

研究論文

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析：以Vieso拒男客試女褲事件為例

吳翠松

摘要

近來各國陸續發生涉及性/別消費糾紛所造成的抗議事件，像2013年美國某蛋糕店以宗教信仰為由，拒絕為同志伴侶製作結婚蛋糕遭提告。這些看似細小的日常衝突事件，卻是重要的性平與人權爭霸場域。當事人爭議的不是蛋糕內容或價格，而是店家有無權利拒絕特定族群消費。

本研究選擇發生在2016年10月Vieso拒男客試女褲事件為研究對象，研究者想了解在性平教育推動十餘年後的台灣，民眾對於類似消費爭議事件的看法及其背後意識形態。

在本研究中我們抽取《蘋果日報》和目前台灣使用人次最多的電子佈告欄平台批踢踢(PTT)相關留言作為樣本。在刪除重複及無關留言後，共取得645個有效留言進行內容與論述分析。

吳翠松，台灣聯合大學客家語言與傳播研究所教授。研究興趣：性別與媒體、言說分析、媒介生態學、文化研究、傳播心理學、客家研究。電郵：tswu@nuu.edu.tw

論文投稿日期：2019年7月3日。論文接受日期：2020年1月30日。

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

結果發現，網民對此事件主要看法有二：一是「應統一對待，不能因性別而異，不然就是歧視」；二是「店家有權決定自己政策」。進一步分析發現，有三種主要的意識形態在媒體領域競爭。即「平權論述」、「管理論述」和「男女有別」論述。

關鍵詞：男性研究、性/別消費糾紛、性/別意識形態、服裝反抗行動、性/別平權

Research Article

A Sex/Gender Ideological Discourse Analysis of Resistance in Contemporary Taiwan: Case Study of a Male Customer's Request to Try on Wide-Leg Pants, Which Was Declined at Vieso

Tsui-Sung WU

Abstract

In recent years, protests in response to gender-related consumer disputes have occurred in several countries. For example, in 2013, the manager of a cake shop in the US was accused of discrimination because he refused to make wedding cakes for a same-sex couple based on his religious beliefs. Although such events seem to be negligible, they are significant in the struggle for gender equality and human rights. Advocates of gender equality and human rights did not fight for the content or price of the cake but whether the manager had the right to refuse to serve particular customers in the cake shop. This study focused on an event that occurred in October 2016 when the woman's clothing store Vieso refused the request of male customers to try on wide-leg pants. The researcher tried to understand the audience's opinions about this event and the ideology that underlay them. To obtain the study samples, we extracted the audience's comments on this event from *Apple Daily* and PTT. After duplicate and unrelated comments were deleted, 645 valid comments were obtained, and the researcher conducted content and discourse analyses on them. The results

Tsui-Sung WU (Professor). Institute of Hakka Language and Communication, National United University, Taiwan. Research interests: gender and media, discourse analysis, media ecology, culture study, gender study, communication psychology, Hakka study.

Communication and Society, 56 (2021)

revealed that the audience made two main comments on this event. One was “customers should be treated uniformly, no matter of gender, or it is discrimination.” The other was “stores have the right to decide their own management policies.” A further analysis revealed three main ideologies in the media field: discourse on equal rights; discourse on management discourse; and discourse on differences between males and females.

Keywords: gender/sex equality, dress resistance action, gender/sex ideology, gender-related consumer disputes, men’s studies

Citation of this article: Wu, T.-S. (2021). A sex/gender ideological discourse analysis of resistance in contemporary Taiwan: Case study of a male customer’s request to try on wide-leg pants, which was declined at Vieso. *Communication and Society*, 56, 161–193.

致謝

作者感謝期刊匿名審查人與編輯委員會提供的寶貴意見。同時感謝台灣科技部（編號 107-2410-H-239-005）的補助。

研究動機與目的

2016年10月2日晚間，一名女性顧客向服裝店Vieso粉絲專頁（後簡稱粉專）投訴抗議，她向男友推薦該牌女寬褲，男友購買時卻被告知「女生褲子不給男生試穿」，讓她相當憤怒。對此小編在粉專上解釋拒絕理由為「男生在小便之後因為不需要擦拭，所以常常內褲上面有尿痕的問題（這個部分我們都有求證過），在這個前提之下，女生顧客非常在意被男性顧客試穿過後的商品」。

「尿痕」說一出，立刻引爆正反意見網友論戰，Vieso粉專上湧入大量抗議店家涉及「歧視」的留言。第二天台灣不少新聞媒體也報導此一消息，新聞下的留言板和BBS上網友激烈辯論。

這種涉及性/別消費糾紛所造成的抗議事件，近年來在世界各國亦陸續發生。像是2014年位於英國北愛爾蘭的一家糕餅店因信仰基督教的店主拒絕製作刻有支持同性婚姻口號的蛋糕，遭到對方以歧視為由提告（李靖堂，2018年10月11日）。2013年美國奧勒岡州蛋糕店以「同性戀受天主厭惡」為由，拒絕為女同志伴侶製作結婚蛋糕，亦遭被拒者提告（轉角說，2018年6月5日）。

這些看似細小的日常消費衝突事件，實際卻是重要的性平與人權爭霸場域，以上述兩個國外事件為例，當事人爭議的不是蛋糕的內容或價格，而是店家有無權利以自身理由，拒絕特定族群消費商品。因為對提告人而言，它代表的不是單一個人被拒，而是整個族群的被拒。

而雙方當事人也耗費了超乎想像的時間和金錢，只為爭取自認應得的權利。像是英國北愛爾蘭事件，整個訴訟耗時長達四年，歷經一、二審及最高法院。光是打官司，英國性平會就燒掉了公眾約15萬英鎊稅金，而被告店家夫婦也花費近20萬英鎊的辯護費，這些時間和金錢，已遠超過原先蛋糕價值的數千倍（李靖堂，2018年10月11日）。

這類事件截至目前為止，尚未有定見，甚而同一事件，亦會因法庭而有不同判決結果，以前述英國北愛爾蘭事件為例，在一、二審時，法院都判定店家敗訴，但至最高法院，卻判定店家行為不涉及歧視（李靖堂，2018年10月11日）；而前述美國奧勒岡州案例，則是由女同志方獲勝（轉角說，2018年6月5日）。之所以造成此差異，主要與當

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

地的社會結構、文化、相關法規、法官的見解，甚而是整體民意息息相關。

本文選擇Vieso這個常民事件做為案例，主要想了解在性平教育推動十餘年後的台灣，民眾對於類似性/別消費爭議事件的看法及其背後意識形態。而這宗拒男客試女褲事件，相較於前述的蛋糕商品而言，在性別意識上更具代表性。

主要是因為男性著女服在父權社會中仍屬禁忌。而禁忌的形成，通常與所處文化環境的深層價值和運行體系息息相關(陳淑芬，1994)，故而這個禁忌的探討，可對台灣社會提供一個更深刻的理解。

另從傳播研究的傳統來看，日常服裝的性別反抗行動研究，可彌補過去傳播研究較常以媒介再現(李玉婷，2005；陳泰華，2005；陳盈璿，2007；覃思齊，2003)或扮裝表演場域(何欣、王孝勇，2014；林字玲，1999)所進行服裝研究分析的不足，也更貼近常民世界。

而本文除了希望透過禁忌理解台灣目前運行的性別體系與深層價值外，另亦希望透過對男性服裝的壓迫研究，為性平運動的推動盡一份心力。

長久以來女性主義論述強調父權社會的男性優勢及其享有的父權紅利，也對只因生理差異所遭致的性別偏見與歧視對待深感不平。但就如王行(1998)所述，不只女性在父權體制中受迫，必須屈從接受支配，其實男性亦受威脅傷害。因此朱蘭慧(2003：85)強調，「要達到兩性平權的目的，勢必要邀請男性加入，一同來檢視目前社會上形塑的性別陷阱」。

父權社會男性亦受迫的說法可在「娘娘腔男性」所遭致的對待中看到。一直以來台灣文化不鼓勵男性在意身體和外觀，因為「愛美是女人的天性」，男性最重要的責任是求取功名以光宗耀祖，因為「書中自有黃金屋」及「書中自有顏如玉」。

對於男性身體或外貌的無視，不意味著不要求其外表，相反的，整個社會對於男性外表行為的要求更甚於女性。要求男兒志在四方，不可拘泥於細節的外表打扮，以形塑與維護陽剛的「男子氣概」。生理「男性」只要稍重打扮，或言行舉止較為陰柔，即易被貼上娘娘腔標

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

籤，甚而遭致「男性」暴力對待，台灣的玫瑰少年葉永鋳事件即為一例（游美惠，2013a，2013b）。這種霸凌傷害不是傳統的「男人壓迫女性」，而是「男人壓迫男人」。

就如王雅各所述（2007：141），打倒父權一詞經常指涉的是「女人反抗男人」，這種說法儘管沒錯，但卻也錯失了其他壓迫形式的解除。因為在所有人類社會中隨時都有「女人壓迫女人」、「女人壓迫男人」、「男人壓迫女人」和「男人壓迫男人」的例子。事實上在許多真實案例中，不同壓迫形式與性別往往交錯貫穿。亦即，如真欲打破父權社會的性別壓迫，不只需女性主體的發聲，亦需從男性研究做起。

