

第一章 緒論

第一節 研究背景

隨著時代的變遷，對於流行時尚的渴望，台灣的雜誌業出現極大的分眾化趨勢，國際知名品牌的雜誌大舉入侵台灣。由於男性對於自我品味的提升不斷產生需求，也因此近年來，時尚男性雜誌的市場出現蓬勃發展的現象。如果走一趟書店，不難發現男性雜誌陳列的種類變得更多樣化，風格也越具歧異性，購買雜誌的主力，不再是女性的專利，男性雜誌市場不斷的與女性雜誌做出區隔，也因此男性雜誌亟欲在競爭激烈的市場中，強調品牌個別的風格與特性。

琳瑯滿目的男性雜誌中，首先引起我注意的是性感而裸露的女性形象出現在雜誌的封面，令我產生疑惑的是，女性雜誌以漂亮或者可愛形象的女生作為封面，藉以吸引女性讀者的目光，已是市面上女性雜誌的潮流。然而，為什麼男性雜誌也需要以女性作為封面，並且是以極度聳動的標題和裸露的女體來呈現。從搜狐網的調查可以看出，10份雜誌的12張封面中，佔67.5%比例的網友選擇了以女性為封面的雜誌，而以男性為封面的被選率只有32.5%，二者近乎2:1的關係（中華讀書報網站，2003），先賣封面再賣內容的男性雜誌經濟似乎已然形成。而男性時尚類雜誌發展至今已有了近10年的歷史，但在受眾群體上一直存在性別失衡的現象，女性成了男性雜誌的一種陪襯，性似乎也自然成為男性雜誌走向市場的一個非常敏感的門檻。

「男人幫」(For Him Magazine, FHM)雜誌國際中文版（以下簡稱FHM）為1985年創刊，是歐洲最大的男性雜誌，以詼諧幽默的筆調及精美性感的美女圖來反應男人的真實生活，有性愛指南、有兩性關係、有婚姻課題、有流行資訊、有流行時尚，是一本強調實用的男性休閒娛樂雜誌。而《FHM》，是從2000年在台創刊！貫徹英國《FHM》的四大主張—「幽默」、「實用」、「切身」和「性感」。

「幽默」，《FHM》堅持找出太陽底下的所有新鮮事。「實用」，《FHM》絕不唱高調，每一個資訊都好用。「切身」，《FHM》把國際版本土化，創造完全台灣的《FHM》。「性感」，把女人最性感的一面表現出來，是《FHM》的職志。這些，只要是充滿了活力，富有冒險精神，愛好新鮮事物，對生活保有積極態度的人，都會喜歡。所以，《FHM》國際中文版不同於走高消費路線的男性雜誌，當然更不同於煽情路線的成人雜誌。《FHM》國際中文版是獨一無二的「全方位雜誌」，

讓男人女人生活更有趣的「綜合性」雜誌，不只讓男人愛看，也女人為之瘋狂（FHM網站，2008）。

從上述《FHM》雜誌對自我的定位可以清楚的發現，它是以休閒、娛樂、辛辣，性議題為主軸的雜誌。自2004年Emap旗下的男性週刊《Zoo》與英國最暢銷的男性週刊《Nuts》陸續發行之後，英國男性雜誌市場幾乎沒有任何新意，但是在Emap出版公司大張旗鼓，重振旗下男性月刊領導品牌《FHM》之後，市場似乎已有轉機（動腦雜誌，2007）。另外，從2008年的跨年夜，台北101大樓被國際時尚雜誌《FHM》包下來可容納5千人的露天廣場嘻哈派對中，可看出其欲行銷品牌知名度與關注的渴望（動腦雜誌，2008）。也因此，《FHM》在台灣已具有知名度高，每次出刊也必會引起話題，說是一種宣傳的手法也可，因為每一期該雜誌封面的女星，總會以一種她們所謂「突破自我」的性感新形象示人（見附錄二），即使平常是以清新形象走紅的女星亦然，不僅為雜誌本身做足了宣傳，女星本身也可以提升知名度。

以2006年台灣女星潘慧如替《FHM》拍攝封面的露點事件，作為一代表人物，其事件爆發之後，社會輿論對其形象產生不一的結果，媒體大多一面倒的以負面方式報導，而廣大的閱聽人也產生了許多的評價，社會整體價值觀隨著此事件的演變發展，加上媒體效果不斷的渲染下，也對社會對於裸像女性所帶來的揭露自我之風潮，帶來了另一波的爭辯。



圖 1：FHM 封面潘慧如露點照

資料來源：<http://www.fhm.com.tw/>



圖 2：FHM 內頁潘慧如露點照

資料來源：<http://www.fhm.com.tw/>

潘慧如自從被外界質疑胸部一夕長大後，便常性感示人。去年拍攝《FHM-男人幫》雜誌時，她還刻意安排自己穿白襯衫（時報周刊，2007）（見圖一）。

不搭胸罩、泡水搞激凸。這種背棄昔日清純模樣選擇養眼示人之舉，馬上引起演藝圈嘩然，負面新聞也愈來愈多（時報週刊，2007）（見圖二）。

先不論社會道德加諸的壓力，此事件讓我不禁想起，我身為一個女性讀者，在面對此種類似的事件時，內心深處究竟如何解讀與看待，甚至，站在男性角度的看法，他們是如何看待《FHM》中所號召的，讓許多女星替《FHM》雜誌拍攝封面，甚至視為一種展露自我身材與美感的榮耀，該雜誌有名的「年度百大性感美女選拔」（見附錄三），也是眾女星的兵家必爭之地，不僅為雜誌本身打響名號，也似乎替被拍攝女性自我的性感形象添加光環，成為一種「展示身體」就是「做自己」的風潮。這不僅是一種社會中的美感甚或主流價值潮流，這也亦是一種與社會價值做衝撞的主流雜誌。

第二節 研究動機

雜誌作為一種媒體，展示女體作為一種對於女性形象再現的方式。而《FHM》以展示性感女體作為取悅男性讀者的風格，更讓此雜誌別於其他男性雜誌的風格更為鮮明，從封面至內頁，女性的胴體充斥著許多的暗示，性別權力與界線不斷的隨著雜誌聳動的議題而隨之發酵，以兩性為主軸的雜誌定位，是此雜誌中影響觀感與詮釋的決定因素之一。

因而，主流審美觀對於女性形象的複製，似乎並不如想像中的多元，關於男性雜誌的內容，對於閱聽人而言，隨著性別權力關係、觀看角度以及價值觀而有所轉變。因此，男性雜誌透過其特殊的媒體呈現方式，以強化女性性感形象為基礎，對於閱聽人而言，如果我們客觀的以性別角度做切割，就會產生了不同的想法與解讀，因此，此研究選擇以性別差異，作為研究探討的主要劃分。研究者根據以上陳述，提出下列三項觀點，作為本研究引發以性別作為劃分依據的要點：

一、 男性雜誌的出現與崛起

近10年來，台灣的雜誌生態有了極大的變化，崇尚「大量發行主義」的大眾雜誌由全盛而勢微，取而代之的是分眾雜誌成功的搶灘市場，定位於時裝、科學、電腦、理財、網路、女性、青少年等開始抬頭；同時，國際知名品牌雜誌大舉軍台灣，造成雜誌市場群雄並起、各領風騷的景況（廣告雜誌，2000.10：114）。

在台灣書店男性雜誌中，由於台灣以「男性時尚」作為主要訴求的雜誌較少，在媒體調查中出現的流行時尚類雜誌主要有「風尚」《Esquire》雜誌國際中文版、1996年「瀟灑」《GQ》雜誌國際中文版、1997年本土自製男性時尚雜誌「男人誌」《men's uno》、《men's non-no》，以及在2000年6月來台的「男人幫」《FHM》雜誌國際中文版，與去年始普及販售的《HIM》香港時尚雜誌中文版等。九年前台灣男性雜誌只有《GQ》和《men's uno》兩本，現在則超過十本，總發行人數由過去近十萬本，暴增到三十萬本（今周刊，2006）。在雜誌品牌的特性上，《GQ》與《FHM》都是國外知名男性流行時尚雜誌的中文版，目前市面上各種不同訴求與定位的男性雜誌已大放異彩，「型男搶鋒頭 男性消費力站起來」已蔚為一種風潮。

分眾化雜誌時代的來臨，讓雜誌的分類更為的複雜，因此男性雜誌的定為越為鮮明，亟欲在競爭的男性雜誌市場中，找到自己的定位。根據中華民國出版年鑑中AC 尼爾森所做的調查顯示，男性時尚雜誌在銷售排行榜上，有逐年升高之趨勢，從民國88年開始，金石堂年度雜誌銷售排行前20名，本來只有《men's uno》居於榜尾，而至民國91年止，除了《men's uno》以外，《FHM》、《GQ》等也都能擠進前20名，這也證明了以往較不受重視的男性時尚雜誌現在也開始加入競爭的行列中（轉引自江雅琳，2004）。根據博客來網路書店2008年十月雜誌熱銷排行榜顯示，《FHM》為當月熱銷第二名，可顯見該雜誌在台灣市場的潛力，而其閱讀族群也不斷的在擴大中（博客來網站，2008）（見圖三）。張弘明（2005）也引用饒仁琪（1993）的「男性雜誌」定義，認為簡單來說就是「以男性為對象的娛樂性讀物」。



圖三：2008年十月雜誌熱銷排行榜

資料來源：

<http://www.books.com.tw>

一般來說，有兩大類型的男性雜誌，根據古斌（2006）對男性雜誌的區分：

（一） 男性興趣有關的雜誌

傳統上，男性一般而言較女性更喜歡冒險、刺激的活動，又重視理性思考、操控物件，將感情聚焦在物件上，所以他們會特別喜歡體育類、探索、財經、電腦、房產、通訊、收藏等類型的雜誌。這些雜誌專針對某一事物而提供有關的知識、發展趨勢、新產品分析、或新市場等等。購買者很清楚自己的興趣和需求的知識；雖然大部份為男性，但也有少量女性讀者。

（二）專為男性生產的男性雜誌

進入後現代消費社會，不斷出現專門針對男性和女性的專門性雜誌，當中以女性為對象的雜誌在數量上遠遠超出男性雜誌，這或許與女性一向比男性更喜愛閱讀有關。然而，後現代消費社會也開始積極關心男性的身體和需要，所以出現了本文希望分析的「專為男性生產的男性雜誌」。例如：《MAXIM》、《HIM》、《FHM》等等。這些雜誌以消閒輕鬆玩弄為主，題材內容一般涉及性、飲食、運動、汽車、時裝等，不會只集中在某一題材上。如《MAXIM》曾明言其編輯方針是滿足全球男性的慾望、需要及想像，希望在汽車、性關係和各種享受性消費等項目中以同一種語言方式表達，藉閱讀帶來享受與放鬆減壓。

由上述可之，本研究根據研究動機，所要研究的，就是第二種類型「專為男性生產的男性雜誌」，以放鬆幽默為主軸的男性雜誌，並符合男性慾望想像為滿足的方針為主的男性雜誌。

二、男性雜誌對於讀者特殊的想像與再現

《FHM》其主要內容有兩性議題、流行服飾、收藏、汽車、和電子消費品等。這些內容項目幾乎是為了滿足男性的本能性需要，情慾、好奇心、自我品味和身份建構等，而該雜誌每期必以性感女性為封面，正所謂「無女不歡」的封面呈現。「這是父權體系中規範性文化(normative culture)與實用功利取向的文化(pragmatic culture)兩者間衝突，後者以暴露女性來謀取商業利益，前者則以剪刀與噴霧來維持父權體系中對性的壓抑與禁制」（林芳玫，1996）。

如果進一步檢視《FHM》雜誌中的照片、內文與標題，可發現其欲表現的主題盡其可能的展示女性身體的性感與美麗，不過，仍舊是以主流審美觀看待女性的身體為其標準。女性在照片中必須突顯其性徵部位（例如：胸部、臀部），表情必須帶有性感的成分，但又不至於讓閱讀者感覺低俗鄙陋，要給人十分專業的攝影技術的感覺。以男性角度而言，目的是刺激讀者對雜誌中的女性形象產生

幻想。此外，在每期固定的女明星專訪中，除了一些制式化的問題，比如說：工作近況、成長背景等等，對於身材和性感的展露，還有對於性議題的看法更感興趣。內文中更喜歡加上一些與男性性需要有關的詞語。在雜誌其他內容如趣聞，也有這種特色。可見，男性雜誌再現出的男性似乎在人性和生活上不可沒有「性」，主要指性慾和性行為，完全是性慾導向。全本雜誌也以「性」為中心題旨，不時引領讀者想起「性」。

相較於男性，女性身體與外貌形象在媒體的再現中，一向較受到重視與突顯。Tong(1992)說明，激進女性主義學派(Radical Feminism)提出父權體制就像是一種女性受壓迫的根源之後，男性與女性之間的權利關係也演變成一種支配與從屬的政治關係，女性的身體與外貌形象，也被視為是源自於男性壓迫下所建構出來的自我認同(刁筱華譯，1996)。因此，女性的形象不斷的以各種樣貌在大眾媒體呈現，相對於男性的身體意象，女性胴體的呈現，似乎多了一層商業角力及男性氣概展現的雙重權力關係，而即便是男性雜誌中，女性仍是居於封面欲為展露的主角，大眾媒體討論的話題也圍繞於此，而男性的外貌形象就甚少成為關注的焦點，相較於女性雜誌，此種以窺視女體的情況，較少發生。

此外，我們可以發現，由暴露女性身體所引發關於其為藝術或者色情的相關辯論，都是建立於男性主體以及父權文化的領域中不斷激辯著。男性雜誌則被視作女權意識高漲社會中的男性避風港，對於所謂男子氣概(masculinity)價值的界定與維持，扮演主要傳遞與社會教化角色(Sharples, 1999)。以男性凝視的眼光訂出一套觀賞女性的方法，透過男性色情眼鏡，把女性的身體物化為情慾投射的對象。如果以女性主義的觀點來看，在乎的並不是女性到底能不能「做自己」裸露展現自己的軀體，而是女性在裸露的同時，能否成為有決定權的主體，讓她依照自己的意願以及自我決定的方式來呈現，而《FHM》中所要討論的，究竟是單純的「兩性議題」或者是貶抑女性的「性議題」。兩性觀看的角度不斷的存在著差異，而男女的詮釋地位似乎也隨著女性主義的崛起不斷的引起爭辯，而其中產生太多的影響因素，這也是為何研究員欲以此觀點作為出發，來探討此種特殊文體的男性雜誌對於男女的詮釋影響為何。

三、 性別在男性雜誌中的解讀差異逐漸顯現

研究發現，女性雜誌讀者各有偏好閱讀的主題，她們對於什麼樣的主題，有

自己一套「看」的方式（呂姿雯，2003）。白育珮（2004）分別檢視以讀者性別作為分眾基準的男性雜誌與女性雜誌時，其間對所謂人物理想形象的定義與描述，就有很大的差別。時尚雜誌在性別文化的媒體社會化面向上，是為意見領袖，相當程度再現優勢意識型態，對不同性別受眾的身體形象、角色認同、價值觀等都可能有所影響。

而若雜誌內容中對於性別角色的描述有所偏差，對不同性別的閱聽人，也可能會產生偏差性別角色認同之效應。而新興閱聽人研究趨勢則是強調文本雖具有其意識型態，然而文本是多義性的，閱聽人可以將文本與自我的日常生活做連結，並經由不同的方式對文本提出反抗性的解讀，產生愉悅。以男性雜誌為例，這種現象正是女性主義學者所言，女性在父權社會裡的存在勢必產生「雙重視野」(double vision)或是「分裂的意識」(bifurcated consciousness)，也就是說，一方面接收父權社會裡的主流意識型態，而同時又認識到女性在父權社會裡的弱勢位置與不利環境（林芳玫，1996）。從此觀點可以發現，女性的雙重視野是否真的牽制著其對於男性雜誌中女性的物化形象，做出不確定抑或扭轉的意識判讀，都是值得探討的焦點。

解讀並非二元對立的，其中摻雜著許多複雜的細微差異，同一個文本就同一性別而言，也可能出現相當歧異的觀點，也可能游離於雙重的主體位置之間。因此，性別的主體位置是跳躍的，對於論述的層次上也會跟隨著擺動。綜上所述，雜誌的閱讀群逐漸擴大，顯示男性雜誌的主要讀者並非只有男性，女性也會參與其中。那麼，藉由女性夢幻虛構的不在場誘惑照片，去引發男性慾望的產生，對於這樣的女性形象，究竟不同性別的閱聽眾是如何詮釋，也引起本研究欲探討不同性別在觀看此類型雜誌的詮釋角度差異之動機。本研究所欲討論的並非一種單純的社會現象而已，而是對時常產生爭議性的《FHM》雜誌而言，以女性作為一種取悅手段，對不同性別的閱聽人來說，他們究竟持何種評價與態度看待之，試圖以文本所開啓的文化意義，做更深層的探討。

第三節 研究目的與問題

基於上述兩項動機，本研究的主要研究目的有二，第一、藉由本研究的發現結果瞭解《FHM》如何呈現女性形象，如何藉由女體呈現為主軸的方式，經營該雜誌的市場與其表現，閱聽人是如何看待；第二、以深度訪談的結果了解性別

對於男性雜誌特殊的呈現方式存在於何種差異觀點，在相對的性別差異位置中，期盼發現更為深入的答案，在既定的建構性別角色中，觀看讀者如何與雜誌的文本互動。

根據上述的研究背景與動機，研究者試圖瞭解男性雜誌如何展現女性形象，並且以讀者的性別角度作切割，試圖瞭解這兩因素之間的互動關係。由於近年來對於閱聽人的解讀研究，大多是以深度訪談的方式進行，特別針對性別此議題的探討，也會結合批判理論以及女性主義觀看的觀點，因此本研究希望針對此領域的幾個主要概念，以及閱聽人的解讀研究相關文獻，進行釐清的工作，女性以及男性雜誌讀者在享受閱讀的同時，對於男性雜誌的文本抱持著什麼樣的看法？

本研究主要的研究目的在於探索下列現象：

- 一、 女性讀者以及男性讀者如何詮釋《FHM》雜誌？主要的觀點與詮釋角度為何？
- 二、 女性讀者以及男性讀者詮釋《FHM》雜誌的差異為何？其中隱含了何種詮釋的權力關係？



第二章 文獻探討

本章共分為三節，針對研究問題進行相關文獻的探討，並且在每一小節後面作出小結，進行說明與討論。第一節主要說明男性雜誌作為一種媒介，定位其屬性，並且探討其再現性別角色的情形；第二節則探討接收分析研究，希望了解雜誌的讀者在觀看此本雜誌所產生的內心闡述為何，以接收分析之理論為基礎，探討不同性別造成何種解讀差異；第三節將探討閱聽人的觀看，以性別的角度做出發，並將女性主義中凝視女體的相關理論融入，探討閱聽人與此類雜誌文本的互動情況為何，並從中得到何種感受。

第一節 男性雜誌

一、「男人幫」究竟是一種色情亦或一種情色？

許多研究中企圖去定義色情，然而社會價值觀的改變，不同研究者對所謂的「色情」所下的定義通常是多樣而不同的，在一般人的感覺上，「情色」一詞顯然比「色情」來得雅。究竟什麼樣的文本叫色情？色情與情色之間有何不同？林芳玫（1999）指出，光是「色情的定義是什麼？」這個問題，就有不計其數的學術論文曾經討論過。

在英語中，有 *Erotica* 和 *Pornography* 這兩個意義相近，但其實有所分別的詞。*Erotica* 一詞源自希臘神話中的愛神 *Eros*，泛指一切和性愛或性慾有關的感覺和事物。*Pornography* 一字有兩個主要涵義，一是按照其希臘文字根之義 (*porne-harlot, graphos-writing*)，指一切有關妓女的生活與行為之描述。二是指一切猥褻淫穢的文字或影像作品（賴守正，1997）。「情色」指對相互取悅的性活動作非暴力、非虐待性的描述；「色情」則包含攻擊、暴力、宰制的性活動的描繪 (Padgett, 1989)。

至於 *Erotica* 與 *Pornography* 的不同，廖炳惠（1989）將其差異解釋為「唯美色情」與「暴力色情」。前者將性器官視作身體與另一個身體達到圓滿溝通與解放的媒介，因此把做愛與愛撫鉅細靡遺的描繪，但始終保持身體的神秘、美妙，而且往往在色情之中透露出某種意義。後者是刻意誇張性能力與器官，表達出某種性別（通常是男性）的濫用力量，去侵犯、強暴、侮辱、醜化另一個身體。英國 The William Committee 認為 *Erotic* 是「性興奮的表達，而非使人性興奮」（轉

引自 Einsiedel, 1988)。而 Pornography 正式提出則是在十九世紀，它是「在文學、繪畫、電影等等上，明確地記述或展現性的主題或活動，在某方面，意圖去刺激性慾，而非美學的感覺...」(Dwyer, 1995)。

(一) 情色與色情的定義差別

本研究作者整理 Check(1985)、Senn&Check(1985)以及林芳玫(1999)相關研究中對情色與色情的定義差別，大致可分為以下數類：

1. 情色(Erotic)：則為不含暴力與不含暴力且不具貶抑意味的性題材。通常具有故事情節，而情節描述中，除了呈現性行為外，也強調男女之間情感的面向與聯繫。
2. 色情(pornography)包含性暴力及不含暴力但含貶抑意味的性題材(sexually violent or sexually non-violent but degrading)。

(二) 情色與色情的分類

此外，美國 Attorney General's Commission on Pornography 則認為色情材料包含性暴力的題材、不含暴力含貶抑性的題材、不含暴力也不含貶抑性的題材(Einsiedel, 1988)。另外，Senn&Check(1985)的研究中，也嘗試將在分類中逐漸被重視的「不含暴力的性題材」部分進一步區分為二種：具貶抑性及無貶抑性的非暴力性題材。本研究總結以上三位學者的看法，可做出以下分類：

1. 不含暴力，不貶抑女性的色情(Non-violent, non-degrading pornography)：內容類似色情，但無情節；即沒有暴力、沒有貶抑女性、但也沒有強調人物的情感面向，完全以行為、動作為主。
2. 不含暴力，但具貶抑意味的色情(Non-violent, degrading pornography)：雖然沒有呈現暴力行為，但呈現女人下跪、綁架女人、對女人下迷幻藥等情節，或表現女人是花癡之類的訊息等。
3. 含暴力、具貶抑意味的色情(violent, degrading pornography)：通常是強暴場景加上受害者不同的反應，如呈現受害者自抵抗轉變為享受被強暴，或是受害者感到噁心痛苦的反應。

女性主義者則由另一個角度來看，1970、80 年代以來，西方有關色情的論述汗牛充棟，女性主義的色情辯論帶動了對色情的深刻思考(何春蕤, 1996)。基本上，女性主義者傾向認為色情是以暴力來壓迫、貶低女性，是一種性別歧視、不平等的權力關係。有些反色情的女性主義者認為 Pornography 代表的是男人對

女人的主宰與暴力，對女體的物化與剝削。而 *Erotica* 則是歌頌人皆有之的肉體情慾，但少了對女性的歧視（賴守正，1997）。反色情女性主義領導者 Mackinnon 與 Dworkin，在 1983 年起草明尼波利斯人權法案(Minneapolis Civil Rights Ordinance)，他們將色情定義為：「透過圖片展示或文字的解說，直接、露骨的描繪性慾，表現女性的從屬地位，其中包括女人被當作性玩物或性商品，以物化的方式呈現。MacKinnon 甚至直言：「色情不是和在別處建構的與現實隱約相連的影像，不是什麼扭曲、反應、投射、表現、狂想、再現、或象徵—色情就是性的現實」（轉引自何春蕤，2002）；Steinem(1995)則認為色情是暴力、支配與征服的關係；Longino(1995)則說：「色情是詞語(Verbal)或繪畫(Pictorial)的材料，用以說明或描述性的行爲...」(Longino, 1995)。不過，色情和情色似乎無法用絕對的二分法來探討。有些反查禁的女性主義者，就曾諷刺地指出：「使我『性』起的是情色，使你『性』起的就是色情」。英國女作家安琪拉·卡特(Angela Carter)更點明：「所謂情色，不過是知識分子的色情罷了」（轉引自賴守正，1997）。由此可知，以不同角度觀察，每個人對於色情與情色之定義與區別，仍不斷激辯著。

（三） 色情觀點的論述分類

至於色情發展至今，對於色情觀點的論述，主要分成五個立場，如下述（林芳玫，1999）：

1. 傳統道德派：是從社會秩序、善良風俗、道德的觀點出發。這種看法認為有關性的行爲及其表達都應受到嚴格的管制與規範，傳統觀點反對色情的重要原因之一，就是要維持女人清純無慾的去性化狀態。
2. 自由主義者：對色情媒介本身未必有強烈的好惡。認為管制色情短期上看來也許有好處，但長期來看卻會遏止活潑多元的言論發展。當代英美自由主義大師 Ronald Dworkin(1995)甚至明白宣稱：「我們有消費色情的權力！」。
3. 激進派女性主義：她們則從性別歧視的角度批評色情，認為色情系統地使女性處於非人化、物化的地位，女性所受的壓迫是剝削形式中最深刻的。色情的普及與氾濫使得整體女性的形象都受損，造成女性在真實生活裡無法建立發言權威，其言論不被認真對待。反色情女性主義者 Hornsby(1995)認為色情本身就妨礙了女性的言論自由，它對女人具有「沉默螺旋」(silencing effects)。

4. 性解放論者：色情可以幫助解除性壓抑，使人們以更開放的態度來享受多元的性行爲。
5. 後現代主義觀點：觀眾在觀看色情時，其觀視與認同位置是游移變動的，並非如激進派女性主義者所宣稱的「女性是受害者」這種僵硬而簡單的現象。

性意識(sexuality)具有高度的可塑性，它不僅再現潛在慾望的巨大範疇，而且也夾雜了很多不同的意義，性意識成爲激情的文化魅力之目標，同時它本身也備受爭議；性意識本身所具有的爭議性，使人不得不採取各種策略來界定或規範「性」的內容（林秀麗，2000）。翟本瑞（2000）認爲色情表達仍將主要觀賞對象設定爲男性，於是，色情產品總有一定性別傾向，常將女性物化或以滿足男性慾望爲主要對象，易對觀看者造成認知上的偏失。Michelman(1989)指出，色情對女性形象的呈現是將女性置於次等、從屬、卑賤的地位。由於色情的普及與氾濫，女性形象日漸性化、物化、兒童化，真實生活裡的女人，她們的言論被邊緣化與瑣碎化。做爲言論的一種方式，色情淹沒了女性的言論，使女性的言論被掩蓋而難以被聽見、被認真對待（轉引自林芳玫，1996）。

不過，色情的歷史價值也是來自於過去色情文本的生產與消費條件。色情文本，也就是色情本身的內容，是透過一定媒介或管道才生產出來，才送到我們手裡被我們消費。這個生產與消費的媒介管道和社會條件也是在歷史的脈絡中演進。這個歷史發展脈絡則直接和性／別文化的變遷、管制色情的法律、傳播科技、相關企業的資本變化相關（何春蕤，2008）。此外，何春蕤（2002）談到，「更重要的是，個人化的閱讀實踐使得整體社會思想與價值觀的統一愈來愈困難，識字和出版的普及更使得任何人都有可能接觸到情慾材料，在歷史社會文化變遷的過程中，情慾材料日漸升高的可見度遂凝聚了許多知識者以及女性主義者的文化焦慮，也促成各種呼籲淨化社會的道德信念與說法浮現，形成主流論述，要求有確定的判準來鑑定色情」。

而攝影科技的精進逐步加深了影像中個別身體部位的性化(sexualize)，再加上對既有文化資源的盡情挪用轉化使得色情敘述不愁沒有現成的素材，色情文化就在這些有利的條件下逐步建立其生產體制，而且不斷調整自身的訴求定位，開發新的消費人口群，透過市場來普及這些邊緣的情慾模式（何春蕤，2002）。所以嚴格說來，情色／色情根本不是個客觀的存在，一件作品構不構成情色亦或色情，重點不在於客觀的「影像」(image)，而主要在於觀者主觀的想像(imagination)

(賴守正, 1997)。因此, 目前雜誌對於攝影技術的要求發展, 是有跡可尋的, 尤其在這樣的文本概念下, 商業化的生產體制推動著所謂的性感足以引發慾望的照片, 構成了另一種照片、圖片情慾文化, 不僅因應著其雜誌的定位宗旨, 也促發了讀者的想像。

因此, 《FHM》是一種色情亦或一種情色, 隨著對文本的理解與感受, 仍決定於讀者的觀看心態與解讀, 根據以上文獻探討的定義與陳述, 本研究欲探討不同性別中, 對該本雜誌的定位為何, 並以文獻之解釋為判斷之基準。

二、 男性雜誌中的性別操作

Sharples(1999)分析《FHM》、《GQ》、《Esquire》這類綜合型的男性雜誌, 它們之所以在90年代崛起並受到矚目, 是因比過去強調分眾式的市場的取向, 更多像是汽車類刊物的主題, 因此可吸引更大範圍的讀者。而這類當代男性雜誌內容中強調的「男子氣概 (masculinity)」價值, 雖會對女性在社會地位提昇中產生反動效果, 但其動力並非始於倫理或政治, 而是商業機制驅使。男性雜誌中的新認同和生活形態皆與市場連結, 而連結機制即是男子氣概的驅動, 因此銷售、娛樂才是男性雜誌的訴求, 並非以反女權運動自居。然而, 男性雜誌文類(genre)所包含的性別歧視元素, 仍是無可否認的負向社會動力。

關於這類型與兩性關係的媒體研究中, Gill(2007)檢視了約四十年內與性別議題相關的媒體, 包括對媒體再現的改變分析, 閱聽人和女性主義文化政治, 提出很多元廣大的觀點。她關注於五種型態的媒體: 新聞、廣告、談話性節目、雜誌、愛情小說。在她的評論裡, 她認為大多數的媒體, 都是以嘲諷的語氣呈現女性, 其中儼然成為這類諷刺媒體辯護者的雜誌, 例如: For Him Magazine(FHM), 充滿了許多的性諷刺, 明知道性別歧視是不好的, 但因為雜誌的風格的定位, 所以就更有理由以性別諷刺做為一種幽默手段的合理性。Gill(2007)也認為這是一種西方社會增加的對於兩性關係的重視象徵, 也是對女性主義的反擊, 不斷以增加的男人主體再現其意識。

此外, Schneider(2008)等人在 “The fallible phallus: a discourse analysis of male sexuality in a south african men’s interest magazine” 文章中發現男性雜誌代表之錯誤論域有四個次要的綜合體所組成, 也和 Gill(2007)持相似的看法, 經本研究作者整理歸類如下 (轉引自 Schneider, 2008):

(一) 大致上是由男性驅動

Colman(2001: 124)發現「大多數男性對性的感覺和想像，群聚於勃起的陰莖，成為錯誤的論域之中心」。

(二) 不適當的男性性慾

Segal(1990)認為男人經由性，感受到不確定、和依賴於女人，男人有時候會感到焦慮，所以引發了男性雜誌教導他們要如何去增進。

(三) 男性中的性示範

男性雜誌中使用“man to man talk”的溝通方式，嘗試要與讀者做連結，知道男性想要知道的是什麼，並幫他們解決問題。好像聽從朋友的話一樣，男性似乎可以得到保證，獲得良好的性與贏得女人的認可。這種對於範本的需求，事實上對女人來說是不自然也並非出於自願的。相對下，男人似乎需要指導，如何來使用女性身體來得到愛或者增進技巧。這是在建構傳統女性對性的謬誤，也就是說，其為有問題而不自然的描繪女性慾望。

