

破

週報

3589723401828504329867385

1995

THE POTS VIEW



這個星期，中國時報主辦了「跨越二十一世紀青年百傑」獎，動用了兩天頭版，鉅細靡遺的宣揚此次活動的意義、評審過程的嚴謹、評審感言、得獎者介紹等等，並以「一時之選」的標題配上五十傑的堂皇玉照，為世紀末的人民留下明日之星的歷史證據。

而寶島上尚未進入歷史的子民們，卻泥身於高失業率的恐慌、泥身無處發言的苦楚、泥身在成人偽瞭解的退火論的言說中、泥身在政治文化老化的困境中，而彼端的前行者，卻張量好了盛宴、放定了眼光，為了培育未來的領袖人才、迎接二十一世紀挑戰作接班人選的肯定。

POTS 想說的，這不只是寶島上的故事而已。近來美國企鵝出版社出了一本：「REOLUTION X — A SURVIVAL GUIDE FOR OUR GENERATION」。這是在 1992 年十月間，上百位的年輕學生、教授、工人、餐廳小弟小妹，聚集華勝頓，要求國家領導者停止毀滅他們的經濟前途，之後集結的一本求生手冊。這個泛指美國

第十三個世代（1961—1981 出生，也是所謂的 X 世代），擔心不止經濟未來，也包括他們自己社會前景。此書多半指陳出美國政府在國防武力、福利政策的預算，遠遠超過對於教育、幼兒的預算，及青年放棄政治參與導致的惡果，於是建議所有不愛投票的年輕人，都重新考慮民主政治的可貴，不要放棄自己參與改變的權力。

這是一個年輕族群對老年化國家的抗議。而即使社會基礎差異很大，每個國家的世代張力都在，都在相對的抗爭中塑造自身主體性。對於台灣的年輕人而言，政治的參與不但重要，POTS 更呼籲在文化上的投票，妳的每分選擇都可撼動一個「現實」。當妳站在高速公路上一輛五十噸的卡車即將壓過妳時，妳可以閉眼希望卡車失誤，但也可以轉身逃離。

在解嚴後的世代裡，還有企業霸權效仿「十大青年」的健康樣本，而宣稱是回饋社會的一種公益，這也許是第一步我們要作的事，想想霸權應該奉獻些什麼吧。

接管世代的權力

第六期 隆乳的豐臀的老了也不會下垂的



來函照登

師生戀練習曲

長久以來，師生戀一直可以做不能說的實質型態存在於校園內，不同於六十年代悲情的雁容和康南，新世代的新戀情，自然展現了一種完全拋棄了前現代沈重背德的包袱之嶄新型態。

若身為當事人且有自覺的女生該警敏地知道這是投身職場前的情感、性別、權力競爭與消長最佳實驗場域，是一場正式進入這個性別權力仍然不公的賽程前最赤裸激烈的熱身操。

教室中的權威是因國家機器統治的需要而刻意累積雕塑的，社會中女男的形象亦從來不是什麼自然天生的，師生戀是同時顛覆粗暴的校園權力網路和最細緻的性別愛情角力遊戲，最快、狠、準的一條畢其功於一役之管道，是最獨立作戰最個人的小規模學運。

不可否認，這是具有高風險和高難度的競技，弔詭之處在於妳若無能瓦解它即被它瓦解；假設

老師為男性又具有更高的社經位置，照著他設定的遊戲規則，籌碼較少的妳必須步步為營；當下的昏眩和感傷必須及時清醒，節制過度的濫情，使用敏銳的心智，獲勝的唯一可能只有改變規則，成為公平的競賽。

改變規則的唯一條件即是務必保持完全獨立的主體意識，成為彼此尊重勢均力敵的雙方，不論如何繼續，哨聲結束後，妳因此而能獲得最大最多的成長。

戳破女孩們對於性別與愛情過於簡單浪漫的幻想，師生戀不失為極佳方式，非關道德，而在於個人是否有足夠的聰明、能力、擔當和勇氣承受可能發生的一切好壞，即使幻滅，亦是成長的開始。

旁觀者清，當局者迷，以上是給許多身陷其中的女孩們一個有益身心的禮物，受者是否貼心獲益，則不得而知，而仍祝妳多些好運。

這是關於上期專題中師生戀的一些延伸和感想。

島本綠 台北



來函照登歡迎各位愛耍嘴皮、辛辣犀利、愛亂丟燒夷彈的左派新人類來稿，每篇以六百字為限。舉凡批評、讚賞、反對、痛罵、崇拜在破週報發表的文章皆可。舉凡對台灣社會主流但無理的新聞評論皆可。舉凡對媚俗世界或是前行輩的作法忍無可忍，皆可來稿，本報一經採用，絕不刪文。至於稿酬，可獲得市面上不易買得的破週報一個月份。來稿請寄至台北市木柵路十七巷一號(台灣立報)收，或傳真：2367674，或以電子郵件寄至 lihpao@cc.wcjc.edu.tw。無論哪種摩登形式，請註明(破週報來函照登)收。

破週報是青年的租界，歡迎你來佔領。若是你對音樂、表演藝術、電影、美術、資訊……等有興趣，想要發表意見的話，請將稿件附上姓名、地址、電話、及身份證字號寄至木柵路一段十七巷一號(台灣立報破週報)收

破 POTS

The Voice of Generation Next

1995 年九月三日創刊

社長/發行人：成露茜

總編輯：黃孫權

文字主編：王錦華、李安妮

美術主編：王以蒨、羅文祥、李瑩芝

電腦特效處理：施朝祥

文字記者：陳香君、劉佩修、賴彥穎、

萬蓓琳、林秀麗、薛常慧

攝影記者：丘德真

特約撰述：張釗維、張育章、溫安中、

粘利文、黃新高

業務部副總：陳星吟

廣告：秦祖誠

分類廣告：段愛蘭

發行：王松齡

台灣立報週日版

行政院新聞局登記版台報字第 00 八五號

中華郵政北台字第 277 二號

執照登記為第二類新聞紙類

每週八張五十元

地址：台北市木柵路一段十七巷一號

電話：(02) 2367116

傳真：(02) 2367674、(02) 2367327

訂報、廣告專線：(02) 2366221

EM Address: lihpao@cc.wcjc.edu.tw

劃撥帳號：12283295 戶名：台灣立報

國內零售定價：50 元

長期訂閱(至十月底)：一年(51)期

1530 元，半年(25)期 750 元

合訂立報，每月 300 元，一年 2880 元

封面製作/羅文祥

破週報第六期內容目錄 BEAUTY COSTS GENERATION

專題 FEATURE

美體帝國瘦身子民 11 — 18
美體帝國 12
假如它建立在謊言上 13
現代女人的緊箍咒 14
女人淪為美夢奴 15
我的肚肚蠻性感的 16
看到這些廣告很吐血 16
塑身的十九種理由 16
男同志瘦身，見怪不怪 17
美體帝國 18

文化大廟口 ARTS

視覺實果 FINE ARTS

歡愉包裹的民進黨黨慶 04
藝術的底盤——樓作品簡介 04
來玩玩政治 04
委屈了藝術家 05
為何另類畫家見光死？
—訪「拔粹畫廊」葉曄 06、07

音樂豬耳朵 MUSIC

自己搞歌主辦人手記 08
「非爛片」試聽會
—評張洪亮的「老子有理」 08
SCUM 改頭換面 09
B — SIDE 重新開張 10

性識大觀園 GENDER & INTELLEC- TUAL LIFE

資訊鐵板燒 INFORMATION CULTURE

媒介隱喻的多重辯證 21 — 23

一鍋

大事

看似家常便飯，其實政治就在盤中央

■九月二十八日 教師節，台大慶祝萬聖節？

台大為慶祝教師節，衆桃／黃／黑色鬼臉大現形，激情演出「呂安妮事件」。編劇想像力豐富、功力深厚，竟揉合考試不公、師生戀、變態文抄工以及台大台塑大對決。真是精彩萬分，連瓊瑤都自嘆弗如！孔廟的無聊的祭典算什麼？台大的才過癮！

■九月二十九日 中國／台灣統獨問題，國際也瘋狂？

中共導彈一把火，燒到美國？克、錢會面，重檢台灣關係法，利字擺中間、義字拋腦後，爽就好！有此默契，錢其琛當然敢在美國的土地上大聲帶動唱：趕快結束中台分裂局面。除了柯林頓，布希、戈巴契夫、柴契爾也都紛紛投入，民主人權演唱聲中流露的都是自己的利益，干台灣利益啥事？可笑太多人仍仰望大國的早時雨，滋潤自己的田地！



資訊資本主義之聲？
WIRED 的反擊 24

社運小蜜蜂 SOCIAL MOVEMENT

是誰要你作自己的主人？ 26

知識檳榔族 ACADEMIC LIFE

為運動尋找另類出路的關河鳴 27
與文化公園共舞 28
研究生手記一
無業學生愛恨論文問 29

兩性決明仔 GENDER ISSUE

不安於室的基層女教師 30

酷兒愛玉冰 QUEER

落實性傾向自由權
—加大將開設的同性戀與雙性戀課程 31
紀實的同性戀報導 31

以出的 POTS
(試刊號、第一至四期
直接劃撥本社，九折優待)

試刊號：音樂政治與青年文化
(定價：30元)
第一期：墮胎的一百種態度
(定價：50元)
第二期：夏娃的藝術
(定價：50元)
第三期：台北國際後工業藝術季
(定價：50元)
第四期：好玩女人
(定價：50元)
第五期：學生萬歲
(定價：50元)

■九月二十九日 台灣現在流行恐怖主義？

包圍有理、恐嚇無罪？數百輛計程車一起到市政府納涼、散步兼喝茶，順便要浮動的阿扁收回成命，盡快調整計程車費率。這招連鐵齒阿扁都不得不屈服，馬上宣佈十月三日開始調價。誰叫年底要大選呢。消費者，你就自求多福吧！

■九月三十日 打造台灣史榮登全台熱門金榜榜首？

本土颯風以強大的風勢，掃蕩全台。繼一連串台灣百年史研討會之後，本週又在推出戰後台灣五十年攝影史，又吸引了人潮湧入國父紀念館。看官們，別被攝影的寫實主義騙了，想想「不真實」的照片背後「真實」的重塑歷史記憶的目的吧！

■十月四日

美國法網連續劇「辛普森」，終於下台一鞠躬？

因「辛普森殺妻疑案」的世紀大審判，日日夜夜慘遭媒體疲勞轟炸的美國人，他／她們的靈魂終於可以安歇了？現在美國人關心的是：媒體一下子少了好多賣點，從殺妻、私生活、運動記錄到法庭的種族問題；而觀眾恐懼也患了這種「後辛普森症候群」，突然少了個對象可以耍嘴皮子、賭啤酒了。辛普森是不是殺了妻子，很重要嗎？「辛普森殺妻疑案」真的結束了嗎？



▲鄭捷任之任人剪髮行動 攝影丘德真

歡愉包裹的 民進黨黨慶

文\宋文秀
(政研所學生)

「笑吧！歡愉也是一種堅持；民進黨九週年黨慶，要讓台灣快樂起來……。」這是民進黨為了慶祝創黨九週年在報上刊登的廣告詞，它似乎也傳達出民進黨在九月三十日於中正廟舉辦「普渡一九九五潤八月暨黨慶晚會」所意欲創造出來的氣氛。

這樣的包裝和理念當然是有企圖心的。面對潤八月的魔咒，他們以節慶的方式來處理，表示出自己對台灣未來的信心——當然也告訴民眾這個政黨對台灣土地的熱愛，甚至是執政的可能性。更重要的是，民進黨透過這場嘉年華會，塑造出新的政黨形象意謂著他們將要揮別悲情，卸下無比沉重的負擔。

當然，某種程度的改變對一個日漸成熟的政黨是需要的。在民進黨自黨外時期到今日的過程中，曾歷經兩次較為顯著的改變；一是許信良任黨主席時使選舉變得世俗化，破除了政治參與的神秘

化色彩，使選舉從儀式走向生活；二是陳水扁參與市長選舉到九週年黨慶時展現的形象和訴求的變化。未來我們將發現這兩次激盪落在民進黨發展史的影響力。

但在歡樂的氣氛中仍可嗅到矛盾的氣味，它出現在於黨領導人（公職和黨務主管）和民眾（尤其是年輕選民）之間政治觀的落差。這非指其不得民心，而是民進黨的政治人物往往為了往往為了鞏固基本支持群眾而忽略開發的可能，使其就算揮別悲情卻仍困於既有格局的限制中。也許，彭明敏在第二階段公民初選的勝利反而是種警訊。

一個老是訴諸悲情的政治團體只會滿足於憐憫和同情，既無法創造出更大格局的可能性，夠會失去鬥爭的意志和力量。就這一觀點而言，民進黨創黨九週年晚會中所營造出的形象的確具有相當程度的正面意義。

文\魯蛋超人(自由“作”家)

文\冷光(活動總召集人)

藝術的底盤——樓的作品簡介

□號式的字條四處散落，這是方采欣詢問著普羅大眾：藝術是什麼？

歌艾他說，他的族群命運試著他維持一個開放的態度看政治。

野人認為學運份子，有抹黑任何人的絕對自由。

阿咪對土地的直覺感情，成為孵卵石的合理動機。

冬冬用同一樓鷹架的羽翼，將這個社會起飛，之後的部份，要去問善於隱蔽的她。

鄭捷任之任人剪髮的行動，以及林子建形塑的防腐聖殿，都是既個人又是政治的多重嘲弄。

吳燦政在地上用石膏粉末堆砌的箭頭，是想跟庶民百姓開個玩笑。這如同張力仁以警戒的黃膠布，封鎖大門出口一樣，是有溝通上的難度。

柳菊良的掙扎與再出發，是從不為人知的角度開始萌芽。

小畢是要人脫了鞋，在黑布袋裡禁語。

曾亞賴虛實相錯的空間，不得不讓人自己照照鏡子。

黃昶憲的蘭草從一樓外銷到三樓，一樣的是如同他本人的純樸敦厚。

冷光的簽名連署是在歷史與土地的流行語彙中打轉。冷光的社運左右轉，是用花布幕表現社運現時在光鮮外衣內的困境。

冷光的弱勢者發聲把乞丐討食的場景，大紅特紅的一如諸多時下的慈善事業，繼續需要人民快樂的施捨。冷光的溫柔，是掛著滴水的男用紙內褲，以及其他有關情愛歲月，淚水與笑靨的累積事物。冷光的被神聖化的純垃圾，是跟許熟暖的積木一樣，是給大人、小朋友玩玩的。林淑蕙的電扇，最後也是給大夥涼快的。

來玩玩政治

當初接到這個案子時，心中是百感交集，一方面總覺得有些不對勁，當然不關泛政治化，而是我們被安排在金字塔的最下一層樓，整個感覺是很壓迫的，又有些像是一艘船的底艙中的奴隸，可是卻也是活力最充沛的。

在現場裝置時來了很多朋友、學長姊、藝專的，還有一些我不認識的，有如菜市場般，因為這層樓塞了很多人的作品，而且大部份的作品都被封鎖在一個小地盤中，好像台北人企圖在某些小空間去壓縮出自己的體態，所以在現場的許多創作者都不約而同的有此傾向。

台灣藝術學院的張力仁利用黃色塑膠布纏繞了整個空間，極具震撼且又令人覺得空間的關係很緊張。畢瑞玫的作品是用一大張黑布作成一個可以簡居的場所，企圖在混亂得空間

尋找一個自我沈澱的住所。

現場的作品之間不斷展現了彼此消長、牽制、凸顯的張力，我的作品是以曾經是學運參與者的觀點為出發點，同時反諷學運學生作為。在一個半封閉的5x5的空間中，再度利用了封閉的屬性，強調了被愚弄和自我形塑出的學運光芒，因此使用了一大堆假百合，而我隔壁的朋友，則用麻布把所有鋼筋外露的部份全都捆綁住，並且在僅3.6x5的空間裡做出了一個小房子。

同樣互相牽制的類似情況，在整體一層樓產生極度的壓迫的效果，而不似二、三、四、五樓寬廣的空間使用，並有另一種較整體的美術作品。當初相較之下第一層樓的創作者反而較像是不按牌理出牌，玩一種體制外的遊戲。對我個人而言民進黨慶是一個很爛的的展演，但我卻利用這樣的空間玩的很爽！

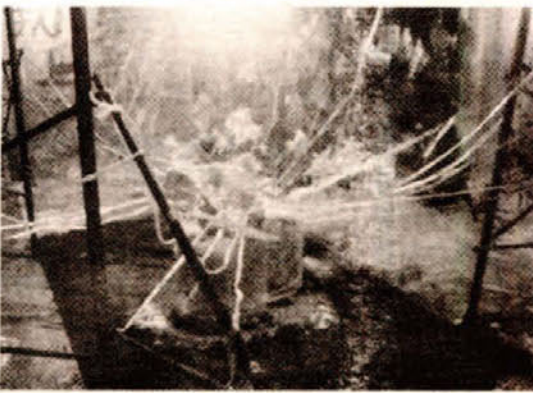


▼程文忠作品 普及福利
攝影丘德真

▼張力仁作品 封鎖禁區
攝影丘德真



▼野人的作品 愚弄野百合的精神 攝影野人



視
覺
賓
果

文

04

委屈了，藝術家



精神堡壘 陳凱璜作品 攝影丘德真

文/廖倫光

綠色金字塔在中正廟的廣場內，正經八百的升起。沒有閒雜人等，沒有裝置藝術，只有在黨的五大號召環伺下，讓人民雪亮的眼睛，看看藝術還能為人民幹些什麼鳥事！當然，最後的最後，人民是被打敗了的，雖然僅僅只有十二個小時的活動，高聳的藝術殿堂，依然聖潔不可侵犯。也就是說，明明大門是開著，偏偏你就是走不進去。

委屈了，藝術家。藝術工作者在一天下來辛動的通力合作，為的到底是什麼原由？是取得與政治機構，某些意識上的契合？或是豎起藝術反收編，卻貌似自淫的沙文旗幟？或者只是玩玩罷了！

夢交付的任務，藝術家們乖乖的執行著。五樓的葉介華、李基宏、歐佳瑞是以廢棄的影帶，相互攝映中的電視以及 V8 攝影機，象徵媒體的自絕與封閉，形成媒體生態現有的危機。四樓是邱顯洵使用金恐龍、黑恐龍交媾的叢林景象，做為反金權、反暴力的主題訴求。三樓的黃文浩是以教育改革及南海危機為素材，放置著內承假娃娃的試管，綠色雞蛋，鉛製鯨尾等物件。二樓的程文忠接的是改造經濟兩個項

目，他是以生態的觀點，取擷海洋國家的象徵物，如蕃薯、米、貝類等組合表現的意念。他們都適切的反應了，黨的競選綱領的各項子題，而且有其一定水準的語言精準度。等於是把正常人民，在博物館、藝術學院、另類場域等機構內所看到的優秀作品，搬到這麼一個政治語彙充斥的場域裡來。至於精緻藝術品味與媚俗文化之間的矛盾，以及藝術在特殊時空下，形成的角力儀式活動，所謂的藝術家與人民的智慧，不知又是怎麼個想法！

我負責一樓樓面，理念上的大樞框以及人際網路上的部分雜務。所以，我若數落什麼，也不會有人相信的。

這樓層是由二十二件物件隨意拼組的一件作品。連我都不知道是怎麼找來了這十八個人類，樓層的主題是社會，這不是黨的任何一項號召或者主題，是我認為，陳凱璜或是民進黨，以及社會允許的生態空間。

任何負面的管理，可以造就正面的智慧。二十一號從黨部回來之後，我就把方榮欣、林冬吟跟我負責

的一百坪的區域，改成一個人名為社會的案子，把有限的資源給任何需要機會以及學習社會互動的人民，我想這樣的主題，可以讓藝術擴充大一點來談。以下是我二十六日的提案說明。

「這裡被快速的建構一個社會。議論一個集結的共治場域；議論一組正當的號召名義；以及與政治關係的再思索，再判斷，再累積。這裡不是所有，只是片段；不是啟發，是比對；不是迷宮，是社會。」