近年來台灣確實有不少研究者投入男性研究，根據畢恆達（2003：52）說法，台灣男性研究約起自1995年，其議題大致分為三類：一是父職與家務勞動的探討；二是以所謂「女人工作領域」的男人為對象，如護理、家政、小學教育；三是著重分析傳統男子氣概的建構等。

儘管男性研究已慢慢發展，但上述有關男性研究的分析議題中，仍較少談及男性的服裝與身體。事實上，近年來，西方世界大量產出「複數男人味」（masculinities）和「新男人」（new man）等概念的研究，像是Nixon（1997）的研究談到，從1980到1990年代產生了一種「新男人」形象的轉變，主要是透過男裝的設計展示而來，例如：寬領帶、花襯衫等，突顯男性開始注重外表。Connell（1995）亦提出多元男人味概念，幫我們理解20世紀末化妝保養男性所創造出的男人味。

而台灣部分目前依循著西方研究腳步，亦有些與男性身體再現、保養和醫美相關的論述產生（袁支翔，2007；陳泰華，2005）。但這些研究並未探討抗拒過程，似乎認定重保養與化妝的男性，一開始就將已被女性化的美容概念直接取用，不需反抗。本研究即試圖將不符應主流性別期待的反抗行動中的深層意識，做更清楚的探究與補充。

在本研究中，由於事件當事人是透過網路進行抗議，聲援或抗議店家發言者亦是透過網路留言，再加上網路有匿名效果，網民較願意表達真實的意見，故而研究者選取網路留言平台做為主要研究對象，研究者想了解此新聞報導網友的留言與評論中，支持和反對Vieso發言的原因為何？這些支持和反對意見背後隱藏的意識形態是什麼？

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

文獻探討

本研究主題為服裝反抗行動的性/別論述及意識分析，其中涉入了服裝、身體、規訓、權力、主體與反抗等概念，故而在此部分，研究者將針對這些概念及其關係，逐一進行說明。

身體、規訓、權力和主體

由於著裝的主體是身體，因此須先了解「身體」概念及其問題。在一般概念中，身體指的是自然生物體，即呈現在眼前的肉體構造，為一中立客觀存在事物，與文化及社會無涉。但事實並非如此。埃利亞斯(2009)的《文明的進程》一書即談到文藝復興後，宮廷社會對於個人體態舉止、禮儀外表、言談方式建立了準則，也強化了身體的教化，使身體管理成為重要議題，他並提出「文明身體」概念，說明運作於身體上的文化社會作用力(彭威翔，2010：9)。

過往，不論是古希臘哲學、中世紀基督教傳統，抑或是啟蒙理性，均從道德倫理或真理知識角度強調心靈探索，對身體採取壓制或漠視態度，甚而進行貶斥與詰難。直到尼采，身體才從意識或理性主體哲學壓制下解放，開始成為哲學研究議題(尼采，1997)。然後，身體真正成為當代人文社會學科的重要論題，是在Michel Foucault系列著作問世之後。

Foucault可說是第一個將權力重心轉移至人類身體的學者。Foucault在1970年代中晚期的作品《規訓與懲罰》、《性史》等書中，曾針對權力加諸於身體的現象作出探討。不似一般研究者將「身體」只簡單視為生理結構，Foucault將「身體」視為是「權力」衝突的基本單位，是種政治結構，且是各種權力衝突最劇烈的場所。他強調「身體」官能的各式運作不僅是生物式反應(例如該怎麼說、怎麼坐)，且受到各種權力關係的合成、分化、操縱等控制。

在《規訓與懲罰》一書中，Foucault追溯了數百年來「權力」如何藉著刑罰儀式的作用，將「身體」訓練成一個馴順服從的工具過程，以此指出「身體」為權力運作的對象，並由此探究對錯信念及外顯或隱伏權力等議題。而在《性史》中，Foucault更是藉由女性肉體的歇斯底里化

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

(hysteria)、兒童的性活動進入教育領域、生育行為的社會化、乖張享樂的精神病化等症狀來探究權力、知識、性三者間關係(傅柯, 1990)。

Foucault以「規訓權力」(discipline power)為主軸,揭露隱含在人類社會中的規訓機制對身體的鑄造,尤其是各種日常微觀權力。如從Foucault的話語來看,規訓權力的運作,不是使人行為產生壓迫和變形,而是導引行為的可能性及其可能結果,讓行為者自認是自主選擇,從而自我規訓和管理。

在此之中,Foucault將知識/論述的社會實踐及社會過程置於規訓權力中心。相較於傳統的壓抑或壓迫說,Foucault(1980)強調權力並非以負面激烈的方式運作,而是透過傳散於日常生活的知識/論述中介,使人們自然的接收、生產及再製各式權力論述,進而成為論述下的慾望主體,實踐符合社會期待的各式行為。不過,Foucault雖強調日常實踐的自然情境,但亦點出在實踐過程中,所有的知識/論述產製都是被控制、選擇和組織,以取得支配權力。故而論述不只是詮釋爭鬥或支配系統的話語,且也是爭鬥的所在。

亦即,對Foucault而言,權力是隱藏在日常生活的實踐中,分散在所有社會生活的每個層次,並不斷作用著。權力並非由特定的集體機制強加在個人或群體上,而是在日常實踐中由下而起,在特定微觀的技術上顯現,例如醫院、監獄和學校的管理實踐即充滿權力技術。

從Foucault《性史》來看,傳統社會運作在身體上面的權力技術可分為兩種,一是訓育技術(disciplinary technology),二是自白技術(confessional technology)。

所謂權力訓育技術,將身體視為可操作的客體,分析身體並對身體不同部分給予差異對待與訓練,以期鑄造出可支配、利用的「被馴服身體」。訓育技術的內容有三,包括(1)層級式窺視或監視(hierarchical surveillance);(2)正常化判斷(normalizing judgment);(3)檢查(examination)。

在層級式窺視或監視部分,Foucault認為,在訓育權力宰制的社會中,隨著各種知識的興起,人們生活在層層監視下,各個個體都成為被認知的對象,無時無刻處於被監視狀況下。而這種監視之所以成為可能,最重要的是依靠空間安排。故而,空間的控制是訓育權力組成的基本要素。

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

Foucault (1977) 並引用 Bentham 有關全景敞視監獄 (panopticon) 的設計做一說明，指出透過將管理者置於得以窺視環形空間各囚室內被囚禁者的中心瞭望高塔，並將空間設計成使其無法得知是否處於被監視狀況下，最終受囚者將因懼於未知的懲罰而自我監視、規訓與管理。

另 Foucault 認為，一個訓育系統要能運作，除了層級式監視外，還需一套標準規範統一其運作，即「正常化」判斷。即是以世俗好/壞、正常/不正常的兩極標準判斷行為，以使權力控制更能確實的觸及人們的身體、生活習慣等細節，像是時間規範、禮儀、坐姿等。通常，正常化權力的維持不會只由單一機構執行，亦需靠其他機構輔助才能達成。像是身體的「正常化權力」非獨由監獄執行，還需藉由獲取健康的各式社會和醫療機構方能成就。

至於檢查的技術，則是由層級式監視與正常化的判斷結合而成，像是警方對於同性戀酒吧所做的臨檢，即是一種監視與正常化的結合過程。而在自白技術部分，Foucault (1980) 指出，自白懺悔是一種儀式，同時也是一種權力運作過程，因為若非面對權威對象，常人並不會任意自白。

至於「慾望主體」概念，主要用來說明個體如何被引導對他人或事物產生慾望，以及此種慾望如何被詮釋、控制和模塑 (Foucault, 1985, pp. 5-6)。更具體的說，便是「倫理主體」(ethical subject) 的形塑，也就是個體如何構成他自身道德行為的規範，如何忠誠嚴格執行禁令與責任，如何服從規範與控管慾望的掙扎。

而除了受 Foucault 的影響之外，哲學研究領域的「向身體轉向」(body turn)，也與 1970 年代以來，女權運動的興起和消費主義文化的極致有關。在資本主義文化下，身體漸漸嬗變為消費的身體，身體由馴服的生產工具演變為消費的物件，這之中服飾成了重要的主角。而性別主義眼光也有利於對身體重新發現 (劉宗靈，2009)。

Butler 即曾提出扮演理論說明服裝所代表的性別意涵及其社會影響。Butler (1990, pp. 139-141) 指出，性別非本質性物質，而是經由個人在特定歷史條件下，將性別所暗藏的一套規範，透過言行舉止和服裝打扮在日常生活中展演出來的，故而性別是種具意圖性與表演性的「扮演」。

