SM、性工作者、跨性別、第三者這類性多元。但是我確實要指出，每一次綜藝節目主持人被主流批評為不良示範之後，這些主持人就會力圖表現很道德的模樣，於是往往以更多的嘲笑和歧視性多元來表現自己站在主流道德那一邊，結果，官方、政客、民粹團體與知識份子對於電視節目的批評監督，反過來又製造了更多的性歧視。

總的來講，這類綜藝節目經常充滿矛盾，既有俗見的歧視，卻也提供了邊緣人發聲的機會。因為這個原因，我認為有線電視的綜藝節目比那些「優良淨化節目」好很多，因為性多元更難在淨化的電視中被呈現。事實上，似乎越接近官方、越接近高級精緻文化，性多元與一些邊緣主體（如激進藝術、各類狂野或踰越）就更難有出現的機會。

有些人或許認為，既然媒體缺乏善意，那麼邊緣主體不出現在電視上，會不會比較好呢？畢竟，當那些性多元，例如濫交的女人、外遇的或劈腿族的女人、扮裝的少年，或者厭食者、怪癖者等

等出現在台灣藝人曹啟泰主持的（非常法西斯的）「大老婆俱樂部」節目上時，反而，讓所有在場的大老婆來賓可以從童年的成長與家庭背景來斷定主角的病因，並且嚴詞責備主角的錯誤人生，迫使他們接受道德的審判，並在節目結尾公開認錯。這麼說來，或許性多元不上電視比較好？

問題是，性多元與其他邊緣主體就是想要上電視，他們想要被看見，他們拒絕被隱形。有時候是像台北公娼那樣，為了抗爭，不得不被看見；有時候是像早期的同性戀一樣，被看見就是一種抗爭。這些邊緣人讓我不得不翻轉哈伯瑪斯的觀點，而接受Andy Warhol的說法：「每個人都有十五分鐘」。對邊緣人來說，publicity（公開／公關）才是重要的；publicity就是visibility（曝光／能見度），publicity就是某種程度上的「文化的可接受性」，就是和大眾做公關，推銷自己的認同與行徑。對於性多元來說，在電視上那十五分鐘與人鬥嘴辯論，表達了一種認同，比不被看見要好。這也是為什麼吳宗憲要比優良淨化節目好，因為他給了邊緣人一個介入的機會。

從這個角度來說，對於性多元或邊緣弱勢的這些主體而言，主觀意見的表達，遠好過公共意見的形成。Publicity（公關）遠好過於publicness（公共）。多樣的場域，遠好過公共論壇。次文化遠好過公民社會。惡性競爭的商業體制好過專家學者組成的電視委員會。

在現在的商業電視裡面，有的時候邊緣主體被消遣、被侮辱，但是他們去上節目的動機非常多，可能也包括金錢報酬，包括曝光宣傳，但是上電視節目對他們來講，有一定的被認可效果，得以分享電視本身的壟斷（我上過電視！），這也許對別人來講不算什麼（菁英份子還常拒絕上電視的邀約），但是對邊緣主體來講卻是一個得力壯大（empowerment）的經驗。例如，有的人就是喜歡看到自己在電視上美美的，看到被認可的「公共」裡面有自己出現。

邊緣主體上電視的效應很廣泛，對很多邊緣的族群來講，這是他們開始取得信心、肯定自我的一個階段。故而真正要問的問題反而是：為什麼其他的正經電視節目不去請他們上節目？事實上，以前主流電視也曾播出這類節目單元，正面的呈現這些邊緣人士，可是當時就有很多衛道人士跳出來說這樣的節目不能播，例如以前的變裝秀、「天才BANG BANG BANG」、超齡國小女生，通通都被罰、被停掉了，胡瓜這些人還被批判：「胡瓜不尊重女性，開黃腔」、「對青少年有不良影響」，結果他們只好變得很「道德」。而「道德」是什麼意思呢？就是——看到邊緣主體就多罵幾句，這樣主持人就變成了道德的人。

今天給邊緣弱勢主體提供公共空間的，不是公共電視，而是財團控制的商業電視體系；這並不意外，正如同國家劇院不會提供電子花車秀。被公民社會排擠在外的鄉野舞台上，正在上演著另一種「公共性」戲碼，雖然也有很多人需要與認同這種另類公共，但是卻不能被認可為「公共」；這是排斥社會的實相。所謂「公共的」，原本就屬於「公民」——屬於中產市民與主流價值。今天，由公民組成的媒體監督與淨化，正在力圖消滅商業電視體系中僅有的一點點邊緣空間。

換句話說，「公共性」不只是規範性質的，也是社會－歷史性質的，因為目前社會歷史形構下的「公共性」恐怕已經預先設定了某種civility、禮儀、規矩、規範。這就像在目前的公共場所內你不能有某些言行，否則會被視為瘋狂、不尊重他人、不懂禮貌等等。「公共」因此等同於「主流中堅」，因此會必然排斥「邊緣」。故而，對邊緣主體而言，她寧可置換掉這個公共性，就是用publicity（公開性）代替publicness（公共性），也就是，她們要的不是公共電視，而是公關電視。

