

天主教輔仁大學社會學系
學士學位論文

指導教授：曾凡慈博士

電視媒體如何消費女性的美貌？—以卸
妝節目為例

How does the Media consume the female beauty?-Take the
make-up program for the example.

研究生：蕭安娜

中華民國一〇二年十月

系所戳章：

中文摘要

隨著媒體市場的變化，節目的型態也會隨之改變。在許多娛樂節目中，經常出現以「拆解女性美貌」的單元為噱頭，如找一群美女上節目卸妝即是一個相當鮮明的例子。

本研究的第一章節為緒論，主要是敘事研究「電視媒體如何消費女性的美貌」的議題，提出個人的思想背景、動機、目的與問題意識。

進入第二章，則是整理國內外的文獻資料，與文獻進行對話，歸納支持研究議題的論點。

第三章為研究方法。本研究運用了「傳播文本分析」與「焦點團體訪談法」，作更進一步的研究問題分析。電視節目的文本分析以【康熙來了一網路美女來卸妝】、【甚麼?她們竟敢來卸妝—女明星來卸妝】為代表，以及焦點團體訪談法這兩個質性研究法，探討電視媒體所運用的符號意涵與視覺媒體的呈現方式與閱聽人收看卸妝節目的態度與解讀。電視媒體所運用的符號元素，其背後隱含著何種對於「美與醜」的深層涵意。另外，在充斥著視覺感官刺激的媒體環境中，卸妝節目如何消費女性的美貌，以取悅觀眾的偷窺慾望及好奇心？此外，閱聽人又是以何種態度來重新詮釋具女性意識的卸妝節目所隱藏的含意？上述尋找問題真相的研究方法過程，即為本章節的重點，更是本論文的核心。

第四章的重點則為結論。從第三章的研究方法所得出的結果中，來回應第一節提出的研究問題，以期望能成功地歸結出結論，達到研究的預期。

關鍵詞：電視媒體、閱聽人、女性的美貌、消費、卸妝、文本分析、焦點團體訪談法

Abstract

With the change of media market, the style of program also goes by. In many entertainment programs, it often appears the gimmick of revealing female beauty.

The first chapter of this study is introduction, which narratives the issue of TV media how to consume female beauty. And then author presents background 、 motive 、 intention and consciousness.

The second chapter, author collates domestic and foreign references to support the issue of research.

Method of study is the third chapter. It makes a good use of the text analysis and focus group to analyze the research questions by author. 【Kangxi—online beauties remove makeup】、【What ? actress remove makeup】 are on behalf of the text of TV program. It takes advantage of symbolic elements by TV media, which implies significant implications of beauty and ugly. And further, the media environment is full of visual provocation, cleansing program how to consume female beauty to please the peep and curiosity of the audience ? And further, what attitude does the audience to comment on the female consciousness cleansing program ? The progress of finding research answers are the point of this chapter and the nuclear of this thesis.

An emphasis of the fourth chapter is conclusion. For the sake of responding research questions, author anticipates summing up the conclusion by means of methods of study.

Keywords : Television media 、 audience 、 female beauty 、 consumption 、 remove makeup 、 text analysis 、 focus group

謝辭

當我提筆寫謝辭時，已經是快到了學士畢業論文發表的倒數時刻了。在社會學系就讀的這四年來，在學術專業上，除了基本的社會學概念之外，我向外拓展各種學術專長，將其他領域的專業知識與社會學做結合，培養自己整合不同類型的專業知識的能力，作為我寫學士論文的參考材料。

首先，我要感謝我的偉大的父母。他們努力地、辛苦地掙錢供我唸大學，讓我不必背負著學貸的壓力，專心的唸書、開心的完成大學四年的學業。今天，我之所以會如此認真的投入我的學士論文，有一部分的原因，是想要讓我的父母看見我在社會學系學習的這四年當中，並沒有白白地浪費他們供給的學費。我期望能夠有個代表作，讓他們清楚的了解社會學系的專業是可以靈活地運用在其他的專業知識上，且對我的學習成果感到驕傲。

感謝曾凡慈老師辛苦的指導，總是不厭其煩的給予我許多思考撰寫論文的方針，讓我能夠順利地完成大學四年當中，最重要的大報告。一直以為，我是個報告型的學生，對於學術研究我從來也沒有思考過我是否能夠勝任。但是，從學士論文當中，我學習到如何運用社會學的知識，去思考不同領域的專業問題，從發現研究問題，問題意識，一直到努力地尋找各種研究方法來解決我的研究問題，尋得解答。也許，未來我不一定會從事社會學相關的工作，但我深信，經過完成畢業論文後，我能夠更敏銳、更靈活整合各領域的專業知識，成功地表現在職場上。

蕭安娜 Hsiao Anna

輔仁大學 Fu Jen Catholic University

論文目錄

	頁次
論文頁面.....	I
中文摘要-----	II
英文摘要-----	III
誌謝-----	IV
目錄-----	V
附錄一：FaceBook 徵求受訪者文章-----	40
參考書目-----	41
第一章 緒論-----	1
第一節 研究背景與動機-----	1
第二節 研究目的與問題-----	3
第二章 文獻探討-----	5
第三章 研究方法-----	9
第四章 結論與建議-----	34

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

壹、研究背景與動機

現代人類的生活總是少不了媒體科技，最常接觸的科技媒介除了手機之外，再者就是家家戶戶必備的——電視。在自由市場運作下，電視媒介多以營利為目標，節目的走向大多迎合觀眾口味為主要訴求。這些年來，當你一打開電視機時，不難發現台灣的電視媒體中出現許多新興的綜藝節目型態，如美食介紹、歌唱選秀、娛樂八卦。其中，有多數的節目型態是圍繞著美女的話題打轉，經常出現徵求不同特色的美女為主的單元。其中，又以「素顏美女」這股風潮席捲整個電視圈。從〈康熙來了〉、〈我猜我猜我猜猜猜〉等各大知名電視節目中，相繼出現「網路美女來卸妝」亦或是「美麗女星卸妝」等類似性的節目單元，邀請數位美麗的女星或者是火紅的網路美女上節目卸妝。節目製作單位試圖藉著這些美女的超高人氣，用另一種詮釋女性美貌的手法，重新建構美貌，來吸引閱聽人的目光。

然而，美女們在節目中，必須穿著休閒或清涼的服裝並以面具遮臉，提高觀眾的期待心理，再經由主持人的倒數，以卸妝後的容貌，赤裸裸的公諸於螢光幕上。倘若卸妝之後長得不美麗，她們就得在整段訪談當中，默默地接受主持人的調侃和觀眾的噓聲。除此之外，節目進行的過程中，有時攝影機的鏡頭也會有意無意地掃向觀眾或主持人的曖昧笑容，以及彼此間交頭接耳、竊竊私語的畫面，讓電視機前的觀眾也覺得自己宛如節目現場的評審，整個節目的互動型式如同進行一場針對女性卸妝後的容貌之美與醜的批鬥。

上述卸妝節目中最為人詬病的部分，並不是主持人與來賓之間的互動所製造

出來的笑料部分，反倒是笑聲背後隱藏著主持人、來賓與觀眾間默許對於女性美貌的窺探及揶揄。雖然具有娛樂效果，但是筆者認為此方式是構成傷害女性的尊嚴的行為、消費女性美貌而得到愉悅觀眾的不當作法。由於媒體擁有獨特的符碼形式、美學觀，以及作業常規；換言之，媒體的類別形式決定其訊息結構、進而影響閱聽人對於刊播內容的感知與評估。(成露茜、羅曉南，2005)。

上述提到影響閱聽人對於媒體內容的感知論述，筆者認為閱聽人在收看節目的心態，也是影響電視節目製作的考量因素之一。閱聽人對於媒體的評價經常出現不一致的情形。此外，對許多人而言，大眾媒體，特別是電視，是從小就學得的一種獲得資訊與娛樂的便利及廉價工具。(引用自 閱聽人與日常生活 盧嵐蘭 P156) 由於「女性素顏」的節目型態盛行，筆者認為其背後一定具有觀眾群在支持節目的發展。另外，從閱聽人主動性的觀點出發，閱聽人是有能力辨識其所要的需求與選擇的媒介。因此，這個現象是有必要去對其進行研究。本研究會針對閱聽人觀看卸妝節目的動機進行探討，這將有助於釐清卸妝節目盛行的原因，並且進一步了解閱聽人觀看卸妝節目的動機與影響。

本研究的研究對象將放在電視媒體製作卸妝節目的敘事結構所運用的手法，去探究電視媒體如何詮釋女性卸妝前後的美貌。並研究閱聽人與電視媒體的互動關係中，如何解讀電視媒體以消費女性美貌做為節目效果的含義。期望藉由釐清這兩個因素的關係，進一步地瞭解此類的電視節目與閱聽人如何詮釋與解讀卸妝節目的文本內涵。

第二節 研究目的與問題

壹、研究目的

遠自古埃及時代，化妝就已經是一個高度發展的文化。直到今日，打開電視，女明星晶瑩無瑕的臉龐流動著綺麗的燈光與鏡頭映照出美麗的妝容。(陳家翰、呂妮霖、施君涵)。然而，媒體一慣地用同樣的方式凸顯女性的美貌，是否讓大眾開始厭倦了這種形塑美貌的模式，反而喜歡上窺探美麗背後最真實的面容？