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

雖是種意圖扮演，Butler (1990) 亦強調，個人其實無法隨心所欲的表演性別，因在權力關係運作下，社會懲戒與禁忌會伴隨而來。故而在性別扮演模式裡，人們為配合文化的規範與逃避懲罰，會「主動地」表演出社會期望的性別行為 (林宇玲，1999)。而透過個人標準化及主動的性別展演，社會中性別價值與規範又再次被確認。

關於此種社會權力運作於身體與服裝的討論，亦可在 Roche 論述中發現。Roche (2000) 指出，在文明社會中，服裝的意義不再只是保暖，而是一個穿上服裝後呈現符合社會期待的身體。或者可以這麼說，常人的日常服裝穿著，即是個權力運作的場域，而權力運作最終目的，是為了服務某些社會結構下的既得利益者或鞏固既有的社會結構 (彭威翔，2010)。

Roberts (1977, pp. 555–557) 透過 19 世紀女性流行的緊身褸與撐裙為例，說明服裝與父權社會的關係。Roberts 指出，19 世紀緊身褸與撐裙的設計，主要是將疼痛不舒適與行動不變加諸於女性身體，以呼應社會所建構的柔軟與順從特質，並符應男性性慾需求，及鞏固父權社會男強女弱的結構與價值觀。而女性亦以主動展現自己的性特質為樂，這主要是因進入婚姻是當時女性的重要志業 (Steele, 2005)。

陳盈睿 (2007) 的研究亦發現，在 1940 年至 1960 年間台灣婦女對於穿著內衣的身體認知，隨著時尚流行與外來統治族群 (日本) 的加入，從遮蔽身體逐漸被翻轉成彰顯乳房的性化身體，甚至婦女們會希望經由穿著雕塑體態的手工內衣，展現出一個符合西方男性美學的女性身體樣貌。

亦即，表面上服裝的流行與人們的審美需求相關，但審美其實不純粹是個人心理因素和美學感受，它同時也是政治因素、社會因素和商業因素共同作用的結果。

反抗概念相關討論

雖說 Foucault 強調論述/知識權力與規訓力量，但在《性史》一書中亦寫道，哪裡有權力，哪裡就有反抗，權力與反抗並存。對於 Foucault 來說，反抗不僅只是對權力關係的反擊，還有更深遠的社會意義——即反抗力是社會變遷的重要因素。

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

在《性史》一書中他即談到，事實上，反抗力可能帶給社會無止盡的變遷與分化，打破統一，引發事物重新組合，穿過所有的個體、分裂、改造他們，並在人們的肉體和心靈上留下不可磨滅的痕跡(Foucault, 1980, p. 82-83)。故而深入探討反抗概念，對於本研究欲改變的男性著女性服飾的社會禁忌與推動的服裝平權運動有其重要意義。

一直以來，反抗(resistance)概念在社會學和政治學門都有相當數量研究，指涉的意義和研究主題也有極大差異。像是與社會運動、激進主義、團體或組織，以及集體行動有關的政治行為(Ewick & Silbey, 2003; Hollander & Einwohner, 2004; McAdam, Tarrow, & Tilly, 2001)；其與權力間的關係(Rigakos & Law, 2009)等。有人將它視為是種社會劇目(social drama)或表演(performance)(Hawkins, 2008)；有人將它視為一種敘事(Ewick & Silbey, 2003; Hawkins, 2008)。

Hollander和Einwohner(2004, p. 538)在“Conceptualizing Resistance”一文中透過文獻回顧指出，儘管對反抗有不同定義，但仍有某些程度的共識，即所謂的反抗可被視為是一種行動(action)和對立(opposition)，是一種反對外在阻礙或外在敵人的社會行動，其組成要件包含能動者及行動事件與所對抗的某人或某物(Hollander & Einwohner, 2004, p. 539)。

至於如何判斷某一行為是否為反抗行動，Hollander和Einwohner(2004, p. 544)認為，主要由兩個因素能否被目標方(target)、第三方(third parties)和觀察者(observer)所發現而定。一為公開識別(recognition)，即反抗行動需能被外界公開辨視；一為意圖(intention)，即反抗者的反抗行動，必須具有意圖。

Chalari(2012)將這些有意圖且可被外界識別的反抗活動再分為兩部分說明，一為與反抗相關的集體行動，例如示威遊行；二是有關反抗的外部對話，像是龐克(punk)論壇上透過對話展現的次文化反抗形式。總結來說，能否被目標、第三方和觀察者識別和理解其意圖，是反抗行動兩個重要指標。

以本文研究對象來說，消費者致訊店家，抗議店家的性別歧視，即是代表某種程度的反抗意圖，而店家將其訊息公開並予以回應，其後經媒體報導與性平人士至店家網頁上抗議，即提供第三者識別的效果。

研究方法

研究樣本

Chalari (2012) 談到，有關反抗行動的研究，可分為與反抗相關的集體行動，及有關反抗的外部對話。由於此事件並未升高至集體行動，故而本研究主要以反抗行動的外部對話分析為主。而這些散在日常世界的對話與知識論述，根據Foucault的說法，又是規訓權力、欲望與倫理主體形塑的中心，故而本文除對網民提出的贊成/反對理由做出歸納，亦將針對論述背後的意識形態做一分析。

正如先前研究動機中所提到，此一事件在社群媒體上引發網民熱烈討論。在Vieso粉專上有超過一千四百多則的第一層留言，尤其是性平人士大量湧入，批判小編的回應。也使得粉專淪為Vieso粉絲與性平人士的辯論大賽，並無法反映真實台灣的多元意見。再加上不少發言者為其忠誠消費者，本身亦無法持平表達意見，故而在此研究中我們不將Vieso粉絲團留言納入研究。

在本研究中我們選擇《蘋果日報》(Apple Daily) 和批踢踢 (PTT) 兩個媒體平台的新聞留言作為研究對象。《蘋果日報》是目前台灣每日新聞發行人最高的報紙，批踢踢則是最受台灣年輕網民歡迎的BBS (Bulletin Board System)，兩個平台有其代表性。而這些新聞下面的留言回應，基本上與Vieso店家完全無關，純是閱聽人在觀看新聞後個人對於此事件的看法，較可呈現社會大眾看待此事的客觀樣貌。

《蘋果日報》的樣本部分，包含了該則新聞留言板及Facebook粉絲專頁的留言。在批踢踢部分，我們主要選取八卦板 (Gossip Board) 和女板 (Women Talk Board) 相關討論串做為研究對象。之所以選擇這兩個板，主要是因八卦板出沒的網民以年輕男性居多；而女板的主要板眾為年輕女性。兩個板對性別議題都相當看重，不少爭議的性平議題，亦在兩個板上有相當多針鋒相對的討論 (李佩雯, 2018; 余貞誼, 2016; 吳翠松, 2018年6月5日)。由於此議題為一性別消費糾紛，故而此兩板板友的發言確有其代表性。而事實上，此則新聞在批踢踢上只被轉PO到這兩個板，也確實引發板友大量討論。

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

另需說明的是，《蘋果日報》雖是傳統媒體，但其新聞留言板和Facebook粉絲專頁跟批踢踢各板一樣，都算是某種程度的社群媒體，供其社群參與者發表意見與互動，只是使用的介面和聚集的閱聽眾背景不同。批踢踢主要以年輕人居多(25-45歲，GEMARKETING, 2018)，《蘋果日報》的閱聽眾年齡分佈較廣，但相較下以年長者居多。

截至2018年12月31日，針對此事件的報導，《蘋果》新聞留言板上共有102條評論，《蘋果日報》Facebook粉絲專頁上有322條評論。至於批踢踢部分，八卦版和女板分別有218和483條評論，共1,125條主留言。

在此需說明的是，由於Facebook上的貼文留言設計為多層回應，第一層留言主要是對貼文所做的回應，第二層的留言及其下的回應，通常是針對上一層的發言。由於不少次層留言直接變成多人筆戰，爭論某人言辭的是非對錯或變成人身攻擊，與原始事件或貼文已不相關，故而在本研究中研究者將只分析第一層的回應留言。

另外，亦有些第一層的留言非針對原始事件表達看法，而是純粹的情緒用語(像是傻眼)或與事件無關的留言。在本研究中，我們亦不分析這些留言。

在刪除重複的評論和無關留言後，共有645個有效的留言。其中，《蘋果日報》粉專上有199則有效留言；《蘋果日報》留言板有87則有效留言；批踢踢女板有213則有效留言；批踢踢八卦板有146則有效留言。

研究方法

本研究主要採用兩種研究方法，一為內容分析法，統計有效留言的網友反應。二為有效留言的意識形態分析，此部分主要採用批判論述分析法，研究者將置焦於社會權力的宰制和不平等如何藉由論述鞏固、再生產，甚而是抵抗的分析(Fairclough, 1992)。