(四) 問題的女性性表現

一般的假設是性差異依賴於女性和男性的身體構造不同而有差異，而這些生理上的區別，可顯現男女極端的特點、性情和能力 (Edley & Wetherell, 1995)。這或許可以推論男女對性的態度差異(Firminger, 2006)。然而，在男性雜誌中，女人似乎被定位為下級的「次者」(other)，更確切的說是增強男性性慾。

Hollway(1984)發現性的主權是何處是依據不平等的男女主體位置而有差異。舉例來說：男人典型上被認為會因心理因素主動的驅使去追求本能的性，然而，女人則被認為較為被動，對性較無興趣(Hall, 1991)。在某些其況下，男人被定位為一種基準(Norm)，女人被建構為他者(Other)，並被灌輸貧乏、空虛無意義的樣貌(Erosh, 1994)。即使是近來的年輕雜誌，男性還是被描繪為性別的主導者，較少提及女性也有相同的主導權和慾望（轉引自 Schneider, 2008）。

Schneider 等人(2008)的觀點指出，早期的雜誌將目標放在男性的嗜好（比如說：車子），而不是關注於男性本身(Edwards, 2003)。Gill(2003)推測男性「缺乏對性的自我意識」。然而，女性的雜誌就會對待她的讀者像朋友一般，男性雜誌就會被視為避免與同性戀產生關聯，所以雜誌會稱讀者為「同伴」(mates)，然後男性雜誌會過度的強調女性的身體和異性戀(Gill, 2003)。同樣的，Edwards(2003)描繪在英國發行的男性雜誌，都是圍繞著「性、酒、和同性戀男性」，這樣的雜

誌呈現方式，曾被爭議為對重建男子氣概的一種回應，還有提供對男人意義的澄清。即使雜誌中呈現多種男子氣概的方式，有時仍會對男子氣概的意義提出質疑和爭論(Benwell, 2003)。然而，這些男性雜誌並不了解他們是否真正回應男性的需求，他們是否只是為了利益做出發，或者這些雜誌是如何影響著男性(Edwards, 2003)。

在英國對於眾多男性雜誌的分析，像《FHM》、《Maxim》、《Arena》、《GQ》、《Men's Health》，也發現男性雜誌採用刻板印象的取徑來與讀者進行看似朋友的溝通，這種用在雜誌的語言就是「熟悉感」(familiar)。在「年輕」(lads)讀者中產生一種中介的親密感覺(Stevenson, 2003)。這些作者認為雜誌和讀者的關係是具有等級制度的，雜誌就好像是可被信任的專家。而男性雜誌用一種幽默的方式，讓讀者遠離焦慮。Stevenson(2003)也檢視了在男性雜誌中的性議題內容，發現這類的文章典型的會增強男性和女性雙方的差異，男性被描述為想要性，而女性想要被信任和親密感。Schneider 等人(2008)總結了這種雜誌，就是意圖去容納更多開放和有彈性的現代性觀點，並確保傳統的觀點，可以成功的訴諸他們的觀點(Schneider, 2008)。總結來說，男性有興趣的雜誌訴諸於與男性共同對抗，另一方面來說，它們用具有影響力的男性象徵，和錯誤的男性天性來達到性別操作效果。

此外，本研究檢視過去關於男性雜誌的研究，發現國外相關研究大致是用”men's magazines”、”men's lifestyle magazines”、”men's style press”等名詞代表。其中Nixon(1997)曾經以時尚男性雜誌中的廣告為例，分析三種時尚男性雜誌中所呈現的新男性形象。另外，Edwards(1997)在專書《鏡中的男人》(Men in the mirror)之中說明，男性陽剛特質透過消費行為而不斷地被重構與再定義。還有，Boni(2003)在其對於時尚男性雜誌的論述分析與媒介分析中指出，時尚男性雜誌論述中經常再現與標準化了某些特定的陽剛特質及男性形象。雜誌編輯與撰稿者並基於他們對於讀者喜好的揣想與預設，想像並假設出有一個男性群體與社群(community)的存在。

至於，國內的男性雜誌研究方面，與女性雜誌研究相較，國內針對男性雜誌的研究較為缺乏。白育珮(2004)這一份量化研究研究發現，時尚男性雜誌中的男性人物通常被賦予「絕對的陽剛特質」之角色。從上述的國外、國內相關研究中可發現，過去國外對於男性雜誌的研究多偏重於雜誌本身所呈現的內容，以及

其所欲呈現的男性形象，而男性雜誌的呈現手法確實在性別的議題呈現方面具有重大的爭議性，但過去並無研究以性別的角度切入，進行深入的探討。因此，本研究希望以《FHM》的專屬讀者為範圍，將此一讀者群設定為研究的對象，在他們閱讀雜誌的同時，瞭解女性為何成為男性雜誌的讀者，而女性、男性又如何看待之，觀察其中微妙的差異與變化，希望相對於過去的男性雜誌研究中，可以找出另一相當值得探討的面向。

另外，從權力的角度出發來看，傅柯（1981）認為具體而且二元對立的性範疇論述的生產，也訴諸一種對權力關係的隱瞞，將性變成結構解剖學的要素、生物學功能、行為、感覺和愉悅的原因，這一切都是經由性。性的操作宛如來自因果關係的規則，是唯一的能與具普遍性的相呼應，就是說，所有事物的發生都來自性的獨特性（轉引自 Harding, 1992；林秀麗，2000）。「傅柯認為在資本主義的發展下，不可或缺的元素就是生物權力，它使得身體的控制可以鑲嵌進商業生產的機制中」。在男性霸權的權力結構之下，女人的身體被商業結構完全掌控，女人喪失身體的自主權，隱身於男性發展的歷史中，而這樣的生物性差異，決定了男女性別優劣與權力運作的關係，這也是後來女性主義者所大加鞭撻的部分」（轉引自廖玉芳，2004）。根據以上傅柯的觀點，性意識是與權力共存，因此沒有一種具顛覆性或是解放性的性意識可以排除於權力關係之中。父權社會以本質論劃分男女性別角色，將女人的美貌與身材視為建構女人獲取權力的身體資本，迫使女人的身體發展框制於男性的審美標準下。

總括來看，男性雜誌再現的男性仍然保全傳統男性的陽剛一面，有能力（特別是性方面）、智慧、主動；再加上好玩、幽默、講求外表和品味，成為與傳統稍為有所不同的現代版男性。男性雜誌最終來說只是「再現」了一個普遍而與生俱來的男性性慾化身體，使得男性的身體和情慾經驗只獨獨存在著性慾，而女性則是扮演著在性別權力壓制下的角色。觀看閱讀以男性為主體的雜誌，似乎成為一種反應男性權力發揮極致的管道。

三、 男性雜誌中的裸像攝影性慾政治

Berger(1993)在《觀看的方式》一書中認為，影像是一種再製或複製的影像（影像是人造的）。每個影像都具現了一種觀看的方式。即是照片也不例外。因為照片並不像人們經常認定的那樣，是一種機械性的紀錄。每次我們看著一張照

片，我們多少都能察覺眼前這個景象是攝影師從其他成千上萬種可能的景象中挑選出來的。攝影師觀看的方式，反映在他對題材的選擇上（吳莉君譯，2005）。而攝影式的觀看活動，意味的是相機不僅使藉由看的方式更了解一件事物成為可能，它還改變了觀看本身，因為它鼓勵「為看而看」的觀念。Sontag(1977)認為：「照片並非僅是紀錄而且是一種對於世界的評價，是對被攝物的看法。當我們檢閱攝影式的看的要求，它主要變成一種分離式的看的時間，一種介於相機以及人眼焦距與判斷透視之間，因客觀矛盾而受到強化的主觀習慣」。所以當我們在看的時候，不管影像呈現的內容為何，觀者本身即有自己的觀點（黃翰荻譯，1997）。

女性裸像攝影是指對女性裸露身體影像的拍攝，這種攝影形式本身可以只是一種對真實的記錄，並不帶有任何藝術上的意義。但在男性凝視的觀點之下，女性裸像攝影是一種「媚態攝影」，抹去攝影作為真實記錄的「字面義」，追尋影像所潛藏的「引申義」。在女性裸像攝影的再現政治裡，這些引申義均無可避免地會與男性性慾接上了軌（鄧正健，2005）。因此，在攝影中對女體進行再現，會讓男性構成何種程度的慾望，甚至產生何種感覺，成為女性裸體攝影中值得探討的議題。

Clark(1972)分析傳統西方藝術史的繪畫極盛時期，其中裸像激發出了最偉大的作品。甚至當裸像已不再是繪畫的支配性題材時，它也維持著自身的地位。Berger(1993)分析過去的繪畫發現，古希臘的神像、中世紀的宗教畫、文藝復興時期的偉大雕塑、以至近年的前衛畫作，裸像似乎都是永恒呈現於藝術之中。從現代的觀點來看，裸體一般帶有對性和性慾的暗示，這好像與傳統西方藝術中以裸像作為展示完美身體的理念相悖，這種差異的形成，往往牽涉到「裸像」(nude)與「裸體」(naked)的區別（吳莉君譯，2005）。

Berger(1993)定義「裸體」本意是脫光了衣服，沒有加上任何掩飾，但「裸像」卻是指被展示出來的裸露身體，所以「裸露的身體要成為裸像，必先被當作一件觀看的對象」（吳莉君譯，2005）。Clark(1972)定義裸體和裸像的差別，認為裸體意謂著被剝光了衣服，暗指某種絕大多數人都會感到窘迫狀態，是一種身體的狀態，裸體在藝術主題中，是最官能性的。裸像(naked)不管多麼抽象，都應該激起觀眾些微的肉慾，是把這種身體狀態當作被觀看的對象，其中必需有觀看者的存在，裸像才可以成為裸像。因此，一切在藝術作品中出現的裸露身體都是裸像，

因為藝術作品的存在已經預設了觀賞者的存在，這樣藝術才能夠成為藝術(Clark, 1972)。

但 Berger(1993)在分析傳統歐洲繪畫時便指出，油畫中出現的女性裸像，並非單純為了展示女性裸體的完美型態，而隱含滿足男性觀賞者的慾望成分。他認為，在傳統的觀念裡，女性所扮演的角色一向是男性的觀看目標，畫家藉著畫女性裸露的胴體和還有身體的姿態，都是預設了男性身為觀看者的主動角色。在一般的歐洲裸像油畫中，觀看的主角不會出現，相當於隱身的觀看者，而且被定義為男性。「這些畫作是為了挑起男性觀賞者的性慾而存在。裸體是做他人觀賞的赤裸者，而且自己尚未意識到這點，必須把赤裸的身體當成觀賞的物品，它才會成為裸體」(吳莉君譯，2005)。換句話說，赤裸顯露自身，裸體用於展示。

Berger(1993)認為，當女性裸體成為裸像，它便很容易成為男性觀賞者的慾望對象(object of desire)。攝影技術的出現令女性裸像的再現產生結構性變化。攝影的高度仿真性是繪畫技術所望塵莫及的，因此自人體攝影出現之初，攝影師都已拋棄了表現人體理想美態這種「高貴的單純」和「靜穆的偉大」的藝術觀念。另一方面，攝影技術的仿真性，使女性裸像攝影比繪畫更容易成為男性觀賞者的慾望對象，因為在傳統裸像繪畫中，儘管正如 Berger 所講的有著大量挑逗性慾的暗示，但畫中的都只可以視為一個女性裸體的某種理想形象，而難以被想像成真正的女性身體(吳莉君譯，2005)。Clark(1972)認為，無論是有意識還是無意識，攝影師們通常認為：在裸像攝影中，他們真正的目的並不是再現一個赤裸的身體，而是在某個藝術家創造的裸體中仿效其用意所在。因此，攝影機前，女性的裸露身體的影像被真實的複製，當男性觀看這張照片時，完全可以把它想像為一個真實的女性裸體，當中所產生具震撼性的性慾暗示是繪畫所無法比擬的。照片中的女明星對著她想像中的觀看者故做嫵媚的表情，雖然她不知道他是誰，但她正奉上她作為被審視者的女性特質。

當男性對女性裸像凝視時，雖然男性觀賞者會把裸像視為真實的女性裸體，但在實際的商業運作中，照片中的女性裸像是被當成一種交換符號。女性裸像的照片，和真實世界中的女星或者模特兒，都會產生聯繫，只是，當她以照片中的裸像出現時，影像就會和真實世界中的她產生分離，影像不再指涉那位女星本人，而轉換成一種可交換的符號。在商業邏輯的運作模式中，裸像會被資本主義中的商品收編，在這種關係下，真實存在的女性便會消失，而男性變成其中的主

體者。因此，女性裸像的交換價值的產生，配合照片的可複製性和能廣為大眾使用的性質，使觀看女性裸像成為性慾的消費變得可能。

也因此，Flusser(1984)認為現在的照片是傳單的一種——因為照片的價值不在於它是一樣東西，而在於它的平面上所載負的訊息。在後工業時代整體的特性中有價值的是訊息而不是東西，握有大權的人不是擁有照片的人，而是製作照片上載負訊息的人。換言之，在攝影的行為當中，權力即是在業者與攝影師的手中。理所當然的，在寫真集的拍攝過程中，主宰觀者觀看權力的，也是業者與在鏡頭後面掌鏡的人——即攝影師（李文吉譯，1999）。

在二十世紀二、三十年代開始，大量報章雜誌開始刊登各種女性裸像照片，不少商人也以這類照片作為商品宣傳的技倆。由於攝影和印刷技術的發展，女性裸像照片可作大量生產，同時商品生產者亦能輕易地製作和複製照片，作為配合商品宣傳之用。這些女性裸像照片很少會獨自成為消費品(commodities)，反而會配合其他消費品，如刊登在報章雜誌上，或作為其他商品的廣告等，透過男性消費者對女性裸像的凝視，挑起了他們的性慾，然後將這種性慾聯繫到對商品的慾望，進而產生消費行為。於是，「性慾便在這個消費行為上成了被消費的客體。必須指出的是，這種性慾的消費並不同於性行為的消費，消費者只能在消費過程中獲得視覺上的性慾滿足」（鄧正健，2005）。

第二節 閱聽人研究

一、 閱聽人的轉變

接收分析在1980年代中期出現，是閱聽人研究的最新發展趨勢（翁秀琪，2004）。發展至今，接收分析可分為三個階段，其發展尚未成為定論且尚未成為固定的事實，研究者應該把它視為一個趨勢，並非與過去典範絕裂，而是一個閱聽人研究應該參考並邁進的方向。本研究沿用接收分析中第二世代以及第三世代的閱聽人解讀相關研究，以Alassutari(1999)的轉變的閱聽人一文概念為主軸，進行重點式的探討。

接收分析的第二世代中，主要著重於閱聽人的民族誌研究，Morley 以質化閱聽人接收分析去研究節目與特定觀眾的接收，藉此建立深度研究的閱聽眾，他的研究也很快地被很多人跟隨，比如說 Ang、Katz and Liebes。也因此，接收分析漸漸地在典範上有了改變，新的閱聽人民族誌學典範被創造出來。

其中 Alasuutari(1999)在 “Three phases of reception studies” 此篇文章中，作者整理出接收分析第二世代有三個特點（轉引自 Alasuutari, 1999）：

(一) 對既有政治(conventional political)興趣轉變成認同政治(identity politics)

特別是關於性別的問題。如：性別如何在節目中被處理，以及女性觀眾如何詮釋，並且女性主義學者特別在此領域中扮演重要角色。

(二) 減少了對於節目內容的興趣，更多強調在媒體的功能上

Lull(1980a, 1980b)分析關於電視的社會使用，顯示舊的使用與滿足典範的重生。但不像舊的典範，在新的閱聽眾民族誌學中，注重在電視使用與家庭的（性別）權力關係。

(三) 研究者開始從閱聽眾末端接收

嘗試調查詮釋共同／詮釋性的共享(interpretive community)，去解釋節目的接收(Fish, 1979)。研究每天生活中媒體的角色，而不是在接收節目時對生活的影響(e.g. Gray, 1992; Hermes, 1995)。

由以上特色可看出，在接收分析的第二世代中，可看出性別的議題以受到注意，以及性別和媒體使用之間的權力關係，也受到關注，可看出每日生活的媒體影響對於閱聽人的解讀，有著重大的關連，對於每日生活的探討，也延續到了以下要談的第三世代的閱聽人研究。

第三世代的閱聽人研究，逐漸轉變為建構主義觀點，文化閱聽眾研究的新議題始於 1980 年代，很多作者開始討論以及質疑閱聽人民族誌研究，比如說像 Ang 和 Fiske。而 Allor(1988)、Grossberg(1988)以及 Radway(1988)強調閱聽眾是被一些分析者以特別觀點推論式地建構出來，並沒有真的在某處有所稱的觀眾。如同 Grossberg(1988)強調的，媒體閱聽眾是群集的在轉變，有不同多元的論域但從不超出媒體論域本身的範圍(轉引自 Alasuutari, 1999)。

Alasuutari(1999)認為要將人們日常生活作為研究重點，不再只針對特定閱聽人怎麼詮釋特定媒介，應該更以巨觀的角度探討媒介的社會脈絡。這種批評與自我反省的風潮，意味著必須重新思考媒體在每天生活中的位置、「閱聽眾」的概念，與媒體研究本身在研究版圖中的位置。此外，第三世代恢復對於節目的興趣，但是不與閱聽眾日常生活因素的使用脫離。進一步來說，它藉由以閱聽人的身分來增加身為閱聽人的意見，增加了在接受媒體訊息上被忽視的反身性(reflexivity)

層面。

因此，第三世代承擔一個更廣的架構，並不放棄民族誌閱聽人的案例研究，或是分析節目，但是最主要的焦點並不再找出特定觀眾的接收或是閱讀節目。而是在於抓住當今的媒體文化，審視媒體在日常生活中媒體的角色，與建構論述所建構出的主題與活動。恢復對於節目的興趣，但並不只是閱讀文本而孤立閱聽人的每日使用因素，而是，以強調閱聽人關注於自我是一個「閱聽人」，增加接收媒體訊息的反身性(Alasuutari, 1999)。「而接收分析典範提出閱聽人的抗拒(resistance)，代表對於閱聽人主體性的重視。閱聽人的主動性來自閱聽人本身的主體意識，才是閱聽人批判思考的展現」（翁秀琪，2004）。

簡短概括完接收分析第二及第三世代的轉移後，「Morley(1999)認為接收分析需要關注的是如何把新觀念放入舊模式當中，並非推翻原有概念，以新模式取代，與其要一個全新的典範，更需要的應該是一個多面向兼顧的模式。所以，Morley 的研究從原本對媒體節目的解讀，擴展至更寬廣的脈絡，關注於媒介作為一種日常消費的運用與實踐。他認為研究媒介消費應該要兼顧垂直和水平不同面向的觀點，垂直面向即是瞭解媒介中意識型態和節目內容的權力運作情況；水平面向則是研究閱聽人如何參與以及媒介使用作為一種實踐的方式為何，並瞭解媒介內容和日常生活的脈絡相互做連結」（轉引自許蕙千，2007）。

二、閱聽人的協商解讀

本研究關注於閱聽人對於媒介的協商解讀能力，因此，以文化研究學者 Hall (1980)提出的製碼／解碼作為探討的主要焦點。Hall(1980)在 Encoding /Decoding 一文中認為，過去的傳播研究，在訊息交換上，太過強調線性循環和訊息發送與接收過程。透過產製、循環、分佈、消耗和再產製的過程，其實媒介有其特殊和複雜的結構，得以維持優勢和支配的力量。任何形式的傳播和語言透過論述中符碼的操控，逐漸形成語言中的符號規則。論述也從產製的過程、不同閱聽人的分類，透過社會實踐而形成。所以，如果意義未被生成也就無法被消耗(consumption)；如果意義沒有在實踐(practice)中發聲，連結(articulate)，便無法發揮效果。

Hall (1980)認為我們必須承認論述的形式在傳播過程中有其優勢的位置，在製碼和解碼的瞬間存在「決定性的一刻」，未被轉遞歷史事件就在那一刻形成意

義。知識在使用中產製出例行性的規則、專業的意識型態，制度性的知識、定義和假設，但這不是一個封閉的系統，有其主題、設定、論述和閱聽人想像。論述的情境則由社會和政治的結構決定（轉引自 Alasuutari, 1999）。

因此，當我們進行文字解讀時，不只是意味我們有解碼的能力，更代表我們有主觀的創造符號之間關係的能力。而主觀能力一詞彷彿是我們將電視媒介所形成的論述視為「客觀」，但是事實上電視媒介所建構的優勢意義不總是那麼絕對，主觀能力代表的便是閱聽人有能力抵抗媒介的優勢意義。雖然製碼與解碼不是完全相符，但除非完全脫軌，否則製碼必定建構某些限制的操作之中(Hall, 1980)。Hall(1980)提出三種製碼與解碼的立場，以下列點陳述：

意義的形成是由製碼與解碼兩端共同型塑的，製碼和解碼間具有相互關係。

（一） 主流霸權(dominant-hegemonic)位置

以收視電視新聞為例，觀眾完全直接接收新聞播報的立場，受優勢意義操控，以文本的製碼意義加以解碼，受制於主流符碼中。Hall 同時也提出專業性符碼(professional code)，專業性符碼具有技術上實踐的本質，使我們認同優勢符碼的後設符碼，經常為主流霸權符碼提供看似中立性的技術，如影像品質、問題的選擇、報導的價值角度、近用權結構。

（二） 協商性符碼或位置(negotiated code or position)

包含順從和對立的因素，承認霸權的合法性，接受抽象和主要的霸權定義，但在情境層次上採取自己的原則，以例外來操作。即同意文本的優勢意義，但會對應到自身位置、保留在地情況(local condition)的協商權力，採取特殊或情境的邏輯。

（三） 對抗性符碼(oppositional code)

瞭解文本的優勢意義，但將優勢符碼加以拆解(detotalise)，再以替代性的參考框架重新組合(retotalise)，也就是拆解並重新組織解讀優勢意義。

從 Parkin(1971)理論來看不同社會階級成員會有社會階級不平等之不同道德詮釋。意圖為大眾傳播的過程，提供一個社會性的觀點，該觀點將分配與分類各式各樣的閱聽人個人對於媒體訊息之反應的變化。「給予社會觀點，強調主流意識的關係。完全採用訊息本身所偏好的詮釋架構，解碼過程被包覆在主流符碼(dominant code)之內；解碼者會將訊息與某些具體的或當下情境結合，進行協商性(negotiated)解碼；解碼者自行選擇另一個參考架構，將此訊息另做詮釋，完全

與原製碼所預訂傳達的訊息直接對抗(oppositional)」（Morley, 1980: 89; 轉引自馮建三, 1995: 139）。

Patrick (2005)也強調對於在地媒體的消化經驗根基於對意義的協商，其理論的架構根基於 Hall(1996)的 encoding/decoding model，還有 1980s 和 1990s 對接收分析的關注。即使不只被接收文體所喚起，這種結構的精髓還是歷史性的根據意圖、主體—結構、歷史情況所理解，這使得閱聽人的接收主體被視為具有主動和認同的特權。然後進化到「協商論點」(negotiation thesis)，那包括許多研究的取徑，「差異、多元、個體和物體不斷改變的主體表面辨証、社會和推論的脈絡」(Patrick, 2005)。藉由強調主體的位置和協商意義的明確性，然而，意識型態與生活經驗的連結時常被模糊焦點。反之，媒體觀看者的策略、抵抗、和愉悅時常成為分析的主要觀點。「大眾媒體文本隱藏受主流意識型態支配的優勢意義(the preferred meaning)，但閱聽人擁有拆解優勢意義，與其主動對抗的能力，這樣的力量就是接收分析典範之研究者不斷尋找的一閱聽人的抗拒」(張玉佩, 2004)。

Morley 的研究指出，閱聽人對媒體文本回應的複雜性不源自個人獨特差異，它是社會經濟功能立場，同時也是透過社會文化及特殊文化議題（包括階級、種族、年齡、性別等）複雜交叉下的產物。意義建構的過程都是在整套權力(power)運作的脈絡裡進行的，不同立場團體競爭相爭取「詮釋」事件與價值的「權力」。所以，「具體而言，這項研究企圖透過霸權的概念所彰顯的理論問題叢結，分析媒介材料的『解碼』實踐過程」(Morley, 1980: 91; 轉引自馮建三, 1995: 142)。

而閱聽人協商的過程中，也面臨新議題的文化研究的衝擊，承擔了在更廣的概念中使用與接收的改變。除了只將媒體訊息從更真實或效果的觀點來處理，媒體、節目與訊息也是社會真實的一部份(Alasuutari, 1999)。所以我們需要知道不同閱聽人的次文化結構與形構，以及在這些不同的團體與階級之中，文化符碼與素養之分布。Morley認為個人解訊息的情況，還必須放在社會脈絡之中才能理解。複雜度並非來自於個人意識型態的差異，這應該視其社經地位而定，而複雜度來自各種社會、文化的闡述以及地位，包括階級、倫理、年紀與性別等(Abercrombie & Longhurst, 1998)。

三、 性別看接收差異

從以上文獻發現，閱聽人理論典範的轉移，「接收分析」(reception analysis)

著重的是閱聽人與文本如何互動，其中重要的因素包括哪些因素影響閱聽人的解讀，他們如何解讀，並且經由自我意義的闡釋，建構出不同的文本意義。以下，探討以接收分析作為理論之性別解讀，接著本研究作者整理出過去曾經以接收分析理論之性別解讀的相關研究。

Zoonen (1981)以女性主義的觀點來看女性雜誌，認為女性在其中所扮演的角色被動且無力，她提到：「雜誌中的女性成為被凝視與被物化的個體，而女性讀者跳脫不出充滿父權意識形態的文本意涵，使得女性雜誌成為複製父權意識形態的另一幫兇」。這樣的邏輯似乎難以解釋越來越多的女性藉由觀看女性雜誌而獲致愉悅的過程，研究顯示，形形色色的女性雜誌已經成功的打入女性的市場，並充分的滿足女性讀者的需要(zoonen, 1994，張錦華、劉容玫譯，2001)。

Helen(2005)在“Texting the subject women, television, and modern self-reflexivity”中說明，Zoonen(1994)認為性別文體的接收分析大多圍繞著一個問題：閱聽人如何以性別結構的型態、主體和論域與文本互動？研究消費性別偏好的研究者，主張女人傾向於「軟」(soft)的文體，根據自己的情緒選擇，比如說音樂劇。然而男人喜歡較「硬」(hard)的文體，與事實具有相關性的文體(Gray, 1992; Morley, 1986)，而這些偏好會在肥皂劇中出現。Brunsdon早期的文本

“Crossroads”認為肥皂劇中的性別與文本的「文化權限」(cultural competence)的戲劇編制有關，女人天生喜歡藉由「社會互動解碼所得的社會知識和習俗來指引個人的生活」(轉引自Helen, 2005)。

Helen 於 2005 年提及，有許多閱聽人研究，爭論關於閱聽人解讀與個人隱私生活之間的聯結關係，主宰著研究女性流行媒體文化。舉例來說：Radway(1984)認為解讀羅曼史是對日常生活經驗的協商，與家長指令的家庭和婚姻關係有關，Ang(1985)研究斷言看 Dallas 提供了「情緒真實性」(emotional realism)，這樣的情緒處境與女性觀眾主體經驗產生共鳴：真實並非世界建構的知識，而是個人主觀對於世界經驗：「一種感受的結構」。Benhabib(1994)評論後現代的倫理學，她爭論角色位置移情的過程中，女性觀眾更投入於「定位自我」(positioning the self)的過程，當女性喚起她們對文本的評鑑，文本／主體關係的詳述，容易被性別解讀的過程影響力所遮蔽(轉引自 Helen, 2005)。不過，「Riley(1988)認為有性別特徵的身體並不能為『眾多女性論述的複雜性』提供一個一致性的基礎，它不是固定不變」(轉引自 Harding, 1992；林秀麗，2002)。身體的愉悅不再只是被因果性

地歸結於性的特殊本質，它們變成已經可以被加以說明，或是成了性的象徵 (Butler, 1990)。因此，身體如何超越二元框架重新定義，這些都是值得關注的焦點。

爲了不要對女性觀看的結構太過於偏頗，Jackie Stacey 急迫的尋找差異 (desperately seeking difference)，提出了以下的問題：如果觀看的愉悅是以異性戀男性的需求、慾望、和恐懼一致，那麼在分析女性敘事文本時，女性的慾望又被擺在何處。Stacey「談到女人的不同慾望」，點出了不同認同和慾望之間的關連，是很複雜的相互影響作用，而非對應的，女人對於觀看女人的眼光，並非機械式的分爲認同或者近似於男性眼光的客觀。事實上，女人是有多元角色的：觀看者、女演員、主角、作者、或者製作者。這種散佈的探討主體性，與假定的單一普遍性是不同的，女性的主體詮釋位置是遊蕩的，並非單一的主體或者被第三者所取代，而是在敘事中以多元的觀點徜徉探討「我」（轉引自 Lidia, 1998）。

事實上目前對女性論述存有許多關於刻板印象的濫用，可能會產生歧異的影響，每件事情的陳述方式不同，解讀方式也會有不同。女性對自我的論述會反映在對於敘事的認同程度上：破裂、改變，甚或失去記憶。認同變成一種可轉變的概念，身體的不同在個體之間擺盪，只有表面的名稱是不會改變的。Lidia(1998) 認爲，女性的解讀認同和女性和影像、凝視與影像論述缺乏，和主體以及客體之間產生的疑惑，和其內在、外在都有相關。因此，大部分的男性對女性存有幻想，如同一種夢或者幻想，也像部份的真實（會比較、對抗、認同或者療傷），身體會延伸出許多需求以及渴望，每天的生活就像一種展現。相對之下，女性敘事是連接於真實和想像，內在和外在外在，關注以及未被關注的。也有人從後現代主義的觀點出發，林芳玫（1996）指出，「觀眾在觀看色情時，其觀視與認同位置是游離變動的，並非如激進派女性主義者所宣稱的『女性是受害者』這種僵硬而簡單的現象」。

相對於後現代的看法，陳明珠（2006）年於《身體傳播》提出女性透過鏡像，看到的不是「我」，而是父權社會文化規範下的自己，端看著鏡像中的「我」如同對著他者一樣的被檢視自身，這樣的觀看當中，女性的意識被牽動著，因而認不清楚自己，只充斥著存在於社會文化下的規範準則。研究指出，男性閱讀過類似《花花公子》的情色文章後，會誇張女性的性慾及性開放程度，即認爲女性是自作多情、不道德、濫交的或性開放的。Zillmann and Bryant(1982)也發現，「觀

看一些把女性描述成行爲隨便、對性開放的情況，會使受試者產生性冷酷效果 (sex callousness)，而這些貶抑女性的表現，會使男性或女性受試者對女性的觀感產生不尊重、厭惡的態度」(轉引自林芳玫，1996)。

