

天主教輔仁大學社會學系學士論文

指導老師:吳宗昇

女生為什麼要跑步？

——以女大生為例

The jogging girl, the analysis of running, fever of
young women

學生：林郁青撰

中華民國一〇三年十月

天主教輔仁大學社會學系學士論文

女生為什麼要跑步？

——以女大生為例

The jogging girl, the analysis of running, fever of
young women

學生：林郁青撰

指導老師簽名：吳宗昇

中華民國一〇三年十月

系所章戳：

誌謝

「一件大工程不是一個人可以建造出來的，而是由許許多多小螺絲拚湊而成。」，論文的完成，首先要感謝偉大的教授－吳宗昇老師，總是在我毫無靈感、遇到死胡同時，給我了一條柳暗花明的道路，而奇妙的是這柳暗花明之路，你也不會給我們明確的答案及清楚的方向，總是藉由彼此互相激盪、產生的疑問中，讓我更明白、清晰自己的思路，使這篇論文不至於變成牛頭不對馬嘴的無底洞。再來，我的好戰友們，每一次的 meeting，彼此的意見交流、資源的交換，都是很寶貴的經驗和分享，我們也藉著集體 meeting 來激勵督促彼此，真的是很難能可貴的緣分！謝謝你們。

另外，非常感謝這一路上姊妹們的互相提攜、加油打氣，在忙碌論的論文生活之際，偶爾的談天、嘻笑，都是我放鬆的時刻，也因為有你們、是你們，讓我崩潰的寫作論文過程中，變得不這麼呆版無趣，甚至還幫我牽線找到重要的訪談者。而我也要感謝我親切、可愛又友善的訪談者們，原本我們都是沒有關聯的軸線，因為訪談、因為同樣熱愛跑步，讓我們的生命交織在一起，在被我不斷騷擾之際，還這麼認真的回答我問題，讓我對於跑步有更不一樣的想像和啟發，這些都是我始料未及的事情！從你們身上，讓我看到妳們對於生命的韌性與堅持，也驗證了認真跑步的女人最美這句話，再次感謝妳們！

我想最對不起，也最感謝我的家人，由於論文，好久沒有好好回家看你們，每次都快一個半月才回家，雖然你們也不太明白我到底在忙什麼，但是謝謝你們的溫柔與體諒，在我每次回家之際，都是一種能量補給，無論是飲食上，或是生活上，都這麼關心我。我愛妳們！

最後，我要謝謝我的回應人劉毓祥，要仔細閱讀像教科書又臭又長的論文，設身處地幫我修改，並努力的調整我論文方向。除此之外，還要額外時間和心力，聽我的報告並丟出更好的建議。另外，還要感恩我這個硬朗的身體，還活著、呼吸著，可以堅持的不放棄跑步這個休閒娛樂，同時也嚴格遵守自己不准看日出、聽鳥鳴的熬夜禁令，讓我的身子並沒有因此倒下，臉蛋也沒有被痘痘攻陷，晚上睡覺更沒有被論文討債，真的是比想像中堅強的傢伙！真有你的。最後也謝謝親愛的小寶，在我想要放棄、無理取鬧時，拉我回歸現實，即使你對這個領域一竅不通，也總是想盡辦法給我意見和資料。對於跑步無感的你，也始終陪著我進入這個慢跑圈子交流。

謝謝這篇論文，帶給我這麼多喜怒哀樂，逼迫自己去面對不熟悉的人事物，試著嘗試踏出第一步，進而看到更不一樣的視野和世界，這個世界真的是有太多好玩、有趣、驚人的事情了！

摘要

近年來，運動人口逐漸攀升，尤其是慢跑這項運動，從一系列的慢跑產品，到接二連三的路跑比賽來看，全台灣瀰漫一股路跑熱的現象。特別的是，女性這群人口，也開始出現在這些場合之中，比例甚至有高過男性的趨勢。到底是什麼樣的社會脈絡下，促使女性開始想跑步、去跑步，又是什麼情境下養成女性慢跑的習慣呢？

長久以來，女性一直是被動且被支配的角色在這個父權社會中生存，女性也不曾思考過，甚至意識到自己有休閒娛樂的權力，因為為了保障父權社會的長久及健全，社會塑造了集體意識，使女性任命的接受、合理化這些常態。而現今的社會，女性的身分逐漸開始參與社會時，女性的主體呈現何種轉變，為何會有這樣子的轉變呢?都是本文即欲探討的主軸。

研究者透過二手次級資料分析，試圖歸納女性在社會脈絡中的角色與地位，並以半結構式的方式訪談七位女性大學生。從這些女性的跑步與生活經驗中，勾勒女性權力展演的過程。

關鍵字：女性、跑步、運動

Abstract

There are more and more people want to exercise in these few years, especially jogging. We can see lots of product which is using for jogging, and there are also many running races in Taiwan. Particularly, the women start appearing to these places. And sometimes, the amount of women almost more than men. How could this happen? Why the girls start to run、want to run? And what kinds of society make girls have a jogging habit?

Still now, girls always be regarded as a passive role in this Patriarchy society. Girls never think about the right they should have, such as exercise and entertainment. The reason is the Patriarchy society can keep this ideology and men can continue control women. And the ideology makes the women accept this unfair condition. However, there are something goanna be changed. Women started to join this big society, appearing lots of occasion. Why women can get these rights? And how do they do in this process?

The researcher use the second-hand data analysis and trying to collate the women status and role in the history. Second, researcher interview 7 females who have jogging habit. From those experiences about the jogging, the study try to show the women right in the process.

Key word : women、jogging、running、exercise

目錄

壹、緒論	8
第一節 研究背景與動機	9
第二節 問題意識	10
貳、文獻探討	11
第一節 消費市場的形塑	12
(一) 生活風格	12
(二) 流行時尚與政治性	13
第二節 女性運動之相關文獻	14
(一) 性別刻板印象及女性困境	14
(二) 女性自我價值的重建	15
第三節 美的代價	16
(一) 身體意象	16
(二) 性別上身體意象的差異	18
(三) 女性自我凝視及大眾窺視下的女體	19
(四) 休閒運動與女性身體的矛盾	20
參、研究方法	22
第一節 研究問題	22
第二節 研究設計	23
第三節 研究對象	23
肆、女性的跑步與消費史	24
第一節 運動史中消失的女性	24
第二節 捆住手腳與心靈的枷鎖	25
(一) 裹小腳、高跟鞋才是美！女性的自我禁錮	25
(二) 被控制的意識型態	26
第三節 「妳」會運動嗎？—女性浪潮的大舉入侵	27
(一) 紀政的推波助瀾	28
(二) Color run 的完美引爆	28
(三) 商業、慢跑運動、媒體的結合	29
第四節 女性慢跑的商業機制	31

	(一) 女性的消費史.....	31
	(二) 女性消費市場與購物偏好.....	33
伍、	女性權力的展演過程.....	34
第一節	女生為什麼要跑步？女生的出走潮.....	34
第二節	跑步慾望的創造.....	36
第三節	女性非受控制的身體與因應策略.....	38
	(一) 誰的身體？－身體意象的建構.....	38
	(二) 被排除的女性群體.....	41
	(三) 追討身體的自主權：我的身體，我自主.....	43
第四節	驢子眼前的胡蘿蔔：女生為什麼要一直跑步？.....	45
	(一) 不曾體驗過的經驗感受.....	45
	1-1、我，獨自，跑步：跑步中的自我沉澱.....	46
	1-2、Recording：女跑者的自我紀錄.....	47
	1-3、日常生活軌道外的火花.....	47
	(二) 女跑者眼中的激勵丸.....	49
	(三) 意想不到的附加價值.....	51
第五節	女性主體的改變.....	52
	(一) 女性跑者的鏡中自我及生活風格的展現.....	52
	(二) 女性主體的浮現.....	54
第六節	消費與被消費－跨越邊界.....	55
	(一) 女跑者服飾的保護色.....	55
	(二) 商業機制的催化劑與女性刻板印象的扭轉.....	57
陸、	結論.....	60
	參考書目.....	61.

壹、 緒論

第一節、 研究動機

一開始接觸跑步大概是在高三那一年，那時候為了拼學測，每天的腦袋如灌漿糊似的拼命念書，高壓的環境下，日復一日的不斷循環。有一天，因為國文考試考不好，老師規定每錯一題就要多罰跑一圈操場，當時我被處罰了六圈。或許是太久沒有運動的關係，所以在跑步的那剎那，我覺得是很舒服的，有種解脫的感受，也由於自己跑了六圈還神情愉悅（當時同學敘述），還臉不紅氣不喘，大家從看好戲的心態轉變成歡呼加油聲。這在高壓、不斷受挫及被打擊的高三生活中，找到了自己的價值與自我認同，對當時的我來說，跑步是個讓我可以覺得自己與眾不同的地方，也開始喜歡去跑步。跑步對於我的意義從獎賞、習慣到變成一種生活方式。跑步是一個漫煎熬的過程，就像一場人生，你必須不斷堅持下去，路途中的撞牆期就像是人生的困境阻擋你前進，但是偶爾的風景卻又是出乎意料的美麗

近幾年來，發現慢跑的人數呈現大幅度的增加，夜晚的運動場及操場儼然是個小型體育館一樣，充滿人氣，這和前幾年的情況是非常不一樣的，不僅如此，路跑比賽、慢跑鞋等周邊商品越來越多。令我驚訝的是，女性的身影將近快佔了一半的比例，而健身房、重訓室的跑步機使用者幾乎是女性，這和以前對於「運動是男性的專屬」的想像有嚴重的反差，而研究者處在全是女性的慢跑環境中，與一般的路跑場域裡，體驗到的又是不同的氛圍與感受。究竟這是一個什麼樣的轉變呢？