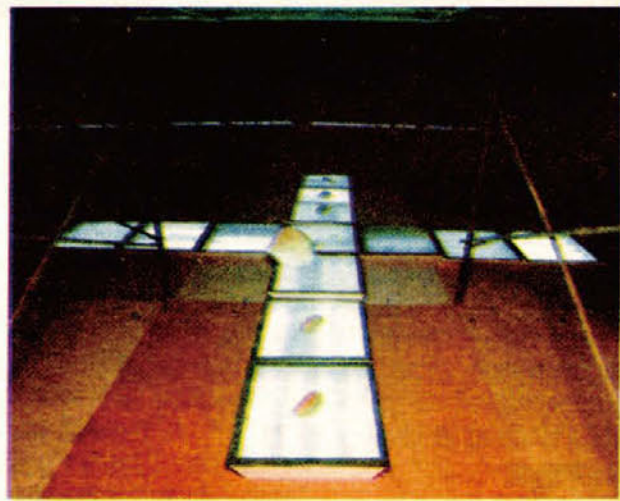
我們之中，有三位曾經做過裝置的東西，其他絕大部分的人，一時都不知道要做什麼。我也在地下電台、廣播中呼籲，管你懂或是不懂藝術，反正是來者不拒；「雖然號稱是藝術，說難聽一點，是政治的附屬活動。……我不相信藝術家，也比較不相信創作，可以改變的，反而是藝術家。在中正廟的平地上，突然蓋起一個五層樓的社會。……考慮到別人家的立場，遷就或者反對，或者河水不犯井水，都可以。……目前的社會就是這樣子

，有正面的，有負面的，有更多活力的，而這種潛力，有種不穩定漂泊的性格，在尋找它沈澱的地方。……尤其選舉快要到了，配合這樣的活動更可以尋找藝術的獨特性，或者是藝術與政治的關係，或者你如何去反政治，這都可以去試試看。……這都是一個社會的機制或者互動過程，但這種玩法可能以後都不會再有。」

內行看門道，外行看熱鬧。今天難堪的工寮，在三十號一過，還是一樣是中正廟廣場內的一塊平地。任何人民對綠色金字塔的期望落空以及不解，只能解釋為，整體民間社會的能量以及網路，還有很大的空間，等著人民去行動。也許如同我跟陳凱璜所說的，這裡只是東西，沒有作品。



葉介華、李基宏、歐佳瑞作品 - 媒體改造 攝影丘德真



程文忠作品 - 改造經濟 (攝影丘德真)



畢瑞政作品 - 鏡語 (攝影羅文祥)

視
覺
賓
果

文
化

05

為什麼另類畫家



▲吳松明，吃雞，版畫，1994。
(圖/葉曄提供，丘德真翻攝)



▲吳松明，版畫。
(圖/葉曄提供，丘德真翻攝)



▲江厚福，是不是門神？
(圖/葉曄提供，丘德真翻攝)

◎另類畫家、畫廊難以生存於台灣市場

不管你/妳是不是經常看畫廊、美術館、閱讀藝術新聞，你/妳大概很少聽或看過何季諾、江厚福、吳松明，更別說知道他們的作品品質很好、觀念有趣（請參看附圖）。不過這應該不是你/妳孤陋寡聞，因為他們的畫很少在大家比較有印象的展出空間或媒體曝光。

他們有一個共同的特點，就是都曾經在台北拔萃畫廊（91年4月—95年1月）有一兩次展出的經驗。造就這樣機緣的就是拔萃畫廊的老闆兼小工葉曄，那個在今年台北後工業藝術祭中，和摩斯拉一道全裸演出、令人刮目相看的男子。

由於畫廊是營利事業，能夠在一般畫廊展出的多半是前輩或成名畫家，以免找不到買主而經營困難。葉曄基本上同意畫廊的經濟需要，但是並不同意一般市場選人選畫的「錦上添花的吹捧邏輯」。因此，他選的畫家大部份沒有名氣、非科班出身，而且多半年輕（江厚福35歲、吳松明30歲）或者是年紀稍長（何季諾40歲），但卻一直不被容納進一般展演系統的人。他們的作品品質要好、觀念要新，以及要具有強大的陳述力，能夠誠懇地表現發自內心的對生活的感想與回應。

但是，儘管何季諾等人符合葉曄嚴謹的藝術目標（而這似乎也符合藝術作品的應然狀態），他們的作品仍然不獲青睞，更不要說他們能夠紅到像前幾年來台的范曾一般，擁有高知名度、浪漫傳奇與觀眾爭相採購作品的尊榮。他們仍然得靠打工、教書來維持在藝術上的創作和理想。

作為另類畫家展演舞臺、熱切為美術界呈現多元面向的拔萃畫廊也不好過。除了嚴重虧本之外，葉曄也因業務繁雜、一人包辦太過疲累，決定結束拔萃，到陽明山做工去。

面對好畫家、畫廊不為大眾接受，並在市場運作的邏輯下被淘汰的境況，我們要問：若以何季諾、江厚福、吳松明為例，究竟是什麼美學意識型態、社會機制造成這樣的現象？

◎作品難被理解，是票房毒藥

葉曄表示，畫家的作品很難被了解。看不懂，大家就很難接受，當然票房不佳。但也有

觀眾看不懂但畫家還是成名的，像吳炫三就是例子。他認為吳炫三的作品本身陳述力不夠，但捧他的人有策略的在運作。他們從非洲運了一大批文物雕刻來台灣，在歷史博物館展出；旁邊就放吳炫三的個展，雖然表面上看起來這兩者是不相干的。當時黃春明就曾在參觀留言簿上留下精彩的評論：「畫這種畫何必到非洲去？」

為什麼觀眾會看不懂，葉曄認為台灣僵化的教育要負很大的責任。他說有一次他在鄰近三軍大學的大直辦展，連續三個軍官走進來，問了他同樣的問題：「這些畫在講什麼主題？」他當時想，看不懂沒關係，但總要有不同的不懂吧！問的問題都一樣，令他深刻感受到僵化教育細細化之後的可怕。

因此，葉曄開始寫導覽，企圖帶領觀眾進入繪畫的世界。但是大部分的觀眾還是敷衍的看，他們只是逛逛，而非看畫。他發現大眾難以在他/她們的生活中與美術建立連結關係。

其實，這和國民黨的制式美術教育脫不了關係。美術在傳統認知裡只是飄渺空靈、不沾人間煙火的人文休閒，與生活應該是井水不犯河水；觀看美術的方式端賴文人教養與沈思冥想。這種美學觀強制保留於市民社會當中，剝離了藝術家創作的尺度，也剝奪大眾基於生活體驗理解美術的契機。被美術教育棄養的觀眾，觀看的方式只停留在作品表面上的美不美、像不像。這種理解美術的方式還是很薄弱的，無怪乎逛街的人口總比到美術館、畫廊多，甚至有些美術館早淪為炎熱夏天吹冷氣；早晨黃昏慢跑、休憩的最佳去處。

◎目光所及，皆主流畫派江山

除了傳統美術教育的問題，葉曄認為現下主流視覺藝術充斥整個美術圈和繪畫市場。藝術家、觀眾目光所及，幾乎脫不出主流品味的支配，這更加



▲畫廊界的「另類老闆」葉曄。
(圖/葉曄提供)

速了另類畫家的邊緣化。

由於本土化浪潮不斷沖刷著台灣，尋求台灣認同的需要與日遽增，專門理想、唯美化的台灣農村的印象派風景畫，儼然成為「台灣認同」的代言人。印象派風景畫的品味繼戰後之沈寂再度崛起暢盛。不管是以師範為主的美術教育系統、評審和畫展系統，都是它的天下。

另外，台北市立美術館興起以及政治解嚴之後，指控的、震撼人心、大氣魄的作品形成畫壇的另一主流勢力。這種作品主要為了迎合美術館偌大的空間，未必是藝術家的心在說話。

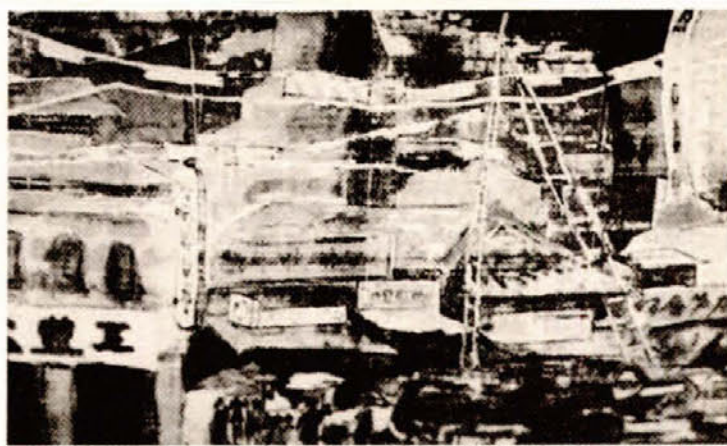
另外也有一些早期出國帶回來一些抽象畫思潮的畫家，像曲德義等人。那種抽象偏向為藝術而藝術，繪畫形式要極簡極純，在經過中國傳統老莊、佛禪的詮釋包裝，充滿了新鮮感和文人智慧的吸引力。他/她們由於掌握了以文化大學與藝術學院為主的教育體系和人際脈絡，這樣的作品在畫壇也具有相當的支配力。

◎另類畫家：主流美學意識型態的罪犯

觸犯主流禁忌或是難以歸類於主流的美學範疇內，葉曄認為這也是好畫家之所以成為異類原因。比如「死亡」，一直是不能被討論的問題，如果畫家畫了這樣的題目，很自然就會被排擠到邊緣的位置。再則，現代的生活日新月異，有些畫新發展出來，現有的美學理論無法解釋它們，它們就無緣被吸納進主流的美學系統之內。

見光死?

—訪拔萃畫廊葉擘— 文 / 陳香君



▲何季諾，市中心，蛋彩絹印。(圖 / 葉擘提供，丘德真翻攝)

何季諾的畫表現了畫家對台北市的精細觀察。他的畫可以說是十足的現代都市風景畫，沒有印象派學院風景畫裡精密嚴謹的畫面結構、四平八穩的顏色所設計出的穩定。他的畫描寫了台北繁華紊亂的市區景象，因此空間擁擠、透不了氣、線條與畫面極度地騷動；他更將粉紅、黃色、紫色、綠色全都用上了畫面，來陳述他對建築物紊亂缺乏規劃、七彩霓虹燈亂照的台北景觀的抗議。

如果你曾經也住過台北，相信你會對何季諾的畫中觀點深有體會與感觸，或者你也會為他所運用的 $\lambda \times \angle \vee$ 形式去配合台北這個 $\lambda \times \angle \vee$ 城市，感到莞爾而會心一笑。但是，他對台灣任一主流畫風的完全悖離，使得他一直不能被接受。

吳松明家住貢寮，附近土地都被核四佔據，整個家鄉的環境都被改變了。他的畫面就呈現一種隔離漂浮的痛苦，表示他跟土地永遠的隔離，不能回歸土地的深刻鄉愁。另外他的畫具有一種很粗糙的質感，這並不是說這畫很粗糙，而是有種粗糙的感覺。一般講到城市，就想到甜美、細緻、乾淨、疏離、冷靜的；但是鄉村跟泥土接近的感覺是粗糙、溫暖，有一種粗糙的生命力。

儘管他的畫表現的感情相當深沈、悲涼，但由於他的畫風不具抽象作品的裝飾性、又不乾淨漂亮；又不若印象派風景畫明白易懂，很難吸引買主。而且台灣的收藏家仍然以買賣美麗的貨品為主，中產階級的癖好要歡愉、甜美，吳松明的東西根本無法滿足他 / 她們。更糟的是，在主流的美學觀中，油畫才被認為是畫。吳松明做的是木版畫，非常廉價，賣完了也不會賺到錢，一般的行銷系統都不會接受。

比起何季諾和吳松明，江厚福的地位就更邊緣了。他的身份是瑞士人，因此他的外國人身份本身就相當邊緣。而且他到了台灣才開始畫畫，不可能像一些舶來大師一樣可以受到萬般寵愛。

江厚福的畫是超現實的。他的畫裡表現了現代都市叢林中人類的欲望、權力的爭奪；死亡（鬼魅）和生命（性慾）的糾葛與消長。他所畫的人體就像一個增值的細胞，像一個瘤無限制地長大，而這就是要我們去面對的這個時代欲望無限制地擴張的危機。正如前面所提過的，江厚福人類潛意識中死亡和性慾的探討，在題材上就已經觸犯了主流美學和藝術消費市場的禁忌。而他畫裡的人體、性器官描繪得非常扭曲、畫面擁塞不堪，對於畫面主題具有相當大的爆炸力和作品整

體的品質純度，但是它們讓人看起來要精神分裂，令人難以接受。

大家若不健忘，最近代表威尼斯影展的畫家侯俊明也處理過表現性慾的題材，但是為什麼江厚福沒有侯俊明有名呢？侯俊明基本上精確地在使用台灣當地的文化圖像，這很容易引起大家的共鳴。而江厚福雖然也能精確傳達出他對台灣文化的感受，但畫中的扭曲，總令人望之卻步。

而台灣的收藏家也習慣用號數而不是品質來計算畫的價值，也就是向吃麵一樣要「俗又大碗」。江厚福的畫自然就不吸引人，因為他的畫都小又不是油畫，一號畫六七千塊，讓人覺得特別的貴。面對這種情形，葉擘就不得不「吐血」，他強調用大筆畫大畫跟用小筆在那裡慢慢畫是一樣的，可是觀眾不能接受。他 / 她們還是用一般畫廊的市場邏輯去看東西，而不是用自己的腦袋去判斷。好作品擺在前面，觀眾看不到，只算計著用麥克筆畫在小紙上的東西不能保存很久、沒有交換價值。

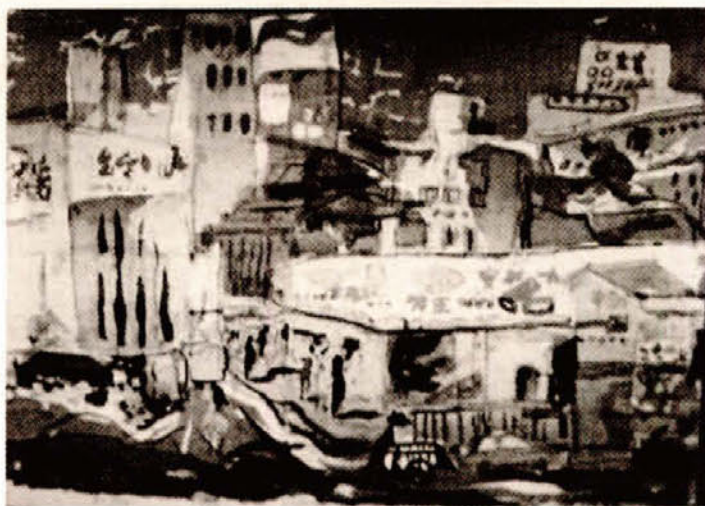
◎畫家、畫廊、美術館、藝評家形成守門員制度

葉擘常聽人說，現代藝術就是看起來很不舒服，不是不痛不癢的風景畫，或是街頭也看得到的浮面社會抗爭，要不然就是人家看不懂的抽象藝術，這都是蠻簡單的分法。

這當然要歸功於美術圈中穩固的共犯結構。也就是說，主流餵養的觀眾胃口缺乏包容力，只能接受某些特定風格的刻板化作品。然後這又反制回來，社會、觀眾要那些東西，如果畫廊、美術館不作這樣的東西，它們也活不下去；畫家也願意或必須作這樣的東西，才能維持專業畫家的開支或也才能獲得畫廊、美術館的栽培與一般觀眾的青睞。於是，這種惡質的情況就在資本主義市場運作的邏輯之下繼續惡化下去。

比如說在目前，油畫還是最好賣，藝術家、畫廊美術館、觀眾似乎有個默契：只有油畫才是畫；而風景就是最受歡迎、最美的題材。但並不是台灣的風景就好賣，如果是這樣那麼何季諾的風景畫該要很好賣才對，但事實不然。因為大家只想要夢幻、唯美的風景，像是攝影的沙龍照一樣的畫，大家才能愉快地接受。這就是整個藝術消費、藝術教育與展演的品味連結後對非範疇內作品的排斥。

但事實上，畫家畫廊美術館媒體的連結不需要特別去排擠這些藝術家，這種邊緣化的現象很自然就會產生，只要他們緊緊地鞏固主流的



▲何季諾，夜市，蛋彩絹印。(圖 / 葉擘提供，丘德真翻攝)



▲江厚福，超現實的食人族。(圖 / 葉擘提供，丘德真翻攝)

東西就可以了。他們一道一道都是守門員，因為他們可以決定什麼可以被報導、什麼不可以被報導或者是不必報導。

美術館背後操控、衡量的東西就更複雜了，比如名氣、關係等等。從北美館的雙年展看來，在這麼多的藝術家家中，究竟誰才能進入美術館？在一樓，除了國際畫展之外，就是成名畫家或前輩畫家，比如說現在是吳炫三的展覽，除了場地是最好的以外，還給他 / 她們出畫冊、經費幾乎都花在他 / 她們身上。而條件較差的地下室就是讓一些年輕的畫家練習一下（品質未定），經費則必須他 / 她們自己籌措。從這方面看來，深具美術圈示範作用的台北市立美術館本身並不能率先脫離上述共犯結構的支配。

媒體的關係就更不用講了，很多記者拿畫廊的回扣幫忙炒作畫家，或是只是照著畫廊給的畫冊

隨便寫一寫，這都是很常見的事。新聞的賣點煽動的目的和畫廊的賣點需求，自然形成一個連結，都形成藝術生態上的惡質循環。

其實，台灣繪畫炒作現象已到大家公認的地步。畫價那麼高，出了台灣根本拿不出去，大家心知肚明，但誰也不敢講。就像股票炒到一萬多點，大家都知道沒那個行情，公司沒有那麼好的營運，大家還是拼命地投入市場。

◎不要另類畫家見光死，慢慢努力吧！

另類畫家見光死，整個美術教育、展演市場、藝術家和觀眾都要負點責任。這樣單一化美術風氣的塑造涉入太多社會結構、資本主義經濟機器運作的問題，非常繁瑣而龐大。難怪明年要遠赴紐約修習美術史的葉擘會說：「我並不想破解這個結構性的問題，只能從點出發，能影響多少人就是多少人吧！」。

視
覺
寶
果

文

化

07

SCUM

改頭換面

文 / 阿鎖



SCUM 演唱會表演現場 攝影丘德真



音樂、表演報馬仔

■現場演唱■ SCUM

10.7、10.14 (六) 骨肉皮、廢五金
10.8、10.15 (日) 禁地、Never mind
10.13 (一)、四分衛、high wire
時間：晚間十點
電話：5313729

■「自己搞歌」演唱會 ■台灣渥克

10.7 (六) 梅世 + 甘亮的曠日廢時組合
10.8 (日) 觀子音樂坑
10.14 (六) 徐清源 + 張勇智
10.15 (日) 棄業青年接力組合
時間：晚間七點半
電話：3676368

■現場演唱 ■ B - side

10.7 (六) Nicole 和 the rice ball 糯米團
10.13 (五) Lady bug 瓢蟲
10.14 (六) Swam pus
時間：晚間十點半
電話：3511607

■世界音樂廠牌 Ellipsis 在台發行發表會■

10.7、10.15、10.22、10.29 在台北、台南、高雄、花蓮各有一場。現場備有視聽片及目錄、產品特賣，意者請早。

電話：9400385、9649218。

★極體劇團〈災難〉

一個小劇場的戲、只有一個演員、想像？現實？夢境？羅曲妃編的、吳文翠演的、在中華舞蹈社
10月7 - 9日中山北路二段48巷10號
(02) 5110598

★由「蕭靜文舞蹈劇場」及「勵馨基金會」合辦的「搶救少女、雛菊行動」

將於十月九日展開，此次行動包括了「反雛妓萬人踩街活動」、「反雛妓七十二小時守夜行動」及「反雛妓下鄉行動」，主辦單位並籌劃了十場以上的裝置藝術及行動藝術表演貫穿踩街隊伍。下鄉行動並將延伸至高雄、台中。

蕭靜文舞蹈劇場：(02) 5110598、5111693

一邊在找 Scum 的時候，一邊心裡在罵，怎麼會有這樣一間得靠口耳相傳才知道的 pub，只能問到大概的地址，在國賓飯店旁的煙花酒巷裡頭穿梭老半天才找著；連上上個禮拜六、日（九月二十三、二十四）的開幕都是很幸運的有人跑來告訴我們，才得以有照片在此存證的。