在內容分析法部分，研究者將留言者對店家發言的態度分為(1)支持、(2)反對、(3)不清楚三類。在支持/反對的留言理由類目建構部分，由於本事件為單一性別消費糾紛，在相關理論與文獻部分，較無完整可參考的理論或先前研究的類目編碼，故而研究者是先從研究議

題中提取出重要概念，做為初步分類的架構，再由留言資料中尋出相關類目。

由上述事件發展說明可知，此店家的發言共涉及三大議題：一為男性衛生習慣爭議、一為消費糾紛、一為裙褲性平議題，故而研究者先以此三大構面作為初步類目建構架構。

接著再將所有有效留言全部瀏覽一遍，把相關留言先初步歸類在此三大構面下，再將構面中的留言進行次主題分類。由於留言主要是針對店家發言提出評論與意見，因此在次類目的建構部分，研究者再將其分為支持與反對兩大面向，並於其下建構理由類目。

一般而言，留言意見與理由會以某種規律方式重複出現，成為可辨認的主題。在本研究中，研究者再將這些重複出現的相似內容命名，並為其標示上一個易記的標籤。

在針對男性衛生習慣部分，研究者所建構的意見類目包含支持的(1)不少男性確實衛生習慣不佳，這是女裝店，店家做法合宜；以及反對的(9)女生生理期和分泌物亦不少，男性的衛生習慣，並不比女性髒。另在此議題部分研究者亦發現，不少發言者雖贊成店家回應，但並未對男性衛生習慣做任何發言，只強調(2)不想穿男性試穿過的褲子，因為心理感受不佳。

在針對消費糾紛所建構的意見類目部分，包含支持店家發言的(5)店家有權決定自己的政策，與批判消費者的(6)消費者是奧客(指惡劣的顧客)，不爽不要買；及反對店家發言的(11)店家危機處理不佳，提出的理由太爛。

另在針對涉及裙褲性平議題所建構的意見類目部分，此部分研究者主要從身體結構差異和性取向兩大面向進行類目建構。在身體結構差異部分，包含支持店家的(3)男女褲子的版型不同，男生穿女褲會不舒服，及反對店家的(8)有些男性身材適合買女褲，特別是身材瘦小男性，店家不應拒絕試穿。在性取向部分包含支持店家的(4)試穿者應該是性少數，不應無限上綱要求店家配合，與反對店家作法的(10)應尊重性少數穿衣的權利。另研究者檢視留言資料後發現不少留言者強調(7)服裝無關性別，店家應統一對待，不能因性別而異，不然就是歧視。

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

最後，為滿足內容分析法的「窮盡」原則(王石番，1991)，研究者另設置「其他」類目(12)，以將不在上述類目下的意見歸入。

在此另需說明的是，有些網友的留言同時包含兩個論點，像是《蘋果日報》留言版中Too Lan的留言，「不爽不要買阿~~，今天試長褲給過，哪天想試內衣褲也給過嗎？你自己用的LP(男性生殖器)你不嫌髒~~但我覺得髒啊！」。同時包含了「消費者是奧客，不爽不要買」和「不想穿男性試穿過的褲子，心理感受不佳」兩個類目，但為便於統計及滿足內容分析法的互斥原則，故而本研究主要是依話語比例與強調重點，選擇單一類目歸放，將其歸於「消費者是奧客，不爽不要買」的類目下。

依據Wimmer及Dominick(2005)所述，內容分析法在進行編碼統計前，需先從母體中抽取10-25%的樣本進行信度檢核。在此研究中，我們隨機抽出母體十分之一的65則留言，由研究者(A)與兩位修過研究方法的研究助理(B、C)進行類目編碼的信度檢核。

為使編碼過程進行順利，在進行信度檢核前，研究者先對兩位編碼員進行類目定義和編碼規則說明，使其了解本研究的編碼原則，並進行類目概念溝通及編碼演練預習，直到確認彼此認知一致後，才開始進行實際編碼工作，之後再將三位編碼員的編碼數據進行信度檢核。

一般來說，內容分析數據的信度評估方法很多，如皮爾遜積差相關(Pearson product-moment correlation)、斯皮爾曼等級相關(Spearman's rank correlation)、肯德爾和諧係數(Kendall's coefficient of concordance)、百分比一致性(percent agreement)、Kappa一致性係數(coefficient of agreement)、類推性理論(generalizability theory)等(葉寶玲、陳秉華、陳盈君、蔡毅樺，2010：691；Supovitz, MacGowan, & Slattery, 1997)，依據編碼人數或類目等級而有不同適用之公式。

由於本研究類目為名目標尺，不適用於較高階的積差或等級相關統計，故而研究者主要採Kappa一致性進行再測信度檢核，得出下列數值：

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

表一 編碼員間的 Cohen's Kappa 值

Kappa 值	對店家發言態度	支持/反對的留言理由
AB Kappa 值	.88 ^{***}	.74 ^{**}
BC Kappa 值	.97 ^{***}	.88 ^{***}
AC Kappa 值	.91 ^{***}	.81 ^{***}

註：*** $p < .001$ ；** $p < .01$

Landis 及 Koch (1977) 指出，Kappa 值要大於 0.6 才具中度一致性；若介於 0.6 至 0.8 之間，表示具實質或高度一致性；若大於 0.8，則具幾乎完全一致性。由表一可看出，本研究所有 Kappa 值皆在 0.6 以上，顯見編碼員間的信度至少達到高度一致性。

另由於本研究有三位編碼員，為求慎重起見，研究者再將 Kappa 值較低的支持/反對留言理由的編碼數據，依據百分比一致性進行信度考驗。經由統計得出 AB 相互同意度為 .77，BC 相互同意度為 .91，AC 相互同意度為 .85，平均相互同意度為 .84，再將其代入信度係數公式，得出信度係數為 .94。根據王石番 (1991) 和楊孝濬 (1996) 指出，信度係數在 .80 以上，即合於標準。

研究結果

有效留言的基本統計資料

本研究將有效留言全部閱讀、分類與編碼，並經信度考驗後，進行留言資料的量化統計，下表為研究結果：

I. 網路留言者對於店家留言的態度

根據表二的統計資料可以發現，贊成店家者共有 314 則，佔所有留言的 48.7%，較反對者 313 則（佔所有留言的 48.5%）多一則，兩者可說是勢均力敵，不分上下。另有 18 則留言看不出留言者的立場。顯見這個議題在台灣網路平台上極具爭議。

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

表二 網路留言者對於店家留言的態度

態度	次數	百分比
支持	314	48.7
反對	313	48.5
不清楚	18	2.8
總計	645	100.0

II. 網路留言者對於店家留言的態度所持理由

根據表三，我們可以看到網民提出的最主要的理由是「應統一對待，不能因性別而異，不然就是歧視」；排名第二的是「店家有權決定自己的政策」；排名第三的是「女生生理期和分泌物亦不少，男性的衛生習慣，並不比女性髒」；排名第四的是「店家危機處理不佳，提出的理由太爛」；排名第五的是「消費者是奧客，不爽不要買」。

表三 網路留言者對於店家留言的態度所持理由

理由	次數	百分比
不少男性確實衛生習慣不佳	31	4.8%
不想穿男性試穿過的褲子，心理感受不佳	38	5.9%
男女褲子的版型不同	28	4.3%
試穿者應該是性少數，不應無限上綱要求店家配合	46	7.1%
店家有權決定自己的政策	99	15.3%
消費者是奧客，不爽不要買	74	11.5%
應統一對待，不能因性別而異，不然就是歧視	105	16.3%
有些男性身材適合買女褲，特別是身材瘦小男性	27	4.2%
女性生理期和分泌物亦不少，男性的衛生習慣，並不比女性髒	88	13.6%
應尊重性少數者穿衣的權利	2	0.3%
店家危機處理不佳，提出的理由太爛	83	12.9%
其他	24	3.7%
合計	645	100%

III. 各分板之間的態度比較

根據表四，我們可以發現PTT女板以反對店家留言居多，八卦板亦是以反對店家留言居多；但是《蘋果日報》留言板和粉絲專頁都是以支持店家居多。

進一步透過交叉分析可看出，《蘋果日報》的閱聽眾留言偏向支持店家，PTT的留言則偏向反對店家言論。究其主因可能是因相較於《蘋

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

果日報》，PTT的使用者年齡層較低，且不少人受過台灣性平教育薰陶，故而在發言上較偏向批判店家。

表四 各分板之間的態度比較

			態度			總計
			支持	反對	不清楚	
來源	PTT女板	頻次	86	122	5	213
		百分比	40.4%	57.3%	2.3%	100.0%
	PTT八卦板	頻次	58	81	7	146
		百分比	39.7%	55.5%	4.8%	100.0%
	《蘋果日報》留言板	頻次	60	24	3	87
		百分比	69.0%	27.6%	3.4%	100.0%
	《蘋果日報》粉專	頻次	110	86	3	199
		百分比	55.3%	43.2%	1.5%	100.0%
總計	頻次	314	313	18	645	
	百分比	48.7%	48.5%	2.8%	100.0%	