不只有女性的專屬陸跑比賽，甚至社會還鼓吹了一股運動潮流，像是 Nike 校園運動大使的選拔賽、Adidas 的美力系女孩運動活動，就連學校的輔仁大學正妹月曆都以運動美少女為主題。運動到底是一個怎麼樣的概念呢？對於女性來說附加了什麼意義？而是怎麼樣的社會脈絡創造女性想要運動、跑步的慾望呢？加深了我想要探討研究的慾望，究竟跑步是什麼呢？

第二節、研究背景

為什麼女生可以跑步？女生為什麼要跑步？跑步的目的和意義對於女性來說是什麼？研究者在網路上搜尋了「女性、路跑」關鍵字，網頁上出現了海量的資料，內容不僅談到跑步對於女性身體的種種益處、跑步的裝備，甚至還出現女性跑者的專門網頁——女生路跑專輯（運動筆記），而在圖片搜尋處則可以見到好多張不同女性跑步的表情，畫面充滿陽光、喜悅、自信和健康的形象。究竟是什麼風氣或是什麼事件引發、促使女性開始跑步呢？是運動風氣使然呢？還是市場創造這些女性慢跑慾望呢？還是因為女性對於身體曲線的標準又更嚴苛了呢？一堆想像和問題引發研究者的好奇。

（一）慢跑成為自然

近幾年來，無論是操場的慢跑，或是比賽型的路跑、馬拉松賽，跑步人口都呈現大幅度的增加。根據行政院體委會的資料顯示在這三年中，慢跑是僅次於散步，最被國人接受與喜愛的運動，且慢跑的人數比例也不斷上升，可被譽為國民運動¹，另外台灣有四分之一的運動人口，選擇慢跑做為平日的休閒興趣。另外，在路跑筆記的統計數目中觀察發現，在 2013 年全台灣將近有 256 場路跑賽事，2014 年更高達 352 場路跑，相較於 2011 年的約 150 場的路跑數來看，不僅於此，再從 PIXNET 網路關鍵報告統計，2013 部落客路跑文章高達 4822 篇，平均每天有 13 篇路跑文，不僅文章總瀏覽人氣破 197 萬，留言數也將近 800 多則（遠見雜誌，2014）。²這麼龐大的數字量，由此我們可以看出國人對於跑步的重視，以及慢跑的熱潮與盛況有多麼驚人。

但難道只是因為現今蓬勃的運動風氣興起，而促成女性的路跑人數大增呢？還是女性在路跑性別比中真的呈現大幅度提升呢？

在 2011 年 Nike 首度在台灣舉辦女子路跑，至今已經持續四年，另外在今年，還特地舉辦女性的半程馬拉松賽，美津濃則是在去年開始辦女性路跑賽事。沒有男性路跑，卻有專門設計給女性的路跑賽事。而在新聞媒體上也出現越來越多女星慢跑新聞，如張鈞甯、歐陽靖、林又立……等人。許多女性部落客如馬克媽媽及路跑女明星也隨之而生，相較於男性，這方面的報導卻是相形之色。從現今的運動商品來看，擺設的商品可以看出不僅是慢跑鞋佔全部鞋款的比例越來越高，在款式上也不斷推陳出新，排汗衣以及運動手錶的銷售量和路跑相關產品銷售量也不停向上攀升，女性相關的排汗衣褲、遮陽帽、慢跑鞋也成為主要銷售的產品，在路跑 app 軟體及路跑代言人等效應猶如旋風席捲全台。

¹ <http://www.sa.gov.tw/wSite/public/Data/f1388042711722.pdf>

² http://www.gvm.com.tw/webonly_content_2247.html

由此可以看出，在慢跑這個領域裡，女性佔的地位、比例越來越高，這不僅是一個社會風氣的影響，還有其他的拉力在吸引女性們前仆後繼地踏入慢跑圈子中。

（二）女性的身體自主權

但是究竟是什麼因素讓女性開始跑步？在十年前的台灣，這樣的現象常見嗎？「為什麼女生要跑步啊？待在家就好了啊！」、「運動對女生來說強度太高了啦！一點也不適合～」、「女生去練運動幹嘛啊？又不能當飯吃。」、「跑步能幹嘛啊？」這在過去或許是稀鬆平常的現象。因為以往的運動，只要具有戶外、動態、需要冒險的性質，向來被視為專屬於男性的活動，而舊有觀念認為家庭才是女性的活動場域，女性在休閒與旅遊活動，比男性存在更多的社會壓力及生活束縛。（王志弘，2000）。也可看出社會對於女性存有既定的刻板印象及偏見，使女性在運動項目選擇上非常有限，被迫選擇陰柔氣質較重的、較有韻律感的運動性質，如瑜珈、體操、游泳等運動。

回頭看婦女運動的歷史，在父權體制下的社會中，女性被限制為非行為自主人，不能工作、不能投票、甚至連運動也被限制。在歐洲醫學裡，甚至有一陣子相信女性的身體構造是不適合運動的，因為跑步對女性來說腳會變大、胸部會縮水、會長鬍子、甚至陰莖會掉出來（女體本身體質偏冷，而女性的生殖構造中的陰道被認為是向內縮的陰莖，女性如果運動的話，身體產生足夠熱能，可能會使陰莖掉出來）³，而這樣的現象無論在東西方文化中，同樣把女性無能化，不僅是因為社會對女性的規範，以至於女性被期待賢淑、溫柔、氣質、宜室宜家等氣質，楞外在科學上，也認定運動對女性會造成生理上的危害。

世界著名的波士頓馬拉松運動賽事在 1972 年前，是禁止女性跑者參賽的，直到 1967 年 Kathrine Switzer 決定偷偷參賽，打破這樣的性別刻板印象。當時在名字審查的時候，她用了縮寫名字 K.V Switzer 蒙混過關，而且在比賽當日，她躲在草叢伺機行動混進人群，然而在跑步過程中，仍然被主辦單位發現且追趕驅離，最後 Switzer 在追逐、混亂中依然完成了馬拉松，也為女性運動開了先鋒。事後記者問她說的動機是否為了追求婦女的參政權，以及是否認為自己在打一場聖戰，而 Switzer 嚇了一跳並說：「我只是想跑步而已。」Switzer 不僅打破了社會對女性的既定印象，也同時回應女性最簡單的渴求與盼望，女性並不是要追求所謂的權力，而是想追求其原本就屬於她們的基本人權。

女性的身體自主權、自由意識在歷史脈絡中，一直被父權社會掌控，女性的

³第一個跑馬拉松的女人：「我只是想要跑步而已。」
<http://www.thenewslens.com/post/17056/>

行動自由、休閒娛樂、投票等基本權利，都是被社會建構出來的，究竟「女性跑步」是怎麼從被認可到變成一種時尚、一種趨勢呢？，女性權力展演的過程是怎麼樣變化呢？

第二節、問題意識

研究者本身也是熱愛跑步，平常也有跑步的習慣的人，但是近幾年來明顯地感覺到慢跑熱潮這個盛況。不僅操場、運動場人數越來越多之外，路跑比賽的數量、關於慢跑的部落格文章翻倍成長，供不應求的現象造成慢跑參與人數時常出現爆滿、甚至秒殺的情況。難道這是國人的健康意識越來越高嗎？如果原因這麼單純，那研究者好奇的是怎麼樣的社會脈絡造就國人的健康意識上升？但是這樣並沒有解釋台灣短時間內慢跑人數急速成長的現象，以及為什麼會出現專門屬於女性的路跑比賽。

女性在社會中，被期待、規範成一個被動、溫柔賢淑、氣質的形象，當這些女性衝撞這些社會期待及框架時，她們的角色會出現怎麼樣的轉變？40年前美國的 Switzerm 開荊斬棘，為什麼直到最近這一兩年內才興起呢？有人說女性跑步哪有什麼動機，也沒有這麼崇高的理想，這只是剛好出現的現象。當時，研究者也有此迷思。「跑步就跑步啊！本來就沒有區分什麼男性女性，我跑步就只因為我想跑步，僅此而已。」男女性兩大群體並無差異，如果刻意分開比較，就像是硬要拿女性主義的理論套到女性慢跑這件事的情況，這不僅讓人覺得很偏激也無法說服研究者本身。

但是從最基本的生理構造來看，男女性從一開始就明確且明顯的劃分出來。男性在慢跑過程中感覺熱、感覺累時，可以脫掉上衣解熱，但是女性卻不能如此隨心所欲。運動時，女性也容易因運動的強度以及內衣的設計，造成胸部和皮膚的擦傷。另外，女性經期來時，因為身體機能的改變，跑步對於女性本身，多多少少都變成額外的負荷。

再從女性的身體意象做探討，社會期待女性的身體要呈現陰柔、曲線美，而運動的女性卻要冒著被冠上男性化氣質的風險去做運動這一件事。不少女性會擔心跑步會造成小腿肌肉發達，而有不美觀的小腿，或是因為晨跑而曬黑等煩惱，相較於男性就這些困擾反而是他們求之不得的額外獎勵，肌肉、陽光、黝黑等形象，塑造的是一個陽光型男的正面形象。

研究者想從最基本最簡單的問題：女生為什麼要跑步，作為探討。藉由此研究的抽絲剝繭，了解女性在這社會脈絡的地位轉變，以及什麼樣的社會脈絡促使女性願意、想要去跑步，慢跑對於女性自身的意義又是什麼。