以言電視，沒有甚麼「純潔無知的文本」這回事—沒有任何節目不值得我們詳加嚴正注意，沒有任何節目能夠聲稱自己只是提供「娛樂」而無愧，因為任何節目都透露了關於社會的諸種訊息。即便節目的外顯內容似乎在零碎細瑣不過了—比如，「湯姆與傑利」卡通—但情況仍然很可能是這個節目的文本結構，已經含納了許多關於社會態度與價值的重要訊息。每個節目都提供了多種不同的明顯資訊—事實、故事與圖像等。(David Morley、馮建三，1995)。因此，筆者認為電視節目絞盡腦汁的運用各種方式，企圖獲取閱聽人的認同，期望能夠贏得閱聽人對於優勢解讀方式的共謀或同意，這與節目之論述的框架與構連是相關的。以卸妝節目來說，它藉著美麗女星卸妝前後的差異為賣點，加上電視製作賦予節目的符號含意，刻意地製造另類的美貌架構與意識。當然，也會考量節目的走向需迎合觀眾口味，注重觀眾感官的刺激，在節目內容上，增添許多外在的節目效果，如音效、燈光等作陪襯，吸引閱聽人觀賞，建立與閱聽人的互動關係。(David Morley、馮建三，1995)。

綜觀研究女性美貌的相關文獻方面，大多以「重新建構女性美貌」為主要研究方向。但，筆者和其他研究者的研究觀點略有差異之處，在於研究的主要特點是探討「揭開美麗的謊言」，即卸妝節目帶給觀眾的刺激點，是建立於女性卸下臉上的妝容後，以前後差異極大的容貌，赤裸裸的出現在電視螢幕上，成為別人

娛樂的對象。女性卸妝前後差異極大的落差，如同從天堂掉入地獄般的震懾感，即是電視媒體以另一種手法呈現女性的容貌，達到吸引觀眾的目地的目地。由於筆者意識到女性的尊嚴並未在電視媒介中受到尊重，因此，筆者將以電視節目為主要的研究軸向，試圖瞭解電視媒體如何消費女性的美貌，並且繼續解開美貌的假像。

貳、研究問題

根據上一節的研究背景與動機，本研究發展出兩大研究問題如下：

1. 電視媒體之卸妝節目的敘事結構手法如何消費女性的美貌？
2. 閱聽人如何解讀具有女性意識的卸妝節目文本？

第二章 文獻回顧

本章的文獻探討將分為二節，第一節討論電視媒體與閱聽人之互動關係，藉著收集到的文獻來理解電視媒體如何巧妙地運用符號學的意涵與敘事結構製作節目，並影響閱聽人解讀與詮釋節目內容。第二節則是從媒體如何影響女性建構美貌的意識。

一、電視媒體與閱聽人之互動關係

20 世紀，人類公認史上最偉大、最重要的發明之一即為「電視」。由於電視可同時結合文字、圖像與聲音展現於人類面前，打破了無線電廣播與報紙等媒介之限制，快速地躍身為主要的傳播媒體之一。隨著媒體產業的蓬勃發展，台灣自解嚴後，電視事業也逐步地朝向多元化的節目型態擴展。由於媒體擁有獨特的符碼形式、美學觀，以及作業常規；換言之，媒體的類別形式決定其訊息結構、進而影響閱聽人對於刊播內容的感知與評估。不同類別的媒體各具特色。電視可以呈現具體的場面、刺激動人的鏡頭畫面，因此較容易激發閱聽人的情感反應。(成露茜、羅曉南)。前述的引言，說明媒體運用多種不同型態的符號意義，力求製作出來的電視節目能夠影響閱聽人的情緒感染力，使閱聽人逐漸地成為媒介的消費者。

同樣地，陳明珠學者於 2008 年發表的論文《符號學研究的反身自省：返回符號體系的思考》中說明符號學作為美學、文本分析的研究方法論，普遍在傳播學研究領域中被使用，台灣以往有關傳播符號學的論文多半是探討符號的連結與應用，舉凡論述、影像、文字、聲音、圖像等的符號分析，研究的方向多朝向探究意符語意指之間的任意連結，帶有其特殊的文化意涵，運用意識形態理論、或雙

層符號系統(two semiological systems)中神話(myth)的意旨作用(signification)分析，來詮釋符號運作的深層文化意涵。這些研究都是探究文本中符號的意義是如何產製的，並透過文本的符號體系，來討論符號與文化之間迷思的建構。上述的兩則文獻皆說明電視媒體大量的使用「符號意涵」來討論媒體與閱聽人之間的互動關係。認為電視媒體提供與製造大量具有符號意義的節目內容於閱聽人；閱聽人則必需自行詮釋與解讀個人所接收到的節目內容。因此，說明兩者之間互為一種「編碼」與「解碼」的互動關係。

根據 John Fiske(1995)於《傳播符號學理論》中說法，傳播為「意義的製產」。當我和你溝通時，你或多或少了解我的訊息的意思。為使溝通產生，我必須使用符號來製造訊息，這訊息刺激你，使你以你自己的方式來理解我所發出的訊息。

綜合上述對電視媒體與閱聽人之互動關係的討論，我們可瞭解到「符號學」分析的特點：從媒體所解析其「社會意涵」，也就是說，媒介的訊息或文化，而且是男、女的社會形象、人格特質、彼此之間的權力主從關係等。也就是說，符號學分析的不是符號，而是符號的意義；不是符號的表面意涵，而是符號的深層社會文化意涵。「社會意涵」的分析與「權力結構」分析的結合，正是符號學在發展過程中與結構主義觀點、批判理論思潮等融會的結果，是探討大眾媒介中性別角色意涵的主要理論及方法策略。(張錦華、柯永輝，1995)。因此，本研究將選定最具代表性的電視節目分析出其包含的敘事結構與符號意涵，以及閱聽人在接收此電視節目時，如何進行解讀與詮釋，並實際探討與瞭解兩者之間的互動關係。

二、傳播媒體下之女性美貌意識

「美」，其實是一個很抽象又很具體的東西，要說它的定義，似乎不太容易，但，展現出來的卻又是很實際的東西。(白怡娟，2007)。羅蘭·巴特在《神話學》一書當中敘述在《在克莉斯汀娜皇后》一片中，其化妝有如一張雪白的面具，這張臉不是化上去的，而是用石膏打造出來的，保護它的是色彩而非容貌。這片雪白既虛弱又緊密。光是眼睛，就厚的像奇特的柔軟肌肉，但並非毫無表情。它們其實是微弱而抖顫的傷口，這張臉極端美麗，是雕塑在某個平滑易碎的物體上，既完美又短暫。

根據羅蘭·巴特學者對於書中人物容貌的描述，我認為羅蘭·巴特將「化妝」視為一種「容貌再製」的技術。這些多樣化、美麗的彩妝能使容貌更趨於完美，展現令人驚豔、臣服的美貌。但，它始終並非容貌的本質，容貌上的彩妝仍會隨著時間而褪去。

在另一本談論美貌的神話書籍中，《美貌的神話》這本書提及美貌是來自天堂的恩典，皮膚或脂肪細胞數是靈魂，醜陋則是地獄。女人永遠不是上帝的選民，但是可以努力拯救自己，美容產品是她的耶穌基督、治療者、天使或精神導師。(Naomi Wolf、何修，1992)。從生物學的觀點思考，人類是由數以萬計的基因相互組成並表現。其中，某一些基因的表現構成世人對於美貌的共識。因此，女性開始藉由其他的外力，達到符合社會期待的美貌規範。在所有的外力當中，以「化妝」最為普及。因為「化妝」在追求完美臉蛋與體態的過程中，相較於其他方法，是最簡易、較入門的方法，並且成為女性能夠相互討論、交換訊息的專業技術。

現今，女性的美貌之所以被強烈地規範於社會，可能來自許多不同的途徑。其

中，以媒體傳播的力量絕對不容忽視。由於媒體的傳播力量相當強大，不斷地播送關於美貌的資訊與塑造美貌的特定樣版。依據張錦華學者(2002)針對瘦/塑身廣告與相關傳播現象進行的研究指出，大眾媒介的大量曝光效果造成普遍的社會壓力，進而影響人們對於外貌的評估、改變自我樣貌的計畫。因此，美的標準似乎逐漸趨同，而現代女性們對於這個「美的標準」視為聖旨，趨之若鶩。因此許多彩妝保養、美容醫療等工業開始興盛，來為女性們達到這個美麗的標準。(林雨璇，2012)。換言之，我們可以說「美貌」似乎是一種流行的制度。「理想的美貌模式」對女人來說，已經變得相當重要，甚至將女性的美貌定型化。在這股流行的體制底下，女人的身分必須以「美貌」為前提時，否則女人就會受外在評價的傷害。(Naomi Wolf、何修，1992)。