Gross(1989)認爲，「媒體的再現賦予了可見性和權力，媒體中的再現即是一種權力」(轉引自 Harding, 1992；林秀麗，2002)。而我們也可以說，雜誌中的性別再現，也是另一種觀看權力的衍生。媒體並非是早已存在的意義獲認同的工具，而是一種過程，透過此一過程，認同與意義被生產及創造(Hall, 1990)。因此，女性於雜誌封面上的裸露照，在此邏輯操作之下，似乎並不只是單純滿足於裸露這本身愉悅，在商業力量的操作下，似乎已由某些明確的審美觀以及注視眼光的建構下，變成一種具有性展示吸引意味的象徵，而其中蘊含了許多已被扭曲的女性本質。因此，女性其實是有其自主性去選擇，而其選擇也會與她自身的內在知覺有所關聯，更重要的是，本研究想探討的是，無論女性對於外貌的認知是否已被男性眼光所規範，重點是，她對自身的判斷與價值情感，能否對自我的定位產生真正的瞭解，能夠對自我的評判在認同中找到平衡點。

在上述中，似乎封面女星成爲一個被讀者（包括男性、女性）凝視的客體。然而，在其中，我們也發現了一個存在的矛盾。意即，對於女性讀者而言，對於封面中呈現出性感形象的女星，是否能夠產生認同，而產生性別跨越解讀的可能？

四、 性別接收分析的相關研究

綜合 Abercrombie 和 Longhurst 1998 年 “Changing audience: changing paradigms of research” 中對於接收分析相關例子的探討，經本研究作者整理如下。Radway(1987)羅曼史研究，認爲閱讀羅曼史可以補償(compensation)女性在現實生活中受到父權文化體制壓迫下產生的壓力，這個主要的補償機制便是透過「逃避」。透過閱讀羅曼史，女性讀者能有一種出自幻想的滿足感，她們得到對愛與需要的滿足，並且獲得自我認同，這對女性來說是她們的「愉悅」，可以得到解放。女性閱讀羅曼史使她們能拒絕在婚姻制度下的社會角色，她們也希望獲得私人擁有的愉悅，所以羅曼史是反動的與收編的。「此外，Radway 用 Chodorow 的心理分析理論說明，羅曼史小說也可以滿足人們的特殊慾望---在父權體制下，婦女是愛的提供者，卻鮮少被照顧和呵護，於是在羅曼史小說中，男主角成爲一

種感情的替代，但是這種替代性的療效只有閱讀羅曼史小說才會出現，Radway 認為這或許可以解釋為何看羅曼史小說會上癮的原因」(zoonen, 1994, 張錦華、劉容玫譯, 2001)。還有 Brown(1994)研究女性談論連續劇，認為即使大多數連續劇的優勢意義均立基於父權統治，女性仍然能透過一同嘲笑男性行為或一同談論連續劇特質來顛覆解讀。與 Radway 立場相似。認為女性透過觀看肥皂劇可以表達自己與男性相異的意見。她也認為女性可從抵抗中得到積極與反射性的愉悅。「主動性的愉悅」(active pleasure)肯定透過巧妙反對主流文化的操作來連結女性文化，提供了對女性的認同與價值(轉引自 Abercrombie & Longhurst, 1998)。

Fiske 以電視影集「朱門恩怨」(Dollas)為例，說明文本與閱聽人之間的關聯性，他認為其或許具有資本主義或父權體制的意識型態存在，但並非所有的閱讀者都能發現其中所蘊含的趣味與意涵，這是因為，從理論面與實證面來說，有些觀察者對文本進行解碼並獲得樂趣，其實是將自己和資本主義、消費主義、性別中心、種族中心主義等的價值連結在一起，而這些價值透過電視節目和他們的真實社會互動而發生關聯，越滾越大而產製出其意義。Fiske(1989)認為庶民的閱讀具有選擇性，除此之外，是一種閒歇性的專注(spanmodic)，而這種有選擇性的、閒歇性的觀看是一種反抗，或者說是一種躲避，躲避文本結構中的意識型態及社會意義，也因此他們閃開了此一結構的偏好傾向，而使文本對不同多元的切入點開放(Fiske, 1989)。此外，像朱門恩怨(Dollas)與朝代(Dynasty)等肥皂劇內容，即使充滿了女性主義所謂的對女性不平的性別歧視、父權宰制和資本主義的壓榨，還是有很多的女性觀眾群。諷刺的是，堅持女性主義的媒介本身，在吸引廣告商、擴大還有維持既有觀眾群、卻是顯得相當吃力(Hermes & zoonen, 1988)。「在這個同時，身為女性主義者的人，卻也坦承他們受到羅曼史、肥皂劇、還有女性雜誌等劇情的影響，逐漸沈迷其中」(Ang, 1985; Winship, 1987; 轉引自呂姿雯, 2003)。

本研究將男性雜誌視為一種具有流行性包裝的文化產品，來看上述的Fiske多義觀點。「Fiske 關注的是流行文化與閱聽人的愉悅，分析資本主義工具性生產，以及消費者賦予產品的意義。他認為，即使是在資本主義的商業邏輯之中，一個文化產品如果沒有包含人們所需要的意義，它就不可能普及」(轉引自 Steveson, 1995; 蔡姿蓉, 2003)。因此，作為一種流行性的商品，並符合所謂的流行文化，商品本身就必須擁有大量生產之經濟效益，而且能讓人民進行顛覆

性的解讀。Fiske(1989)認為流行文化乃是從下而上，由人民創造出來的，並非上層的文化工業所強加賦予的，它具有矛盾的本質，一方面需要符合資本主義標準化、大量化的生產，以獲得經濟利潤，另外一面它又需要包含多重意義，使人民有開放的解讀空間。因此，「流行文化同時具有制約以及反制約的雙重動向，它是一場社會經驗意義的鬥爭歷程，是個人與社會秩序的文本、商品所進行的鬥爭，這些文本不但反映了鬥爭的社會關係，更包含了權力、反抗、閃躲等機運在內」(Fiske, 1989)。

另外，關於雜誌解讀相關的研究方面，呂姿雯(2003)女性雜誌讀者之閱讀行為愛情態度及其解讀型態之研究---以女性雜誌中兩性互動論述為例。從此偏研究中發現，讀者不同的愛情態度和解讀型態間的關聯，特定型態的愛情態度對於特定的迷思意涵難以作出協商或對立式解讀，從另一面向來看，女性雜誌意識形態的灌輸並非所有女性均會照單全收。近年來台灣也誕生了少數的雜誌閱聽人研究，這些研究開始關注閱聽人與雜誌在文本之外的互動情況，比如林靖鈞(2007)針對《Cheers》雜誌所作的女性閱聽人深度訪談，研究結果發現，女性閱聽人在閱讀《Cheers》所採取的詮釋策略並無固定，也會抗拒、接受、延伸或者對文本脈絡作另類的思考，與文本做協商生產出自我解讀的意義。更重要的是，她們可以將這些論述意義納入自己的職場生活作依據，並與之對話。林靖鈞(2007)也認為，「這些女性閱聽人在閱讀雜誌時，閱讀的主體不只作用於閱讀當下，更與她們的日常生活相連，因而閱聽人的主體無法與生活截然二分」(轉引自林靖鈞，2007)。

由上述可之，性別與解讀之間是具有高度關聯性的，女性對於女性雜誌會做出意識形態的反抗解讀，對於文本中的兩性互動會進行獨有的論述與想法。過去並沒有針對女性對男性雜誌的解讀研究，尤其又在碰觸女性主義以及解讀權力等多樣複雜又敏感的因素時，究竟會碰出何種火花。所以，這是本研究期盼可以另闢探討的面向，對於性別在男性雜誌中的解讀研究，提出一些新的觀點。此外，閱讀雜誌的行為是一種視覺觀看的行為，閱聽人從心理層面進行閱讀批判協商，接著藉由視覺的感受與心理協商做結合，提出自我的觀看意識陳述，因此，下一節以閱聽人的觀看作為銜接，表示閱讀意見協商與觀看是具有連貫性的行為。

第三節 閱聽人的觀看

一、 觀看的主體性

「主體性包括了我們對自我的觀感，它牽涉意識與無意識對自我的情感和思維。這些情感、思維會構成了自我心中對『我們是誰』的判斷與感受」。而這些判斷與感受也使得我們在文化中的各種認同位置不斷變動，主體會採用這個位置，並且以這個位置來定位自我。我們對自我所接受的定位以及會和這個位置產生一體感，構成了我們的認同（Woodward 2004，轉引自趙景雲，2005）。因此，觀看的主體性牽涉的是對自我觀看位置的認同，主動與被動觀看在相對位置上，就具有主體認同的差異性。

英國藝術史學家尼德(Lynda Nead)1992年指出，在西方繪畫裡也充斥著男主動觀看和女被動觀看的關係，繪畫裡的女體總是赤裸或半遮掩著身體，奉獻自己的女色讓男性注視。男畫家筆下的女性裸體，其實相當程度投射了男性本身對於女性的喜愛與審美觀，導致女性對於自我認同，受制於父權社會體制定義下的女性形象特質，並以此審美觀作為對自我監控的依據。尼德認為觀看是一種「佔有」的行為。而繪畫中的靜物、食物、風景、人物，也是一種佔有的表現，好像一種主權的宣示。觀看因此含有偷窺、佔有等成分，這種對待關係讓展示者與被偷窺者都被物化成為客體，而失去了主體性(Nead, 1992)。

相對於尼德是以繪畫的角度，做為觀看的主體與客體之辯證。Fiske(1987)以Moye的情色文本為例，認為女性以及女性特質總是被客體化，並且為了與男性做出區隔，以另一種形式將女性排除於文本外。Lidia(1998)也針對關於在情色文本中對於女性的敘事，引發了女性主體性存在的重要問題，藉此分析女性在不同凝視的主體與客體之間的多重凝視的辨證，如同旁觀者以及被觀看的角色。她以心理學理論的分析提供了許多知覺性以及為知覺的觀眾愉悅感，作為一種解釋，襯托出女性在被觀看時是一種被侷限的主體自我，而她的存在，也只是窺淫癖者和迷戀眼光的共謀與分享者。女性通常是很受限的，並且牽制於男性經濟體制之下，這也是為何越來越多的研究關注於這種「對女性觀看的方式」(ways of looking)複雜而又詭譎的形式，尤其是女性批判主義者。

此外，陳明珠（2006）曾提到，「身體主體可以說是整個文化社會互動的根基、與語言系統運作的負載體，身體不但是與生活世界產生主體間性（或互為主體inter-subjective）關係的主體，也同時是處在生活世界中被再現、與被觀看的

客體」。在視覺的觀視過程中，觀看者的目光決定了主客體的權力分配位置，呈現出被觀者會以何種形象被看以及被呈現。「父權社會不但成功宰制了女性身體，亦掌控了女性的社會角色與權力地位。這樣強勢的權力壓迫，在意識形態上的運作是非常廣泛而絕對的」（廖玉芳，2004）。因此，觀看的主被動關係，是女孩決定自己是個誘惑的「主體」或「物體」的重要工具，被動亦或主動？這是一種隱喻符號中禮教束縛的身體自主。

蘿拉·莫薇(Laura Mulvey)寫於1973年，發表於1975年的重要論文「視覺快感與劇情電影」(Visual Pleasure and Narrative Cinema)，已經逐漸從符號學轉向深受弗洛伊德(Freud)和法國心理分析學拉岡(Lacan)影響的心裡分析論域。在此論文中，她試圖拆解由男性目光控制的視覺快感，全面性的展開符號學、心理分析及女性論述交會的全新互動地帶。她的基本前提是，社會對男女的兩性差別有一套固定的反應父權結構的理解和闡釋方法。這一套方法會控制了我們對影像的生產看法，也控制我們觀看這些影像的性慾反映，女人只能依附而無法超越這種閹割關係的傳統秩序。因此，在我們的世界裡，Mulvey(1975)認為兩性關係是不均衡的。男性的觀看目光具有決定性的作用，也就是主動性的掌控者。透過這種決定性的目光，男性將他對於女性形象的幻想進行投射，女性形象的設計也會按照這一男性目光的需要呈現，女人的傳統角色都是為了供人觀看、陳述的對象。

Mulvey (1975)認為一個性別失衡的世界中，看的快感分為主動的男性和被動的女性。主動的男性會把他的幻想投射到符合主流審美的女人身體上。女性在裸露癖的傳統角色中被觀看和被展示，因為她們的身體具有強烈的視覺渲染力，因此她們被塑造為具有被看性(to-be-looked-at-ness)的內涵(Mulvey, 1989)。女性是色情觀看下的被動者，因而失去觀看的主動性，從男性雜誌中封面女郎可得知，她承受被觀看的視線，並且迎合男性的慾望。如同Charlotte Brunsdon所說，「女性注定成為戲劇中的目標target，而且這種文類會被女性廣泛的接受並且相信」（轉引自Metz, 2005）。

Mulvey 指出其為暴露好萊塢電影文化背後所操作的父權意識型態，並以心理分析作為其論述發展的基礎理論架構。而 Mulvey 在討論觀影現象時，認為男性掌控了觀影的主體位置，並將女性視為被觀看的客體(object)。以 Mulvey 的辭彙來說，「男性藉由偷窺(voyeurism)的位置觀看女性的身體，在不被察覺之下，達到性慾的快感。女性的身體因而成為了滿足性慾的景觀(sexualspectacle)」（林

寶元譯，1989)。根據主導的意識原則以及支持它的精神結構，男性不大願意注視他同類的裸露癖，觀看與敘事之間的分離，支持男性做為推動故事向前發展的主動角色(Mulvey, 1989)。因此，根據此種心理層面作祟的因素下，男性作為男性雜誌中的決定主導者，以主控的意欲方式，提供了全然的滿足感，藉以注視女性為色情對象，成為一種無形的征服感，形成一種特殊的敘事結構。

根據以上的Mulvey觀點分析，都與一種「看」相關：旁觀者可以藉由暴露的女體展現進而得到愉悅，而旁觀者藉由幻想可以獲得控制和佔有，並且著迷於他喜歡的女性形象，一切建立於錯覺和自然的空間。實際上女性的影像是被動的，內容和結構的再現卻是給男性主動的凝視，這種觀點也帶來心裡學的背景的爭辯，必須回歸於，主動的窺淫狂者避免被威脅(Mulvey, 1989)。從《FHM》中呈現的女星影像，我們不難發現，透過攝影的政治功能，被觀看者的女星塑造成一個順從的被動觀賞者，女人在性感的身體中被定義，並且以物化以及商品化的方式被呈現。透過兩性在社會性別上的刻板塑造，也使得男性在談論到女性的時候，皆是以一種把女性目標化的傾向。

統整以上的觀點，女性身體的存在，其實被許多男性父權觀點所牽制，因此，才有近幾年來婦女運動的產生與崛起，女性主體意識的高漲，似乎也意味著女性試圖用更多的方式，來企圖找回自我身體的主體性，但是整體社會的體制，也掀起另一個力量，試圖去反制女性的力量，透過無形的意識傳遞，對女性的思維與行為產生規範，因而，女性身體的存在主體性，似乎仍舊有道德亦或輿論的壓力予以束縛，然而隨著時代變遷與對女性價值觀之轉移，事實究竟為何，也是本研究之主要目標。

二、觀看的窺淫快感

所謂快感，在很多情況下的刺激，都可能提供諸多的快感。其一就是佛洛伊德的觀看癖(scopophilia)在有些情況下，看本身就是快感的泉源。最初，佛洛伊德在他的《性慾三論》中，把觀看癖分離出來，作為性本能的分類之一，認為它是作為完全獨立於動欲區(erotogenic zone)的內驅力(drive)而存在的。在這一觀點上，他把觀看癖和以他人為看的對象聯繫在一起，使被看的對象從屬於控制性和好奇的目光下(Metz, 2005)。

本研究作者整理Metz(2005)以及吳珮慈(2005)對於視覺快感的看法如下。

根據Mulvey在1975年所寫的「視覺樂趣與敘事電影」一文的論述，她以精神分析之父弗洛伊德(Freud)和法國心理分析學拉岡(Lacan)的心理分析理論來檢視之。她認為對女性影像的視覺快感來自於兩個源頭：窺視(scopophilia)與自戀(narcissistic)。首先，「佛洛伊德以精神分析的方式，定義窺淫即為觀看窺淫的愉悅本身，是指人類個體具有一種渴望觀看他人的性慾本能，將它者建構為慾望的客體，臣服於自己的操控性凝視下，藉由此充滿視覺慾望和想像力的認同與滿足」；而與此同時，作為慾望客體的女性形象則被編碼為(to-be-looked-at-ness)。而她的分析方法，有助我們看。這些男性雜誌中的女性照片，可以作為分析的關鍵概念

而「自戀認同」則由拉岡所提出的兒童「鏡像階段」(mirror phase)所發展出來，兒童對於鏡中影像的認同與模仿，以及對理想我(moi ideal)的一種陳述。相同地，情色文本觀看者對於敘事的完美、全能的影像，可以延伸自我的想像認同，對於情色文本的敘事所帶來的視覺愉悅感，是建立在一種雙重機制上：藉由將女性建構為凝視對象，創造窺視的愉悅，再藉由對男性角色的認同，形成自戀的愉悅。進一步Mulvey(1975)認為，被觀看的女性角色，只擔當作為男性觀眾的性慾對象功能，目的在刺激男性慾望的效果，而男性可以從女角的表現中獲得窺淫的樂趣。當中兩性間的差異建立在主動的男性觀眾與被動的女性影像客體上。Mulvey(1975)更認為這些與父權社會有直接的關係，她說：「情色文本反映、揭露、甚至直接上演社會既有的性別詮釋，並且控制影像、情色的觀看方式和景觀。」同樣地，男性雜誌中的女性照片和內文訪問與編輯用語亦用這種方式呈現。「窺淫」正是這些女性照片的拍攝指導意識，從中可以再現這類雜誌的男性讀者的性別意識，男性仍是主體，擁有控制、使用女性的權力，特別是女性的身體，從中獲得窺淫的快感。Barthes(1980:130)說：「相片裡的注視眼光有某種矛盾現象，照片中的人正注視著我。注視，即是如此一凡是正視眼睛的人便是瘋狂的，事實上，他什麼也沒注視。」似乎影像中主角的注視，只是挑起性慾的眼神，慾望著你的慾望（許綺玲譯，1997）。

在高度發展的男性雜誌中的女性圖像發展趨勢，只有通過這些符碼，異化的主體一種匱乏感以及對幻覺中出現的可能匱乏的恐懼把他的賦予想像的記憶撕碎了，才得以找到一絲的滿足快感：通過編碼的形式美和對他自己構型的迷戀作用(Metz, 2005)。從精神分析的角度來探討情色文本中有關主體性、觀看快感等等

的問題，我們可以發現，男性的主體完成必需依賴女性，女性也同樣必須藉助這樣的關係來確認自我的定位，好像是一種互相依賴的關係。「因此，無論是文字或者影像的情色文本，實則提供這種幻想劇本，對觀者而言，觀者並非完全認同情色文本中的人物，而是認同各種不同的慾望位置之間的轉換，並在這種游移的觀看位置中獲得快感。例如：男性可能認同女性展示自己期望被關注的慾望角色，但不一定是認同女性抑或她的身體」(轉引自蔡姿蓉，2003)。

綜合上述文獻的討論，本研究認為窺隱之癖，是人類最原始的慾望之一，它像是一種無法按捺住的情緒，誘惑著你去探究他人私隱，滿足了它，自然就滿足了你的好奇心。以男性雜誌中女性裸露的圖片為例，一般人對於隱私以及被禁止看的東西，比如說女性身體的胸部，有著強烈的看的慾望，並想看清楚。這種例子中，事實上觀看癖是主動的，雖然本能會因為其他因素尤其是自我的構成而被修正，但它會繼續作為以他人為看的對象來獲得快感的色情基礎而存在。事實上，對於雜誌中的女星，對於其拍攝手法的拿捏，似乎是有意識的成為一種成規，可能會描繪出一種觸及不到的距離感，像魔術一般展現出來，創造一種隔絕感，並且激發讀者窺視的幻想。因此，看，對形體的快感，在內容上可以是帶威脅性的，正是作為表徵／形象的女人把這一矛盾現象具體化了。

三、觀看與凝視(Gaze)

Hooper 認為，視覺文化研究指向的是一種視覺性社會理論。它所關注的是這樣一些問題，例如，是什麼東西形成了可見的方面、是誰在看、如何看、認知與權力是如何相互關聯的等等。它所要考察的是作為外部形象或對象與內部思想過程之間的張力的產物之看的行為(轉引自 Metz, 2005)。因此，本章節以「凝視」作為最核心的結構元素，就是看與被看的關係。更確切的說，是隱藏在看的行為中的視覺與權力的運作。這就意味著，其中必定蘊含觀看者對於自我反省的質疑與回饋。它是對看的模式的一種質疑，還有看與被看權力關係的反省和質疑。

Metz(2005)認為這個社會是一個奇觀的社會，稱這個時代是一個擬像的時代也好，都暗示一個共通點－視覺性的在場。這裡所謂的「視覺性」不是指物的形象或可見性，而是既包括看與被看的結構關係，也包括生產看的主體的機器、體制、價值等等之間複雜的相互作用。因此，視覺性既是一種敞視也是一種遮蔽、隱匿－因為任何一個視體都必定隱含著某種主體／話語／權力的運作，隱含著阿

涂塞(Althusser)所稱的「意識形態的形式結構」。

本研究先從視覺的基本觀點談起，根據 Becker 2006 年所發表的“Visual cultures of journalism”中曾提到，Bal(2003)認為，固有的連覺性，看永遠是和視覺經驗連接的，涉及情感負荷與情感基礎的活動，像是聽、讀、移動、觸摸。因此，考量媒體中視覺不同的衝突與和諧是很重要的，像文字、照片，當一個讀者看報章雜誌中的照片和閱讀，意義的生成已由一些方式結合（轉引自 Becker, 2006）。根據 Bal(2003)的觀點認為，看的行為根本上是「不純粹的」。由於它是受感官控制的，因而是基於生物學的行為。看實質上也是被建構的，具有闡釋性的，是負載有情感的，是認知的、理智的。因此，Bal 認為視覺性是展示看的行為的可能性，而不是被看的對象的物質性，這種論點決定了被觀看者能否被以視覺文化研究的角度來觀察。如同 Bal(2003)指涉一個高度有問題的視覺實質性就是，「不要去聲稱視覺差異“difference”—要視為純淨(purity)—包含去監視其他媒體的影像視覺勢力和符號學系統」，這種真實的視覺本質主義，可發現於報章雜誌的領域和媒體研究中。因此，視覺文化將視覺性作為研究對象，並不是對傳統的視覺研究做簡單的延展，而是視覺研究的一種轉向，關注點不再是視覺對象的可見特徵，而是視覺對象和看的行為的可能性(Metz, 2005)。

接著，討論本研究所要探討的「凝視」。「凝視」(the gaze)的概念是由 Jacques Lacan(1981-1901)所提出的觀視結構，「『凝視』是指在觀看的過程中體認到自我所扮演的角色，這層關係是被視覺所建構的出來」(轉引自廖玉芳, 2004)。此外，黃海榮(2007)認為，「所謂『凝視』(gaze)，並非普通的觀看(look)或看見(see)，它是有力量的，而且也是一種積極的監視(surveillance)，監視乃是權力運作的基本方式」。「男性凝視」(male gaze)就像是一種運用權力來控制(女性)的性別化觀看方式，「男性凝視」的基本要素就在於：男性主動觀看，而女人就是被觀看被控制的對象，而男人從觀看中得到快感，而女性處於被動。從以上對凝視的基本定義來看，視覺建構並非只有看到的物體表像本身，以及觀看者之間的關係，其中隱含著互動與認可、批評等權力關係，當自我意識到他人對自己的凝視時，自我會產生檢視的心態，會想將自我的形象整飭。

這一種的觀看形式，就是一種權力的展現，伯格(John Berger)在《看的方法》(Way of Seeing)裡，評論裸女作為一種主要的西方傳統油畫題材時，認為這是一種男性凝視、而女性內化被男性凝視的圖像文化。他指出，「客體化」產生於看

與被看之間，男性是好像是帶著權威的觀看者，女性的職責就在於，要讓自己變成是「可看」的。所以，女性在被觀看的過程中，也會不自覺的內化了男性的審美標準。「人類的一切生物自然形象，都是赤裸的(naked)，但是裸露(nude)，是被當作物品般的被觀看。當女性裸體成爲「裸像」，便很容易成爲男性觀賞者的慾望對象(object of desire)」(吳莉君譯，2005)。

女人處在傳統上被定位帶有裸露癖的角色裡，因此，她們同時被觀看，以及被展示陳列。她們的身體爲了營造出一種視覺上與性慾上的加總衝擊效果，用符碼化的方式使她們增加被觀看的內涵與條件。在影像的呈現中，女性所擔任的角色是扮演男性的慾望對象，挑逗亦或乖巧的眼神，都具有挑起男性慾望的功用，從這種凝視的方式中，男性可以得到窺淫的樂趣(黃海榮，2007)。根據Mulvey的觀點，這種凝視是建立在性別差異(sexual difference)的文化定義，父權結構的社會有直接反應的關係，而情色文本中反應的性別差異，就是爲了達到男性凝視的快感。這種不平等的關係，不只是在媒體文本中出現，也會間接的在真實世界中被延續(Mulvey, 1989)。「如廖瑞華(2003)提到：『凝視=集體共同規範=認同』，被他者觀看的情境中，當某種特定的審美價值被認爲是正常的時候，就會不自覺的產生異常，使得被觀看者內化這種正常與異常之間的區分界線，並且逐漸成爲一種評判的準則」(轉引自廖玉芳，2004)。

女性形象的處理，通常會涉及到權力的運作。於是，我們可以普遍發現，攝影機對於女性身體的拍攝角度，常是依照男性的興趣和慾望作爲主要目的。從迷濛迷人的眼神或是搔首弄姿，從露胸到裸露胴體，都是男性意欲看到的女性身體。「攝影機的作用彷彿是男性眼睛的延伸，影像攝製對於男性慾望來說，衰老甚或不完美的身體，是不被受歡迎的」(黃海榮，2007)。如Mulvey(1989)所說，視覺空間的身體和慾望已經被改寫成男性的消費和娛樂，這種快感的享用被視爲是男人的特權，也代表著男性的凝視標準。

最後，本研究在此以反思的關點看Mulvey的文章重心。在2006年時，吳珮慈在評論Mulvey的《司芬克斯之謎》一文中，對於Mulvey的男性爲觀看主體的觀點做出了反思。她點出，「Mulvey這篇文章直到九0年代初期，仍是許多跨學科論戰的焦點，許多人反對Mulvey文章中無可避免的將觀看者置入於男性主體位置(masculin subject position)的論點，認爲以這樣的男性主體爲視覺愉悅的主體是有疑義的」。後來逐一被討論後，開始進入新一波性別論述思潮的開始。黃海

榮（2007）在《男性凝視與色情》一文中也認為，Mulvey指出性慾(sexuality)不可避免地與權力纏繞在一起討論，而權力又與凝視不可分離。然而，在文章發表後，針對Mulvey的大多數批評都是指責她僅僅聚焦於男性觀眾的經驗。「在詳盡地探討建基於對女性身體的窺淫癖幻想的男性慾望和認同之時，Mulvey忽視了對女性慾望、認同和觀看的可能性的深究。以父權社會如何定義女性，來說明男性觀看者的主體位置，但卻忽略了女性觀看者的觀看位置，而將女性框限於被觀看者的客體位置，否定了正面、愉快的女性觀看的可能性」。

後來，Mulvey也在許多場合中解釋，這篇文章引起很大討論以及影響力，是她當初始料未及，原本這篇文章的主要用意，與其說是用冷靜客觀的角度檢視閱聽人解讀研究的學術論文，不如說是以一種呈現女性論述與主動宣示的挑釁姿態來發表之。其實，如果拋開所有難以定論的學術探討議題，我們何妨換一個角度來看，如果不斷以過去就有的父系霸權體制來面對女性的觀看，仍然無法脫離對於女性論述意義之壓抑，「唯有打破過去傳統的符碼與陳述意識，並且破壞我們對窺視癖的依賴或視覺愉悅的基本原則，可以讓觀視者產生一個去中心化、去拜物觀的、去自戀的觀看方式，才能超越原有的凝視」。如果這是Mulvey在「視覺快感與劇情電影」中的經典論述，那麼女性讀者也可以拋開主流敘事的形式框架，以女性的自覺選取一個新的思考模式，讓觀者也不再只能被動的符合主流媒體中窺視與自戀的觀看方式（吳珮慈，2006）。從這些後續的反思論述中，本研究雖然以性別作為分野論述的變項，但是，本研究並不對閱聽人的陳述事先做出定奪，並期盼以客觀多元開放的態度面對閱聽人的解讀。更重要的是，本研究期盼以後續對於Mulvey論點之反思，作為之後延伸探討的意義所在，Mulvey的觀點是一個立基的理論，也開啓後續一個重新審視，並且對於女性觀視論述持更開放空間討論之研究，本研究之思考觀點，也從此方向擴大探討究竟過去女性主義在不斷演變的結果下，在女性的觀視中出現了何種變化與衝擊。

第四節 小結

從以上三節的文獻耙梳中，針對各章節的重點進行小結。首先，本研究發現對於該本雜誌的內容定位，以及對於其形象的觀感，必須倚賴閱聽人的陳述，情色與色情的差異就在一線之間，而色情與藝術的差異也在閱聽人的論述掌控中。文獻發現，男性雜誌中的性別操作意圖明顯，突顯所謂的男子氣概，為了保全傳

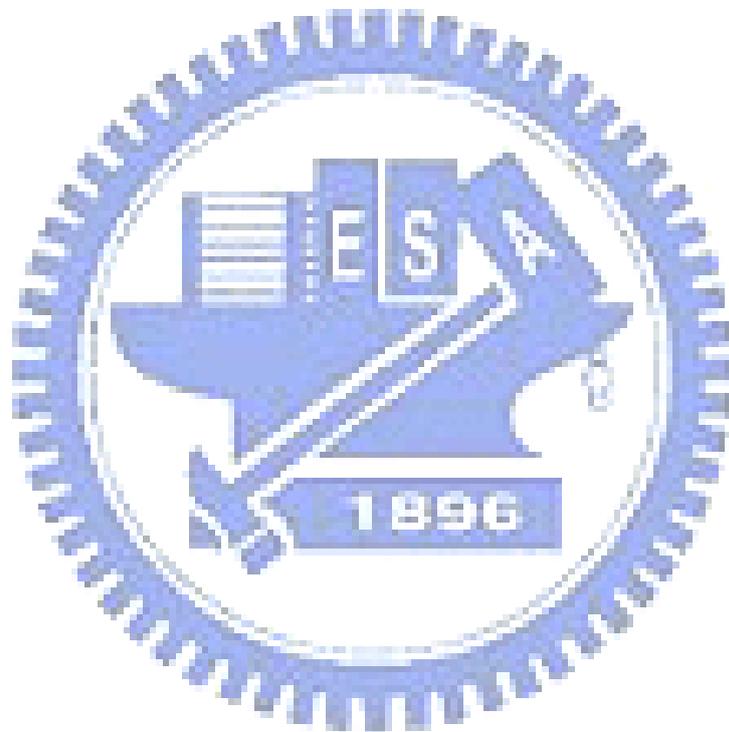
統男性的陽剛一面，本研究可由文獻發現，這種編排方式，是爲了符合男子作爲情慾發洩的管道，而其內容更符合以男性爲中心的思考法則，再現著男性意欲觀看的對象，以女性扮演性別慾望角色的形象，達到反應男性慾望之目的，而雜誌不管主題或者內文的論述，似乎都以男性爲主體。男性雜誌中的攝影情慾與視覺政治，更扮演著迷惑與煽動的中界作用，裸像女體的呈現方式，打破過去歷史油畫裸女的發展界線，攝影技術的猛進，如同將女體的裸像作爲一種商品交換的信息符號，而男性仍舊爲觀看的主體。這些與性別相關的觀看論述，無論是身體、權力、影像或者媒體性別意識，都在在的影響著不同性別的解讀差異，是在本研究中很重要的影響因素，而這些又與閱聽人的解讀差異息息相關。

