

「只是性感，不是放蕩」： 社群媒體女性自拍文化的象徵性 劃界實踐

康庭瑜*

摘要

本文分析社群媒體上年輕女性使用者的性化自拍影像產製。本研究指出當代女性社群媒體使用者所面臨的一種兩難，一方面，性化的身體展演逐漸成為一種社群常規，另一方面，蕩婦羞辱的凝視仍然時時監控和規訓這些女性使用者。本研究透過半結構式的訪談，指認這些女性使用者如何發展出各種性化的技術，以進行象徵性的劃界實踐，區分合宜的性和過剩的性，再製良婦與蕩婦的區隔。

關鍵詞：自拍、性化、性別、社群媒體、後女性主義、蕩婦羞辱

* 康庭瑜為政治大學傳播學院副教授，E-mail: tingyu.kang.nccu@gmail.com。

投稿日期：2017/11/01；通過日期：2018/07/02

壹、研究目的

本文討論社群媒體上年輕女性自拍影像的產製，指出當代年輕女性社群媒體使用者的性與身體面對的一種兩難。一方面，自九零年代以降，許多大眾媒體、新媒體社群文化和年輕女性次文化，鼓勵女人自我性化（self-sexualize）自己的身體。這些流行的論述，將年輕女人在性化身體方面的探索，和女人對自己性化身體的自信，描繪為當代理想陰性氣質的展現，並且是當代異性戀正典規範（normative heterosexuality）擇偶場域中的一種貨幣（楊芳枝，2002.05；Gill, 2012；Harvey & Gill, 2011；Holland & Attwood, 2009；Levy, 2005；Ringrose, Harvey, Gill, & Livingstone, 2013）。另一方面，自我性化的女人，在日常生活和社群媒體上，時常受到蕩婦羞辱（slut shaming）。女人裸露的身體，和她們對性的自信與慾望，被認為是需要被管制的；她們的性與身體因此被這些規範性的監督眼光時時監控（Daniels & Zurbruggen, 2016）。也因此，許多女性社群媒體使用者需要回應這兩種相互衝突的要求，一方面女人被鼓勵性化自己的身體，一方面自我性化的女人會遭受各種管制和羞辱。

面對兩種相互衝突的要求，社群媒體中的女性使用者究竟如何回應？本研究的問題意識始於此。本研究聚焦於曾在社群媒體上分享自己性化身體影像的女性，探問她們性化身體影像的產製與分享的經驗，是否受到上述兩種要求的影響，而面對這些相互衝突的要求時，她們又如何回應。這個研究問題有其理論上和實務上的重要性。目前已有許多研究討論文化如何鼓舞女人，使女人將性化身體作為一種愉悅和自信的來源（如 Holland & Attwood, 2009；Levy, 2005）。亦有另一些文獻，持續討論蕩婦羞辱如何治理女人，並持續管制她們的性實踐（如 Daniels & Zurbruggen, 2016）。然而，卻較少文獻的架構是同時著眼於社群媒體中這兩種文化力量，追問女性社群媒體使用者作為行動者，究竟如何同時回應這些兩難的文化力量。台灣的經驗研究亦尚未直接著眼於這些兩難，探問社群媒體女性使用者的經驗如何協商這些矛盾的期待。

此外，這個議題的重要性也在於當代身體影像的傳播管道逐漸轉移至社群媒體。雖然已有許多研究討論自我性化作為一種性自信和性愉悅的來源，這些討論卻時常聚焦在大眾媒介中女人的再現。然而，

「女人從被性化中得到愉悅」不僅僅是一種在大眾媒介中流行的再現，在近年，社群媒體也可能成為產製這種再現的重要平台。根據財團法人資訊工業策進會〔資策會〕的統計，近十年來，有線電視的普及率下滑，在 2016 年，不看平面媒體的人達 60.1%，不聽廣播者 67.5%，不看電視的人占了 17.9%，然而台灣人花在行動裝置的時間，約為平面媒體、廣播和電視的 1.5 倍，而使用行動裝置時，最常使用的功能即為社群功能：首先為即時通訊軟體，其次即為社交網站平台（張為竣、陳雲上，2016.07.21）。台灣的臉書活躍使用者占總人口的 74%，是全球第一，根據資策會在 2017 年公布的調查資料，90.9% 的人擁有臉書帳戶，32.7% 的人擁有 Instagram 帳號，這些都是傳播當代身體影像的新興重要管道（張為竣、陳雲上，2016.07.21；資策會，2017.05.01）。社群媒體除了成為女人接收他人身體影像的平台，它同時也是女人分享自己身體影像的平台：在大眾媒介的環境中，女人時常消費其他女人被性化的影像；在社群媒體時代，更多女人也開始生產自己性化的影像。當代的媒介消費者若是留心，可以發現和大眾媒介中被描繪為享受性化的女性再現相比，社群媒體中享受性化的女人有許多重要的特點：被性化的身體影像由名流女人轉往大眾女人；影像的生產者亦由專業媒體工作者轉為大眾；性化作為一種勞動由有償轉為無償；拍攝的場景由非日常的擺拍轉往日常生活的場景。總體來說，社群媒體中的自我性化與大眾媒介相比，有大眾化、無償化、日常生活化等特性，把自我性化的經驗帶到多數人的日常生活中。這些新興的性化面向都需要持續的研究關注。本研究因此聚焦於社群媒體中的自我性化經驗，分析這些經驗如何一方面受到當代文化對於性化的鼓舞，另一方面也受到蕩婦羞辱的管制，探問曾有在社群媒體中分享性化的身體影像的女性使用者，將如何接收和回應這兩種需求。

本文使用象徵性界線理論來詮釋這些女性受訪者的經驗。象徵性界線指的是不同群體之間挪用符號來創造出各種界線以進行區別。群體之中的每個個人在日常生活中創造出各種論述和實踐，以標明自我和他者的差異（Abbott, 1995；Barth, 1969；Jenkins, 1996；另參見 Bail, 2008）。本文的研究資料顯示，一方面面對性化的要求，另一方面面對蕩婦羞辱的性管制，這些年輕的女性社群媒體使用者發展出各種「性化的技術」（techniques of self-sexualization），以同時回應這

兩種規範。她們挪用符號來進行各種性化的技術——包括論述的技術，和身體影像產製上的技術——許多使用者打造出「合宜的性化」和「不合宜的性化」之間的邊界，並將自己的自我認同和身體實踐放在合宜的性化的類屬，這些都密切地呼應了象徵性界線研究取徑所強調的差異與區隔的社會過程。本文以下的分析將環繞這個核心論點展開，指出受訪者發展出各種關於性的論述和性化身體風格的使用，以標明自我（合宜的性感）和他者（過剩的性感）兩者之間的界線，藉此回應當代性別文化中，一面鼓舞女性自我性化，一面持續進行蕩婦羞辱的兩種相互衝突的規範。

貳、文獻回顧

一、性化的女體及其變異

數十年以來，性別與媒體的文獻已經持續指出，女人的身體在大眾文化和媒體之中被性化和物化，女人性化的身體成為一種景觀，「男人觀看，女人看著自己被男人觀看」（Berger, 1973）。在這些論述中，女人是男性凝視的受害者，缺乏支配身體的能動性。然而，在千禧年之際，許多文獻指出，在許多文化脈絡中都可以觀察到新一波的性化女人身體現象，它常被稱為文化的情色化（pornofication of culture）、情色時尚（porno-chic）或下流文化（raunch culture）（Duits & van Zoonen, 2006；Gill, 2007a；Hakim, 2011；Levy, 2005；McNair, 2002；Ringrose, 2011；Walter, 2010）。

這個新一波的性化風潮時常將女人性化的身體描繪為「一種時尚，是愉悅感的來源，也是一種打造自我認同的方式，一種身體工作，一種自我表達的方式，和一種個人的成就與滿足」（Attwood, 2006: 86）。早期的大眾文化時常將性化的女體描繪為被動的，女人的身體被動地被性化，是為了滿足男性凝視和異性戀男性觀眾的慾望；而這個新一波的性化的女性身體，在媒體和公眾文化之中，被描繪為是女人的選擇，女人從中能得到自信、愉悅與滿足。相關研究文獻時常分析的大眾文化中的例子包括了：許多廣告是關於性方面主動的女人，並描繪這些女人因為擁有性感的身體吸引男人的目光，進而能主宰和支配男人，因此是勝利的，並且從中能得到愉悅感和成就感（楊芳枝，2002.05；Evans, Riley, & Shankar, 2010）。時裝雜誌中倡

導的情色時尚也是另一個時常被分析的例子，女人透過魔術胸罩和其他性感的衣物，同時使用與情色明星相像的肢體動作，而能想像自己為情色產業中的明星，並從中得到性的愉悅和性的自信（Evans et al., 2010）。許多研究也討論大眾媒體中逐漸流行起來的「改造自己」實境節目和雜誌單元，這些大眾文化素材鼓吹女人好好選擇各種消費的物件，將自己改造為更性感、更有品味的女人，而女人將自此得到對身體的自信和愉悅，稱為自我改造典範（the makeover paradigm）（Gill, 2008；Gwynne, 2013）。