為什麼從邊緣主體的角度來講，公關電視是比公共電視較好的？我的回答是，公共電視提供的是一個公民空間（civic space）、文明空間（civilized space），在這個公共、公民空間、文明空間裡面，這些邊緣主體不會覺得很自在，不能以本來面目示人，因為其「本來面目」根據目前「公共」的定義，是uncivil的、是不符合public decency（公眾合宜）的。換句話說，公共、公民的空間預先就排除了被視為不夠格的邊緣主體。

從這個角度來看，邊緣主體必須先改變「公共」的定義，先佔據另外一個「偽公共」空間為基地，來包圍改變公共空間。故而，邊緣主體需要的可能是一個嘉年華的、轟趴的（home-party）、狂野的、前衛藝術的、不入流的、地下的、無法可管的……空間，在這個空間中，她可以看到自己想要呈現的自己。沒有人會對她說：「對不起，請你向上提升一點」。邊緣主體也不必向大家道歉，反而自豪：「我不需要提升來改變自己，我要來這裡作公關，可以推銷我自己，推銷我的認同」。

總之，這些邊緣主體今天要的不是「公共」空間，而是公關空間。公關空間的敵人是法律管制、是媒體監督、是言論檢查。這個公關空間可能出現在商業電視中，可能出現在網路中，可能以「非常光碟」（註6）的模式流通，或甚至可能偶而在公共電視中驚鴻一瞥。就像「鄉村包圍都市」一樣，邊緣主體以公關空間包圍公共空間的戰略是：邊緣主體以一種「偽公共」來逐漸改變公共，就像娛樂新聞（也是一種偽公共）逐漸侵入真正政經（正經）新聞一樣。

目前有些贊成公共電視的人其實是為了阻擋各類邊緣的公關電視去侵蝕中堅階級（middle class）的淨土；他們想要打造的公共電視其實就是主流中堅階級自己的公關電視，以此作為自我培力與階級支配的工具。中堅階級的公共電視，實質上是一個排他的公關電

視，藉著「公共」來排斥「公共不宜」的私領域政治或「不文明」（如暴力、狂野、嘉年華、粗俗、不法想像）呈現。

換一個講法，有人或許會問：難道不能有個公共性的電視來實現哈伯馬斯式的理想溝通？讓邊緣人能夠闡述其理念與想法？

其實這個理想已經在某些地方實現了：例如在吳宗憲等人談SM的節目中，他們表現出對於同性戀的善意呵護，但是卻將同性戀和SM撇清，也就是把同性戀淨化，把陽光沒病的同性戀納入公民社會。

換句話說，在公共論壇內，邊緣主體必須以公民的身分發言，可是事實上邊緣主體並不是公民，而且目前邊緣主體並不能完全認同「公民」這個主流身分，故而，邊緣主體在公共論壇中往往無法做到真正的自我認同，他要矇混、做作、自我分裂，而不能以本來面目示人。在公共電視存在著監督與尺度檢查的狀況下，邊緣主體經過淨化的自我呈現，也不過是把邊緣人收編到公民社會內的一種機制而已。

最後，公共電視的「結構」與「內容」有什麼關係嗎？「結構」也就是電視產權的問題，是商業（私有）或公有的問題，「內容」則是電視的內容是霸權或多元的問題。我想結構與內容沒有必然的關係，產權公共化的電視播放的可能是被主流中堅所壟斷的內容，國有的電視則可能變成官方的傳聲筒。（台灣的客家電視出現後，很多親政府的政治信息就滲透在它的節目裡；或許有人說客家電視不是真正的公共電視台，而只是官方電視台，但是我們有理由懷疑這是否暗喻著國有電視未來的走向呢？當然，「公共」和「官方」是不同的，「公有」和「國有」也應該不同；但是所有高懸的理想其實都可以從現實做起，公共電視的精神也應該從官方電視開始實現。）

真正公共電視出現的關鍵，可能還是在於建立起符合「公共」的

最低標準的共識。這個「公共」的最低標準當然不能是「文明（不粗俗）」、「公眾合宜」、「影響青少年身心」、「性道德」、「個人私事」等等預先排斥邊緣主體的現代「公共」。公共電視內容的公共化，首先要建立的基本價值共識，就是：「反政府」、「反主流」、「反中堅階級」必須在電視媒體中分享顯著的一席之地，這才是真正的「公共」。

這個對於「公共」的最低或最基本要求也就是反壟斷！它具體的體現民主、自由、多元平等的精神。很多電視改革者也是因為「反（商業電視）壟斷」而倡導公共電視的理念，他們認為在目前的商業電視中，缺乏婦女、消費、環保、學生、殘障、精緻藝術等等弱勢者的聲音。我們在此所提出的最低「公共」標準，其實和公共電視提倡者的「反壟斷」是完全一致的。

