

性別不「色」限 藍與粉紅

記者 許可晴 文

2018/09/30

自20世紀中後期開始，「男藍女粉」成為了一個普遍的原則。藍色代表著沉穩、堅強，成為了男性的代表色；粉紅色則給人溫和、柔弱的印象，成為女性化的象徵。從廁所前的標誌到服飾店中展示的衣服大都遵從著這套規則。而近年來這套規則似乎逐漸崩解，不只可以在男裝販賣部看見粉色的服飾，「顏色中性化」的呼聲也逐漸增強。



男生穿藍色，女生穿粉紅色為社會中的普遍現象。（圖片來源 / [Pixabay](#)）

關於性別與顏色

不同於近代「男藍女粉」的規則，在20世紀以前顏色和性別的連結似乎沒有那麼強烈，甚至與近代相反。在西方，當時紅色是君王使用的顏色，代表著權力和剛強，粉紅色為較淡的紅色，自然而然就被視為是適合男童的顏色；而藍色在當時被認為是平靜、賢淑的象徵，是女性的顏色。開始確立「男藍女粉」是自第二次世界大戰之後，在戰後嬰兒潮以及製造業復甦的雙重影響下，以顏色區分性別變成一種新的行銷手段，服裝製造商抓住人們對於「性別認同」的需求以及追尋

「平常」的風格，於是將藍色與男孩連結，粉紅色與女孩連結，以提供給每個

「正帶」的渴望，於是將藍巴與男孩連結，粉紅巴與女孩連結，以提供父母一個安心的選擇標準。

20世紀以後，「男藍女粉」雖為主流，但也曾被動搖過。1960年代，西方因為女權的興起，開始刻意將粉紅色與女生劃清界線，當時嬉皮風的流行也使社會開始想擺脫原來的刻板印象以及限制，以反骨的心態想要倒轉社會將性別和顏色之間所做的連結。而直至近年，不同於1960年代「唱反調」的作法，由於性別平等以及性別刻板印象等議題受到重視，出現顏色去性化的呼聲，人們開始將顏色的喜好視為個人的選擇，脫離跟性別產生的連結。

粉紅色的枷鎖

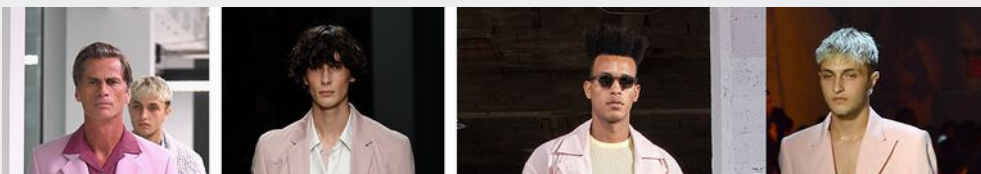
而社會中「男藍」和「女粉」的連結程度並不是對等的，粉紅色和女性的連結是大於男性和藍色的連結的，亦即粉色被視為是具有強烈女性氣味的、「娘」的，而相對來說藍色比較沒有跟男性以及陽剛氣息進行網綁，是比較偏中性的顏色。根據微軟設計總經理Joe Hallock 在2003年發表的《[Colour Assignment](#)》，其中對於性別與喜好顏色的調查顯示，無論男性還是女性，藍色皆為最受喜愛的顏色。

這就是為何一個男性穿著粉紅色的衣服時總能引起別人的關注，但女性穿著藍色衣服卻顯得稀鬆平常。而這個現象也與社會中的厭女文化與恐同現象有關，當粉紅色被連結為女性化的代表，出現在男性身上時就會引發衝突，人們會覺得穿粉色的男人是「娘」或是與同性戀產生聯想，導致粉紅色成為一個比藍色更具刻板印象的顏色，所以在談論近年「男藍女粉」的崩解時，關於男性與粉色是突破是更值得被探究的。

粉色男孩的流行

既然「男藍女粉」這套規則是來自於服裝製造商的刻意操作，那近年社會對於這個刻板印象的擺脫是否也跟商業或時尚業的刻意行銷有關呢？

2018年9月的紐約時裝週，特別引起話題的便是千禧粉色 (Millennial Pink) 針對男性時裝的捲土重來，不同於去年時裝週的相關報導只提到千禧粉色正風靡時尚圈，本次時裝週法國時尚雜誌《ELLE》於標題特別強調了千禧粉色也流行於男性時裝界，不僅是今年的紐約時裝週，許多時裝發表活動中，只要有粉色與男性的搭配都會引起特別的討論。而時尚產業雖被視為奢侈，卻引領著一般服裝市場的流行走向，當粉紅色的男裝被視為「時尚」，並引起流行，漸漸就消弭了粉色及男性間的衝突。