而閱聽人的解讀，針對不同的媒介也會產生不同的解讀，閱聽人對於文本異議的協商，不只被文本的主體所喚起，閱聽人的接收主體具有主動和認同的特質，在這個協商的過程中，會產生差異、多元、並且不斷變動的辯證，並且對自我意義陳述具有推論的脈絡性，所以不管是優勢、協商或者對立狀態，閱聽人都會進行反省或批判，並調適自我進行思考，對文本做出應對的立場。而詮釋的影響因素，也與性別等等差異相關，個別閱聽人做出的差異複雜度，源自於個人的獨特性，而詮釋的過程中，卻也時常參雜權力的運作。從文獻中我們看到男女對於文本的偏好解讀本來就具有差異性，而性別的詮釋位置也是動盪而搖擺的，對於不同文體的解讀在觀視時，認同位置是游移變動的，對自我的論述會反應在對於敘事的認同程度上，破裂、改變，都是可以轉換協商的依據，而性別的解讀認同和兩性、影像、凝視與文本論述，和主體以及客體之間產生的疑惑，和其內在、外在都有相關。因此，本研究認爲閱聽人的解讀差異，性別是一影響因素，而且和解讀差異具有相關性，尤其面對與兩性議題相關的雜誌解讀時，更會出現搖擺的解讀差異。

本研究根據相關觀視的文獻當中發現，大多對於女性觀看都是持以男性爲主體觀看位置的觀點，因此女性是一個在觀看關係中被壓制的角色，持女性觀點的學者認爲，社會對男女的兩性差別有一套固定的反應父權結構的理解和闡釋方法。這一套理解的方法會控制了我們對影像的看法，也控制我們觀看這些影像的性慾反映，女性只能依附而無法超越這種父權秩序。因此，男性的觀看具有決定性的主動權作用，此關係中女性的角色都是爲了供人觀看、陳述的對象。不過，在後期的討論中也出現了持不同意見的看法，因此，閱聽人的協商，還有觀看性

別位置的差異解讀，牽涉到許多複雜的決定性因素，所以，本研究仍以接納、寬廣的態度看閱聽人的解讀，並以女性主義的上述觀點作為基礎點。

本研究認為閱聽人具有主動詮釋並且協商的能力，當文本與閱聽人接觸時，會產生互動的狀態。因此，本研究會先以瞭解閱聽人的背景開始，並且注重閱聽人的主動詮釋權，觀看文本的反應與感受都是本研究關注的重點，並與凝視的相關理論作連結。因此，本研究將在第三章中，詳細的擬出研究執行的方式，與第二章的文獻理論做結合，並在後續章節中針對閱聽人的訪談逐一做探討與分析。



第三章 研究方法

第一節 研究取徑

本研究所欲探討的目標，在於分析過去相關文獻，瞭解性別在《FHM》國際中文版的解讀差異為何，以此為出發點，探究男性雜誌中傳達給閱聽人的性別意識型態，在兩性區別中造成何種解讀型態。同時以深入訪談方式，瞭解男性以及女性閱聽人對於雜誌符碼所塑造的女性形象解讀之異同，和閱聽人所認知的女性形象與過去傳統女性形象之歧異性。以窺視女性身體做為本研究的主軸之一，以更深入的方式與閱聽人的主體作呼應。

而本研究關注的是性別差異的解讀分析，Smith(1979)認為一個人在社會中擁有自我的性別、和特殊的位置以及熱情。可以讓女人（或者其他主體）去傳達自我的經驗，使他們無聲的聲音可被傳達，了解知識是如何被證實。讓研究者可以以社會觀點表達，但仍存有許多社會中對女性主義的不理解之問題沒有被解決。Cain(1986)也認為研究者應該要對研究的主體具有同理心，不過，還是無法避免一些對閱聽人的選擇性評論。而比如說關於右翼女性、或者男性當權者，這些問題也是越益激烈（轉引自Caroline, 1989）。因此，這必須是本研究在研究過程中所需注意的，也是應發掘的。

此外，閱聽人研究的另一個重要取向是文化研究。文化研究採取質的研究方法，對閱聽人的整體生活情境以深度訪談或田野調查的方式來呈現。文化研究也強調宏觀層次上的歷史視野與社會結構分析，而其理論基礎則從女性主義、文學理論、精神分析等多元的領域汲取靈感。以色情媒介為研究對象，勢必要以性別認同(gender identity)、性別位置(gender position)、主體性(subjectivity)、性意識(sexuality)等相關議題與概念為基礎，探討閱聽人對色情內容的解讀、詮釋與反應（林芳玫，1996）。由於本研究所要研究的目的，與這些性別議題相關，並且重視閱聽人的內在解讀與感受層面。因此，本研究決定採用深度訪談的質性研究方式著手進行。

第二節 質性研究方法

一、質性訪談法

（一）深度訪談法

在閱聽人研究(audience research)的眾多流派之中，大致可以分為強調訊息一

效果(message-effect)的實證主義量化研究，以及強調文本－詮釋(text-interpretation)的人文取向質性研究（林芳玫，1996）。質性研究擁有許多特色及要求。首先，質性研究認為需要「透過被研究者的眼睛去看世界」，因為社會真實就是被研究者的個別經驗及感受，其意義也是在被研究者主動詮釋中產生，因此必須聆聽他們的聲音；其次，質性研究格外注重「資料的詳細、豐厚描述」，認為只有針對事件做詳細描述才能幫助研究者發覺事件背後的深層意義；此外，質性研究相信「資料必須放在社會及歷史脈絡中被瞭解」，並藉由事件發生的整體背景去解釋事件及事件對研究者的意義；最後，質性研究也強調「社會生活是動態且交互關聯的活動」，相信個人在社會生活中所作的每項活動都具有交相複雜的關聯（胡幼慧，1996）。

而深度訪談法也可以讓研究者，根據每一位受訪者自己的閱讀情境還有感受的不同，提出個別的問題，因此，研究者可以獲得關於受訪者更為詳盡多元的意見、價值和感受。同時，一些受訪者的主體的人生經驗，或是無法直接觀察到的事件，可以藉由訪談者的自我陳述之內容，瞭解他如何對周遭世界進行意義的詮釋，從這過程中建立意義與行動的關連（林芳玫，1996）。此外，深度訪談法也是一種研究者與參與者的互動過程，研究者能藉由深度訪談法獲得對研究主體的全盤了解。深度訪談法最適合用來回答關於價值及感受與信念的問題，它的過程與日常對話相似，研究者只針對有限的主題進行詳細深入的討論，也可以在訪談中途順應參與者的答覆，或者繼續追問、點頭、眼神等肢體語言，用來表示理解對方所說的話。不過，深度訪談也擁有兩個與一般日常談話所不一樣的特色：首先，在日常對話裡人們習慣使用簡短的方式回答問題，但在深度訪談時，研究者必須引導受訪者深入且詳細的回答；其次，人們通常不會對日常對話作紀錄，但深度訪談則必須要研究者透過儀器設備來記錄訪談過程中參與者的一言一行，不僅可以作為紀錄，也可力求保存訪談的原貌（Rubin & Rubin, 1995; Hickson, 1998）。

Mishler(1986)指出訪談是一種交談行為，所以並非在訪談之前，就先將存在的客觀事實表現挖掘出來，而是不斷地在互動的過程中，受訪者與訪談者共同建構意義，並且創造出新意義的過程。Lindolf(1996)也認為深度訪談是一種受訪者與訪談者共同討論出社會實踐的過程，訪談問題並非為主要的蒐集資料工具，而是開端，重點在於對話過程中經由深度訪談所得到的協商意義，「透過受訪者與

訪談者之間的對話、互為主體性，創造出共同建構的訪談結果，而非客觀的事實」（轉引自楊維倫，2003）。

訪談是質性取向的閱聽人研究中經常使用的方法，本研究也將透過訪談，探究閱聽人對時尚男性雜誌文本的詮釋與解讀，林芳玫（1996）曾整理多位學者的主張，指出質性研究的訪談法具有下列五項基本原則：

1. 重視日常生活的實際體驗
2. 從受訪者的訪談內容中探索其意識(consciousness)與行動(action)之間的關連
3. 將訪談視為互動的過程，是研究者與研究對象之間的互為主體性(intersubjectivity)。
4. 研究過程及其結果具有賦權(empowerment)的潛力
5. 研究者對自己的立場具有反思性(self-reflexivity)

綜合上述，特別針對研究者的個別經驗與感受，與本研究期盼得到研究者的回應相符，因此本研究以質性研究中的深度訪談法，作為主要分析的資料蒐集方式。此外，在訪談過程中，會採取立即回溯與回想的方式，也就是在訪談過程中，研究者會將幾本不限期數的《FHM》擺在桌上，並告知受訪者可以隨時拿起來翻閱，也會請受訪者自備幾本最喜愛的《FHM》，增加訪談過程中對問題的熟悉感。在訪談過程中，如果遇到需要範本或者圖片的問題時，研究者也會直接翻給受訪者看，並請受訪者立即說出感受與陳述。此方式有助於受訪者可以馬上回想起曾經看過的相關議題，可以幫助受訪者更快的融入文本情境與觀看經驗當中，讓受訪者對於研究者所問的問題，具有更清晰與具體的概念。

（二）半結構訪談

訪談的方式有很多種形式，半結構的訪談形式比結構式的具有彈性，在不同的研究中，各佔光譜的一端。半結構式研究中，研究者會事先列出感興趣的主題，作為訪談過程中的主引，實際上在執行時，訪談的用字遣詞、問話方式、問題形式或者問題順序，都具有彈性，非結構式的訪談除了少了正式訪談的標準僵硬化的程序，或者問問題所產生的無法變動的狀態，非結構式的談話方式仍是以日常生活的會話進行，但與日常會話不同的是，它仍是以研究者控制為主軸的對話，是針對研究者有興趣並且想知道的問題下去進行，其目的是為了能夠深入瞭解受訪者對其生活與世界經驗的自我詮釋（Babbie, 1998；轉引自王仕圖、吳慧敏，2003）。

事實上，訪談過程的設計，也是依賴於研究目的而定。本研究認為，半結構的訪談具有結構性的制式控制問題的主導權的優點，受訪者也能在訪談中途將訪談問題做適度調整，也不至於在訪談過程中出現混亂的狀態，更具有彈性。另一方面，仍舊具有條理的問題擬定，對於溝通過程中不設限，對於受訪者來說，也能發展出更大更廣的發揮空間，因此，本研究採用半結構深度訪談作為本研究主要資料蒐集方式。

第三節 研究設計

一、 抽樣

(一) 訪談樣本的範圍界定

Maxwell指出，「立意抽樣是一種特意選擇特定的場景、人物以及事件，以便獲取其他抽樣方法無法得到的重要資訊」（高熏芳等譯，2001）。因此，質性研究抽的樣本，必須要以能夠提供「深度」和「多元社會實狀之廣度」資料者為標準。研究重視的是樣本能提供資訊的豐富意涵（胡幼慧、姚美華，1996：148）。

本研究的主要研究目的，在於探討性別之間的差異對於男性雜誌的解讀，本研究對於研究樣本的立意限定，定義為「持續閱讀《FHM》雜誌的大學生」。會訂出此標準是由於作者身處的研究環境與背景，與找尋適當受訪者之可執行方式較為限制，所以立意抽樣上，以找大學生受訪者為主要目標，對研究者來說更能找到精確的受訪者，也能將受訪者的範圍界定的更為清晰。此外，本研究的訪談對象上，由於有性別之分，因此男女受訪者的比率不能夠差異太大。還有，本研究對於「持續閱讀」，將之操作化定義為「並非每一期都會閱讀，但此閱讀行為必須從他開始閱讀起，之後還會持續的閱讀雜誌或者上網看相關資訊、或者與他人討論，由於《FHM》為月刊，因此平均至少三~四個月看一本為基本條件。

對於「閱讀」的定義，由於本研究著重的是解讀，並非消費，所以並不限制受訪者必須自己花錢購買該雜誌，租書、購買、向他人借等等，獲得閱讀的途徑並不加以限制，只要他有持續閱讀的行為，本研究皆可接受。而對於「持續」閱讀定義的門檻設定，主要是為了使研究對象更為精確外，更可以排除掉那些只為了一時娛樂或者好奇下觀看被動者，這樣可以讓本研究更聚焦於那些具有主動性、長期性閱讀的人，一方面他們更可以清楚知道每期所談論的內容為何，更具有互動性，另一方面，Patton曾經指出，質性研究的特色，是蒐集少數，但擁有

豐富詳盡資料的個案，藉以幫助研究者增進對其情境的了解(吳芝儀、李奉儒譯，1995)，所以本研究所欲著重的性別與解讀差異之間長期觀看影響為主，這樣可以更具有扣連性。

(二) 抽樣方法

由於傳統性別秩序的隱然規範，女性往往不被鼓勵去讀男性雜誌，尤其是探討兩性關係為主的男性雜誌，往往與某些刻板印象相互連結，因此便可能使一些具有習慣性閱讀男性雜誌的女性讀者，對於其「是否曾閱讀男性雜誌？」以不予以表態或者沈默，這樣的情況下，會造成研究者在找尋受訪者上出現困難。因此，研究者透過以下兩種方式，尋求閱讀《FHM》的受訪者。

1. 網路招募

網路招募的方式，主要是透過電子佈告欄系統BBS(Bulletin Board System)，希望可以徵求到對此雜誌有高度興趣的受訪者。主要會在台大批踢踢實業坊(PTT)的“Magazine”版、以及國立交通大學資訊工程學系所建的BBS

“NCTU-TALK”版上，作為徵求研究參與者的管道。或者是查詢曾在版上發表過類似對於《FHM》雜誌有興趣或有意見的帳號，主要都是以寄站內信的方式，初步詢問並了解其閱讀經歷與習慣，進而挑選適合的受訪者，最後徵詢其受訪的意願並提出訪談的邀請。

2. 滾雪球抽樣方式

滾雪球抽樣是指，將一個人(通常是資料提供者)當作來源，來尋找其他的資料其提供者，這些資料提供者再幫研究者引介其他人，一直持續下去，滾雪球抽樣的優點在於，它能夠幫忙研究者找到適合其研究問題的樣本；但是，此方法亦有其缺失，即是透過這樣便利的方式，可能造成各樣本之間因為彼此的連結性，而產生樣本偏頗的問題(Lindlof, 1995)。

本研究滾雪球的方式為，首先研究者會透過本身的人脈，亦即訪察生活圈周遭是否有閱讀《FHM》男性雜誌的朋友，或是請朋友介紹生活圈中曾經提及自己有閱讀該男性雜誌習慣的朋友，作為徵求研究參與者的管道。找尋到符合本研究界定受訪者的人選後，在訪談結束之後，再請受訪者介紹適當的人選。本研究的訪談人數，預計為16位。

為了避免Lindlof(1995)提到的偏頗問題出現，這16位受訪者會來自於不同背景的推薦者介紹，受訪者本身也會注意，盡量避免同質性的問題產生，力求受訪

者的背景可以更為多元。進行資料分析之前，對於本研究所招募到的訪談人選做一概括的描述。本研究之訪談時間從2008年5月~11月之間陸續進行訪談，訪談過程共有16位訪談者，其中8位男性8位女性，年齡分佈、學歷分佈、以下為受訪者的基本資料：

表格一：受訪者基本資料

編號	性別	年齡	職業	學歷	附註
1	男	23	學生	大學畢	目前為 PTT U2 版版主，日前欲連署開《FHM》版，因連署人數不足並未成功。
2	男	24	學生	大學畢	輔大會計畢，即將要前往美國念MBA。
3	男	24	學生	研究所	學習背景為教育科技
4	男	23	學生	研究所	學習背景為交大顯示所
5	男	23	學生	研究所	學習背景為交大機械所
6	男	21	學生	大學	學習背景為交大機械系
7	男	21	學生	大學	學習背景為交大運管系
8	男	25	學生	研究所	學習背景為交大電物所
9	女	27	商	大學畢	棉條部落格推廣教主凡妮莎 http://0rz.tw/125h7
10	女	25	學生	研究所	學習背景為淡江大眾傳播所
11	女	24	學生	研究所	學習背景為淡江教育科技所
12	女	21	學生	大學	學習背景為清大外語系，曾有短暫當過兼職模特兒。

13	女	24	學生	研究所	學習背景為交大電子所
14	女	25	待業	大學畢	學習背景為高師大外語系
15	女	20	學生	大學	學習背景為政大財金系
16	女	26	商	大學畢	學習背景為義首國貿系

二、 訪談程序進行

本研究的深度訪談進行方式，主要由研究者於網路上招募、以及透過親友關係介紹受訪者。進行訪談之前，研究者會以電話、電子郵件或者BBS站內信的方式，與受訪者閒聊，進而相互熟悉，研究者會先簡短介紹身份，研究對象與目的，等待受訪者願意協助受訪之後，與受訪者確認相關資訊，包括簡短的研究大綱、訪談的時間，先讓受訪者安心。接著向受訪者告知，訪談的一切事宜、器材會由研究者著手準備，提醒在訪談的過程中會進行錄音，並且事先得到受訪者的同意。

訪談的時間與地點方面，主要依照受訪者方便為主，希望可以讓受訪者感到便利，並且由研究者配合。同時，為了讓訪談的過程中不要受到太多外界雜音的干擾，以及影響錄音的作業，研究者也會提醒受訪者選擇的地點可以不用過於吵雜，因此，訪談的大多數地點會安排在咖啡店或者安靜的室內場所。而每次訪談的時間約為一小時，訪談期間則由2008年5月至2008年11月。

本研究的訪談方式，會採用面對面，訪談過程中，研究者也有許多必須注意的事項。對質性研究而言，研究者本身是進行資料蒐集與分析的主要工具，因此，研究者與受訪者的個人接觸相當重要，應力求接近被研究者、研究情境與研究對象，以「接近的、深入參與與接觸的、互動親密的、同情的、互相依賴的、對等的、以及朋友關係的方式接觸被研究者」（郭良文，林素甘，2001：6）。

此外，Maxwell 曾經指出，研究者在研究過程中必須留意並坦承自己的立場及既存的價值觀，但同時也要小心謹慎地去檢視自己的個人主張對於研究所造成的影響（高熏芳等譯，2001）。所以，在此研究中，訪談進行過程中，會以訪談大綱的內容作為指引進行，研究者會抱持客觀的角度，在訪談過程中的表情、語氣也必須中立，不會讓自我的價值觀感影響受訪者的回答與態度，在互動過程中

保持溝通良好，並給予受訪者開放陳述的空間，對於受訪者其間遇到的疑惑，也會適時的給予解說與協助解決。

三、訪談問題設計依據

本研究訪談大綱是依據研究目的與研究問題下去擬定。

本研究主要歸納出的研究問題為：

- (一) 女性讀者以及男性讀者如何詮釋《FHM》雜誌？主要的觀點與詮釋角度為何？
- (二) 女性讀者以及男性讀者詮釋《FHM》雜誌的差異為何？其中隱含了何種詮釋的權力關係？

由於本研究大量採用了Mulvey(1975)的觀點，開啓了大家對男性觀看位置、偷窺癖(voyeurism)、戀物癖(fetishism)、女性身體之物化等相關議題的重視。但這方面的論述主要是以理論建構為主，缺乏具體經驗層次的閱聽人研究。不論是行為主義的傳統，還是文化研究的傳統，我們可以目前已累積之研究發現與理論進展，指出未來值得進一步探索的研究方向與主題（林芳玫，1996）。因此本研究可以從閱聽人的閱讀動機、對文本內容的看待與自我意識、對女性與兩性關係觀看角度，以及受訪者個人背景，來看閱聽人解讀方式與詮釋差異。並且依據各主題擬定相關子題構成訪談大綱，總共包含四大部分，訪談大綱之主要內容以及設計問題之範疇如下，詳細訪談大綱請見附錄一。

四、訪談問題設計大綱

(一)《FHM》雜誌讀者之閱讀動機與定位

此部分主要想了解，此本雜誌讀者的閱讀動機、經驗，以及該本雜誌在心目中的定位、評價、感覺，喜歡或者不喜歡這本雜誌的好惡情況，他們的看待方式為何。

1. 是在什麼情況之下開始接觸《FHM》的？
2. 為何想要閱讀《FHM》？
3. 閱讀《FHM》多久了？取得《FHM》的管道為何？（租書、購買、去餐廳吃飯時看、跟同學借閱？）

4. 覺得《FHM》和一般的男性雜誌有什麼不同？
5. 在你／妳的想法中，對《FHM》的定位為何？為什麼會有這樣的看法？

(二) 《FHM》讀者的自我意識

此部份主要詢問受訪者在閱讀這本雜誌時，對於這本雜誌的自我認同、閱讀觀感，瞭解關於受訪者對這本雜誌自我評價，他者對受訪者閱讀的觀感與評價等等。

1. 觀看《FHM》時，會讓人知道或者發現嗎？
2. 會想與異性分享或者討論這《FHM》的內容嗎？討論的情況與內容為何？
3. 認為大部分的人對《FHM》持怎樣的看法？
4. 周遭的人對於你／妳閱讀《FHM》，有什麼樣的看法？
5. 覺得《FHM》雜誌中所呈現的兩性議題，代表了何種形象？認同這樣的呈現方式嗎？
6. 喜歡《FHM》中的用字遣詞、圖片的呈現方式嗎？
7. 從閱讀中，會感覺愉悅、滿足或者低潮、低落嗎？為什麼？

(三) 《FHM》雜誌讀者如何看待其中的兩性關係

主要分為三個主要的部分，分別是雜誌中的標題、圖片、內文，依據雜誌不同主題的編排，在這三個部分中，探討論到有關兩性關係，女性角色、色情的主題，進而瞭解受訪者的看法與感受以及評價，這部分牽涉到的關注層面包括，雜誌中主要三部分呈現方式的相關性別認同、主體性探討、性別角色定位等等問題的討論。因此，此部分在訪談過程中，研究者會事先將雜誌中關於兩性、女性、色情議題的部分挑出來，在訪談過程中直接請受訪者看，並請受訪者表達意見，或者依據受訪者過去的相似觀看經驗回答，探討受訪者如何與文本做協商。

1. 標題

- (1) 對於《FHM》雜誌中所下的標題感受為何？
- (2) 《FHM》的標題呈現方式，覺得是以男生或者女生的喜好去下？為什麼？
- (3) 《FHM》雜誌標題，會不會影響看該篇內文的吸引力？
- (4) 認同或喜歡《FHM》雜誌中所下的標題嗎？
- (5) 雜誌中的標題和你／妳的觀點(道德、價值觀)有哪些相似或者不同的地方？
- (6) 用詞語形容女性在標題中所扮演的角色？

2. 圖片

- (1) 覺得封面圖片對於《FHM》的意義是什麼？
- (2) 最喜歡哪種類型的封面圖片？
- (3) 哪種封面圖片最會引發你／妳購買或者閱讀的動機？
- (4) 觀看《FHM》的女性圖片時，內心感受為何？請詳加描述？
- (5) 《FHM》的圖片呈現方式，覺得是以男生或者女生的喜好去拍的？為什麼？
- (6) 喜歡或者認同《FHM》的女性圖片嗎？
- (7) 觀看這些圖片時，對這個圖片中的女性想法為何？
- (8) 覺得這些圖片所呈現的女性形象為何？
- (9) 對於圖片中的女性拍照的動作或神情，你／妳的感受為何？
- (10) 相較於周遭女性朋友的特質，和這些圖片中女性所呈現的形象有哪些不同？
- (11) 《FHM》中不同類型的女性特質圖片，最喜歡哪一種？
- (12) 在《FHM》中，拍攝男性和女性的照片，感覺有何不同？
- (13) 如果雜誌中的圖片中，出現男性與女性一起搭配拍照，會先注意那個人？
- (14) 如果圖片中的男性與女性在照片中有親密的互動與拍照姿勢，會幻想成為當中的男性（女性）嗎？
- (15) 喜歡被拍攝的女性看著鏡頭，或者是不看鏡頭的照片？為什麼？
- (16) 觀看時是否會拿自己的（女友的）身體與圖片中的女星做比較？做何種比較？

3. 內文

- (1) 《FHM》中最喜歡哪一個單元的內文？最不喜歡那一個單元的內文？
- (2) 《FHM》的內文呈現或描繪方式，覺得是以男生或者女生的喜好去描述？為什麼？
- (3) 認同或喜歡閱讀《FHM》中內文所談論的議題嗎？哪種議題類型是你／妳最喜歡的？
- (4) 《FHM》雜誌的內文所談論的，與你／妳個人親身經驗之間是否具有相似感？
- (5) 如果內文與個人的經驗產生關聯，你／妳對於《FHM》所談論的內容是否更為相信？或者根本不相信？
- (6) 請用一些話語形容，覺得內文的女性形象是怎樣表現的？

- (7) 對於這樣內文的女性刻畫方式，有何感覺？
- (8) 對於這樣的女性或者兩性關係描繪方式，與你／妳自己本身和異性的相處情況，有什麼樣的相同或不同？
- (9) 現實生活中，認為男生應該如何表現才稱為男生？而女生又如何表現才稱為女生？
- (10) 呈上，在《FHM》兩性議題的主題中，男生和女生在內文中所各自扮演的角色，與你／妳對男女生的應有表現有何不同？

五、資料分析

質性訪談的資料分析，第一步就是做逐字稿，建立訪談的書面記錄。逐字稿的建立原則在於「詳盡確實」，完整的逐字稿不僅能使質性資料的分析更接近原貌，更能了解受訪者意念的來龍去脈。受訪者的非語言溝通、手勢以及行為等就無法藉由訪談過程中的紀錄加以描述，所以逐字稿的製作最好能以錄音、錄影設備作一輔助，研究者可以藉此了解受訪者的情緒及受訪情境，更可以避免中介者的記憶出錯，而去渲染、誇大了實際狀況，這往往是質性資料偏誤產生的主要原因之一（林金定，2005）。因此，本研究在質性資料描述的方式，會事先將訪談對話以錄音的方式記錄下來，並且整理成逐字稿，以避免事後要做資料分析出現遺漏。

質性訪談是社會科學研究中最廣泛運用的收集資料的方法之一，主要著重於受訪者個人的感受、生活與經驗的陳述，藉著與受訪者彼此的對話，研究者得以獲得、了解及解釋受訪者個人對社會事實的認知。Silverman(1997)認為研究者需具備質性研究方法的知識外，更需要有以下正確六項認知：「不要曲解合理的歸因、避免過度以受訪者的觀點來解釋事由、體認事件發生的現象是稍縱即逝、避免選擇極端意見、不要以單一成分(singleelement)來當作解釋原因、以及體認文化因素與事實常是伴隨存在的」（林金定等譯，2005）。根據以上的認知，本研究對於受訪者回答的理解與解釋，會以理論的基礎相互對照思考，希望以具客觀性深度訪談的方式，瞭解不同性別的讀者對於《FHM》的解讀差異為何，從他們的觀點與思維脈絡，試圖對受訪者的回答做出更有深度的探討與詮釋。

第四章 訪談結果分析

本研究在第四章中分析訪談資料分析的結果與發現，本章共分為三節。第一節中先探討閱聽人的閱讀動機，深入瞭解引發他們觀看此類雜誌的原因為何，接著探討閱聽人在閱讀的過程中，與雜誌文本如何做協商，激發何種意義，與生活經驗的連結為何。接著第二節中，以閱聽人的觀看為主軸，瞭解閱聽人觀看圖片的情緒與感受為何，這種感受產生與文本何種看法，並仔細分析比較出男女閱聽人的差異，以及影響觀看之因素影響，透過女性身體之展現，讓觀看者產生何種論述與評論。接著在第三節中，主要探討性別對於觀看之自我意識影響，以及對自我性別差異與定位之間的差異，瞭解性別在閱讀過程中造成差異之因素，與自我性別意識和價值觀衝擊之結果。在此章節中，會與第二章的文獻做對話以及結合，以這三種不同的面向做深入分析與探討。

第一節 閱聽人的解讀

一、閱聽人的閱讀動機

雜誌在書籍的分類中，其書寫與敘述方式以較能讓讀者輕鬆閱讀為走向，編排採以字較少，圖較多的方式，因此讀者進入的門檻比較低，閱讀管道的獲得也相對容易，且雜誌的目標群眾精確，《FHM》雖然主要的目標市場為男性閱讀者，但由於《FHM》的走向，以討論兩性關係、性、趣聞議題為主，並摻雜一些時尚專欄，相對於一些討論政治、商業物品專業取向的雜誌，閱聽人的閱讀動機也被提高，女性對於這類雜誌也不會產生多數排斥的狀況。也因此，大多數的受訪者表示，休逸與好奇心是驅使他們閱讀的最大因素，讓他們從現實生活中獲得暫時的解放。無論是男性或者是女性受訪者，他們看的理由並無特別的差異，女性也不會特別排斥。像女性受訪者12號表示：

高三的時候轉到一個男生班，男生都會看雜誌，就會分著看，也就開始看。因為高三生活很無趣，這很休閒不用動腦又很好笑。像有時候會介紹很新奇的東西，我就覺得很酷。畢竟沒有《花花公子》那麼極端，是基本上還是給男人看的雜誌，我不會特別排斥。

而男性受訪者，也持相同的觀點，娛樂是他們觀看的主要目的，而《FHM》

的內容走向，也符合了時下年輕人的喜好風格。男性受訪者6號表示：

全部講一些符合我們這種年齡，講一些有的沒的，無聊可以打發時間，沒有固定的主題。比較無厘頭，因為他可能會把網路上討論的主題加入進來講，或者拿一些謬論來討論，有一些文字，當作笑話看。其實就是消遣用，不會看得很嚴重。

也因此，閱聽人認為他們看雜誌的主要目的為休閒、娛樂、放鬆，並不會帶有任何嚴肅的心態去看《FHM》的內容，因此，試圖請受訪者推測他人對這本雜誌的想法時，他們會站在自己的角度，試想自己觀看並非低俗的娛樂，但他人或許對《FHM》會有低俗、負面的評價，可見社會整體的價值觀，仍會影響他們心理底層的想法與意識，這種情況在男女閱聽人身上皆可看到。如同女性受訪者9號提到：