總之，就是這麼簡單！檢視電視的內容是否「公共」，就看有沒有「反政府」、「反主流」、「反中堅階級」的節目！甚至，我們可以更特定具體的說，如果公共電視沒有左派、性激進派、前衛藝術與其他邊緣主體所製作或參與的節目，那也就談不上什麼「公共」。其他一切制度上的權力設計形式，如果不能達到這個最基本「公共」的結果，都將只是正當化霸權壟斷的障眼法。

如何改革電視？我的想法很簡單：「我要我的電視台」。那就是，每種主觀意見，不論如何不符合公共的理想與標準，都要能有publicity的機會。Publicity不是透過理性討論以形成共識，而是公關——要求可以呈現、可以表現、可以表演，要求被接受、被承認、被看見，要在公共內也有顯著的一席之地。因為，非如此不能改變「公共」的意義。易言之，呈現「所有的」意見，本身就是公共的目標，而不僅僅是達成公共意見的手段。

所以，我要我的電視台，我要那十五分鐘！

註釋

1. 原本這是我在2001年3月24日文化研究批判論壇「電視不必改革？電視改革無望論！」座談會的發言稿，現在將之盡量改寫為一般文章的體例和語氣。
2. 2001年台北市一名男同志「虐犬」透過網路聊天室媒介，結識某大學生，兩人相約共赴巫山一夜情，但窒息式性愛意外地讓大學生送了命，還被棄屍在一個旅行箱內，由於網路公司的協助，警方從聊天室歷史檔案紀錄中抓到「虐犬」。
3. 早期對於出現在電視與收音機上的人物都有相當嚴格的規範與禁忌，尤其是主持人的衣著、舉止態度、身體動作、外表、語言都必須極為端莊，例如不得彎腰駝背、打哈欠、伸懶腰、搔癢等不雅動作。這是因為電視與收音機被假定為傳播力無遠弗屆，有極強的公共性格，因此主持人乃是公共的典範人物，必須體現文明化（civilizing）的最高標準；相對的，「非正式化」（informalization）就成為電視廣播的大忌。電視與廣播的這種嚴格的規範禁忌，近年來顯然隨著整體社會的非正式化而逐漸瓦解。有關文明化與非正式化，可參看Nobert Elias及其後繼者的著作。
4. 試想：如果台灣人民認為某歌星搞同性戀通姦劈腿是比統獨之爭還重大的事件，那真是台灣藍綠政客們的災難！當然這也意味著，台灣的主要矛盾已經從統獨轉移到性道德文化。很多人忽略政客也是需要被自身的重要性所培力的（台灣政客對於香港藝人張國榮自殺新聞佔據報紙影視重大版面一事，非常吃味，還提出批評，這顯示了政客們根本脫離了許多人民群眾的生活情感現實），很多人還忽視了「重大事件的重要性是需要被建構的」，因而以為統獨之爭是「自然」的現實大事、八卦新聞是當然的貓狗小事；這種觀點不能解釋最近二十年美國社會的文化與道德價值戰爭。關於此處的論點，何春蕤的〈選舉〉一文有更深入的闡釋，收入何春蕤的《不同國女人》（台北自立出版社，1994），頁202-205。
5. 閱聽人監督媒體聯盟於2003年底點名批判羅璧玲所主持的「九點麻辣燙」等節目，羅璧玲回應：「這是談話性節目，我們的題目與新聞談話性節目有啥不同？竟說我們腥羶色！為何不去罵那些怪力亂神的靈異節目？為何不去點名那些愛做秀的立委政客啊？」
6. 2003年台灣的總統大選中，綠營支持者推出被視為不入流與抹黑的影像戲劇，以光碟方式在台灣流通，引發法律管制（包括涉嫌毀謗）與言論自由之爭議。結果，在民進黨政府的保護下，這個名為「非常光碟」的事件被定位為言

論自由。我們很難想像，當邊緣主體以同樣方式發行光碟時（如以戲劇方式呈現援交者或自拍者的能動性與光明面），會不遭到法律迫害，而被言論自由所保護。

綜藝節目是性剝削嗎？

——反對媒體分級制度

何春蕤

螢幕上出現暴露女體或者玩笑性事就是「性剝削」嗎？

沒那麼簡化。事實上，身體的影像呈現和各種言談討論都是現代社會將文化禁忌一步一步除魅的徵兆。在過去，能夠有管道和機會接觸（因而主導）情慾話題和文化的人侷限於男性成人，單一性別掠奪有關性的話題可能是常態。但是現在女性主體和性之間的關係已經不再只是躲避、或者受害而已；相反的，透過無遠弗屆的大眾媒體，早已另類實踐的情慾及權力弱勢主體終於能夠近用（access）文化資源、自我發聲、傳承經驗知識。在這個時候還用「性剝削」來一竿子打翻媒體中的身體影像和情慾討論，反映的恐怕只是某些主流觀眾的性觀念和階級身段而已。台灣有一小批具有輿論影響力的主流觀眾，總是想將自己的品味強加於別人，認為講黃色笑話、暴露身體、談論另類的性觀念等等就是「沒有品味」，因此總想援引公權力來「淨化」媒體，過去用的藉口不外乎「保護兒童青少年」、「提升觀眾水準」等等。近年來，女性主義論述抬頭，因而也大量援引「反對物化女體」、「反對性剝削」的講法，終究還是要「淨化」媒體。