IV. 各分板之間支持的原因比較

根據表五，我們可以發現PTT女板以「應統一對待，不能因性別而異，不然就是歧視」留言居多；排名第二的是「店家危機處理不佳，提出的理由太爛」；排名第三的是「店家有權決定自己的政策」；排名第四的是「不想穿男性試穿過的褲子，心理感受不佳」。

在PTT八卦板部分，排名第一的是「女生生理期和分泌物亦不少，男性的衛生習慣並不比女性髒」；排名第二的是「店家危機處理不佳，提出的理由太爛」；排名第三的是「試穿者應該是性少數，不應無限上綱要求店家配合」。

在《蘋果日報》留言板部分，排名第一的是「消費者是奧客，不爽不要買」；排名第二的是「店家有權決定自己的政策」；排名第三的是「女生生理期和分泌物亦不少，男性的衛生習慣並不比女性髒」。

在《蘋果日報》粉專部分，排名第一的是「店家有權決定自己的政策」；排名第二的是「消費者是奧客，不爽不要買」；排名第三的是「應統一對待，不能因性別而異，不然就是歧視」。

進一步透過交叉分析數值可看出PTT女板較強調性平概念，主要認為「應統一對待，不能因性別而異，不然就是歧視」，PTT八卦板友則對男性被指責衛生不佳一事極不認同，特別強調「女生生理期和分泌

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

物亦不少，男性的衛生習慣並不比女性髒」。另八卦板友亦將此事件與性少數做了較強烈的聯結，認為「試穿者應該是性少數，不應無限上網要求店家配合」。

至於《蘋果日報》的閱聽眾部分，其留言主要偏向支持店家，排名前兩位都是「店家有權決定自己的政策」和「消費者是奧客，不爽不要買」。

表五 各分板之間支持的原因比較

原因		來源			
		PTT女板	PTT八卦板	《蘋果日報》 留言板	《蘋果日報》 粉專
男性衛生不佳	頻次	5	8	5	13
	百分比	2.3%	5.5%	5.7%	6.5%
女性心理感受不佳	頻次	25	2	4	7
	百分比	11.7%	1.4%	4.6%	3.5%
男女褲版型不同	頻次	10	12	3	3
	百分比	4.7%	8.2%	3.4%	1.5%
性少數要求	頻次	8	22	5	11
	百分比	3.8%	15.1%	5.7%	5.5%
店家有權決定自己政策	頻次	28	4	21	46
	百分比	13.1%	2.7%	24.1%	23.1%
消費者是奧客	頻次	10	10	22	32
	百分比	4.7%	6.8%	25.3%	16.1%
店家歧視	頻次	59	6	10	30
	百分比	27.7%	4.1%	11.5%	15.1%
有些男性適合買女褲	頻次	9	13	0	5
	百分比	4.2%	8.9%	0.0%	2.5%
男生不比女生髒	頻次	23	38	9	18
	百分比	10.8%	26.0%	10.3%	9.0%
應尊重性少數穿衣權利	頻次	1	0	0	1
	百分比	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%
店家危機處理不佳	頻次	30	23	5	25
	百分比	14.1%	15.8%	5.7%	12.6%
其他	頻次	5	8	3	8
	百分比	2.3%	5.5%	3.4%	4.0%
總計	頻次	213	146	87	199
	百分比	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

意識形態分析

從留言者提出的論述，我們進一步歸納出其背後隱藏以下意識形態：

I. 平權論述

主要出現在反對店家說法的意見中，包括「應統一對待，不能因性別而異，不然就是歧視」、「有些男性身材適合買女褲，特別是身材瘦小男性，店家不應拒絕試穿」、「女生生理期和分泌物亦不少，男性的衛生習慣並不比女性髒」和「應尊重性少數者穿衣的權利」。共計有222則留言背後採此意識形態，佔所有留言的34.4%。這些論述背後強調的性別平權觀及尊重少數選擇權，主要源自於人權說。

而也如Gramsci (1971) 所強調的，媒體是一個意識型態爭霸的場域，為了說服其他網友，持這些論述的網友們引用了不少例子來強化自身論點。其中最常被引用的是黑人遭受種族歧視的例子。

例如，網友陳澄伊指出「很多人真的沒搞懂歧視，把男生換成『黑人』，講成『店家覺得黑人很髒，有白人客人不願意用黑人試用過的商品』這樣有聽懂嗎？」另一位網友黃宥欣甚至用嘲諷的語氣，點出店家的歧視行為：「我沒有歧視黑人，只是建議他們上黑人專用廁所，去黑人專用學校上學，黑人不能試穿我家的婚紗」。亦有些網友提供其他國家的消費歧視案例作為證據。像是周世浩回應說道，「它類似於A & F的案例。在美國A & F因種族歧視花費了4000萬美元」。

另外，為了解釋尊重少數族群權利的必要性，不少人以導盲犬作例子。例如，《蘋果日報》留言板施伯勃談到「如果說得那麼清高正義，那以後餐廳應該也有權力禁止導盲犬進入吧？可以說為了維護客人怕狗心結和維護整潔之名，有錯嗎？」即強調所謂「顧及其他顧客感受」只是種假借尊重多數消費者的藉口，實則是種歧視弱勢的行為。

II. 男女有別

主要出現在贊成Vieso貼文的留言中，包括「不少男性確實衛生習慣不佳，這是女裝店，店家做法合宜」、「不想穿男性試過的褲子，心理感受不佳」、「男女褲子的版型不同，男生穿女褲會不舒服」、「試穿

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

者應該是性少數，不應無限上綱要求店家配合」。共計有143則留言背後採此意識形態，佔所有留言的22.1%。主要強調男女生理差異所造成的社會行為或服裝設計的必然不同。

在此之中，最常被拿來說明的例子就是生理結構的設計知識，像是網友Nalthax指出「男生和女生的褲子設計不一樣。設計師在設計男生褲子時會特別保留生殖器的位置。女性的臀部比男性寬。如果男生穿女生的褲子，會不舒服」。

此外，廁所和浴室是最常被引用的例子。像是凱琪提出了他的批判「這就是為什麼男生不能去女廁和女生浴室，如果你認為這是錯的，為什麼不簡單地叫政府廢除性別(分類)行為呢？」對於持此論點的網友來說，店家的作法並非歧視，因為男女生理結構本就是不同，應被區別對待。

III. 管理論述

它同時出現在反對和贊同店家論述的意見中，包括贊成的「店家有權決定自己的政策」、「消費者是奧客，不爽不要買」、和反對的「店家危機處理不佳，提出的理由太爛」。共計有256則留言背後採此意識形態，佔所有留言的39.7%。

管理思想主要源於法律的遵守，主張者認為所有事務都應被管理，世界需有其秩序，世界才能順暢運行。即使是那些持反對意見的網民，認為「店家危機處理不佳，提出的理由太爛」，他們也不否認商店有權管理自己的商品，並認為，如果店家危機處理做好，且提供充分理由，即可防止消費者的抗議。

在此同時，市場機制和行銷論述往往伴隨著管理思想出現，像是留言者在留言時經常會再現的消費者導向主義和商家自主權概念。例如，網友cnbaedone說：「每家店都有自己的定位，Vieso專門為女性客人銷售服裝。男人本來就不是他們的顧客」，強調為銷售自家商品，店家有自定消費群及拒絕非消費群的權利。

此外，最常被引用的是一些不接受寵物和兒童的餐館例子。例如，網友kim73731提到，「許多餐館不允許攜帶寵物，因為寵物相對不衛生。難道客人可以說我的寵物很乾淨，並要求進入嗎？」

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

基本上，這些論述背後代表著「商品私有」、「商家自主」和「資本營利」理念。亦即發言者認為，商品為商店所有，店家有自訂商品管理政策的自由，非目標消費者不能強求店家符應其需求，畢竟商店主是以營利為目的。

另有些網友強調管理對於防範犯罪的重要性，像是謝均以女裝癖為例，強調「若隨便一個人稱自己是跨性別者，請問要如何辨識??如果他是個女裝癖呢……也要讓他試個夠嗎?(異裝癖可是屬於世衛組織疾病列表上的精神病)，這就跟美國跨性別使用異性浴廁政策一樣，根本沒有辨識管控之道，卻幫一群變態狂開方便之門」。亦有些網民分享他們的真實經驗作為證據。例如Jun Hsu分享了她的服裝店員的經歷「以前當女裝店員時，我曾經讓一個男生試穿女生的褲子，那個男生最後沒買褲子，甚至在試穿的褲子上留下精液。這是我一生的陰影」，以合理化店家的管理堅持是有其必要的。