對我來說這不是沒道德，只是博君一笑，真的好笑的笑話都很低級，他只是寫出來讓大家笑一笑，那些比如說高知識份子的人，可能就會覺得這本雜誌很俗，如果對自己自恃甚高，就會覺得這本雜誌很低俗吧。

如果一個雜誌媒體對觀看者來說，只是一本排遣時間與娛樂的刊物，那麼觀看者自然也不會給予這本雜誌投注心力，相對他們的涉入感就會比較低，與閱聽人參與其他媒體相較之下，《FHM》主要作為一種暫時逃逸，用來娛樂的書刊，女性受訪者12號表示：

我覺得它不值得買，傳閱率高，但購買率低。我對這本雜誌投入程度還好，就看一看，找重點來看，不是很有興趣，就翻一翻，就算是有興趣的，也不會花很多心思。

二、閱聽人的協商與反思

（一）對媒體消息來源的反動

本研究探討不同性別閱聽人的解讀差異，同時也意圖顯現出閱聽人在接收分

析中的一些盲點。不同的傳播理論對不同閱聽人的詮釋特質會出現差異，形成所謂的主動和被動，多元詮釋和單一詮釋，抵制和宰制等等相對立的觀點，因此出現，主動、多元詮釋、抵制串連在一起解讀的情況，而被動、單一詮釋、宰制則被視為消極的閱聽人型態。Morley(1980)曾在之後修定過後的書中提出：閱聽人的解碼位置，並非直接取決於其社會階級的位置，而是在社會位置上加上「特定的論述位置」，進而產生了特定的解讀(Morley, 1980)。

如同Hall所提及的「由於個人處於不同的位置(position)，已經無法以一個整體、固定、完全的自我來看待個人的主體性，而是將產生斷裂、不完整的多重自我、多重認同之多重的主體性」（轉引自Reimer, 1995；陳慕君，2002）。換言之，閱聽人在不同的詮釋位置上，擁有許多不同的詮釋策略。而本研究也發現，受訪者對於文本的協商結果，會產生不削、反駁、認同以及主動重新詮釋的能力，他們具有主動決定權以及經由自我協商結果下的詮釋策略，來決定要不要繼續觀看或者反駁陳述，也自認為不會受到文本影響自我的思考，並且會重新省思。男性受訪者6號談到：

衝突是還好，因為自己覺得就算有發生這種裡面的事情，自己也不一定會受到影響，就算看這本雜誌，我原本怎樣想，就是怎麼想。如果有一樣的情形發生，我也不會被影響，可能還會在心裡反駁它。最不喜歡讀者投書單元，因為裡面的回答都覺得好像他們自己很懂，其實回答出來的答案，我覺得有一點不削，因為回答的很爛。

受訪者具有主動決定權，來決定他們是否要繼續觀看，女性受訪者13號提到，她會以自我的興趣以及慾望做為優先觀看的次序，都與閱聽人的閱讀動機相關。

我覺得可能會看它標題吸不吸引我，才決定要不要進去看，或者要不要認真看，這種私密議題探討的專欄式我就會看，雖然他可能並不是認真的，這種東西就會比較激起看的慾望，總之一定是要牽扯到個人興趣的。

從訪談中可以發現受訪者具有主動的詮釋能力，此外，對於雜誌本身的呈現

意圖以及表現手法，具有因果推斷的能力，對於自身如何看這種雜誌，以及雜誌意欲給予的資訊之間的辯證，具有清楚的陳述意識。他們幾乎都可以表達出不同的看法，知道《FHM》的引導模式，對於文本建構性(textual construction)也有相當程度的認識。然而，他們深陷其中，卻也抵抗文本，經由讀者積極主動的詮釋活動中，性別解讀之間的意識得以清晰化，然後個別意識得以不斷地生產，閱聽人並非被動地承受意識型態的壓迫，而是透過《FHM》給予的意識型態再重新整理，將《FHM》給予他們的意識做轉化，成為協商的依據。女性受訪者大多認為，這是媒體為了符合男性的偏好，形成整體社會價值觀下的產物，對她們來說，操作手法是顯而易見，即使自認危害到女性的價值，她們也覺得還可以接受，當受訪者在回答的時候，也會自行揣測消息來源的用意再加以陳述。像女性受訪者16號表示：

這本雜誌會比較站在男生角度，所以才有時覺得有一點物化，可能也是現在社會用這樣角度看女性吧，覺得這樣才能挑逗讀者興趣。可能因為他也不是太過誇張的雜誌，一些女藝人做一些很大的改變，或許有些男生就會私底下說，原來那女生那麼騷，我就會覺得有一點不舒服，我自己就覺得說不定那女生不是這樣，或許因為這本雜誌的撰寫角度，就會讓他往這方向去寫，但走向就是這樣，所以還能接受。

同時，男性受訪者號4號也認為，《FHM》本身喜愛製造議題渲染與宣傳，也是一本專屬於男性的雜誌，如果定位在於兩性與性，那麼都是可以接受的。換言之，在認知了媒體操作的議題後，受訪者自己在心裡進行了推翻意義與接受文本的動作。

它的內容很男性化，會想說讀者想看什麼，就朝這方向去寫，畢竟讀者大多男生，有點挑逗的感覺，其實這本來就是喧嘩取眾，媒體為了要做效果變得很誇張，違反平常生活的感覺，但我覺得還ok的。

(二) 生活經驗與閱讀的連結

Thompson(1990)認為，大眾媒介傳遞的文本經過每個獨特個體接收，將會被

置於特定的社會歷史脈絡中進行理解，個體將文本與自我生活相連結，並賦予意義，這種部分挪用的過程因人而異，並且形成多元且分歧的解讀。因此，閱聽人與媒介文本的互動，閱聽人並非在真空的環境下完成，而會納入其所處的整體環境和自我生活領域的經驗。

本研究分析結果發現，閱聽人的生活體驗如果與文本描繪的內容相似，便會引起比較大的共鳴，因為相似感會驅使他們用過去的經驗與文本作連結，依照過去的經驗來回想與解決問題，他們會主動的幻想情境，並與現實生活作對照，激發出自我的想法。尤其在《FHM》文本中的讀者投書專欄，最能夠引起受訪者的回響，無論受訪者認為真實與否，他們已經將自我身處的情境與自我詮釋策略融入其中。如同女性受訪者10號認為：

我會覺得有一些很扯，可能就是編輯自己想的問題，硬要取個比較辣的話題來寫，但也有會心一笑過，覺得好像曾經發生過，比如像「臨床診療室」單元，就很貼近自己，就覺得很好玩。

也因此，即使閱聽人自己沒有身處在文本所描繪的空間或情境中，他們依然會想像他人或許會發生這樣的事情，即使覺得不真實，閱聽人自我特定的論述位置，也並不會將自我侷限，因為他們並非孤立的與文本發生關係，而是採用多角的觀點進行詮釋。男性受訪者8號提到：

裡面談論很多問題，我覺得是有一點扯，不是很真實，但還是覺得有可能這種事情會發生，可能代表真實世界部分人會發生的事情。不過我覺得看個人生活圈，有些人生活圈很大，就會有牽扯，但我生活圈就這樣，有交集頂多就一點點。不過像「男人一定要知道」這種專欄，就多少會相似。

此外，男性受訪者2號也說道：「難免有一些東西會有相似感，但畢竟女人心事很難理解，所以沒辦法把他所談論的東西套在每個人身上，但有時候也會有心有戚戚焉的感覺，會看情況運用，覺得ok還是會用」。受訪者認為，某些文本的情境會令自己產生相似感，但並非大多數，在面對生活中實際遇到的

狀況時，他會將文本中所提的意見當作參考用，並非全盤接受並運用在實際生活中，他們會相互做參照，並不仰賴也不全然推翻文本所傳達的方法，會將現實生活與文本的情境主動的做出區隔。

根據Corner(1991)的看法，當閱聽人身處在不同社會結構與位置當中，可能在理解文本上就會產生不同的意義。除此之外，屬於閱聽人個人的經驗與知識，閱聽人會將這些帶進閱讀的過程中（轉引自Hojjer, 1998）。男性受訪者4號也認為，不切實際的陳述，與自我身處環境不相似時，並不會在現實生活中運用，表示個人的生活形態也是一影響因素：

我覺得它的角度是稍微誇張，是以男性角度出發，跟現實生活不太貼切，但就是可以把它當成娛樂，裡面講的在現實生活中，至少我處的環境，是不可能發生的。感覺裡面教一些男生要如何認識女生，感覺是要用錢去堆積出來，現實生活中的人，不太會做出這樣的事情。

（三）選擇性的接收與相信

「接收分析典範肯定人有主動拒絕外來意義結構框架的可能性，並積極尋求少數抗拒主流優勢意義之閱聽人類型，試圖從中瞭解閱聽人對主流意識形態的對抗」（轉引自張玉佩，2004：45）。如同Fiske(1986)強調的文本多義性，在既存的主體位置與文本本身之間，閱讀《FHM》是一個協商的過程，而這樣協商的平衡權力來自於讀者。

因此，受訪者對於與生活經驗有連結的內容最能產生共鳴，這決定了閱聽人相信文本與否的關鍵，也間接影響閱聽人採納文本意義的程度有多大。本研究發現，閱聽人是選擇性的相信與接收，一方面抵抗主流的文本意義，但也不可忽略文本本身的力量，因為選擇相信與否的關鍵，是經由能否觸發閱聽人相似感的核心。個人社會位置與解讀方式的差異，對於閱聽人的認同感會產生極大的牽動，像女性受訪者11號提到：

如果剛好講得內容是我經歷過，比如說某些事情的處理方式，我會回想起，覺得原來也不只我這樣想，當下會對內容產生認同，但也不會影響我之後看別的單元，就會完全相信，只針對跟我有雷同的部分吧！

此外，女性對於《FHM》中，最無法苟同的就是其中對女性假設性的推論。Schneider(2008)等人發現男性雜誌代表之錯誤論域的第三項中特別提到，男性雜誌中建構傳統女性對性的謬誤，描繪不自然的女性慾望，對於男性進行錯誤的示範，這都是男性雜誌中最常用來套用在女性身上的問題表現。因此，女性特別會對此產生抗拒性的解讀，女性尤其對男性假設性的猜想，特別無法接受，尤其牽涉到一些女性個人價值層面的論述，以類似貶低的語氣呈現，女性會感到最不認同。就像女性受訪者11、12號提到：

我覺得它的編輯群都認為是男的，它的目標族群也男生，常會假設女生是怎樣想，我覺得很不苟同，比如說都會有類似女生最討厭的十件事，其實也沒到那地步。

他們有時候會把女生形容的很騷，其實她沒像你比表面上看到的那麼乖，感覺男性編輯會用一些腥羶色的字眼讓你覺得，女生乖乖的表面下其實是有慾望的，其實我不太認同。

此外，男性受訪者2號認為，《FHM》提到的某些陳述過於低俗，並非能完全接受。本研究發現，閱聽人個人的價值觀與對事情的看法，在自己獨處觀看時的內心感受，與真正對外向他人表達的感覺其實是有差異的，對外陳述時內心會產生糾結，或許是因為外在道德觀的眼光，與自我反身性之修正因素不斷驅使著他檢視自我，但實際上心底是沒有這麼大的抵觸感，所以外在陳述會趨於迴避。

其實不是很認同，因為講得有一些東西太低俗，但也不討厭。跟我內心會糾結，但其實有時心裡真的是這樣想的。表面上有抵觸，但事實上也沒這麼大的抵觸。不過像「臨床診療室」單元，可以長知識，有一些很觸動的就會很相信，有些覺得很唬人，所以會選擇性相信。

三、媒體蘋果化效應的影響

蘋果日報的報導以及下標方式，已經逐漸改變這幾年媒體的經營生態。蘋果

日報以滿足民眾宣洩，製造集體嫉妒情緒的出口，達成庶民文化的意義，以及滿足大眾逃逸、麻痺的心理，也因此定位走向，閱聽人對於聳動、誇張的標題已經感到稀以為常，逐漸感到麻痺，而且並不覺得有任何特別不妥的地方。媒體大環境的改變，對於閱聽人承受腥羶色的忍耐度已經增加，甚至視為一種常態，但其實，閱聽人知道這是一種誇張而又不切實際的詞語，他們對於《FHM》的論述方式。本研究發現，在訪談過程中會主動的與蘋果日報的論述方式做出比較，可見媒體蘋果化成為偏向腥羶色文本的一種比較基礎，而且甚至並不覺得有任何特別之處，甚至會某種程度的與內心產生共鳴，這種感受無論在男女閱聽人的解讀都可發現，而且超過半數的受訪者都這麼認為。像女性受訪者12號表示：

沒有特別辛辣會抵觸道德價值觀，就普普通通，跟一般雜誌一樣，有時講得很直接的時候，我會覺得會心一笑，心想我也是這樣想，抵觸的話我覺得還好，現在媒體太多，更辛辣的都有，但我都習慣了，像蘋果還更可怕一點，跟其他雜誌比，我也覺得還好，所以就不太在意這些標題是不是有問題，就看過去。

男性受訪者5號也認為：

我覺得大部分還不錯，不會像蘋果日報或壹週刊那麼嚴重，但又有吸引到大家去看的字眼，畢竟這是行銷方式。

而平面媒體雖然不如其它的電子媒體緊跟著蘋果的腥羶路線，相對的，更重視版面的編排、設計以及強化軟性的資訊。女性受訪者13號也說道：「其實現在這種雜誌都有一點蘋果化，變成圖很多，就有一點亂，有一點複雜，以前的插圖沒這麼花俏，隔壁的廣告又很花，現在變得圖太多文字變少，眼花撩亂的感覺」，蘋果日報化的媒體影響下，圖片儼然變成主角，原本就以就以圖片作為主軸的雜誌媒體，現在變得更為紛亂。

《FHM》中，除了令人第一眼就會注意的圖片外，無論在封面或者內文中所呈現的標題，通常是以聳動和極誇張而又大膽的用詞表現，也因如此，許多受訪者認為，過於誇張與不符期待的論述，是這本雜誌令人感到不相符合的一點，

雖然寫實部分有，但是與生活經驗相合之處太少，使得標題與內文有諸多不符合之處。由此看來，標題的用詞對閱聽人來說，是具有期待性的，一旦期待與事實不成正比，他們便會開始產生質疑。男性受訪者 8 號認為：

我覺得要看內容，不認同的大概就是標題跟內容不符，我覺得偶爾會有這種情況發生，有時候標題太聳動，內容還好。

四、 小結

受訪者均表示，觀看《FHM》最大的閱讀動機為逃逸娛樂。而受訪者對於《FHM》的消息來源之傳達意圖與手法，具有一定的認知，而他們對於文本的詮釋具有各自表述的位置，進行協商、推翻、反駁與認同，用個人的詮釋策略與角度進行解讀，對於雜誌的接受是採取選擇性接收與相信的方式，不過文本中談論到與生活經驗相關的議題時，最能與受訪者產生共鳴與興趣，相信的程度也會相對提昇。

第二節 閱聽人的觀看

一、閱聽人的觀看情緒

(一) 愉悅與開心是共通的觀看情緒

根據Mulvey在1975年所寫的「視覺樂趣與敘事電影」(Visual pleasure and narrative cinema)一文的論述，她認為對女性影像的視覺快感其中之一的源頭就是窺視(scopophilia)。首先，佛洛伊得以精神分析的方式，定義窺淫即為觀看窺淫的愉悅本身，是指人類個體具有一種渴望觀看他人的性慾本能，將它者建構為慾望的客體，臣服於自己的操控性凝視下，藉由此充滿視覺慾望和想像力的認同與滿足，而這種意識集中的觀看可以引起特殊的慾望和滿足感，但卻並不是生殖器官的直接性行為興奮滿足；而與此同時，作為慾望客體的女性形象則被編碼為(to-be-looked-at-ness)。

從本研究也可發現，所有的受訪者觀看《FHM》的情緒與反應，都是屬於正向、開心、愉悅的，並沒有任何受訪者傳達任何低潮或者負面的觀感。對於平時無法看到女性裸露的身體曲線，與美好體態的呈現，在《FHM》中一一被呈現，對受訪者來說，都像是觀賞美好的事物，他們注視與觀看之，從中獲得滿足

與興奮，而被看的女性圖片，就是一種在觀視操控目光下的物體。如女性受訪者11號表示：

看到美女會興奮，但那種興奮是覺得這女生也太正，尤其是看到平常沒穿這麼少的女生，就會覺得哇賽，真的很正，像興奮跟驚訝吧！看這本雜誌的時候不會想太多事情，就像在欣賞一樣，不會有負面的情緒。

此外，男性受訪者4號認為，觀看的時候會產生陶醉與沉浸感，圖片對他來說是有吸引力的，宛如一種引起慾望的挑逗情緒，圖片意圖呈現的姿態與閱聽人實際感受會逐漸結合，並觸發於感受中。

正面情緒，會有一點陶醉。也會很期待，有的封面會有挑逗感，會有一點興奮感，感覺有一點像是在勾引。

對於受訪者來說，個人獨處觀看，和與他人一起觀看的感受又會有些微差異，與他人一起觀看會相互討論並引起更大的興奮情緒反應，但這種情況在男性受訪者中比較常見，因為男性受訪者普遍會與朋友一起觀賞並且討論，在公共場合中一起看到也較不會掩飾的討論，但女性受訪者傾向自己觀看，女生和女生也較不會在公開場合中大方的與同性或者異性友人共同觀看與討論。不過，視覺所帶來的愉悅感在男女受訪者並無顯著差異。男性受訪者6號提到：

看到覺得很辣，會覺得很開心、快樂，很正面的情緒，通常跟朋友一起看到，就會一起很嗨，然後討論一下。

(二) 美女圖觀看反應的性別差異

1. 女性偏好沉浸於幻想與比較

Lidia(1998)認為，女性的解讀認同和女性、影像、凝視與影像論述缺乏，和主體以及客體之間產生的疑惑，和其內在、外在都有相關。本研究發現，女性在觀賞較為裸露的美女圖片時，多以比較、模仿、欣賞、開心的心情觀賞，以感性的視角出發，觀看過程中會出現幻想，或者期待與比較，更會產生學習的行為。

如同Lidia(1998)認為，女性敘事是連接於真實和想像，內在和外在外，關注以及未被關注的。真實將自我的身體與想像的美好曲線做比較，將自我內在心理層面與外在可見的軀體做修正，並且將意欲可表現的女性形象作為可讓他者關注的焦點。此外，女性以單純欣賞的角度觀之，並未出現所謂被加害者或者被觀看迫害者的感受，她們主動的觀看，進行具有觀看主體性的詮釋，並且覺得女性在表現自我的過程中，是以性感、美麗、正面的姿態出現，甚至令她們產生仿效的心態。在此可以以林芳玫（1996）的後現代觀點來解釋之，其實觀眾在觀看色情時，其觀視與認同位置是游離變動的，並非如激進派女性主義者所宣稱的「女性是受害者」。像女性受訪者15號認為：

我覺得她們很性感，很誘惑，很有吸引力的樣子，挑逗，這因為是我努力的目標。我會看她們溝是怎麼擠出來，會把女生很漂亮的曲線拍出來，我會學。比如說這樣的髮型、內衣，我就會偶爾嘗試一下。

女性對於觀看女人的眼光，並非機械式的分為認同或者近似於男性眼光的客觀。事實上，女人是有多元角色的，這種散布的探討主體性，與假定的單一普遍性是不同的，女性的主體詮釋位置是遊蕩的，並非單一的主體或者被第三者所取代，而是在敘事中以多元的觀點徜徉探討「我」(Lidia, 1998)。因此，女性觀看這樣的照片時，她會出現客觀、多觀點的角度來進行評比的行為，女性受訪者14號說道：「我覺得雖然修片很誇張，但我有時候看得都很想去隆乳，因為她們每個人胸部都擠得很漂亮，性感尤物，很美，會想仿效，比較正常的圖片我會模仿。因為像我常發現她們大腿都超白，就會想她們真的是這樣嗎？看人家胸很美就真的很想隆乳」，女性會仿效，但她也會對圖片中女性美麗的身體，甚或拍照的角度以及後製的圖片呈現，都會列入她們比較與幻想真實的範圍之內，甚至也會對女性圖片的美感提出是否真實的質疑。

不過，在觀看這樣照片的同時，由於女性受訪者會存有比較、幻想的心態，也有少數的女性受訪者會認為，這樣的照片對她們來說，具有些許的威脅感，那種感受並非一種真實的厭惡，而是與美麗幻境一種評比協調下的結果，甚或與圖片中的美麗女性產生相互競爭的感受。女性受訪者13號認為：

她們拍照的表情和神情很性感，介於好像要突破現狀和傳統的放蕩，但不是低俗的，是想要解放的感覺。挑逗也會有，不過有些女生可能平常表現乖乖牌，但在這本雜誌中可能扮演壞女孩，或者她眼神傳達的感覺，就會有一種威脅感。

在此我們可以與所謂觀看主體性被壓制的觀點作一對照，所謂觀看主體性意味著父權社會宰制女性身體外，也間接掌控女性觀視過程中的主客體位置，亦即權力目光已被限制。但事實上，本研究發現，許多女性受訪者並未出現這樣被強勢的父權體制壓迫的感受，在自我意識型態上，也以較為正面的心態觀看之。因此，觀看的主被動關係，其實是一種對於女性身體隱喻，其主控權仍在於女性本身。

此外，《FHM》中，有些圖片是以男女生搭配拍照的方式呈現，不過拍照的動作與姿勢較為親密。關於這點，本研究發現，女性受訪者11號提到：「我會沉浸在裡面，假如搭配的男生是我喜歡的，比如說像彭于彥，我就會覺得那女生好好喔，當下會有一點羨慕，但不是我想變成照片中那女生的羨慕。」女性受訪者會以幻想的方式，將自己融入其中，無論是情境或者敘事的幻想，都成為她們觀看的一部份沉浸感受。甚至，當搭配的男性是她喜歡的人或者樣子，更會產生羨慕感。由此可知，女性閱聽人不僅會比較、幻想，更會對雜誌中觸不到甚至不認識的人物，產生心理層面的移情作用，進而對另一個女性產生羨慕。不過，這種羨慕並非抽離自我，將自我作為替代性女主角的方式，女性對於真實與虛構人物之間的情愫，仍會自我分辨，或許是因為雜誌中的圖片，不如其他媒體像電視，劇情轉折大、聲光效果影響強、故事劇情的角色安排，讓觀看者更容易進入。因此，女性投入《FHM》中的自我愛恨情仇的成分也會因此而降低。

此外，由於照片具有留住片刻畫面的特性，女性閱聽人不只會將幻想投注在當下，更會將這樣的情境延伸至未來或者過去，將自己的過往或者還未發生的幻境，投注於想像中。如女性受訪者9號表示：

我會因為那男生很帥就產生幻想，我覺得照片很神奇，像是幫你留住片刻，我看那照片就會幻想我曾經有沒有那樣的片刻，我覺得照片好像在幫你留住那個瞬間，我會想像如果曾經有，那是什麼時候，也會幻想未

來如果有，那會是什麼瞬間，我覺得那照片都很有情境，都拍得很不錯。

2. 男性偏好於觀看的當下

Lidia(1998)認為，大部分的男性對女性存有幻想，如同一種夢或者幻想，像是真實的比較、對抗、認同或者療傷，身體會延伸出許多需求以及渴望。在影像的呈現中，女性所擔任的角色是扮演男性的慾望對象，挑逗亦或乖巧的眼神，都具有窺起男性慾望的功用，從這種凝視的方式中，男性可以得到窺淫的樂趣（黃海榮，2007）。

本研究發現，雖然男性與女性都會因為觀看裸露女性照片而感到快樂、興奮、愉悅之外，相較之下，男性較容易出現興奮、投入或者沉浸、滿足的狀況，男生對於看美女裸露圖屬於一種生理性的直接反應，他們就是喜歡看，就像是一種本能的誘發，比較容易受到美女裸露照而引發其慾望。而且男性喜歡、並樂於觀看這樣的圖片，可以滿足他們欲觀看的慾望，也能算是一種男性的興趣。男性受訪者7號認為：

我覺得她們很性感，很嫵媚，有挑逗感，而且覺得好煽情。看的時候會蠻投入的，而且覺得會有心裡的滿足感，因為就覺得她身材很棒，臉很漂亮，看美女圖應該每個男生都愛吧！

不過，相較於女性喜愛與照片中姣好身材與美貌臉蛋的女星相比，男性受訪者普遍認為，他們並不會因此而拿照片中的漂亮女性和自己的女朋友相比，男性受訪者認為幻想是不切實際而又愚蠢的行為，一方面他們害怕這樣的比較會使得女友生氣，一方面覺得做這樣的比較並無任何意義，而且圖片與真實女友的角色差距太大，男性受訪者較會考量現實狀況，較少出現將自我抽離現實的情況，相較之下，女生則覺得幻想無罪，而且喜好沉浸於這樣的幻想中。如男性受訪者2號表示：

不會，因為這是很傻的事情，根本不可能阿！我也不會拿女友身材跟女星做比較，因為不切實際，明星瘦身很變態，女友是女友，明星是明星，這樣比會吵架吧。而且裡面的照片不太真實，會藉由修片什麼的。

此外，男性受訪者8號則提到，「我不會叫女朋友去當做此努力的目標，這只是一種欣賞，跟現實生活其實是分開的，我覺得只要是男生多少都會比較，但只會消極的比較，不會深入說這麻豆怎樣，我女友怎樣，只是一個念頭，一下就會不見了，因為不切實際。不過如果現實生活中女友身材也是這麼好，也很不錯吧」。由此可看出，男性即使不會做出深刻的比較，但若真實生活中能夠擁有姣好身材的女友，對他們來說也是一項渴求的事情。另外，也有受訪者會做出反思與主動比較的想法，認為男性在觀看的過程中，就是喜歡看到露胸、漂亮的女性，男性觀看的本能是較為膚淺而表面的腥羶色議題，但相對之下，他認為女性看得較為深層。如男性受訪者5號表示：

我覺得男生通常都當作情色書刊在看，女生可能比較不會這麼覺得，女生可能會看這雜誌中的身材，為什麼可以拍得、穿得這麼漂亮，男生只是想看腥羶色這種東西，女生會把裡面比較裸露的女星看成美好漂亮的東西、漂亮的攝影，但男生的話可能就沒有這種欣賞的眼光，就只會覺得正妹，身材好，胸部好大，比較不會有美學的部分。

相較於女性受訪者多數表示，她們看到男女親密搭配的拍攝圖片，會進行幻想與羨慕之情，男性受訪者對於這樣的拍攝呈現方式，大多表示他們會羨慕，但不會產生額外的情感或者想像。相對之下，男性比女性在觀看圖片的感覺，大多以立即當下的感受為主，對於其他與過往或者未來的想像連結小、較為理智，虛構幻想的情境較少發生。像男性受訪者4號認為：

我不會幻想，但我無法說為什麼，有一絲羨慕的成分吧。

二、集體偷窺的慾望

Mulvey(1975)認為，被觀看的女性角色，只擔當作為男性觀眾的性慾對象功能，目的在刺激男性慾望的效果，而男性可以從女角的表現中獲得窺淫的樂趣。她更提出，好萊塢電影的敘事結構，滿足了男性潛意識的三種基本觀看模式：第一種是攝影機的觀看，蘊含著偷窺意味；第二種是影片敘事中男性角色的觀看，即運用符號系統的架構，將女性角色鎖定在視線之中，營造女性角色為不回應或

不知覺其眼光客體；第三種就是觀影者的觀看，模擬的是前兩者的觀看行爲。

上述文獻中提到Mulvey的所謂的男性喜歡情色文本中，女性不看鏡頭的畫面，因為那種讓對方察覺自己被觀看的感覺，會讓男性窺視的感受瞬間崩解，而他們窺視的快感也隨之消失，所以男性喜好並熱愛於眼神無交流而產生的窺視癖好。根據以上Mulvey的觀點，本研究發現，以《FHM》來看，多數的男性受訪者其實喜歡被拍攝女性照片是看鏡頭的，而男生喜歡看鏡頭的最大理由在於有眼神交流感，即使被照片中的女生注視，他們也覺得這是一種互動的感覺。因此，本研究從Barthes(1980:130)的觀點來看，他說：「相片裡的注視眼光有某種矛盾現象，照片中的人正注視著我。注視，即是如此—凡是正視眼睛的人便是瘋狂的，事實上，他什麼也沒注視。」似乎影像中主角的注視，只是挑起性慾的眼神，慾望著你的慾望（許綺玲譯，1997）。此外，在影像的呈現中，女性所擔任的角色是扮演男性的慾望對象，挑逗亦或乖巧的眼神，都具有窺起男性慾望的功用，從這種凝視的方式中，男性可以得到窺淫的樂趣（黃海榮，2007）。事實上，本研究也發現，在雜誌靜態的文本中，對觀視者來說，似乎眼神的交流更具有挑起慾望的感覺，男性受訪者更偏好於此種感受。如男性受訪者1號提到：

我喜歡看鏡頭，這樣感覺她在跟你互動說話，眼神有交流。而且沒有露臉不好，會想看她的臉。

Pultz(1995)認為與觀者的視線相遇則會肯定影像中主角的主體性，例如大部分宣傳照通常是演員們直接面對鏡頭微笑，邀請我們進入他們的世界（轉引自Giannetti, 1996；焦雄屏譯，1998）。因此，互動與窺視的感受，在《FHM》中的素人單元，似乎更具有吸引力，對於某些男性受訪者來說，如果被拍攝女性的平時生活曝光度過高，他們窺視的眼光與感受反而被降低，具有神秘感的素人，窺視感會更為強烈。男性受訪者5號提到：

封面不會有偷看感，裡面有，女明星一直暴露在螢光幕前，就不會有這種感覺，如果是路人，或者是夜店找的，就比較會有偷看的感覺，因為她們不是暴露在公開的場合中。可以看到我原本看不到的。我喜歡看鏡頭的照片，因為看鏡頭才感覺她在看你，才覺得你們是有連結的，如果

只有你在看她，就不是人了，只是一個漂亮的東西或者藝術品。

因此，本研究發現，在裸露影像中，被攝女主角的注視，能夠引起男性觀者注視的目光，眼神交流感更能激起男性觀看的慾望，而且他們喜愛於這樣的眼神交流互動中。相對之下，本研究的女性受訪者，喜歡不看鏡頭的照片居多，因為她們喜歡生活照中那種自然不做作的神情，刻意的注視鏡頭所呈現出來的照片，反而有很假的感覺，此外，不露臉的照片，是女性最無法接受的，只有曲線而無臉的照片，對女性來說觀看就失去一半的意義，也因此激發女性自身捍衛自我價值的反應，因為她們想獲得尊重感。如女性受訪者10號認為：

我覺得有時候有，某些角度就會感覺好像可以看到一點點，又無法看到全部就會有這樣感覺，我覺得她不要正視鏡頭，比如說好像她無意間被拍到，自然的側躺、微坐，這樣就會有偷看的感覺，而且我不喜歡不露臉的照片，感覺截圖很不尊重那女生。