過去的研究對於此一大眾文化中這新一波的性化女體風潮有許多爭論，這些爭論主要是關於如何評價此一風潮。一部分的論者認為這個風潮是女人的性賦權（sexual empowerment），強調女人在這個文化之中是有能動性的（sexual agency），這是因為這是一個女人自主的選擇（choice），並且在當中可以察見女人的愉悅（pleasure）。過往大眾文化中，看不見性化的被動女人的愉悅，而只見異性戀男人觀賞女體時的愉悅，而許多文獻主張，新一波性化的風潮則大不相同，性化女人身體的目的，從滿足異性戀男人的慾望，轉為滿足女人自己的慾望（Peterson, 2010；另參見 Holland & Attwood, 2009；Smith, 2007）。

然而，這個賦權的論點遭受許多批評。有論者認為，在女人選擇追尋愉悅的同時，此間女人的勝利和自主的前提是，她的身體必須服膺單一的美貌神話。這個批評指出，這一波性化之中的身體美學，沿用了過往非常單一的美貌標準，通常是年輕的、異性戀的，並且是一種全球化、單一化、西方化的美貌樣板（Gill, 2007a；McRobbie, 2009；Orbach, 2009）。因此，這個論點主張，這種新一波的性化文化中，女人的性化身體仍然是一種消費文化中的景觀，它持續地被商品化，這些研究認為，它仍然與過往的性別與凝視政治脫不了干係，甚至認為它是傳統性別歧視的變形、延伸或加劇（Donaghue, Kurz, & Whitehead, 2011；Levy, 2005；Winship, 2000）。也有研究指出這個文化是一種新自由主義的陷阱，意即，慶祝個人的選擇自由和自決，並且是個人在市場消費中選擇的自由和自決。這個新一波大眾文化中的女體性化當中，女人的能動性、自決、賦權、愉悅和解放主要都透過消費來完成（如：性感衣物、性玩具、其他與性相關的生活風格消費、一切使用性自主的女人作為廣告訴求的商品等）。這樣一來，賦

權和自主被消解在資本邏輯當中，將女性主義此一集體對社會結構的挑戰，簡化為個人透過消費所得到的個人氣質和感受（Gill, 2007b；Harris, 2004；與此辯論相關的台灣在地辯論，見楊芳枝，2002.05；蕭蘋，2003）。

許多作者強調，在今天，「性感作為一種賦權」的論述已經成為一種新的規範與霸權，在年輕世代的女人之中打造一種新的霸權式的理想陰性氣質和性主體。她們必須時常表現性的自信和愉悅，才能成為當代定義理想女人，並且這通常是異性戀式的性感（Evans et al., 2010；Gill, 2008）。若說過往女人在異性戀規範中的可慾性典範（paradigm of desirability）是貞潔的美德（virtue of virginity），提倡性方面無經驗的純潔典範作為理想的、可慾的陰性氣質，則新一波的性化女體文化，開始提倡另一種可慾性。它強調可慾的女人是擁有一定程度的性的自信，並願意從事某種程度的性的探險，這些都需透過展示和享受自己性化的身體來展現（Gill, 2012）。

二、社群媒體與性化的女體

上述的研究在討論這一種新一波可慾性的生產時，時常聚焦在大眾媒體的內容，但較近期的研究也轉而指出，這種新形態的可慾性，也可以在社群媒體使用者的性化自我再現中發現。社群媒體已成為當代青少年和年輕人探索性主體意識（sexual subjectivity）和性認同（sexual identity）的重要場域。若說大眾媒介中強調性自信與性愉悅的性化女體，主要是關於性化名流的身體，社群媒體中強調性自信與性愉悅的性化女體，則更常是關於性化大眾女性的身體。影像產製者從專業的媒體從業者，轉為大眾女性；被拍攝者，亦從名流轉為大眾女性；拍攝場景從非日常的擺拍，轉為日常生活的取景。有論者主張，和公眾媒介時代相比，這促生了日常生活的情色影像化（Ringrose, 2010）。這些新興的轉變使得新媒體中的新興性化文化成為當代極待研究的議題。

在社群媒體中，性主體意識和性認同的探索過程，是非常性別化的。許多既有研究的資料都暗示，女性社群媒體使用者較男性使用者更常進行自我性化的再現。女性社群媒體使用者較男性使用者上傳更多自己的照片，也花更多的時間和注意力在為照片擺姿勢、編輯和選擇照片，在社群媒體的自我再現影像中，女性也較男性更常擺放具有

性暗示的身體姿態，並且穿較少的衣服（Kapidzic & Herring, 2011, 2015；Manago, Graham, Greenfield, & Salimkhan, 2008；McAndrew & Jeong, 2012）。情色影像訊息的研究發現，異性戀男孩和年輕男性的可慾性，建立在他們取得和近用年輕女孩性感影像的能力：收到越多女性的性化身體照片，表示他們是越可慾的男性；相反的，異性戀女孩和年輕女性所追求的可慾性，則建立在她們性感的身體影像的受歡迎程度，越多人喜愛和索取她們性化的身體影像，則表示她們是越可慾的女性（Ringrose et al., 2013）。

與上述西方的經驗相互呼應，台灣的研究也開始討論年輕世代女性的自拍行為及自拍影像分享。王俐容、陳偉鳳（2010）討論青少年和青少年自拍作為一種次文化，究竟是迎合了或挑戰了成人世界的價值與規範，研究結論指出，一方面有青少年使用性別扮裝的態度，來探索跨性別扮演的可能（即：扮演男生），然而，另一方面，青少年若是進行女性化的性化身體展演，則迎合了主流成人世界對女體所設定的美貌標準。張玉佩、葉孟儒（2008）則分析網路美女自拍影像的閱聽人經驗，美貌神話是貫穿這些經驗的核心概念，資料指出男性觀看的經驗是愉悅的，透過對貌美女體進行佔有的凝視而取得愉悅感，而女性觀看的經驗則是焦慮的，透過內化美貌神話而致生焦慮感。總體來說，這些資料指出，女體的裸露和性化是自拍文化之中的常見主題，這些自拍的影像時常服膺既有的美貌神話（王俐容、陳偉鳳，2010；張玉佩、葉孟儒，2008），某些特定的身體使用的方式和自拍文化被認為是青少年的認同和主體意識建立的過程與表現（王俐容、陳偉鳳，2010）。

縱觀西方經驗研究和台灣的研究，當中的相同之處是，無論是西方或是台灣研究，許多實證資料都指出當代的社群媒體自拍文化的大量性化。雖然男性與女性使用者都會在社群媒體上產製性化自己的影像，但社群媒體中的常規實踐，仍然是大量地鼓舞女性，使她們透過產製和分享性化的身體影像，來打造自己的可慾性。英文的文獻和台灣的本地研究也都曾指出，透過自拍影像分享，使用者尋求同儕認同、社會資本並發展認同（王俐容、陳偉鳳，2010；Dunne, Lawlor, & Rowley, 2010；Lenhart, 2009；Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2009）。然而，上述回顧的西方文獻和台灣研究目前的差異之處在於，目前台灣文獻的主要發現，時常指向自拍當中主流美貌標準的霸

權，指出女性若是要透過性化自拍來呈現陰性氣質，是如何地服從這個主流美貌標準的霸權。而上述西方研究中除了有指出主流美貌標準霸權的文章，亦有研究討論性化身體的展現，除了是服膺主流身體文化的霸權之外，是否有其它鬆動既有權力關係的可能。即，這些西方文獻之中，除了「性感作為一種服從」的研究觀點（如 Daniels & Zurbruggen, 2016；Ringrose et al., 2013；Ruckel & Hill, 2017），另外也有研究試著開啟「性感作為一種反抗」的研究觀點（如 Hasinoff, 2010）。

三、蕩婦羞辱

雖然社群媒體自拍文化開始大量鼓舞女性，使她們樂於分享自己性化的身體與生活風格，在此同時，長期以來我們的文化也時常管制女人性化的身體，和她們一切的性表現。這種規範時常以蕩婦羞辱的形式出現。蕩婦羞辱指的是當女人明示她的性慾望或是使人有性的聯想時，她們被認為是蕩婦，因此應該被羞辱和責備（Jackson & Cram, 2003；Ringrose et al., 2013）。女人對性的自信、慾望和主動，往往被認為需要被管制和壓抑。與蕩婦羞辱息息相關的概念，是性的雙重標準（sexual double standard），即，當女人表達出性的慾望和自信時，是需要被管制的，然而當男人表達出性的慾望和自信，他們相較之下較少被監控和懲罰；有時男人的性表達和自信甚至成為對男人性表現的一種常規，男人必須從事性表達和性自信，因為這是一種理想陽剛氣質的展現（Ringrose et al., 2013）。