貳、 文獻探討

第一節、 消費市場的形塑

(一) 生活風格

有學者將生活風格界定為意象傳達與美學體驗兩種生活模式。意象傳達也就是 Bourdieu 提及的秀異過程，為了與他人區隔不同的生活習慣與方式所展現出的風格，但同時又期待出找到相同品味的人，並形成一種集體認同的內團體，在這裡指的生活風格，就被標誌為某階級的重要標章與記號，也是一種外顯的行事風格。而美學傳達，意指行動者在生活經驗中所感受到美的體驗，其依賴的並非是消費市場裡的「交換價值」或是「使用價值」，而是物本身對於行動者的「符號價值」。(李瑋挺，2011)。

所以研究者想要探討的是跑步慣習對於女性來說究竟是什麼樣的生活風格？是一種意象的傳達還是美學的體驗呢？對女性跑者來說有什麼利弊，驅使她們想要跑步的慾望呢？

以我們平常接觸的星巴克來討論，無論是裡面的裝潢或是擺設，甚至到燈光的明暗，呈現給消費者一種慵懶、簡潔、舒適的氣氛，就連我們在喝咖啡的當下，都不知不覺優雅、安靜起來，咖啡的價值當然不能跟一般的咖啡相提並論。這裡同時呈現了意象傳達與美學體驗兩者，在意象傳達裡，它形塑了高雅、舒適的上層階級氛圍，同時也賦予了一種美學的符號——星巴克的標章，讓我們感受到我們擁有了這樣的咖啡，我就被賦予了某種形象。另外，7-ELEVEN 也是利用同樣的模式，在其商店中注入了風格與體驗，使 7-ELEVEN 所呈現的不只是單純的符號單位，而是風格與體驗的創造者，讓 7-ELEVEN 能在競爭激烈的便利商店戰場中殺出血路 (白宇恆，2008)。

通常在消費的過程中，我們不僅僅只是選擇產品的功能性，也在乎其產品本身的價值，而這樣的價值也取決於我們認同的生活風格，也就是說，消費者會選擇和自我概念相近的產品來展現自我 (蔡文嘉，2002)。

自我認同雖然是選擇生活風格的優先考量，但是從上述的例子中，可以歸納這樣的生活風格，也絕對不是與生俱來，而是經由社會、人文所建構出來的社會風格。慢跑的生活風格選擇裡，不是純粹的「喜不喜歡運慢跑」這件事，而是「為甚麼會想要跑步」，背後蘊含的政治性，及跑者選擇了什麼樣的生活風格及展現，更是我們需要去探討的。

文獻可貴的地方在於點出了消費不只是消費這個行為，選擇也不只是選擇本身，它牽涉到自我風格的展現、女性為何想要跑步的想法，正如同回應文獻中敘述自我風格的展現。另外，從廣義的層面來探討，企業的創造，形塑了某種生活風格（星巴克氛圍），以讓消費者在有限的選擇裡做看似自由的選擇。

（二）流行時尚與政治性

古時候的社會消費模式與今日的並不相同，在過去的消費行為都是為了建立跨時代的家庭榮耀與尊嚴。當一個家族使用前人的物品時，是想繼續保有這份榮耀，而當一個家族購買某一項產品時，也是為了增加家族聲勢與讓後代子孫榮耀，就像是古時候的親信大臣，得到皇帝的禮物時，會擺在家裡供奉珍藏的道理一樣。好比在伊莉莎白一世的時代裡，女皇為了把增強其權力，把消費轉換成政治性的權力工具。首先，伊莉莎白終止了中間人的利益剝削，而是直接要求貴族們上朝晉見，來談論他們的狀況。而這樣一來，歐洲的宮廷盛宴裡，貴族們為了在眾多貴族中脫穎而出，吸引女皇的注意力及獲得關愛，貴族們必須穿得更華麗、辦更好更盛大的盛宴、送更稀奇的禮物，也讓貴族們在無形之中捲入消費世界的滾輪中⁴。而東方的文化也同樣受到一些政治化的運作，在魏晉南北朝所流行奢靡，崇物質的生活風格引領整個時代，這樣極致的玄學風氣以及享受當下的生活態度，背後的背景是由於國家不穩定，戰爭頻起，使得士大夫對政治不滿卻又有口難言的處境，所以藉由飲酒玩樂來忘卻煩惱，這樣的生活風格也導致國風呈現奢靡之風。這兩個例子說明個人取代了家族，成為消費的基本單位，也就是所謂流行開端。而這樣的流行裡，也混雜了一些政治性的權力運作。

從一個人的服飾，我們也可以歸納他的身分地位，McCracken 稱此為服飾法（古佳媛、許秀珍、黃一平，2008）。愛爾蘭在好幾世紀前的法律，透過顏色的區分來區別身分地位，在中國歷史中，我們也可以看到君臣夫子的不同樣貌的服裝，此時衣服它所賦予的價值並不是物的本身，而是所賦予的意義和象徵。路跑的裝備同樣也被賦予同樣的意義，當我們也判別對方是否是專業跑者，還是純粹慢跑愛好者時，第一眼我們觀察的是它的配備。當一個人，配戴 GPS 手錶，穿著運動內衣、專業束褲及高階跑鞋時，我們可以猜測他或許是專業跑者。從另外一個角度看，這樣的服飾法也很容易被顛覆，因為只要我有錢有能力去買這樣的

⁴ (Peter Corrigan, 2010)。《消費社會學》。

配備，我就能「看起來」是個專業跑者，所以我要說的是，廠商在這過程中創造了路跑商機及市場，透過形塑、塑造了這些裝備特殊的意義及符號，使穿上他的人具有某種特定形象，而不是此身分的人，則可以透過購買商品而擁有這樣的形象。

而流行時尚也改變了消費者消費的習慣，我們不再以「需要」，而是以「想要」作為消費的指標，慾望促成我們消費的動機。Simmel 在《時尚哲學》裡提到了一個概念，書中提及消費圈就像一個巨大的社會結構體，上層階級的人為了和非此階級的人做區隔，以提升自己的階級地位，所以不斷創造流行與時尚以做差異好排斥外團體的人，但是外團體的人(社會大眾)藉由模仿、追隨這些物件或是改變生活型態及風格，得以提升自己的地位。當外團體承接到上階級的文化時，此時的上階級便須再創新的時尚文化，而後面追隨的階級也會不斷學習及複製這樣的文化，因此構成了無限循環的時尚，也讓消費者不斷的採買(古佳媛、許秀珍、黃一平，2008)。

路跑相同的在社會、企業及市場的推手下，也被塑造成流行的象徵及指標，同時它也形塑了跑者的生活風格。慢跑從純粹的一人跑步，演變到多人的路跑從競賽，而這樣的生活風格，逐漸夾帶一些噱頭、新花樣，及新聞媒體所賦予的陽光、時尚、潮流的形象，讓慢跑變成是一件很時尚的事情，也增加了普羅大眾對於路跑的慾望，而這其中的政治性也牽涉了更多層面。

第二節、女性運動之相關文獻

(一) 性別刻板印象及女性困境

在英文裡，有句話叫“Running like a girl ”(跑得像女孩子一樣)，這一句貶抑的嘲諷意味，可以看出女性先天性在整個社會上的弱勢角色。在生理構造上，社會認為女性的功能在於生育，而男性主要負責狩獵養家，這樣的觀念也構成了男主外，女主內的基礎。女性被塑造一種需要持家、養兒育女的特性，而男性則被創造出一種勇敢、驍勇善戰、自信的特質。若女性不符合這樣的社會期待，不完成這樣的使命，我們就會產生一種矛盾和反感，甚至被認為是非女性、異類等汙名。這樣的刻板印象，使得女性在社會化過程中，有意無意地不得不朝向女性特質的面向。

從最早的社會化場域——家庭，家庭是兒童最先學習且認知這個社會的場域。而當父母因為他們的性別而給他們不同的對待時，例如男性因陽剛氣

質、女性陰柔氣質而獲得讚賞，女生被鼓勵去體貼、照顧他人，且用玩洋洋做輔助，而男性則被鼓勵玩樂高、玩具槍、賽車等玩具，他們也逐漸吸收，然後以同樣方式教導下一代。這樣的性別刻板印象，我們漸漸在社會中吸收且深化，並深深影響個人的價值觀與能力，也使男女性就得應該在該領域得到此特性與表現，才可得到認同（黃雅惠，2003）。

再用全球論來看，女性可以參與大部分的運動項目，但是大多數權力還是掌握在男性手上，尤其在運動教練及行政人員方面，女性人仍處於較低的地位及權力。只有在業餘、非國際性和國家級的運動中，擔任領導的任務機會多一點，而且女性運動教練，在物資、支援、資訊上都比男教練少得多（黃雅惠，2003）。此外，女性運動員要得到注目及關注，需要花費比男性更多心力、努力及成就在上面，才能獲得異性同儕的認同，但是同時又要兼具女性化的特質讓社會接受，否則會遭到性向的質疑。

不僅如此，外界對於女性參與運動這件事的眼光及態度，使女性運動員會面臨一種危機，就是自己的身體是否不再女性化、失去吸引力而感到焦慮，對於自我身體構造也產生負面觀感。這樣的矛盾使女性在參與或是運動時，產生某種焦慮、矛盾及恐懼（Halbert，1997）。