另外，女性受訪者12號提到：「我覺得要有露臉，看不看鏡頭無所謂，我覺得眼神才是重點，我最討厭空洞的眼神，就是比如說攝影師叫你望遠方露出空靈的表情，看著遠方失焦，好像被強暴完後無神」。相對於男性受訪者在意被拍攝女性注視的挑逗感，女性受訪者更認為，過度賣弄的眼神，反而讓照片本身失去意義，失去女性自我格調，有被羞辱的感覺。

從上述可見，閱聽人的聽八卦是一種偷窺心理，看別人的部格格、正正當當的看電影，其實就是一種集體偷窺行爲。不犯法的窺隱行爲，並不會產生他者的制止行爲，那純粹是閱聽人的好奇心。演藝圈裡的明星，更是閱聽人急於窺探一切的對象，螢光幕上的光鮮亮麗已經滿足不了現代人的視聽感官，才產生了「幕後花絮」諸如此類的單元。這一點，從《FHM》“BACKSTAGE”單元受歡迎的程度也能得到證明，形成了閱聽人集體窺視的慾望。

三、女性裸像照片之觀感

(一) 女星的突破成爲閱聽人的期待

分析訪談結果發現，女星意圖突破的精神，轉換形象的意圖，或者奮力一脫，

比如像女星潘慧如露點照的出現，與閱聽人期待觀看的心情相互結合，就會造成熱烈的迴響。受訪者大多表示，他們喜歡形象反差大的照片，不管是男性或者女性，都具有此觀看傾向。女性受訪者 9 號表示：

我會想看不是性感女星的照片，因為是性感女星的在螢幕上已經露得夠多，像艾莉絲就是甜姐兒形象，超多男生喜歡她，像這樣我就會想看可以把她拍得多性感，像天心這種我就覺得還好，還有白歆惠剛出來時，我就很喜歡，但現在內衣廣告拍很多，就不太想看，像潘慧如在螢幕上露奶露很多，再看就沒意思。所以我喜歡衝突感大的。

此外，本研究發現，受訪者除了對於反差衝突美感的渴望，大多數於對於原本清純的女星拍了性感照，會覺得形象加分。反之，如果原本就以性感形象示人的女星再拍，反而就會扣分。閱聽人偏好於新奇的視覺感受，與好奇心一覽無遺，對於被拍攝女性的印象，是經由表面照片形象的轉化與突破而獲得。女性受訪者 12 號表示：

原本清純女生，評價會正面，覺得她終於轉大人。如果原本暴露的女星再拍，就覺得負面，比如說白靈，看了就很不開心。

此外，男性渴望窺視於原本無法看見的女性姣好身體，在此更為可見。原先無法發現的比原本就知道的美好身體，是更為誘人的女性軀體，比如男性受訪者 6 號提到：

原本是清純，如果拍了發現她身材很好，就會很正面，因為她可能意圖轉型。原本就很暴露的話，搞不會偷罵，反而變負面，太暴露不好。

此外，《FHM》善於使用話題效應來製造議題，像「年度百大性感美女」的選拔活動，大多受訪者均表示，此種市場中操作議題以引起關注的手法，其實他們都明瞭。但是，對於受訪者來說，女性本身過度的藉由話題來提升自己的曝光率，或者藉此做出更大的形象改變，對於受訪者來說，仍會產生衝突乃至反感

的結果。男性受訪者2號認為：

如果潘慧如的話，我是因為不喜歡她的假奶，其實會有一點討厭，覺得沒必要成名就犧牲自己。

女性受訪者15號不僅產生負面的觀感，更做出更大的言語批判：

像我覺得許安安和房思瑜這張，就有一點負面感，會覺得她們想轉型了吧！太猛的話，可能就會變負面，想說她是不是想去拍A片。

（二）封面吸引的最終關鍵

從2003年搜狐網的調查發現，10份雜誌的12張封面中，選擇女性為封面的與男性為封面的比率，兩者近乎2：1的關係（中華書報網站，2003），先賣封面再賣內容的男性雜誌經濟似乎已然形成。封面對於一本雜誌的意義甚大，尤其對於《FHM》來說，女星幾乎是以有別於平常形象的性感造型大膽拍攝，並完成性感女神之意圖的照片。本研究發現，雖然裸露對受訪者來說，也是一種藝術甚或美感的呈現，但裸露並非最終決定閱讀或者購買的要素，閱聽人對於照片中的女星喜好程度，才是決定觀看或者購買的最終因素。封面對於消費者具有一種召喚消費的指標性意義，並且滿足窺視的意義而存在，對於《FHM》自我的定位具有展示性的作用，尤其對於男性的吸引力更大。男性受訪者7號談到：

吸引讀者是最大的目的，說實在話，男生第一眼都是看封面，如果這一集女星不是男生喜歡，根本不會買，所以我覺得封面可以引發我購買的慾望。可能有也有定位的意思，定位成比較多男生會去買的男性雜誌。

女性受訪者16號也談到：「它是一個吸引讀者看封面決定要不要看這期，像我們都不想看看范瑋琪，因為我們都不喜歡她，而且這本雜誌的女藝人一定要夠性感才能上封面，所以算蠻有對這本雜誌做定位的意義」。由此可知，對該女星的主觀好惡是決定觀看之因素，除了對雜誌本身定位之外，女星也必須符合大眾主

流審美觀所謂的性感形象，才能夠在《FHM》中展現自我。換言之，《FHM》中的性感女星，對受訪者而言，都已是經過篩選的女性特質。此外，女性受訪者11號也提到：「它擺在架上時，大家不知道內容，我會看到雜誌封面想知道裡面寫什麼，像是一個門面，勾起我購買欲望。像潘慧如就是一個指標性的意義人物，她就形象差很多，帶動一些玉女明星勇於解放，作為一些演藝圈一些女星的解放第一步」，封面除了照片誘惑閱聽人之外，更具有激發好奇心與窺探的意義，而女星的解放，出現在《FHM》中，似乎變得不足為奇，某種程度上來看，閱聽人也將自我欲觀看，卻又不可觸及的慾望，投射於《FHM》中，顯見此種解放對閱聽人來說並非一個終點，而是另一種形象的開端。

除了對《FHM》的自我定位之意義外，對於閱聽人來說，觀看《FHM》更顯現對自我定位的意義，受訪者對於雜誌的挑選做出分類與劃分的意圖，突顯自我的風格與品味，與他人進行觀看喜好區別的區別。像男性受訪者4號說道：

當然是封面越吸引人，銷售量越高。封面這樣放，告訴讀者裡面內容差不多就接近這種類型，讀者看到時，如果想看這種內容，就會挑這種封面。

（三）對被拍攝女性的評價

社會風俗與文化環境的變遷，使得受訪者對於女性身體的展露程度提高，接受的意願也相對提昇。在本研究結果分析中發現，相對於陳明珠（2006）所謂女性對於文化準則下的自我規範，認為女性的意識會被牽動，對他者和自我的意識是被父權文化所牽制的概念。女生受訪者事實上大多持以正面、欣賞、崇拜、模仿、比較、認同的心態觀看裸露的女性圖片，尤其在《FHM》中，女性形象的突破更具有指標性意義，因此訪談中很少出現負面的詞語，女性受訪者也大多覺得她們具有勇敢的態度與正面、美麗的表現。也能夠說，女性透過她者的裸露，藉此認同並肯定她者的表現，以正面的力量來試圖抵抗被注視的父權眼光之建構。女性受訪者11號談到：

它對我來說就是一本雜誌，所以我的評價大概會覺得那女生好性感，同

樣身為女生，我覺得她做這樣的嘗試，並不代表她把自己的格降低，而是做一些突破吧！有時候覺得她們真的很有勇氣。

本研究發現，女性受訪者使用同理心與移情的心態觀賞與評論，她們試圖將女星圖片呈現的效果與現實中的私生活做區隔，媒體的呈現與個人的想法之間，她們試圖取得平衡，並且以稱讚的角度評論之。如同女性受訪者 12 號認為：

可能因為我知道男人幫每次拍這些女孩子，都會把她拍成不一樣的形象，所以因為我不會因為這樣形象，就認定她是怎樣的人，像那時候潘慧如露點，我就覺得她超帶種的，但我也不會因為這樣就覺得這女生怎樣。有時候照片照起來的感覺，跟實際上是兩回事，比如說腿開開的照片，我覺得那只是一個撩人的姿勢，但不代表說她私底下就是這樣，而且我覺得她們很有勇氣，願意在公開的場合拍這樣的照片，像艾莉絲這樣舔冰淇淋的照片，就很有性暗示，多少男人想成為她手上的冰淇淋，如果我是明星，我就覺得大家都在意淫我，所以我覺得她們蠻厲害的。

Zillmann and Bryant(1982)提出所謂的性冷酷效果(sex callousness)，認為觀看一些把女性描述成行為隨便、對性開放的方式，會產生此種效果。而閱讀過類似《花花公子》的情色文章後，也誇張女性的性慾及性開放程度，即認為女性是自作多情、不道德、濫交的或性開放的。本研究發現，男性受訪者的評價大多為正面，《FHM》中的女性裸露照片的尺度，大多數的男性甚或女性都能接受，因此，很少出現因為女性拍攝裸露照片，而對該女性本身產生負面、不道德或者性開放的感受。男性是熱愛觀看的一群，相對來說，他們對於《FHM》本身的評價與定位，並非庸俗低俗的，反之是有質感而高級的雜誌。反之，如果他們看的是《花花公子》的照片，就會對該女性產生較為低俗、不道德與開放的想法，但在《FHM》中，大部分的男女受訪者對於照片女星的評價趨於正面。顯然情色文本的差異，也會對閱聽人造成程度不一的評價解讀，個人接受情色文本程度的範圍，也會造成心理評論的殊異，在閱讀的選擇上也會做出自我取舍。如男性受訪者7號認為：

覺得她對自己很有自信，很有信心，不會有負面感，他們應該想留下美

好的照片，而她們照片都拍得不錯。就覺得她是藝人，有些女生可能覺得拍很性感的照片，她們也很開心，反正至少不會覺得她們討厭，至少會是正面。而且覺得她們會去拍，可能是想增加知名度，因為這本雜誌蠻有名的，所以說我不會覺得她們去拍這個封面就因此討厭她，所以偏正面。但如果是花花公子，我就覺得有一點不好，我本身也不會去看。

四、攝影的操弄與賣弄

(一) 以男性喜好作為拍攝共通點

Berger(2005)認為，在傳統的觀念裡，女性所扮演的角色一向是男性的觀看目標，畫家藉著畫女性裸露的胴體，都是預設了男性身為觀看者的主動角色。從以上觀點來看，女性裸露的圖片，似乎一直是為了挑起男性的慾望與暗示而存在。比如說特別強調女性的曲線和胸部，緊閉的雙唇甚或修長的雙腿，普遍符合現代男性對於女性美的審美觀之觀感需求與偏好，無論是有意或者無意，攝影機前，已經透露了男性無限的想像與慾望，而照片中的女性，也奉上自己被審視的女性迷人特質。本研究發現，無論是男性受訪者或者是女性受訪者，均一面倒的認為，這些圖片是為了迎合男性的喜好所拍攝，尤其刻意突出的女性特質便是性感，女性刻意展露的誘人特質，對男女受訪者來說，無非對男性來說都是一種致命的吸引力。男性受訪者5號認為：

我覺得是男生喜好，畢竟是「男人幫」，我覺得它們裡面表達的女生形象很偏頗，主要以吸引男生為主的女性，因為女生的特質很多，但特別強調吸引男生的特質，比如說性感。

此外，女性受訪者15號甚至認為：「我覺得都有，女生會覺得擺這個姿勢很美，男生也會覺得這個動作很美，很性感，可以讓他覺得很興奮吧，算是各取所需」，她也喜愛觀看這樣美的照片，但她的內心卻認為，這些圖片是為了挑起男性的渴望而存在，女性內心會主觀的認定男性的情慾可以藉由這些照片的觀賞獲得抒解。此外，女性受訪者13號也提到：「多少反映出，會想吸引這年紀的男生情色需求是比較高的，女生是比較低，甚至不接觸的都有，我覺得裡面想表達的，但其實女生也會有這需求的感覺，並不是說很不健康的。他可能就會就會表達出

女生稍微再外放的那一面來滿足男性喜好」，藉由外放性感的女性特質，來滿足男性的觀賞喜好，對於受訪者來說，更深層的意義在於，社會道德價值觀中，試圖將女性被歸類為情色需求較低的一群，但事實上，《FHM》意圖展現的反叛價值在於，女性也是需要正當且健康的性需求。

（二） 拍攝呈現上的差異感受

本研究發現，男女受訪者對於雜誌中拍攝男性和女性的照片差異，也出現很大的區別。男性照片在《FHM》中成為了時尚而又成熟的化身代表，而女性的照片，就如黃海榮（2007）認為，女性形象的處理，通常會涉及到權力的運作。可以普遍察覺的現象是，攝影機對於女性身體的影像攝取時，常是依照男性的興趣和慾望作為目的。從迷濛迷人的眼神或是搔首弄姿，從露胸到裸露胴體，都是男性意欲看到的女性身體。攝影機的作用彷彿是男性眼睛的延伸。對於大多數的男性受訪者而言，《FHM》中的女性照片，就是呈現出一種他們喜愛的女性性感特質，而男性照片，會讓他們產生模仿、學習的意願，學習流行穿著便是男性觀看男性圖片的最大用途，而且觀看男女照片的時候，關注的焦點也會不同，男性受訪者8號提及：

男生的話頂多就是表現穿著搭配，感覺把男生拍得更man，要營造一種時尚感，我就會看圖片，文字跳過去，女生的話帶有a的眼光去看。女生偏向性感，我就會仔細看專訪。因為男生較偏向時尚，像他們這樣的裝扮，會給我們做一個參考，就可以去稍微了解他們穿著的風格和調調，有機會打扮就可以參考一下。

對於女性受訪者而言，她們觀看的層面就會設定於拍攝角度，和氛圍帶給人的感受。對於被拍攝的男性和女性，在攝影技巧與修飾的部分，會多加琢磨與陳述其感受，如女性受訪者11號談到：

男生拍攝的就很時尚，像一般拍時尚的目錄、型錄，不會強調男生的臉，強調男生的整體。男生的拍攝角度差別不大，想營造出一種滄桑感，光線打得很少，感覺像是成熟有智慧的男人，有點皺紋，他們都

不會把它修飾掉，把歲月痕跡拍出來比如說平視，頂多仰角，女生的話就很多角度，上下左右都有，會修圖，把曲線修出來，皮膚修得很好。

此外，女性受訪者12號也認為：「我覺得男生訴求會把男生稱為幫友，設定為酷酷、帥帥、屌屌的，然後把女生設定為性感尤物，所以他們會把女生拍得很性感那一面，男生就會拍得很頹廢，是帥的。他們很自組一個小圈圈的感覺，比如說幫友」，對於男性來說，照片似乎具有認同與歸屬感的功能，藉由畫面的呈現，讓讀者進入他們所設定的世界中，讓男性對於自我形象的想像，是很有幫助的，這也是男性雜誌中顯而易見的操作手法。

(三) 半遮掩是吸引的關鍵

分析訪談結果發現，對於男女受訪者來說，過度裸露甚或幾近全裸的照片，以視覺的觀點與個人的感受上來說，都是較為不舒服的，男女受訪者均認為，美好的衣著搭配姣好的身材，具有很好的觀視效果，而半遮掩具有挑逗與無法直接觀視的快感，某種程度上也符合了窺視的快感，引發遐想的程度也更大，而受訪者喜歡這樣的感受。女性受訪者11號認為：

我比較喜歡半遮掩，不像衣服的衣服，裸露的程度要大，但又不要低俗，覺得這女生這樣好好看，但我不想看到全裸，衣著跟人要互補，可以展現身材和優勢的。

此外，女性也會進行比較與偏好的行為，她們喜愛的風格與自我的風格，具有很大的相關性，這是一種展現自我喜好的態度，相對的也會投射於她們所觀看的女性，這樣又更會有相視的感受，將自我的審美觀投入，想像這樣的裝扮是圖片中美女的性感表徵，而自己也認同於這樣的美感展現。如女性受訪者12提到：

我最討厭修片超明顯的，大腿肉都不見了，根本就不可能長這樣，覺得很假。喜歡的是有穿好衣服，若隱若現，像是張韶涵這樣。我喜歡穿T恤，就很性感，有點運動風的。我看得角度，比較像我自己喜好或穿著

相關的，我會比較喜歡。

多數男性受訪者認為，性感又可引人遐想的照片，與照片女性的互動可產生好像有距離但又很親近的曖昧互動感，這樣的照片對男性受訪者來說，是具有吸引力的。如男性受訪者2號表示：

應該是性感但不致於到低俗，像很多成人雜誌該露都露，就沒有曖昧的感覺，反而是要露不露，反而有更大的遐想，也不會有負面感。

五、小結

大多數的閱聽人對於觀看裸像女性的感受都是趨於正面、快樂的情緒，而男女受訪者最大的差別在於，男性偏好於觀看的當下，以理性、情慾喜愛的眼光觀看，而女性則偏好於沉浸和幻想，以羨慕、比較的方式觀看。不過無論何種觀看的眼光，都是一種閱聽人集體投射意欲窺視的集體慾望，而觀看的互動感中，男性喜愛眼神交流的互動曖昧感覺，因此偏好於裸像女性是看鏡頭，女性則喜好自然不做作、不刻意看鏡頭的照片。在評價部分，男女性皆抱持對裸像女性正面的觀感，無特別負面的評價，也對女性拍攝性感照片之行爲，做出肯定與表示勇敢之評論。而具有半遮掩、挑逗意味的照片，最能引起男性觀看者的慾望，事實上這些照片的拍攝之存在，也是爲了滿足男性的本能喜好。

第三節 雜誌在性別解讀中的意識

一、男性雜誌中潛藏的女性自我意識

(一) 女性是被操弄的玩物，亦是被崇拜的女神

翟本瑞（2000）認為色情表達仍將主要觀賞對象設定爲男性，於是，色情產品總有一定性別傾向，常將女性物化或以滿足男性慾望爲主要對象，易對觀看者造成認知上的偏失。但分析結果發現，女生受訪者主動的認為，在《FHM》中，無論是性感圖片的女體展示，亦或內文中對女性的陳述，或者女星的自我告白，其實某部份是展現女性自我與美的一面。女性受訪者鮮少因爲女性的裸露或者被觀看，產生不舒服或者被歧視的感覺，甚至覺得這是勇敢、自主的行爲，女性美麗胴體的展現，是她們追隨與讚嘆的目標，甚至她們不覺得《FHM》中，存有

嚴重的大男人的意識。相反的，更加深女性受訪者對於自我的定位與主張。

即使大多數的女性受訪者認為，《FHM》中對於女性的陳述，是以玩物的方式描述，但藉此女性受訪者將自我的價值意識提高，並把《FHM》中少部分對於女性的不尊重轉化為一種玩笑，男性的想法或者討論，對於女性來說，變為一種可接受的觀點，甚而變成一種愚蠢的觀點，女性在捍衛自我潛在意識的觀點，可見一般。如女性受訪者12號認為：

我覺得那些男生好像被形容為很蠢，把女生奉為女神一般看待。比較像玩物吧，他們的玩偶，可是本來就是異性相對，因為要給男生看，所以就寫得比較像他們想要獲得的東西。有時候很認真看，她們會把女生想得是一個外星來的生物，要去認識一個新東西，去認識探索，但實際上我們又不活在戒嚴時期，彼此都不認識，但因為這樣方式描述，反而很保守，很不熟，但我也不會覺得被歧視。

受訪者提到，尤其是女性受訪者，表達出自信與自我的力量，有幾位女性受訪者甚至以積極、肯定、自信的態度，對於雜誌本身的內容做出了正向的回應，而不把自我意識侷限，主觀的認為《FHM》呈現的女性，反而成為女性勇敢的象徵與展現自我與自信的代表。女生認為，《FHM》中女生雖然被當成玩物，但其實是有自主權與主動權，而這樣的女性對女性受訪者來說，是具有代表性意義的，而且，對女性來說，這是一種男女之間相對性的平等，而非絕對性的偏頗，而男性在此對等的位置中，尊重女性是絕對的。如女性受訪者13號認為：

我覺得他有時候很奇怪，他有時候會把男生表現得很帥，我們要好努力去追、去進攻一個女生，把她釣到手，有時候男生又會感覺突然變得很宅，女生都是女神。我覺得他們談的都不會很偏激，我覺得他們就是為男生設計的雜誌，就像男生看《FHM》，女生看柯夢波丹，柯夢波丹也有帥哥肌肉男的照片，就像《FHM》裡面這些女生的照片一樣，他們也是教男生要尊重女生，女生也是很自主的。

女性的自主位置與代表性在這被當成玩物操弄的過程中，其實並未被抹滅，

男女之間互相的尊重，對於受訪者來說，是很重要的一環。女性可以瞭解《FHM》本身欲傳達給男性的本能性需求與渴望，因此她們也接受於這樣似乎具有某種大男人程度的媒體再現。女性受訪者9號提及：

我覺得女生在裡面有自主性，他也沒特地去歧視女性，女生其實也有代表性，女生也沒有完全被抹滅，或者被當成工具。我覺得這本雜誌大男人成分蠻重的，大概60%，他畢竟還是教你尊重兩性，他可能會有很煽情的圖片叫你儘管看，儘管意淫，但他還是會教你要尊重你的女友，所以我覺得還可以。

此外，女性受訪者10號也說道：「像這種『情色診療室』，以一個女生角度來看，是很以男生角度寫，多少會有點不舒服。不過我覺得裡面女生比較接近自主，可是又感覺不是那麼精確，裡面敘述的女生不是那種小鳥依人的女生，不會每天黏在你身上」，道出了她認為女性是站在一種似乎被當成玩具般看待，但卻又具有自主性的一群，男性自己要如何去操弄或者操作，也不會改變她們獨立自主的意識，因為那是男性自己喜好，並意欲將女性形象塑成的一部份，女性受訪者認為可以清楚瞭解並排斥之。

但相較之下，男性受訪者卻主觀的認為，女性在《FHM》中被歧視的很嚴重，大男人成分雖然不多，但卻覺得女生在此雜誌中展露的並非專業與自信，更遑論自主性。相對之下，是靠著美麗的外表、性感的身材，與挑逗的眼神，突顯她們內在的貧乏，只是空有外表而又被污衊扭曲的女性印象。

男性的想法，與女性出現了截然的差異，相對於女性的陳述，男性將女性形象被物化的態度更予以強化。男性受訪者並非支持將女性當成展示的商品或玩物，而是對於這樣的媒體操作方式，表達了負面的感受，男性與女性各自表述，各自存有想像，並想像與自己性別差異的他者是如何看待，也因此男性出現了想像女性是被欺侮的對象，某種程度上來說，他們會出現替女性抱不平的論述，像是自然反應一種。比如男性受訪者4、5號認為：

裡面有一點對女生不太尊重，像有一個單元，就去問街上女生的意見，然後它就開始下標語，反正就是消遣女生，類似這種，女生感覺被消費

，被物化，像是一個產品。

我覺得不太好，我是說覺得對那女生不太好，不是說對我不好，我當然是可以看越多越好，只是覺得女生這樣不太好，而且我覺得比較多層面是想要性感的，比較少層面是漂亮的。

男性受訪者8號提到：「我覺得女生在裡面不會像平常一樣壓抑，會比較放得開，反而女生很自主。不過，以男生角度來講，女生是很被壓迫的」，亦即以男性的觀點與角度來說，女性在此權力鬥爭的結果中，其實是失敗的一方，也就是說，在此以父權體制為重的價值體系中，女性其實是被壓迫的一方。男性受訪者認為，女性不只被貶低，而且，毫無自主權可言，甚至有男性受訪者認為，《FHM》即使將女生形容為強悍而又有能力，但最終還是會重回男生的懷抱，男性才是她們最後的港灣，突顯她們的堅強，其實是在說明她們是更為脆弱的一群。男性受訪者5號說道：

多少有一點歧視感，有一點自主，但他想特別強調女生可以自主，特別想要強調自主時，其實是歧視她的。

（二）女性成為這本雜誌中共同的主角

男性雜誌中，女性身體的展現，成為閱聽人挑選男性雜誌市場中，一個極重要而又敏感的門檻。本研究發現，對於受訪者來說，無論是男性或是女性，《FHM》的焦點已被全然放置於女性身上，他們會主動的將眼光投射於女性，尤其對於《FHM》來說，這是號召讀者的一種定位與區隔，從閱聽人對於《FHM》封面的看法可略知一二。男性雜誌中女性反而成為主角，對一本雜誌來說，具有暗示性引起男性慾望的意圖，對於閱聽人來說，也是吸引他們目光極為重要的因素，女性受訪者在觀看《FHM》時，她們心中所期盼看到的，也不會是壯碩的猛男，而是性感而又美麗的女性，男女之間被觀看的優先順序，已然成形。像女性受訪者11號認為：

我會先注意女生，因為女生在這本雜誌的尺度是比較大的，女生要遮的有三點，男生再怎麼遮也只是一點，《FHM》中，男生從來都是配角，

可能會穿黑色灰色，隱藏在布幕之中，只露出一個臉，女生比較鮮豔，不然就是膚色較突出。

換個角度來看，為何女性成為《FHM》中共同的主角，又是什麼樣的因素驅使《FHM》讓女性成為被優先觀看的主體。Berger(2005)在《觀看的方式》一書中認為，影像是人造的，即使是照片也不例外。因為照片並不像人們經常認定的那樣，是一種機械性的紀錄。每次我們看著一張照片，我們多少都能察覺眼前這個景象是攝影師從其他成千上萬種可能的景象中挑選出來的，攝影師觀看的方式，反映在他對題材的選擇上(Berger, 1993)。而女性受訪者13號也提到：

我先注意到的都是女生，但假如男生很帥，我說不定會先看男生，還是要看照片呈現的樣子，比如說某個女生趴在男生身上，我就會先注意女生，我覺得攝影師也會有一些先入為主的觀念，就會想說我要讓看到這張照片的人，知道這張照片的主角是誰，也許那並不是我們決定的，是當時攝影師照下這張照片時就決定好的。

而男性受訪者也均表示，女性在《FHM》中所扮演的角色為性感的女性，基於男人本能的想法，認為女性才是必須先觀看的對象。男性受訪者6號認為：

大概都先看女生，因為我是男生阿，而且女生在這本雜誌比較露，所以會比較先注意。

不過，受訪者本身觀看的順序喜好以及目的，與個人本身的興趣和雜誌主題的編排也有關係，但男性與女性的專欄相較之下，男性受訪者仍會選擇以女性相關作為優先觀看的選擇，女性在男性雜誌中所扮演的角色，已成為男女心中共通的主角。如男性受訪者8號說：

先注意女生，因為我是男生，但我覺得要先看那專欄主題是什麼，如果是比較偏時尚穿著，我就會先看男生，因為跟我比較相關，我也不可能去看女生穿著，但如果是以女生為專題的，我就一定先看女生。

二、我們是幫友

(一) Man to man talk的輕鬆氛圍

Schneider(2008)等人，在男性雜誌代表之錯誤論域之中一個發現，男性雜誌中使用“man to man talk”的溝通方式，嘗試要與讀者做連結，瞭解男性需求並提供解答，男性似乎可以得到保證，獲得良好的性與贏得女人的認可。本研究發現，大部分的男性受訪者也認為，《FHM》中的陳述語氣與描繪方式，就好像與朋友一般的聊天，即使受訪者知道其中的謬誤所在，但是有同樣看《FHM》這樣的歸屬感，他們期盼從《FHM》中獲得某方面自己從未碰觸過的知識，但他們也會將其中給予的意義進行推翻與協商，似與朋友聊天之間的相互辯駁與學習。Schneider(2008)等人也提到，這種對於範本的需求，事實上對女人來說是不自然的，相對下，男人似乎需要指導，如何來使用女性身體來得到愛或者增進技巧。這是在建構傳統女性對性的謬誤，也就是說，有問題而不自然的描繪女性慾望。像男性受訪者5號認為：

男生通常會弄得很酷很帥，會讓你覺得你好像也有辦法成為這樣。感覺他會一直給東西，我覺得他是想用很懂得樣子，因為用字淺詞很大眾化，很輕鬆的像朋友的感覺，好像他很懂，你都不懂，比如說選項題，如果你選得不對，他就會說你是個很糟糕的男生，應該說是個很愛賣弄知識的朋友。

對女性受訪者而言，她們也出現了相同的感受，將男性的同理心與歸屬感串連起來，使用直接的語氣，向男性傳達。女性受訪者也會做出男性雜誌《FHM》與女性雜誌在傳達方式中的差異點。不同的文本對閱聽人來說，不只有解讀方式的差異，媒體的傳達方式，也會左右閱讀的觀感，對女性受訪者而言，男性雜誌中如果使用直接的明示，那女性雜誌中就是使用隱喻的方式。如女性受訪者9號、11號提到：

我覺得下標很直接，立場偏向第一人稱，「你一定要知道」，「原來他是這樣」，不會文詡詡的去多加描述，我覺得這本雜誌有把你當朋友的感覺，像我站在你的立場的感覺。

我覺得就是大刺刺的，比如說教你如何勇闖菊花門，這樣的字眼就不會在《柯夢波丹》出現，可能就會說，教你如何攻佔他最敏感的部位，會用隱喻手法，男性雜誌就會直接點出。

（二）男人的工具書，女人的教科書

本研究發現，男女觀看男性雜誌，除了觀看角度與感受的差異，他們觀看的目的是與所獲得的知識也有差異。訪談結果發現，其目的最大的不同在於，男性可以藉由《FHM》知道一些追女生的技巧、與女生相處的狀況等生活中可能發生的真實情境，應該如何處理，如同閱聽人在與意義進行協商時，較容易將個人生活經驗納入，與真實情況具有相關性時，也較容易獲得共鳴。因此，男性受訪者雖然不會全盤仿照著做，但仍曾經在某些時刻試圖仿效。像男性受訪者2號認為：

有些東西會模仿，有可能講得很好的招，會拿來套，有些東西是自己曾經發生過，就會有迴響的感覺。

相對於男性，本研究發現，女性受訪者觀看時，則最想看男人到底在想什麼，他們的喜好到底是什麼，藉由這本雜誌多瞭解男性。她們將《FHM》當作一種教科書，讓她們從中不只獲得觀看的樂趣，更能獲得男性真實思考感受的相關資訊，藉此滿足其好奇心，也可說是女性潛在欲探求男性是如何思考的一種方式。如女性受訪者14號認為：

《FHM》比較色，我覺得他們的話題比較多元，像《GQ》教你怎麼打扮成有型的男生，這本雜誌像在教你怎麼鑑賞女人。我會想看這本了解男生，了解男生有興趣的是什麼。因為我很喜歡瞭解男生在想什麼，因為我覺得知己知彼百戰百勝，所以我喜歡看男生在想什麼，知道他們會在意或不在意什麼，因為市面上還沒有這種有很多瞭解男生在想什麼的雜誌。

此外，女性受訪者13號也談及：「我覺得如果不是很過頭的議題，女生說不定也會喜歡，如果我不認同的，我也會哼一聲。比如說雜誌裡面教男生說跟女生在一起要注意的事情，我就會跟我男友說，這件事情我根本不在意，或這件事情

我真的很在意之類的」。女性受訪者將《FHM》視為一種學習的教科書之外，對於無法苟同的觀點會反駁，並將此觀點化為與男友溝通的一種意見橋樑，雜誌的知識視為一種可擴及生活與影響的一種溝通方式。