蕩婦羞辱和對女性性慾的恐懼與規範，在新媒體時代也處處可見。女人的身體長久以來被認為應該是私密的，某些身體部位較另一些身體部位更是被認為是私密的，因此女人的某些身體細節進入公共的空間時，常被認為是逾越的身體。「公共的女人」（public women）在某些文化中，指的曾是性方面放蕩的女人，創造「私領域的女人是好女人，公領域的女人是蕩婦」的理解。社群媒體時常被認為是公開或半公開的空間，當女人的某些被認為是私密的身體部位的影像進入這個公共的言論領域，時常被認為是不適當的。

關於新媒體中的蕩婦羞辱研究，多半聚焦在青少年和年輕女性的新媒體上的情色化影像或情色簡訊（sexting）之上，討論網路空間如何複製甚至加劇了線下世界對女人的性管制。在許多西方社會的脈絡

中，青少年在線上的性化影像，時常受到同儕的性羞辱或負面評價（Daniels & Zurbriggen, 2016；Ringrose, 2011）。她們若是使用情色簡訊來傳送自己性化的影像，這些影像時常在她們未允許的情況下被公開，在這些影像散佈的過程中，這些拍攝的少女往往不被認為是受害者，而被認為是缺乏性貞潔的蕩婦，因而活該被嘲弄或是羞辱（they deserve this）。有時這些女性被責備，是由於人們認為這些女性應自己負起保護自己的責任，認為這些女人有道德責任將自己隔絕於男人性的侵略性之外（Holland, Ramazanoglu, Sharpe, & Thomson, 1998）。批評這類性化的女體影像的不只是男性觀眾，許多女性觀眾也會加入蕩婦羞辱的行列，這些羞辱與懲罰通常以同儕的負面評價形式出現（Daniels & Zurbriggen, 2016）。

四、象徵性界線理論

總的來說，目前的研究一方面指出，性化自拍常成為使用者性自信和性愉悅的來源，另一方面，也有研究討論這些線上性化的身體實踐，如何可能遭受蕩婦羞辱。然而，幾無研究探討女性使用者同時面臨這兩種相互衝突的要求時，究竟發展出怎樣的實踐，來同時回應和協商這些要求。此外，台灣的文獻也尚未直接追問女性使用者面對雙重要求的回應策略。因此，本研究聚焦在此，探問女性使用者面對兩種衝突的要求時，發展出怎樣的協商策略。象徵性界線理論聚焦於社會中不同群體區分我群與他群的（in-group and out-group）的過程，透過這個過程來打造自我的認同（Abbott, 1995；Barth, 1969）。它指的是每個個人「使用各種策略、原則和實踐來創造、維持或修改文化中定義的各種類屬（categories）」（Nippert-Eng, 1995: 7）。象徵性劃界的工作是每個個人「構成自我的一個重要過程」（intrinsic part of the process of constituting the self），這是由於每個個人必須透過指認自己像誰、自己又和誰不同，方能建立自我認同（Lamont, 1992: 11；另參見 Lan, 2003b）。也因此，這個自我指認的過程不僅僅是個人的，也是社會的。我們指認和我們相像的社會群體，並力求在日常生活的論述和實踐中，挪用象徵性符號來保持和複製這些相像之處；我們也指認和我們不同的社會群體，並且透過論述和實踐，來挪用象徵性符號以強調、維持或甚至創造這些差異。符號的象徵意義在這個過程中至為關鍵。許多研究已指明，人們透過符號的象徵性意義，來區

分各種社會類屬的邊界（Bourdieu, 1984；Goffman, 1959）。這種對於象徵性符號的強調，形塑了象徵性界線理論的研究取徑：即，觀察個人在日常生活中所使用的各種符號，特別是用來製造差異和區隔的符號，並追問個人如何詮釋這些符號，以了解這些符號所指涉的不同社會類屬間的權力落差，如何被個人理解和再複製。

這個運用符號製造差異和分類的過程，時常暗藏了各種權力運作的痕跡。這是由於「優越的我群」和「從屬的他者」之間的邊界，時常在這個差異製造的過程中不斷被複製。也因此，這個理論被廣泛的應用於研究族群、犯罪與偏差等充滿權力斧鑿的領域。比如：膚色和宗教符號被挪用來定義誰屬於我們的族群，而誰又是從屬的、較劣等的他者（如 Bail, 2008；Wimmer, 2009）。在符號意義生產過程之中，各種價值判斷和規範創造的論述被生產出來，支持「我」的認同，並鞏固「它」與我的差異。有時這些區分群體的劃界實踐會有更複雜的態樣，比如許多研究曾指出族群與階級的界線的交織。以台灣的脈絡為例，菲律賓籍的家務移工在面對台籍的雇主時，會使用各種象徵和論述的生產（包括：語言、空間使用等）來區分或挑戰兩者之間的族群和階級階序，這些劃界的實踐都環繞著權力關係的角力而展開（Lan, 2003a；其它脈絡的例子見 Bauböck & Rundell, 1998；Nightingale, 2011）。

除了族群、階級、犯罪與偏差等領域，這個概念也被廣泛的應用到各式各樣社會類屬的創造和維持。比如管理領域和工作與職場研究也時常使用劃界理論，分析人們如何創造論述和挪用符號來區分出家庭和工作的邊界，試著維持家庭與工作之間的界線，區分「公共」和「私人」的時空和物質界線；有些研究也指出許多工作時數和內容被這些論述劃歸為家庭或休閒，掩蓋勞動時數的延長等勞動剝削；也有文獻討論不同的傳播科技如何被挪用為符號，來維持公領域和私領域的象徵性界線（如 Kreiner, Hollensbe, & Sheep, 2009；Stanton & Stam, 2003）。

總體說來，象徵性界線理論可以廣泛地應用到各種社會類屬的創造與維持，特別適用於分析這些類屬的背後的權力關係，探討優越的我群與從屬的他者如何被定義和維持。這與本研究所蒐集到的經驗資料緊密的相關。因此，本研究使用這個理論來分析受訪者如理解「合宜的性感」和「不合宜的性感」之間的邊界，分析受訪者如何使用各

種論述、身體實踐、影像風格來鞏固這個象徵性邊界，並將自己放在前者的類屬之中，使自己能一方面符合自我性化做為一種理想陰性氣質的要求，另一方面也能使自己不受蕩婦羞辱的眼光監控。

參、研究方法

本研究使用半結構式訪談（semi-structured interviews）。本研究聚焦在社群媒體使用者產製和分享性化自拍的經驗，追問她們在影像的產製過程中，如何指認怎樣的性感是合宜的，而怎樣的性感又是不合宜的。這個微觀的意義建構與詮釋的過程，適合使用質性研究方法來考掘。深度訪談法（in-depth interview）讓被研究者能深入闡明這些經驗。在深度訪談的過程之中，本研究邀請受訪者提供自己的性化自拍照片，這些影像是受訪者意義建構和詮釋所產出的成品，因而是能回答本研究問題的重要素材。由於這些影像文本揭露受訪者的身分，考量性化實踐的社會汙名，和受訪者匿名的完整性，本文並未放入這些照片進行文本分析。作為替代的方法，本研究邀請受訪者在訪談的過程中描述和詮釋這些照片的元素，並呈現與分析這些訪談內容。

本研究徵求自我指認為曾在社群媒體上分享自己性感的自拍的女性使用者。也就是說，究竟什麼樣的受訪者算是產製過性感自拍的受訪者，本研究交由社群媒體使用者來詮釋和定義。這是由於本研究所欲挖掘的是社群媒體使用者對於性和性化的兩難，因而，究竟哪些拍攝和分享的經驗涉及了性和性化，必須回到使用者的經驗中來理解。

受訪者一共為 15 位，年齡在 20 到 30 歲之間，這個年齡區間的選取，參考了過往對於自我性化女性的研究。這些研究聚焦在青少年（teens）或年輕成年女性（young adults）之中的流行（Daniels & Zubriggen, 2016；Ringrose & Barajas, 2011）。這兩個族群雖然都被指認為性化女體文化流行的主要族群，然而兩者面臨十分不同的性別常規，和不同的自我認同模式。未成年女性與成年女性的經濟生活和其他社會生活中的角色也十分不同，因此，許多資料的詮釋方式，在這兩個群體上都可能有其差異。因此，本文不混同青少年和年輕成年女性。此外，由於許多後女性主義的文獻已聚焦於青少年，討論青少年自我性化文化中的意願、權力與屈從，並且在這些論述中時常強調未

成年人的易受害性（vulnerability），本研究因此希望能聚焦在一個後女性主義文獻相對較少碰觸的群體，但卻也是自我性化文化的主要群體，研究年輕成年女性的性化自拍。