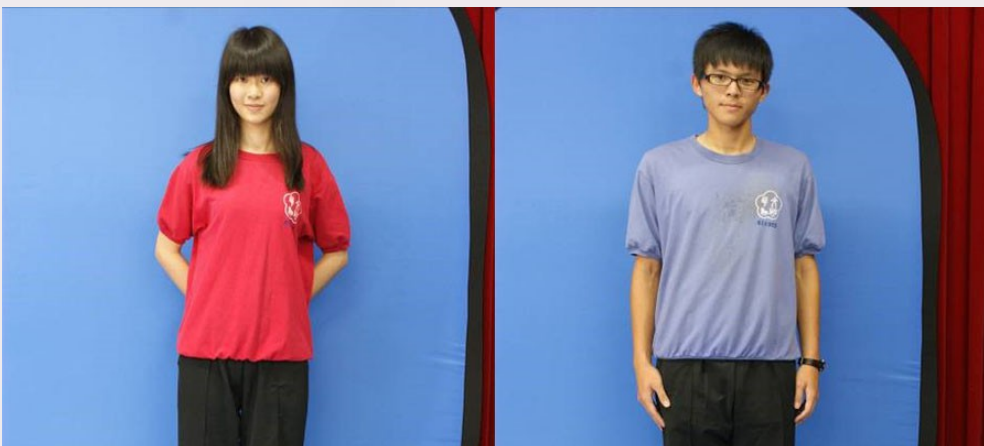
2018年紐約時裝週，男模特兒展示流行的千禧粉紅色。（圖片來源 / 《ELLE》）

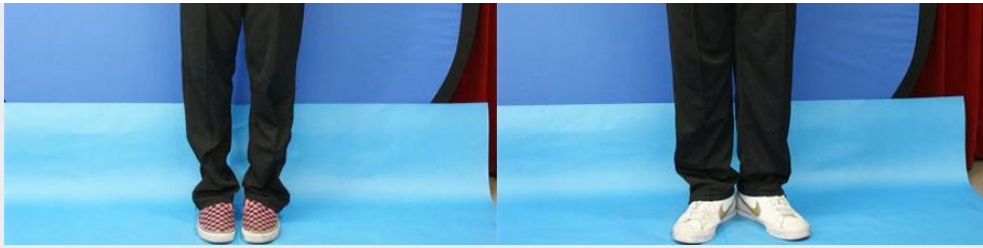
另外，除了時尚產業外，娛樂產業與媒體也能促使流行的產生，無論是歌手或是演員，越來越多男藝人自然地穿著粉紅色衣服或配件，抑或頂著一頭粉色頭髮亮相，有了明星的加持，民眾漸漸能接受男性的粉色打扮，甚至引起模仿效應。

性別平等教育的助力

近年來關於性別平等以及多元性別的議題熱度不減，性別平等教育也邁向成熟。經過社會團體以及政府的推動，許多先前的性別刻板印象被拿出來討論進而破除，而關於「顏色」的議題當然也沒有被忽視，「所有顏色都是中性色」的呼聲也越來越大。

多數學校會依照學生的性別來規定制服的顏色，而作為教育的第一線，有些學校開始改變這樣具性別刻板印象的規定，像是台中市立文華高中前陣子就宣布男、女學生可以自由選擇制服及運動服的顏色，不再硬性規定女學生穿著紅色，男學生穿著藍紫色。但這像這樣的規定雖然是一個可貴的突破，卻也引發質疑。有些家長及老師認為校方的做法會引發校園安全的疑慮，擔心男學生會穿著女生制服潛入女生廁所。我認為這樣的擔憂與制服顏色並無直接關連，真正要杜絕此情形發生，應該加強的是關於兩性相互尊重的教育。