由於生活裡的一些青黃不接，Scum 的堂皇開幕我並不知道，反而是去 Spin 跳舞（即生活回歸正軌之後）遇到 Never Mind 的主唱，經由他一番眉飛色舞敘述阿峰和阿吉兩人是如何地「草創為艱」把整間 pub 徒手撐起，才後知後覺很想去 scum。

那時正處於 B - side 即要開幕的興奮裡，也不去管他那麼多；不料等到真正去了 B - side，又有朋友翹起大拇指向我推薦 scum 是個好玩、很另類的地方。

未能躬逢其盛，但好險有「訪問」做幌子。

十月三日晚間八點，終於找著了地方。原本應是店面的鐵門關著，左邊像是車庫的地方才是入口（大得有點奢侈的入口，並飾有壁畫），再通過一扇門，就可以進到內部，看到阿峰阿吉辛苦改裝的成果（原本是 piano bar）；舞台、吧台自己釘，牆壁自己畫，桌子是很有創意的輪胎桌，雜亂不堪的地方都用油漆弄得很體面，天花板吊一把圓鋸。

阿峰阿吉從以前的「搖滾陣地」、舊的 Scum 一直到這間新的 Scum 開過好幾間 pub，問他們為什麼會一直做下去，他們說，「沒事做怪怪的。」很多大家熟知的團像刺客、廢五金、瓢蟲、骨肉皮都是在這邊長大的。阿峰阿吉仍然會想找新團，只要有自己的創作的都可以，而找團的方法主要是用「認」的。「像一些 PUB 裡的團，價碼出不起，型態也不太符合，心態也不太符合。... 看到了就去認啊，如果我們需要他的成份比較多，我們就問他，如果他需要我們的成份比較多，他自己就會過來，就是這樣。」

阿吉對目前駐唱的團如數家珍；阿峰

且發表感言：「比以前有明顯進步，但進步的東西還拿不出來；心態上也有進步。想要對團有了解的人去跟團員聊天，聊天就會知道有沒有進步。」

B - side 開幕活動的第二天，阿峰阿吉也有去，因為骨肉皮是 B - side 的駐唱團之一。「那邊的裝潢比較好，但聲音比較奇怪。我們這邊，東西（設備）不是很好，但效果不錯，連外面都聽得到；隔音不好。」阿吉說。

「Scum 是以團在演唱；凌威本身從事廣播，在這（演唱）方面不會做得比我們好，他不過提供一個場子，但他沒辦法參與。他是以團的名義辦了這樣一個（開幕）活動；以前則以 pub 為主，用好的音樂、海報吸引人家，.....」

「咦奇怪，B - side 是店名，還是指狀態；如果是指狀態，那根本就是 A - side。」阿峰抱著吉他說。

接著我問阿峰阿吉有沒有最喜歡的團，不料引來一長串的牢騷。「其實都很喜歡。刺客是 Scum 出去的，以前就這一個，很多人就把希望放在他們身上；可是他們就是 heavy metal 團，就是聽 heavy metal 會喜歡的團。現在有很多團，而理性一點去想，只是不一樣的國語樂團，想那麼多！不要用小籠包的盤子裝漢堡，怎麼裝都是怪；用正常的眼光看，就是不一樣的中文、甚至是不一樣的台語樂團，不必用樂團劃分，太無聊，.....。上次看到《非古典》的「台灣獨立西洋音樂排行榜」，一件很無聊的事情。是西洋歌嘛，就當成是一個西洋的活動就好了。」

問他們要歌詞，他們說手邊沒有，「要看詞達不達意，不達意聽到也沒用。如果情形發展到需要歌詞的地步，.....所以就必需要買 CD 了；總不能去看演唱會，旁邊在打字幕！」骨肉皮的唱片已經壓好了，但十月才會發。

看報導不好玩，還是直接去 Scum 找阿峰阿吉聊天好玩多了。接下來兩個禮拜的五、六、日，都有現場演唱，等到十月十九、二十日，阿吉店長很興奮地預告，將有想不到的特別活動、大會串。阿峰很熱情地說，穿迷你裙免費進場。

ARTIST	ALBUM TITLE	LABEL
1 BJORK	Post	Elektra - EEG
2 FOO FIGHTERS	Foo Fighters	Roswell - Capitol
3 PRIMUS	Tales From The Punchbowl	Interscope
4 SEAM	Are You Driving Me Crazy?	Touch And Go
5 CATHERINE WHEEL	Happy Days	Fontana - Mercury
6 THE VERVE	A Northern Soul	Vernon Yard
7 FUGAZI	Red Medicine	Dischord
8 BUFFALO TOM	Sleepy Eyed	East West - EEG
9 SHANE MACGOWAN AND THE POPES	The Snake	ZIT - WB
10 SUPER GRASSI	Should Coco	Capitol

自己搞歌
——渥克現場轉播

▲陳柏偉在表演現場，唱到最後聽眾也一起上台載歌載舞，場面熱鬧非凡。(攝影黃孫權)

►由台大另類音樂社中的成員所組成的阿榮樂隊，嗓音特殊，與前一晚的表演風格截然不同。(攝影黃孫權)



自己搞歌手記之二

文/歐陽水電

第五場的陳柏偉跟第六場的阿榮樂對有著截然不同的音樂與表演風格。

來自草山的陳柏偉果然帶有「校園草莽」的氣息，一開始以結婚進行曲為基調搞出來的序曲，就充滿了諧謔與嘲諷的味道，當他哼出「黨當當黨當單當…」時，台下早已笑成一團，並跟著他一起合唱。

這首序曲只有三句歌詞，但我因為笑得太厲害，以致記不太清楚字句，只依稀記得大意是這樣的(台語)：你翻開冊，看到一句話：全世界的無產階級團結起來；你翻開冊，看到一句話；翻過來，翻過去，攏是這句話……

陳柏偉把自己的歌唱完時，還走不開，來自工委會與學運社團的聽眾不讓他下台；一直搞到近十點，連蔣公紀念歌(被改編成智障兒童版)都出籠了，才唱完最後一首——國際歌。

相對於陳柏偉簡單的器材(他用了三把空心吉他，是先後，不是同時)，阿榮樂對的就較多變化，包括兩個效果器，一把空心

吉他，一把電吉他和一部卡座。李海主彈空心吉他，鏗鏘主唱，沙啞的音色有著明顯的羞澀與生嫩；表演在「阿榮」這個負笈北上的年輕男孩的故事敘述中展開。李海的吉他風格顯然不是一般耳熟能詳的民歌風，而是帶有另類搖滾與前衛搖滾味道的彈法；鏗鏘作的詞，控訴的味道相當突出，但並不是一種反抗體制的運動式控訴，而是基於個人生命體驗的控訴；其強度，達於虛無的狀態：「我的一天二十四小時只有 BEER (日語)……」聽眾們在黑暗的寂靜中，聆聽了阿榮樂對的嘶喊。

表演在一個鐘頭內結束，鏗鏘說唱完的時候，我還以為他是在開玩笑。散場時，我聽到有人做這樣的比較與歸類：這六場以來，來自淡江(雷光夏與王昭華)、來自草山(陳柏偉)與來自台大(阿榮樂對)的歌手都各自表現出不同的典型風格；這種類似「血統論」的觀察倒是蠻有趣的，或許我們可從隨後的六場表演中來驗證這個命題能否成立。

「祭文」有印象，但當時那張又吵又乾淨，實驗性極強的「祭文」果然「不出所料」地賣的很差，差到轉到滾石二年才被抓出來推出張「美麗新世界」的合輯(合輯！合輯！那年頭真是一大堆！)。還好！他的「你知道我在等你嗎？」「紅」了起來。滾石果然打鐵趁熱的在同年推出了「心愛妹妹的眼睛」，如大家期待地有了好賣頭。但當時我就覺得，射手座的他不當個乖乖牌的(噢！非×典的訪談者似也有同感？)。果然在「新樂園」中出現了，以大量人聲，效果，強烈詞風的「孔子不要打我」接下來的「蛻變」雖仍有著「張」式情歌的「美麗的花蝴蝶」但已可嗅到「有種」的「亂象」。

果然令人驚異、好奇、震驚、新穎，張洪量的「有種」出來了，有大玩文字遊戲的〈原始語言〉，俏皮的〈這個種有種〉，用強有力Tango 罵人獸性難移的〈幹道工〉，炫麗雕飾的〈胡想十八次〉，強烈吉他、貝斯、鼓調成的〈多情的無情的多情〉。「有種」像顆汽球破了般，讓人知道他不是那種固定一年出一、兩張專輯，就隨便了事的人，但原來拿汽球的那個人(那些因他凄美情歌而買他專輯的人)卻可能被嚇到了。

「整個給你(一九七五—一九八七)抒情選輯」於一九九三推出，可能，是上一張「有種」太嚇人了吧！下面的「隨慾」隔了兩年才推出，可看得出他自己可能也和「大家」一樣在自己的作品和商業間打轉吧？並導了自己第一部 MTV 〈難以捉摸你的心〉或許就像他說過自己喜歡的作品似乎在市場上都不太討喜。不過，才過了八個月，熟悉的弦樂及節奏，背景的人聲，加上 wow - wow 的吉它「老子就是有理、無黨無名……」是的！他似乎沒有太多時間給自己理由出另一張「隨慾」就回來了，而且還是很理直氣壯的！開頭的〈刺青〉以

帶點 Trip - Hop ! ? 的節奏領人進入，但接下來加了 wow - wow 器的吉他又顯現他個人的「傳統」，在背景的合成樂更增加了它的 Trip - Hop 的味道——wow ! Trip - Hop ! ? 而「拒絕成熟才是一種可以自己掌握私有的幸福」，和「能感受到戀人的存在，人生就該沒有遺憾挫折……」詞曲相得宜，是我極喜愛的一首。〈再會思春期〉——簡單的鋼琴，空心吉他，曲是滿張式，但詞似乎是在自己的耽溺中的陳傷。〈天若有情〉，〈什麼是真的〉也都是「他的」情歌，〈什麼是真的〉更直接大部分以鋼琴為主軸。〈梅雨季節〉也是由絃樂、鋼琴織成的「他的」情歌。〈東風〉則又是一首慢歌。荒涼的鼓、電吉它、由他口中輕輕唸出「戰勝一切理性，我就是自己的領袖」本以為會是首不知怎樣淒涼的歌，但突然輕快的節奏接起，雖在 Cue 點上有點「Emigma」的「Return to innocent」，但襯底的烈音、吉它及電子合成器都帶著迷幻或 Indie Dance 的味道，連他的 Vocal 都帶著 LSD 的味道。但又加入了充滿生命力的雅美族歌謠。顯示出他也有「世界音樂」的野心，我非常喜歡這首歌，而其中的「發現自己的心，為別的生命而跳動，是真正的快樂」……想想！可不是嗎？急切的西班牙「吉魯巴」帶我們進入「舞蹈」，「男的要有情、女的要有意、舞姿協調，就會很滿意……」帶人進入四、五十年代的情慾世界。最後，照例地又放進了一首純演奏曲「情人崗第四章——再創」。

整體而言，不能不說他做了些「妥協」，但他仍是他，從編制上他儘量用原音，如二胡、笙等等及錄音地點來看，可看出他的用心，所以不論如何，去聽聽看他是否真「老子有理」吧！

「非斷片」試聽會

評張洪量Ⅶ老子有理 文/林正欣

好吧！先說說什麼是：「非斷片」試聽會。我想在資訊發達的今日，要買一本「非×音樂雜誌」或較有深度的「非×音樂雜誌」，絕非難事，但真正台灣自己或者說國語唱片的評論卻很少(雖然，非×典它多了個「國台語 CD 站」)。總而言之，套句趙少康的話「最亂的時代，最好的選擇」，小弟在下我想做的就是在這發片量大而亂的國台語唱片中擇些有良心、有用心在做音樂的音樂人所發的新舊片供大家分享。Peace！

什麼！你說是那巧又幾年前以前「你知道我在等你嗎？」，「心愛妹妹的眼睛」紅起來，接下來又「整個給你」前一陣子又打「難以捉摸你的心……」的嗎！?! 唉！唉！唉！不要這樣嘛！且聽小弟我解釋一下。說起來奇怪從「心愛妹妹的眼睛」起每隔三張作品(如：「有種」(3)，「老子有理」(6))就讓人耳油不禁多了點。相信對張大哥這種時而噁心死了「整個給你」，時而嚇死人「有種」的表現有所注意的聽眾應對一九八七年的

美體帝國 · 瘦身子民

追求美麗是種自覺？
身材與能力同等重要？
體態婀娜，就能拒絕背叛？
身體監控，就能健康自在？
在密集的美體廣告攻勢下，
女性主義者憂心忡忡，
消基會申訴案不斷，
男性也怕被洗腦。
面對父權機制的殘屑、
詭譎的意識形態轉化機、
以及龐大的資本，
你我如何看待我們所處的美體帝國？



美體帝國



文／劉葳



<美體怪獸的獵物>

前幾天，「最佳女主角」又鬧出了紕漏，被高雄某消費者檢舉其「詐財」。這類因美容塑身而引發的糾紛早就不是新聞了，但是幾個同類財團錢還是照賺，不實廣告還是照登，消費者還是趨之若鶩...這到底是怎麼回事？

難道，我們真的身處「美體帝國」？在身體的極權主義操控下，接受洗腦後的單一美學，信奉機械式的身體觀，並把我們的精神財力，全數投注在模塑自己，使自己成為統治者順從的子民？

你可能覺得我說的太誇張。的確，有許多例子證明事實並沒有那麼糟：譬如男性並未被直接納入這個系統、女性主義者集結對抗、公平會偶爾的「主持正義」、某些媒體的雜音類傳等等；沒錯，這並不是個封閉的牢房，但也足令人綁手綁腳的了，並且，我們絕對不能忽略此帝國繼續馴化我們的力量：婦女團體接受其金錢贊助、女性主義的口號被曲解利用、大量的媒體被它的廣告實力所震攝而變得服服貼貼.....而男性們也不可能置身事外，當美體怪獸將女性的錢財吸光之後，男性便成為是理所當然下一個目標了！

<TRUST ME , YOU CAN'T MAKE IT!>

這絕非危言聳聽。在今年二月間，現代婦女基金會接受群亨集團（為美體業的龍頭老大，旗下有菲夢絲、最佳女主角、女人話題、鐘安蒂露等四品牌）為家庭暴力的婦女受害者而捐出的一百萬，彩虹事工中心也接受了媚登峰（美體業的第二大體系）為原住民少女所捐的三十萬；在女性主義陣營中，無論透過學術研討或媒體不斷喊話，聰明的業者總能擷取其中最眩惑而迷人的字眼，轉成當紅的廣告

詞；而近月大量女性雜誌的封面與部份廣告內頁，更被某塑身業者「總包」，其專屬模特兒閃亮的出現在各個書報架上，似乎要抓住每一個機會，向閱聽大眾說：TRUST ME , YOU CAN MAKE IT!

這還不算，服裝業、美容業、醫學界、娛樂業、出版業、健康食品業、電訊傳播業等等皆如同著魔似的，吹起一股「塑身風」，大家交互影響、相濡以沫，使得業者與消費者皆陷入再製的情境，深信美貌的神話，直覺地操弄符號、大方地中飽私囊。

在密集的洗腦後，大家都覺得自己的身體不太對勁了。被 Wolf 認為是「碩果僅存的父權勢力」的「美麗迷思」，取代政治經濟的操控，再度限制女性的身體。透過建立標準美、身材分類、排除非標準型、鼓吹矯正這一系列過程，塑身工業取得定義女體的寶座；在這個帝國裡，充斥著年齡歧視、職業歧視、種族

歧視、殘障歧視，滋養子女的乳房需要矯正，中年母親要美麗才能使兒女有面子，從事體力勞動的女性被嫌為太粗壯，工廠女工則會因長期坐著而下身肥大，黃種女人的身材比例不夠美、胸部不夠堅挺，殘障人士更缺乏曼妙的身姿。在這個帝國裡，有人吃減肥藥而死，有人因電擊胸部而亡，胖子成為電視劇裡的丑角，瘦子因平板而成為笑料；人們用莫名其妙的標準彼此監視，三圍也變成閒聊的話題。

<該懷疑的我們都略過>

約翰·柏格在「看的方法」裡說：「廣告的目的在使觀賞者對他當前的生活方式有最起碼的不滿，這並非對社會的生活方式不滿，而是對他自己在社會中的生活方式不滿。」美體廣告一方面運用美麗的模特兒製造觀眾的羨慕，一方面暗示接受塑身便可改變你生活中的困境，偏偏這個社會能讓女性發揮的舞臺還是太少，於是接受業者與其共犯結構的召喚，將創造力與注意力集中於身材的女子便不減反增，有人因此而精神錯亂，有人因此而負債累累。對身材的專注軟化了我們的批判能力，就連把自己身體交出去時也三緘其口：決定你身體的美容師與營養師是否有合格執照？合約是否保障了你的權益？一大堆專業術語究竟所指為何？龐大的廣告費哪裡來？此行業的管理歸屬又有什麼問題？這些該懷疑的我們都略過，只懷疑我們自己的身體。

(下文接十三版)



圖處理：滷蛋超人



瘦身美體業的管理歸屬一直有問題 (圖／丘德真)



決定你身體的美容師是否有合格執照？ (圖／本報資料室)

以下續接十二版文

國防醫學院副教授劉仲冬的研究中顯示，大約有百分之四十的男性超重，比女性的百分之三十二還多得多，可是媒體卻總強調女性的身材需要控制；而美國每年因厭食症而死亡的婦女，也比聯合國發佈的一七七個國家及地區自愛滋發現以來死於愛滋病的人數總和還要多一萬七千餘人，也比貝魯特十年內戰的死亡率還要高，然而，愛滋與戰爭經常佔據報紙頭條，屬女性疾病的厭食症卻乏人注意；她並提出，早期的肥胖研究完全依照男性樣本，直到近年才有女性樣本的出現，有關研究甚至呈現：體重超過百分之十到十五且不節食的女性，活的更久更健康。如果塑身工業真的愛護女人的身體，為什麼不正視這些呢？

< 身材弱勢者結盟 >

慶幸的是，雖然美體帝國軟硬兼施地馴化它的男女子民，仍有一些人不吃這一套。英國一個反對節食減肥的組織「節食終結者」在去年五月發起「不節食日」活動，另一群肥胖且熱情的女性也創辦了「超重者協會」，團結互助以對抗不平等歧視待遇以及互通資訊；臺灣的婦女新知，更經常在刊物中鼓吹女性應衷心體會不同女性的美，建立多元的審美標準。近來更有廣告業者反對身體的極權主義，拍了一個「身材弱勢團體改革路線」的「反廣告」，要求「把身體看成身體，不要看成豬肉」。這些力量，究竟能不能撼動美體帝國呢？且讓我們加入，在行動中拭目以待。



美體帝國軟硬兼施的馴化它的子民 (圖/丘德真、野人)

假如它建立在謊言上 - 訪賴治怡

文/劉佩修

仔細的讀者不難發現，近來一些美體業的廣告，大量運用女性主義所強調的詞彙，卻成功的將它們轉化為包裝商業目的的鮮花，不但使這些原本帶有反對女體商品化的詞彙變得曖昧不明，更使女性主義的文字工作陷入「反體制的體制化」的危機。

現任職於廣告公司、曾從事於女性主義研究的賴治怡，對此深有所感，而她的反省也來自於她在做研究時所面臨的困境。「我常想，為何在女性主義流行時，美體工程也同時流行？它只是一種巧合嗎？當女性主義與瘦身美容都變成當紅商品時，真正的操作者就變成市場機制了。」

她認為，女性主義是一把雙刃劍，在切下去的同時，也要考慮目的之外可能的影響，「大步前進後的困境是否比原先還大？」以對美體工程的批評為例，女性主義者試圖以廣告的文本分析使女性消費者睜大眼睛，但是業者的宣傳卻更為有效，「當妳的目標不看妳的東西，這樣的行動是不是應該修正？我們是不是該仔細評估：什麼樣的行動是有效的行動？當我們集中注意力在某種現象上時，是否忽略了有更重要的事該做？」