本研究招募受訪者時，首先由本研究團隊成員在自身人際網絡中尋求，其後也自這些受訪者的人際網絡中尋得進一步受訪者。受訪者的資訊列表如下（詳如表 1）。

表 1：受訪者資訊

受訪者編號	年齡	職業	居住地	訪談時間
A	22	大學生	台灣 / 印尼	8/1/2017
B	27	旅行業	台灣	8/2/2017
C	25	研究生	台灣	8/16/2017
D	22	大學生	台灣	8/17/2017
E	26	行銷企劃	台灣	8/17/2017
F	23	新娘秘書 / 保險業務員	台灣	8/22/2017
G	25	精品業	台灣	8/22/2017
H	23	研究生	台灣 / 蘇州	9/20/2017
I	25	業務企劃	台灣	9/21/2017
J	21	大學生	台灣	9/21/2017
K	22	大學生	台灣	9/21/2017
L	23	派對活動	台灣	9/22/2017
M	24	服務業	台灣	9/22/2017
N	24	研究生	台灣	9/29/2017
O	24	待業	台灣	9/29/2017

這些受訪者所用來分享性感自拍照的社群媒體主要有二：Facebook 和 Instagram。每位受訪者被要求提供至少兩張她們曾經在社群媒體上分享的性感自拍照。當受訪者被要求描述這些她們所提供的性感照片的元素時，她們最常提及的元素是照片中身體露出的部位（依照被提及的次數排序為：胸和乳溝、鎖骨、肩膀、其他部位包含背、手臂和腹部等）和衣著（依序是：比基尼、內衣和運動內衣、洋裝、短褲、短裙和其他包含高中制服、小可愛等）。其他零星被提及

的元素包括了彩妝（紅唇）、表情和眼神（微醺）、身體姿勢（腰臀曲線）。訪談問題分為幾個部分：第一，性感影像的定義和拍攝分享性感影像的動機；第二，觀眾評價；第三，如何回應與協商觀眾評價。^[1]訪談資料整理成逐字稿後即進行資料分析。首先，研究者對於逐字稿進行開放式的編碼（open coding），將經驗資料初步概念化，建立數個概念並且命名，並找出重複出現的概念。其次再進行主軸編碼（axial coding），將所有初步的概念理清並統整為相互關聯的詮釋。

肆、相互衝突的兩種要求

一、性化身體的社群文化：愉悅作為治理機制

根據這些受訪者的解釋，性化的身體影像分享，是當代社群媒體女性使用者之中一種越來越流行的文化實踐。而鼓舞這個新興文化實踐的機制，是愉悅感。受訪者解釋她們拍攝和分享性感的身體照片的動機時，時常指認這些身體影像的拍攝和分享是她們日常愉悅感的來源。這個愉悅感的來源主要有兩種。

首先，愉悅是來自於社群同儕的正向評價：

我就是虛華的人……就是讓人家稱讚也很開心啊，就是覺得哇塞原來妳這麼有料喔，或者是噢妳變瘦了喔什麼之類，變漂亮啊。女生就是喜歡聽這些。（E）

就是說很胸……就是胸……因為我比較肉，所以就是胸部比較大一點，通常都會針對胸部去（讚美）。（J）

因為拍的當下會覺得這張拍得不錯，就會放在社群媒體上分享給大家。然後有一些人就會有一些誇獎之類的話，感覺蠻開心的。（B）

（受到讚美的比例）比較高啊，就是有稍微露一些長輩，比如說胸部啊，裙子可能比較短啊，這樣子。（K）

幾乎所有受訪者都指出，分享性化身體影像的愉悅感重要來源是

同儕對於她們性化身體的正向評價，包括了**有料、很胸**（皆為胸部豐滿之意）、**辣、瘦**等。社群媒體的按讚數和正向留言作為一種貨幣，受訪者得以累積社群同儕的認可。

與愉悅感相伴而生的是愉悅感的匱乏。同儕會認可性感照片，也會不認不夠性感的照片，或是性感得不理想的照片。當受訪者 C 被問到分享影像是否曾感到壓力時，她舉例：

因為那一張沒有鋼圈去支撐，所以就沒有很明顯的溝，但是在台灣大家都很 care 妳有沒有溝。他們就可能當下在那張照片下面留言，說這張下面南半球露出來了，或是說這張沒有溝耶。（C）

受訪者 C 指認，同儕對於照片不夠性感，或是性感得不理想（沒有乳溝）的評價，會造成愉悅感的匱乏。總的來說，愉悅成為一種獎勵機制，時常鼓舞女人產製標準化的理想性感身體。

其次，除了同儕認可，愉悅的另一個來源是自我認可。這種愉悅感和身體的自我改造有關。性化身體的自我管理和自我改造，成為一種性主體意識探索的過程，這個身體改造過程帶來的性自信，就成為愉悅感的來源。受訪者 D 的說明是一個典型的例子：

有時候其實發這種照片還滿多回應，就可能是說什麼「夠正啦」、「美啦」或者是有的沒的，這也是其中一個開心的來源。但主要還是看著自己進步，會比較有動力。而且就是紀錄自己的人生，下次再發的時候就會看到以前舊的時候，就會「哦～我以前蠻胖的，現在這樣子是不是很進步了很開心這樣子」。（D）

受訪者 D 指出，除了社群同儕的認可，自己對於自己身體的認可，也是愉悅感的重要來源。然而，對自己身體的認可並非與生俱來，根據受訪者 D，對自己身體的認可是必須透過身體的不斷改進和打造而來。這個被打造和改進的身體可以是生物性的身體（如：胖或瘦的身體、體重），也可以是文化的身體（如：穿著打扮）。受訪者自我管理並自我打造這些身體的進程，並將這些進程影像化，透過消費這些影像，而能得到愉悅。時時監控並改造自己身體，從改造後重

生的身體得到愉悅，這個過程呼應了新一波性化女體潮流的研究中所討論的自我改造潮流（Gill, 2008；Gwynne, 2013）。

總的來說，性化身體影像的產製和分享，能在年輕世代女性社群媒體使用者中逐漸流行起來，這倚賴愉悅感作為機制。這些愉悅感來自於同儕對於自己性化身體的正向評價，和使用者對性化身體持續的改進與打造過程所得到的性自信。這些性自信、性探索和自我改造的過程都隱約呼應了當代新一波性化女體的風潮。

過去性化女體的研究時常指認媒體素材如何將女體打造為十分單一的美貌樣板，為了能迎合異性戀男性的慾望。與這些早期的性化女體研究相比，本研究資料不同的發現，是此處受訪者強調她們服務的不只是男性的慾望與凝視，甚至不只是他人的慾望與凝視，而也是自己的凝視。若說早期使女人性化身體服膺於單一美體標準的機制是強制的，使當代年輕社群媒體使用者性化身體迎向單一主流美體標準的機制，在於甘願。透過愉悅感創造自願與合意，鼓勵女性加入這個身體自我規訓與呈現的行列。

然而，拿本研究資料與早期性化女體文獻相比，相同的是在社群媒體的性化自拍文化中，使用者仍然使用十分單一的美貌樣板。在訪談中，受訪者描述自己得到愉悅感時的身體形貌與風格包含了**瘦、胸、有料、美、辣、腿長**等身體形象。受訪者 C 的例子也指出，若是分享的身體影像不服從社會常規所定義的十分單一的理想性感樣貌，則愉悅感可能消失，並感覺到壓力。這些都暗示女性使用者的愉悅來自於她的身體，也暗示了社群媒體透過愉悅感作為機制，仍然規訓這個身體服膺許多過往性化女體的美貌標準，如：瘦即是美（the thin ideal）等等。

二、蕩婦羞辱：想像的與實際的觀眾

社群媒體一方面透過愉悅感鼓舞這些女性使用者產製性化的身體影像，另一方面，這些女性使用者在分享影像的過程中也需時時面對蕩婦羞辱的文化常規。這種兩難的要求在受訪者 N 的說明中被仔細的解說：

我覺得台灣人超級矛盾啊，就是愛看又愛罵啊。就是你明明就是很愛看，然後你又在底下罵什麼，母豬阿然後，那叫什

麼啊，鮑鮑換包包。(N)

需要注意的是，蕩婦羞辱常規可以透過兩種觀眾來進行：實際的觀眾和想像的觀眾。許多文獻已指出，社群媒體的使用者進行自我展演時，除了指認出他們確知會實際觀看並與他們互動的觀眾，也會指認其他類型——他們想像中的觀眾，後者時常以抽象的社會大眾或概化他人（generalized other）的形式出現（Boyd, 2007；Litt, 2012；Litt & Hargittai, 2016）。在本研究的受訪者中，較少人曾因社群媒體上的性感自拍照，而受到該照片的實際觀眾在社群媒體上或日常生活中直接的羞辱或批評。然而這並不表示蕩婦羞辱此一規範的影響力不存在，相反的，雖然僅有極少的案例曾受到實際觀眾的蕩婦羞辱，但多數的人會指認，她們想像中的社會大眾或概化他人會如何看待性感自拍照。她們因此根據這些想像的觀眾的眼光，來微調自己的身體、拍照風格，和分享方式。

少數的受訪者曾遭遇實際的觀眾在社群媒體上對她性感自拍照的蕩婦羞辱。受訪者 D 曾使用匿名留言的方式，邀請她社群媒體的觀眾與她互動，她解釋：

Instagram 上有用一個匿名的網址，之前前一陣子有一個匿名的網址很流行，就你把他放在妳的頁面上面，就可以點進去，然後用匿名的方式留言給妳，就開始收到一些，不知道是男是女但他就會說什麼「妳不要再露胸部了，妳只有胸部可以露嗎？」(D)

許多受訪者表示社群媒體的互動常規是友善與和諧，因此並不會收到羞辱式的回應。只有在匿名的情況下，蕩婦羞辱方可現身。

需要注意的是，蕩婦羞辱雖然不常在社群媒體上直接「現聲」，社群媒體上的實際觀眾仍然可能在線下的日常生活中對於受訪者的性展現進行管制。受訪者 K 分享她的社群媒體觀眾如何在她線下日常生活社交網絡中散佈性管制的言論：

K：（我的親戚看過我社群媒體照片以後給我的壓力就是）

一個女生在大學不應該穿成這樣子。

訪談者：她是怎麼表達？

K：就是認為女生就是應該要乖乖的，T 恤加短褲，或是裙子不能太短這樣子。

訪談者：她是在妳的社群媒體上直接說嗎？

K：不是。她是透過我可能表姊或堂姊來跟我說，姑姑覺得妳那張照片不太好。

.....