從文獻中回應這篇研究—「女生為甚麼要跑步」這個主題，可以歸納運動無論從古至今仍是以男性為主的運動文化，女性在這個領域中，常是被邊緣化的腳色及被排除在外的群體，這也使得女性在運動上資源、資訊上的匱乏，這造成女性在得不到社會支持及認同的經驗、感受中，潛意識的對運動感到抗拒，而減少運動的動機。不過除了要探討女性運動的種種限制外，我們更要回歸到女性的權力展演上，探究女性日常生活的脈絡、了解女性的生命史，例如女性的多重角色扮演裡，以家為活動範圍的生活重心，使女性不會意識到自己擁有休閒運動的權利，也變成父權社會合理限制女性的藉口，這在女性運動的文獻中，較少被提及，也是較匱乏的地方。

（二）女性建構自我生命意義與自我價值

女性在這社會中有意識、無意識的被塑造一個被動、溫柔、體貼的弱勢角色，但也由於這樣的“常態”，使女性在面對學業、競爭、職場生態時，仍會受社會輿論影響，而選擇被動的態度應對。但是是否有一種可能是，當這些例外的女性做得比男性更好、成就更高時，所獲得的自我認同與自我價值，相較而言也比較高嗎？

M.Covington 提出一個自我價值理論（self-worth theory），討論自我

價值的產生在於克服一定的困難之後所獲得的滿足。而個人追求成功的內在動力在於，個體對於自我價值的維持。例如消費這件事，由於女性原本在這社會中是不被允許、不被納入這個市場。以至於後來女性在購買商品這件事上，除了消費品本身具有使用價值外，也象徵女性透過消費，滿足自我主控性的價值。因為選購商品對女性而言，是一種表達自我價值的表徵(李瑋挺，2011)

就像 Samuel (1992) 所說的當女性的地位提升且自主性被承認時，女性會產生新的生活方式，來和傳統女性區隔(轉引自陳榆沁，2010)。例如積極追求有意義的生活。她們的休閒領域開始轉換了新的方式，女性會去挑戰其他男性也可以做的事情，來增加自我價值與突破社會上的限制與刻板印象。在這過程中，因為原先的不平等以及社會上種種限制，所以對女性來說，這樣的休閒娛樂反而更難能可貴、更有挑戰力。這些稱讚和欽佩，使女性有動力更專研、更精進這些領域，隨之帶來的正面形象，也讓女性為了維護正面形象而繼續持之以恆。陳榆沁(2010)提到獨自單車環台的女騎士形象是正面、積極、勇敢的特質，於是，被大多數人看到的是這樣的樣貌。而女騎士們想要擁有的，不只是路上的大自然美景，還有為了那個樂觀、健康、勇於追隨自己的新時代女性。

而女性跑步的意義是不是如陳榆沁的文獻一樣，女性藉由對自我價值的肯定與追求，來區別、扭轉社會對於女性柔弱、依賴的形象，並透過跑步，來打破父權社會的限制及禁錮呢及追討自己的主體性呢？

第三節、美的代價

(一) 身體意象

美國社會學家顧里(Charles Horton Cooley)曾提出一個鏡中自我(looking-glass self)的概念，指人會從自我意識中觀察別人對自己的反映，而這裡的反映不只是指溝通上的語言，情緒也是如此。

表 1-4-1 鏡中自我的三要素及過程

過程	解釋
表現 (presentation)	想像自己在別人前的樣子
辨認 (identification)	想像他們對自己的行為表現所產生的看法
主觀解釋 (subjective interpretation)	根據我們認為別人對我們的看法而加以反應

資料來源：(趙曉美，2000)

鏡中自我的概念對於每個人來說都會經歷的過程，因為人注定要和他人產生互動。但是女性在這過程中又比男性影響還大。尤其在身體意象上，女性更沒有所謂的自主權，在眾人的凝視之下，女性的身體呈現了不同的權力關係。

身體意象是指個人心中對自己身體產生的想像，並透過鏡中自我解釋自己身體的過程。而這個名詞是由德國學者 Schilder 提出，他定義身體意象為：「身體意象是個人心中對自己身體所形塑而成的影像，由感覺神經系統、心理層面、社會層面三者互動所形成，是一種調適、動態的過程」。研究者綜合各個理論關於身體意象的定義，以更清楚瞭解何謂身體意象。

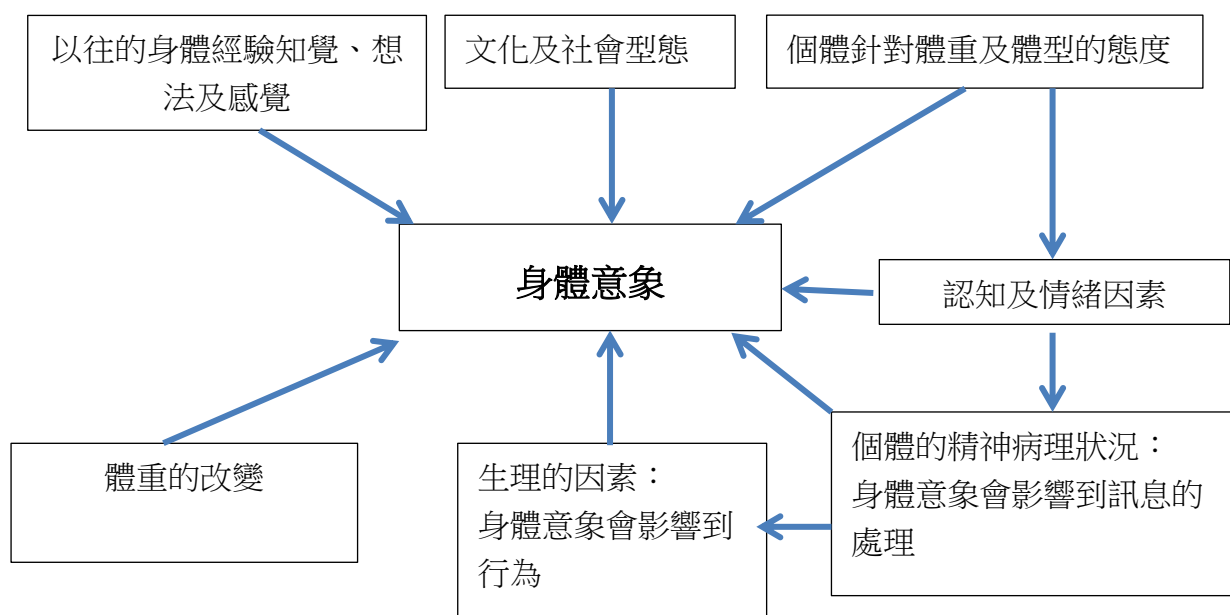
表 1-4-2 身體意象解釋名詞

學者	年代	身體意象之解釋
Pruxin、Cash	1990	身體意象包含認知層面與情感層面，情緒層面。認知層面是指個體認知自己身體知覺與對身體的感官經驗，情緒層面則是個體對身體外觀與機能上所產生的滿意與否的感覺
Slade	1994	身體意象包含態度與知覺兩個層面。態度亦可稱身體概念（body concept），指個體對於自我身體的感覺、認知、情感態度的部分；知覺則是個體評估自己體型的準確度。
張春興	1995	身體意象是一種主觀性、綜合性、評價性的概念，此包含了對身體特徵的了解與看法，也包括了他人所感覺到他人對自己身體樣貌的看法
文興蘭	2004	在持續與環境的互動當中，身體的意象會隨著個人想法、經驗有關，同時也深受外在環境的影響。擁有正向的身體意象使人維持身心健康與自信，反之則容易導致身心的失調
李冠賢	2007	影響身體意象的因素，除了個人的主觀感受外，還包括社會環境與同儕、媒體

資料來源：研究者整理

另外，Slade 也提出了身體意象的模式圖（A Model of Body Image），如下圖：

表 1-4-3 身體意象模式圖



資料來源：楊嘉惠、林耀豐（2011，2）

總觀以上對於身體意象的各個定義，身體意象不只是個體認知及知覺自己的身體經驗，還有來自他人對於自己身體樣貌的看法。其中會影響身體意象建構的因素，還有整個社會環境與媒體的影響，而身體意象也會隨著人生階段即接收的訊息不同而有所差異，身體意象對於性別來說會有所差異嗎？有的話是什麼呢？

（二）性別上身體意象的差異

澳洲上議院常設委員會報告指出，媒體把兒童性別化會造成兒童產生對身體意象的焦慮。而青少年時期，是一個模仿、仿效的年齡階段，也是準備步入社會的一個過渡時期，此時的青少年對於身體意象的呈現是非常敏感的。學者 Asci（1997）提到個體在青少年時期對於身體意象與外觀的滿意度，會影響青少年內心對於身體的感受。而認為自己身體是有魅力的，則會發展出較高的自信心與自尊，也會比較積極與開朗。但若身體意象與理想有所差異時，則會呈現較高的憂鬱傾向。而社會中，大眾對於女性的身體意象標準又更嚴苛，使女性必須時時檢視自己的身體意象。美國心理協會在 2007 年的報告中發現，性別會造成女性對身體形象的焦慮感增加，女性比男性更容易擔心自己呈現的身體意象。這是由於社會對於女性美貌的期待，使女性比男性更在意自己的外貌。而纖瘦、美貌、年輕等特質，透過媒體大力宣傳播送下，女性在社會化的過程中，形塑社會凝視女人的身體樣貌，進而對自己的身體產生負向的身體意象（黃瓊妃，2009）。

在伍連女、黃淑貞（2003）的研究也發現，雖然普遍男女性青少年皆偏好與期望有較瘦體型，但是女性會用更嚴苛的眼光來看待自己的身體，對於外表、體能、身體各部位的滿意度也皆低於男性。女性雖然比男性更重視體重與外表，卻不重視體能與健康，由此可觀察出，在身體意象的層次上，男女性的差異更大。當然，這不是女性比男性天生愛美，而是因為外在社會文化對女性外在美的重視與要求，使得她們對於自己的身體較不滿意。（張錦華，1997）