賴治怡說，女性主義研究可分為兩大部分，一是診斷，二是治療，目前在美體工程這個議題上，女性主義者在第二個部份做的較少，可以說批評的聲音一面倒，除幾件申訴案外，幾乎聽不到消費者的聲音，甚至不知道消費者在哪裡。「我常詢問：假如這些產品（塑身美容）完全建築在謊言上，消費者為何會提供這麼多的金錢去參與？它又為何能急速擴張？這難道只是廣告的作用嗎？假設消費者覺得需要，那她們的聲音又在哪裡？這一大片空白相當起人疑竇，消費者聲音的消失，也可能是機制化的作用。」有沒有一種可能：父權機制掐住女性的脖子，而「進步女性」又重複同樣的邏輯，讓「一般女性」的聲音消失？

「疊床架屋的論述，常使女性主義批評離大眾越來越



遠，而我們現在要做的事，不是去找更好的理論使美體工程看起來更父權，而是正視符號背後的环境。就像美體工程的廣告，其實它只是整個結構中很小的一部分，並不能把其符號完全剝離於其產生環境來談。」知識分子的問題，常在於概念先於經驗，無法意識大多數女性的處境為何，以及所設定對象的語言、思考邏輯為何，以致於當他/她們發出批評之聲時，這些批評之聲很容易被主流意識形態複製者所取用，機巧地將它連接於主流意識形態之上，使後者具有更強的應變能力與更廣被的信徒。「批判的同時，需隨時意識大眾的接受程度以及產生的後果，這種反省的能力比任何學術能力都來的重要。」賴治怡強調。

「女性主義是運動，是要去溝通的。」她的話，頗堪玩味。

圖/滴蛋超人

< 1994 廣告商品排行榜 >

(年廣告量/臺幣)

- * 第一名 菲夢絲國際美容 344,840,000
- * 第二名 媚登峰美容沙龍 257,079,000
- 第三名 中國時報 221,996,000
- 第四名 開喜凍頂烏龍茶 215,340,000
- 第五名 聯經出版事業公司 178,772,000
- 第六名 聯合報 169,458,000
- * 第七名 最佳女主角美容世界 159,314,000
- 第八名 TOYOTA COROLLA 汽車 142,136,000
- 第九名 可樂那 EXSIOR 汽車 141,542,000
- 第十名 古道綠茶 139,324,000
- * 第十一名 女人話題健胸美容 135,143,000

< 95年1~8月

瘦身美容業廣告排行榜 >

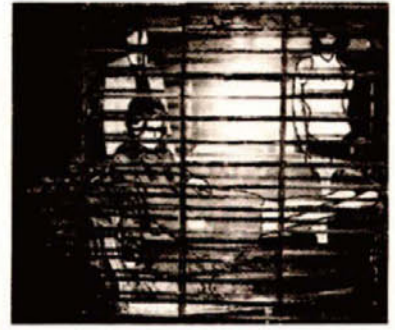
- 第一名 最佳女主角美容世界 304,577,000
- 第二名 媚登峰美容沙龍 239,392,000
- 第三名 菲夢絲國際美容 226,459,000
- 第四名 女人話題健胸美容 102,177,000
- 第五名 葛爾登減肥美容公司 40,257,000
- 第六名 洪蕾國際健胸美容 34,794,000
- 第七名 鍾安蒂露健美院 33,735,000
- 第八名 漂亮風情美容 23,781,000
- 第九名 喬登減肥中心 15,123,000
- 第十名 奧斯丁美容瘦身中心 13,607,000

(資料來源：潤利公司) (廣告量為電視、報紙、雜誌廣告量之合計)



在影像充斥的消費社會中，廣告中的擬像與真實生活出現互溶關係。(圖/本報資料室)

現代女人的緊箍咒



關在櫥窗中的女人 (圖/野人)

文\賴寶笙

35、24、36 35、24、36 35、24、36 35、24、36
35、24、36 35、24、36 35、24、36 35、24、36
35、24、36 35、24、36 35、24、36 35、24、36

還沒完全從男性象徵秩序中解脫，立刻又被下了咒語，陷入「35、24、36」黃金數字的窈窕迷思中，現代的女人並不比蹬著三寸金蓮的女人幸運，裹腳布是可以拿開了，不過整個美體神話對女性身體的奴役卻有過之而無不及，不但要有堅挺的胸部，以免讓「男人一手掌握」、還要有圓滑的臀部，千萬不能忽略「女人背後的那張臉」，而且一定要「下半身曲線全部窈窕」，才能萬無一失地「拒絕背叛」。

如水銀洩地般的瘦身廣告到處流竄，以密集攻勢向消費者進行催眠，從早期溫翠蘋說「天生麗質是騙女人最大的謊言」、「來菲夢絲，很快你就可以像我一樣，擁有一身的自信與美麗」，到今天楊林告訴我們的，女人要「拒絕背叛」，或是「女人想看的曲線，男人想要的曲線」到最近的「霸占男人的收視率」，這些廣告仍是依循著「女性是男性觀看客體」的古老命題，其中在情慾的呈現上，女性的性慾隱而不見，而將男性的性慾構成轉嫁成自己的，這樣的廣告免不了要遭到女性主義陣營的撻伐。而最近號稱「最了解女人的男人」，善長利用女性身體累積財富的瘦身業龍頭老大黃河南親自在媒體上用充滿沙文權威的口吻號召「有智慧的女人不要隱藏你的美麗」，顯然又犯女性主義的大忌。

因此，聰明的美體中心轉換了策略，開始訴求不同社會角色的女性。「媚登峰」最近推出的廣告即分別鎖定單親媽媽、中年婦女、女性主管。廣告中的單親媽媽「每天面臨的是壓力、孤獨、無助...，一直在尋找什麼可以讓生活更快樂」，終於「...媚登峰讓我變得更漂亮，回到家也用另外一種心情對他們(小孩)...」，漂亮變成與快樂等價的邏輯已是十分荒謬，「媚登峰」甚至扮演起「單親媽媽」這個弱勢群體的「摩西」，引領她們從晦澀悲情的生活中出走，所有的「學者專家」都必須自嘆弗如。然而，真正的實情是單親媽媽面對的生活壓力與問題被轉移，消溶在外在身材變得更好的單一指標下。至於那個變漂亮，兒子就有面子的中年媽媽大概說出了無數母親的心聲，而她們的同質性正是投注大半生為家務、子女操勞。這個廣告成功的地方在於它吸納了女性主義的論述，將「女性自主、疼惜自己」的主張轉化成制約的力量。失敗的地方則是複製

了女性亟欲擺脫的宿命——家庭的框架。另外，廣告本身露出馬腳，以至難逃女性主義法眼的一點，則是對自然老化身體的厭惡。換言之，瘦身中心對女性身體的低等對待只是罪狀之一，它讓女性厭惡自己的原本的身體，對老化充滿焦慮，這種耗弱女性自信，將其置於黑暗情緒的作用，真正侵蝕了女性的生活動力，也正是所有美體中心廣告傷害女性最深的部分。

早期「女人話題」有個廣告是這麼說的：「帶著你的頭腦和胸部來跟我談」，而最近「媚登峰」訴求女性主管的廣告仍是換湯不換藥，廣告裡，男員工們紛紛發表對女老闆的定義：「...要漂亮、溫柔，對我們都很好...要有內在美，就是心寬體不胖，...還要有外在美...」，顯然地，工作能力的認定是一回事，而「美」跟「女人」之間則是存在一種不可割裂的集體想像，只要是女人就逃不了這種像鐵律一樣的桎梏，追求美已經成為女性的天職，只盼著能「美」夢成真。

廣告真正詭譎的一面不在收視的同時，而是它進入消費者私密生活的能力。在影像充斥的消費社會中，廣告中的擬像與真實生活出現互溶關係的，擬像取代了真實，其甚至比真實還真實，而且不斷地跨時空，持續生產。廣告中充滿自信、而且是男性視覺焦點的「溫翠蘋」、「鞏俐」、「楊林」、「王靜瑩」，找回快樂的單親、中年母親，美麗的女強人其實會經過反覆收視的行為進入消費者的認知當中，而參與消費者的選擇。

減肥不是罪惡，而且今日社會上抱持的身體觀也並非強調自然主義，不過也絕非美體中心企圖塑造的身體極權主義，大多數的人應該都是落在兩個極端間形成的光譜，多少都存在著改變自己外在身材的可能性，即使是一個有強烈女性自覺者也會存在要不要去減肥瘦身的焦慮，這個焦慮一方面來自於美體論述中不斷打擊女性對自己身體形貌的自信，一方面則來自於透過各種方式來減輕體重、改變身材的可能性的確存在。面對這樣的焦慮，至少女性可以做的是改變眼光，珍視承載個人情感、思考、體驗，同時表達個人意志與力量的身體，死抱著「35、24、36」鐵律的人其實是很難「拒絕背叛」的。

35、24、36
35、24、36
35、24、36

35、24、36
35、24、36
35、24、36

35、24、36
35、24、36
35、24、36

35、24、36
35、24、36
35、24、36

35、24、36
35、24、36
35、24、36

35、24、36
35、24、36
35、24、36

35、24、36
35、24、36
35、24、36

35、24、36
35、24、36
35、24、36

35、24、36
35、24、36
35、24、36



美體帝國



專業當家 科技作主

女人淪為美夢奴



文／張離

近來頻頻以都會粉領為主要訴求對象的瘦身廣告，不僅採取化敵為友的策略，吸納、轉化女性主義者的主張、批評，而逐漸以獨立、自主的「新女性」同路人的姿態出現，來博得女性的認同；並動用「科學」研究中的分類手法，高舉「專業」旗幟，以現代化的精密技術、先進儀器乃至電腦／自動化的高科技，爭取女性消費者的信任，而其為自身所塑造的權威和不可替代性，不僅增高了在商業上的競爭力，更昭示天下（女性）：

（男性）專業當家、科技作主的身體管理時代來臨了！

類型化和分層負責是現代管理技術最常用的方式之一，其目的是為了達到資源的最有效率利用，在對人的管理上，這意謂著最佳「控制」效果的意圖，而瘦身工業中對身體分類愈加細緻化與講究，則代表了整個社會對（女性）身體愈來愈堅實而細膩的控制。

在現今的瘦身廣告中，以往胖／瘦、豐腴／平板、高／矮等的簡單二分，已逐漸被淘汰出局，取而代之的是：不僅是身體被劃分為胸、腰、臀、臂、大腿、小腿……各部位來判定「標準」與否，更進一步，每個部位還可依「變形」的不同而分為不同的類型，如：「六大專業體型：西洋梨型、蘋果型……」或「葫蘆型、中廣型、浮肉型、鬆垮型……」等。每種部位的類型，被歸因為不同的體質、運動、飲食、生活方式，而被宣告必須給予各種不同方式的加工處理和維護管理，以達到局部美與整體美雙贏的目的。

這種分類管理的方式，展現出機械化的身體觀，每個部位的身體不再是整體地、連續地屬於主體，而是可以分區「修正」、改造的機械零件，每個消費者可依其特殊需求及出得起的價碼，在「量身訂做」的瘦身課程中，得到「量身訂做的身材」。

表面上，這似乎是更加人性化了，因為適應了不同個體的需要，但事實上，這不過是分眾化商品設計的伎倆罷了，藉由物化女體的手段，最終指向的仍是資本家的利益目的。而從整體的體型，到各部位的分釐必爭，不論是依照專家所定出的標準，或針對不同男人的「特殊品味」做不同的修飾——男性的注視（眼光），確實在女性身上愈織愈密，幾成滴水不漏的網了！

這些分類的問世，並非粗暴的「無的放矢」，在充斥「真皮組織」、「賀爾蒙」、「血液淋巴循環」……等科學專有名詞，以及「礦物質物理塑身」、「共振式活氧」、「自然式排導」……等科技專業療法的廣告上，它

們表現為一群專家精心研究的結果，是有根據、客觀、科學——因此也就不容被挑戰的，而其缺陷和如何使之趨向「完美」的境界——自然也由此這些擁有國際性專業技術、豐富實務經驗，並使用國外引進的精密儀器檢查、分析的「專業美容技師」來決定了（即使是平日生活習慣的調整，也必須由專家來建議、指導）。

分類，即是一種命名。問題的重點，並不在於

分類的方式是否完整、正確，而在於誰掌握了分類的權力，他為何選擇了哪些事物進行細緻的分類，如何分類，分類目的和效果又是什麼？

在父權社會裡，關於女體的「完美標準」，乃是根據男性的眼光和需求所訂，自然，對於女體如何地不合乎標準的分類方式，也鮮少會由女性所擁有。這一點，我們只消檢視，對於男體與女體「缺陷」的用詞發展在數量、精細和尖刻程度上的明顯不同即可證明。在塑身工業中，男性權力則和科技／專業主義的意識型態結合，透過「客觀」、「中立」的「擬科學」外衣和不可挑戰的專家權威，男性忽視女性的主體意志、任意劃分、醜化其身體的粗殘暴力得到了最佳的掩護！

當然，科技主義和專家霸權並非單方面地被利用，它們用自己的神聖光環照亮了美體工業，同時也從父權那裡收取了回報——由於女性對美體（不得不）的嚮往，「美體專家」們獲得更高的工作機會、報酬和（女）人們的尊崇和依賴；再次地，科技／專業從諸多「成功案例」的見證中，證實它們魔法般的實力，並在人們的生活地盤裡，攻城掠地地擴張了勢力。

「TRUST ME! YOU CAN MAKE IT!」這句有名的塑身廣告詞，充分表現了專家／科技至上的心態，它明白告訴我們：「我是專家，是科技的代言人，只要照我說的就沒錯。相信我吧！因為我是無可懷疑的！」

在這種「專家掌握了一般人所沒有的能力和知識，他們的意見因此需要被特別尊重和聽從，在關於他們的專業領域中，旁人無能也無權參與！」的迷思下，從資訊的建議者、提供者逐漸躍升為主要的決策者，科技官僚一步步地決定、控制了人們生活的大部份。

現在，我們不僅失去了捷運、核四等關係到自身安全、行動和資源享用等公共政策的發言權和決策權，連如何使用身體的權力都朝不夕保了！跨越了生病時醫生的分科治療、護理，連平日的保養、健身都要依照專家的指示，而女人的「美夢」該做些什麼、怎麼做，也愈來愈逃不出專家的手掌心。

當我們針對資本家與父權沙文透過對女人身體的虐待、改造、操控而得利的狼狽為奸，大肆口誅筆伐時，不要忽略，科技主義和專家霸權的獅群，正是美體瘦身工業中的最佳打手／護衛隊，也是這個巨大利益附合體中的不容忽視的大股東。

除了要問，科學／科技是被哪些人所製造、把持，又是為誰服務的之外，我們更要進一步質疑，科學／科技中的男性沙文是否真的符合其所謂的中立、客觀？而，專家真的比我們還瞭解自己的需求嗎？他們不會有出錯的時候嗎？或者，我們真的有必要依照這些專家的意見來生活、管理身體？



妳看我們是什麼型？（圖／美聯社）



再開心一點！再開心一點！（圖／美聯社）



健美？太不合美體帝國的規範了！（圖／中央社）

免費1



免費2



免費3



免費4



美體帝國

我的肚肚蠻性感的！



比來比去，有什麼意思？(圖/美聯社)

口述：古明君(中研院助理)
採訪整理：王錦華

「其實我的肚子蠻性感的！」不避諱自己有著一個大肚肚的古明君說，性感和美麗是不一樣的；所謂「美麗、好看」往往是制式的美感，你很容易就可以舉出大眼睛、長頭髮...等標準，而她眼中的性感卻不是那麼直接、不純粹是視覺上的，是一種蘊涵生命力的元素。「我認同凱西·貝茲那個樣子。」

對於最近大量的瘦身美容廣告，古明君承認自己在大一時的確挺注意這類廣告。她分析說，由於女性在國中、高中時身體嚴重的被壓抑，以致於在一畢業後「社會化」的過程是非常急速的；面對快速膨脹、成熟的身體，我們急切的想要尋找一種屬於身體的社會語言跟外界溝通，於是告訴你身材標準、瘦身方法的瘦身美容廣告，的確吸納了大多數人的眼光。

一直要到參加女研社、接觸女性主義之後，她才漸漸逃脫這種看與被看的控制模式，逃離瘦身廣告用社會眼睛看待自己身體的監控。她覺得女性意識一旦覺醒之後，很難再用那套制式的社會語言看待自己與他人的身體。但面對群亨企業一系列有系統的廣告策略，古明君也不得不承認：「真的是蠻厲害的啊！你看他們不分年齡、不論職業全都一網打盡，聽說下一個目標就是打算收編女性主義者。」

相較於過去諸多美容、豐胸廣告，過去廣告界對於將女性商品化的手法往往是外在的、較不完整的；而新近「最佳女主角」、「菲夢思」、「女人話題」、「網登錄」等廣告手法卻是有系統的內化一種「女人的樣子」，這類型的廣告以一種魅惑的手法替傳統硬梆梆的女性主義添血添肉，進而吸納自己的市場利益。同樣是利用女性主義的廣告手法，古明君覺得意識形態的許舜英為中興百貨所拍的廣告，就顯得靈活多了。她至少採用更多元的觀點來看待女人與身體的關係，讓身體的各種可能性長出來。

覺得自己的肚肚蠻性感的古明君也批評大爸爸的、異性戀的制式審美眼光，在這樣的眼光下，像她這樣的「胖」女人往往被視為懶惰的、罪的、不靈巧的；他們無法真正「看見」像凱西·貝茲這樣的身體美感，那是一種熟悉自己身體，能與自己溝通的誠實身體。

儘管現在社會能提供女性身體質變的因素太少，古明君還是希望有那麼一天女人看待自己的身體，或者女人看待女人身體的新角度、新眼光能夠爆發出來。就像她常去泡溫泉時所發現的老女人身體的美，那種佈滿勞動、哺育過的身體痕跡是充滿生命力的美感；而在這樣的情境中，如果出現一個過於「標準」的最佳女主角反倒覺得荒謬呢！

看到這些廣告很吐血！

口述：劉韻綺(廣告公司
創意人員)
採訪整理：劉佩珍

「高中的時候，覺得自己的鼻子太大，又不夠挺，看到同學漂亮的鼻子，心理很羨慕，當時曾數度想做整形手術，但是現在不會了。」為什麼改變想法？她說：「因為現在關心的不是外表，而且發現自己其他美的地方，覺得自己很健康，很好。」

身為廣告創意人的劉韻綺，對於瘦身工業大量的廣告，特別有一種敏感度。她完全不相信這些廣告所宣稱的效果，「搞廣告的人都很清楚，那只是假象罷了！」雖然如此，她還是承認不免受密集的、洗腦式的廣告影片所影響，把業者所宣稱的標準數字潛移默化至自己的腦代裡，再用這套標準去看別人。「必須隨時提醒自己不要被自己所熟知商業邏輯給騙了」她說。

廣告界的女性，常給人一種蠻不在乎外表的感覺，劉韻綺不否認，剛進廣告界時，她對這些的確頗感困擾，現在還是多多少少要注意，「這也是沒有辦法的事」。她的同事中，許多人在下班後會去跳韻律舞或到運動健身俱樂部去健身，「不過，有一些可能是去瘦身中心，可是她們不會明講，也許覺得這是較私密的事，也許覺得不好意思，或者是怕瘦身失敗吧！」

「如果瘦身中心不那麼貴，你會去嗎？」我問，她馬上回答：「我不會輕易的把自己的身體交給別人，如果我有和瘦身同樣的錢，我寧可去健身房或買運動器材回家自己練習，到處旅行更不錯。最重要的，我不喜歡瘦身中心那種氣息，一旦進去了，很容易互相影響，把那套對待身體的標準深深內化至腦海裡，掉進追求標準的無底洞，那真是很恐怖的事。」

對於許多人對近來一些瘦身廣告大加鞭撻，雖然這些廣告的創意並不是她，她還是為創意人叫屈。「自己看到這些廣告也很吐血，但是客戶是老闆，他滿意才付錢，基層創意人的力量其實很微弱。像我，一方面拼命思考人性弱點，在其中找尋賣點，另一方面又覺得自己在欺騙觀眾，是商業體制的幫兇，心裡很矛盾。」

