

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