（三） 女性的自我凝視及大眾窺視下的女體

對於年輕女孩而言，學校是讓他們受社會化最深，也影響最大的場域。被觀看的經驗以及與其他女孩們相處的過程，暴力的審美標準，和女孩子們間的交流比較，都不斷地影響女孩們對自己身體的認知與觀感（蔡佩芳，2004）。Shroff 和 Thompson（2004）也提到，家人與同儕會依社會文化中對於女性胸部尺寸大小、形狀的期待，而對女大生身體做出評價，進而影響女大生對於自己胸部的滿意度。不僅是身體部位的要求，連整個身體的樣貌，都是被放大標準檢視的。Wolf 說到：「女人的肥胖已經變成公眾話題，在美貌神話的威力之下，女人因肥胖自救，因為女人的身體不是自己的，而是社會的。苗條不是為了個人審美，而是為了取得社會認同。」（轉引自何修，1992）。

青少年時期，女性正值發育階段，學校為生活重心的場域，是接收與學習的來源。而生理期的發展和身體意象衝突的矛盾，使女性在過程中不僅面臨巨大的壓力，也會影響其自尊、自我概念、交際行為等影響（周玉真，1992）。許多青少年為了讓自己的體態被社會價值認同與接納，嘗試運用各種方法，藉此達到外在身形的改變，以博取他人認同與讚賞。因此，身體意象不但反映一種青少年文化，也間接表達一種普世價值。Gilligan 認為青春期的女性的信心危機源自於女孩認知的自我形象與社會認可的「一個女人應該是什麼樣子」之間有重大落差所導致，而流行雜誌、電視媒體型塑了社會對女性身型樣貌的期待，造成青春女性自尊心低落的重要管道（轉引自王宣蘋，2008）。

另外，在傳統藝術史中，也可以發現女性被物化的現象。男畫家筆下的女性裸體，某方面投射了男性觀看女體的角度，也呈現了這個社會對於女性的喜好與理想。在這畫裡，女人的身體被以男性的「凝視」角度觀看及書寫，男性代表觀看；女性代表被看／被動的角色，猶如畫裡的女體奉獻自己，等待滿足男性觀看和理想化而表現的身體（石淑君，2008）。

而根據學習理論（learning theory）的觀點，人們透過他人的反應、行

為，在過程的強化中，即便未有實際的反應，在無形之中也習得新的觀念、態度與行為，而大眾媒體一直扮演重要角色（李心荻，2009）。社會透過大眾媒體的播報、呈現，使觀眾把自己與電視明星進行體重、外觀及身體意象的比較，此足以影響、改變自我的身體意象認知及態度，進而女性會去效仿、追求所謂完美的女體體態，改變自己對於身體意象的態度與認知，甚至是行動。

社會文化研究指出文化因素影響女性神經性厭食症的機會有密切相關，發展程度較高的國家或是高都市化的社會，通常透過媒體宣揚，強調女性瘦削、S 曲線的身型形象。在張錦華（1997）研究中發現男生比女生對瘦身廣告訴求同意度高，最顯著是對於「好身材」與戀愛的關係，可能是因為瘦身美體廣告基本上較符合性的窺視慾望。而以男性為主的父權社會裡，透過社會資源的不平等分配（女性沒有太多實權，如投票權、工作權等），形成一套把女性利益排除在外的規範與標準，再利用社會壓力與期待，讓女性接受且認同這一套外貌迷思，於是造就男人窺探女人，女人期待被男人觀看的現象。女性跑步是一種父權社會下的身體意象展演嗎？女性有可能為了減肥、為了合乎社會的標準，而去跑步並修正身材上的調整嗎？假設答案是可能的，那女性在這過程中，對於自我的身體意象會發展成什麼樣的狀態和改變呢？

（四） 休閒運動與女性身體的矛盾

童年時期的遊戲和體育課，在無形中以形塑一套父權體制的規範，也形塑了男女性對於性別角色的認同，因此造成女性對於休閒運動抱持著一種消極的狀態，除了受生理結構的影響，更重要的因素在於社會價值對於女性運動的態度（張雅虹，2007）。Bourdieu 也認為學校不只是一個教育兒童的地方，同時學校也是在監控及塑造兒童身體的地方（轉引自余曉雯，1998）。拿國小時期每個小學生一定玩過的躲避球遊戲為例，男強女弱的身理限制，使女性對於運動、體育課更加的懼怕和排斥，相較於男性被鼓勵去得分，甚至強化強欺弱的現象（滕德政，2000）。由此可見，男女性對於休閒運動的認知、態度、涉入、觀感的巨大差異，並非來自生理上的不同，而是參與運動本身後的社會觀感。李貽鴻（2003）提到在參與運動的過程中，為了克服障礙及得到好成績，無論男女性都必須具備強壯、不屈不撓、競爭攻擊等個性氣質。這貼合了男性偏好有競爭性運動的特質，卻和女性在運動中較注重心靈與內心滿足的態度非常迥異（李貽鴻、楊美貞，2003），這也使得女性容易因社會環境及社會價值觀的影響而退卻。

在運動方面，女性運動常會招致許多社會賦予的誤解及刻板印象，Bi Gilbert and Nancy Williamson (1937/2000) 指出社會對於女性運動的三大迷思 (李貽鴻譯，2003)。

表 1-4-4 女性運動的刻板印象

層面	內容
體能上	社會認為女性的身體不適合跑步，對於身體會產生負面影響，並對女性的性行為有不利影響
外表上	競爭使女性的外觀及身體意象男性化，與社會期待不符
態度及興趣上	女性並非真的對運動有興趣

王宗吉 (2000) 提到社會總會警告女性關於運動所造成的傷害及危險，卻很少警告男性，因為男性透過競爭、面對風險及克服困難，正是證明自己具有男子氣態，另一方面，男性阻卻了女性的加入，穩固了自己的地位。

再從專業的體育運動角度來看，George 藉由觀察女性足球員在運動中如何經驗身體與運動間的衝突發現，女性足球員在參與運動及訓練後，肌肉會變得強壯與魁武，這有助於運動場上的表現，但是同時這樣的身體也使他們擔心自己對於異性是否就不再有吸引力 (林巖勳譯，2009)。而一些研究發現女性運動員知覺到自己的陽剛氣質與社會期待的女性角色不同時，如服裝、髮型、肌肉、黝黑等特徵，易被貼上同性戀和男性化的標籤。陳德容 (2003) 認為異性的眼光在空間中形成一種檢視的作用，強化了美貌神話對於女體的壓迫。

從電視轉播的體育項目中，我們可以看到女性大多出現在某幾個特定的體育活動而已，例如花式溜冰、體操、游泳、網球等運動。且透過鏡頭的呈現，強調的不是女性的剛強、力量、速度及強度，而是被呈現一種優雅、線條、姿勢、美感等形象。但是事實上，女性也有參加舉重、拳擊、籃球等運動項目，在新聞媒體的操控下，也為了服膺社會大眾的價值觀，這些女性的足跡就被忽略了 (廖清海，2007)。

綜觀以上的研究，從女性從古至今的弱勢地位、延綿傳承的性別刻板印象到女性對於自己的身體意象認知，都描述了社會對於女性的期待和想像，而休閒運動成為一種建構女性身體意象的產物，但是對於女性的身體從主體、客體的轉換及脈絡研究，卻是零散且殘缺不齊的，本研究期許補足這樣的歷史脈絡，並以此探討女性為何跑步的動機。

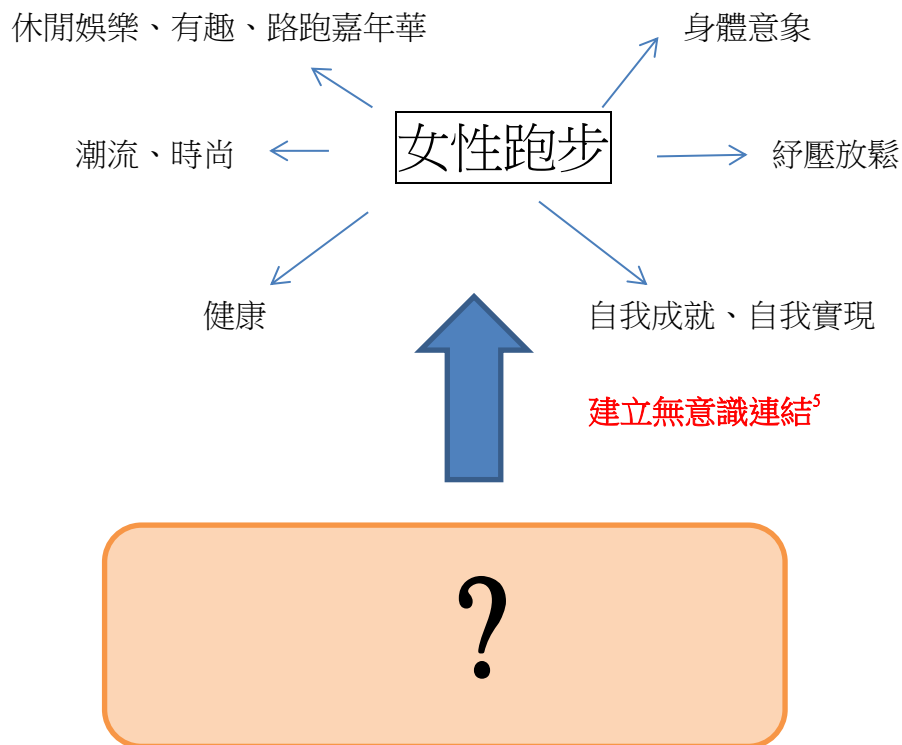
肆、 研究方法

第一節、 研究問題

這是什麼樣的社會環境和意識型態塑造如今的女性路跑風氣呢？是社會的運動風氣開放、時代的進步？還是女性對身體健康的意識抬頭，或為了所謂的身體雕塑而保持美好的體態呢？還是只是為了享受路跑的新鮮感，打卡跟上潮流呢？女性在這過程中，漸漸地擁有身體的自主權，掌控自身的女體，但是在這塊路跑市場大餅裡，是不是也無意識地被塑造為客體，女性猶如在天平上衡量價值的物品被交易及利用，讓社會建構了女性的身體意象及其消費市場。女性跑者跑步的契機是什麼呢？慢跑對於女性自身的意義又是什麼呢？她們自身，不僅是身體意象、生理狀態與人際網絡的關係及改變是什麼呢？