訪談者：那你的壓力是什麼？

K：親戚長輩會講說，你們家某某怎麼會穿這樣子，又 PO 在公共的場合這樣子。

身體部位被劃分為私密的部分和公開的部分，社群媒體被認為是公共空間，因而若是露出被認為屬於私密的身體部位，則被認為是逾越了合宜的性規範，應該受到管制和譴責。由於社群媒體的互動常規是友善與和諧，不適合進行性譴責，這些來自社群媒體觀眾的性管制與性譴責便改以日常生活中的社會互動作為管道。

除了上述這些少數的受訪者曾經遭遇她們實際的觀眾的蕩婦羞辱，多數受訪者表示，她們不曾聽聞她們照片的實際觀眾批評她們的性感自拍——無論是在社群媒體上或日常生活中的觀眾。然而，她們仍然指認許多想像中的觀眾對於她們照片的評價。透過指認社會常規，她們建構出這些擁有監控眼光的想像觀眾，作為她們性化的自我展演中的概化他人。

當被問及她們認為一般來說性感自拍照會被怎樣評價時，受訪者指認她們想像中的觀眾的性道德羞辱具有性別差異，J 的說明是一個典型的例子。她認為女性性化身體展演者較男性展演者更常受到羞辱：

我覺得性感照的話是大家對於男生露跟女生露的反應會不同，因為通常男生露的反應就是負面評價會少於女生。

(J)

受訪者被問及，在她們的想像中，她們的性感自拍照會被如何看待時，多數受訪者認為當代的社會較過去更能接受性化的身體自我展演，但前提是這些性化的自我展演必須被管理，保持在一定的性道德界線之內：即，可以裸露，但不要太過。受訪者 E 的解釋很清楚地說

明了這種看法：

看一張照片要看整個感覺，而不是看 focus 在那個部位，就是妳如果**太誇張**露了整個部位，然後大家會對妳的觀感會覺得，噢是怎麼了……

……對於年長一點的人，我覺得都是比較屬於保守的，雖然現在有好一點，但是，也要看那張照片的感覺是怎麼樣的，如果**太過於**的話，還是會覺得對這樣子的女生，可能會覺得她好像只是賣肉吧，沒有到會覺得……就是會覺得她不會是乖乖的女生，然後對她的看法會不一樣，可能會覺得是壞學生的那種感覺吧。（E）

受訪者 E 說明了她想像中觀眾的時代差異，同時也指出當代的觀眾仍然對於合宜的性化和不合宜的性化身體畫出了界線。

受訪者 B 也建構了十分相似的想像觀眾，她想像中的概化他人，是可能進行蕩婦羞辱式的凝視的：

放了一些**比較 over**一點的照片，他可能會有一些激烈的語言在上面。（B）

不只受訪者 E 和 B，「太 over」一詞在許多位受訪者的訪談中頻繁出現，用來描繪某些性感是被接受的，但某些性感是不被認可的情況。這個用詞有時談及的是想像的觀眾對某些性感自拍的不接受，有時談及的是自己對某些性感自拍的不接受，有時談的則是混同了想像觀眾的凝視和自己的凝視，認為無論觀眾與自己都不能接受。

伍、良婦的性感：象徵性劃界實踐

一、文化資本作為性化的技術

上述的資料指出了兩種衝突的社群要求，暗示使用者必須「要性感，但不要太過性感」，需展演「不 over 的性感」，劃出合宜的性和過剩的性之間的界線，而受訪者也採取了非常類同的對性道德劃界的想像。她們發展出各式各樣的性化的技術，包括了論述和身體實踐，

來創造出一個「不 over 的」、合宜的性感的身體。

首先，文化資本是一個重要的性化的技術。許多受訪者試著說明她們如何產製身體影像，她們指認具有文化資本的裸露是合宜的性感，不具有文化資本的裸露則是不合宜的性感。

攝影師有的會拍很露，有的是為了拍露而露，但有的是有故事性、有情節性，你看得出來那是有情境的，那是不一樣的……

（……像是我的照片我男朋友就會覺得）這是藝術的表現，所以還好。（F）

缺乏藝術性（故事性、情節性、情境性）的裸露照片是不合宜的性，而具有藝術性作為文化資本的裸露影像則被認為較為合宜。性感身體的影像當中的奇觀（spectacle），不能是性和性化的身體本身，而必須是光線、色調、場景組合出來的藝術性。這隱約與目前的社群媒體影像研究發現相符：社群媒體鼓舞使用者分享中上階級的身體美學，這種階級化的身體成為主要的可供觀看的景觀（Abidin, 2014；Marwick, 2015）。拍攝者和分享者必須採納這些文化資本線索，來引導觀眾——「值得你觀看的是攝影的藝術品味，不是性化的身體，也不是性」。

另一個與文化資本相關的劃界實踐，是關於受訪者內化或協商「胸大無腦」論述。性化的自我展演被分為「有腦的」展演與「無腦的」展演，身體影像若搭配特定的文字風格，則被認為是無腦的展演。許多受訪者解釋，她們在社群媒體上的影像分享中，會使用和發展特定的文字風格，這些文字風格作為文化資本，將受訪者與無腦的性感展區分開來：

很明顯照片就是自拍可能上仰個幾度，然後會很明顯拍到那個胸部，然後感覺她整體會被說是爆乳瞎妹，主要是因為她發文的內容感覺比較無腦一點，所以才會有人被用到這個詞。（D）

G：（有一些網路美女常得到）大量的批評。什麼胸大無

腦，類似這種的。

訪談者：那妳看到這些評價的時候想法是什麼？

G：我會去滑滑這個人的 Fan Page，然後看一下這個人到底有沒有腦。就是如果大部分的圖文都在討拍或是一些言不及義的，那真的是胸大無腦。

胸大無腦作為一種蕩婦羞辱，將對女人的性管制與階級關連起來。文字和寫作的內容成為文化資本，劃分出有腦的性感和無腦的性感兩種對立的類屬，有腦的性感才是好的性感。許多受訪者內化這些胸大無腦的評價，因此必須創造論述和使用符號來指認自己並不落入這個範疇。她們必須採用特定的寫作風格和寫作技術，以符合社群對於文化資本的定義與常規。藉此與胸大無腦這個試圖箝制女人的性與身體的論述進行協商，方能避免自己落入「缺乏文化資本的不合宜性感」的類屬。缺乏文化資本的性感是不好的性感，這看似是關於階級的劃界與區隔，然而對於特定階級的賤斥被綁定在對於性的賤斥之上，使得階級的階序和性的階序相互呼應重合。

二、合宜性化的時間與空間技術

也有許多受訪者發展出的性化的技術是關於時間性和空間性（temporality and spatiality）。時間性的技術包含了頻率的控制：

D：我覺得好像還是要看發文的多寡，我覺得你偶爾發的話，社會給他的評價就是看起來蠻健康的，然後出去玩很開心。

訪談者：所以跟頻率有關？

D：對。那如果你的版面全都是那種的話，那別人給妳的評價就是你就是靠胸賺錢，就是比較負面的評價，我覺得好像是看頻率。

受訪者 D 因此隨後說明她不會放太多胸部的照片，因為不希望自

已受到這些評價。透過時間頻率的控制，確保自己坐落在蕩婦範疇之外。

除了時間的技術，對許多受訪者來說，空間的技術也至關重要。公共空間和私人空間中各自有其合宜的性與身體的規則。社群媒體被認為是公共空間，因此必須符合公共空間（如：路上）的身體規則，避免呈現私人空間（如：房間）中的身體風格。比如受訪者 N 表示她會穿比基尼拍照，但不會穿內衣拍照，理由是：

我自己也是不會只穿內衣拍照，因為我覺得比基尼它是一個運動的服裝。基本上不會穿在路上走的，我都不會拿出來拍。我在路上我不敢穿在路上給大家看的，我都不會穿。
(N)