真正的「性剝削」

舉個電視節目中真正的「性剝削」例子。有些祕密檔案式的節目會挑選呈現檳榔西施、援交少女、公娼等等女性主體，然而不管主

持人如何宣稱公平開明，關心弱勢，終究還是會義正詞嚴的追問受訪者：「如果你的兄弟姐妹或兒女是（檳榔西施、援交、第三性公關等等），你會覺得怎樣？」這個問題暴露了它根本假設邊緣性不是什麼好事，而想藉此逼迫受訪者否定自我的人生選擇。又例如美少女單元總是聳動式的聚焦於她們已經十分成熟性感的身體，可是同時卻又不斷諄諄教誨美少女們不要太著重外貌和身體，而應該努力做清純童稚的好孩子。這些都是嚴重的「性剝削」：因為它們一方面利用這些性主體的「性」來作節目，另一方面卻又根本否定她們可以自主的掌握與肯定自己的「性」。

真正的「言論自由」

今天的討論大綱把性剝削和自由言論對立起來，好像身體裸露、情色玩笑都是假借「言論自由」的名號來枉顧剝削、自私自利。不過，我倒覺得身體裸露、情色玩笑並不一定是言論自由——它更可能是文化傳承，可能是分享媒體。大眾媒體中真正相關「言論自由」的現象，事實上是綜藝節目及新聞報導中對性少數所採取的言論箝制。例如受訪的性邊緣主體若是在訪談中肯定自我，堅持外遇沒什麼不好、援交也可以是青少年很好的出路、裸體寫真是值得驕傲的事，主持人就會露出不豫的神色，拼命講反話消毒，或者請專家學者來權威壓制，後製單位則考慮剪掉這些肯定的言論，至少也要在結語時塞進一些擔憂、警示、撇清的話。像這樣的操作方式根本就湮滅了性主體的自我，更遑論讓她們言論自由？

淨化就是污名化

因此我覺得綜藝節目的問題不在於暴露的女體或者情色笑話（這些呈現都有可能豐富並鬆動僵閉的情慾文化）；真正的問題在於，綜

藝節目或新聞節目在呈現這些影像和玩笑時，一向拒絕同時容許邊緣的性觀點、非主流的性觀點、以及那些肯定性少數的觀點來分享媒體空間。如果婦女團體聲討電視媒體的時候，只是套用「物化女性」的簡化公式，批評綜藝節目太過俗爛，要求更加嚴肅的緊縮情慾空間和言論，這樣的做法事實上只會更加封鎖性少數展現自我的管道，更加「淨化」公眾討論，也因此更加「污名化」那些肯定自我的性別異類。真的要體檢綜藝節目的性別歧視和性剝削，婦女團體就應該和簡化了的道德淨化說法劃清界線，致力開拓更大的媒體空間給弱勢的、少數的、被污名的、非主流的性主體，這才是支援多元多樣的女性主體的積極做法。

法律和分級制度

分級制度假設了生理年齡可以主宰心理成熟度；可是我們每個人都知道這個假設站不住腳，因為反例比比皆是。分級制度進一步相信生理年齡應該決定一個人可以接觸什麼樣的資訊和經驗；這裡面則充斥了當代的年齡政治，很輕易的就在「保護」和「關心」的說法之下進行無理的限制和封鎖。

在某個層面上來說，分級制度是此刻的歷史產物：成人的焦慮是，下一代的知識、能力和慾望正在逸出長輩們的控制，甚至遠遠超越了成人的想像。然而，面對世界快速變動、知識的內涵和管道急速擴張、孩子愈來愈早尋求施展自主的能力，成人並沒有積極去思考如何在新的局面中與孩子營造平等協商的互動，改造自己已經屬於上一個世代的眼界和感覺，反而嚴厲獨斷的在固著的年齡成見上設計分級制度，並用法律監督來強制執行。說穿了，分級制度是年齡壓迫的一部份。

很顯然的，分級制度常常充斥了某些成人的品味偏見。誰能說國家地理頻道的動物世界（從殘殺到交配）就比綜藝節目的暴露和玩

笑更為適合兒童？誰能說迪士尼的親情倫理片不會引發本地兒童對自身劣質親子關係的不滿而形成更大的反叛？然而，分級制度似乎對和性相關的內容特別關注，這種出於「性歧視」的「忌性」文化則對眾多躍躍欲試的孩童進一步形成嚴厲的懲罰和羞辱。