- 一、什麼樣的社會脈絡及因素促成女性想要跑步的慾望？參與慢跑動機如何演變成習慣？
- 二、女性慢跑風氣從何而來，女性被賦予權力的過程是如何的演變
- 三、慢跑的轉捩點對於女性自身以及和他人互動的改變(自我知覺、社會觀感、角色衝突、因應策略)

研究架構



⁵ 無意識連結：指消費者在無形之中，不會意識到自己的認知、行為。例如落健的生髮水廣告，消費者在觀看廣告的同時，開始意識到禿頭是一個很不美觀的樣貌，進而想去修飾、遮掩、改變它，這樣的過程中，廣告帶來的無意識連結，改變了消費者的認知、思考，甚至是行為。

第二節、研究設計

本研究主要以二手資料分析及質性調查法作深度訪談，並以描述性研究做為本研究的相關議題，除了藉由二手資料的整理及延伸外，並在田野中進行參與觀察。透過以旁觀者（觀察者）以及參與者兩個身分的交替，以進入「慢跑世界」做觀察及探究。在質性研究上，主要以面對面訪談及半結構式的訪談為主，藉此可以觀察訪談者的語氣、音調、情緒變化，來深入了解訪談者的脈絡，然後再以錄音紀錄，並謄寫逐字稿，逐步釐清背後的理論與社會結構。另外，訪談以半結構式訪談為主，在開放性的答案中，受訪者可以隨心所欲的表達自己的看法，提問也不是侷限在問預設的題目中，而是依據受訪者的經驗做深入的探討。

在田野觀察中，藉由學校操場、健身房的場域以及加入路跑團體，來強化此研究。因為研究者認為訪談會有前台、後台的疑慮，受訪者也會因訪談而有意識、無意識地做出不同的行為和表達，為了清楚的從中去觀察，並了解跑者世界的網絡和慣習，所以藉由不同場域來深入跑者本身無意識的行為。

女性在慢跑這個領域中，成長比例很快，尤其是年輕族群帶動這樣的氣氛，所以研究者想要以女大學生為研究對象，去探討女性跑步的動機與脈絡，並分析社會情境是怎麼塑造這樣的氛圍。

第三節、研究對象

本研究以半結構式為主要重點，因此在對象鎖定女性大學生作為主要的訪談對象。研究者之所以要探討女性，不只是因為想探究大批女性慢跑的現象，以及社會情境是怎麼塑造這樣的氛圍，也想了解女性在運動的過程中，所處的運動文化、社會文化間的矛盾與因應。在跑者研究者的選擇上，無論是路跑新鮮人或是慢跑愛好者，這些女性的跑步經驗中，試圖去拼湊及歸納女性能持續擁有慢跑習慣的原因，以及女性在這個過程中，所感受到的社會觀感及自我建構的脈絡又是怎麼呈現。

伍、 女性的慢跑與消費史

第一節、 運動史中消失的女性

何謂沒有女性的運動史？這是一個什麼樣的社會脈絡？是明文規定禁止女性進入嗎？還是用什麼樣的機制阻止女性參與呢？當時的女性都去哪了？

希臘是體育活動最早起源的時代，從歷史中我們可以看到古奧運的體育賽事中，參賽者必須赤身裸體參與比賽，以追求身心和諧、力與美的境界。對於希臘人來說，要保護國家、壯大國家的首先必要條件是強健身心，而古希臘體育最主要的目的就是「強種」，也就是說塑造一個強健的後代⁶（王荷英，2009）。此外，古希臘規定所以參與的選手必須是血統純正的希臘公民，而且只能成年男士參與，女性、兒童、老人以及外來者都被禁止（何哲欣譯，2009），因為如此，曾能確保後代的品種優良以及強健的子嗣。希臘哲學家柏拉圖曾經說過，最優秀的男子配最優秀的女人，而女人只能嫁給英雄般的男人，這樣才可以保證擁有強健的後代。再從古希臘的各個城邦來看，斯巴達的婦女地位比其他城邦的女人還要高，因為他們的男人比其他城邦的男人強壯（王荷英，2009）。由此可看出，體育活動是一個菁英式的運動項目，不僅有嚴格的身分限制，還象徵了個人的身分及地位。此外，女性的價值和地位取決於丈夫，女性並沒有自己的獨特性，在這個社會中，女性屬於一個支配的角色，藉由這樣的隆重、盛大的體育祭典，在潛移默化中塑造了父權社會的意識形態，也根深、柢固了男女性的刻板印象。

甚至到了後期，英國公立學校的教育制度中，我們同樣可以觀察到相似的運動政治性運作，體育活動主要在培養孩子們的領導力、受挫力，同時領導人必須是眾人的模範，要有魄力和手腕去協調整個隊伍，而不是施展明星的光環。這些畢業公學校的學生們，大多出身於富裕家庭，在性別上也大多屬於男性，使得他們在社會上也複製了這樣的理念和想法，延伸到體育、教育、社會與政治上（何哲欣譯，2009）。

運動不只是運動本身，重要的是社會如何建構這些運動，什麼樣的社會脈絡使得體育活動得以產生即被支持。張孝銘（1998）提到運動在社會發展中，不只是融入大眾的生活而已，它所扮演的是一種社會

⁶<http://www.hkshp.org/humanities/ph121-13.txt>
古希臘哲學家柏拉圖及其師、生的體育思想

制度的角色，同時也是一種政治性的展現。何謂政治性呢？政治性就是指權力支配的手段，群體與群體間的權力關係。簡單來說，運動可視為菁英操縱的手段，藉由社會關係的展現，來達到上位者欲施行的目的。而慢跑作為一樣運動，是否也包含了不可言喻的政治性呢？女性在這之中，是否如英國的公學校一樣，被排除在主流圈外，使社會大眾在潛移默化裡熟稔、遵從這樣的規則，把體制合理化及常規化，使得女性也內化這樣的政治規範及運作方式。

第二節、 捆住手腳與心靈枷鎖

女性在歷史脈絡中一直是個無聲的存在，在運動界中的缺席，投票權的不被允許，生活範圍的限縮，都是社會建構產生而成。但是令研究者好奇的是，究竟是何時女性開始允許及現身在這些場合呢？

(一)裹小腳、高跟鞋才是美！女性的自我禁錮

歷史中，據說南唐的李後主非常喜歡嬪妃睿娘小腳的可愛狀態，讓她纏足成新月狀，也使睿娘成為宮裡最寵幸的嬪妃。於是其他嬪妃為了也受寵，也紛紛跟進纏足，整個社會也相繼流行⁷。纏足到宋朝時更蔚為瘋狂，「蓮步一折，著弓弓扣繡鞋兒」，用金蓮弓來形容纏過的小腳，用三步金蓮來美譽女性裹小腳的婀娜多姿、撩人的風貌⁸（柯基生，2009）。在當代裹小腳是主流，不纏足象徵地位低俗、氣質野蠻，不僅是一個階級的劃分，也是父權社會對於女性的壓迫。在過去的歷史中，女性的角色非常低落，女人需要透過外貌的包裝吸引男性，所以造就了束腹、纏足等為了貼合男性喜好的文化，而同時纏足也限制了女性的活動範圍。由於雙腳骨骼的扭曲，以至於寸步難行，社會施加在女性身上不只是局部構造的不便，而是整個身體狀態的囚禁。更不用提女性的休閒娛樂，以及體育活動的可能性。女性因為活動範圍的縮小，還有不合乎自然的人體，使女性的身子呈現軟綿綿、無精打采的柔弱形象，這樣的特質更顯現、強化男人的強壯、好動與勇猛。

而高跟鞋也是現代版的纏足現象，因為長時間腳趾必須不斷施

⁷<http://zhidao.baidu.com/question/5734236.html>

中國末代纏足（和韻天歌，2014）

⁸<http://www.footbinding.com.tw/site2/0400/0402.html>

蓮術（纏足之方法剖析）

力，並承受外裡的擠壓，使腳趾承受外翻的高風險。但是為了讓比例看起來更勻稱、身材更修長，女性穿上高跟鞋以符合美的標準和社會期待，甚至在某些工作場合，規定女性須穿高跟鞋上班才是一種對職業的尊重，無論是裹小腳還是穿高跟鞋，都是女性對自我的一種束縛和禁錮，同時也限縮了女性的活動範圍，體育活動也變成男人的領域。追求美的指標，背後隱含的是強化父權社會的建構，以及奠基已久的政治性。