與此相似的是受訪者 G，她說明：

G：我不會在房間拍很辣的照片。

訪談者：為什麼？

G：這看起來很像 AV 女優會做的事。

G 的例子指出，那種通常只在私人空間中出現的裸露，若是出現在社群媒體上，則被認為是不合宜的性感，而公共空間中日常生活場景可見的裸露則被認為是合宜的性感。社群媒體被認為是一種公共空間，因此，合宜的性感並不會在社群媒體上展示被認為是私密空間的身體類型。只有性道德與我群不同的他者（AV 女優），才會這樣展演私人空間中的性化身體。

這些資料顯示了，性感的身體展演文化並未完全消弭傳統空間規範中對女人性道德監控和良婦期待，也未消弭「性道德的他者」（蕩婦）此一社會類屬，及此一類屬所伴隨的性道德譴責。反而透過創造「良婦的性感」，持續維持良婦（我）與蕩婦（AV 女優）的二分治理。

三、沒有性的性化

十分矛盾的是，另一個常見的性化身體技術是去性化，即，消毒滅去（sterilization）性感自拍照中的性慾。為了打造身體成為合宜的性感，必須除去所有身體與性慾的關聯。引起他人性慾的是不好的性感，與性慾無關的才是合宜的性感。比如上述的 G 解釋，她不要拍得像 AV 女優，當被問及原因，她回答：

（看起來像 AV 女優）好像太煽情了。我喜歡拍一些健康性感的照片，但是如果有些勾引意味的我就不太會去拍……就是不會讓人家想要留一些黃色的言論在下面那種。（G）

「健康性感」是許多受訪者都提及的關鍵字，G 在此處解釋所謂健康的性感是指與性慾無關的性感，而引起性慾的性感則落入不健康的性感範疇。與此相像的是前幾個段落討論的受訪者 F，她指認若是「為了慾望而拍」即是「有點猥褻」。而為了慾望而拍的會被認為是不好的性感，不以引起慾望為目的的性感方被認為合宜的性感。

這些去性慾的論述建構和身體實踐至為關鍵。許多文獻正面肯定女人擁抱自己性感的身體這個風潮，讚美這個風潮為女人帶來性的賦權和性自主（Peterson, 2010；另參見 Holland & Attwood, 2009；Smith, 2007）。與這些讚美關聯的，是認為過往蕩婦羞辱和其他對女人的性管制，都使得女人對自己的性實踐、性慾望和一切與性相關的實踐感到羞恥，而這個風潮使得女人能自由探索自己是怎樣的性主體，滿足自己的性探索，並且取得性的自信。然而，此處研究資料顯示，受訪者們打造性感身體的同時，必須努力的將此一性感再次去性慾化，否認自己的身體與性慾的關聯。

與上述樂觀的文獻相反，這些受訪者的實踐指出的，並不是女人完全不受到過往蕩婦（與性有關的女人）與良婦（與性無關的女人）的區分管制，而是女人在符合社群性感要求的同時，需要迂迴的發展出一些再製蕩婦與良婦區隔的技術，避免與性慾相關，才得以避免落入蕩婦類屬，避免落入想像中的性道德偏差類屬，避免被內化的性道德批評和羞辱。

陸、結論與討論

總體說來，本研究希望在以下幾個面向上填補目前文獻的缺口。第一，目前有許多文獻討論社群媒體上新興的女性性化自我展演風潮，也有文獻持續討論蕩婦羞辱在社群媒體時代中如何演化與維持，然而，幾無文獻同時著眼於這兩種相互衝突的要求，探問當女性使用者同時面對社群性化文化和蕩婦羞辱的雙重要求時，為了能同時回應兩種要求，發展出怎樣的象徵性劃界實踐。第二，台灣本土也較無經驗研究分析女性社群使用者面對這些相互衝突的性與身體文化時，如何回應和協商這些要求。本研究試著使用經驗資料填補這些文獻缺口。

本文的研究資料描繪出年輕女性社群媒體使用者之中，興起一股新的性化風潮。女人的身體不是被動地被廣告商、導演、其他大眾媒體從業人員和異性戀男人的凝視性化，而是女性社群媒體使用者主動打造自己性感的身體。透過探索自己身體的性化可能，她們渴望打造自己成為一個具有性自信的性主體。這個性化的自我展演面臨了兩種相互衝突的要求。一方面，社群媒體文化獎勵她們展現性化的身體，獎勵是愉悅感。另一方面，這些女性使用者仍然想像觀眾看待性化身體時，會對太過性化的女人進行蕩婦羞辱。女性使用者時常也內化這些想像中觀眾的觀點，劃出合宜的性感與過剩的性感的象徵性界線。

面對這些相互衝突的要求，女性使用者發展出幾種性化的技術，小心地摸索出合宜的性感與不合宜的性感之間的象徵性邊界。首先，文化資本的使用至為關鍵。裸露的女體必須搭配高文化資本的線索，方能成為合宜的性感。這包括了西方時尚品味、藝術品味、文字風格品味等。缺乏高文化資本線索的裸露身體，則落入不當的性感的範疇，將遭受「只是露」、「為了露而露」、「胸大無腦」等等管制女人的性道德羞辱。其次，打造合宜的性感也仰賴時間和空間的技術。分享性感自拍的時間頻率需要被管理。性感身體所處的空間也很重要。私密空間中的身體類型是不能被分享的，這是由於私密的身體不能進入公共空間（即：社群媒體），若是違反這個空間中的性規範，則可能成為性道德的他者。最後，去性慾化的技術也很重要。良婦的性感身體必須是與性慾無關的。若是性感的身體意圖引起（異性戀男人的）性慾，則是蕩婦的性感，是不合宜的性感。總體來說，受訪者

摸索著合宜和不合宜性化的邊界，這個不合宜的性化在不同受訪者之間可再區分出幾種類型，第一種不合宜的性感，是尚未去性慾化的性感，即，性感是可以的，但不能是為了撩撥異性戀男性的慾望。第二種不合宜的性感是缺乏文化資本的性感（無腦、很瞎、俗豔、沒氣質）。它乍看之下只是關於階級的劃界，不是關於蕩婦羞辱，然而這些階級劃界又和對性的賤斥綁定在一起，難以拆解，性的階序和階級的階序相互交織。第三種不合宜的性感是不恰當的時間空間安排，即，性感是可以的，但要在恰當的時空中性感才好。

這些資料隱約回應了一個理論上的重要辯論：女人透過自我性化打造自己的身體和性主體意識，究竟能不能被樂觀地慶祝，稱之為性賦權？這個主題在過去幾年引起女性主義傳播學者和文化研究者廣泛且激烈的討論（如 Duit & van Zoonen, 2006, 2007；Evans et al., 2010；Gill, 2007a, 2012；Lamb, 2010；Peterson, 2010）。許多作者指認這個風潮為年輕世代女人的性賦權或性能動性（如 Holland & Attwood, 2009；Scott, 2005；Smith 2007；Taylor, 2006.03.22）。本研究的資料指出，要討論這個性化的自我展演是否為賦權，需要更細緻地概念化性賦權。如同 Peterson（2010）在這個辯論裡指出的，要釐清目前的爭論，需要理解到，性賦權有許多不同的面向，性化的自我展演在每個面向的性賦權可能有非常不一樣的意涵，目前需要更多經驗證據來一一討論各種面向。

首先，第一個需要討論的性賦權面向可能是關於主動性，女人成為一種主動的性主體（active sexual subject）。一個自主、主動尋求性愉悅和性自信的身體文化，對應的是過往文化對女人性實踐的被動性想像（passivity）和受害者化（victimization）。即，過往的主流的文化中，女人被認為通常是被動的一方，此外，女人的性時常被非常單一地描繪為只是男人對她們展現侵略性的方式，而不是女人能夠尋求愉悅和自我滿足的一種實踐（Lamb, 2010）。在這個面向上，本文受訪者主動探索自己身體的各種可能，並強調這些經驗如何帶給她們自己愉悅，而非單純描繪自己為迎合他人性愉悅的受害者，也許可以被看作是挑戰被動性和受害者化常規的一種性賦權。

然而，需要注意的是，這個愉悅所帶來的賦權經驗有其極限。主動的性探索及其所帶來的愉悅感，並非完全不受既存的性別規範影響，看似「主動」的意願仍然時常是社會文化的產物，受到各種流行

的價值和常規創造和形構。而這就關聯到性賦權的第二個需要討論的面向：女人的性與身體的美貌神話。本研究的資料顯示，愉悅成為一種規訓機制，當女人的性探索符合主流的審美標準時，愉悅是獎酬，然而，當女人的性探索違反了主流審美標準時，她們會遭遇愉悅的匱乏所帶來的壓力。在這個面向上，新一波的女人性化自我展演，並未挑戰女人身體審美的標準化和美貌神化，這個研究發現隱約呼應了許多反賦權論的理論分析（Donaghue et al., 2011；Levy, 2005；Winship, 2000）。需要注意的是，與過往大眾媒介中的女體性化相比，社群媒體上的自我性化由於以愉悅和甘願作為治理機制，審美的標準化和美貌神話背後的權力關係便更隱約、更幽微，更不容易被指認為權力。