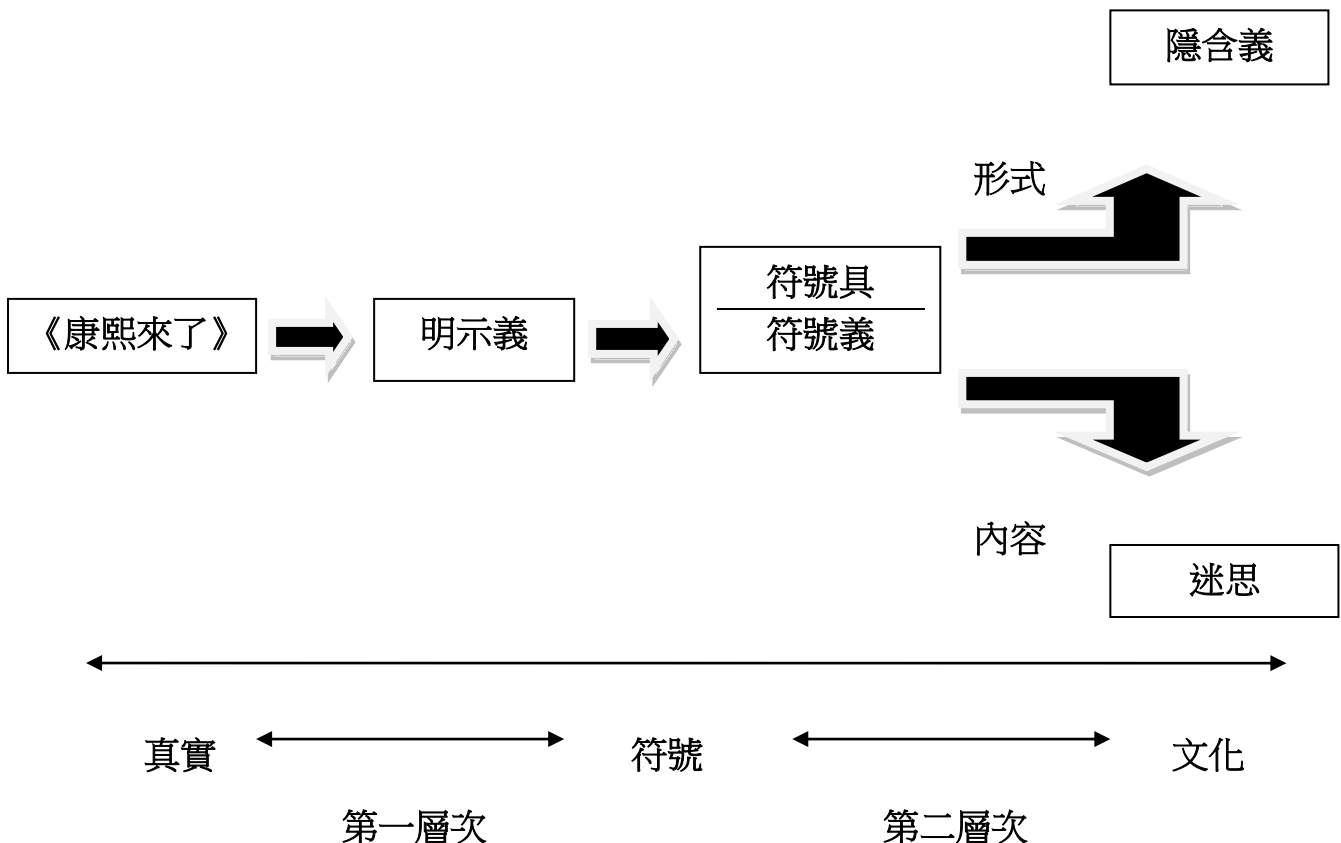
另外，Wolf 提出了關於女性對於美的焦慮正是美貌迷思的效果，它讓女人陷入「永遠不夠完美」的恐慌中，有時候覺得自己容貌醜陋，有時候覺得自己汲汲營營於打扮而焦慮，卻鮮有女性願意放棄讓自己變美的機會。(劉子綾，2009)。說明現今女性對於美貌的意識是受到傳播媒體的控制，甚至可以說是附屬於被媒體操控下的傀儡。綜合上述的文獻資料，說明現今女性對於美貌的意識是受到傳播媒體的控制，甚至可以說是附屬於被媒體操控下的傀儡。因此，本研究將依循整理出來的文獻資料為研究脈絡，進行深入地探討電視媒體如何影響女性建構對於美貌的意識。

第三章 研究方法

本章主要是針對筆者提出的研究假設所使用的研究方法，進行相關名詞的定義與說明。本章共分為兩節，第一節為本研究〈康熙來了〉之卸妝節目的文本分析；第二節為閱聽人與電視媒體的互動關係---焦點團體訪談法的文本分析。

第一節 〈康熙〉之卸妝節目文本分析

文本分析法(text analysis): 文本分析通常只針對一種社會製成品，如新聞報導、文學作品、電影或海報圖片，做解析和意義詮釋。因此，筆者以羅蘭巴特的符號意義的兩個層次，進行《康熙來了》節目文本分析，詮釋卸妝節目的意涵。



一個受歡迎的電視節目如同是一則生動活潑的故事。然而，一個完整的故事內容須集結許多不同的元素方能構成。電視節目可謂是藉由戲

劇性說故事技巧，靈活地運用故事的元素，讓整個卸妝節目能夠吸引觀眾，使其投入節目的情節裡。因此，筆者將以【康熙來了---超紅網路美女來卸妝】與【康熙來了---什麼？她們竟敢來卸妝】為研究文本，並以角色特質、拍攝鏡頭、敘事手法、聲音、後製剪輯，這五類元素做為文本分析的層次：

【康熙來了---超紅網路美女來卸妝】

一、 角色特質

男女主角是故事裡最重要的角色。因此，上節目卸妝的美麗女性來賓們，即是節目中重要的女主角，而且她們皆具有共同的特質：(1)頗具知名度的當紅網路美女(2)擁有美麗的外表。平常觀眾們只能透過網路、電視等媒介才能看到她們美麗倩影，但是，藉由卸妝單元，讓她們卸下臉上的妝容，以樸實的容貌，述說個人的自我特質。

表一：【康熙來了---網路美女來卸妝】的來賓名單

出場順序	來賓名單
1	雯雯
2	葦萱
3	孟思妍
4	貝果
5	篠崎翎榕
6	辛咩咩

二、 拍攝鏡頭

在鏡頭語言學中，一個拍攝鏡頭即是一個移動形象的單一結構，且由特定的方式去架構每一個鏡頭，並由其被拍攝的方法所決定。選擇使用攝影機鏡頭，可表現出對於影片內容的生動性及形象，增加故事精彩的戲劇性。

【康熙來了】利用子母畫面的方式，將來賓卸妝前與卸妝後的照片同時併放，以更清楚的鏡頭呈現方式，比較出化妝與卸妝的差異之處。因此，當貝果拿下面具時，鏡頭就會拉近距離，特寫她卸妝後的樣貌，並以子母畫框的方式，將卸妝前的照片鏡頭置於電視螢幕的左下方，另一個鏡頭畫框則拍攝其卸妝的樣貌，以方便在節目的訪談過程中，觀眾能清楚地了解來賓卸妝前後的差異。



三、 敘事手法

對話內容

主持人(訪問者)：小 S、蔡康永

來賓(受訪者)：貝果

彩妝師：古小偉

康：她....我們好像搞錯了。她怎麼那麼厲害！（誇張）

S：讓我看一下 (訕笑)

康：你覺得她有像會計部的小姐嗎？ (疑問地看著 S)

S：是略有小姿色的會計部小姐

S：你眼鏡拿掉我看 (好奇)

S：她放第二個太早了

康：是高潮提前來的意思是不是！

S：因為她突然變成有種魚是這邊被壓扁的 (雙手摸額頭)，是有一種可被放大且會變形的鏡頭

康：好啦，講這麼多遍

貝果：不要拿掉了啦 (哀求)

康：振作喔！振作。我要幫你拿掉面具了。1、2、3 貝果

旁白：貝果卸妝之後，眼型和臉型式改變最多的地方，但是招牌酒窩還是很殺底片，笑起來還是一樣很有氣質呢

貝果：差很多嗎？ (苦笑)

康：那是妳？站到妳的照片旁邊一下 (驚訝)

貝果：(緩慢的走到化妝前的照片旁邊，親切的微笑)

康：開甚麼玩笑阿！古小偉，你等一下有沒有辦法幫她走「桂綸鎂的路線」好不好？有靈氣一點的

從這一小段的對話中可看出，大部分的發言時間多來自於兩位主持人，而來賓僅有短短的一、兩句話，其餘的時間則是以苦笑、尷尬的方式面對主持人誇大的嘲諷及嚴厲的批評，鮮少做任何的回擊。再來，主持人的用字遣詞、誇張的神情表現，更突顯出女性卸妝前後差異是一件羞於見人、飽受批評的事情。另外，卸妝後的來賓會讓專業的彩妝師做事後補救的動作，完成後，鏡頭會以一半是有化妝，一半是卸妝後的容貌的方式呈現，無疑地是再次抨擊女性的美貌的方式。上述這些對於女性卸妝的詮釋，不僅侵犯到女性個人的尊嚴，更大肆地醜化、擲

揄女性卸妝後的容貌。

四、 聲音

聲音，在說故事的元素中占有相當重要的地位及詮釋意義。它除了可以豐富故事的精采度之外，透過聲音的起伏，可引領閱聽者進入故事的情境裡。在電影裡，聲音可分為「畫內音」與「畫外音」。畫內音是指攝影同時所記錄下的聲音，如：對話、環境音等；畫外音則是指事後之旁白、配樂及音效。

關於對聲音的解釋在其他分析層次中有提及，因此，筆者將在此特別以配樂和音效做進一步的分析與詮釋。

以貝果卸妝為主的分析橋段為例：在尚未拿下面具時，首先以「哇」(眾人大聲齊喊)的配樂為開場白；再來，以帶有輕挑意味的配樂，貫穿整段訪問貝果的過程；最後，在貝果要拿下面具前，是以隆重的音樂表示；拿掉面具後，再以「哇」(眾人大聲齊喊)與驚嘆聲結束。