值得注意的是，這樣的權力操作卻也同時激發了少齡者抗爭的動力。從過去的經驗就知道，這些分級制度或許讓父母師長可以振振有辭的壟斷觀賞頻道，但是更常見的是，分級制度也為青少年和兒童標示出禁忌之所在，讓她們可以按圖索驥的挑選成人最不想讓她們看的節目。總之，無論如何嚴厲的規範分級制度，到頭來恐怕還是無法要求所有的觀眾都遵循分級制度設計者一心一意要實現的理想藍圖。分級制度只是方便執法、鼓勵越界而已。

國內外消費者的抵抗經驗與如何培養閱聽受眾的批判能力

「抵抗」及「批判」都已經假設了觀眾必然拒斥綜藝節目，然而收視率和開機率卻顯示事實並非如此；而且即使觀看綜藝節目，觀眾也不一定是全然同流的。除了那些在優雅的客廳中只看公視或進口頻道的中產觀眾之外，有更多的觀眾是全家人一起，一面看綜藝節目哈哈大笑，一面集體取笑主持人缺德、新單元無聊等等，其中不乏那些常常被專家學者當成「沒有判斷能力」的孩童。事實上，觀眾即使在模仿節目的口頭禪或者主持人虧人的本事時，都是有她們個人的使用脈絡和創造性的。把觀眾單單當成「受眾」，當成被動承受訊息而且全面接受訊息的脆弱靈魂，就已經湮滅了觀眾的主動詮釋和判斷。（觀看新聞評論節目就比較有批判力，而觀看綜藝節目就一定低俗無知嗎？這裡的性別和階級判斷值得分析。）

另外，把綜藝節目「污名化」，當成可恥的、不好承認的休閒活動，並不能阻止觀眾觀賞，而只是透過這樣的不齒評斷來凸顯批評

者自身的優越、斷言綜藝節目觀眾的低俗，更強迫後者在人前、攝影機前否認觀看／喜歡這類節目而已。這種羞恥或偽善的表現又豈是孩童的好榜樣呢？

當然，有些觀眾或許會痛恨這些節目到一個程度，不斷打電話、傳真、上網、開記者招待會加以譴責，以造成某種「輿論」的壓力，或者甚至邀請民間團體以及政客來召開公聽會，把節目當成社會問題處理。由於這些劇烈動作往往建基於道德義憤或主流價值的自信自滿，因此也常常成功的迫使某些具有開拓性的節目提前消失（例如深受爭議的「信不信由你」或「花魁藝色館」）。

我在前面說到觀眾不是沒有批判能力，可是為什麼很多人還是不斷強調我們需要提升觀眾的批判能力呢？顯然，學者專家們心目中想要的那種批判能力是有特別針對對象的，而且是有特定文化品味和階級立場的。問題是：批判能力哪會只針對綜藝節目呢？哪會只針對性和身體的呈現呢？作為一種普遍的質疑能力，它應該也會同時對所有出於特殊文化品味和階級立場的「體檢」加以檢驗批判，它更會積極抗拒那些過度監控媒體的力量。

政府和民間團體的角色

觀視品味的選擇不是號稱追求尊重多元、積極支持弱勢人口的政府或民間團體應該關注的事情——因為設定單一的價值，推動單一的品味、對新興現象和事物預存芥蒂等等，都不會有助於創造那個我們期待的開明社會。如果我們真的關切綜藝節目呈現的性文化和性別關係，或許我們需要的是——

建立自在的、不受檢查的媒體空間來公開談性

不同的價值觀，不同的性態度，都能自在分享媒體和教育的空間。像「天天星期八」「Jacky Sow」都常常出現一些非主

流的性觀點和性實踐，如果主持人不要妄加斷語或勸說，這類節目是有助於所有的民眾都拓展性見識，更有利於性少數呈現自己，肯定自己。

開發更多的身體呈現，越過性別和階級的範疇

不僅女體，我們需要能夠面對並討論各種身體（包括男體）。前一陣子猛男秀出現時，許多女性都已經能夠成熟的面對，鍛鍊出一種沈穩，然而後來猛男秀還是被警方惡意站崗臨檢而被污名化，身體又再一次被打壓。我們希望身體的呈現更為平實化，多樣化。

呵護並支持大膽談性的女主持人主控綜藝節目

目前綜藝節目多半是由男性主持人操控，在觀點上的偏頗當然值得詬病。但是性並不是男人的專屬領域，女人也應該可以談論自己的經驗和觀點，藝人中也不乏曾經大膽談性的女主持人，像過去第四台年代的朱慧珍、羅璧玲、許曉丹等等。但是她們多半都被邊緣化，被視為粗俗，被迫放棄某些開放的形象。這顯然是一種階級政治。我們需要打破雅俗之分，打破性別的侷限，更要打破對女人極端不利的性禁忌。

民間團體不該援引公權力來自我矮化民間自主性

民間保守力量援引公權力來鎮壓異己，以各種淨化運動來消除文化上威脅其主宰地位的新興力量，這種做法也已經喪失了民間社會的自主性，自我矮化了民間自主的空間。批判媒體應該是自主民間社會的自發作為：之所以批判媒體，正是因為媒體不夠公平、不能呈現多元的身體與道德觀念；之所以批判媒體，正是因為媒體屈從於國家干預、聽命於主流階級的指揮。