(二)被控制的意識形態

中國推崇的儒家規範，為了維持生活的秩序和安定，建立一套禮教來規範社會大眾。其中，「男尊女卑」、「三從四德」裡更要求婦女的道德及操守。在三從四德中，規範女性「未嫁從父、既嫁從夫，夫死從子」，女性的價值和生命倚賴在男性的手中。另外，在中國的歷史社會發展中，選秀制度是設計給男性的，女性則是以「無才便是德」的理念，剝奪女性受教育及參與活動的機會，將女性侷限在家庭之中（吳宗憲、蕭世澤、楊祖武，2011）無論是女性的道德規範、才華或是意識形態，社會試圖掌控一切，並維持穩定，同時也維護了父權社會的權威。

台灣早期依然可以聽到「男主外女子內」、「嫁雞隨雞、嫁狗隨狗」的俚語，女性如同被視為沒有行為能力者，無法自主，即便到後期，我們可以看到女性的影子，但是依然是倚靠男性而存在，女性的價值也取決於丈夫的能力與否。

現今在講求兩性平等的社會中，這些觀念雖然漸漸淡化，但是家庭工作依然被視為是女性的責任。女人需做家庭工作以及照顧老小的無薪工作，通常這些工作是全天候的，而全職的婦女同樣的也面臨同樣的處境。以至於女性很難找到額外的時間享受休閒及運動，這和男性的休閒運動是非常不一樣的脈絡（許義忠，2004）。女性的活動範圍被控制在家的尺寸，生活重心也以家庭為主，這樣的「責任」被父權社會宣揚，女性也內化了這一套價值體系，使父權社會更得以穩固和強大。

而休閒運動，被視為是一種競爭、強壯、激烈、危險的運動，這和女性的形象是有衝突的。當女性運動時，會面臨身為女性的矛盾和外在的壓力。在小學的體適能測驗及體育課中，女性不被鼓勵去運動，或是在經驗上感受非愉悅的經驗，例如伏地挺身、

躲避球、籃球等球類運動，此外，女性不會運動被視為一件理所當然、很自然的事情，再加上運動規則不斷將男性塑造優於女性的形象⁹，使歷史的建構中，無論是女孩還是女人，都被排除在休閒運動外，休閒運動簡而言之是專門設計給男性的運動，也是男性的專利。在潛移默化中，社會忽略且排擠了女性，女性對於運動權力的無感或者是保守和排斥態度，使整個社會建構了男性為主的休閒運動，也穩固了父權的意識形態。

第三節、「妳」運動了嗎？－女性浪潮的大舉入侵

前兩節詳述了女性在社會歷史脈絡中，是處於被支配的角色，沒有聲音的存在，父權社會掌控了主導權，使其地位無法撼動及動搖，而女性默默臣服這樣的體制。但是曾幾何時，運動圈中開始出現女性的身影，而且還為數不少的影響整個運動圈，例如韓國的美魔女鄭多燕、台灣的曾雅妮，還有最近得到亞運金牌的許純淨，都是在運動體壇上巾幗不讓鬚眉的行為展現，也可以看到越來越多女性投入運動中。但是我們卻很少人探究女性是從何時開始接受近代體育的訓練、參與體育的競賽，而台灣的女性運動風氣又是從何而來？

放足一直是到清末民初的時候，才開始循序漸進。而近代女子運動也是從當時才展開序幕。從學校中，一方面規定女性要放足，一方面考量到女性的體能不如男性，所以在體育課中，酌量調應課程，教導女學生有「尚武」精神（保家衛國的思想）的徒步體操及器械體操（游鑑明，2012）。而1920之後，學校的體育活動也漸漸越來越多元，女性參與體育活動項目等課程開始普及化，這和之前的女性形象有非常大的差別，從當時的雜誌和競賽中，都可以看見女性選手的身影。¹⁰

當時女學生參加運動比賽有另外一種身分，也就是「女運動員」。他們成為社會的新群體，社會上開始注意這些女運動員在體壇上的傑出表現，甚至還有出版社發行《全國女運動員名將錄》（游鑑明，2012，）。由此可看出，女性運動員在當時是很轟動的，但是女運動員這個新群體，和社會女性依然有非常大的差距。兩者被視為分開的群體，沒有任何的關聯，女性運動的現象在社會上還是非常少見的。究竟台灣女性跑步的普及化是從什麼時候開始呢？為何而起呢？

⁹<http://web.ntpu.edu.tw/~jasonchen/curriculum/literatures/the%20relationship%20of%20gender%20and%20religion.htm>

性別與運動關係

¹⁰《躍動女性的身影：近代中國女子的運動圖像》。（游鑑明，2012）

（一）紀政的推波助瀾

潮流的引領、風氣的創造不外乎要看的是大事件的發生，要不然就是幕後推手開創、帶領這樣的風範。台灣的運動風潮除了受中國保衛國家的文化影響外，還有紀政的一手推動。紀政是一個傳奇女子，她是短跑賽事中，有相當亮眼的成績。在台灣有「飛躍羚羊」的稱號，在美國則有「地球上跑得最快的女人」的別稱。小時後，紀政的家庭並不富裕，她都必須走路上學，但是路程遠，遲到又怕被懲罰，所以就曾用跑的去學校，這也奠定了紀政跑步的基礎。

在一九六八和一九六九兩年中，紀政除了獲得奧銅牌外，她還在全世界至少輛十八次比賽中贏得勝利，一九七零年她從歐洲到美國多項田徑成績更六破世界紀錄，也贏得亞洲女鐵人的封號¹¹（陳永魁，1964）。

回國後的紀政，擔任田徑協會的秘書，致力推行體育活動，及替台灣爭取國際性比賽，也開始引進路跑活動。她曾說：「體育是我的專長，我不可能忘本，我要永遠做一個體育的銷售者，不但要把體育推銷到全國的每一個角落，同時還要擴及世界各地。」（陳永魁，1964）。在 35 年前，紀政從美國引進路跑觀念到台灣，當時的台灣對於運動及跑步還是保守的狀態及態度，她因而把運動商業化、企業化的觀念融入台灣的體壇裡，也才能有如今那麼盛行的路跑活動（陳正健，2013）。現今的台灣路跑產業已逐步成熟，辦路跑的能力也越來越強，交通管理的協調也不再擠壓到跑者的跑道，使越來越多的人願意參與路跑活動。

（二）color run 的完美引爆

除了紀政的推波助瀾，人和的條件下，天時與地利是如何搭配的呢？根據體育署的 102 年城市運動調查，慢跑人口比 101 年成長 2.6%。這是一個在短時間內創造的佳績，但是台灣以往並沒有這樣的明顯的路跑盛況，慢跑的歷史網絡也是模糊、不明顯的，資料文獻更是匱乏。到底台灣的運動風氣是從何而來呢？

我們可以回顧在去年的 10 月，台北舉辦了一場號稱地球上最歡樂的 5 公里路跑—Color run。報名時間一開放時所造成的系統大當機，20 萬人搶票搶不到的情形，導致後來主辦單位在台中、高雄多開兩場路跑賽事的情形，

¹¹<http://km.moc.gov.tw/myphoto/show.asp?categoryid=124>

飛躍的羚羊（紀政）

真的是前所未見，甚至還出現為了補足其他人無法報到 color run 的遺憾，其他人另在同一天舉辦了太白粉路跑。¹²為什麼會有這樣的盛況呢？這些突然冒出的路跑新鮮人是從哪冒出來的呢？

這些原因都必須歸功與整場路跑的趣味性，相較於以往的路跑，給人一種專業、難以親近的感覺，color run 所呈現的是一種歡樂、熱情、時尚的氛圍，不僅跑步的過程中會有彩色粉末的噴灑，跑者還可以設計自己專屬的裝扮，這種嘉年華式的路跑盛會，就像 party 一樣潮流又新鮮，再加上媒體的廣為宣傳。行銷上，不僅攻占媒體，也深入年輕人的社交網絡 Facebook 中，另外還請新一代明星代言，使大家開始去關注路跑這件事。而女性(30%) 在主流社交平台裡相當活躍，資訊的流通也比男性(26%) 還要快¹³，且女性喜歡結伴參與的性格，使 color run 路跑比賽，充斥不少女性跑者的身影。這和衛福部在 2013 年做的健康調查有發常大的反差，調查指出台灣 18 歲以上女性運動不足率高達 75%，這次 color run 完美的引爆，激起了許多女性的運動意願，但是如何持之以恆的讓熱潮延續呢？

路跑嘉年華，就像是一枚致勝的旗子，也是一股旋風，讓大家去關注，進而對慢跑這件事不再覺得遙不可及，或是專業的印象，而是可以去身體力行的事情。但是如何讓這樣的熱潮持續延續呢？又如何使運動不足高達 75% 的女性，吸引他們去跑步呢？

(三) 商業、慢跑運動、媒體的結合

想要建立長期穩定的運動風氣，背後需要的是源源不絕的資金資助，而女性運動熱潮之所以成功，商業的角色功不可沒，企業家們開始意識到路跑的宣傳價值，而大量贊助路跑活動。在台灣，辦路跑活動的經費，是一個最有效率最成功的方式，它可以用最少的代價，達到最大的成效。在 2010 年，ING 安泰人壽，透過「有空沒空」的路跑廣告¹⁴，成功打響名號，不僅使品牌知名度大增，也坐享路跑行銷的效益（燕珍宜，2013）。此外，舉辦路跑活動的成本絕對不會比投資在廣告的成本高，以台北最出現頻率最高的路跑賽地－河濱公園來看的話，若是公益、非營利性質，路權只需押金即可，而營利性質的話，則是以每 100 平方公尺兩千元，五公里的路跑也只要十萬元而已，加上兩百個工作人員，薪資以 115 計算，整個活動花費只要 25 萬元，