在這樣的矛盾中，看到意識形態廣告公司所作的「身材弱勢團體改革路線」的「反(瘦身廣告的)廣告」，劉韻綺非常高興。「我很贊成她(許舜英)這樣的作法，她是多年的廣告人，瞭解廣告的邏輯，又有一定的地位和能力，這支廣告對賺錢優先的廣告業應該有正面的衝擊作用。」



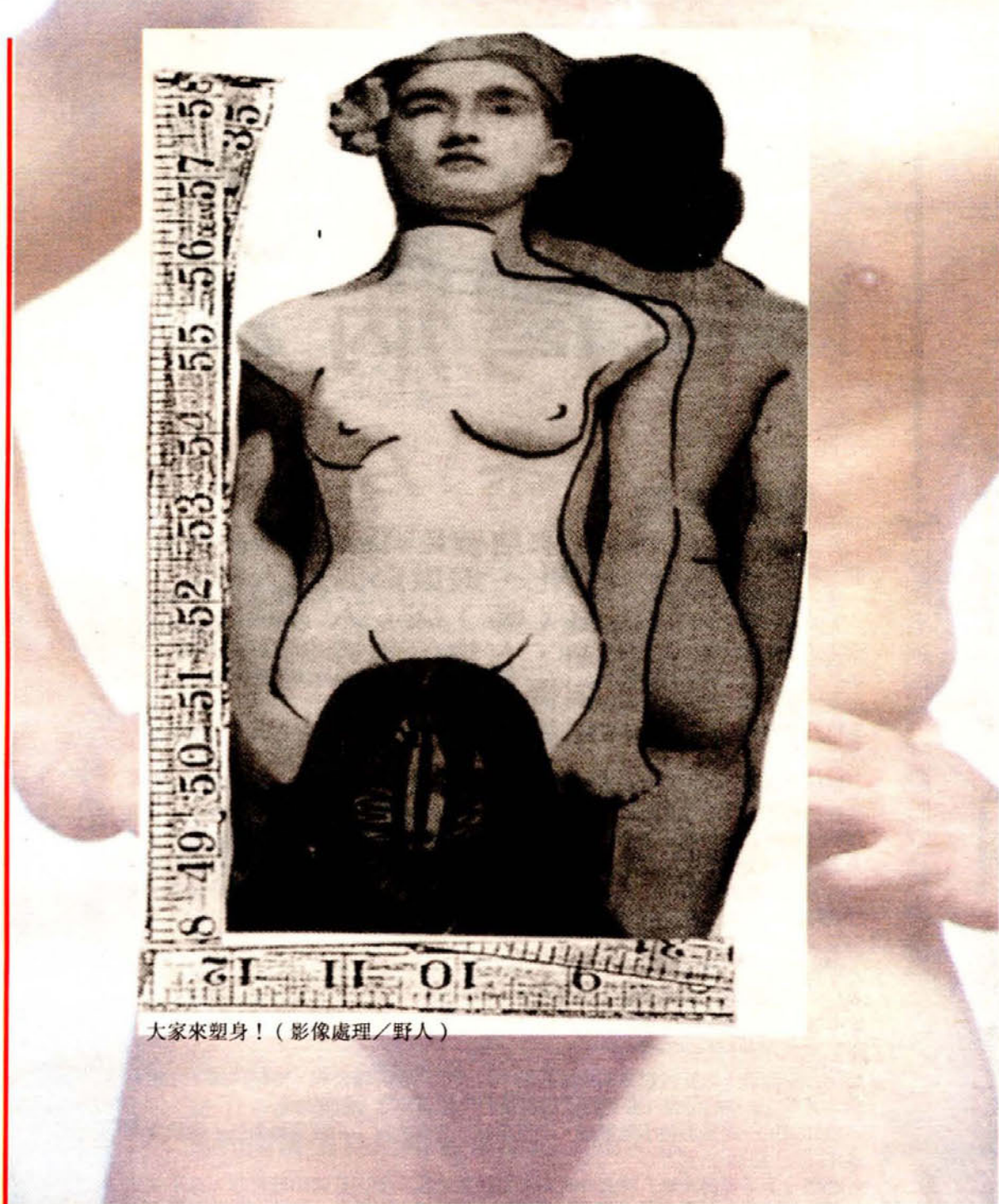
I AM SO FUCK BEAUTIFUL! (圖/美聯社)

* 塑身的十九種理由

- 太過自信 希望被別人打擊
- 響應「女自覺」的號召
- 向疲勞轟炸的美體廣告投降
- 沒辦法想楊貴妃的美麗
- 太信任行政院消費者保護委員會的能力
- 活的沒意思，想慢性自殺
- 向遺傳基因宣戰
- 喜歡讓別的女人為自己服務
- 老娘有錢 你管那麼多幹嘛！
- 選中國小姐，麻雀變鳳凰
- 家裡的「健康食品」還不夠多
- 被廣告上的「專有名詞」搞得頭昏腦脹
- 測驗愛情與身材的關係
- 怕男友別、老公偷腥
- 想嘗嘗酷刑加身的滋味
- 追逐身體規範，永不褪流行
- 親體驗廣告與產品的差距
- 假扮稅務人員，查緝塑身業逃漏稅狀況
- 對人體實驗有特殊癖好



I AM SO FUCK EXPENSE! (圖/野人)



大家來塑身!(影像處理/野人)

男同志瘦身，見怪不怪

口述：鍾宏彬(研究所學生)
採訪整理：萬蓀琳

「沒什麼不好啊！」談到對女人塑身的看法時，一位男同志如此說到。「每個人都希望自己能健康康、漂漂亮亮地活著，這是他們的權利。就是男人去塑身也沒什麼好大驚小怪的。」他表示，在男同志圈中，很多人都相當注重保養，因此去美容沙龍或是瘦身早已見怪不怪。

自己也曾去過男性美容沙龍的鍾宏彬表示，因為念的是化工，幾年前在一次意外傷害中造成臉部受傷，便尋求一些管道希望恢復原來的面貌，於是到一家男性美容沙龍做面部保養，順便也有做一些瘦身的項目。到現在還偶爾有去做臉。不過到這種地方真的很貴，廣告上說的什麼四、五千元見效只是報名費而已，報名之後還陸續要交一大堆的錢，如做一次臉要兩千元，其他的保養品又更貴。通常美容師會一

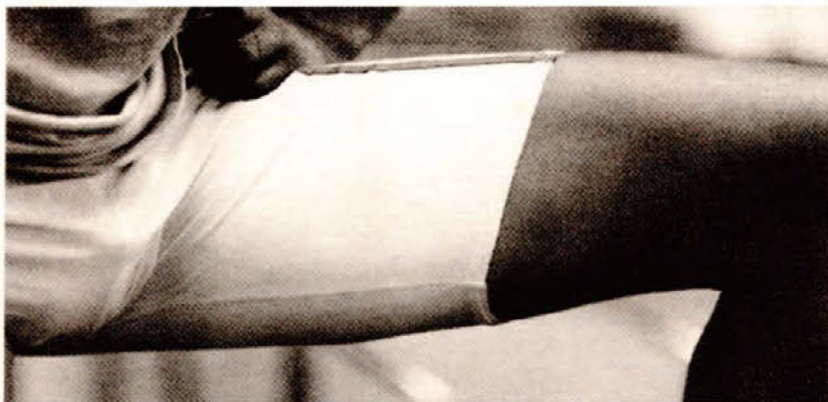
直向顧客推銷營養品、保養品之類的，但後來他和美容師處得還不錯，美容師不但不會向他推銷，還會告訴他一些內幕。

至於效果如何，鍾宏彬表示臉部的保養還算成功，現在皮膚還不錯，但是瘦身的效果就十分有限，主要還是要看個人的意志而定，其他什麼方法都不大有用。整體而言，他覺得這家男性美容護膚讓人感覺還算不錯。

他有一位朋友是食品營養碩士，原本在「最佳女主角」當營養師，據說每個月薪水很高，底薪加業績獎金至少有四萬多元，但是她做了一個月就做不下去，因為上面給的壓力很大，美容師或營養師都有很大的業績壓力，必須不斷向顧客推銷公司代理的化妝品，好像在騙人一樣，因此覺得自己很沒有尊嚴，所以便辭去不做了。

2001年美體帝國

破記者阿蓓蓓穿越時空特別報導



要去美容瘦身的男士們要注意了！(圖/丘德真)

電視新聞：

要去美容瘦身的男士們要注意了！近日又有多位曾去塑身美容的男性向消基會投訴，表示其受到身心巨創，而未獲任何效果。

據一位不願曝光的某高官丈夫表示，他因終日忙於家事、照料孩子身材日漸發福，太太在外另結新歡，最近甚至嫌棄他肥胖而要趕他出家門，他表示，一旦離開太太，他就一無所有，從年輕時(4-Y\`)給她，從來沒有出外工作過，叫他如何活下去。但沒想到來到減肥中心，交了兩百萬，卻一公斤也沒減下去，隔壁王先生也來這家，據說不但該長的胸毛沒長出來，連其他部位的毛都掉的一乾二淨，成了名符其實的無毛雞，而胸前還被電焦了一大塊，現在面臨被休掉的命運，嗚嗚嗚……

根據統計，自去年至今，消基會已接獲高達八千多件申訴案件，皆因男性去塑身美容，花了大錢卻看不到效果。目前名列申訴對象榜首的為「最佳長主角」及「魅硬根」兩家公司，前者後台老闆為佔據國內美容市場一半以上，旗下擁有數家大型美體公司的企業主常江北女士，她對這樣的指控不願表示意見。因此消基會呼籲愛美的男性不要再上當，而今天下午一群手舉標語的男性主義者集結在「最佳長主角」公司前，呼籲男性應走出自己的生活，擺脫女人的眼光。

×××

電視機前，方連顯哭花了一張胖臉，電視上說的好像是自己的故事，想當年好歹也是中華民國第一百屆選美大賽的冠軍，被方麒麟(< 11 v) 回來後卻百般冷落，家中請了成群的帥哥伺候著方某，自己住在這深宅大院中逐漸變成了一隻豬。

「不知今天太太回不回來吃晚飯？」

他心中想著，終於鼓起勇氣拿起話筒，打去她刑政院辦公室，幾經轉接，才由一號(X 3 v) 約的男聲：「您好！這裡是方院長辦公室，請問您是？」

他知道這一定是那個小狐狸整，但還是忍住妒火的說：「我是她老公，我找方院長！」

男聲一下子變得冷酷「院長今晚要和總統會吻嫩女士去紅蜆山莊打球，你不知道嗎？倒是院長要先生和秘書長先生許衰德、總統先生李等毀…等為明年會總統大選組成的「先生合唱團」，不知有了動作沒有？」他聽了嚇了一身冷汗，怎麼這麼重要的事都忘了，趕緊掛上電話。

×××

二〇〇一年，十月

蕭瑟地秋風掃過台北街頭，一輛五節的加長型黑色勞斯萊斯轉過街角突然停住，車門打開，一個男人被踢出了車外，重重地跌到地上，勞斯萊斯揚長而去。

路旁的霓虹燈「最佳長主角-第528家分店」刺眼地閃爍著，跪伏在地、身形稍胖的男人，抬起頭來看到這塊招牌，尖銳地哀嚎了一聲，憤而抓起路旁的石頭砸向招牌，但是很抱歉！並沒有砸中。胖男人哭倒在地。

勞斯萊斯上，常江北、方麟等一群女人哈哈的狂笑。方麟：「這樣的貨色還敢在我們面前賣騷，看他還不如回家看那隻老公豬！」眾女人更是笑得天花亂墜。想到等會兒要去的紅蜆山莊，那兒俊男俏哥一把一把隨便妳摸，眾女人就心癢的不得了。

想當初是如何挑選的情景：一個個脫得光溜溜的男體，在強光之下擺弄著身段，貨色之齊全比某航空公司選空中少爺還有看頭。尤其聽說今天還有特別節目，山莊邀請了某二黨總統候選人的先生彭謎謎、王健健二位至現場表演脫衣舞，看著二具衰老的男體抖動著全身的內，賣力地取悅妳，爽啊！

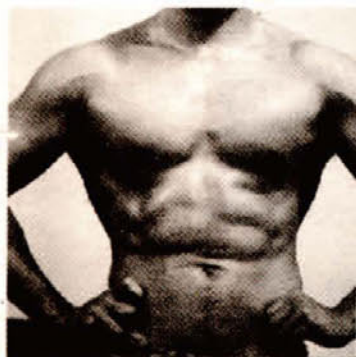
「在這情慾交流的當口，一筆筆政治獻金就……嘿嘿嘿嘿……！」方麟內心點算著。

×××

方家客廳中，方連顯碩大的身軀癱睡在沙發上，不時口水還會滴兩滴出來。一旁兩個小孩吵鬧著，女孩拿著戰艦和大刀硬要砍向男孩手上的芭比鞋鞋(X Y ')，眼看著俊俏可愛的芭比就要被分屍了，男孩「哇！」地哭出來，女孩卻露出狡猾的眼神先跑到方連顯身邊，「阿公！哥哥要搶我的大刀！」方連顯伸出胖手「啪！」一巴掌打在男孩臉上「生出你這賠錢貨就知道沒什麼好事，滾出去！」男孩瑟縮地離開，滿包的眼淚不敢流出。

×××

清晨迷濛的台北，一隻過街的老鼠竄進水溝中。勞斯萊斯疾駛而過帶起一陣大風，吹走了路邊流浪漢身上的報紙。小姐太太們慢跑在高級社區裡。而先生丈夫們又開始一天伺候太太、小孩的工作：洗衣、燒飯、餵狗。至於胖公方連顯當然還是繼續睡著，不需要做什麼事囉！



消費一萬元得到這個(圖/丘德真)



消費二萬元得到這個(圖/丘德真)



狗男人！(影像處理:施朝祥)

破週報

讀者意見回函

第六期

而這從這份回函開始，我們將不是少數
一個新的，充滿生命的，自發的文化經驗產生的可能
除主流媒體政治社會文化勢力的經驗操弄外
它所代表的，是一個新的可能，
這不只是一份新刊物，

基本資料

姓名：
年齡： 性別：
住址：
電話：
教育程度：(研究所 大專 高中 其他)

您對本期內容的意見：

文字方面：

圖片方面：

編排方式：

本周專題：

您對本刊外觀的意見：

封面設計：

紙張：

是否需要裝訂：

其他意見：

您覺得目前本刊的價位：(太高 合理 偏低)
您認為本刊是否有必要增張：(是 否 無所謂)
您期待在那裡可以買到本刊(書店 報攤 便利商店 其他)
您希望破週報舉辦那些相關性質的活動：
您在哪裡買到破週報

如果……你還有話要說：

請介紹「它」給你的朋友，

寫下他她的姓名住址，寄回意見函

我們將贈兩期的破週報給他/她和您

姓名 _____

住址 _____

最後，誠摯地謝謝您

98-04-43-04

收據號碼：

郵政劃撥儲金存款通知單			
收款 帳戶	帳	號	帳號未滿八位數者，帳號前空格請填0。
	1	2283295	
戶名	台灣立報社		
新臺幣			
(請用壹、貳、叁、肆、伍、陸、柒、捌、玖、零等大寫並於數末加一整字)			
經辦局郵政	寄	姓名	
		通訊處	(郵遞區號) □ □ □
		電話	
		人	

主管：

經辦員：

郵政劃撥儲金存款單			
收款 帳戶	帳	號	帳號未滿八位數者，帳號前空格請填0。
	1	2283295	
戶名	台灣立報社		
新臺幣			
(請用壹、貳、叁、肆、伍、陸、柒、捌、玖、零等大寫並於數末加一整字)			
經辦局郵政	寄	姓名	
		通訊處	(郵遞區號) □ □ □
		電話	
		人	

主管：

經辦員：

本聯經登帳後隨郵政劃撥儲金收支詳情單寄交帳戶

虛線內備機器印
證用請勿填寫。

交易：0501現金存款 0502現金存款(無收據)
代號 0503票據存款 0505大宗存款

本聯由儲匯局劃撥處存查
200,000張(100張)245×130mm
(60P. 橫)(上亞) 保管五年

破

我們在島嶼的中心爆發

作為島嶼邊緣的鏡子

黏貼處

郵票 DIY

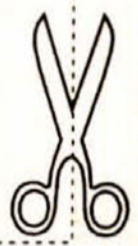
住址

姓名

破週報 編輯部收

台北市木柵路一段十七巷一號 (溝子口) 台灣立報社

請延虛線剪下黏貼後寄回即贈破週報兩期



請存款人注意

- 一、帳號、戶名及寄款人姓名、通訊處請詳細填明，以免誤寄。抵付票據之存款，務請於交換前一天存入。
- 二、每筆存款至少須在新臺幣十元以上。
- 三、倘金額塗改時請另換存款單填寫。
- 四、本存款單不得黏貼或附寄任何文件。
- 五、本存款金額業經電腦登帳後或本存款單已經受理郵局寄出者，不得申請撤回。
- 六、本存款單帳戶亦得依式自印，但各欄文字及規格必須與本單完全相同，如有增刪或改印其他文字者，應請存款人另換本局印製之存款單填寫。

通 信 欄	訂戶姓名:	公司名稱:
	聯絡電話:(H)	(O)
	送報地址:	
	訂報日期: _____ 年 月 日	
	優待辦法:即日起至十月底止,訂閱破週報	
	<input type="checkbox"/> 三個月(12期) 五百元 <input type="checkbox"/> 半年 (25期) 七百五十元 <input type="checkbox"/> 一年 (51期) 一千五百三十元	
從第 期 到第 期		

此欄係備寄款人與帳戶通訊之用，惟所作附言應以關於該次劃撥事宜為限 否則應請換單另填。



(圖/本報資料室)

媒介隱喻 的多重 辨證

(上)

文/羅慧雯譯寫

1983年，美國的傳播期刊（*Journal of Communication*）出版《發酵的園地》（*Ferment in the Field*）專集，此專集內容以批判理論挑戰主流傳播研究為主。傳播學者於此正式展開典範的對話。從此，不論是西方或台灣的傳播理論專書，幾乎都對西方的傳播研究有相同的分類方式。亦即以兩大典範稱之。其一為根源於美國、注重傳播對閱聽人產生何種效果的效果典範，另一為歐陸的批判典範，他們反對主流傳播研究只注意訊息是否對閱聽人有效的面向，關心的是媒介如何生產意識形態，媒介和現存的權力結構與資源分配的關係。晚近有些探討傳播典範的論點在這兩大典範之外加上詮釋學典範，或政治經濟學，或文化研究。

這些分類讓我們看到學術界對媒介功能有不同觀察，以及他們所使用的不同方法論，但並不能使我們了解一個最基本的問題，那就是這些研究者心目中的媒介究竟指的是什麼（相同或不同）；不同典範間的爭論是否真的嚴重到不能妥協。

1993年，傳播期刊再度出版專集，反省自1983年之後這十年間的傳播研究，Joshua Meyrowitz在此專集中，一反學界過去討論典範的方式，提出以隱喻作為分析媒介研究的角度，為我們回答了這個大家視而不見的基本問題。Meyrowitz認為隱喻是研究者潛意識裡對媒介形象的看法。不同的隱喻代表對媒介的不同認知。Meyrowitz更一針見血地點出許多互相批評的研究陣營使用的卻是相同的隱喻。

Meyrowitz提醒媒介研究者對自己使用的隱喻，必須有所自覺，才不會因此誤解他人的研究，使彼此的討論沒有意義；作者並在文末指出最好的研究方式就是同時考慮三種隱喻（管道、語法、環境），換言之，媒介研究必須關照到所有的面向，才会有更寬廣的未來。

當今，研究媒介的學者在描述媒介現象或某個特定媒體時，共同使用的字彙相當有限。這樣的情況，對這個領域的成績和研究傳統而言，未必是一個嚴重的問題，但是對媒介研究來說，是很顯著的問題，甚至比其他爭論還要嚴重，因為這顯示我們對這領域關切的主題沒有共識（common understanding）。

學者在比較和對照兩個研究時，偶爾會依賴含糊的二分法，例如「內容與結構」（content vs. structure），「內容與形式」（content vs. form），或「外顯的與隱含的」（manifest vs. latent）。下面我會談到在不同的媒介研究中，一些像是「結構」、「形式」和「隱含的」等等的術語有不同用法；也會談到許多研究者彼此間的討論或聆聽其實是對這些術語的誤解。更典型的現象是，不同研究陣營間的觀察，或對媒介研究的綜合整理非常模糊，這