從這一小段的訪談過程中，當觀眾尚未看到貝果卸妝後的樣子時，聽到誇張的「哇」與「驚嘆聲」的音效時，情緒會莫名的被挑起，對其產生好奇。接著，在貝果拿下面具前、後的配樂使用，存有兩極的差異。拿下面具前，隆重的音樂使觀眾產生期待，更專注於拿下面具的剎那；拿下面具後，輕挑的音樂再配上「哇」(眾人大聲齊喊)與拍手聲，似乎表達了觀眾的常態反應。因此，我們可以看出在音樂的運用上，除了引領觀眾的情緒起伏外，更重要的是，藉由音樂的運用，我們更能清楚地分辨出女性卸妝前後的差異度是否相當極端，倘若是落差極大的容貌，那麼音樂的差異度也會相當明顯。

五、 後製剪輯

後製剪輯，是須特別注意的。因為它會涉及到拍攝鏡頭彼此連結的過程。所以，剪接師會選擇鏡頭，安排它們的順序、分別的長度、以及如何連接鏡頭畫面，

包括燈光、特效、音效等。由於音效在聲音的分析層次中有討論，因此，筆者在後製剪輯中，會著重於特效的探討。

單就特效方面，大多會利用放大字體的方式做重點強調，即強調主持人所使用的措詞用句。以來賓葦萱為例：小 S 檢視葦萱卸妝後的模樣時會先簡略的形容她的容貌，其中以「好好看唷」、「我是說是精采的角度看的話」及「你品味一下」這三句話以彩色粗體字放大數十倍呈現之。另外，葦萱站到自己的化妝照片的旁邊時，她強調她只有 17 歲時，蔡康永十分震驚的神情，在影像後製時，就在他的旁邊打上大大的「驚」字，以示「難以置信」的思緒；而葦萱尷尬的回應，則以頭上出現三條線的符號做表達。

從上述的例子來看，由於在後製剪輯中加了許多文字與符號特效，增添整段的訪談過程的趣味性。如同一個精彩的故事，須擁有經典的橋段，如主角們的對白，有個令人印象深刻的記憶點，增添故事的韻味。

【康熙來了---什麼？她們竟敢來卸妝】

一、 角色特質

表一：【康熙來了---什麼？她們竟敢來卸妝】的來賓名單

(1) 在戲劇圈中有亮眼表現的女星(2)擁有亮麗的外表

出場順序	來賓名單
1.	何妤玟
2.	巧克力
3.	郭采潔
4.	宋紀妍

二、 拍攝鏡頭

當巧克力拿下面具後，螢幕直接呈現她的化妝與卸妝的對照圖，讓觀眾更清楚地了解巧克力卸妝前後明顯地差異之處。另外，在這集的卸妝節目中，拍攝鏡頭之遠近距離的改變，會隨著主持人強調的重點做變化，如當小 S 要求巧克力露出大片額頭時，或是蔡康永請巧克力拿下眼鏡時，此時的鏡頭畫面就會拉近做特寫。



三、 敘事手法

對話內容

主持人(訪問者)：小 S、蔡康永

來賓(受訪者)：巧克力

彩妝師：Kevin

小 S：我要看一下妳沒有瀏海的素顏(好奇的樣子)

巧克力：(在面具背後掀起瀏海讓小 S 觀看)

小 S：吼~~ (誇張的神情並大聲尖叫)

巧克力：過分，哪有這麼誇張阿(無奈的口吻)

小 S：就是賴先生耶，Mr.賴

康永：好了啦。妳剛才瞄完人家身上的肌膚之後有甚麼意見？

小 S：我覺得你看完她沒有瀏海的素顏後，其它的我已經不會跟她計較了，就算賴先生有這樣的膚色算是很正常(訕笑)

康永：巧克力，準備好了噲

巧克力：我現在好緊張噲

康永：鎮定，鎮定，準備好囉，1 2 3 放下來

旁白：妳就別再難過啦，妝前美艷動人的妳，卸妝後可是今天的大賣點呢，黑黑的膚色配上性感的睡衣，可是讓觀眾們看得臉紅心跳呢

巧克力：要把瀏海弄起來嗎？(疑惑)

小 S：妳要把它全部拉上來(手摸瀏海的動作)

巧克力：一定要這麼超過就對了，這樣觀眾會不會轉台阿(擔心與無奈)

小 S：因為這一集就靠你了

巧克力：(將瀏海全部掀起來，露出大片的額頭)

康永：巧克力不好意思，就是額頭有點高(驚訝)

小 S：(試圖將巧克力放下來的瀏海再掀起來)

巧克力：可以不要嗎？不要啦！(哀求)

康永：賴同學，請妳站到妳的照片旁邊

巧克力：(站在有化妝的沙龍照旁，擺出照片裡的姿勢)

康永：有沒有恍如隔世的感覺

小 S：差好多喔(誇張地大叫)

巧克力：差很多嗎？(疑惑)

小 S：不要這樣好不好(氣憤得大喊)

巧克力：你們好壞唷，怎麼可以這樣對我(面對主持人的嘲笑做出無奈的反抗)

小 S：她這樣是算差得多的吧(疑惑的問康永)，如果妳沒有化妝、沒有瀏海，走在路上，誰會知道妳是巧克力(以質疑的口吻問巧克力)，凱文妳評評理，這是不是算很多？(手順勢的指向巧克力)

Kevin：其實她差異度滿大的，因為完全是不同人(驚訝)

小 S：這可以傳為家話了吧

康永：Kevin 那妳覺得她要補哪裡？

Kevin：她需要補全妝

康永：我覺得她的臉變得比較嬰兒肥一點

小 S：就是陽剛味變得很重，臉也擴大了許多

康永：好啦，巧克力去補妝一下吧

小 S：她不是要補妝，是要化妝，OK

康永：Kevin 老師會幫你處理一下

小 S：巧克力今天謝謝妳耶

從上述兩位主持人與巧克力的對談中，筆者認為在傳播意義建構的過程中，存在著「霸權主義」的行為。因為，主持人大多扮演攻擊者的角色，針對來賓卸妝後的缺陷進行批判。反觀巧克力的回應方式，大多是試圖反駁、解釋，甚至是無奈得被迫接受批評。以權力角度而言，主持人與來賓的權力關係是不對等的。巧克力的發言權利位置相對較薄弱，只能任憑主持人宰割。另外，在其他敘事手法方面，可以從旁白的角色再做延伸的討論。當巧克力拿下面具的前後，藉由旁白的一段敘事語句，

緩頰了巧克力在拿下面具前後，充滿期待的情緒與緊張的氣氛。雖然旁白還是有調侃巧克力卸妝後的模樣，但仍以普羅大眾可以接受的措詞與語調重新詮釋卸妝後的巧克力依然為一個美麗的女生。

四、 聲音

在聲音運用面向上，除了主持人在訪問巧克力時，全以輕挑、嘲笑聲的音效貫穿整個訪談外，音效最為清晰的片段以「因為這一集就靠妳了」這句話，眾人齊聲大笑的聲音為最。

從上述聲音呈現的方式，筆者認為音效不但能夠增添節目內容的豐富性，也可引領觀眾進入節目的氣氛，帶動觀眾收看節目的情緒，使觀眾產生身歷其境的感覺。除此之外，音效也凸顯出女性在卸妝前後差異的落差程度。巧克力未拿下面具前，音效的旋律是以重節拍為主；拿下面具後，則是以輕鬆詼諧的旋律表示之；中間的轉捩點以陣陣鼓聲表示即將拿下面具的時刻，提高觀眾的期待感。音效的前後使用效果，更能區別出巧克力卸妝前後的落差程度是否令人驚訝。

五、 後製剪輯

在巧克力的受訪過程中，以小 S 對於巧克力的卸妝評論最為誇張，其中以「吼」、「因為這一集就靠你了」、「不要這樣好不好」、「這可以傳為佳話吧」及「巧克力今天謝謝妳耶」這五句話特別以放大數倍的粗體黑字呈現，表達巧克力卸妝後驚人的差異。此外，當小 S 提出「沒戴眼鏡、沒瀏海」的要求時，巧克力的臉上立刻出現一大片綠色圓圖的特效，表達當時的心情是如此地尷尬與無奈。

從上述的例子，我們可觀察到節目製作單位試圖藉由影像後製製造

出誇張的渲染效果。藉由放大重點文字的描述，點出訪問過程中的重點與笑點，讓觀眾的情緒也跟著節目的節奏做起伏，進入節目氛圍。

第二節 閱聽人與電視媒體的互動關係---焦點團體訪談法

焦點團體法(focus group)：焦點團體法是一種「團體」訪問的質性研究方法，所以又稱為焦點訪談法（focused interview）。指透過六至十二位參與者針對某種主題進行自由、互動式的討論，以蒐集到較深入、真實意見與看法的一種質性調查研究方法。研究者在此法中往往扮演了中介者（moderator）的角色，其所收集的資料，便是以團體間互動討論的言辭內容為核心。（參考胡幼慧，1996: 223-237）、

(吳清山、林天佑，2005，教育新詞書，高等教育文化事業有限公司)。

本研究之所以採用焦點團體訪談法是因為這個方法使研究者對研究的主題能夠直接地看到動態性、互動性的討論。筆者期望藉由焦點團體訪談法讓受訪者回應與再回應其他團體成員的回答的過程中，能夠激盪出更多富有討論性、思考性的延伸議題，完整詮釋本研究之內容。