三、情色或色情

(一) 玩弄色情的情色雜誌

反色情女性主義領導者Mackinnon與Dworkin，在1983年明尼波利斯人權法案(Minneapolis Civil Rights Ordinance)中，將色情定義為：「透過圖片展示或文字的解說，直接、露骨的描繪性慾，表現女性的從屬地位，其中包括女人被當作性玩物或性商品，以物化的方式呈現。以及Longino(1995)說：「色情是詞語(Verbal)或繪畫(Pictorial)的材料，用以說明或描述性的行為...」。從以上對於色情的觀點，似乎說明了「男人幫」所描繪與陳述的一切，符合了色情的概念與觀點。但再對照於色情和情色之定義的區別來看，色情和情色似乎無法用絕對的二分法來探討，亦即，色情與情色的定義雖有文字上的說明，但閱聽人的個人觀感與意識，才是最重要的。如同英國女作家安琪拉·卡特(Angela Carter)更點明：「所謂情色，不過是知識分子的色情罷了」。

本研究發現，由於《FHM》屬於西方文化移植至東方的男性雜誌，雖然內容上有做更動，但潛在的整體社會價值觀與東西方文化上的差異，仍然會影響閱聽人的看待。一般來說，男性受訪者大多認為，西方的文化仍舊不適用於東方人身上，尤其是對於性觀念這部分，當西方文化與東方思想衝擊之後，閱聽人會審慎的以旁觀者的身份看待，並與自我意識做出區隔，受訪者以自己曾接觸過的女性，做出其中差異的判斷，說明東方女性與西方女性對於性觀念是否開放之差異點。但大多男性受訪者仍認為，《FHM》是一本情色雜誌，而且是在可接受的範圍之內。如男性受訪者2號說道：

畢竟是雜誌，所以要怎樣寫都可以，我覺得東方女性不是這樣的放，也沒這樣的開放，其實有一些東西不是像雜誌上寫得那樣。不過大致上來說，我覺得《FHM》是情色雜誌。

此外，《FHM》本身對於受訪者所帶來的質感，其實才是他們做出情色或

者色情之區別分野的關鍵，《FHM》的低級感或高級感，是他們列入考量的重要關鍵，因為選擇觀看該本雜誌不僅牽涉雜誌本身的定位，也是對自我風格與品味的一種定位。大多數的受訪者，並不會將自我觀看這本雜誌，定位於低級而庸俗，反而是高級而有質感的行爲，因而，他們也並不避諱的公開觀看。像男性受訪者8號表示：

我覺得至少他等級不是像花花公子或是一些很奇怪寫真集的內容，如果是像《花花公子》那種寫真集，那我就不好意思在公共場合看，像男人幫就都在公共場合看，大家也都在看，就覺得沒什麼。像寫真集店家也不敢放這種東西吧！

女性受訪者9號也提到：

是情色，我覺得像《花花公子》露點才是色情，像我覺得《FHM》照片都拍得很好，那些女明星也沒露點，可是都拍得很性感，而且我有看的朋友，都覺得這本雜誌很有質感耶，還蠻高級的！

也有女性受訪者認爲，《FHM》的走向像是在極端值，位於天平兩端的一種情色雜誌，引起話題既然是它們的意圖，那能夠利用情色議題達到宣傳的效果，才是《FHM》經營成功的一種方式。足見，《FHM》所謂的噱頭與議題效應，對閱聽人來說是具有話題性的，也會引起好奇。如女性受訪者10、11號認爲：

如果有一把尺比喻，它可能是在最左邊或最右邊的方式，寫給讀者看，也因為這樣，就會很多人想看，如果他寫一些很中庸很大眾的東西，說不定就沒人想看。因為它是一種媒體，就必須引起話題，就必須走在極端值，如果它走在極端值的話，就會產生有些人認同或不認同，不管認同或不認同，都會產生一些潮流或話題。

比如說像美國運動畫刊，泳裝但不露點，像《FHM》比較接近那樣，但內文討論議題比較接近情色，但又不露骨又很好笑，我會對這本雜誌印

象深刻，是因為有曾經有看過讀者投書說，他說他可以幫自己口交，問說這是正常的嗎？然後雜誌就回答他，所以我就記得，可能因為這原因，所以我對性這方面的議題比較有印象，因為實在很特別，看一次就會記起來。

(二) 人性欲隱蔽之想法顯現

1. 大聲說出你不敢說

本研究發現，《FHM》對於受訪者來說，具有宣洩心理底層意識的作用，也就是說，《FHM》所探討的議題，將閱聽人平時不敢說出，或者無法探討話題，以文字的方式，加上辛辣的口吻，呈現於可隨時獲取的雜誌文本中。不敢探討的或許是閱聽人的真實感受，而此種欲隱蔽的想法之呈現，對於受訪者很容易產生共鳴以及相似感，尤其對於人性較為隱私的慾望來說，《FHM》確實呈現出閱聽人欲觀看的那部分。可見，急於隱蔽的地方，其實是最為彰顯的那部分。如男性受訪者2號說道：

因為它最吸引人地方，就是會請女星來拍清涼照，他們討論的內容比一些男性雜誌更露骨一些。其實偶爾會跟我自己深層想法有關，但他寫的東西太露骨，有時候反而看會很害羞，但或許這是我真正深層思想的想法。我覺得是人真的思考的東西，但這些東西可能不會公開討論，但它在雜誌上表現出來。其實很多情慾東西無法直接表達，他們意圖把情慾圖片化、文字化。

女性受訪者15號也認為：「我覺得它把人性比較不願談論的事情寫出來，像《GQ》就不會寫出來，他們可能會覺得格調不符合，就是把人會有興趣的東西寫出來，我覺得這樣很好阿，像我不太看《VOGUE》，裡面很多廣告，都是很美的東西，我是正常人，也會想看一些笑話阿，低級的東西，如果想跟身邊的兩性好好相處，看這種雜誌還蠻划算的」，受訪者會針對自我的需求選擇雜誌，過於高尚或者與常人思想以及生活較為不接近的雜誌，似乎較無法滿足所謂的心底需求，尤其大部分的受訪者均認為，《FHM》是一本用來滿足休閒逸樂的雜誌。因此，受訪者認為《FHM》中呈現人性不願公開討論的議題，對他們來說是具有吸引力的。本研究也發現，其實這種想法並非只限於男性或者女性，對他們來

說，《FHM》都同樣滿足了他們欲隱蔽想法之探討的慾望。

2. 挑戰自我價值觀

根據研究結果發現，《FHM》中呈現了許多人性欲隱蔽的面向之探討，閱聽人熱愛於觀看，但某些程度上，這些議題的觀點，會與閱聽人自我道德感之間，產生衝突或抵觸。而其衝突感的產生，源自於個人的人格特質，以及整體社會價值觀對於性別的刻板印象與觀點的壓制，像是女性不應該是性慾望高漲的，男性應該在兩性關係擁有主導權，都是一種性別上的刻板印象，如何春蕤（2003）認為，反色情運動假設女性主體受色情之害最深，因為女人在其中被呈現為「非人化的性玩物」，可是這些反色情的批判卻沒有以同樣的熱切急迫來評估其他同時存在而且常常有同樣效果的文化論述——包括由家庭及教育中的性別養育方式、傳媒及語言中的性別刻板形象、到法律及經濟結構中的性別不平等規範——是否在性別建構中扮演著更不為人察覺也因此是更為深刻的塑造功能，是否更廣泛的奪去了女人定義自己的權力，扼殺了女性主體的形成（何春蕤，2003）。尤其對於女性受訪者來說，這些因素，都使得受訪者出現了對於道德感相關問題的回答，產生了相互衝突之感受。亦或，受訪者本身對於兩性關係之間的看待，就持以開放的角度，就會使得她的衝突感降至最低，這些都與其本身所接受的性別養成教育息息相關。像女性受訪者9號認為：

我是百無禁忌的人，即使今天一整篇在教你如何肛交，我也是會看，都不會有衝突感。不過我覺得他們應該比較不會有這種專題，畢竟我覺得他們還算是異性戀雜誌，男男方面的事情應該不太會提。我不會有覺得有什麼衝突感，像我本身在推廣棉條，我也是在跟社會的價值觀作抵觸。

此外，也有受訪者持其它的意見，認為《FHM》在呈現某些事情的觀點與角度，與他的道德觀出現了抵觸，甚至擴及更廣泛的整體社會意識，認為其對於社會的所謂善良風俗，出現破壞的狀態，受訪者對於自我道德倫理的界線，會投射於社會風俗以及性別規範應該有的正當性，如男性受訪者5號提及：

跟我道德觀是有一點抵觸，而且我認為它寫出來不會造成社會幫助，因

為它無法增加好處或知識，如果太過火，就比較無法接受，像有一些偏情色內容太誇張的話，我就會覺得怎麼這麼誇張，不然就感覺違背善良風俗。

此外，個人的個性與在意的事物之差異，會造成對同樣文本的正面或負面的觀感，接受程度的不同，取捨在於個人的價值觀，是一種挑戰，也是一種包容，也或許是在社會性別規範底下，某些女性，無法將自我較為無法對外公開的那面展現出來。像女性受訪者13號認為：

即使有些是討論女生的議題，很多都是以男生喜歡看的挑逗性的用詞在下這些標題，但我覺得女生看到會不會覺得負面，我覺得跟每個人個性有關係，像我就不會介意，每個人的接受度不一樣，可是可能有些人會介意，我不確定。《FHM》形容的比較像是確定有性慾的女生，但女生或許沒這麼開放，但也不能說他寫得有錯，也許是有些女生沒有跟他人展現那面。

四、公開分享話題的性別差異

本研究發現，願意公開自己有閱讀者《FHM》之性別，其實沒有差異性。男女性均認為，看這本雜誌並無須在意他人的眼光，也認為這並非色情雜誌，因此並不避諱讓他人知道。但分析結果發現，男性受訪者普遍不敢與異性討論這本雜誌，因為害怕尺度拿捏不好，就變成言語騷擾，男性尤其在與女性討論有關於情色議題的時候，會顯得分外小心，甚或根本不討論，或者會慎選討論的異性。如男性受訪者2、6號說道：

會討論，比如說這期女星怎樣，很正啊，討論她胸部是不是真的，類似這種，因為其實裡面有一些東西太露骨的話，就不會討論，因為我還蠻怕抓不到尺度。

是沒有討論過，頂多提到這本雜誌，大家第一印象就是看美女，內容有一些太over，就不會討論。不過也要看是怎樣的女生，如果那女生覺得

男生看這雜誌不會低級，就還可以。

女生相對就比較大方，願意與男性分享討論女星的胸部或者私生活等較為隱私或敏感的部分。或許因為談論性方面的議題，較為不用顧及尺度無法拿捏的問題，較為敏感的話題，女性受訪者其實也樂於討論，但會慎選討論的議題，女性受訪者也會在意異性對她提出此議題的看法。像女性受訪者12號說：「如果剛好那期是我喜歡的主題，如果跟朋友有聊天就會問覺得那照片辣不辣，身材好不好，或是胸部是不是假的之類的，因為我們常覺得它講得不準，跟朋友大概就討論覺得很好笑，裡面討論到底會不會真的發生，比如說女藝人專訪，或者一起批評」。

或者，將討論的議題投射於生活中，期盼與異性相處的時候產生共鳴，也能增加生活中的樂趣。女性受訪者9號說道：

我會拿心理測驗問男友說這是不是真的，或者拿他們裡面提到有關女生的議題去告訴男友說，這不是真的，我覺得討論的不管感情或性都會討論。

本研究發現，女性受訪者願意與異性共同分享或討論《FHM》的內容，他人也曾經表達過些許意見，但大部分的人都認為不足為奇，隨時代的開放，兩性之間相互討論關於性的話題，也逐漸不會影響個人的評價。如女性受訪者12號提到：

像我的女生朋友看到我看，就會說看完借她看，男生朋友就會跟我搶著看，沒有到說見不得人。

而女性受訪者9號說道：「我的朋友都是會看這種東西的人，我不會跟道貌岸然的人交朋友阿！我只會跟合調的人交朋友」。似乎也會為自己觀看這本雜誌，以及其所交往的朋友做一定調，也就是說，她排除了與自我沒有交集的人，因此討論相關話題，避免出現被排斥的感受，同一品味風格的人，會相互聚集。

五、小結

對於不同性別的受訪者來說，裸像女性在《FHM》中的形象以及意義是雙重的，亦即，即使《FHM》是一本以女性做為主角的雜誌，而裸像女性在《FHM》中雖然某部份是被當成玩物操弄，但事實上如果以女性受訪者的觀點做出發，她們認為男性對於女性性感形象的崇拜，是一種可笑而愚蠢的行為，同一人物，在不同性別的受訪者中，產生截然不同的意義。在男女受訪者觀看的用途中也不同，女性試圖將之當成更瞭解男性的一本教科書，而男性就當成一種在真實情況中可能會派上用場的工具書，比如說：追求女性。無論何種用途，《FHM》皆滿足了受訪者內心底層意欲表達，卻又無法公然討論的議題，甚或曾出現在自我意識中不可向人傾訴的秘密，種種的描繪，皆挑戰了受訪者的價值觀，也滿足了他們視覺與心裡的窺視慾望及情慾抒發。



第五章 結論與討論

本研究將焦點置於閱聽人對《FHM》的觀看與解讀，其研究目的對於男性雜誌以裸露女性照片做為吸引的方式，閱聽人抱持何種看法，又產生了什麼樣的感受，進而做出何種詮釋。以閱聽人的觀看作為性別解讀差異的因素，而此性別差異又在解讀過程中產生了何種論述。以接收分析取徑以及女性主義學者對於觀看情色文本所提出的理論看法，探討性別因素對於《FHM》的詮釋差異。第五章第一節將由整體的研究發現與結論作為開端，本研究作者以更深層的觀點，整理歸納出第四章中的研究發現，以更宏觀的方式，為本研究做出整體的結論。第二節提出本研究的研究貢獻，最後說明研究限制與建議，作為本研究的結尾。

流行雜誌是大眾傳播媒介中很重要的一環，女性在大眾媒體中，尤其是男性媒體中，女性時常是作為性議題中的受害者，在大眾媒體呈現過程中，成為窺視意淫的對象。由《FHM》為例來看，由暴露女性身體所引發的關於藝術、色情、社會風俗等等的爭辯，其實都逃脫不了在父權論域中進行，男性的藝術和主流社會的審美觀，訂出一套呈現與觀賞女性的方法，男性的色情把女性身體物化為男性性慾投射的對象，父權體系中所擬訂出的秩序，則是對女星身體壓抑的表現。其實，重點不在於女性身體能不能暴露，本研究一開始即道出，女性能否在這樣的潮流下擁有自我的論述與批判意識，女性能否成為有觀看、決定能力的主體，由女性來決定自己的身體應該如何被表現，才是最重要的。

第一節 整體研究結論

一、 閱讀的動機與目的

從研究結果可發現，男女受訪者均認為，《FHM》作為一種媒體，雖然表面上作為滿足閱聽人休逸以及作為逃避的書刊，但另一方面更滿足了閱聽人的宣洩慾望以及窺視的快感，而這一種集體宣洩的出口，更代表了《FHM》所談論的，表面上看來是可集體討論的議題，而實際上卻隱含了大多數人內心的渴望。從中可發現，越接近庶民文化與情色議題的文本，更容易與閱聽人生活產生連結，經驗產生共鳴，也暗示了此種文本的接受度，其實與性別之間並無太大的差異，而顯現了大多數人對於此文本都不會特別排斥。因此《FHM》遊走於正統與庶民

的邊緣，試圖喚起大多數閱聽人心底的慾望，從逃避娛樂自我的藉口中找到出口。

此外，也可發現即使大多數無論是男女的受訪者認為，他們觀看的共通點是爲了娛樂，但仔細分別，女性觀看所獲得的樂趣與知識，與男性之間是截然不同的。女性認為這是一本用來更爲瞭解男性想法的教科書，她們會實際的運用於與異性相處的法則，並自我理出一套正確的觀念。而男性則以學習反思爲最大的收穫，同樣的獲得滿足、依賴同樣的閱讀路徑，卻造成性別之間不同的影響。

二、 閱讀的訊息解讀

《FHM》是以討論兩性關係爲主的男性雜誌，作爲一種複製既有性別意識型態的捷徑，不斷突顯男性的男子氣概爲手段，強化性別角色的區別，而在後工業時代，雜誌中所呈現出的照片，即呈現出業者與攝影師的權力所在。在這種過程中，閱聽眾其實很容易接受主流媒體中經由再現而形成的性別角色關係，

《FHM》作爲一種媒體，複製既有性別意識型態，試圖教導男性錯誤性別意識之手段。此外，從不同性別對公開討論的態度與看法可發現，男性只願意與男性共同分享閱讀的感受，女性卻樂於與異性共同討論其中較爲辛辣的議題，雖然內行運作的社會性別規範，會影響閱聽人對於自我閱讀《FHM》之性別意識，但本研究發現，女性閱聽人隨著社會整體對於性意識的態度開放，她們討論的尺度也隨之放寬。

從本研究結果也可看出，閱聽人的解讀意義之生成，對於《FHM》中女性裸像照片的闡述，除了接收分析中所談及的閱聽人個別差異的論述位置，以及詮釋情境外，更深層的意義在於，《FHM》帶給不同性別的閱聽人，一個重新對於女性裸像賦予意義的機會，無論是持正面抑或負面的看法，它的確給予閱聽人相對寬廣的空間，去看待女性裸像這件事情。此外，更重要的一點是，無論是從男女不同性別閱聽人的評價觀點，抑或觀看感受來探討，都可發覺閱聽人的詮釋意義，其實是具有浮動性的，在論述的場域中，試圖與自我的意識找到平衡點，都是與自我意識不斷相抗衡與重新採納的反芻結果。無論是被物化的女性，或者被崇拜的女神，女性的身體在《FHM》的論述中，確實佔有相當程度的影響力。亦即，閱聽人的論述意義，很重要的關鍵來自於女性身體的展現所帶來的衝擊。此種衝擊的產生，來自於與真實生活所經歷的反差而致，男女受訪者均認為，他們從未抑或甚少接觸過性感而又裸露的女性，或者，他們無法想像所有的女性都

變為此性感形象的世界。因而，此生活經歷的落差與性別觀視過程中，著重點不同所產生的反差，造成了不同性別閱聽人解讀的差異。

此外，無論是男性或女性閱聽人，他們在各自表述的時刻，時常是以另種眼光還有態度在觀看，因為，女性身體在《FHM》中修飾的過於美妙與完美，因此當他們在進行詮釋的時候，時常試圖將詮釋的意義不斷做修正，他們會站在女性的角度，或者男性的角度來告訴研究者，他們是如何看待的。因此，閱聽人是各自處於各自不同的性別角度，進行交互辯證與思考，本研究也發現，不同性別的受訪者在訪談的過程中，不願遷就於自我性別的框框理，因此他們對於女性裸像試圖做出反動的觀點，告訴研究者，他們並非如大多數人想得一樣，或者，他們接受了雜誌文本的意識型態，但此陳述的結果，都是經過受訪者自我反思的。

《FHM》呈現了某部分閱聽人想法中的客觀真實，卻也觸及到某些閱聽人不願碰觸與探討的主觀意識，閱聽人在浮動而多義的詮釋位置中，藉由文本所給予的底層慾望之描繪，也重新審視了自己的價值觀，甚或挑戰之。腥羶色或許在媒體中很常見，但在探討兩性關係的文本中，《FHM》依靠著獨特的風格，在閱聽人的虛構想像和真實生活中，也道出了許多讓人驚奇的觀點。本研究也發現，無論是男女受訪者，在訪談過程中，他們也重新真實的面對於自我的慾望，男女對於文本的接受度均高，藉由主體性的觀看位置與思考判斷，與文本進行協商。

因此，從媒體與閱聽人之間的關係來看，女性身體為《FHM》做出了雜誌的定位，也為閱聽人做出了自我閱讀的風格劃分，更為閱聽人產生了觀看之後意義之生成。從三方面的交集來看，女性裸像對於閱聽人來說，並非只有情感與視覺的存在意義，而是具有與心裡意識溝通的隱含意義，而此種心底的隱含價值，時時影響著他們論述的可能性。

三、閱讀的情緒與評價

(一) 男性閱聽人對於性別意識之強化

「喜歡乃致無法抗拒，衝突乃致心口不一」，或許這是對於男性閱聽人最佳的論述寫照，男性相較於女性受訪者來說，他們意圖表現理智、成熟，譏笑或者評論，這都是作為他們欲掩蓋某部分心裡真實想法的正當性手段，男性閱聽人喜愛觀看並且熱切、沉浸、感到興奮與被挑逗，這是男性本能的一種寫照。如果依照 Muley(1975)的觀點來看，男性事實上是具有觀看的主控性。因而，身為男性，

在閱讀的過程中就具有熱愛觀看美好女性身體的自主與偏好，但他們喜愛觀看的當下，不進行不切實際的比較與幻想，一切看似合理的男性本能，其實隱含了許多心理層面的抗拒，他們批判於媒體呈現腥羶色，卻又接受媒體的滋養；他們批判女體物化的手段，卻又接受媒體隱然而成的現象。女性被物化，對男性受訪者來說是一個不爭的事實，本研究不以單向的結果論來判斷，卻發現，男性抗拒卻又迎合，才是他們觀看的一種樂趣與掙扎。

這並非全然由單方面的男性心理因素而造成此結果，更深切的來看，整體社會環境價值觀主流媒體傳遞的概念之影響，或許才是影響他們價值判斷的因素，整體社會價值觀與道德判斷的因子，時常牽引著閱聽人進行思考的方向。像這樣刊載男性流行時尚相關資訊的「男性雜誌」就被視作女權意識高張社會中的男性避風港，對於「男性氣概」價值的界定與維持，扮演了主要傳遞與社會教化角色（轉引自Sharples, 1999; 白育珮, 2003）。而男性雜誌中的「男性氣概」雖然對女性在一般的社會眼光中產生地位反動的效果，但其實是雜誌本身的商業力驅使，必須這樣連結才能達到男性雜誌的訴求，因此男性雜誌中的性別歧視元素，仍舊對社會性別意識造成負向力量，而這樣的力量對男性來說，更加深他們對舊有性別意識的刻板印象。男性相較於女性來說，他們似乎更在意社會的眼光，因此大部分的男性受訪者將大男人意識歸類為正面、負責、有勇氣的一環，他們必須表現強勢，必須主動的追求女性，因此，他們也主動的凝視女性。

所以，對照於過去對於傳統女性主義性別研究的發現來看，男性事實上對於女性是被商品化、物化，被當成玩具這種媒體操作手法，在論述的過程中會不斷給予強化之印象，他們認同於過去傳統女性主義中對於女性的壓迫觀點，相較於女性，他們反而更為贊同傳統女性主義中認為男性媒體對於女性之不公平處。從此可知，這社會對於女性的壓迫之嚴重性，或許一方面是經由資本媒體建構之性別想像所造成的，也因此，他們在擺脫不了男性本能的凝視女性後，進而產生對女性的憐憫，假設女性被歧視、被當成玩物，因為，他們一方面維護自己男性本來原有的自尊與男子氣概，一方面卻又展現大男人氣度中所謂對女性的包容、同理心，在道德與價值層面，他們進行邊緣的抵抗，但在心底真實意識層面，卻又顯現他們的觀看女體的偏好與詮釋方式，所以對於女性是被壓迫的角色才不斷在心中予以強化。此外，本研究發現，即使男女閱聽人都因閱讀觀看而感到愉悅、開心，但是與他者的互動也會造成程度與感受上的不同，男性閱聽人與男性在一

起討論觀看的時候，情緒會來得更為激動，因為有共通的話題與相似的感受，更能融入同性在一起討論的那種被異性挑逗的氛圍。

這個社會過去給予性別的刻板印象，給予男性錯置的論述位置，相對的理性使得他們產生論述策略上的反覆與矛盾，而男性相較於女性來看，反而不斷強化了性別意識型態中，女性是被歧視的觀點。也因此產生所謂「女性是被操弄的玩物，亦是被崇拜的女神」之矛盾結果。

（二）女性閱聽人對性別意識之顛覆

女性自身的感性渾然於身，將之置於幻想與真實之間不斷交錯，她們的思維在與幻境之間的想像，和真實之間的比較不斷擺盪，這是屬於女性獨有的思考魅力，也造成她們更勇於肯定自己與裸露她者女性結果。她們一樣觀看，卻採取不同的方式，比較、競爭、幻想、贊同與反對，她們將自我位置與被觀視的她者女性互置，用想像與同理心的方式進行評論，因為自己是女性，也更懂得適當的對於女性身體的呈現，提出自我的一套論述，這並非虛構的幻想，而是與自我真實的生活經驗相互連結與比較的結果。女性的比較與讚揚是一種間接鼓勵自我的方式，用自我的美學眼光來審視女性美麗的身軀，想像自己也能化身成為性感的女性，以完美的體態或臉龐視人。

如以傳統女性主義的思維來看，似乎這世界的女性都長期處於被壓迫的狀態，色情氾濫使得女性的形象與地位盡失。但本研究發現，若換個角度來看，女性在閱讀過程中，更因此種所謂父系霸權的體制下，得出了一番新的自我驗證，她們承認女性物化手段在媒體中存在的事實，但是她們藉由另種方式來肯定自我價值的存在，她們批判於過去女性主義中將女性置於低劣的狀態，對於忽略女性在觀視過程中的主體性，其實是不贊同的，還有將女性封為女神的男性，視為一種不可置信的卑微形象，也因此更壯大了她們意圖在這主流認為女性是被壓制的社會意識中，找到另種推翻的契機。

不過，她們並非為反對而反對，而是真實的說出自我的感受，在《FHM》中，即使大部分的裸像都是為了引起男性慾望而存在，但事實上，女性明瞭這在市場中操作的機制，流行雜誌作為一種傳遞訊息的媒體，也可說是作為一種對於女性錯誤印象之載體，對於女性受訪者來說，她們雖然無法抵制大媒體環境中的惡性循環，不過她們藉由閱讀的過程中，透過詮釋的力量，以及對文本的反思，意圖拋棄傳統對女性性別的約束，轉換觀點來看，女性也覺得這是表現與展現自我

的一種方式，她們不會對裸露女性批判，而是以勇敢的態度對裸像女性做出評論。更深層的來看，即使整體社會主流價值牽絆著閱聽人，依然可以找到自我抗拒的理由與意識，在女性解讀的過程中，這依然是清晰可見的。因此她們提出另一種觀點，就是以美學的角度作為出發，以自主的方式閱讀之，討論之。

《FHM》中對於女性形象的不斷轉變，也使得女性在解讀出現了大部分支持以及少部分反對的狀態，從訪談結果也可知，女性相較於男性來看，對於性別意識是進行顛覆式的詮釋行為。也因此，對於雜誌中再現的性別意識，做出接納與推翻的觀點差異論述，男性的錯誤性別意識之認同，是這社會給予男性的性別刻板印象，而直接的做出投射行為，而女性的顛覆解讀，是面對既有社會價值之變遷與自主思考意識下的反動。

四、閱讀的獨特性

在這年代，女性應該嬌弱，應該依附於男性，似乎在《FHM》中也沒有被完全呈現。相反的，《FHM》除了在圖片的呈現外，以及少部分對於女性以物化的口吻方式撰寫，有一部份的呈現是以女性自主、女性是強悍的形象呈現，雖然有時候被男性視為，欲突顯自我其實欲彰顯脆弱的象徵，但看在女性眼裡，她們認為《FHM》中所傳達的女性形象，其實是亦弱亦強，而她們也是如此認為，這是一種在新時代下女性對自我應有形象的修正，而非完全的服膺於男性。

就本研究來看，由於女性受訪者均擁有大學程度以上的學歷，這群觀看《FHM》的女性，大多屬於具有某些反叛意識，以及自我思考習慣，對於媒體中呈現的女性形象持多元開放的觀點，不以單一性別價值意識判斷，甚或願意以開放的態度看待兩性關係的女性，在她們的成長背景所接受的性別教育與尊重，已經顯現在她們的觀點中。同樣的，男性即使深受主流媒體所灌輸的性別刻板印象之強化，以致於他們解讀出現僵化的現象，但仍加入了兩性之間相處必須包含尊重的概念，這是隨時代與各年齡層轉變之間的獨有性。

因此，本研究結果具有特殊的代表性，代表著時下 20~27 歲年輕人對於性別意識之詮釋，而此研究結果是無法於其他社會階層或不同年紀的族群相互做比擬，因為每個時代的價值觀所呈現的觀點，都具有程度不一的差異。

第二節 理論之對話與反思

從理論的基礎來看，本研究藉由 Hall(1980)所提出的接收分析之製碼／解碼 (encoding/decoding)的相關概念，以及女性主義學者 Mulvey(1975)所提出的男性窺視之視覺快感，審視本研究中所亟需重新闡述的一些發現，發現此兩種理論之觀點與本研究所欲探討的主軸有著緊密相連卻又互相可運用的關連性。

首先，我們看 Hall(1980)所提出的製碼／解碼，其理論不斷發展演變，經歷了三代的閱聽人研究之轉變，以及多位學者不斷的發展新概念和修飾，到近期探討的所謂的閱聽人的反身性(reflexivity)觀點。從過去最早的接收分析理論運用中，可以瞭解文本訊息對於閱聽人在解讀的過程中造成何種意義的詮釋方式，允許我們對於閱聽人在解讀的每一個環節甚或情境、經驗與感受之間，提出更適切的評論，一窺閱聽人主動性閱讀以及詮釋的角度，為他們的感知做出了何種陳述，以及對他們在日常生活中的行為和對消費文本的意義，做出另種可能的慾望連結。從閱聽人會主動的詮釋文本，進化到所謂的差異、多元，個體在文本之間不斷的與之做主體表面的相互辯證，以及和社會脈絡之間推論性的假設，都是閱聽人在閱讀《FHM》過程中，會不斷無形中產生的心理感之相互拉扯的結果。對於《FHM》此類文本而言，閱聽人在閱讀過程中所產生的評價意義，是經過策略性的協商、抵抗和愉悅的意義而來，並且產生了許多詮釋意義浮動的可能，這與本研究所欲探討閱聽人對於優勢意義之拆解，其實是具有適用性的。

本研究所要探討的，並非只針對於表層的閱聽人之性別解讀，其中摻雜了閱聽人主體性之閱讀意義，還有閱聽人對於自我之價值、道德定位的作用存在，讓閱聽人重新審視自我價值觀抗衡的機會。如果更進一步的從開始發展至現在 Giddens 所提出的反身性概念來看，自我反身性是一種不斷進行自我監督、自我調整的過程，閱聽人透過對於《FHM》文本專家意見與自我意見之間相互關照，進而發展自我的仰賴和認知，透過文本反覆的監督自我的意識和行動，定位自我和文本之間的和諧性，此種不斷監督和反省的過程中，其實就是一種反身性的表現。

此外，本研究採用女性主義學者 Mulvey(1975)的男性窺淫觀點作為理論之基礎，其實也為本研究帶來另一種視野與觀點的可能。從男性談起，與過去 Mulvey 提出男性主動凝視的觀點，其實與本研究探討男性觀視過程並無極大差異，而且不同性別閱聽人對於窺視的快感與集體窺視的慾望之存在都是不爭的事實，觀看