可以從比較他們使用的術語和研究途徑看出。

這篇論文的主要論點就是，媒介研究的混亂源自於對基本問題「媒介是什麼」，缺乏清楚的討論。這樣的問題看起來似乎太基本以致於不值得嚴肅地看待。也許現代媒介，例如電話、電影、收音機、電視、電腦、卡帶、磁碟（光碟）片等的普及（首先，這些刺激了媒介研究的快速成長）助長了每個人以為他們知道什麼就是媒介的信念，並立刻跳過這個基本問題，轉移到其他的研究問題。研究者不會清楚地面對媒體本質的問題，為了研究的執行他們必須很隱晦地稱呼它。檢視媒介研究者心目中「媒介是什麼」的答案，會發現不同研究者有不同的答案。

當我們想要了解複雜的媒介現象與過程時，通常會下意識地使用隱喻的思考方式，以簡化和釐清媒介的概念。我相信未來這幾

年，注意關於媒介共同和不同、有限制和無限制的隱喻，會使媒介研究的領域更為茁壯。在這篇文章中，我提出一個想法：用隱喻來描述媒介的表面理由是，隱喻是一些或甚至更簡單的隱喻構造（metaphorical constructs）的表露。我企圖以此想法做一個初步的關於媒介暗喻的後設分析

透過隱喻瞭解媒介

我們不必對通俗的或學術上對隱喻分析的多寡作太深入的探討。光拿電視來講，有數十種隱喻可以描述電視，例如：伙伴、新國家信仰、插電的毒藥、老大哥、世界之窗、保母、老師、恐懼的工具、社會關係的網路、偷取時間的竊賊、講道壇、共同的競技場、培養皿、議題設定者、白色噪音、新語言、玻璃

乳頭、電子壁紙、文本的選集、相距十九英吋的鄰居。媒介的隱喻很多，它們常被認為能毫無問題地描述媒介的各個面向，更常見的是，它們只被看作是具有美學意義的修辭，而不具有認識論上的含義（epistemological implications）。不同的隱喻來自不同的媒介認知（perceptions of media），並助長了不同的媒介認知，導致不同的研究問題與研究成果。隱喻是使我們能夠清楚觀察的工具，但同時也是蒙蔽其他觀看方式的阻礙。

我認為所有關於某一特定媒介，或整體媒介的特定問題的論證，可以和三個根本的媒介隱喻連結。雖然有許多不同的術語（terms）可以傳達這三種隱喻構句的一般概念，但是在此我將它們簡化為「將媒介視為管道」、「將媒介視為語言」、「將媒介視為環境」這三種。

（文接22版）



將媒介視為管道

(Media as
Conduits)

目前為止，最常見的媒介比喻是管道，它之所以重要的原因在於它傳遞內容。管道的隱喻引發以下的相關問題：內容是什麼？什麼樣的社會、政治、經濟、組織、意識形態、或其他因素影響內容發展和認知？媒介內容反應了幾分的真實？不同的閱聽人如何詮釋內容？內容有什麼效果？媒介內容可能有什麼其他的形態 (types) ？

這個隱喻是如此的常見，因為當我們使用媒介時，第一個使我們起反應的就是內容，訊息會吸引我們，或使我們不悅。我們會做出相信或不相信的反應，我們因一則關於非洲飢荒的新聞而動容；因為勇敢的救援行動而興奮；因為經濟情勢的報導而煩惱；因為不知是否要買一個廣告中出現的商品而困惑；我們要我們的小孩去學某電視節目中演出的某些才藝，卻憂慮他們從別的節目中學到某些社會行為。

當我們藉由媒體溝通時，我們關心的是「使我們的訊息通過」 (getting our message across)。我們對兩個完全不同、但都號稱真實的訊息之間的差別都有概念，例如，一則訊息是伊拉克軍人侵入科威特把嬰兒從保育器中抱出來，另一則說明以上的報導 (嬰兒被抱出來) 是科威特的公關公司發佈，目的是要煽動美國加入戰爭。然而傳遞內容的通道 (channels) 不同 (例如報紙、電話、廣播、電視)，訊息的差異就會突顯出來，使我們立刻就觀察到、產生反應、並且研究。

有些研究者使用更複雜的內容定義，包括藉著其他隱喻使媒介各個面向更為清楚。內容的研究因為媒介的管道比喻而興起，但大部分的內容研究卻是「無媒體」 (medium-free)。也就是說，焦點在媒介內容的研究，傾向於輕視傳輸訊息的特定媒體的本質。例如，電視內容是最受歡迎的研究主題，最簡單的理由是大多數人都很留意電視的訊息。

大部分關於電視內容的問題是行為和溝通，這兩者未必需要電視的存在。舉例來說，暴力、男性至上主義、性、政府資訊不公開，這些沒有電視就存在了，實際上，他們不需要任何一個媒介就能存在 (此處的「媒介」指最典型的用旭法，指非個人的、機械的傳播設備，相對於把能發聲的弦、舌頭、耳朵、大腦、土地、空氣、文化等當作為媒體的用法)。

研究媒介內容卻沒有花多少心思在媒介上 - 這種事聽起來雖然奇怪，卻是大多數人每天在做的事 (研究內容的學者不過是操作地更嚴格罷了)。當我們錯過一個喜歡的電視節目時，我們會要



▲管道的隱喻研究媒介內容對閱聽人產生的影響。

(圖 / 為紐約重案組劇照)

求朋友或伴侶告訴我們「發生了什麼事」；我們接受一個手寫的電話留言；更進一步地，我們接受電腦透過電話複製的聲音，聽到一段「談話」 (conversation) ；我們討論改編過的電影 (忠於原著或沒有忠於原著) ；我們閱讀一段經由錄音帶記錄下來的訪問或是一場討論的記錄，假設它保留原來的討論或錄音帶中的某些東西。這些及其他日常生活的經驗和習慣，說明了在我們的文化中，人們普遍相信「有些內容要素能毫無改變地從某些媒介傳送到別的媒介」 - 也許從面對面的互動傳送到媒介，也許從媒介傳送到面對面的互動。

當然那些利用管道隱喻的人，通常比尊夫人 (或妳先生) 對你 (妳) 錯過的節目、或電話的描述提供更精細的分析。

除了對內容做定量、統計上的分析研究外，學者還考察基本的文化價值系統、性別假設；檢驗政治、經濟、心理、組織的這幾個因素如何型塑媒介敘事方式；探察閱聽人長期暴露 (在某種媒介內容下) 也許會培養出一定的態度；依主題或題目分析特定的類型；調查不同閱聽人沈迷在不同媒體文本 (texts) 的「讀法」 (readings) (實際上，它們共同創造它們自己的內容)。這些媒介研究中比較精確的探討通常

會使用如下的術語：結構 (structure)、符碼 (codes)、形式 (form)、隱含 (latent)、內容的結構 (structure of the content)、內容符碼 (content codes)、內容的形式 (form of the content)、和隱含的內容 (latent content)。雖然如此，即使使用最複雜的分析形式，源自管道隱喻的研究仍傾向於考察內容的某些面向，而忽略了傳播結構的隱含面向。

在通俗和學院的領域裡，都使用管道隱喻。它是關心孩童模仿電視中反社會行為的基礎，它助長對新聞偏差、性別形象、文化菁英、家庭價值的論辯；它促成大家關注大眾對宣傳的敏感度。諷刺的是，互相競爭的社會運動者、和幾乎不互相討論的研究陣營都使用這個隱喻，如保守的 Reed Irvine's Accuracy in Media (AIM)，和進步的 Jeff Cohen's Fairness, Accuracy in Reporting (FAIR)，Feminists for Free Expression (FFE)，Moral Majority，以及傳統的內容分析者和大部份的批判理論學家。由此看來，許多自認在傳播研究上幾乎沒有什麼共同點的人，其實在「媒介是什麼」及該如何檢驗媒介的問題上，有相同的比喻。他們同樣地也忽略其他兩個重要的傳播概念。

將媒介視為語言

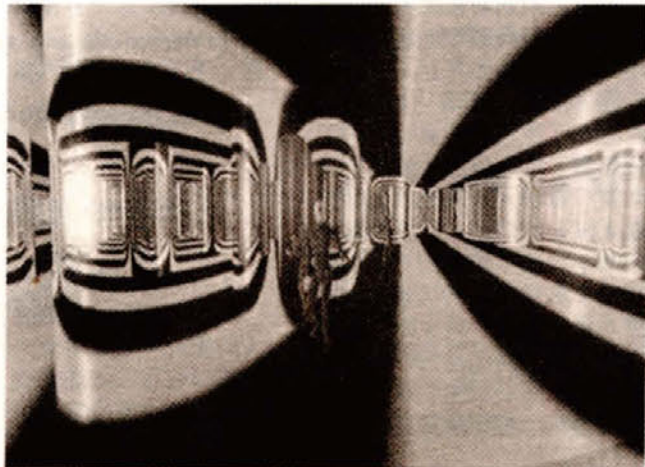
(Media as
Language)

另一個由媒介學者 (尤其在電影研究上) 發展出的核心隱喻是「媒介就是語言」。將媒介視為語言的隱喻，就如我在此處使用的比喻，傾向於以每個媒介裡特別的語法為焦點。那些利用此隱喻的人，已探討每個媒介、或每個媒介的一般類型中，具有特別含義的變項、或是製作技巧 (例如電影和錄影帶，有很多相同的變項)，語法分析者不是將媒介看作是相對被動的管道，而是考察媒介在改變內容要素的呈現，和意義上的可塑性。

將媒介視為語言的隱喻，引發下列問題：在每個媒介中什麼變項可被操作？以認知 (perception)、了解 (comprehension)、情緒反應 (emotional reaction)、和行為反應 (behavioral response) 的角度來看，這樣的操作有何效果？每個媒介的語法符碼 (grammatical codes) 受媒介物質的本質、面對面傳播的文化變項符碼、早期的製作習慣所型塑的程度各是如何？政治和意識形態會不會影響典型的語法變項選擇 (typical grammar variable choices) ？對相似製作變項的操作，不同的閱聽人有什麼不同的反應？

管道隱喻法引導我們分析已轉換成別種媒介呈現的媒介內容，也許是從某媒體轉換到另一媒體的媒介內容，也許是從現場互動轉換成特定媒體，也許是從媒體轉換成現場互動。相反地，語言隱喻法會使我們集中注意力於僅在特定媒體或特定形式媒體中，發生作用的那些變項。當一個歌者做多軌錄音時，她所做的是現實生活或靜態攝影中辦不到的。無論我們對下雨的午後多麼無奈，現實中我們無法以晴朗的早晨解決問題。

(文接 23 版)



▲傳遞內容的通道不同，訊息就會有差異。

(圖為《重返侏儸紀》劇照 捷盟影業提供)



當然，一個人不能不考慮內容而去選擇語法。以印刷品為例，在分辨形式的尺寸及風格前，必須先有文字；在影像媒體中，一個人不可能在空無一物的情況下，做長鏡頭或特寫；在聽覺媒體中，一個人要先有聲音內容，才能使用均質器或製造聲音效果（例如以麥克風的不同位置產生相對的距離感）。

然而，雖然語法的研究必定要考慮內容，語法問題卻與內容問題相當不同。以內容分析者探究媒體中的女性形象為例，他們所關心的要素包括女人的角色（例如家庭主婦或主管），女人的待遇（例如受男性同等尊重、敬為女神、或視為性的玩物），女性是否因為表現了個人的或職業的獨立性而受到懲罰等等。

相反的，語法研究者可能檢視在特定媒體中這些角色、關係及行為的結構。

以電視為例，關於女性形象的語法，包括女性是否受制於私密的、個人的、或社會的空間；是否以高角度攝影使女性看起來柔弱或以低角度使其強悍；是否使用濾光鏡製造朦朧光線以特寫女演員；是否攝影結構集中注意在女性身體的部分；及是否整個情節是出自男性或女性的觀點（例如最普遍的是一個女性經過一個男性，接著鏡頭切換到她的背影作為結束）。因此，即使看來清楚易懂的詞彙，形象（image），肖像（portrayal）及模樣（genre），在不同媒體隱喻中有著不同的意義。

語法對整個訊息影響最明顯之處，在於當我們實際上、或假設上運用不同的語法變項在同樣的內容要素上。當然，在自然發生的媒體成品中，特定的內容經常隨著語法而變化，但我們仍可以找出不同影響的線索。Henry Hampton (1989) 提供一個簡單且具代表性的例子，他製作了一個報導美國黑人民權運動的記錄片「注視榮耀」(Eyes on the Prize)，該片並得過獎。他與伙伴研究了數百小時的電視新聞檔案。他們發現一個基本的語法隨時間而戲劇性轉變，而這似乎反應了新聞工作者對抗議者的認同程度之提高。Hampton 描述，初期的鏡頭位置是在遊行隊伍之外，以白人點觀看黑人運動受到白人種族主義者的敵視。然而，隨著時間的流逝，鏡頭移到遊行領導者身後，觀看在外敵視的警察及其領導者。當此運動主張「黑人權力」時，鏡頭再度跑到外圍。最後，因為一九六七年的暴動，鏡頭觀點就只在警察防線的後方了。

這樣的鏡頭位置變化也出現在一些電影作品中，最清楚的就是戰爭電影，鼓勵觀眾認同一方反對另一方。語法變項的操作也部份地解釋為何在一些電影中觀眾傾向認同罪犯（一種內容概念）



▲語法研究關注媒體中的女性形象如何呈現及塑造。

(圖《一生的愛都給你》劇照 春暉影業提供)

，例如「我倆沒有明天」(Bonnie and Clyde) 及教父電影 (Godfather)，而在其他電影則認同警察（一般而言是認同某個或某些警察）。除了一般的電影觀點，觀眾與演員之間的距離介入也會造成不同程度的情緒感受。我們對於特寫的人物最容易有個人的反應（無論是正面或負面）。事實上，即使電影中有數百人被殺；只要我們所「親近」的那些人平安無事，我們就認為是圓滿的結局。

上述例子說明，對媒介語法的探究包含了一組次級的、意義相當不同的詞彙，結構 (structure)、形式 (form)、隱含 (latent) 及符碼 (code)。這些詞彙在媒體的第三種形象中產生另一組意義。

將媒介視為環境 (Media as Environments)

對於「媒介是什麼」的第三種回答就是：每個媒體都是一種環境 (environment)、或背景 (setting)、或情境 (context)，其

所具有的特徵超越內容的不同及製作變項的操作。這就是我所說的「媒體分析」。我使用單數的媒體 (medium) 是因為採用此種隱喻法的人，檢視的是每個媒體相對固定的特徵。

在內容的及語法的研究中，並不會講明媒體的特徵。畢竟，當一個人研究電視影像內容、或一篇文章的內容時，相對地，他不太研究電視與印刷的特殊性。同樣的，對於錄音時麥克風位置所造成的音效之研究，其所處理的變項在其他媒體或現實互動中也不存在。除此之外，一個媒體的特徵，有時被標舉以說明對其內容或語法之研究的重要性（例如電視影像對年輕人及學齡前兒童之接近性，相對於印刷物較高，被用來證明對電視節目內容分析之重要性）。但是媒體分析更進一步：它企圖使我們了解媒體中的那些不同處如何造成不同。

廣泛來說，環境的隱喻使我們去問：在不管內容及語法選擇的狀況下，每個媒體（或每個媒體的形式）有什麼特徵使它在物理上、心理上或社會上，不同於其他媒體、或不同於現場互動？該特徵如何影響到該媒體內容及語

法的選擇？是什麼樣的社會、政治、經濟變項促成具有某些特徵的媒體的使用，而不是具有其他特徵的媒體？新媒體的加入如何改變了舊媒體之功能及其運用？新形式媒體的興起如何改變了既有的宰制性媒體之社會角色及功能？每個媒體的特徵如何與文化符碼及習俗互動？

當然，分析媒體特徵而不承認內容及語法選擇的存在是不可能的。例如，無論如何需有節目才能使「電視環境」之存在成為可能。事實上，媒體分析者可能以不同媒體傾向使用不同內容及語法，來說明其溝通情境之不同。例如，電信通話相較於書信，可以被用以指出電信之相對的非正式、雙向性及較不單調的本質；而電視製作人較電影製作人更喜歡用特寫，可能與現今電視在各方面具有的私密性有關。

同時，典型的媒體問題不同於典型的內容及語法問題。內容與語法研究者關心的是在選定媒體後仍可以操作的變項。而媒體分析關注的是選定媒體後就無法控制的「環境特徵」。一個人可以對該媒體之特徵投降（例如電信的相對非正式性），或抗拒它們（例如不要電話），或企圖對他們做些事（例如買個答錄機）。但它們（指特徵）就是在那裡，一個人必須以某些方法對付它們。對媒體分析而言，關鍵的決定在於一開始是否發明或使用一項媒體。

所謂「視媒體為情境」經常與在社會情境中觀察媒體相混淆。但大社會情境與所有三種媒體形象皆有關係。社會、政治與組織變項影響也被影響於如下幾項 1. 媒體訊息內容的製作與概念，2. 媒體語法變項之操作與對此操作之反應，3. 不同媒體設備之發展與運用。



▲分析戰爭電影中鏡頭的位置，會發現影片鼓勵觀眾認同交戰雙方的那一方。

(圖/本報資料室)





《Wired》的反擊

(圖/美聯社)

Wired

資訊資本主義

之聲

今年五月，《The Buffer》雜誌刊載的文章引起廣泛的討論，記者 Michael Hirschorn、《Wired》的主管 Kevin Kelly、記者 David Kline、（訪問過 John Malone 及 Ray Smith）皆有參與討論。在七月份，《utne Reader》又以同樣的話題舉辦了一場研討會，以下是討論會的摘錄。

文/奇奇譯寫

《utne Reader》：《Wired》用革命的字眼到底是意指何物？是指社經情況變遷做主導的運動？還是指科技的變遷？《The Buffer》質問《Wired》所指的「革命」是否和現代經理人和廣告人所指的革命不謀而合？人們以為他們是反抗現實的革命者，但實際上他們卻是不折不扣的資本主義者？

Michael Hirschorn：我對《Wired》不滿的是，它不斷地對一些大人物迎合諂媚，如 Bel Atlantic 主管 Frank Biondi 等，這使得《Wired》就如《Newt Gingrich》的 Babara Ehrenreich 所言，「有些人不斷地追求第三波未來主義的理念，實際上卻只有第二波中財閥的貪婪」。至少，自 80 年代以來，已經很少人會對企業組織做那麼忠誠的報導。

David Kline：你所謂的忠誠報導已經牽扯了兩個人（Malone & Smith），我現在要強調的是，那些只是訪問，受訪者可以暢所欲言，也可以迴避敏感話題，主要是看他們如何看待事情，但至少令我感興趣。我的報導主觀強烈，商業是科技發展的原動力。這是不容置疑的。這些公司致力將科技靈活運用以造福人群，並影響我們的生活。

Michael Hirschorn：那為何《Wired》及數位式文化如此快速地被 Malone 等人視為囊中物？在 60 年代組織是鮮少革命性，而崇拜這些人更是罕見的現象。那些自誇為電腦網路革新者的人，我真希望他們沒有掌大權

David Kline：如果要同意《The Buffer》說法，必須假設資本主義是（a）具剝削性（b）較其他行徑低劣（c）社會不需要變遷。

我個人認為，（a）資本主義的剝削性造成權力的集中，而財富及權力的集中是必然的現象，就如同動物界會將最佳基因留給下一代一般。（b）如果說資本主義不公平，那實在找不出更公平的方式，將財富及政治權力平均地分配給大眾。（c）《Wired》所指的革命並非政治革命，而是經濟、社會的影響力，且非單純的政治革命。商業是科技變遷的原動力。如果新發明不能創造財富的話，那誰會汲汲於發明研究？故《Wired》報導 Malone、Smith 等人，也是無可厚非。

Kevin Kelly：《Wired》會繼續將那些高級主管的照片刊在封面，那些人士這領域的佼佼者，絕不能被一些微不足道的小傢伙凌駕其上。並且我們不只需要廣告員，重要的是要囊括企業界的各種觀點及小道消息。對那些自以為是的人，我還是要奉送一句：「消費者運動就是革命性的運動」。