地點：輔仁大學·伯達樓 BS112 教室

日期：2013/5/22

時間：12:00~13:40

主持人：蕭安娜

研究助理：簡伯任

研究工具：本研究以半結構式的訪談方式，指引受訪者進行訪談收集資料，並以相機、手機的錄音功能與紙本三種工具協助記錄與訪談的過程

受訪者名單：(受訪者皆以化名列表之)，本研究於臉書上公開招募受訪對象，共計有八位受訪者，均為輔大女學生

受訪者名單	學系
泰勞	社會學系
小卷	社會學系
Cherry	社會學系
Sophia	社會學系
Milly	餐旅學系
Jean	哲學系

Claire	哲學系
Vivian	哲學系

焦訪問題：

第一組問題：

1. 你覺得剛才播放的卸妝節目，對於女性在卸妝前後的敘述，有沒有特別喜歡或不喜歡的地方，請描述自我看法？

藉由受訪者看完〈康熙〉之卸妝單元的影片後，得知觀後的心得與喜惡。

第二組問題：

1. 卸妝節目會特別吸引你去觀看嗎？為什麼？
2. 請妳回想一下之前看過的美妝節目，並比較”卸妝節目”與”化妝(美妝)節目”之間的差異為何？
3. 你覺得卸妝節目的整個節目節奏與製作方式，有沒有讓你更進入整個節目的氣氛中？或是有帶給你更多的好奇心與歡樂感？為什麼？
4. 和其他類型的節目相比，你會喜歡卸妝節目嗎？喜歡的原因為何？不喜歡的原因又是甚麼？

第二組問題的提問要點，主要著重於閱聽人收看電視節目的偏好，並與美妝節目進行比較，試圖瞭解卸妝節目是否較受閱聽人的喜愛與能夠提供閱聽人在感官上的娛樂性享受。

第三組問題：

1. 你覺得卸妝節目帶給你甚麼樣的影響或衝擊？
2. 看完節目之後，你覺得女性一定要化妝嗎？或者是要學習化妝？為什麼？

藉由第三組問題，筆者試圖瞭解女性閱聽人是否會受到卸妝節目的影響，驅使閱聽人嚴格地規範自我的美貌。如原本不化妝的女性，開始學著如何使用彩妝；亦或者原本就有化妝習慣的女性，開始學著如何勇敢坦誠面對自己素顏的樣子。

第四組問題：

1. 卸妝節目的出現，對於女性的美貌價值評判，是否為一種在貶低女星美貌的媒體形態，你認為這是好事還是壞事，還是沒有差別？
2. 對於上節目卸妝的美麗女星被冷嘲熱諷，你是怎麼看待這樣的情況呢？
3. 對於卸妝後的美麗女星，你會比較喜歡看反差大的還是反差較小的女性呢？為什麼？

透過女性閱聽人看到節目上的女來賓受到嘲諷、調侃的情況之下，瞭解她們的反應與感想為何？是否以同理心的角度去憐憫女來賓卸妝後所受到的對待？或是另有其他的想法？從中瞭解閱聽人對於卸妝節目詮釋女性美貌的製作方式的看法是否有差異。

焦訪研究結果：

1-1 你覺得剛才播放的卸妝節目，對於女性在卸妝前後的差異度敘述中，有沒有特別喜歡或不喜歡的地方，請描述自我看法？

受訪者泰勞：「我是覺得小 S 太誇張了，因為那些女明星卸妝前後根本就沒有差很多阿。像巧克力，其實她卸妝前後的落差並不是很嚴重，可是小 S 一直說她

是賴先生，還一直嘲笑她，我對她這樣的行為舉止感到不是很滿意。我覺得就算是為了製造節目效果，誇張的言語舉止仍然應該適可而止，太過了就會令人反感。」

受訪者 Cherry：「我喜歡藉由卸妝節目可以看到美麗女明星卸妝後的樣子。因為我會覺得女明星卸妝後會讓別人有親切、比較好接近的感覺，而且，她們卸妝之後其實也沒有真的差很多阿，只是因為主持人的行為和整體的節目效果都很誇張，甚至有點過份，才讓觀眾覺得她們卸妝後真的有差耶，這是我比較不喜歡的地方。」

兩位受訪者皆認為，透過卸妝節目，可以看到美麗女生平易近人、最真實的面貌，是令她們喜歡收看的原因；然而主持人誇張的反應、嘲諷的措辭與整體的節目效果，是令她們對於收看節目時產生反感的部分。在筆者的追問之下，她們對於節目反感的部分原因，出自於對於女性被欺負的憐憫心。如受訪者 Milly 所言：「『美貌』是種很主觀的東西」，那些上節目的女來賓已經很有勇氣地卸妝了，真的不必要為了節目效果、收視率，去傷害女性的自尊心與批評容貌。

2-1 卸妝節目會特別吸引你去觀看嗎？為什麼？

受訪者小卷：「因為只是看一個女生卸妝前後的差別而已，沒有特別想去看。因為我本身自己沒有化妝，所以當我在看卸妝節目時，會比較沒有參與感。如果自己本身有化妝的話，可能就會看卸妝或化妝節目吧。」

受訪者泰勞：「我覺得就算我沒有化妝也會對卸妝節目產生好奇阿。像郭采潔，我就對他卸妝後的樣子感到很好奇，因為她長得很可愛，我就會想看她卸妝後長甚麼樣子，是不是也一樣很可愛很漂亮。」

受訪者 Milly：「關於收看（康熙來了）的動機，我會因為節目的「主題」、「來賓」與「節目預告的話題精彩度」為主要考量。所以，我不會特別的去收看（康熙來了一卸妝單元）。假如我看卸妝節目的預告，覺得小 S 的表現很誇張的話，就會吸引我想收看的動機，想知道這個女明星是不是真的卸妝前後真的差很多，但是，倘若我發現，節目實際播出後與預告有落差的話，我會產生反感，就不會想要繼續看下去。所以，預告的剪輯也是吸引我收看（康熙來了）的重要因素之一。」

針對卸妝節目是否會特別受到閱聽人的喜愛所提出的問題與受訪者的回應，筆者以為「節目參與感」與「節目來賓」兩者為主要收看動機的關鍵因素。首先，受訪者小卷道出，因自己本身平常並無化妝的習慣，因此，當她收看卸妝節目時，其參與感並不高，自然降低收看的慾望。另外，兩位受訪者泰勞與 Milly 她們都認為，先提前從預告剪輯中瞭解節目的來賓與大略的內容精彩度，會大大的提高她們對節目的期待，甚至會主動地等待播出時間收看節目。

2-2 請妳回想一下之前看過的美妝節目，並比較「卸妝節目」與「化妝(美妝)節目」之間的差異為何？

受訪者小卷：「我覺得卸妝節目消遣女性的意味較濃厚，化妝節目則是教導女性如何化妝，但兩者都還是從男性的角度去製作關於女性美貌的節目型態。而且時下的女性也會跟隨著男生欣賞女生的眼光而趨向追求某種特定的美的特質。」

受訪者 Milly：「對我來說，化妝節目跟卸妝節目兩者都有一個共通點，它們都是在創造一種「差異性」。化妝是「從原本不好看的樣貌變好看」；卸妝是「從很漂亮樣貌變得不好看」，而這種差異是要看觀眾是否買單、是否喜歡這樣的節目口味而定。」

受訪者 Jean：「我覺得收看美妝節目比較舒服耶。因為美妝節目會教那些比較不會化妝的女生做一些簡單的保養，還有傳達正面的化妝意涵與價值，所以我覺得看美妝節目會比較有營養，可以吸收很多化妝技巧或是臉部基本的保養的知識，是屬於正面的節目。然後，卸妝節目雖然能帶給觀眾許多娛樂的效果，但基本上，它大多是建立在損別人、嘲笑女性的基礎上，因此，我會覺得它是屬於負面的節目。」

筆者從受訪者的回應中，瞭解到每位受訪者對於這兩種節目型態，不管是在相似性或差異性上各持有不同的看法。相似之處在於兩者節目內容的表現上皆建立於「美貌的差異性」的基礎上，其中，有些受訪者會給予正、反兩面的評價，如 Jean 卸妝節目對於閱聽人而言為負面之影響；美妝節目則具有正面的影響；卸妝節目具有娛樂效果；美妝節目實則為彩妝美容的教育。也有受訪者從性別霸權的角度去思考兩者節目的相似性特點，如小卷，她反應出「兩者都還是從男性的角度去製作關於女性美貌的節目型態」與「時下的女性也會跟隨著男生欣賞女生的眼光而趨向追求某種特定的美的特質」。筆者針對小卷的回應追問其他受訪者的意見，大多認同小卷的想法，如 Milly：「我覺得現在的女生的化妝方式多是濃眉大眼，妝頗濃厚的感覺。而且我身邊的男性朋友都很喜歡濃眉大眼的正妹呀。」因此，筆者認為在大眾傳播文化的意識型態中，「男性中心的意識型態」，至今，仍影響閱聽人對於女性美貌的價值判斷依據。

2-3 你覺得卸妝節目的整個節目節奏與製作方式，有沒有讓你更進入整個節目的氣氛中？或是有帶給你更多的好奇心與歡樂感？為什麼？

受訪者泰勞：「我覺得在節目當中，女星手上遮住臉的面具會增加我收看節目的好奇心。因為在她還沒拿下面具之前，我會很想看她到底卸妝後長甚麼樣子。

而且，節目預告或者是要進廣告的時候，都會特別打上大大的「密」字，或者是打馬賽克，吸引觀眾去收看節目，一探究竟。因為這樣的安排效果，的確會造成好奇心的加重。」

受訪者 Vivian：「我覺得如果拿下面具後，看到的是卸妝前後差異很大的樣子，就會特別的興奮；相反的，有時候看到卸妝前後的差異度極小，也會有反效果的產生，可能就是一種驚嘆或者是羨慕的感覺吧。是會被整個節目的氛圍所吸引與引導，融入節目當中。」