新聞局退出對廣電媒體的干預

廣播電視報紙雜誌是大眾文化與公共論壇的場域，這是民間社會各種新興進步與保守力量角力之所在，應當免於國家的干預。社會不斷在變化，過去威權時代的新聞局曾經管制長髮男星與奇裝異服上節目，今日又以「教壞下一代」為由，來管制各種新興身體形貌與另類性觀念的現身。新聞局的角色似乎總是一種國家暴力，幫助保守力量阻止社會變革，而且幾乎都致力於「品味」與「公序良俗」的維護——也就是國家暴力對於宰制階級之主流秩序的維護——新聞局早已經失去了中立的角色。作為自由社會的國家機器，新聞局必須停止對廣電媒體的干預。

——本文為作者出席2000年8月19日新聞局與婦女新知合辦「體檢綜藝節目座談會第二場：是性剝削或是言論自由？」的發言內容。最近兩年，由民間保守團體組成的「閱聽人媒體監督聯盟」則已經取代新聞局成為監控並淨化媒體的白手套。它們用點名批判的方式迫使廣告商撤資，藉此迫使言論尺度比較開放的節目封嘴噤聲。這種保守的民間團體現在反而是遂行己意箝制媒體的新興惡勢力。

性工作：妓權觀點

中央大學性／別研究室出版（1998）巨流再版（2001）

廢娼，就是以國家的力量來強迫女人免費提供性服務給男人。只要性工作仍然是非法犯罪的一天，女人就一天被警察與司法強迫從事無償的性勞動。

為什麼那些堅持社會正義、主張平等自由人道尊嚴進步的社運與女性主義者，竟然會贊成賣淫？為什麼國際知名學者與國際人權組織紛紛聲援台北公娼、支持賣淫除罪化呢？

妓權運動是一個世界性的潮流，許多先進國家都有各種妓權組織、刊物與運動。本書是第一本從學術觀點介紹世界與台灣妓權運動的中文書，不但力求高標準的翻譯品質和原創性的學術觀念，而且以濃厚綿密的學養論証尖銳地批判反娼主張、並且以運動的磅礴氣勢捍衛妓權主張。



目錄

<性工作與世界妓權運動>

世界妓權憲章
「性交易與女性主義」立場聲明
奪回「婊子」之名
賣淫就是工作
「淨化」公共世界
拒絕重複歷史
性工作者與性工作
婊子污名

性工作與性暴力
台北廢娼違反世界潮流
笑貧笑娼的中產階級，欺貧打娼的北市政
府
從男性沙文主義到性沙文主義

理念篇

優勢婦運與弱勢女性
妓權組織之必要
女性主義的色情／性工作立場
性工作的性與工作
同性戀／性工作的生命共同體
（轉載）：「不幸少女」幾多牆
性工作（妓權觀點）書目

<性工作與台北公娼>

抗爭篇
公娼抗爭大事記
我的工作，我的尊嚴
「性工作除罪」是不可迴避的婦運立場性
工作與警察

酷兒：理論與政治

中央大學性／別研究室出版（1998）

「酷兒」（Queer）是不符合主流性規範、抗拒主流性道德、跨越性別的怪胎。

「酷兒」泛指同性戀、雙性戀、變性反串、跨越的異性戀……。

「酷兒」不是正常的同性戀，是變態偏差的同性戀。

「酷兒」的現身是妖精出洞，魔怪現形，以歡樂和挑釁的方式現身，卻不以悲情妒恨來壯大自己。酷兒絕不含蓄。

「酷兒」是鬼魅魍魎，是性的不法之徒，是性異議份子，是性左派。

「酷兒」是驚世駭俗的運動策略、也是桀傲不馴的實踐，以高亢的聲調肯定自我，拒絕被主流社會同化。

本書包括酷兒理論家賽菊菴（Eve Kosofsky Sedgwick）應邀來台發表的兩篇論文：〈如何將孩子教養成同性戀〉與〈情感與酷兒操演〉；以及台灣酷兒論述的歷史文件「酷兒發妖」，及第一、第二屆『性／別政治』超薄型國際學術研討會論文集。