而由上述的說明可以得知，在意識形態爭霸過程中，充滿了知識論述與日常實例的引用，像是在人權論述中，國外的黑人平權運動、女性主義和殘障者相關知識的出現；在管理論述中，日常生活中的犯罪事件與男女廁、男女宿舍分開管理的典型例子；在男女有別論述中，身體結構的差異與服裝設計間的聯結論述。這些論述/知識主要目的就如Foucault (1980) 所言，是為了建立起其專業權，進而達到說服目的。

而就如Foucault (1985, p. 27) 所言，這些發言非由誰所迫而是個人自主所為。發言者透過自主性發言，以維護男女有別的性別界線，要求他人服從紀律，並嚴厲地打擊逾矩惡行，以建立及維護自我與他人的「倫理主體」，而也透過主動且反覆引用及展演其認知為真實且正確的事實，既有社會中的男女有別服裝性別真理得以再次被鞏固。

另外，我們也發現，就如Foucault (1980) 所言，在訓育權力宰制的社會中，為了使人們能夠自主服從，經常性的會伴隨著相關規訓技術出現。在此事件中，Vieso女裝店即是一個大型類監獄空間，店員是監視者，監視著不符性常規期待的男性，藉由拒絕其試穿行為，規訓其服裝選擇應符應男女有別的性別真理。

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

而一個訓育系統要能運作，除了層級式監視外，還需一套標準規範統一其運作，即「正常化」的判斷。在此事件中，網友的留言即充滿了「正常化」技術運作，像是將至女店買褲男性聯結到性少數，暗示此行為非多數「正常」男子所為，而透過看似「中立」的服裝與生理結構知識，合理化男女天生有別的意識形態，以正常化男裝與女裝分離的配置；並藉由將「著女裝者」與「病態化」或「犯罪行為」聯結，強化性別規訓與管理的必要，以避免人們跨越社會設定好的性別服裝界線。

而也就在這些知識論述與規訓權力下，生活在此社會的個體都成為被認知的性化客體，也成為自我內化規訓的性別倫理主體，並在正常化論述過程中，又重新形塑及鞏固了同性戀、跨性者、偽娘等性少數族群的病/變態意象。

當然，就如Foucault所言，有權力就有反抗，當有關服裝的性別限制與壓迫達到某種程度時，反抗即會發生。以此事件來說，Vieso店家對男女試穿寬褲的差別對待及其回應發言中涉入對男性生殖器與衛生習慣的污衊，在性平思維積極推動的當代台灣社會中，象徵著某種程度的壓迫與歧視，故而性平人士才會大量湧入集結抗議，並採用平權論述和案例，與之爭霸和對抗。

結論和討論

從上述分析中可發現，在Vieso拒男客試女褲事件中，有三種主要意識形態在網路與常民言說中競爭，包含「平權」、「管理」和「男女有別」論述。而爭霸的最終目標是希望能獲得勝利，取得公眾的同意與共識(Gramsci, 1971)。

其中最常見的意識形態是管理論述，其次是平權論述，排名第三的是男女有別論述。但如進一步細究這些意識型態間的異同可以發現，最具優勢的管理論述，與排名第三的男女有別論述本質相同。尤其是其所衍生出的男/女裝、男/女宿、男/女廁所、男主外女主內等二分概念或實踐，某個程度可說是父權社會為了方便管理，讓人們有明確遵守規範而產出的思維價值。換言之，在此拒男客試女褲的爭議事件中，主要是由「規範管理自主權」與「平等對待權」兩種意識型態在進行爭霸。

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

而由上述的統計資料我們也發現，目前在性別相關消費糾紛發生時，仍是管理思維佔了上風。大半消費者認為商品為店家所私有，店家當然有自訂政策的權利。而消費者在購物時本應遵守商家規則，如商家拒絕出售商品，消費者應自行尋找其他有意願提供服務的店家購買，如再堅持，即是奧客。

但實際上，當商品「公開」販售時，商店對於服務的提供及商品品質即負有「公共」責任，已非純屬個人私有事務，而商品販售既然是種「公共事務」，除非法律有針對特殊族群設限（例如不可販售香煙給未成年者），否則應是眾人皆有平等近用權，是否可依店主個人偏好或信仰，差別性的選擇排除販售給某些對象，是值得商榷的。另，台灣的消費市場是否有所謂的其他有意願提供服務的商店可供品味特殊的性/別少數族群「選擇」，亦是值得懷疑的。

以留言者經常引述的自由市場與行銷定位概念來看，其背後的思維仍是以資本主義的營利概念為歸依。而在現行台灣男女有別意識型態仍重的環境下，有勇氣與意願消費女裝的男性並不多，人數既少，商家即可能無利可圖，可想而知，願意提供女裝給男客試穿的店家並不多，此類消費者如欲購買，可能選擇性也不多，故而並沒有留言者所謂的「不爽不要買」的「消費者自主權」存在。

而目前台灣社會就是在管理思維、男女有別的意識型態及父權社會相互交乘的作用下，性別服裝政權持續被鞏固，造就服裝品味非主流男性的消費困境及本研究對象試穿被拒的狀況出現。

事實上，男女有別的生理差異論述從不是男性無法著女褲的真正藉口。以此案為例，由於本身樣式是寬褲，款式相對寬鬆，並不會發生所謂的卡蛋或不舒服狀況，且不少醫學研究指出，男性著寬褲有助於衛生與精子健康，整個社會如從醫學角度出現，更應鼓勵男性著寬褲或裙。

亦即，留言板中所謂的「性別差異造成的必然後果」或是「消費市場的多元選擇」，本質上是種錯誤的「虛假意識」，在台灣社會中，只存在符應於現行規範的有限選擇才是這個商業社會創造出的「性別真實」。

另外，透過分析我們亦可發現，不同意識型態主張的網民採用了不同釋例作為說服策略。「平權論述」的網民較常使用「外國」案例和「過去歷史」做說明；「管理」和「男女有別」論述的網民，更多是透過其「個人經歷」或「日常實例」來做說明。

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

在此，所謂的「外國」和「過去歷史」案例，大半是以西方世界為主，像是美國的黑奴運動、婦女運動或殘障者運動。這些例子雖具重要參考意義，但在論述過程中，可能又重構了「先進」西方帝國主義意識。且由於說理的釋例與台灣社會距離較遠，非大半台灣人日常生活所能經驗和理解，故而在說服力道顯得較為薄弱。

反之，管理與男女有別論述，主要透過日常生活中發生的個人經歷或日常實例做為說服技術，由於是真實的個人經驗且普遍可於現實生活驗證，再加上又符合現有的社會秩序規範及人們既有的性別認知，因而較容易取得多數人支持。

因此，可以理解為何人們的性別意識形態很難改變，因為畢竟符應個人既有刻板認知與現存社會現象，是更容易被視為是「真理」與「事實」，這也是為什麼當代台灣性平教育在推動上仍有這麼多阻礙的原因。

最後，要指出的是，在平權論述中經常使用「尊重少數」的論述技術，如「有些男性身材適合買女褲，特別是身材瘦小男性」、「應尊重性少數者穿衣的權利」等理由。表面上這些論述強調少數族群平等近用服裝的人權，但當它說明這些人是「少數」時，也意味著大多數人非如此。

而這些尊重少數族群的概念往往被聯結到跨性別和同性戀，也常將這些人與「例外」和「異常」的概念聯繫起來，這又將強化男女有別的意識型態並異常化及變態化跨性別與同性戀者。換言之，「尊重少數人」的話語表面上是一種人權論述，但實際上卻容易造成「歧視」論述效果。

事實上，如真欲讓歧視消除，最重要的應是把區隔族群(多數和少數)或聯結性別(男褲女裙)的那條線消除，讓服裝世界回歸最初的無性別狀態(吳翠松，2018年9月14日)，使任何人都可以不分性別根據自己的喜好自由選擇穿著，才是平權的正本清源之道。而當服裝沒有性別，任何人皆可根據自己的喜好選擇時，男性也就不需再被要求「穿著打扮和言行舉止要像個男人」。

這幾年由於平權概念興起，各式反歧視或平等法在各國陸續制定，像是澳洲的「種族歧視法」、歐盟的「種族平等指令」、「就業平等指令」，以及「平等待遇指令」等。聯合國更早在1979年即公布《消除對

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

婦女一切形式歧視公約》(The Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women)，闡明男女平等享有一切經濟、社會、文化、公民和政治等權利，並開放非聯合國成員締約(許維寧，2018年4月30日)。

台灣政府為銜接國際人權觀念，已於2011年經立法院三讀通過《消除對婦女一切形式歧視公約施行法》，將公約中各項性平權利納入法律。如以此法精神觀之，店家拒男客試女褲的性別差異做法，確已構成直接歧視條件。

只可惜台灣目前針對性別歧視所做的處罰，主要集中在《性別平等教育法》、《性別工作平等法》及《性騷擾防治法》等職場或教育機構，有關消費場所的糾紛，尚未涵蓋在內。但可以想見，在平權意識越普及的當代情境下，此類抗議事件仍將發生，故而為避免弱勢族群權益受損，相關平等法或反歧視法的設置，應是台灣政府當務之急。