在符號學的主要研究領域中，「符號本身」，包含研究符號的種類，研究不同種類符號傳遞訊息的不同方式，以及研究符號和使用者之間的關係。畢竟符號是人類的產物，唯有了解人們如何使用符號，符號才具意義。因此，筆者認為「面具」在卸妝節目中具有特殊的符號意涵。它被運用在揭開女來賓卸妝後的樣子的過程，猶如「揭開神秘的面紗」之面紗，具有「掩蓋真實」、「充滿神秘感」的意義，提高閱聽人對於面具下的女性容貌之好奇，如受訪者泰勞所言。另外，筆者認為「拿下面具」是整個節目中必定進行的過程，可將其視為揭開女來賓卸妝後的容貌之進行的必要儀式。

2-4 和其他類型的節目相比，你會喜歡卸妝節目嗎？喜歡的原因為何？不喜歡的原因又是甚麼？

受訪者 Jean：「我覺得那是別人化妝與卸妝之後的差異，而且大多數電視台的節目內容都大同小異，其實，看久了會覺得很膩。太多相同類型的節目一起出現，剛開始看的時候可能會覺得很有趣，但其實時間久了，就沒有甚麼新鮮度可言。簡單的來說，如果卸妝節目剛開始出現的時候，我會產生收看的動機，但久了之後，因為新鮮度不再，就會立刻轉台。」

筆者認為，在受訪者的回應中，可以從媒介經驗的脈絡裡，瞭解她對卸妝節目的喜惡態度。受訪者提及「剛開始看的時候可能會覺得很有趣」，表示卸妝節目剛開始出現時，對其是有相當程度的吸引力，驅使她收看節目；相對的，受訪者認為「久了之後，因為新鮮度不再，就會立刻轉台」，所以，當同類型的節目單元持續重複，一旦熱潮褪去，節目新鮮度不再，將會造成閱聽人對其感到膩煩，也會改變閱聽人選擇收看節目的類型。

3-1 你覺得卸妝節目帶給你甚麼樣的影響或衝擊？

受訪者小卷：「我覺得透過卸妝節目，可以大概知道大家對於我化妝的技巧或其他方面的看法。到底我這樣的化妝技巧是否 OK，或者是我的妝容是否適合自己，也可以了解現在社會的化妝趨勢。」

受訪者 Milly：「卸妝節目給我的啟發是，如果我以後開始學會化妝，我一定提醒自己妝不要化得太濃，不要讓別人覺得說我化妝前後的差異度很大。」

受訪者 Vivian：「我覺得那些上節目卸妝的女星的差異大多是在氣色還有眼睛的方面。而且我覺得，藉由化妝可以彌補一些像是黑眼圈、痘疤等缺點，另外還可以增加氣色，看起來比較有精神。我覺得化妝也可以增加個人的自信心，所以女性應該要去學習化妝，而我也會開始好好的學習。」

此題的關鍵在於了解「受訪者收看卸妝節目後的影響性」。因為媒介擴大了個體認是自己及其環境的的多種觀察角度，讓個體能以更多樣的選擇來構築自我認同。(引用自 閱聽人與日常生活，盧嵐蘭，P101)。筆者認為，藉由卸妝節目表現出女來賓卸妝前後的差異，使受訪者們體認到化妝能掩蓋容貌的缺點之處，使其

能表現最有自信的一面，正視「化妝的重要性」。另外，小卷與 Milly 兩位受訪者會以卸妝節目的女來賓做為參考對象與借鏡，學習化妝技巧以及尋覓適合自己的妝容。

3-2 看完節目之後，你覺得女性一定要化妝嗎？或者是要學習化妝？為什麼？

受訪者 Sophia：「我覺得化妝是個人展現精神較好的一面，而且也是種對他人的尊重。」

受訪者泰勞：「我覺得化妝是一種社會化的學習。」

受訪者小卷：「女生化妝其實是一種禮貌的表現。」

受訪者 Cherry：「我覺得有化妝真的可以為自己加分，原本你的樣貌可能無法引起注意，但化妝之後就人緣會變得比較好阿，所以化妝也算是一種為女性提升魅力的利器。

」

根據受訪者針對此題的回應，筆者認為她們在日常生活中使用媒介與其對媒介的經驗中，具有「定位與認同」的特性。其是指閱聽人的媒介經驗看似屬於平凡無奇與零散枝節的日常瑣事，甚至可能流失於閱聽人自己的注意範圍之外，然而這些經驗卻是縮合著個體的日常作息與例常活動，成為日常生活的基石之一，這些零星且細微的活動可能蘊含著閱聽人的抗拒與顛覆，亦同時交錯於人們的自我與人際之間，成為形塑認同與展演自我的媒介，所以個體的媒介使用與媒介經驗，其實間接反映出個體的社會/文化位置與認同，而且能被進一步探求出結構影響與個人行動之間的相互關係。(引用自 閱聽人與日常生活，盧嵐蘭，37 頁)。

每個受訪者對於是否該學習化妝都有不同的定位。在受訪者 Cherry 的回應中，提及「化妝，增加女性魅力的利器與展現自信心的助力」的想法，她舉出自己的高中女同學做為例子：因為受到同儕與媒體的影響之下，她身旁的女同學開始學習化妝技巧，使她們原本樸素的容貌，變的更為出色，同時，其自信心與同、異性緣也隨之增長。因此，筆者認為「化妝，能增加女性的美貌與自信」的結論是能被認可與接受的。

4-1 卸妝節目的出現，對於女性的美貌價值評判，是否為一種在貶低女星美貌的媒體形態，你認為這是好事還是壞事，還是沒有差別？

受訪者 Milly：「我覺得女生會想要看這種節目，有一部分的想法就是看戲吧。像小 S 的態度就是有點幸災樂禍的感覺。我自己是覺得說，有些會批評其他女生的女生也不是長得特別正，但是看到其他女生很漂亮，但卸妝後很醜的一面就會有種得到安慰的感覺。…會產生一種平衡的心理作用。女性美貌的評價對我來說沒有甚麼差別，因為「美貌」是種很主觀的東西。比如說那些女星卸妝前後的樣子，或許對其他人來說感覺很醜，我卻認為沒有差很多，所以我不會受到主持人或者是其他女來賓的嘲笑或攻擊來影響我對於她們的美貌的評價。」

受訪者 Sophia：「我覺得有時候電視節目會為了節目效果，就把實情弄得很誇張，會誇大卸妝後的女星的美貌差異。消費女性美貌的意味濃厚。」

從受訪者的回應中，筆者認為她們對於電視媒體是否具有消費女性美貌的意味的批判態度各有不同，並無受到電視的制約。如 Sophia 提到「我覺得有時候電視節目會為了節目效果，就把實情弄得很誇張，會誇大卸妝後的女星的美貌差異。」，這表示她很清楚節目內容的真實性有待商榷，影響其收視行為較為消極。不過，也有受訪者 Milly 以「理性」的態度做媒體解讀，指出節目內容的缺失，

理性的觀看節目。首先，她提及「女性美貌的評價對我來說沒有甚麼差別，因為「美貌」是種很主觀的東西。」，她很清楚地表示「美貌」是因人而異的，如同古云：「情人出西施」一樣的道理。因此，無論主持人或其他來賓對於卸妝後的女來賓有任何批評，都不影響她對於女性美貌的個人想法，以理性的方式收看節目，享受節目帶給她的娛樂。再者，「我覺得女生會想要看這種節目，有一部分的想法就是看戲吧。」從這句話中，筆者認為，受訪者指涉出女性對於美貌，產生一種「對比」的心態。如同古云：「見賢思齊，見不賢而內自省」的涵意，意即如果卸妝前後的女來賓差異極大，心中會自動產生一種假性的自我安慰，表示其實那些靠化妝的美女，其實真實的面貌也不過是個平凡人，從鳳凰變成麻雀的過程。此情形會造成閱聽人重新型塑或調整自我對於「美貌」的價值，如 3-1 的受訪者 Milly 的回應：「如果我以後開始學會化妝，我一定提醒自己妝不要化得太濃，不要讓別人覺得說我化妝前後的差異度很大。」

4-2 對於上節目卸妝的美麗女星被冷嘲熱諷，你是怎麼看待這樣的情況呢？

受訪者小卷：「我覺得在上節目前，那些女明星應該都心知肚明，知道自己要上節目卸妝了，所以都有做好被攻擊或批評的心理準備了吧。我覺得她們反而想藉機增加曝光率、提升知名度。即使卸妝前後差很多，飽受嚴重的嘲笑、攻擊，卻也達到知名度大增的效果。倘若要說女星卸妝後被批評、嘲笑，要看是誰批評誰吧。我覺得女明星嘲笑與批評女明星根本就沒有那個必要阿，何必這樣相互攻擊呢。」

受訪者 Vivian：「我認為那些飽受嘲笑與攻擊的女星，其實她們應該都知道在上節目卸妝之後，會得到被評價美貌的後果吧，而且這些她們應該都要去承受與面對的…」

受訪者 Jean：「我覺得那些女明星上節目前時，自己應該都會覺得會被嘲笑吧。所以當我看到她們被嘲笑或是言語攻擊的時候，會以為是節目效果，所以不會在意太多，反正只是同樣的戲碼在輪番上演罷了，相反的，我會很認真的看她們卸妝前後是否真的差異頗大。」

