

通識：媒體識讀

報告二

外文四B

971022 陳瑛祥

這兩周的上課內容是教我們判別媒體中的性別刻板印象、與台灣媒體系統的運作。兩位教授皆以或開放問答、或展現幽默，帶我們在短短兩小時內即能大致理解這兩大專有名詞與概念。

在「廣告中的性別再現」裡，中山大學的蕭蘋老師解析媒體中的性別刻板印象。為什麼要在廣告中研究性別角色？原來理由很簡單，因為廣告是一地文化與價值觀的風向球。它們會小心調查、判斷多數觀眾的口味或思想，好做出最能引起共鳴、最具市場吸引力的廣告。因此，以廣告為對象研究台灣社會的性別刻板印象如何被媒體重現出來，是可靠的。同時，老師也順帶澄清了天生的性別與後天認知的性別的定義：我們對性別的認知是來自成長中的不斷教育，從社會和文化中慢慢建立的。於是男生多被要求堅強、理智、具侵略性與領導力；女性則被期待溫柔乖順、擅長溝通協調。而由於社會長久以來對兩性就是有一套既定的信念，廣告業者察覺了這個，於是乎，在製作廣告時自然就忠實——甚至加油添醋地——再現出兩種截然不同的性別形象。蕭老師比較偏重女性的部分，因為她說這研究主要就是在針對女性刻板角色探討，探討女性比較明顯被物化、且矮人一截的現象；並探究觀眾被廣告的宣傳影響、強化刻板印象的惡性循環。

身為女性，自認已很關注兩性平等議題；在上這堂課前就已非常喜歡注意各種疑為貶低女性的言行、或是媒體平台上有看輕女性之疑慮的文字等，時不時會跳出來反駁對方；但，如不是經過做過專業研究的蕭老師詳細引導，很多種從小看到大的女性相關廣告還是真的不易一下子看出來對女性的剝削、不尊重之處。我如此注重性平問題，卻還是有疏忽的相關訊息；這或許足以顯示廣告對人們觀念強大的影響力吧。蕭教授先引導我們發現很多習以為常的廣告中的問題點，再輔以專家 Erving Goffman 的研究結果告訴我們廣告性別再現的常用手法，令我們清楚意識到一個很常見的鏡頭也可能是經過扭曲才來的，如此令我們對於廣告向我們宣揚或暗示的價值觀更警覺，更不易被牽著鼻子走。過程中，老師慢慢展示大量素材，但不立刻公布如何分析，而是希望我們先動腦觀察、發言，再慢慢從旁指引；我相當喜歡這樣的方式。這令我們發現我們是可以靠自己的頭腦慢慢察覺、並指出各則廣告問題所在的；如此授課內容也令人印象更深更久。這位教授真的很會帶課呢！

接下來的課程則是來自交通大學的魏玠老師，帶我們快速了解台灣媒體的弊病和運作模式。這堂課很像在玩偵探遊戲；老師簡單指出台灣媒體沉淪的問題後，一層一層用許許多多環環相扣的問題，抽絲剝繭，用邏輯排除各種可能後逐



漸逼近最可能的癥結點。我們都知道現在記者的播報內容越報越誇張，錯誤百出，新聞已經嚴重娛樂化、商業化、去專業化，以及格局越來越小。我們也喜歡在聊天時或網路平台上嘲笑記者腦包。但我們卻甚少再往下思考：這種現象到底怎麼來的？也更少思考與提出任何有建設性的意見。魏均教授此次來，是帶我們進行一次腦部體操，一起聚精會神好好想想問題的起因與如何才能改善。於是他從最簡單的前線砲灰：記者，開始講起。然後我們很快就知道主因不會是記者了，他們最底層受制最多的怎麼可能會是唯一且主要的原因？只不過與我們觀眾最接近的階級就是記者，他們非出於自願呈現三流新聞才會引起不明究理的我們拿他們當作方便攻擊的標靶。再往上移一層，發現主管與主播也是受制上司，也有所無奈；而他們的老闆則經常反問有意見的人：「要顧品質，可，但錢在哪兒？」。我們開始轉換探究方向，從收視與觀眾審視。我們能說是收視率決定一切嗎？但其實在有限的節目種類選項之下，觀眾勉強依直覺與人性做出的選擇依然不能算作觀眾真正的喜好，故也不算觀眾「主導」了收視率、節目內容。那麼是要求以最低成本求最大利潤的商業機制錯了？也不盡然。哪個國家不知道要節省成本追求最大收入？但有幾個國家的媒體像台灣一樣亂？最後我們追到「政治經濟結構」這裡來。老師說這不是好理解的東西，只能盡量在兩堂課內舉多點例子帶我們認識。我感覺大概是指一國之政治風格或社會民情與某個經濟體制的特色互相影響、最後培養出的該國的基本運作方式吧。老師點出幾個問題：台灣政府不夠嚴格管制媒體的經營牌照、政府數年前開始利用媒體炒弄選情、台灣媒體沒有負起產業帶來的外部成本的觀念、台灣人事事講究開方便、經營任何東西都要講速效，故只想直接抓住最原始又容易操控的人性直覺好用來吸引收視率，而不願耐性培養觀眾習於收看複雜但有營養的國際新聞、濫發證照致百家爭鳴的媒體為了求生存，全都使用最殺雞取卵最暴力的偷吃步，鎮日播送色腥煽或有趣又易懂但一點都不重要的新聞——以上如此多的措施和心態終於在近年引發媒體沉淪、觀眾單純的後果。

這整堂課跟著老師峰迴路轉的檢討下來，我除了更加了解台媒各種問題的各種原因外，更起了個想法：揠苗助長、殺雞取卵的心態可能導致混亂瘋狂的結果。假使政府能總是謹記媒體的真正功能為何、放棄依賴媒體做不實宣傳，就不用一直睜一眼閉一眼放任媒體胡亂滋長了。而如果當初從事媒體業的元老們擁有更健全的觀念，願意負起企業責任，甚至是不一窩蜂的以符合人性為目的製作節目、只顧一時衝高收視率，不管之後隨之而來的五感疲乏、腦筋麻木的問題，殘害觀眾身心；沒有這種短視近利的心態，現在各種光怪陸離的台媒亂象會天天上演嗎？而較底層的媒體人與我們觀眾也非全無責任。梭羅在他的「公民不服從」一文指出，就算只是腦袋放空蒙蔽良心默默盲從潮流而活，也是不應該。也是社會問題的幫兇。觀眾其實能做到自主控制、拒絕接收劣質重口味節目；立志要當記者的學子做好出社會就是嚴守播報品質否則寧可念起他科系的覺悟；媒體基層人員可以團結起來抵制向錢看的老闆，堅持保護自己的職業道德，甚至可以另起

爐灶。這些是我個人的一些想法：即使沒權沒勢，人們還是可以積極尋找各種微小但至少具有正面意義的行動，一起終止這場主要由貪婪而致的各種偷懶行為彼此影響、強化、互為因果的循環。

在這學期媒體的識讀課程裡，我們有幸請來各大校各種專業領域的老師，每周一次從各種新鮮的角度剖析、認識媒體，收穫實在非常豐厚。非常慶幸當初決定在畢業前選擇了這門課程，讓自己更能擁有獨立的一套思考判斷能力，看破媒體各種積弊已久的問題。