文華高中原本的運動服規定為男生著藍紫色，女生著紅色，而後將不再限制學生依性別選擇運動服顏色。（圖片來源 / 文華高中網站）

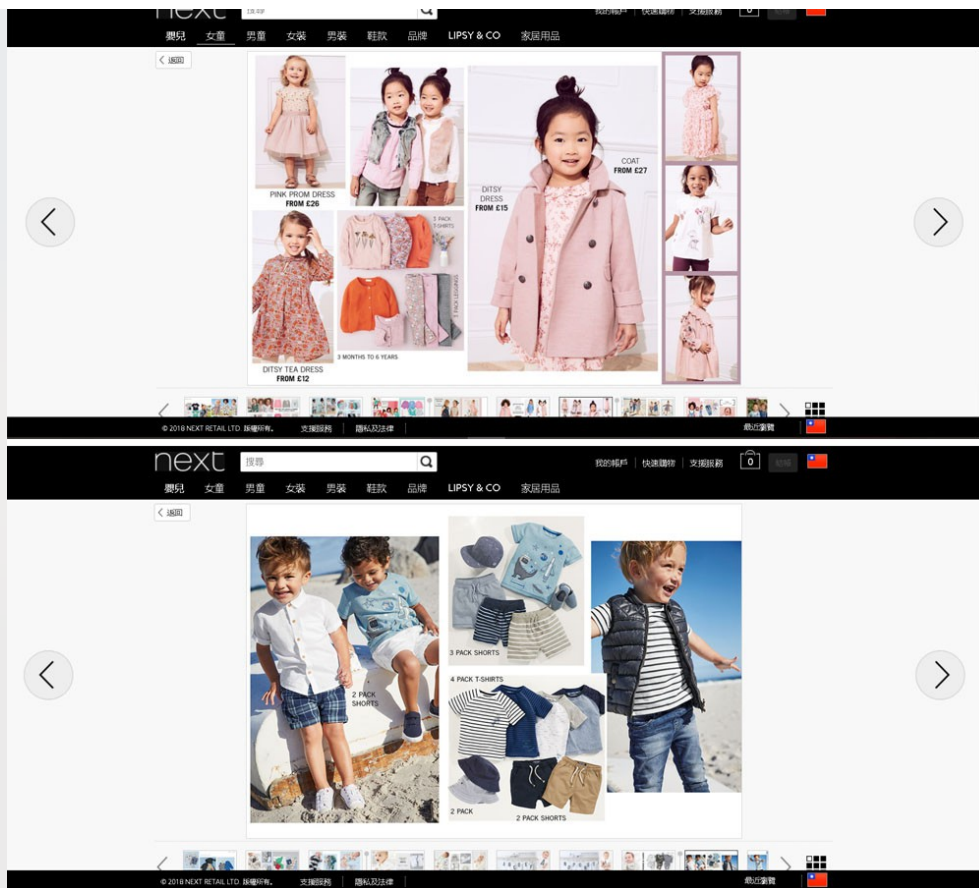
兒童產品市場中仍舊明顯的「男藍女粉」

雖然近年性別與顏色的連結漸漸鬆綁，然而比起成人市場，兒童市場中的「男藍女粉」現象仍舊明顯，以百貨公司中的商品為例，成人女性服飾專櫃並不會有粉紅色充滿視線的情形，男性服飾專櫃的色彩呈現大致也算多元，但只要走到嬰幼兒樓層，便可以輕易地用藍色及粉紅色區別男孩玩具區與女孩玩具區。



百貨公司兒童玩具樓層，左方女童區與右方男童區有明顯用色差別。（圖片來源 / 許可晴攝）

另外，在購物網站上的兒童服飾區也是如此，女童裝的購物頁面中雖然也有淡藍色的服飾，粉紅色系的衣服還是佔多數；而男童裝的購物頁面則多數為藍色系衣服，鮮少出現粉紅色，甚至有業者分別於男童裝購物頁面設立「休閒藍色」區，女童裝購物頁面設立「秋季粉色」系列，供父母能依照既定的顏色為孩子選衣服。



服裝購物網站上的童裝區，男、女童服裝的主要配色有明顯差異。(圖片來源 / 截圖自Next台灣)

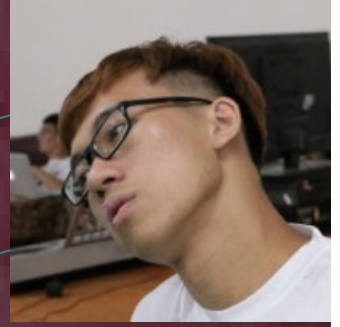
由兒童市場明顯的男、女顏色分別可以看出，無論是產品市場或是父母的購物偏好，仍舊沒擺脫先前的刻板印象。有些父母認為孩子還不會替自己選擇喜歡的顏色，就先依照社會的習慣來為孩子搭配衣服，而這樣的選擇不僅讓兒童用品製造商繼續遵循著「男藍女粉」的規則，也可能造成孩子潛移默化地接收這些刻板印象，在幼稚園至小學的階段產生「女生就該喜歡粉紅色，男生就該喜歡藍色」的既定印象。

雖然近年顏色與性別間的連結已被逐漸鬆綁，但想要完全落實「顏色中性化」還有很長的一段路要走。也許需要等到有一天人們不會特別注意穿著粉紅色的男性，或是可以在女童專櫃看到多樣的顏色，讓顏色的性別標籤不再是能被商人玩弄的噱頭，才能讓顏色恢復它最純粹的意義。另外，關於性別刻板印象也不只有顏色的議題需要被關注，要達到真正的性別平等必須靠學校及家庭教育共同努力以及政府的配合，才能創造一個尊重各性別的美好社會。





記者 許可晴



編輯 何浚捷