目錄

<酷兒性別教育>

如何將孩子教養成同性戀

<酷兒政治入門>

Eve Kosofsky Sedgwick 簡介

什麼是酷兒？

<台灣酷兒歷史文獻>

酷兒發妖（座談會實錄）

<酷兒理論與政治>

情感與酷兒操演

罔兩問景：含蓄美學與酷兒政略

怪胎家庭羅曼史

性解放思想史的初步札記

痛之華：五〇年代國共之間的變態政治／性想像

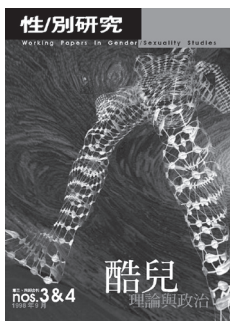
從左翼到酷異：美國同性戀解放運動的「酷兒化」

<酷兒全球化／女性情慾烏托邦>

欲望隱形轟炸機

貓兒嗥聲的媽媽國

從女兒國到酷兒國



性侵害、性騷擾之性解放

中央大學性／別研究室出版（1999）

過去女性主義只強調「性騷擾性侵害的性別解放」，認為性騷擾其實就是性別歧視，性侵害即是性別壓迫，故而性騷擾性侵害需要性別解放。但是主流女性主義的性別本質論忽略性別的內部差異、固定化女性受害位置、製造階級年齡種族情慾的壓迫效應、勾聯國家暴力進行社會規訓、迫害下層弱勢的性少數與性異議。故而主流女性主義的性騷擾性侵害論述不但不能達到性別解放的目的，反而更強化了原有的性／別主體建構，使男性的加害慾望增強、使女人更無力抗拒、使國家更能介入身體與人際關係。主流性騷擾性侵害論述之所以能夠如此操作的關鍵就在於：主流論述充滿了性歧視與性壓迫。因此本書主張，性騷擾性侵害需要性解放，需要積極串連性別、階級、年齡、種族以及公民政治，顛覆地操作各種性部署，甚至解構「性」本身，將「性騷擾性侵害」與其他各種形式（如年齡、階級、性別、性偏好……）的「騷擾侵害」相提並論，以激進化彼此的反抗策略。



目錄簡介

《被學生控告性騷擾的女性主義教授》，Jane Gallop 廣受注目的著作全書翻譯

「性騷擾性侵害與現代性」以全新角度探討性騷擾性侵害

西方女性主義戰將 Lynne Segal 的兩篇長文導讀讓你全面掌握此一議題

批判台灣兒童保護團體的「兒童性虐待」論述

為什麼性騷擾必須性解放？為什麼性侵害需要性解放？

菲律賓同志理論家 Jose Neil Cabaro Garcia 分析同性性騷擾、校園性騷擾

美國法學家 Janet Halley 探討「同性性騷擾立法」，搶在英文版發表前刊出

目前台灣性騷擾立法論述的檢討與批判

吳敏倫探討香港性騷擾立法

兩位性侵害當事人的反思自述

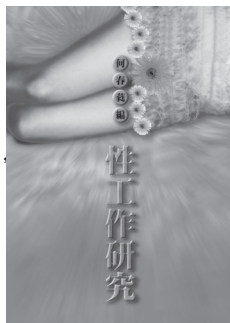
豪爽女人何春蕸的〈防暴三招〉以及其他二十多篇精彩文章！

性工作研究

中央大學性／別研究室出版（2003）

傳統的娼妓研究過去在支撐政府掃黃廢娼的政策和執行中提供了許多助力。這本書裡收集的論文則是 1997 年台北公娼抗爭帶動台灣社會重新思考性工作之後成形的。

值得注意的是，無論在田野描述或理論思辨上這些論文都和前一代把賣淫當成社會偏差行為的娼妓研究有著非常不一樣的立論眼界和自覺的發言位置。不管是台灣掃黃廢娼的階級性別政治內涵，或是已經深入政府法律結構的年齡政治，或是女性主義陣營中已經面目清晰的中庸路線，或是新瓶裝舊酒的反娼新論述，都需要性工作研究進一步的觀察和具體分析。因此，在研究進路和觀點上所呈現出和傳統娼妓研究大相逕庭的視野，也將使得本書成為研究性工作的開疆闢土之作。



目錄

< 性工作新局 >

- 自我培力與專業操演：與台灣性工作者的對話
- 性、權力與鋼管辣妹 Pub：一個田野的觀察
- 酒店男公關之研究
- 「做」與「賣」：從「交易」與「交換」看性作為一種生存策略

< 香港性工作 >

- 香港妓權運動的啟蒙
- 香港街頭性工作
- 性別與社會組織
- 情慾與權力：施叔青《香港三部曲》中

的情慾與性別互動

< 台灣公娼 >

- 台北市公娼空間之再現：木屐、密道與七塊錢的故事
- 公娼對工作之自我認知對生活及工作環境的影響與使用

< 女性主義／性心理理論 >

- 娼妓、寄生蟲、與國家女性主義之「家」
- 位移與游動：菁英女性主義「家園」裡的貓狗蒼蠅
- 娼妓研究的另類提問

跨性別

中央大學性／別研究室出版（2003）

在一個宣告性別平等建制化的年代裡，充斥多元性別符碼的商品影像文化似乎提供了另一個鬆動性別藩籬的強大力量。然而無數堅持性別認同的身體卻仍然持續以其肉身揭露性別體制的深刻箝制。

這麼看來，以異性戀女人為主體的性別解放其實只是爭取「兩性」平等的婦女解放。因為只有當跨性別得到自由平等時，才能有真正的「性別解放」。事實上，跨性別運動的發展將促使「性別」這個概念逐漸失去原有的文化效應。