受訪者 Milly：「但是我覺得，還是有其他女藝人和她們(指上節目卸妝的女星)有差異的地方耶。像小優，她就是覺得自己卸妝前後本來就差很多，所以她在接受小 S 和其他女來賓的嘲笑與攻擊時，反而樂在其中、處之泰然，甚至自嘲，不像其他女星感到很沒有自信。或許是每個明星給自己的角色定位不同吧，小優她可能不是把自己定位為名模或是其他角色地位，而是設定為「丑角」，就是要帶給觀眾歡樂的角色。所以，就算大家看到她卸妝前後差異極大的畫面時，她也覺得這算是一種自娛娛人、達到取悅眾人的「娛樂笑果」吧。而且，她在上完(康熙)後有說過：「反而她的扮相越醜的時候，她的微博和臉書的人氣就會上升很多。」

每位受訪者對於上節目卸妝的美麗女星被冷嘲熱諷的情況都抱持著不同的態度。有些人覺得被嘲笑、批評的女星們應該事先就知道會有這樣的下場，會覺得她們是「活該」，應自行承受後果；有些人著重於女星卸妝後的真實樣貌是否真的差異頗大，並不會特別在意「特別製造出來的節目效果」，對她們而言，只是重複上演的戲碼；有些人會覺得女星們上節目卸妝只是為了增加曝光率，以提升知名度罷了；也有些人認為女星們卸妝的目的，單純是一種盡忠職守的表現，如 Milly 指出女星小優上節目卸妝的態度，是一種娛樂演出。她轉述女星小優卸妝後的言論：「就算大家看到她卸妝前後差異極大的畫面時，她也覺得這算是一種自娛娛人、達到取悅眾人的「娛樂笑果」吧。」她認為小優的卸妝秀表現相當地自然，成功達到娛樂的效果。她也很佩服小優的敬業精神，把「丑角」的角色演的如此淋漓盡致，成功地提高小優的知名度與粉絲人氣。

4-3 對於卸妝後的美麗女星，你會比較喜歡看反差大的還是反差較小的女性呢？
為什麼？

受訪者 Claire：「雖然還是會看每個卸妝後的女星的樣子，但絕對會跳過反差很小的女來賓的橋段，因為我會覺得很無趣。所以我一定從網路上觀看卸妝節目。而且一定要看卸妝後反差很大的女生阿，不然卸妝後還是一個漂亮的女生，卸妝前後差異不大，看了也很無聊阿。」

受訪者 Milly：「我會比較想要看反差大的耶，會想了解卸妝前後的差異度與精采度，感覺比較酷。假設一個漂亮的女生，卸妝之後差異很大，我就會特別得有興趣，因為會覺得太不可思議了。」

受訪者 Vivian：「只要是妝很濃的女明星，我就會特別想看她卸妝，且差異越大越想看。因為它可以成為與朋友之間的話題，可能會互相討論說：「天阿!!!她怎麼卸妝前後差那麼大」等之類的話匣子。所以，卸妝節目也可以增加閱聽人的生活樂趣與話題來源。」

受訪者泰勞：「如果說要看女生卸妝後反差大還是反差小的，我會想看反差小的，因為卸妝前後沒甚麼差異會讓我覺得她保養得很厲害或是天生麗質阿。」

三位受訪者認為若女星卸妝前後的差異度大，則富有令人驚奇感與極大的娛樂性效果，可吸引閱聽人的注意；但也有閱聽人認為，看到卸妝前後反差小的女星，其心理會產生佩服感，認為她的美貌是天生麗質亦或是後天保養得當。

為了更清楚瞭解閱聽人最喜歡看到女星卸妝後的反差程度是大、小或中立的心

態，因此在研究中進行現場的調查。投票結果如下：

期待看到女星卸妝的反 差程度	大	小	中立
總票數	6	1	1

第四章 結論與建議

在結論部分，我將依據本研究所進行的「卸妝節目之文本分析與一焦點團體訪談法」所獲得的研究資料，進行統整與分析，再將針對研究問題提出本研究的發現、限制與建議，期望能提供後續進行相關議題的研究者參考。

第一節 研究發現

壹、電視媒體之卸妝節目的敘事結構手法如何消費女性的美貌？

經兩集不同女性類別特質的卸妝節目文本分析之後，本研究發現在整個分析的層次架構上，以第三點的敘事手法「對話內容」，最能揭露出卸妝節目消費女性美貌的端倪。從主持人與卸妝女來賓的對話當中，筆者認為卸妝節目存在「傳播霸權主義」的特性。主持人不斷地針對來賓卸妝前後的差異進行抨擊、揶揄，其誇張的措詞與神情是帶動整個節目氣氛的精髓。有時，主持人會將提出的問題丟給現場的其他女來賓一起做討論，試圖建立「美貌評委會」的評選感覺，建立公審感，達到節目效果。整個訪談的過程中，卸妝後的女來賓卻只能任人宰割、默默地承受無情的砲火猛攻於卸妝後的容貌。此現象宣告著卸妝前後差異極大的女人，就得照單全收這些批評，接受被嘲笑的下場，有損女星的形象與尊嚴。電視媒體賦予主持人權力掌控整個節目的進行與進行女性美貌的批判，儼然成為一場小型的選美比賽。只是，節目選擇的美女類型是以「醜的容貌」為主，且以前後差異最極端者「榮」登后座。

卸妝節目呈現女性美貌的手法，筆者認為雖然有別於一般的美妝節目而具有創

意性、特別性，但使用的敘事結構方式過於極端，影響至女性個人的尊嚴，甚至影響女性個人對於美貌的價值判斷。電視節目具有商品地位，它們可以被挪用，(盧嵐蘭，2005)，但是女星卸妝後的容貌卻不能成為電視節目中被挪用來成為可以展示的商品，甚至拿來當作消遣娛樂的笑柄。筆者認為這是種極為不尊重女性美貌意識的行為，且不該存在的社會現象。然而，電視媒體似乎不這麼認為，反而更轟轟烈烈地打造拆解「醜的美貌」的節目，許多電視節目相繼製作類似的節目，形成流行於電視圈中的卸妝風潮。顯然女性主權與文化意識在傳播媒體當中並未受到保護，身為女性同胞且為女性主義者的我，針對女性在媒體文化中被欺壓的現象，感到相當悲憤與惋惜。

貳、閱聽人如何解讀具有女性意識的卸妝節目文本？

根據第三章的資料分析後，本研究發現閱聽人在解讀消費女性美貌的卸妝節目文本時，由於個別的性別意識立場與接觸媒介的經驗脈絡，因此，得出的回應具複雜性、含括正反兩面的回應情況。以「卸妝節目會特別吸引你去觀看嗎？為什麼？」為例，兩位受訪者的回應有所不同：

「還好耶，因為就只是看一個女生卸妝前後的差別而已，沒有特別想去看。因為我本身自己沒有化妝，所以當我在看卸妝節目時，會比較沒有參與感。如果自己本身有化妝的話，可能就會看卸妝或化妝節目吧。」(小卷)。

「我覺得就算我沒有化妝也會對卸妝節目產生好奇阿。」(泰勞)。

受訪者小卷認為，會主動觀看化妝或卸妝節目主要是擁有自身經驗，因此在收看這類型的節目時，較有參與感；泰勞則認為，就算自己沒有化妝等經驗，也會對此類型的節目產生好奇，主要是因為好奇美麗女星卸妝後的樣子，與個人經驗影響收看節目的動機較無太大的關聯。其實，個人的經驗與習慣在某種程度上會受到社會文化脈絡的型塑，再加上每個人的社會文化背景各有差異，在媒介的使用

與經驗上也各有不同，進而影響閱聽人對於媒體傳播的訊息與意義產生不一樣的詮釋。(盧嵐蘭，2007)。

另外，本研究還發現當受訪者在面對卸妝節目裡的女性們受到嘲笑與批評的畫面時，她們的反應與態度是開心、歡娛，並非是憤懣不平、情緒激昂。以下是受訪者針對此現象的看法：

「我覺得在上節目前，那些女明星應該都心知肚明，知道自己要上節目卸妝了，所以都有做好被攻擊或批評的心理準備了吧。而且，我覺得她們應該都覺得反正只是卸妝而已，沒甚麼差，反而想藉機增加曝光率、提升知名度。即使卸妝前後差很多，飽受嚴重的嘲笑、攻擊，但也達到知名度大增的效果。」(小卷)。

「我覺得會上卸妝節目的女來賓有兩種特質：1.具高知名度 2.卸妝前後差異度極大。而且，上(康熙來了)的藝人有些是為了增加曝光度，並不是因為真的卸妝前後差很多。」(Claire)。

「我覺得那些女明星上節目前時，自己應該都會覺得會被嘲笑吧。所以當我看到她們被嘲笑或是言語攻擊的時候，會以為是節目效果，所以不會在意太多，反正只是同樣的戲碼在輪番上演罷了」(Jean)。

在《閱聽人與日常生活》書中，洪宜安(2007)指出，有些閱聽人選擇的解讀位置就是試圖以這種態度來解決收視的罪惡感，如此便可一方面既表現出自己具有「理性」能力去指出媒介內容的缺失，但另一方面又可心安理得地繼續收看。承如上述的三位受訪者的回應與態度即是如此。因此，當她們在收看具女性意識的卸妝節目時，仍處之泰然，一致認為這類型的節目，就是成為女明星大紅大紫的跳板之一，對於她們在節目上所受到的殘酷待遇不無太大的感觸與同情，因為就只是「節目效果呀」。