本研究以發生在2016年10月的一起服飾的性別消費糾紛為例，探究台灣社會的主流性別與消費意識形態。由於人力與物力限制，研究者僅著力於外部的網民言說分析，未涉入其他事件相關當事人的研究與訪談，故而無法更精確的理解抗議行動者與商家背後的思維邏輯。而在本事件中，也由於行動者僅止於個別抗議，其後雖有其他性平人士的聲援，但由於社會盛行價值觀仍是站在商家這邊，致使商家自始至終並未更改其政策，亦未針對歧視發言致歉。

這兩年台灣內部因為婚姻平權議題，性平與宗教人士產生激烈爭霸，亦觸發了一些有關服裝平權的集體抗議行動，像是2018年9月發生在台北市龍安國小的圖書館下架《穿裙子的男孩》繪本一事，即引發性平團體的抗議及大量男性網友在FB上上傳著裙照聲援，之後校方為彌平爭議，經會議後再將繪本上架(陳民峰，2018年9月14日)。2019年5月6日至11日，為打破性別刻板印象，新北市板橋高中學生會舉辦男裙週活動，鼓勵男學生體驗裙裝，並於當年7月爭取男學生可著裙上學的校規通過(中央社，2019年7月22日)。其後陸續有建國中學等學校跟進開放男裙。

雖然只隔兩、三年，但這些後續的抗爭事件，卻與Vieso事件有著截然不同的結局，除了婚姻平權爭議所激發的時空脈絡差異外，研究

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

者相信在抗爭的語藝與宣傳的策略運用上，亦應有所不同。而此部分議題或許是未來對於性別及服裝平權運動有興趣的研究者可再進一步著力的。

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

GEMARKETING (2018)。〈PTT VS DCARD 兩大論壇綜合比較〉。取自 GEMARKETING，<https://www.gemarketing.com.tw/article/wom/ptt-dcard/9>。

GEMARKETING (2018)。PTT VS DCARD liang da luntan zonghe bijiao. GEMARKETING. Retrieved from <https://www.gemarketing.com.tw/article/wom/ptt-dcard/9>.

王石番 (1991)。《傳播內容分析法：理論與實證》。台北：幼獅文化。

Wang Shifan (1991). *Chuanbo neirong fenxi fa: Lilun yu shizheng*. Taipei: Youshi wenhua.

王行 (1998)。《解放男人》。台北：探索文化。

Wang Xing (1998). *Jiefang nanren*. Taipei: Tansuo wenhua.

王雅各 (2007)。〈新世紀的男性研究〉。《女學學誌》，第24期，頁135–173。

Wang Yage (2007). *Xin shiji de nanxing yanjiu*. *Nüxue xuezhì*, 24, 135–173.

中央社 (2019年7月22日)。〈全國首例！板橋高中繼校慶「男裙週」活動後，學校正式開放「男生可穿裙上學」〉。取自《風傳媒》，<https://www.storm.mg/lifestyle/1509367>。

Zhongyangshe (2019, July 22). *Quanguo shou li! Banqiao gaozhong ji xiaoqing "nanqun zhou" huodong hou, xuexiao zhengshi kaifang "nansheng ke chuan qun shangxue."* *Feng chuanmei*. Retrieved from <https://www.storm.mg/lifestyle/1509367>.

尼采 (1997)。《蘇魯支語錄》(徐梵澄譯)。北京：商務印書館。

Nicai (1997). *Suluzhi yulu* (Xu Fancheng Trans.). Beijing: Shangwu yinshuguan.

朱蘭慧 (2003) 〈男性性別角色刻板印象之形成與鬆動〉。《應用心理研究》，第17期，頁85–119。

Zhu Lanhui (2003). *Nanxing xingbie juese keban yinxiang zhi xingcheng yu songdong*. *Yingyong xinli yanjiu*, 17, 85–119.

何欣、王孝勇 (2014)。〈虛實之間：Cosplay 中的反串行為與性別認同〉。《傳播研究與實踐》，第4卷第2期，頁175–206。

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

- He Xin, Wang Xiaoyong (2014). Xushi zhi jian: Cosplay zhong de fanchuan xingwei yu xingbie rentong. *Chuanbo yanjiu yu shijian*, 4(2), 175–206.
- 余貞誼 (2016)。〈「我說妳是妳就是」：從PTT「母豬教」的仇女行動談網路性霸凌的性別階層〉。《婦研縱橫》，第105期，頁22–29。
- Yu Zhenyi (2016). “Woshuo ni shi ni jiushi”: Cong PTT “muzhu jiao” de chounü xingdong tan wanglu xing baling de xingbie jiecheng. *Fuyan zongheng*, 105, 22–29.
- 吳翠松 (2018年6月5日)。〈仇女言論的另類思考與「母豬教徒」的生命困境〉。取自《獨立評論@天下》，<https://opinion.cw.com.tw/blog/profile/52/article/6963>。
- Wu Tsui-Sung (2018, June 5). Chounü yanlun de linglei sikao yu ‘muzhu jiaotu’ de shengming kunjing. *Duli pinglun @ tianxia*. Retrieved from <https://opinion.cw.com.tw/blog/profile/52/article/6963>.
- 吳翠松 (2018年9月14日)。〈服裝被建構出的性別刻板印象〉。取自《獨立評論@天下》，<https://opinion.cw.com.tw/blog/profile/52/article/7283>。
- Wu Tsui-Sung (2018, September 14). Fuzhuang bei jiangou chu de xingbie keban yinxiang. *Duli pinglun @ tianxia*. Retrieved from <https://opinion.cw.com.tw/blog/profile/52/article/7283>.
- 李玉婷 (2005)。《既私密又公開的柔順身體——女性穿著胸罩的教導實踐》。新竹：清華大學社會學所碩士論文。
- Li Yuting (2005). *Ji simi you gongkai de roushun shenti—nüxing chuanzhuo xiongzhaode jiaodao shijian*. Xinzhu: Qinghua daxue shehuixue suo shuoshi lunwen.
- 李佩雯 (2018)。〈「母豬、ㄘㄘ尺、甲甲」有完沒完：淺談台灣批踢踢網路論壇之性別歧視文化〉。游梓翔、溫偉群 (編)，《社群媒體與口語傳播》(頁145–156)。台北：五南出版社。
- Li Peiwen (2018). ‘Muzhu, CCR, jiajia’ youwan meiwan: Qiantan Taiwan Pititi wanglu luntan zhi xingbie qishi wenhua. In You Zixiang, Wen Weiqun (Eds.), *Shequn meiti yu kouyu chuanbo* (pp. 145–156). Taipei: Wunan chubanshe.
- 李靖堂 (2018年10月11日)。〈【史上最貴蛋糕】耗時4年燒8百萬英糕餅店歧視同性婚姻案獲判無罪〉。取自《上報》，https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=49690。
- Li Jingtang (2018, October 11). “Shishang zui gui dangao” haoshi 4 nian shao 8 baiwan Ying gaobing dian qishi tongxing hunyinan huopan wuzui. *Shangbao*. Retrieved from https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=49690.

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

林宇玲(1999)。〈解讀台灣綜藝節目「反串模仿秀」的性別文化——以台灣紅不不讓《變男變女變、變、變》單元為例〉，「第四屆『性教育、性學、性別研究暨同性戀研究』國際學術研討會」論文。中壢：中央大學。

Lin Yuling (1999). *Jiedu Taiwan zongyi jiemu "fanchuan mofang xiu" de xingbie wenhua*——*Yi Taiwan hong burang 'Bian nan bian nü bian, bian, bian' danyuan weili*. Di si jie "xing jiaoyu, xingxue, xingbie yanjiu ji tongxinglian yanjiu" guoji xueshu yantaohui lunwen. Zhongli: Zhongyang daxue.

林思芃(2008)。《現代「潘安」：男性保養品廣告之男性形象分析——以男性時尚雜誌為例》。淡江大學大眾傳播學系碩士論文。

Lin Sipeng (2008). *Xiandai "Pan An": Nanxing baoyangpin guanggao zhi nanxing xingxiang fenxi*——*Yi nanxing shishang zazhi weili*. Danjiang daxue dazhong chuanbo xuexi shuoshi lunwen.

陳淑芬(1994)。《具體生活與象徵系統：雅美族的魚類分類與食魚禁忌》。國立清華大學社會人類學研究所碩士論文。

Chen Shufen (1994). *Juti shenghuo yu xiangzheng xitong: Yameizu de yulei fenlei yu shiyu jinji*. Guoli qinghua daxue shehui renleixue yanjiusuo shuoshi lunwen.

陳泰華(2005)。《men's uno雜誌廣告之男性形象研究》。南台科技大學資訊傳播研究所碩士論文。

Chen Taihua (2005). *Men's uno zazhi guanggao zhi nanxing xingxiang yanjiu*. Nantai keji daxue zixun chuanbo yanjiusuo shuoshi lunwen.