Michael Hirschorn：「消費者運動就是革命性運動？」我還是不能苟同，也許在五 0、六 0 年代是，但現在只是我們的負擔罷了。

Kevin Kelly：也不一定要對革命的結果樂觀其成，革命只是一種嘗試的經驗。（下）

資訊交流道

▲ 1995 年國際電腦技術研討會

主辦單位：中華民國電腦學會、工研院
電通所、行政院主計處電子
處理資料中心、教育部電算
中心

時間：10 / 16 - 17

地點：中央圖書館國際會議廳

主題：以 NII 為架構，闡述國際電腦科技
之應用理念與發展趨勢。

主持人：鄧啓福

詳洽：(02) 7811753

▲ 當代文學史料影像全文系統

內容：為全國第一套收錄臺灣地區當代
作家 600 餘位之生平、傳記、手
稿、相片、著作年代、作品書目
、評論文獻、翻譯文獻、歷屆文
學獎得獎記錄及名句等。

查詢途徑：1、館內查詢—

中央圖書館二樓閱覽大廳
及參考室內，提供個人電
腦查詢本館資訊網路系統

2、電話撥接—

(02) 3812333 八線自動
跳號

3、網路連線—

透過臺灣學術網路 (TAN
et) 網路伺服器 PAddress
：192.83.186.8

使用者帳號 (LoginID)

：ncl

使用者密碼 (Password)

：ncl

▲ 網路維護技能班

時間：10 / 13 - 11 / 24

主辦單位：資策會教育訓練處

適合對象：1、各單位之網路管理或維
護人員

2、欲建立網路維護技能之
網路使用者

電話：(02) 7089215 轉 264 吳薇薇
小姐

▲ 新竹食品所電腦連線資料

查詢方式：www 地址—http://

www.firdi.org.tw

或向食品所企劃室申請帳
號

洽詢專線：(035) 223191 轉 229
廖先生



世界新聞傳播學院 出版中心

專業印前作業設備

影像處理及排版工作站：

Apple Macintosh Quadra 950

POWER MAC 7100

PC 486

AGFA Slectset 7000

Fuji ScanArt RC-330 (ScanArt- RIP)

Fuji color art

印刷

設計

電腦排版

彩色印刷

影像輸出

製版

攝影

彩色分色

服務項目：

1. 書籍、雜誌、廣告海報、各類刊物、紀念冊等印刷品之製作。
2. 彩色分色、電腦排版、及四色片輸出、代打樣、製版及印刷電子影像資料稿等。

本中心為一專業印刷製作中心，擁有豐富的印刷專業知識與技術，秉持著最大的熱忱，竭誠為您服務。產品品質與時效的保證是我們最大的特色，只要一通電話，服務就來。

服務地址：台北市文山區木柵路一段十七巷一號

世界新聞傳播學院出版中心

服務電話：總機：(02) 2368225-9 轉276~279

傳真：(02) 2361337 專線：(02)2360336

出版字號：行政院新聞局事業登記第5636號

是誰

要作

女體消費與女性論述的辯證關係

自己的主人？

文／周月英

「男人注視女人，而女人注意自己已被男人注視。這不僅決定了大部份的男女關係，也決定了女人與自己的關係。女人自身內在的檢查者是男性，而被檢查的是女性。因此她把自己變成一個對象……這個傳統所表達的態度與價值，通過更廣佈的媒體——廣告、新聞、電視等而散播著。」

約翰·柏格在《看的方法》(Ways of Seeing)中提出的這項分析，近年來經常被女性主義者援以指陳兩性的權力關係，尤其在廣告的批判上，對於女性形象的建構以及女性受壓迫問題的討論，更經常不出上述引言中所列舉的數項論點。

女性主義助長
女體消費？

隨著女性論述的普及，以及因為情慾論述而炒熱的女體分析，關於女性形象的討論，其實已經汗牛充棟。尤其在廣告消費的分析方面，伴隨著近年內美體瘦身業的大張旗鼓，跟隨其後撻伐鞭笞的女性主義論述也比比皆是。我們可以說，這類文本分析的文化研究取向，其實已經達到了一定的「成就」——一方面，女性論述所欲溝通的對象，也就是所有的女性消費者，或多或少都聽聞過相關的批評與反省，因此當她們前往美容瘦身中心尋求重塑健美身材時，通常都會舉出一串合理化瘦身的目的、抵禦女性主義指控的說法與理由。而另一方面，女性論述所攻擊的對象，也就是促長女體消費的美容瘦身業者，顯然也接收到了女性主義者聲嘶力竭的呼喊，並且了解到女性意識在當前社會思潮中的顯學地位，因此聰明的業者眼明手快地符應了社會的脈動，將女性主義論述吸納到消費的核心中。女性主義論述在美容瘦身業的「尊寵」之下，非常反諷地助長了女體的消費現象。

因此，本文的目的其實不在分析美容瘦身業所推動的女體消費風潮，而在關照女體消費與女性論述之間的糾結歷程。為了說明女性主義論述與美容瘦身廣告之間的辯證關係，讓我們先簡單回顧一下瘦身廣告的階段性徵。

大體上，我們可以依據美容瘦身廣告的內在性格將其區分成三個階段：

最初的美容瘦身廣告嚴格說來應該稱為「減肥／豐胸廣告」，從最

早期出現在報章雜誌分類版上的藥品廣告，以至今日仍然可以看到的某些減肥／豐胸藥材廣告都屬這一範疇。這類廣告的內在邏輯是：肥胖或身材平板的女人是不受男人喜愛的；肥胖等於愚笨、身材平板等於沒有魅力；肥胖等於貪食；肥胖等於自我控制力薄弱……。在意義的構連上，肥胖的女人可以跟各種負面的意象連結在一起，而身材平板的女人也被指為是缺乏女性性徵的。廣告的核心概念直接指涉女性的「身體」，而最終目的當然在於達到鼓勵消費的行為——購買減肥或豐胸的藥品或器材。

在廣告手法上，這類減肥廣告採取的是「直接喊話」的訴求；因為有上述關於肥胖及平板女人的前提，所以女人應該保持好身材，所以妳應該吃某某減肥藥或豐乳丸。這類廣告赤裸裸地展現了父權意識形態對於女性身體的注視及控制作用，一直以來已是女性主義攻訐的對象，相關的研究在女性議題研究中一直佔有相當比重，我們甚至可以說，女性論述的普及化，最初即是以廣告等文化分析為基礎方能受到重視的。

由於女性意識的不斷反省批評，減肥及豐胸藥品／器材廣告粗糙的訴求手法顯得過於直接、粗暴，在說服效果上明顯失去魅力，新興的美容瘦身業因此採取了更為精美的包裝策略，促使美容瘦身廣告進入第二階段。三年前崛起的菲夢絲廣告系列，正是其中的代表。

精美包裝取代
直接喊話

從第一支以懸疑手法拍攝的前導廣告開始，以至其後一系列由中國小姐溫翠蘋主演的廣告，除了展現女性胸體外，菲夢絲的廣告更多以女性的生活、工作及愛情為切入點。這類廣告塑造出健康、自信的女性偶像以做為欣羨崇拜的對象，以專業、現代化的情境，強化瘦身的現代性及時代感。

大量女性議題研究的報告早已為我們指出了：這類廣告的內在概念，其實仍舊是奠基於堅強的父權結構之上，女性被置於「被觀看者」的地位，成為依附男性的讚賞而生存的角色。所有女性的自信、美麗，其實都是為了螢幕之外一雙隱藏著的男性觀看的眼眸。只不過在包裝策略上，這類廣告以精巧的拍攝手法及經過巧妙偽裝的訴求內容，轉化了廣告（更重要的是產品本身）內在對女性身體的控制作用。

誰是最佳女主角？



(圖／本報資料室)

在近幾年的廣告量排行上，擁有菲夢絲、女人話題、新新女性及最佳女主角數家美容瘦身公司的群亨企業集團，由沒沒無聞一躍成為第二大廣告主，其廣告量之驚人可見一斑，相對的，該公司旗下各產品的廣告作品所受到的注目與警議也是最多的。

在女性主義研究不斷的砲轟攻擊下，美容瘦身廣告悄悄地進入了第三階段，「最佳女主角」的概念，為這一階段的廣告策略建立了基礎模式，也為女性主義批評敲下了第一記警鐘。

女性論述應轉換
分析策略

儘管內在邏輯及背後的依據仍舊不脫父權觀看及控制女性身體的問題，這一階段的美容瘦身業卻以狡獪的慧語創造了自身的另一空間。從鞏俐主演的廣告開始，最佳女主角廣告一向強調的重點即在於「做自己的主人」——尋找獨立的自主性、擺脫男性的控制、追求自我完成……，所有的概念在表面形式上完全符合女性主義論述的形態。對於不願被標記為追不上女性自主思想潮流的消費者們來說，「做自己的主人」正提供了一個充分而正當的護身符，這些汲汲追求身材窈窕的女性們，從此不必再畏懼被譏為傳統守舊，從此可以

正大光明地頂著女性主義的光環進行身體的控制。

說「最佳女主角」廣告是女性主義論述的第一記警鐘，其意義在於：事實上，上述美容瘦身廣告的階段性格明顯地指出了，即使父權的本質不變，瘦身廣告所代表的對於女體的消費手法是變動不羈的。瘦身廣告的訴求策略並不是固定不變的，相反地，它不斷地在吸納社會思潮，不斷地以現代、專業的形象塑造自身的基礎。女性主義論述如果不能意識到這一點，而一逕地以相同的邏輯、重複的觀點作為分析批判的策略，那麼當它也被吸納消溶於瘦身論述中時，（錯誤的）女性意識可能反倒成為助長控制的機制。

最佳女主角廣告在日前接獲消費者指控為不實廣告後，立即迅速地推出了一則新的廣告，鞏俐、楊林等身材健美面貌姣好的女明星不見了，代之而起的是一位臉上刻著歲月及歷練痕跡的女性清潔隊員，文案也一轉成為：「她才是永遠的最佳女主角」。廣告業堅強的消費性格，使其訓練了一身化危機為轉機的包裝技巧。瘦身廣告與女性主義論述正處於一種互動的狀態中，瘦身的概念在被女性主義徹底地批評之後，遁入了「敵人」的陣營中，機巧地找到了新的生存空間。當女性主義變成消費的對象時，是女性論述應當對自身的分析策略及言論立場進行反省批判的時候了。

社運小蜜蜂



《象牙塔外的實踐》系列四

為運動

尋找另類出路的

關河鳴

■展演者：關河鳴（美國南加州大學電機碩士畢業）
■文字苦力：林秀麗（本報記者）

「學生的身份會改變，使得學運沒辦法持久，但是，社運本身會不會持久？」這是在過往的學生運動經驗裡，關河鳴對「運動」的反思。

政治高壓下 早熟的啓蒙

關河鳴，現就讀於美國南加州大學電機所，年底將繼續攻讀該所的博士學位；本身也是北美州台灣學生會的現任社委。記得大學要畢業的那年，周遭還有朋友勸他趕快「轉行」，比如考個社研所、甚至歷史所也好，因為幾乎所有從事學運的朋友都不認為讀理工科的學生在畢了業、失去學生的身份後，還可以繼續投入運動改革的行列，尤其以現有有限的社運空間而言，其所需要的人力，大部份還是以念社會學、政治學、或其它相關文法學科的人為重，可能很少人會想到要去找一個念「電機」的。然而，關河鳴不但堅持了他的興趣——唸電機系，也持續了自高中時代以來，對政治、社會改革運動的關懷。

高中的三年，對關河鳴而言是政治啓蒙的重要階段。他回憶說

在高一時，曾有一個同學在課堂上問軍訓教官，二二八是什麼？結果教官就開始胡扯，但是另一位同學卻很神勇的舉手，反駁教官的說詞。因為那位同學黨外雜誌看很多，所以教官怎麼辯都辯不贏他，最後的結局便是——他成了黑名單。這件事情對關河鳴影響深刻，事後他與另一位同學不但向那位勇於發言的同學表示支持，甚至三人還變成了死黨。

在80年代、解嚴前，兩個高中生穿著制服，跑到市議會跟駐警說：他們要旁聽，你能想像嗎？可是在高二那年，關河鳴就跟同學每天放學後跑去市議會旁聽，甚至旁聽了一年多。其實，剛開始時，關河鳴和他同學是想去立法院旁聽，但是警察一看他們穿制服就不讓他們進去，還問他們有什麼動機。因為那時朱高正正大喊要反老賊，結果，他們就很要寶的說「聽說裡面有很多老頭子，想進去看看他們“老”到什麼程度」，呵呵，當然警察還是不讓他們進去，不過卻建議他們去市議會。而不論是要踏進立法院或市議會，關河鳴表示其實心情都非常沈重，當要繳證件時不但很猶豫，還擔心登記的證件名字會交給學校呢！

對政治改革的關注，也跑去市議會旁聽了一年，甚至在親眼目



▲在遊行的場合中，關河鳴常常不缺席。圖為1993年520反核遊行時於立法院前的留影，左一為關河鳴。（圖／關河鳴提供）

睹五二〇事件，教官帶糾察隊往群眾丟水袋，還悄悄地拍下照片送去自立晚報，然而隨著解嚴的宣佈、蔣經國的去世，關河鳴和他的另外兩個死黨，卻深深感受到了一股虛無感。因為很多問題似乎並沒有隨著大環境的改變而消失，「可能太早啓蒙的人，你很快就會感到虛無。」關河鳴有所感慨的說。不過對於這段高中時的經歷，可能也是別人所沒有的。

思考所學 另闢運動出路

從高中時代到進入交大電子物理系，關河鳴說他原本只是想當個工程師。但是，成為交大台研社的社員後，卻讓他開始去思考所學科系與運動經驗的結合有無另類的可能性與出路，而且這份思考也持續至他出國留學後。

在美國，關河鳴認為可能是他搞運動，經驗最愉快的時候。因為以前即使是在學校辦跨校性的活動，還是會遇到一些爭權奪利的事情、以及在運動中爭取主導性的問題。可是在美國留學的學生，對政治議題常常並不那麼敏感，所以其運動方式也跟台灣很不相同。以美國台灣同學會為例，關河鳴說在台灣，打的可能是文宣戰，例如辦一個演講就可以有兩三百個人參加，雖然在這兩三百人中只有三、四十人是社員，可是卻必須利用這種文宣戰，打空氣票來證明自己的實力。可是到美國後海報牆上的海報根本很少有人會去看，所以靠的可能是從生活細節的彼此照應開始，基本上是一個拉一個的組織戰。不過，關河鳴也提及，海外運動的優勢雖然是人力資源，人與人的關係如同同心圓般一層一層的發展出去，但彼此間的歧異性其實是很大的。不像台灣的運動團體，從那個系統出來，就有那樣的讀書會，而且同一系統的意識形態幾乎相近。

運動應結合 生涯規劃

在歷經島內、海外的組織運動後，其實關河鳴最關心的點還是國家藍圖的規劃。以一個由高級知識份子所組成的社團為例，它所代表的意義，並不是這群知識份子的政治主張，而是他們有無規劃國家藍圖的能力。「比如說念電機的有多少人？而這些人應該合起來對台灣的電機工業做一總體檢，甚至進一步去規劃，在台灣的產業結構中、在世界經濟體系裡，電子業要擺在那裡？資訊業要擺在那裡？化工業要擺在那裡？」關河鳴舉例說。

換言之，運動其實是應該與每個人的生涯規劃相連結的。關河鳴認為如果運動與生涯規劃有所衝擊，那運動不會持久，所以它應該是一個人性化的生涯規劃，與事業、家庭都能緊密連結，如此運動才能真正撼動社會的基礎，才会有新的視野出現。

很多學運份子的最後選擇，可能是把學運放掉，然後去找一個政治派系、或找一個政治人物跟著他，一步步爬上去。可是就如之前所提，對一個唸理工科的人來講，他們可能沒有辦法在運動領域裡，聯結他們的專業經驗，所以他們只能偶而出來搞搞運動，可是當要做實驗、要交升等的報告了，他們就又退回自己的研究室。所以對理工科而言，關河鳴覺得一種機制還沒有建立成功，「以前常很傳統地將學運與政治部門作聯想，但當政治部門本身的資源有限的時候，學生一站出來就變成去跟別人爭資源。可是從來沒有人去想說我必須去開創一個新的資源。因為當你去開創一個新的資源時，你跟其它的人並沒有卡位上、或政治利害上的衝突。」

脫離政治空間、意識形態的侷限，尋求整體國家規劃的前瞻性，關河鳴其實提供了學運份子新的可能出路。或許，這也是改變目前政治生態的做法之一。

知識檳榔族



▲圖為1993年7月台灣同學會在聖塔巴巴拉舉行幹訓時的合照。左三為關河鳴。（圖／關河鳴提供）

與文化公園共舞

誰在打造新竹人獨特的文化性格？



▲藝術從室內展示場走向戶外，不但拉近了與普羅大眾的距離，也擴展了另類的想像空間。然而，藝術家是否都具有出走的勇氣，也正倍受考驗。（圖／清華大學藝術中心提供）

編者按：

位於新竹市的清華大學，由於交通便利與腹地廣大，每逢假日往往成了新竹市民群聚的休閒公園。其實，此一現象並不只限於清大，其他大學可能也是如此。只是，知識的被神聖化，不但營造了學院殿堂的不可親近性，也使得大學所扮演的公園角色，常常只是單向地提供了當地住民一個沒有互動的休閒場所。此次，由清大藝術中心所策劃的文化公園系列，既提供了一個住民與知識份子互動的方式，也展現了知識份子對地方文化形塑的可能性。然而，此份「形塑」到底是來自知識份子的單一認定，還是新竹市民的全體想像，卻是值得再思考的！

化公園大部分的活動都是戶外露天進行。這種特殊的展演方式是希望能去除民眾與藝術作品之間的負擔、打破「藝術殿堂」這種空間、心理上的隔閡；另外，這種隨便逛逛的展演方式也有助於打破現行商業體制，使民眾在不經意中領會、使被商品化的藝術重新進入生活。

其次，活動設計中皆包括參與展演的藝術工作者與觀眾進行面對面的交流，這方面的理想狀況是希望對民眾揭去藝術家的神祕面紗；對藝術家而言則可進入人群、使作品更加接近土地，進而生根。然而，理想終歸與現實有差距。工作人員無奈地表示這種展演方式對某些藝術家而言是過於「苛求」，他們往往因展出沒保障、不願面對民眾…種種因素，而使部分作家、作品無緣與觀眾見

面。而這種視藝術為商品、自我保護的心態適為造成今日藝術所以脫離一般民眾的生活的惡因。

另外，最為特殊者應為老少皆宜的彩繪大地活動。但原本希望使大家能在輕鬆創作或仿作的過程中體會美感經驗的活動設計，卻不知為何有一個不太可行的事先提草圖的要求，據言是為了防止某些不太「美觀」的作品出現。然而，相反地也失去並呈各種創作、蘊生另類美學的可能。

因此，雖然本活動的許多構想是挑戰現行方式，理所當然地實施上我們也見到其遭遇的阻礙與困境。這種結果雖然大半可歸因於外在環境的侷限，但就筆者觀察而言，卻無法不同意主事者的想法的自我設限及其理想與作法間出現不自覺的差距等因素亦造成「美意」無法落

文／林文源

文化公園是清大藝術中心自今年四月以來，每個月月底的周末在成功湖畔舉辦的藝文活動。內容除了有靜態的湖畔藝廊展出各種工藝、美術作品；還有動態的湖邊音樂會、林蔭表演及粉筆彩繪大地的活動。根據其文宣指出文化公園立意於為新竹市拓展一個異於藝廊、音樂廳的文化空間，並藉由邀請藝術工作者與現場民眾溝通，使藝術融入市民生活，冀以「營造出新竹人獨特的文化性格」。

相較於一般藝文活動，文化公園這些較為特殊的想法與實施方式，隱含了對現行藝文機制的批判及謀求一個另類、文化扎根的可能。但究竟這些構想成果如何，是否真的挑戰現行機制抑或終究僅停留於理想層次？對於新竹市民來說是否真的得到一個接近、了解藝術的機會…。以下筆者將就其各個特點及其活動的內在、外在因素，對其成果加以分析。

