

A +

東海大學通識課程學術講座心得報告 (二)

工設系 U100023 陳忻

這兩次的演講內容分別是關於媒體中的性別問題和通過政治經濟學的原理來解釋臺灣的媒體為什麼這麼糟糕。

性別問題一直是一個重要卻常被忽略的問題。由於男女性生來具有的特質，使得我們往往默認女性就是柔弱的代表，男性就是剛強的象徵。但在很多媒體廣告上，商家過分的貶低了女性的能力，將其視為供人欣賞的花瓶。本來柔弱美麗是女性的一種優勢，符合生物的本能，卻被商家描繪成了無能、依附男人生存、只是男性的掌上玩物這些具有性別歧視內涵的宣傳廣告。讓我印象最深刻的就是林志玲的那一則廣告，鏡頭跟著腳，往上走，最後到達臉部。這讓我產生疑問，這種滿足男性眼欲的女體觀摩于產品來說有何意義？即便為女生展示出喝了他們的東西就能擁有這樣的身材，也顯得沒有說服力甚至弱智至極。

無論是東西方，都會出現同樣的性別歧視問題，但是我認為西方的媒體做的內容算是較為中性的，畢竟他們男女平等的意識比較強烈。但在東方，尤其是日本、台灣或中國大陸，我認為廣告中肆意出現的女性歧視問題是蠻嚴重的。關於其中一則台灣汽車廣告，我也與老師同感，其中表現出女性沒有權利追求自己所愛，只能小心翼翼的保護自己在家庭中的地位以及丈夫對自己的愛，並且擔驚受怕自己的位置被搶走，我感到疑慮的是難道現實當中女人都沒有能力奠定自己的地位只能這麼小心翼翼、自損尊嚴的么？這是在宣揚一種太過於傳統迂腐的普世價值，大大否定了女性在社會中的驚人的創造力。

而性別歧視問題在媒體中出現的程度也有所不同，有些媒體犯錯明顯，而有些媒體的內容卻顯得不那麼容易被發現。這一類常常是或有或無的塑造了女性應有的一般職位，例如家庭主婦，公司小職員或經理的小助理，(大量類型相同的偶像劇《便利貼女孩》《小資女孩向前沖》《半熟戀人》) 久而久之人們耳濡目染，產生了固定思維，即女性就是應該干哪些職務，甚至女性自己都會限制自己的發展方向，不能放開手腳的去做自己熱愛的事業。在這個方面上，不求這些信息全部消失，但求平衡女性職務的各種可能性，而不是總是重複同種類型，讓觀眾產生固定的價值觀。

關於女性歧視，我也認為不應該過激批判，很多情況下，我們還是要尊重自然賦予我們的本性，既然女性擁有男性所不及的曲綫與美麗，我們就應該大方的展示出來并加以利用，這也不妨礙女性發展各方面能力。只是不能將這些生物本能定義為女性或男性所擁有的全部。

來自新聞傳播科系的教授，通過政治經濟學原理，帶著我們把媒體環境抽絲剝繭般分析了一遍。從各個不同的組成元素中去看媒體界的癥結。本以為他最後的結論會是推導出觀眾才是最大的問題，但恰恰相反，他並沒有做出這樣簡單的結論，這也讓大家感受到，這麼巨大的社會問題，並不是可以這麼簡單的歸咎到誰頭上的。每一個環節，從記者，到主管，到老闆，到整個公司，到媒體競爭環境，再到收視觀眾，每一個組成媒體生態系統的層級之間都是環環相扣，互相影響的。

引起媒體生態系統惡化的原因也非常的多，在共產的政治體制下也許比較好控制媒體質量，但在資本主義社會，市場生態是生機勃勃的，但每個公司自謀錢路這麼一個背景下，也容易產生惡性競爭的。

在沒有第三隻手的調控下，這樣的生態系統就要靠系統本身來調和而達到一個平衡狀態。當大家都能意識到問題存在時，身在每個層級的人們都應該有所作為。而我們現在的身份可能是媒體的閱聽人，能做到的不僅僅是“轉檯”而已，更應該“抗爭”，對於有問題的東西，我們應該發出聲音。而即將畢業的媒體科系學生，要保持住職業精神，帶著改革創新信心去做媒體工作。公司老闆也應該有覺悟，為了自己生活的媒體生態圈，如果能暫時放下收視率，調整媒體質量，坐等幾年，整個媒體生態圈應該會有轉好的可能性。

這些都是我們可以努力做到的，希望不久的將來，可以看到台灣媒體生態的好轉。