過程男女的情緒都是愉悅。主要差異在女性觀視的過程中，我們可發現，Mulvey(1975)所持的男性為凝視主體之觀點，到2005年的時候，也出現了許多反駁的聲音，認為Mulvey的大多數批評都是指責她僅僅聚焦於男性觀眾的經驗，Mulvey忽視了對女性慾望、認同和觀看的可能性的深究。以父權體系之定義來說明男性觀看者的主體位置，卻忽略了女性觀看者的觀看位置，否定了正面、愉快的女性觀看的可能性，這是Mulvey過去發表此觀點之缺失，隨時代價值觀之演變的過程下，後來的學者也提出另種理論的平衡與對話修正的方式。

本研究的發現，在於其實觀看的過程中，女性也並非完全是被壓制的觀看體，相較於過去女性在觀視過程中被壓迫、被歧視的角度，她們所提出的論述甚或比男性是更具有多元性意義的，站在閱聽人的角度來看，她們並非全盤接受於媒體中的性別意識當中，而是使用自我詮釋的方式去抵抗之，甚至嘲笑男性在《FHM》中被形塑的角色，認為女性裸像是勇敢、正面的形象，推翻過去傳統對於女性形象的壓抑態度。此外，由於本研究當中的受訪者，擁有大學以上之教育程度，接觸媒體的範圍較為廣大，所接受的價值觀點也較為新穎，對於媒體具有相對較高的識讀能力，因此他們在龐大的媒體主流意識的洪流中，相對的較有自我的主張，對於性別之間的呈現關係，會持以較開放的態度面對之，面對媒體的侵襲，也得以加以批判之。

本研究依賴女性主義學者Mulvey之研究基礎，找出與之磨合和對話的空間，其實是可以相互對照的，也就是說，在此部分，理論與本研究的發現並非完全推翻或呈現反方向，而是在某部分本研究可以藉此相互溝通進而提出更適切的解釋。過去研究女性裸露身體，以及媒體中對於女體展現、物化女性等等之議題，多以歧視、負面等字眼呈現，本研究採用女性主義學者的觀點，反而讓本研究中所發現的新觀點可以與之做一對照、比較，給予更寬廣的對話空間來探討所謂對女體窺視的契機，對於男性凝視以及觀看情緒給予相當程度的理論基礎。

而 Hall(1980)接收分析的觀點和 Mulvey (1975)的男性窺視女性的理論，其實並非全然無關係的，它們關注的都是閱聽人的心理層面，接收文本、進行協商、詮釋意義、乃至發展觀看的感受、自我陳述，其實是一系列連續的動作，並非被切割的感知行為，而閱聽人對於情色文本所理解的社會脈絡和性別之觀看態度，其實都具有相互影響之作用，也就是說，對照於男性和女性之間的本能觀看，和其社會位置、詮釋情境、觀看意義之辯駁，讓本研究可以相互的融合性別之觀看

角度和詮釋意義的過程，在理論運用的層次上更為順心。

從過去對於男性雜誌的相關研究看來，焦點關注於閱聽人本身的不在少數，但本研究中試圖用另一種以性別作為劃分界線的角度來做一區隔，參閱過去的文獻發現，男女對於文本的閱讀偏好與接收本來就有差異性，在閱讀的過程中，所思考與關注的焦點也會有所不同，而《FHM》中偏重於對女性裸像的觀看，與讀者之間互動性強，聚焦於女性身體之展現，是《FHM》文本的特殊性，這是一個很重要的誘發研究點，接著本研究作者參照過去研究對於裸像的研究，多以男性主動觀視，而女性屈就於被觀視而被動的位置，因此本研究想探討以觀看的角度出發，探討性別除了對於文本接收偏好、閱讀方式的不同之外，在男性凝視的眼光下，究竟引發了何種火花，其實兩者之間是相輔相成的，性別解讀差異和觀看眼光區別並非各說各話，也因此引發本研究做者做此研究的主要目的與意義所在。

第三節 研究貢獻

本研究結合 Hall(1980)的接收分析理論概念，以及女性主義學者 Mulvey(1975)的窺視相關理論，作為探討《FHM》閱聽人性別解讀差異之理論基礎。在此理論基礎下，本研究貢獻有以下三點：

一、突破以往雜誌研究中單一性別之研究

檢閱過去對於雜誌研究的文獻發現，多數研究者採取單一性別作為研究對象。在女性雜誌方面，多關注於女性對於女性雜誌的閱讀行為及解讀態度，或者女性雜誌之時尚編制，大多著重於文本本身的描繪以及文本分析，或者女性對女性雜誌文本之閱讀影響因素和結果，甚或女性雜誌文本中媒體對女性的再現，多著重於單一性別對單一性別文本的研究。在男性雜誌方面，則偏重於男性雜誌中對於男性的樣貌形象呈現，以及男性雜誌中對於所謂男子氣概的描繪，男性對於這樣呈現方式的解讀以及性別實踐之結果為何，或者對於男性雜誌文本的內容分析。

相較於過去之研究，本研究試圖以更寬廣的性別詮釋角度，對於不同性別的閱聽人，探討同一男性雜誌文本，究竟對他們的解讀出現何種差異與影響。表面上看似個別性別對於同一議題各自的表述，事實上則結合雙方的說法，更具體的

做出比較與交錯、結合歸納與發現，以性別論述交叉比對的方式，彌補過去大多研究只針對單一性別研究之缺憾。

二、將傳統女性主義融入新觀點

過去對於雜誌文本之研究，多關注於時尚、流行體制下的媒體產物，較少關注於像《FHM》此種介於色情與情色之文本的研究。相較於其他的研究，本研究採取的是以女性主義學者 Mulvey(1975)的男性窺視與觀看主體性之觀點，以及接收分析中閱聽人對於文本之協商、辯駁中所產生的意義，作為一種與訪談結果相互辯證的解讀研究，本研究關注於過去女性主義理論中對於閱聽人觀看之固有發現，並與本研究中之訪談結果做一對話與結合，彌補過去對於雜誌之情色文本之研究不足，並以性別之觀看解讀為主軸，試圖提出新的觀點和論述，不用傳統的女性主義觀點將研究之結果限制，融入現代社會環境與價值觀的因素，找出性別解讀中更為多元的樣貌。

三、延伸性別研究與媒體之間的關係

過去對於男性雜誌之研究文本，多偏重於流行、時尚機制的男性雜誌，抑或探討全然的色情雜誌如《花花公子》，面對不同的雜誌文本，論述與分析甚或研究方法皆有差異。因此本研究將重點置於閱聽人本身之詮釋，以《FHM》此類過去鮮少討論的情色雜誌文本，作為開創另種文本研究之可能性，並將《FHM》視為一種大媒體環境下的產物，探討性別議題與媒體再現之間的擺盪與雙元性，《FHM》中所討論之腥羶色議題，其所帶來的獨有媒體現象與文化意義，本研究都試圖從中找到個體詮釋之間可能具有的連結性，將之歸納出來，作為更切合時代脈絡下的調整研究，對過去的研究作修正，提出另一番性別媒體研究的觀點。

第四節 研究限制與建議

一、研究樣本不夠多

本研究主要著重於不同性別閱聽人對於男性雜誌之解讀差異，礙於個人能力與研究時間的限制，不免有些缺漏與未盡完善之處。由於男性雜誌女性閱讀者本來就不易徵求，加上《FHM》雜誌中所談論的議題，觸碰探討兩性關係之因素，受訪者也相對較為難以尋求，除了透過人際關係之協尋，在網路上招募也出現困

難。然而，Maxwell 認為，質性研究主要的考量並不在於推論，而是在發展一個關於這個案例的適當描述、闡釋和理論（高熏芳等譯，2001）。所以，本研究無意涵蓋所有不同性別讀者的全貌，而是希望能夠呈現部分讀者對《FHM》的詮釋、解讀與互動，並提供一些例證與經驗，以作為未來進一步相關研究探討之參考，也因為這群大學生受訪者之教育背景相似，擁有某部分共同特質，造成詮釋群體之特殊性，讓本研究對於受訪者探討可以更為聚焦。不過，本研究仍建議後續研究者，能以找到更多不同年齡、生活背景之受訪者為最佳目標，也能探討在不同生活背景下，閱聽眾的多元詮釋樣貌。

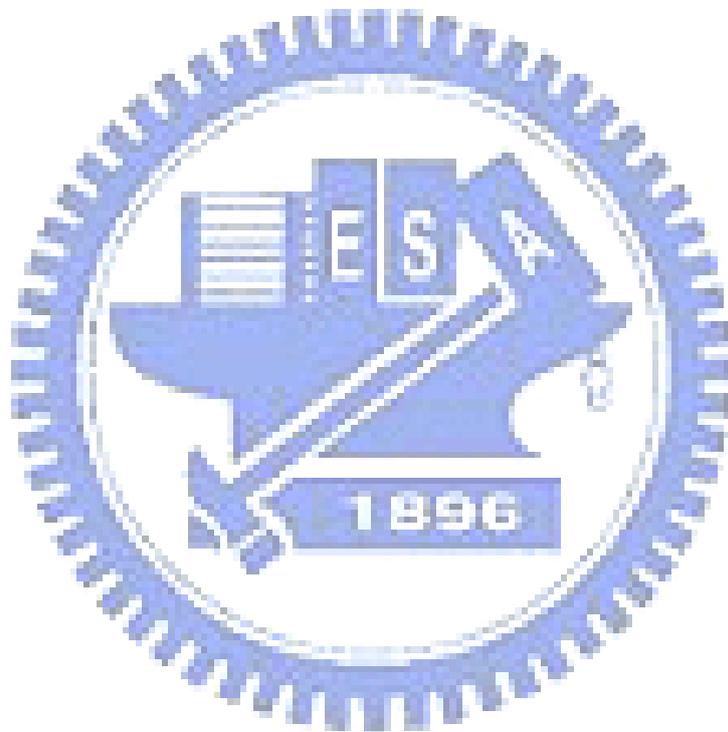
二、 受訪者對敏感性話題之迴避態度

本研究中的訪談問題中，總共分爲三大不同的面向，其中在觀看方面的問題，較多涉及個人的觀看經驗、偏好、意見、感受，在這部分的問題中，無論男女不同性別的受訪者，均出現了程度不一的隱瞞情況，這對於質性研究中欲從受訪者之言談、神情中，從中描繪刻畫更深層的意義，確實出現某部分的障礙。大部分的受訪者對於個人隱私或者性議題方面的態度，都會趨於迴避，需要藉助研究者引導性的問話以及提醒，才能讓受訪者敞開心胸的暢談，本研究已經盡力與受訪者之間培養問答默契，並以輕鬆的態度與氛圍與之交談，在面對男性受訪者時，也會告訴他不要在意受訪者本身是女性這件事情，使用任何詞語的描繪均可。

不過，即使研究者以引導的方式與之對談，但從研究者與受訪者之間的互動，以及受訪者的神情話語看來，受訪者對於較為敏感的話題仍會某部分的趨於迴避，或者無法深刻的描述，這是本研究中較為無法突破的問題。因此可建議後續研究者，在訪談前先與受訪者建立友誼關係，可以在受訪過程中有助於雙方之間的信任感與熟悉感，受訪者也不會因為研究問題觸及較為私密的感受，而羞於回答出真實的意見。

最後，本研究之後續建議，希望以產製面作為研究面向之延伸，Kellner(1995: 8)曾經指出，文化研究應包含：文化的政治經濟與產製、文化文本與閱聽人接收三個部分，但由於欠缺進入產製面研究之管道與方式。因此，經由研究者考量與時間因素緊迫的考慮下，選擇了以閱聽人之解讀作為研究主軸。所以研究者對於男性雜誌的產製面仍有概括討論上的侷限因素。不過，媒體本身是一種再現的過程，在商業機制的考量下，媒體所有權的壟斷和集中趨勢，造成媒體和閱聽眾之

間的異化現象越益嚴重。所以，媒體內容的生產，以及編輯室門檻的操作下，產製面的討論與運作方式所造成的影響，其實很值得後續的研究者，對男性雜誌做編輯室的產製文化分析，試圖訪談接觸編輯室內的採訪流程與編輯想法和執行方式，做進一步的研究與探索。



參考文獻

一、 中文部份

刁筱華譯（1996）。《女性主義思潮》。臺北：時報。〈原書：Tong, R. [1992] .
Feminist thought: A comprehensive introduction. London: Routledge〉

王仕圖、吳慧敏（2003）。〈深度訪談與案例演練〉，齊力、林本炫編，《質性
研究方法與資料分析》，95-113。嘉義：南華社教所。

王智立、江雅琳（2004）。〈品牌形象及生活型態影響男性時尚雜誌消費行為之
研究〉，《傳播管理學刊》，5(1)。

呂姿雯（2003）。《女性雜誌讀者之閱讀行為 愛情態度及其解讀型態之研究—
以女性雜誌中兩性互動論述為例》。中國文化大學新聞研究所碩士論文。

白育珮（2004）。《時尚雜誌中的性別角色區隔---男性雜誌與女性雜誌之比較》。
國立政治大學社會學研究所碩士論文。

古斌（2006）。〈從男性雜誌看香港成年男性的再現〉，上網日期：2008年11
月5日，取自
<http://hk.geocities.com/mondaniel/MCS/01Article-ManMagazine.htm>

李建興（2006）。〈型男搶鋒頭 男性消費力站起來〉，《今周刊》，512。

李佳珊（2008）。〈男人幫藉跨年派對和夜店 大打品牌廣告和多元行銷策略〉，
《動腦雜誌》，381。

李文吉譯（1999）。《攝影的哲學思考》，臺北：遠流。〈原文：Vilém Flusser [1984] ,
Towards of philosophy of photography. 〉

男人幫雜誌(FHM)網站，上網日期：2008年9月5日，取自<http://www.fhm.com.tw/>

吳莉君譯(2005)。《觀看的方式》，臺北：麥田。〈原書：Berger, J. [1993] .
Ways of seeing. London : British Broadcasting Corporation.〉

吳芝儀、李奉儒譯(1995)。《質的評鑑與研究》，臺北：桂冠。〈原書：Patton,
M. Q. [1990] . Qualitative evaluation and research methods. Newbury Park,
Calif. : Sage Publications.〉

吳珮慈(2006)。《司芬克斯之謎》，《女性。影像。書：從女性影展看女性影
像之再現》。臺北：書林。

吳瓊編(2005)。克里斯蒂安·麥茨(Christian Metz)、吉爾·德勒茲(Gilles Deleuze)
著。《凝視的快感：電影文本的精神分析》，1-24。北京：中國人民大學出
版社。

何春蕤(1996)。〈色情與女／性能動主體〉，《中外文學》，25: 4。臺北。

何春蕤(2002, 12月)。〈色情文化與情色文化〉，「高雄遠距教學文化會議」。

林芳玫(1996)。《女性與媒體再現：女性主義與社會建構論的觀點》。臺北：巨
流。

林秀麗、黃麗珍譯(2000)，《性與身體的解構》。韋伯文化事業出版社。〈原
書：Harding, J. [1992] . Sex acts: Practices of femininity and masculinity.
London ; Thousand Oaks, Calif.: Sage.〉

林寶元譯(1989)。〈視覺快感與敘事電影〉，《電影欣賞》，42: 21-31。

林金定、嚴嘉楓、陳美花(2005)。〈質性研究方法：訪談模式與實施步驟分析〉，
《身心障礙研究》，13(2)。

- 林靖鈞（2007）。閱讀《Cheers》—女性閱聽人主體的探究。國立高雄師範大學性別教育研究所碩士論文。
- 林芳玫（1996）。《女性與媒體再現：女性主義與社會建構論的觀點》，台北市：巨流。
- 林芳玫（1999）。《色情研究：從言論自由到符號擬象》，臺北：女書文化。
- 林育如（2007）。《「販賣玩美」：女性身體意象於影像藝術表現之創作》。高雄師範大學視覺設計系碩士論文。
- 胡幼慧、姚美華（1996）。〈一些質性方法上的思考〉，胡幼慧主編，《質性研究》。臺北：巨流。
- 洪瑞璘（2007）。〈英國男人幫雜誌 改版捲土重來〉，《動腦雜誌》，376。
- 高熏芳、林盈助、王向葵譯（2001）。J. A. Maxwell 著。質化研究設計：一種互動取向的方法(Qualitative research design: an interactive approach)。臺北：心理。
- 翁秀琪（2004）。《大眾傳播理論與實證》，臺北：三民書局。
- 陳昭如（2000）。〈在眾聲喧嘩中堅持自己的聲音：Vogue、GQ 國際中文版的行銷經驗〉，《廣告雜誌》，113，114-116。
- 陳明珠（2006）。《身體傳播：一個女性身體論述的研究實踐》。臺北：五南。
- 許蕙千、朱若慈（2007）。〈主動閱聽人的實踐—以破報讀者為例〉，「2007 中華傳播學會研討會」，台北縣淡水。
- 郭良文、林素甘（2001）。〈質化與量化研究方法之比較分析〉，《資訊傳播與

圖書館學》，7(4)，1-13。

黃翰荻譯（1997）。《論攝影》，臺北：唐山。〈原文：Susan S. [1977] . On photography.〉

黃海榮（2007）。〈「男性凝視」與色情〉，《文化研究@嶺南》，6。

甯應斌、何春蕤編（2008）。《色情無價：認真看待色情》。中壢：國立中央大學性別研究所。

張弘明（2005）。《台灣男性時尚雜誌廣告與男性外貌形象研究》。輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。

張玉佩（2004）。〈閱聽人概念的探索：從網路經驗出發〉，《中華傳播學刊》，5: 37-72。

張錦華（2002）。〈從 Pierre Bourdieu 的文化社會學看閱聽人主體／結構辯證關係的研究〉，《傳播文化》，9: 61-105。

張錦華、劉容玫譯（2001）。《女性主義媒體研究》。臺北：遠流。〈原文：Zoonen, L. [1994] . Feminist media studies. Sage Publications Ltd〉。

張嘉芬、曾佩玟、巫崇嘉（2007年5月）。〈潘慧如全裸徵金主〉，《時報周刊》，1527。

馮建三譯（1995）。《電視，觀眾與文化研究》，臺北：遠流。〈原書 Morley, D. [1980] . Television, audiences cultural studies. London and New York: Routledge.〉

楊維倫（2003）。《情境脈絡與日劇迷的收視經驗》。世新大學傳播研究所碩士論文。

廖炳惠（1989）。〈女性與颱風—管窺侯孝賢的「戀戀風塵」〉，《中外文學》，17(10)。

廖玉芳（2004）。《凝視身體—女性身體的變貌與潛藏意義》。臺灣師範大學碩士論文。

鄧正健、司徒楚瑩，〈解讀女性裸像攝影的性慾政治：以《花花公子》玩伴女郎為例〉，上網日期：2008年12月5日，取自
<http://blog.yam.com/iamchingkin/article/5227258>。

蔡姿蓉（2003）。〈從 Men's Uno 探究青少男次文化對於成人社會的顛覆、緩和與融合〉，《傳播與管理研究》，2(2): 175-207。

翟本瑞（2000）。〈網路色情與虛擬性愛：自由與管制的難題〉，《教育與社會》，9: 167-196。嘉義：南華社會所。

賴守正（1997a）。〈情色／色情文學／政治〉。《第六屆英美文學研討會論文集》。臺北：書林出版社。

搜狐網中華讀書報，上網日期：2008年11月15日，取自
<http://www.people.com.cn/BIG5/14738/14755/21670/2014762.html>

謝臥龍（2001）。〈解讀凝視與偷窺下的性別關係〉，「全國婦女國是會議」。

二、英文部分

Alasuutari, P. (1999). Introduction: Three phases of reception studies. *Rethinking the media audience*. pp. 1-21. London: Sage.

Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998). Changing audience: Changing paradigms of research. *Audience: A sociological theory of performance and imagination*. Chapter 1, pp. 15-38. London: Sage

- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge
- Bal, M. (2003). Visual essentialism. *Journal of Visual Culture*, 2 (1), 5-32.
- Becker, K. (2006). *Visual cultures of journalism*. International Communication Association Annual Meeting. Dresden, Germany.
- Clark, K. (1972). *The nude: A study in ideal form*. Princeton University Press.
- Caroline, R. (1989). *Feminism and the contradictions of oppression*. London: Routledge.
- Dwyer, S. (1995). Characterizing pornography. in S. Dwyer, ed., *The problem of pornography*. Belmont, CA.: Wadsworth.
- Einsiedel, E. F. (1988). The British, Canadian, and U.S. Pornography Commissions and their use of social science research. *Journal of Communication* 38(2), 108-121.
- Fiske, J. (1987). Gendered television: Masculinity. *Television Culture*, pp. 179-197. London and New York: Methuen.
- Fiske, J. (1989). *Understanding popular culture*. London. Unwin Hyman Ltd.
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Cambridge , UK: Polity Press.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall et al.(Eds). *Culture, media, language*. pp.128-139. London: Hutchinson.
- Hall, S. (1990). *Cultural identity and diaspora*, in Rutherford.
- Höijer, B.(1998). “Social psychological perspectives in reception analysis” , in

R.Dickinson, R. Harindranath, O. Linné (eds). *Approaches to audiences*,
London: Arnold.

Helen, W. (2005). Texting the subject women, television, and modern self-reflexivity.
The Communication Review, 8 (2), 115-135.

Kellner, D. (1995). Cultural studies, multiculturalism and media culture. In G. Dines
& J. M. Humez (Eds.), *Gender, race and class in media: A text-reader*, pp. 5-17.
Thousand Oaks, California: Sage.

Lindlof, T. (1995). *Qualitative communication research methods*. London: Sage.

Longino, H. E. (1995). Pornography, oppression, and freedom: A closer look. in S.
Dwyer,(ed)., *The problem of pornography*. Belmont, CA.: Wadsworth.

Lidia, C. (1998). *Female stories, female bodies: Narrative, identity, and
representation*. pp.54-78. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan
Press.

Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6-18.

Mulvey, L. (1989). *Visual and other pleasures*. Bloomington: Indiana University
Press.

Nead, L. (1992). *The female nude: Art, obscenity, and sexuality*. New York:
Routledge.

Patrick, D. (2005). Fielding the study of reception: Notes on "Negotiation" for global
media studies. *Popular Communication*, 3(3), 167-180.

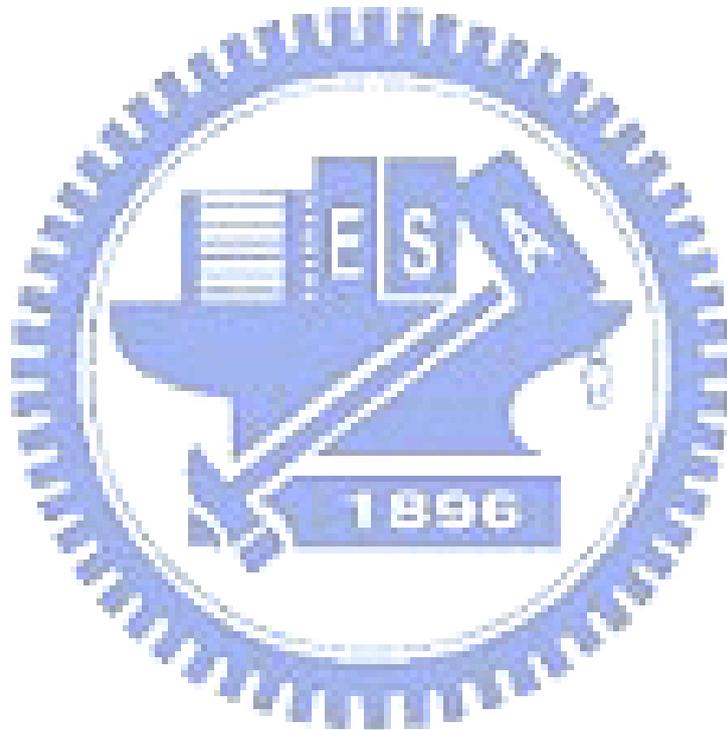
Rubin, H, J. & Rubin, I. S. (1995). *Qualitative interviewing: The art of hearing data*.
Thousand Oaks, CA: Sage.

Rinehart, S.T. (1992). *Gender consciousness and politics*. London: Routledge.

Steinem, D. (1995). Erotica and pornography: A clear and present difference. in S. Dwyer, ed., *The problem of pornography*. Belmont, CA.: Wadsworth.

Sharples, J. (1999). Are contemporary men's magazines a progressive force in Society?. *Media, Gender & Identity*. The Institute of Communications Studies. University of Leeds, UK.

Schneider V. , Cockcroft K., Hook D. (2008). The fallible phallus: A discourse analysis of male sexuality in a south african men's interest magazine. *South Africa Journal of Psychology*, 38(1), 136-151.



附錄一

訪談大綱

一、「男人幫」雜誌讀者之閱讀動機與定位

6. 是在什麼情況之下開始接觸《FHM》的？
7. 為何想要閱讀《FHM》？
8. 閱讀《FHM》雜誌多久了？取得《FHM》的管道為何？（租書、購買、去餐廳吃飯時看、跟同學借閱？）
9. 覺得《FHM》和一般的男性雜誌有什麼不同？
10. 在你／妳的想法中，對「男人幫」的定位為何？為什麼會有這樣的看法？

二、「男人幫」讀者的自我意識

8. 觀看《FHM》時，會讓人知道或者發現嗎？
9. 會想與異性分享或者討論《FHM》的內容嗎？討論的情況與內容為何？
10. 認為大部分的人對《FHM》持怎樣的看法？
11. 周遭的人對於你／妳閱讀《FHM》，有什麼樣的看法？
12. 覺得《FHM》雜誌中所呈現的兩性議題，代表了何種形象？認同這樣的呈現方式嗎？
13. 喜歡《FHM》中的用字遣詞、圖片的呈現方式嗎？
14. 從閱讀中，會感覺愉悅、滿足或者低潮、低落嗎？為什麼？

三、「男人幫」雜誌讀者如何看待其中的兩性關係

（一）標題

4. 對於《FHM》中所下的標題感受為何？
5. 《FHM》的標題呈現方式，覺得是以男生或者女生的喜好去下？為什麼？
6. 《FHM》雜誌標題，會不會影響看該篇內文的吸引力？
7. 認同或喜歡《FHM》雜誌中所下的標題嗎？
8. 《FHM》中的標題和你／妳的觀點（道德、價值觀）有哪些相似或者不同的地方？
9. 用詞語形容女性在標題中所扮演的角色？

（二）圖片

1. 覺得封面圖片對於《FHM》的意義是什麼？
2. 最喜歡哪種類型的封面圖片？

3. 哪種封面圖片最會引發你／妳購買或者閱讀的動機？
4. 觀看《FHM》的女性圖片時，內心感受為何？請詳加描述？
5. 《FHM》的圖片呈現方式，覺得是以男生或者女生的喜好去拍的？為什麼？
6. 喜歡或者認同《FHM》的女性圖片嗎？
7. 觀看這些圖片時，對這個圖片中的女性想法為何？
8. 覺得這些圖片所呈現的女性形象為何？
9. 對於圖片中的女性拍照的動作或神情，你的感受為何？
10. 相較於周遭女性朋友的特質，和這些圖片中女性所呈現的形象有哪些不同？
11. 《FHM》中不同類型的女性特質圖片，最喜歡哪一種？
12. 在《FHM》中，拍攝男性和女性的照片，感覺有何不同？
13. 如果雜誌中的圖片中，出現男性與女性一起搭配拍照，會先注意那個人？
14. 如果圖片中的男性與女性在照片中有親密的互動與拍照姿勢，會幻想成為當中的男性（女性）嗎？
15. 喜歡被拍攝的女性看著鏡頭，或者是不看鏡頭的照片？為什麼？
16. 觀看時是否會拿自己的（女友的）身體與圖片中的女星做比較？做何種比較？

（三）內文

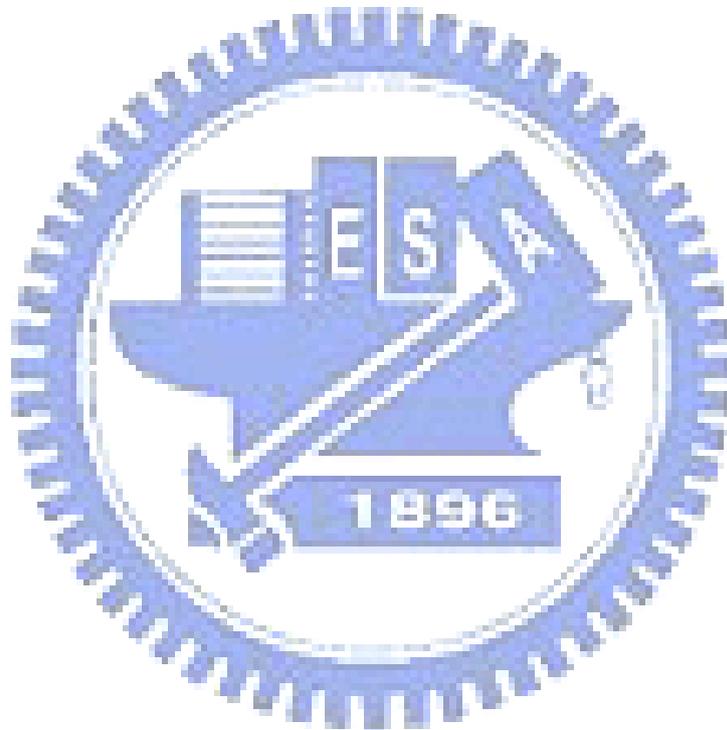
1. 《FHM》中最喜歡哪一個單元的內文？最不喜歡那一個單元的內文？
2. 《FHM》的內文呈現或描繪方式，覺得是以男生或者女生的喜好去描述？為什麼？
3. 認同或喜歡閱讀《FHM》中內文所談論的議題嗎？哪種議題類型是你最喜歡的？
4. 《FHM》的內文所談論的，與你／妳個人親身經驗之間是否具有相似感？
5. 如果內文與個人的經驗產生關聯，你／妳對於《FHM》所談論的內容是否更為相信？或者根本不相信？
6. 請用一些話語形容，覺得內文的女性形象是怎樣表現的？
7. 對於這樣內文的女性刻畫方式，有何感覺？
8. 對於這樣的女性或者兩性關係描繪方式，與你／妳自己本身和異性的相處情況，有什麼樣的相同或不同？
9. 現實生活中，認為男生應該如何表現才稱為男生？而女生又如何表現才稱為

女生？

10. 呈上，在《FHM》兩性議題的主題中，男生和女生在內文中所各自扮演的角色，與你／妳對男女生的應有表現有何不同？

四、個人基本資料

1. 教育程度
2. 職業
3. 年齡
4. 性別
5. 平均月收入與可支配所得



附錄二
《FHM》封面



FHM 男人幫國際中文版 2月號/2009 第104期



FHM 男人幫國際中文版 11月號/2008 第101期

附錄三

2008年《FHM》「年度百大美女選拔」前三名



第一名 林志玲，性感無人能比，登上冠軍。



第二名 歌壇小天后蔡依林載歌載舞，是許多男粉絲心中的性感對象。



第三名 梅根福克斯