台灣跨性別主體的生命抗爭，加上世界知名跨性別作家費雷思及其愛人的跨性別運動經驗，架起了跨性別的藍調吟唱。一個充分操弄性別符碼但是無法單純以性別來歸類或想像的人種正在萌芽中。



目錄

<跨性別主體>

認同的「體」現：打造跨性別
變性慾症患者變性手術後的身心社會
適應
「性／別壓迫」：跨性別主體在台灣
Brandon Teena 資料庫
表演、Bakla 與東方主義的凝視
解讀台灣綜藝節目「反串模仿秀」的
性別文化：以《台灣紅不讓》的〈變
男變女變變變〉單元為例
網路酷兒再現娘娘腔
跨性別美學初探：晚期現代性與漂浮
的性感

<跨性別運動>

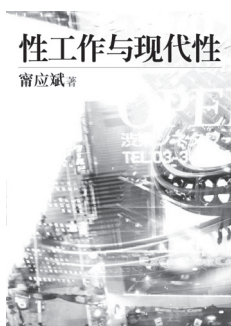
在奮鬥中浮現的跨性別
我們都是正在成形中的作品
我們正在創造歷史
性別謎題
婆女性主義：網路專訪樸蜜妮
叫我跨性人
跨性別主體與性別解放運動
T 婆的跨性別藍調詩
跨性別運動對女性主義的挑戰

性工作與現代性

中央大學性／別研究室出版（2004）

性工作為何會（或不會）造成出賣自我與異化？這個問題其實可以回溯到「現代雇傭勞動或服務工作為何會（或不會）造成出賣自我與異化？」這個更一般性的提問（這是黑格爾等人在雇傭勞動開始普遍化時期所關注的問題）。現代各類型的工作（特別是在發端期與非完熟期）也是充滿了工作者的自我被佔有、隱私被侵害、公私界限難以維持的異化風險。本書認為服務工作者或顧客的自我隱私被對方佔有，乃是透過實際的人際互動技巧來達成的，高夫曼（Erving Goffman）的問題意識「性工作者如何在陌生人面前呈現自我？」在此提供了關鍵性的說明。但是這樣的一種現代人際與自我現象還需要更廣泛的脈絡解釋，亦即，服務工作者與顧客雙方為何能夠在互動中維護私密自我與隱私、為何能夠動態地操作公私界限，乃是關乎現代社會的一些宏觀趨勢或結構性條件如何形成了現代自我。本書〈序論〉列舉了五類造就這種現代自我的現代條件或趨勢動力，由此一般地說明了現代性工作中自我問題的脈絡。就此而言，現代性工作之所以能夠不會造成自我讓渡，並非個別性工作個人的獨特性質，而是深刻地根植於（晚期）現代的社會條件與趨勢動力中。

本書〈再論〉對性工作的互動過程的各個面向進行了一個高夫曼式的詮釋分析。許多看似特殊的性工作現象（過去經常被其他研究者詮釋為性工作的異化、不倫、受害…的表現），現在則被本書重新詮釋為：性工作者運用一般人際互動的普通日常技巧與現代組織常見的管理規訓技術，來維護有利工作順利進行的例行化方式，以及維護自我的疆界。易言之，性工作者之所作所為，其實只是當代服務業普遍的實踐方式、或現代人的一般互動方式，毫無特殊之處。這個高夫曼式的詮釋分析架構將性工作的問題放在當代批判的社會理論的中心，處理的正是社會理論的一般問題（勞動過程、公私領域、現代組織的理性化、現代自我、規訓與監視等等）。（本書以簡體字出版）



身體政治與媒體批判

本書試圖批判地檢視一些流行的標準觀點，例如：「從刺青穿洞染髮到奇裝異服等等青少年通俗文化只不過是商業利益對青少年的剝削利用，女人的瘦身減肥則是性別支配的結果，而媒體則是剝削與殘害青少年與女人的重要制度」。針對上述說法，本書從一個嶄新的分析角度提出下列問題：

身體作為權力爭戰的場域，其自身的物質性是否足夠頑強而能抵抗權力的形塑？這個物質性是生物生理所構成的嗎？能夠形塑或影響身體的權力，除了來自性別、性、年齡、階級、種族等等為人熟知的面向以外，其中是否還有強大的現代性動力趨勢？媒體在這個身體形塑中的角色功能是什麼？權力以何種不同的策略來管理主流常態身體以及邊緣偏差身體？公共呈現與公共空間如何排斥偏差身體(如肥胖的身體、刺青穿洞的身體、裸露的或性感的身體、不道德的性身體、畸形醜怪的身體、死亡的身體)？目前對於媒體的批判或監督，究竟是為了批判主流身體，還是為了排斥偏差身體出現在公共空間與公共呈現？到底什麼才是具體顛覆主流身體霸權的多元化策略呢？

ISBN 957-01-8748-4



9 789570 187489