在強化隔閡與打破
隔閡間彩繪另類美學

就筆者訪問結果，工作人員首先指出文

知識交流道

■花蓮原住民社區教育專案期待您伸出援手

花蓮原住民社區教育專案是一個專為原住民社區籌募教育文化基金的專案活動，主要目的是希望能成立社區型的圖書館，並利用該場地，持續舉辦系列的教育文化工作，例如：自我成長團體、教師成長團體、親子團體等，期待能夠用原住民的方式，讓文化教育更加落實，使得原住民在大漢沙文主義下，能真正尋回尊嚴，找回屬於自己的文化。

此教育專案的捐款帳號為 18205043，戶名是花蓮原住民社區專案。若您要捐書，請記得將政令宣傳、漢人沙文主義等書籍過慮後寄至北岡教會：花蓮縣瑞穗鄉鶴岡村 182 號。如果還想知道詳細的相關資料，請洽人本教育基金會，電話為（02）3635625。

■民族學研究所出專書了

民族學研究所研究專書《社會調查與分析：社會科學研究法檢討與前瞻之一》已經出版，本書由章英華、傅仰止、與翟海源三人主編，共收錄十三篇論文。有興趣的讀者可至民族所洽詢，電話為 7899300。

知識檳榔族



思考在地文化 落實「差」意

就這方面來說主要有地點及團體的選擇兩大因素。首先，就地點選擇而言。工作人員表示當初主要因為考量展演的氣氛和效果而選擇清大成功湖畔。然而這個地點相對而言是新竹市民較不可能適興、甚至是不大容易接近的；姑且不論「清大」這個名頭本身造成的距離；事實上，清大距新竹市區的一小段距離，且因外來車輛需換證，否則需要步行進入校園的路程說短也不短。以致於，參與這項活動的人士大都來自附近清、交大、工研院、科學園區，幾乎是複製了新竹「東區租界」（即以上地區而成的藝文區，因此對新竹市民的意義、影響並不大，遑論使文化進入市民生活。

再究其以氣氛效果選擇地點，而非以參與的普遍性優先考量的心態也不無可議之處。這點我們主要可以過去常見的野台戲來對照；野台戲的演出品質實在不算好，但因它的地點在路邊、廣場上，任何人都可以真正地隨便瞧瞧或認真觀賞，在這樣的氛圍下感受那種氣息。這不是文化公園的目標嗎？除去隔閡，讓藝術進入大眾生活的第一考量是否應為普遍的參與？而不是只顧品質（但其它地點也不見得多壞）。當然，若其設想的觀眾是對藝術已有相當造詣，而非要如此不可。那麼，我想文化公園也意義盡失了。

其次，在展演團體方面。筆者個人以為是否表演者都必須是藝術工作者？地方的社團

、同好會等是否也可以是文化公園的展演者（當然這又牽涉品質、美觀問題）？就此而言，我們可以說粉筆彩繪是有其進步性（儘管仍有不恰當的過濾心態）。

其他兩類主要活動雖已意識到空間及商業體制的限制也希望突破；但在為藝術家或藝術「除魅」方面，顯然仍未跳脫其侷限，這種心態明顯地表現在為節目宣傳的部分展演者履歷中，似乎為了證明節目的品質與展演者的資格，終未能意識到藝術創作、表演不

但要進入生活，更應該產生自個人的生活，如此才可蘊生獨特、在地的文化。

總之，文化公園是有其突破性意義。但就目前情形也有上述令人憂慮之處。或許，誠如工作人員所說他們及表演者亦依觀眾反應漸漸調整活動方向。但如何調整心態以跨出「東區」真正進入新竹，我想，才是根本落實理想的前題吧！

（作者為清大社人所研究生）



▲「彩繪大地」將觀看者變為創作者，而在角色互動中，對「美」的刻板印象是否也能因此打破呢？
（圖／清華大學藝術中心提供）

研究生手記

無業學生 愛恨論文間

文／高文進

下午參加完營隊活動，跑去上一個朋友的電台節目，回到自己的居所後，又得趕一篇答應給人家的稿子。這大概是目前生活的寫照。說忙碌其實也談不上，只不過有時候剛好活動都擠在同一段時刻，但是總覺得自己一天到晚就這麼跑來跑去，只不過，好像也沒生產出什麼東西，菸倒是抽掉了不少。

我覺得自己像是某些朋友所說的「棄業青年」，半就業又不就業的，賺不了幾個錢，也還餓不死自己，而且勉強地不需要向家裡伸手（主要大概也是不想回家）。你覺得自己在幹一些事，但是沒有人知道你在幹什麼。除了論文寫作之外，你很難對外宣稱自己的「職業」是什麼。

是的，碩士論文成爲我又愛又恨的「工作」。它讓我維持了一個學生的身份，也就是讓別人還可以忍受你處在「無業」狀態下的一個藉口。「無業」似乎代表著不需要面對「現實」，有著更大的自由空間。但是，其實有時候你真不喜歡沒有一個固定的工作，尤其當你覺得有個有趣的行當值得投入進去玩它一玩，論文在這時候就成爲一種壓力，或者說它就成爲你的「現實」。

其實這種現象不盡然是普遍的，還得看看論文跟自己的關係是什麼。對某些研究生而言，論文的寫作是他當下生活的全部，而他也樂此不疲。對他而言，這個功課就像是發

明事業之於愛迪生一般，只會讓人渾然忘我的把手錶當作雞蛋煮掉。不過我知道對更多的研究生而言，論文是讓人想直接將它燒掉的東西。這背後的因素非常複雜，不過其中之一是，許多人根本不知道他爲了什麼而寫論文。

我自己剛好處在這兩種極端之間。研一的時候，我覺得論文不只要自己喜歡就好，而且應該是一個曠世巨作，能夠爲現世注入一個偉大的啓蒙。不過這種期望到研二的时候就改變了，一方面是對自身的處境更加了解，另一方面也逐漸不再相信一種全然的「偉大」思想。不過仍然堅持的是，論文應該與自身的關懷、價值，和社會的「進步」等等相關連在一起，至少是自己願意投入的。這是研究所唸了好幾年的一個原因。

但是，這個最起碼的期望也遇到了一些麻煩。得自己賺點生活費用是一個因素，不過影響更大的是，自己感興趣的思想領域（同時也是自己的生活領域）逐漸地擴張開來，因此，論文變得只是自己所關注的問題之一，而不是全部。當然，在一個階段能集中幹一件自己喜歡的事就相當幸福了，而且也可能有較深刻的收穫。然而，一方面，這仍然得作一些自我壓抑的功夫，另一方面，處在一個自我在進行快速變遷的狀態下，人有時候很難確認到底什麼是自己想要的東西，不是嗎？

知識檳榔族



唐山出版社

（台大附近）

島內最地下的社會科學
及人文學科專業書庫

開學期間

大特價

歡迎光臨

台北市羅斯福路三段

333巷9號地下樓

電話：(02) 363-3072

強效檔

台灣立報

分類服務第一

時效第一

證件、股票、支票
遺失、人事、公告、小啓

通通有 便宜哦！

服務專線：

236-7116 轉 208



(圖/本報資料室)

性別教育先鋒隊

不安於室

文/李安妮

基層女教師

教師節，當大家紛紛用鮮花、賀卡或思念來感懷師恩的時候，可曾想過，默默在教育園地中耕耘的基層教師們，其實並不一定對自己的工作感到快樂，甚至有許多不滿和怨言？而這些大多數為女性的基層教師，又經歷著怎樣不平的待遇、以及自我成長的限制和挫折？

爲了爭取教師的工作權、教學自主權和學校事務的決策權，讓學生獲得更民主、自由的學習環境，今年六月，「基層教師協會」正式成立，希望在現今教育改革的洪流裡，以第一線教師所面臨的教學困境經驗，發出符合相對弱勢的教師與學生利益的聲音。

「基層教師協會」的反省，並不止於教育體制和教學方式，她/他們同時也認知到，教師內部的階層和性別的矛盾，因此，協會的運作刻意採用了較民主的合議制，在理事、理事長的人選上亦經過審慎地考慮，協會第一任理事長、現任職於台北市士林區某小學的侯務葵老師，解釋自己的出線：「由女性的國小教師擔任檯面上的領導者，本身就是對整個教師組成結構及文化的最大反省和挑戰。」

事實上，「基層教師協會」的起步，也是由一群中小學女教師開始的。

自民國七十四年起，在輔大心理系教授夏林清的引領下，侯務葵和其他幾位女老師，成立社區中的媽媽成長團體和勞工親子講座等，踏出了彼此聯結和互相刺激、成長的第一步。

從自身生活和教學的經驗出發，經過幾年下來的思考回盪與討論，她們逐漸對威權、菁英式和有效管理、安全控制導向的基礎教育感到不滿，她們質疑升學制度對學生的殘害，強、弱勢學生的教學資源分配不均，更認識到基層教師在狹隘的教育空間中，被迫配合種種行政命令、教學/評量模式的有志難伸，以及在約聘制度下沒有工作保障、缺乏團結權的劣質工

作條件。

身爲女性，她們也反省到作爲女教師的特殊處境。傳統的台灣社會認爲中小學教師是個有保障、穩定、因而是「適合女性」的工作，而在整個社會的性別分工和知識區隔下，女性大多集中在師範體系的底層，於是發生了這樣一個現象：層級愈高的教育機構，女性教師的比例愈少。

在國中小學裡，絕大部份的教師是女性，然而，這些女老師卻很少能參與學校的決策，校長、主任大多由男性擔任。「在分配老師的授課班級時，其實存在著許多性別的迷思，譬如，學生比較怕男老師，女老師比較容易親近學生等，這使得國小一、二年級的老師很少是男的，另外，教愈高年級、地位/能力愈高的想法，加上男強女弱的刻板印象，男老師比較會被分派到高年級。整個社會對男性的成就期待，也促使男老師較有動力、機會往上爬升，如：繼續進修、到較高層級的學校教書等。」侯務葵說。

在男性校長的主導下，許多學校的政令其實忽略了女教師的需求。侯務葵指出：「譬如，女老師並沒有生理假，在月經來的時候，還得忍痛依學校的規定站著上課；懷孕的前期（甚至後期）仍須當全校的導護老師、在外指揮交通等。」

而當女老師提出抗議或反對意見時，往往也會被這些男性以「女性就是愛計較」之類的話語輕易帶過、不予理會。最近，侯務葵的學校就發生女老師連署抗議校長，一再將運動會、母姊會等排在星期六下午，使得她們因此無法得到充分的休假和做好子女照顧的工作，卻引發校長不悅的事件，因爲「身爲男性，他無法了解也不願體諒，女老師在工作之餘，還得擔起家務重擔的苦處。」

同時作爲被要求溫柔體貼的女性和賦予權威

地位的教師，許多女老師有著不適應的矛盾情緒；在工作上，她們常因女性的身份而被迫擔任配合性、被支配的角色；社會對女教師的刻板印象和期待，更讓許多人背負著高度的道德包袱：不敢主動追求愛情、不敢離婚、不敢說自己家庭不幸福等。

基層女教師改變的可能性有多大呢？侯務葵認爲：「比起其他女性，女教師的確擁有較多的資源和發言權力，但也較有空間做個「安逸」、不求改變的女人」，不論是站出來要求教育體制的改革，還是改善自己在工作環境、家庭、社會中的弱勢位置，改變因此仍必須透過組織的力量讓個人得以覺醒和依靠，才有可能，而這也是基層教師協會存在的使命之一。

無疑地，基層教師對於學生性別觀念的養成佔有極大的影響力，如何在課堂上讓學生學習到兩性平等、互相尊重的觀念和行爲，是基層女教師在突破自身性別限制外，必須面臨的一大課題。今年三月，「基層教師」曾舉辦一場「中小學兩性教育與女性意識」的座談會，獲得了廣大的迴響。協會正式成立之後，性別議題雖然暫時從主戰場退下，但侯務葵認爲，在目前的教師結構下，這是協會必然要面臨的問題，而她們也不會輕易放棄這方面的耕耘，因爲，工作權的爭取、真實教育的實施，絕對都和教師的性別反省脫不了關係。



(圖/本報資料室)

基層教師協會小檔案

■什麼是基層教師？

基層教師是指高、中、小學和幼教的教師，她/他們在目前台灣正式教育系統的威權領導中，是站在非正式（相對於學校行政體系中各層級人員之正式團體）、弱勢（相對於威權體制下的配合、維持性）的位置。

■什麼是真實教育？

同時兼顧全部學生和現存教育模式中居弱勢學生的受教權，是啓發學生的主體性，以啓發學生主體性，掌握有利於自己生涯規畫的知識、技能和人生價值觀。

■協會是這樣開始的...

八十二年九月二十八日，一群基層教師有感於教育的集體無力感和教育改革不能缺少第一線教師的參與，於是，以「保障弱勢學生的受教權、奪回教師專業自治、激發教師的實踐行動力」爲共識，決心發展相互支援系統及置身教育系統中實踐真實教育。經過兩年多，今年六月正式成立爲學術性的社團。

■曾經做過的事...

中小學兩性教育與女性意識研討會、教師專業能力講座、教師成長團體、生涯探索團體、「下課後」每月座談、工作坊（Workshop）、410教育改革活動、真實教育實踐方案...



落(實)

性傾向自由權

加大將開設同性戀 與雙性戀課程

文/宛家禾譯寫



(圖/黑白屋提供)

美國的加州大學洛杉磯分校(UCLA)正準備成立一個由該校學術評議委員會指導，成員囊括學校教職員工、學生及校友所組成的「特務小組」。這個小組的特殊任務在要求學校大學部開設有關男女同性戀者及雙性戀者研究(Lesbian/Gay/bisexual Studies)的計畫課程。

「男女同性戀及雙性戀者研究」特務小組認為，如果學校的學術評議委員會同意此一構想的話，加大洛杉磯分校將會成為第一個在大學

部擁有以此課程為輔修的主要研究性大學。

緊接著在加大洛杉磯分校之後，有包括加大柏克萊分校、康乃爾大學、史丹佛大學及杜克大學等的十二所學校的大學部也開始設計類似的課程。

該特務小組的總召集人，也是加大洛杉磯分校人類學教授的漢門(Peter B. Hammond)表示，他們之所以推動成立這科系原因在於不論是文化環境、個人發展的心理動力、各種歧視及社會是否存有正義等問題，都會直接或間接地影響兩性的角色扮演及性行為的表現。

加大學術發展委員會的副秘書長裴瑞蒂(Ramund Paredes)表示：「現在已是學術威望及研究風氣均處於蓬勃發展的時代，既然洛杉磯有大量的同性戀人口，其中一定不乏佼佼者，所以我們必須以審慎的態度來開闢這樣的一門科系。」

在等待大學部委員會最後裁定的同時，特務小組也一邊積極地規畫課程，將準備開設的課程及現有的科目相互整合，而課程的核心就是男女性同性戀及雙性戀研究。

舉例來說，學校現有的相關課程為英文系的「男同性戀當代戲劇學」及心理學系的「女同性戀心理學」。計畫中將加上的課程包括屬於

解剖及細胞生物學系的「性的分化與大腦」、藝術學系的「愛滋與藝術」及歸屬於公共衛生學系的「男女同性戀及雙性戀的科學：公共與健康政策」等。

韓門透露：「我曾經遇到不少年輕的同性戀及雙性戀者，他們在過去的十七、八年的人生中從來沒有被他人肯定過，人們不是稱他們為性變態就是說他們有虐待孩童的傾向。」他語重心長地表示：「他們(同性戀及雙性戀者)非常努力地想改正這種不公的評價，而且希望能擁有自己的價值觀。我們之所以設計這樣的課程，就是想給這些年輕人一個能讓他們察覺自己創造力的機會。」

韓門繼續談到：「在西方文明的演進過程中，歷史上有些聲名顯赫的人物，像是亞力山大、米開朗基羅、達文西、柴可夫斯基及舒伯特等人，在各方面登峰造極的成就多少都與他們迥異於常人的性別偏好有關。」

課程的設計將包括一些同性戀與雙性戀研究的導讀、五門高年級的專精課程及一個專為四年級學生設計的專題研究班。專題研究班的學生必須結合理論與實際，親自參與同性戀及雙性戀的社區建立工作，並且加入像是洛杉磯愛滋防治計畫等諸如此類的工作的陣容。

(取材自《UCLA TODAY》)



(圖/皇冠圖書)

文/阿璋

近來隨著新世代同志運動的熱烈開展，屬於台灣新世代的同性戀論述文本，也逐漸地在出版市場殺出了一條生路。這類文本有一共通之特色，即不同於所謂的同性戀文學文本，捨棄了小說、散文式的創作體裁，改以報導、記實的方式書寫、記錄尚屬啟蒙階段的台灣新世代同志運動和生活樣貌現況。

由台大男同性戀研究社所編寫的《同性戀邦聯》，可說是新世代同志團體的先聲奪人之作。台大男同性戀研究社算是台灣第一個「掛名」的校園同性戀社團，故其成立以降的運作過程、成果等，也就格外引人矚目。《同》於去年十月發行，作為該社團的成績展現與新世代同志之聲的記錄，是有其代表意義的，《同》以校園同志的角度書寫(男)同性戀世界，雖難免視局狹隘之疵，但總算開啓紀實、台灣(校園)(男)同性戀族群生活實況的文本書寫。

安克強的《紅太陽下的黑靈魂》與許佑生的《當王子遇上王子》，分別於今年的五、

同志之聲

紀實報導的同性戀書寫

七月付梓。二書可說是「外邦經驗」的紀實報導。《紅》的副標：「大陸同性戀現場報導」，及《當》的副標：「認識當代同性戀文化」，已道出了二書的內容實性。雖無明顯的「見賢思齊」的外國月亮情結，但從《當》之自序中作者目睹紐約區同性戀遊行的感言：

這一幕，令我久久不能忘懷，不斷反思：什麼才是人性或情感的真相呢？在台灣社會，一般人對同性戀的知識，實在宛若一片貧瘠沙漠怎能理解遠在紐約的這座萬花齊放的花園？到底沙漠還是花園，哪一個才是海市蜃樓——一個虛而不實的「相」？幾經思考，我決定將原先「祇見其一，不知其二」的論斷態度，轉變為對這種文化進行了解的敞開心意。……我在這個舞台邊，作了一位見證人，腦裡馬上想起了遙遠在半個地球外「某些數量」的同胞，他們有沒有這麼一天也可以在陽光底下，與心愛的人手牽手走一段幸福的路？想想，畢竟西方同性戀人權運動，也是足足花了二十五個漫長年頭，才勉強撐到今日的局面；教育社會大眾有了多一些了解，而釋出善意。

可見外來經驗仍是現階段台灣新世代同志運動極力取擷的養分。

林建中的《這條路上》和敬恆的《我的同性戀經驗》，則是個人傳記體裁的紀實書寫。(這)之作者林建中尤以愛滋帶原者之身分現身說法；二書強調個人心路歷程的書寫方式，頗為同志族群認同、接納。

《我們是女同性戀》可說是《同性戀邦聯》的「姐妹作」(由台大女同性戀文化研究社編寫)。編寫的方式與內容可說如出一轍，都是校園色彩濃厚的文本，縱有所不同，也祇能說是男女有別吧。

以上簡略舉例之數本著作，或校園篇、或外邦經驗篇、或傳記篇，雖各有所長各有所偏，主題訴求不盡相同，然作為台灣新世代同志之聲的啟蒙文本，已可預見此類書寫往後蓬勃發展的可能性。祇是如以期許建構台灣同性戀文化與同志運動紀實之目標的立場、角度視之，則又似嫌深度、廣度不足。在現今普遍強調「宏觀」的異質文化論述中，台灣新世代的同志們必須具有「走出衣櫃」的視野、氣魄，如此，建構台灣當代同性戀文化則不再祇是「神聖崇高」的指導目標而已。

酷兒愛玉冰



200店·七週年 雙慶特價回饋

富維克礦泉水 1.5L



特價 **29**

原價39元/瓶 元

十豐葡萄柚汁 400ML



特價 **11**

原價15元 元

道地烏龍茶微甜、無糖
1500ML



特價 **34**

原價45元/瓶 元

優鮮沛 寶石紅葡萄柚汁
蔓越莓汁 473ML



特價 **29**

原價39元/瓶 元

白蘭無磷二合一洗衣粉
1.25KG



特價 **95**

原價112元/盒 元

五月花平版衛生紙
6入裝



特價 **109**

原價165元 元

活動時間至 10月15日止



OK便利店
我用心·您滿意