第三個需要討論的性賦權面向，是本文主要的研究發現，也是目前性賦權辯論較少提及的面向，即，拆解蕩婦羞辱的性管制。擁抱性的女人較擁抱性的男人更有道德疑義，未與性劃清界線的女人（蕩婦）是應該被羞辱的。這個性道德論述，它譴責擁抱性的女人，任何女人未和性適當地劃清界線，則被認為是值得被責備和遭受社群懲罰的（Crawford & Popp, 2003）。蕩婦羞辱論述區分良婦（和性保持距離的女人）和蕩婦（和性糾纏不清的女人），以此區分作為機制，而能將女人分而治之。女人大量參與性化的自我展演，成為一種新媒體中越來越流行的社群文化，許多分析樂觀地慶祝這股風潮，認為女人開始得以主動擁抱性，似乎能夠開始不理會「理想的陰性氣質應拒斥性」、「理想的陰性氣質是性貞潔的」等蕩婦羞辱式的規範，拆解這個社會對女人的性管制，獲得性賦權的經驗（Holland & Attwood, 2009；Scott, 2005；Smith, 2007；Taylor, 2006.03.22）。然而，本研究的資料卻指出，這是一個過分樂觀的想像。這些參與自我性化的女人，這些與性糾纏不清的女人，不但未能免於這些蕩婦羞辱的監控眼7；Evans et al., 2010；Gill, 製良婦與蕩婦的區分，以使自己一方面能符合社群對於性化身體的獎勵，另一方面又能免於蕩婦羞辱的性道德規訓。

女人的確可以開始擁抱和享受性，並且將自己呈現為與性有關（性感）的人，但這個呈現若是缺乏文化資本、違反空間中的性規範，或是未徹底的消毒除去性慾，則仍然被認為是性道德上可議的。換句話說，蕩婦此一類屬仍然存在，它從未被消滅，只是它的象徵性邊界被重新劃定了：自願擁抱性的女人變得相對可以被認為是良婦，

端看她擁抱性的方式有沒有恰當地遮掩、潤飾性和性慾。

總的來說，本研究資料指出，關於性賦權的辯論，需要在賦權概念的各個不同面向上展開討論，每個面向可能有十分不同的結論。此外，性賦權並非全有或全無，我們也許可以將它理解為一個光譜。在這個逐漸流行起來的社群媒體身體文化當中，女人也許比以往更被允許親近和擁抱性，但這個擁抱有其極限，它持續遭受各種性監控的眼光，過去的規訓凝視持續地以新的形式出現。未來的相關研究也應持續追蹤蕩婦羞辱的凝視在新媒體文化發展中的新形式與舊權力關係。

需要注意的是，本研究的研究問題和理論架構，聚焦討論合宜的性化和不合宜的性化之間的象徵性界線如何被受訪者理解和再製，但這並不表示合宜的性化和不合宜的性化兩者，是理解受訪者經驗的唯一分類。從整體的研究資料看來，受訪者的經驗也可以有其他的分析方式，且具有理論上的重要性。比如，受訪者在定義什麼是性感時，會區分迎合男性凝視的性感定義、抵抗男性凝視的性感定義，並指出部分迎合部分抵抗男性凝視的性感實踐。總體來說，受訪者對於主流的性別規範不是沒有嘗試抵抗，但在此同時，受訪者皆仍採取各種論述或實踐，來劃出各種不同的合宜性化和不合宜性化之間的象徵性界線。一名受訪者認為拍攝裸露的照片是自己支持婚姻平權和性解放運動的方式。她明確自我指認為性別平權意識形態的支持者，然而，在討論擠乳溝和爆乳影像時，她仍指認這些身體使用的方式是不合宜的，並指稱這些行為「很瞎」，原因是這一類的身體使用方式是為了迎合大眾／男性的眼光，因而顯得「很沒有自信」。在這裡，擠乳溝是不合宜的性感，原因是擠乳溝的女人無法成為性別進步社群中的理想的主體。在這個意義上，蕩婦（若定義為迎合男人慾望的女人），在進步的和傳統的性別意識形態上被雙重賤斥。由於本研究樣本中僅一位受訪者指認自己的性化自拍與性解放運動和性權相關，未能再追問這一類型女人的深入或多元樣貌，未來研究可藉由立意抽樣來比較不同性別意識形態光譜中，不同類型女人對於迎合男人慾望的評價，有何異與同。

本文的研究問題與理論架構，聚焦於合宜性化和不合宜性化之間的界線如何被理解和實踐，在有限的篇幅中，未能處理上述幾個與此相關的分類方式。建議未來研究能聚焦在更多元的研究問題上，以分析上述議題，持續關注社群媒體中不斷演化的性態樣。此外，本研究

的樣本多為 20 至 30 歲間北部大學院校在學生和北部服務業從業人員，未來研究希望能探索不同群體的社群媒體使用者，指認不同群體間可能的差異。

註釋

- 〔1〕 第一部分的訪談綱要包括：一、受訪者提供兩張社群媒體上的性感自拍照，並描述這些照片，除了這些照片，受訪者還發佈了哪些類型和風格的影像；二、受訪者認為怎樣的影像是性感自拍照，這個定義和社會大眾的定義是否一致；三、這些性感影像拍攝的動機為何；四、拍攝時是否感到壓力或者愉悅，這些壓力與愉悅的來源為何；五、性感自拍照發佈在哪些社群媒體上，採用何種隱私設定。第二部分的訪談綱要包括：一、受訪者認為台灣社會如何評價性感自拍；二、受訪者認為自己社群媒體上的觀眾如何評價性感自拍；三、不同的觀眾是否有不同的評價；四、受訪者聽聞過哪些對於性感自拍的負面評價，自己是否認同這些評價；五、受訪者聽聞過哪些對於性感自拍的正面評價，自己是否認同這些評價。第三部分的訪談綱要包括：一、是否曾因負面評價而採取幾種做法（包括了隱私設定、選擇特定的發表平台、選擇特定的身體影像、選擇拍照的衣著、選擇拍照的場景、其它曾採取過的做法）；二、闡明上述作法的原因。

參考書目

- 王俐容、陳偉鳳（2010）。〈偏差行為或是抵抗的次文化？從自拍風潮思索臺灣青少年現象〉，《國際文化研究》，6(1)：71-106。
- 財團法人資訊工業策進會（2017.05.01）。〈八成以上台灣人愛用 Facebook、Line 坐穩社群網站龍頭 1 人平均擁 4 個社群帳號 年輕人更愛 YouTube 和 IG〉。上網日期：2018 年 2 月 15 日，取自
https://www.iii.org.tw/Press/NewsDtl.aspx?nsp_sqno=1934&fm_sqno=14
- 張玉佩、葉孟儒（2008）。〈美貌的詛咒：男性凝視在網路相簿的權力探索〉，《資訊社會研究》，15：249-274。
- 張為竣、陳雲上（2016.07.21）。〈台灣人愛滑手機：每天逾 3 小時全球第一〉，《聯合新聞網》。上網日期：2018 年 2 月 14 日，取自 <http://a.udn.com/focus/2016/07/21/23379/index.html>
- 楊芳枝（2002.05）。〈美麗壞女人：流行女性主義的歷史建構政治〉，「性別、知識、權力學術研討會」論文。台灣，高雄。
- 蕭蘋（2003）。〈或敵或友：流行文化與女性主義〉，《台灣社會學刊》，30：135-164。
- Abbott, A. (1995). Things of boundaries. *Social Research*, 62, 857-882.
- Abidin, C. (2014). #In\$tagLam: Instagram as a repository of taste, a brimming marketplace, a war of eyeballs. In M. Berry & M. Schleser (Eds.), *Mobile media making in the age of smartphones* (pp. 119-128). New York: Palgrave Pivot.
- Attwood, F. (2006). Sexed up: Theorizing the sexualization of culture. *Sexualities*, 9, 77-95.
- Bail, C. (2008). The configuration of symbolic boundaries against immigrants in Europe. *American Sociological Review*, 73, 37-59.
- Barth, F. (1969). *Ethnic groups and boundaries: The social organization of cultural difference*. London: George Allen and Unwin.
- Bauböck, R., & Rundell, J. (Eds.). (1998). *Blurred boundaries: Migration, ethnicity, and citizenship*. Brookfield, CT: Ashgate.
- Berger, J. (1973). *Ways of seeing*. New York: Viking.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique on the judgment of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Boyd, D. (2007). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, identity, and digital media* (pp. 119-142). Cambridge, MA: MIT Press.
- Crawford, M., & Popp, D. (2003). Sexual double standards: A review and methodological critique of two decades of research. *Journal of Sex Research, 40*, 13-26.
- Daniels, E., & Zurbriggen, E. (2016). It's not the right way to do stuff on Facebook: An investigation of adolescent girls' and young women's attitudes toward sexualized photos on social media. *Sexuality & Culture, 20*, 936-964.
- Donaghue, N., Kurz, T., & Whitehead, K. (2011). Spinning the pole: A discursive analysis of the websites of recreational pole-dancing studios. *Feminism & Psychology, 21*(4), 443-457.
- Duits, L., & van Zoonen, L. (2006). Headscarves and porno-chic: Disciplining girls' bodies in the European multicultural society. *European Journal of Women's Studies, 13*(2), 103-117.
- Duits, L., & van Zoonen, L. (2007). Who's afraid of female agency? A rejoinder to Gill. *European Journal of Women's Studies, 14*, 161-170.
- Dunne, A., Lawlor, M., & Rowley, J. (2010). Young people's use of online social networking sites—A uses and gratifications perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing, 4*(1), 46-58.
- Evans, A., Riley, S., & Shankar, A. (2010). Technologies of sexiness: Theorizing women's engagement in the sexualization of culture. *Feminism & Psychology, 20*(1), 114-131.
- Gill, R. (2007a). Critical respect: The dilemmas of 'choice' and agency for women's studies. *European Journal of Women's Studies, 14*(1), 69-80.
- Gill, R. (2007b). *Gender and the media*. Cambridge, MA: Polity Press.
- Gill, R. (2008). Culture and subjectivity in neoliberal and postfeminist times. *Subjectivity, 25*, 432-445.
- Gill, R. (2012). Media, empowerment and the 'sexualization of culture' debates. *Sex Roles, 66*, 736-745.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.
- Gwynne, J. (2013). The girls of Zeta: Sororities, ideal femininity and the makeover paradigm in The House Bunny. In J. Gwynne & N. Muller