當然，卸妝節目也不完全是負面結果，本研究發現，其實卸妝節目對於閱聽人而言，有時也會具有警惕與省思的效果。如以下受訪者的回應：

「我覺得透過卸妝節目，可以大概知道大家對於我化妝的技巧或其他方面的看法。到底我這樣的化妝技巧是否 OK，或者是我的妝容是否適合自己，也可以了解現在社會的化妝趨勢。」(受訪者，小卷)。

「卸妝節目給我的啟發是，如果我以後開始學會化妝，我一定提醒自己妝不要化得太濃，不要讓別人覺得說我化妝前後的差異度很大。」(受訪者，Milly)。

「我以前高中的時候就看到很多女生私底下素顏的樣子，但出了校門就是濃妝豔抹的，真的差很多。而且我覺得有化妝真的可以為自己加分，原本你的樣貌可能無法引起注意，但化妝之後就人緣會變得比較好阿，所以化妝也算是一種為女性提升魅力的利器。」(受訪者，Cherry)。

「我覺得那些上節目卸妝的女星的差異大多是在氣色還有眼睛的方面。而且我覺得，藉由化妝可以彌補一些像是黑眼圈、痘疤等缺點，另外還可以增加氣色，看起來比較有精神。我覺得化妝也可以增加個人的自信心，所以女性應該要去學習化妝，而我也會開始好好的學習。」(受訪者，Vivian)。

對於閱聽人而言，媒介可成為一種認識自我及型構自我的線索或素材(儘管閱聽人對此的意識程度不一)，因為閱聽人對媒介的經驗必須以自己的某一面向做為基點，方能發展出自己對媒介及其文本的種種解讀或挪用(盧嵐蘭，2007)。承如四位受訪者所言，在觀看卸妝節目之後，不僅擴大她們對於化妝的想像，影響日後學習化妝的思維，更深入地了解到化妝是能夠提升女人的個人資本的利器。最重要的是，四位受訪者平常皆以「素顏」為主，透過卸妝節目，看到卸妝前後的美麗女性們之判若兩人的模樣，她們一致認同女性的美貌的確會影響個人內在

與外在的價值，如受訪者 Cherry 的例子，啟發她們對於化妝的意識與試探精神。筆者認為，這是卸妝節目帶給閱聽人的教育，因為媒介擴大了個體認識自己及其環境的多種觀察角度，讓個體能以更多樣的選擇來構築自我認同。(盧嵐蘭，2007)。

然而，這樣的「教育」是真正有利於女性的嗎？Wolf 批判女性對於美的焦慮正是美貌迷思的效果，它讓女人陷入「永遠不夠完美」的恐慌之中，有時候覺得自己容貌醜陋，有時候覺得自己汲汲營營於打扮而焦慮，卻鮮有女性願意放棄讓自己變美的機會，尤其是在化妝這種不用動刀的事情上面，鑽研其中又焦慮難當，便一步步走進了美貌迷思的陷阱中。(劉子綾，2009)。又如張錦華(2002)針對瘦/塑身廣告與相關傳播現象進行的研究指出，大眾媒介的大量曝光效果造成普遍的社會壓力，進而影響人們對於外貌的評估、改變自我樣貌的計畫。總而言之，不管是電視媒體也好，亦或是其他傳播媒介，都不應冒犯「女性主權」，不該建立唯一的美貌判準，並將女性外貌當成是可操弄的商品，將其拿來消遣、娛樂以從中獲取收視與經濟利潤，更不應該大肆地複製與仿效「拆解美貌」的節目型態。這不僅會扭曲閱聽人對於欣賞女性美貌的價值判斷，傷害女性對於自己美貌的自信與尊嚴，甚至會驅使社會逐漸地規範出關於「女性美貌的特定樣版」。

第二節 研究限制

依據研究結果與限制，筆者提出以下的建議：

一、焦訪的受訪對象的條件須更明確

由於經費與人力的限制，因此，只辦了一場焦點團體來收集訪談資料。從獲得的資料分析，由於受訪者皆為「鮮少化妝與從未有化妝習慣」以及「非〈康熙〉忠實觀眾」的女大學生，因此在回答訪談問題時，大多是依照同儕、朋友等經驗作回答。這樣的對象，雖然可以反映出卸妝節目對於一般性觀眾的影響力，但本研究仍建議可再多辦幾場焦點團體，擴大受訪對象的條件，例如《康熙》忠實觀眾、習於化妝的女性等等，以提升資料的豐富性。

二、找〈康熙〉的製作人 B2 哥與上節目卸妝的女來賓作訪問

受限於人脈的關係，無法找到 B2 哥與曾上過節目卸妝的女星作訪談，雖然筆者多次寫信於中天電視台，但仍無下文；寫信於網路美妝部落客也杳無音訊。建議之後要做類似研究的學者，能夠透過可行的管道，針對上述的人物進行訪談，相信會使學術研究更為精采有趣。

附錄一 **FaceBook** 網路徵求焦訪受訪者文章

作者 Hsiao Anna

標題 Anna 的畢業論文研究－焦點團體研究對象徵求

大家好，由於本人我需要大家的協助才能完成我的畢業論文，因此，在此公開徵求受訪的研究對象，希望大家可以幫助我，且配合我完成這項任務與挑戰。以下是我徵求的受訪者的條件與我論文研究的綱要：

研究方向：女性卸妝議題

研究方法：焦點團體訪談法

研究對象：輔大的女同學，共徵求八位女同學。

研究日期：5/22 星期三中午 12:00~14:00 (但會提前結束)

研究地點：BS112

不限篩選研究對象!!!!!!!!!!!!!!

PS: 我會備有簡單的輕食午餐供大家使用!!!!!! 若有興趣的輔大同學請跟我聯絡或私訊我都可以，希望大家可以幫我完成我的畢業論文，我會非常的感激各位!!!!!! 若有其他疑問，也歡迎留言給我，我會盡快的回覆大家的唷 :")

手機號碼：0987XXXXXX (在網路上有 PO 正確的手機號碼)

Email: dancebaby945@yahoo.com.tw

謝謝!!!!!!!!!!!!!!

參考書目

中文與中譯部分

- 陳昭郎(1994)著。《傳播社會學》。台北：黎明文化。
- 盧嵐蘭(2005)著。《媒介消費：閱聽人與社會》。台北：揚智文化。
- Nicholas Mirzoeff 著，陳芸芸(2004)譯。《視覺文化導論》。台北：韋伯文化。
- 白怡娟(2007)。〈美體社會學談什麼？〉，《嘉義大學通識學報》，5：557-573。
- John Fiske 著，張錦華(1995)譯。《傳播符號學理論》。台北：遠流文化。
- 楊意菁、陳芸芸(1999)譯。《媒體原理與塑造》。台北：遠流文化。
- 張錦華、柯永輝(1995)著。《媒體的女人·女人的媒體 上》。台北：碩人出版。
- 成露茜、羅曉南(2005)著。《批判的媒體識讀》。台北：正中出版。
- 黃葳威(2004)著。《閱聽人與媒體文化》。台北：揚智。
- 洪賢智(2005)著。《電視新論》。台北：亞太圖書。
- 盧嵐蘭(2007)著。《閱聽人與日常生活》。台北：五南圖書。
- 莫言(2000)著。《會唱歌的牆》。台北：麥田出版。
- David Morley 著，馮建三(1995)譯。《電視，觀眾與文化研究》。台北：遠流。
- Paul Hodkinson 著，黃元鵬、吳佳綺(2013)譯。《媒介、文化與社會》。台北：韋伯文化。
- 羅蘭·巴特著，許薔薔、許綺玲(1997)譯，林智明導讀。《神話學》。台北：桂冠。
- Elliot Aronson 著，危芷芬(2011)譯。《社會心理學概論》。台北：雙葉。
- 林芳玟(1996)著。《女性與媒體再現---女性主義與社會建構論的觀點》。台北：巨流。
- Naomi Wolf 著，何修(1992)譯。《美貌的神話》。台北：自立晚報。
- 劉子綾(2009)。〈化妝的性別權力拉鋸：以 PTT 表特版、美妝版版眾為例〉。《犢：傳播與科技》，創刊號。
- 陳明珠(2008)。〈符號學研究的反身自省：返回符號體系的思考〉。《圖書資訊學

研究》。

張錦華。〈女性主義與大眾傳播研究〉。

林婷婷(1998)。《從「拜物」到「拜美」：解讀美妝節目敘事公式與美貌迷思之建構》。世新大學新聞研究所碩士在職專班碩士論文。

林雨璇(2012)。《聖戰－女性美麗神話》。國立屏東教育大學視覺藝術研究所碩士論文。

陳家翰、呂妮霖、施君涵。《媒體卸妝－從素顏節目探討媒體呈現女性形象之迷思》。國立政治大學廣播電視學系碩士論文。

范競文(1996)。《女性閱聽人對具女性意識廣告之解讀研究》。世新大學傳播研究所碩士論文。

柯裕棻(1998)。《美的追求與自我的改造－BBS 網路的美妝與生活實踐論述分析》。政治大學廣播電視研究所碩士論文。

影片來源：Youtube

圖片截自：Youtube－〈康熙來了〉影片