陳盈瑋(2007)。《內衣、身體與社會——台灣女性身體美感的論述流變(1940–1960)》。國立交通大學社會與文化研究所碩士論文。

Chen Yingxuan (2007). *Neiyi, shenti yu shehui*——*Taiwan nüxing shenti meigan de lunshu liubian (1940–1960)*. Guoli jiaotong daxue shehui yu wenhua yanjiusuo shuoshi lunwen.

陳民峰(2018年9月14日)。〈《穿裙子的男孩》下架事件：尊重教育專業，也是家長的必修課〉。取自《UDN鳴人堂》，<https://opinion.udn.com/opinion/story/8806/3368048>。

Chen Minfeng (2018, September 14). *Chuan qunzi de nanhai xiajia shijian: Zunzhong jiaoyu zhuanye, yeshi jiazhang de bixiuke*. *UDN mingrentang*. Retrieved from <https://opinion.udn.com/opinion/story/8806/3368048>.

畢恆達(2003)。〈男性性別意識之形成〉。《應用心理研究》，第17期，頁51–84。

Bi Hengda (2003). *Nanxing xingbie yishi zhi xingcheng*. *Yingyong xinli yanjiu*, 17, 51–84.

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

- 袁支翔 (2007)。《男色時代：男性時尚雜誌所建構的時尚男性氣質與消費文化》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- Yuan Zhixiang (2007). *Nanse shidai: Nanxing shishang zazhi suo jiangou de shishang nanxing qizhi yu xiaofei wenhua*. Guoli zhongshan daxue chuanbo guanli yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 埃利亞斯 (2009)。《文明的進程：文明的社會起源和心理起源的研究》(王佩莉、袁志英譯)。上海：上海譯文出版社。(原書Elias, N. R. [1978]. *The civilizing process: The history of manners volume one*. Oxford: Blackwell.)
- Ailiyasi (2009). *Wenming de jin Cheng: Wenming de shehui qi yuan he xinli qi yuan de yanjiu* (Wang Peili, Yuan Zhiying Trans.). Shanghai: Shanghai yiwen chubanshe. (Original book: Elias, N. R. [1978]. *The civilizing process: The history of manners volume one*. Oxford: Blackwell.)
- 許維寧 (2018年4月30日)。〈從母豬教徒到撲殺同性戀 台灣尚未到來的「反歧視法」〉。取自《NOWnews》，<https://www.nownews.com/news/20180730/2794471/>。
- Xu Weining (2018, April 30). Cong muzhu jiaotu dao pusha tongxinglian, Taiwan shangwei daolai de “fan qishi fa”. *NOWnews*. Retrieved from <https://www.nownews.com/news/20180730/2794471/>.
- 傅柯著 (1990)。《性意識史 (第一卷：導論)》(尚衡譯)。台北：久大。(原書 Foucault, M. [1980]. *The history of sexuality, vol.1*. New York: Vintage Books.)
- Fu Ke (1990). *Xing yishi shi (di yi juan: daolun)* (Shang Heng, Trans.). Taipei: Jiuda. (Original book: Foucault, M. [1980]. *The history of sexuality, vol.1*. New York: Vintage Books.)
- 覃思齊 (2003)。《從束乳到挺胸——內衣穿著的社會學研究》。國立台灣大學社會學所碩士論文。
- Tan Siqi (2003). *Cong shuru dao tingxiong——Neiyi chuanzhuo de shehuixue yanjiu*. Guoli Taiwan daxue shehuixue suo shuoshi lunwen.
- 彭威翔 (2010)。《日治時期台灣學校制服之研究》。國立政治大學台灣史研究所碩士論文。
- Peng Weixiang (2010). *Rizhi shiqi Taiwan xuexiao zhifu zhi yanjiu*. Guoli zhengzhi daxue Taiwanshi yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 葉寶玲、陳秉華、陳盈君、蔡毅樺 (2010)。〈《教育心理學報》四十年 (1967–2007) 之內容分析〉。《教育心理學報》，第41卷第3期，頁685–702。
- Ye Baoling, Chen Binghua, Chen Yingjun, Cai Yihua (2010). *Jiaoyu xinli xuebao sishi nian (1967–2007) zhi neirong fenxi*. *Jiaoyu xinli xuebao*, 41(3), 685–702.

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

- 游美惠 (2013a)。〈校園霸凌與性別關係〉。翁福元(編)，《校園霸凌：學理與實務》(頁239–250)。台北市：高等教育。
- You Meihui (2013a). Xiaoyuan baling yu xingbie guanxi. In Weng Fuyuan (Ed.), *Xiaoyuan baling: Xueli yu shiwu* (pp. 239–250). Taipei shi: Gaodeng jiaoyu.
- 游美惠 (2013b)。〈多元性別特質與校園中的性/別霸凌事件〉。《人文與社會科學簡訊》，第14卷第3期，頁48–55。
- You Meihui (2013b). Duoyuan xingbie tezhi yu xiaoyuan zhong de xing/bie baling shijian. *Renwen yu shehui kexue jianxun*, 14(3), 48–55.
- 楊孝濬 (1996)。《傳播研究方法總論》。台北：五南出版社。
- Yang Xiaoying (1996). *Chuanbo yanjiu fangfa zonglun*. Taipei: Wunan chubanshe.
- 劉宗靈 (2009)。〈身體史與近代中國研究——兼評黃金麟的身體史論著〉。《史學月刊》，第3期，頁85–97。
- Liu Zongling (2009). Shentishi yu jindai Zhongguo yanjiu——jianping Huang Jinlin de shentishi lunzhu. *Shixue yuekan*, 3, 85–97.
- 轉角說 (2018年6月5日)。〈信仰自由 > 歧視同志？美國錯愕終審「同志婚禮蛋糕案」〉。取自《UDN》，https://global.udn.com/global_vision/story/8664/3181308。
- Zhuanjiaoshuo (2018, June 5). Xinyang ziyou > qishi tongzhi? Meiguo cuoe zhongshen “tongzhi hunli dangao an.” *UDN*. Retrieved from https://global.udn.com/global_vision/story/8664/3181308.

英文部分 (English Section)

- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. London and New York: Routledge.
- Chalari, A. (2012). The causal impact of resistance: Mediating between resistance and internal conversation about resistance. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 43(1), 66–86.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. UK: Polity Press
- Ewick, P., & Silbey, S. (2003). Narrating social structure: Stories of resistance to legal authority. *The American Journal of Sociology*, 108(6), 1328–1372.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison* (A. Sheridan, Trans.). New York: Vintage Books. (Original work published 1975)
- Foucault, M. (1980). *The history of sexuality volume 1: An introduction* (R. Hurley, Trans.). New York: Vintage Books. (Original work published 1976)
- Foucault, M. (1985). *The history of sexuality volume 2: The use of pleasure* (R. Hurley, Trans.). Harmondsworth: Penguin. (Original work published 1984)

台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析

- Foucault, M. (1988). Technologies of the Self. In L. Martin, H. Gutman, & P. Hutton (Eds.), *Technologies of the self: A seminar with Michel Foucault* (pp. 16–49). Amherst: The University of Massachusetts Press.
- Gramsci, A. (1971). *Selection from the prison notebooks*. In Q. Hoare & G. N. Smith, (Eds. & Trans.), New York: International Publishers.
- Hawkins, B. (2008). Double agents: Gendered organizational culture, control and resistance. *Sociology*, 42, 418–435.
- Hollander, J. A., & Einwohner, R. L. (2004). Conceptualizing resistance. *Sociological Forum*, 19(4), 533–554.
- Landis, J. R. & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159–174.
- McAdam, D., Tarrow, S., & Tilly, C. (2001). *Dynamics of contention*. New York and London: Cambridge University Press.
- Nixon, S. (1997). Exhibiting masculinity. In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural representations and signifying practices* (pp. 293–336). London: Sage.
- Rigakos, G. S., & Law, A. (2009). Risk realism and the politics of resistance. *Critical Sociology*, 35, 79–103.
- Roberts, H. E. (1977). The exquisite slave: The role of clothes in the making of the Victorian woman. *Journal of Women in Culture and Society*, 2(3), 554–569.
- Roche, D. (2000). *A history of everyday thing: The birth of consumption in France, 1600–1800*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Supovitz, J. A., MacGowan III, A., & Slattery, J. (1997). Assessing agreement: An examination of the interrater reliability of portfolio assessment in Rochester, New York. *Educational Assessment*, 4(3), 237–259.
- Steele, V. (2005). *The corset: A cultural history*. New Haven, CT & London: Yale University Press.
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. (2005). *Mass media research: An introduction* (8th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.

本文引用格式

吳翠松 (2021)。〈台灣當代服裝反抗行動的性/別論述及意識分析：以 Vieso 拒男客試女褲事件為例〉。《傳播與社會學刊》，第 56 期，頁 161–193。