- (Eds.), *Postfeminism and contemporary Hollywood cinema* (pp. 1-10). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Hakim, C. (2011). *Honey money: The power of erotic capital*. London: Allen Lane.
- Harris, A. (2004). *Future girl: Young women in the twenty first century*. London: Routledge.
- Harvey, L., & Gill, R. (2011). Spicing it up: Sexual entrepreneurship and the sex inspectors. In R. Gill & C. Scharff (Eds.), *New femininities: Postfeminism, neoliberalism and subjectivity* (pp. 52-67). London: Palgrave Macmillan.
- Hasinoff, A. (2010). Blaming sexualization for sexting. *Girlhood Studies*, 7(1), 102-120.
- Holland, J., Ramazanoglu, C., Sharpe, S., & Thomson, R. (1998). *The male in the head: Young people, heterosexuality and power*. London: The Tufnell Press.
- Holland, S., & Attwood, F. (2009). Keeping fit in 6 inch heels: The mainstreaming of pole dancing. In F. Attwood (Ed.), *Mainstreaming sex: The sexualisation of Western culture* (pp. 165-182). London: IB Tauris.
- Jackson, S., & Cram, F. (2003). Disrupting the sexual double standard: Young women's talk about heterosexuality. *British Journal of Social Psychology*, 42(1), 113-127.
- Jenkins, R. (1996). *Social identity*. London: Routledge.
- Kapidzic, S., & Herring, S. C. (2011). Gender, communication, and self-presentation in teen chatrooms revisited: Have patterns changed? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 39-59.
- Kapidzic, S., & Herring, S. C. (2015). Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, 17(6), 958-976.
- Kreiner, G. E., Hollensbe, E. C., & Sheep, M. L. (2009). Balancing borders and bridges: Negotiating the work-home interface via boundary work tactics. *Academy of Management Journal*, 52, 704-730.
- Lamb, S. (2010). Porn as a pathway to empowerment? A response to Peterson's commentary. *Sex Roles*, 62, 314-317.
- Lamont, M. (1992). *Money, morals and manners: The culture and the French and the American upper-middle class*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Lan, P-C. (2003a). They have more money but I speak better English!

- Transnational encounters between Filipina domestics and Taiwanese employers. *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 10, 133-161.
- Lan, P-C. (2003b). Negotiating social boundaries and private zones: The micropolitics of employing migrant domestic workers, *Social Problems*, 50(4), 525-549.
- Lenhart, A. (2009). *PEW Internet project data memo*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project. Retrieved March 17, 2019, from http://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/media/Files/Reports/2009/PIP_Adult_social_networking_data_memo_FINAL.pdf.pdf
- Levy, A. (2005). *Female chauvinist pigs: Women and the rise of raunch culture*. New York: Free Press.
- Litt, E. (2012). Knock, knock. Who's there? The imagined audience. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56, 330-345.
- Litt, E., & Hargittai, E. (2016). The imagined audience on social network sites. *Social Media & Society*, 2(1), 1-12.
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458.
- Marwick, A. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27(1), 137-160.
- McAndrew, F. T., & Jeong, H. S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 3, 2359-2365.
- McNair, B. (2002). *Striptease culture: Sex, media and the democratisation of desire*. London: Routledge.
- McRobbie, A. (2009). *The aftermath of feminism: Gender, culture and social change*. London: Sage.
- Nightingale, A. (2011). Bounding difference: Intersectionality and the material production of gender, caste, class and environment in Nepal. *Geoforum*, 42, 153-162.
- Nippert-Eng, C. (1995). *Home and work: Negotiating boundaries through everyday life*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Orbach, S. (2009). *Bodies*. London: Profile Books.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of*

Applied Developmental Psychology, 30, 227-238.

- Peterson, Z. (2010). What is sexual empowerment? A multidimensional and process-oriented approach to adolescent girls' sexual empowerment. *Sex Roles*, 62, 307-313.
- Ringrose, J. (2010). Sluts, whores, fat slags and playboy bunnies: Teen girls negotiations of 'sexy' on social networking sites and at school. In C. Jackson, C. Paechter, & E. Renold (Eds.), *Girls and education 3-16: Continuing concerns, new agendas* (pp. 170-182). Basingstoke, UK: Open University Press.
- Ringrose, J. (2011). Are you sexy, flirty, or a slut? Exploring 'sexualization' and how teen girls perform/negotiate digital sexual identity on social networking sites. In R. Gill & C. Scharff (Eds.), *New femininities: Postfeminism, neo-liberalism and subjectivity* (pp. 99-116). London: Palgrave Macmillan.
- Ringrose, J., & Barajas, K. E. (2011). Gendered risks and opportunities? Exploring teen girls' digitized sexual identities in postfeminist media context. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 7(2), 121-138.
- Ringrose, J., Harvey, L., Gill, R., & Livingstone, S. (2013). Teen girls, sexual double standards and 'sexting': Gendered value in digital image exchange. *Feminist Theory*, 14(3), 305-323.
- Ruckel, L., & Hill, M. (2017). Look @ me 2.0: Self-sexualization in Facebook photographs, body surveillance and body image. *Sexuality & Culture*, 21(1), 15-35.
- Scott, L. M. (2005). *Fresh lipstick: Redressing fashion and feminism*. New York: Palgrave.
- Smith, C. (2007). *One for the girls: The pleasures and practices of reading women's porn*. Bristol, UK: Intellect Books.
- Stanton, J. M., & Stam, K. R. (2003). Information technology, privacy, and power within organizations: A view from boundary theory and social exchange perspectives. *Surveillance and Society*, 2, 152-190.
- Taylor, K. (2006.03.22). Today's ultimate feminists are the chicks in crop tops. *The Guardian*. Retrieved March 13, 2019, from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2006/mar/23/comment.gender>
- Walter, N. (2010). *Living dolls: The return of sexism*. London: Virago Press.

- Wimmer, A. (2009). Herder's heritage and the boundary-making approach: Studying ethnicity in immigrant societies. *Sociological Theory*, 27, 244-270.
- Winship, J. (2000). Women and outdoors: Advertising, controversy and disputing feminism in the 1990s. *International Journal of Cultural Studies*, 31, 27-55.

“Just Sexy, Not Slutty”: Selfies, Sexualization, and the Boundary Making Practices among Female Social Media Users

Ting-Yu Kang^{*}

Abstract

This study explores how young women respond to the contradicting norms which regulate their production of selfies. On the one hand, it is an increasingly normative practice for young women to engage in self-sexualization on social media. On the other hand, the disciplinary gaze of slut shaming has continued to regulate women’s everyday expressions of sexuality. Based on semi-structured interviews, this study demonstrates how women develop various techniques of sexualization in order to respond to both norms, which reproduces rather than challenges the binary distinction between sluts and good women. Firstly, they tend to produce sexy photos with cultural capital cues, which serves to position their photos outside the social category of sluts. Secondly, de-sexualization is also a crucial technique. Photos are perceived as proper sexiness (i.e. not slutty) only when they are not considered linked to sexual desires.

Keywords: selfies, sexualization, gender, social media, postfeminism, slut-shaming

^{*} Ting-Yu Kang is Associate Professor at the College of Communication, National Chengchi University, Taipei, Taiwan.