¹² <http://www.peopo.org/news/115177>

運動風氣盛行 路跑活動掀熱潮

¹³ <http://technews.tw/2014/04/15/who-rules-mobile-social-media-world-men-or-women/>

社群網站宅男當道？其實女人才是頭家！

¹⁴ https://www.youtube.com/watch?v=6Z_YSLKFUp0

ING 台北國際馬拉松－沒空篇（取自 youtube）

而光是參賽者繳交的路跑費就高達千萬元，扣除贈品及音效設備，獲利還是非常可觀。

另外新聞媒體的報導，無形之中增加了知名度與效益，而這些新聞的報導是完全不用任何金額的。這不僅使贊助廠商及公司的形象上，會呈現健康、活力等正面象徵，更使的金融企業紛紛願意投資路跑運動市場這塊大餅。

此外，加上的媒體宣傳，使更多民眾擁有更多的管道與資訊，去參加這樣的活動，進而培養慢跑的習慣。另外，也由於越來越多的人開始運動，媒體和商業以同樣影響著和被影響著。慢跑明星、部落客們開始寫關於慢跑的文章，慢跑系列商品也漸漸孕育而生。K-SWISS 運動品牌公關部表示，光是營業額，2012 年就比 2011 多成長 35%。

Adidas 品牌行銷經理李嘉惠表示，不僅跑鞋，就連其他慢跑相關產品，自前來開始，整體銷售額與去年相較下，都有兩位數百分比的成長，初步推估，商機一年又足以破百億。而且客層漸漸年輕化的趨勢，也越來越捨得花錢，像是今年 Adidas 所推出的 boost 系列，主打避震及回饋性佳、耐寒及耐熱性佳，雖說價位偏高，大眾接受度也很高（魏嘉儀，2013）。

第四節 女性慢跑的商業機制

本研究欲探討的主題－女生為什麼要跑步，試圖從整個社會結構、脈絡去看女性跑步這件事，而前一章則整理了台灣的路跑熱潮是如何崛起。除了紀政的推波助瀾、color run 的旋風外，還有媒體、商業及運動的合作，促成了國人對於慢跑的重視與習慣。但是在這之中，「女性」這個群體為什麼要跑步卻沒有被獨立討論出來。

(一) 女性消費史

大量的女性開始從事慢跑運動，這是一個怎麼樣的社會脈絡呢？這純然是因為女性群體漸漸被社會大眾接受嗎？或是社會風氣使然，使女性開始意識到自己的主體性呢？還是說有其他的外在因子加速這一切的發展呢？那這些外因是什麼？

在運動史的脈絡中，我們可以看到運動被視為男性的專利，這當中排除了老人、女人與孩童，這不僅鞏固了上位者的權利及地位，也強化了父權社建構。直到全球化的時代來臨，媒體、商業與運動的不斷交涉下，不僅運動更加發揚光大，也擴大了美國中產階級體育用品的新興市場。英國原本試圖將運動隔離這些群體外的人，但最後也不免俗地因為商業利益和龐大的商機，而改變規則、納入這些群體（何哲欣譯，2009）。研究者好奇的是既然商業想要搜刮這份大餅，那前提是首先要了解其族群的消費脈絡與需求，而女性是在這個慢跑圈中成長速度最快也最高的群體，究竟女性慢跑的商業機制是什麼？女性消費的特性又是如何？

若要談女性的消費世界，我們就必須了解女性的消費歷史脈絡、女性主體的演變歷程。18 世紀消費主義興盛的時代，工業社會引領整個局勢，從歐洲轉換到美國社會，也使產品數量大為增加，產品範圍擴大，樣式也變得多樣。而生產模式改變，導致消費的慣習也改變，百貨公司林立，汽車變成代步工具。消費深入了人們的生活領域，我們逐漸脫離不了這個消費市場（王宏仁譯，2006）。

而女性漸漸地可以在購物中、或是在家庭的擺設中獲得一些權力及自我價值。在衣著上，女性是引領整個市場的，但是同時社會也給予她們更多的限制與枷鎖，女性被看成一種美麗的化身，精緻、高級、絲綢等質感配件，也象徵著女性溫柔、婉約的氣質。要怎麼樣穿、怎麼樣的氣質才像個女人、才算是個女人。20 世紀初，女性的象徵符號逐漸轉變，雖然在社會上大多仍以男主外，女主內的方式為大宗，但由於女性身為一個家庭主婦，唯一獲得的權利也是義務就是掌管、管控家中財物，因應市場的開放多元化，女性

同時也得到消費的自主權。百貨公司也逐漸把客群轉為以女性氣質、媽媽角色為目標，例如百貨公司主打多功能的高級廚具、昂貴精緻的玩具，打造一個摩登母親的形象和現代新女性。(李玉英，2006) 由此可以看出女性雖然本是產品的使用者，但是卻是影響或擁有產品購買權的人，也透露出女性經濟在這世界已經越來越成為主流。

19世紀末，西方女性熱衷於參加各種社會活動，如騎自行車、高爾夫、網球打運動，而服裝的束縛限制了她們的行動及參與，因此女性對於服裝的設計改革要求越來越強烈，不過在這裡的女性大多是指菁英、上層階級的女性，對於一般女性來說還不普及¹⁵。直到第二次大戰之後，女性在衣著上，不再是以裙子為主打，而是開始設計女性的褲裝，甚至是在女性的工作服，簡單俐落為主要的訴求。從這裡我們可以看出，社會風氣引領著消費市場，但是同時這樣的時尚風格，也牽制著女性的生活風格，兩者不是因果關係，而是彼此牽制的連結。

從衣著上，我們不僅僅可以觀察出消費市場的模式，還可以了解一個社會對於女性的態度，於是研究者列出簡單的圖表。

表 4-4 女性服裝趨勢演變圖

時間	女性化氣質	代表物
1895~1907	浪漫化、裝飾性	S 曲線、束腹
1930~1940	成熟、嫵媚	流線型取代直線型
1940~1945	簡單樸實、實用價值	工作服、制服
1945~1960	華麗、奢華	蓬蓬連裙、七分褲(青少年文化)
1960~1970	成熟、幹練	喇叭褲、西裝、套裝

由此可看出，女性在社會的地位逐漸提升，女性化氣質也因不同的時代擁有各自的風格。而現代的慢跑服裝、裝備對於現代女性而言是什麼符號呈現？象徵了什麼樣的女性氣質及生活風格？女性藉由慢跑服裝期待展現出何種生活風格和女性氣質呢？商業機制在這之中，如何運用女性的消費特性及內心的渴望，來創造女性的消費欲望呢？

¹⁵<http://203.72.96.2/lib/userfiles/%E7%AC%AC%E4%B8%80%E6%AC%A1%E4%B8%96%E7%95%8C%E5%A4%A7%E6%88%B0%E5%BE%8C%E8%A5%BF%E6%96%B9%E5%A5%B3%E6%80%A7%E4%B8%BB%E7%BE%A9%E7%9A%84%E8%88%88%E8%B5%B7%E8%88%87%E5%A5%B3%E6%80%A7%E6%9C%8D%E8%A3%9D%E4%B9%8B%E9%97%9C%E4%BF%82%E6%B7%BA%E8%AB%96.pdf>
第一次世界大戰後西方女性主義的興起與女性服裝之關係淺論

（二）女性的消費市場與購物偏好

高盛（Goldman Sachs）集團以「手提包的力量」來描述女性的消費支出逐漸提高，女性的權利也逐漸提升的現象。在中國大陸，有一個詞「她經濟」的崛起，也就是所謂的女性經濟，隨著女性的收入越來越高，地位也跟著提升，形成所謂的經濟圈（黃浩榮，2009）。政大教授別蓮蒂強調：「女性百年來就一直是消費主力，只是過去比較侷限在家用相關的日常用品，而且沒有自己的收入。」¹⁶另外，女性的消費群體數量龐大，又是購物時主要的決策者，主導整個購買行為，因此女性的市場實在是不容小覷。無論是實體店面、電視購物、網路購物，女性都是主要的消費群體，根據阿里巴巴集團的研究顯示，在線電商的銷售額有 70% 都是女性消費者購貢獻的，有此可看出，女性比男性更容易被激發，也比男性有更高的購物熱情（林美芬，2014）。

值得注意的是，女性的消費族群漸漸改變，女性在當代社會經濟及社會地位地位漸高，高學歷高就業的特性，使現代女性出現自己的面貌。新一代的白領女性，由於經濟獨立，社會地位逐漸提高，開始追求個性化、獨特性，且重視產品的設計及外觀，因此她們肯花錢買自己所想要的商品，也會注重流行時尚的款式和風格，認為這是一種對自己的投資、犒賞，即便產品的單價偏高，也形成了一股輕奢侈品的消費族群。而現代女性她們不再以他人角色過活（母親、媳婦、妻子等角色），而是試圖去追求個性化的獨特生活（王永評，2003）。這當中也包含了一些媽媽及中年單身女性，她們渴望扮演獨特、有個性的角色，無論是尋求家庭與工作的平衡，或是為了每天光鮮亮麗、又必須扮演女強人的角色，現代女性面臨不少社會壓力，而消費就成了一個發洩與平衡的管道方式，這也造就了女性的驚人消費市場。

¹⁶ http://www.gvm.com.tw/Boardcontent_15446_3.html
（未來十年最大經濟體：女權 + 女錢，黃浩榮）

伍、女性權力的展演過程

無論是歷史或是傳統的年代，女性都在都被排除在主流社會外，女性的生活領域通常是公私不分的狀態。女性的家庭工作及照顧小孩的無薪工作通常是全天候的，這使得女性很難找到額外時間享受休閒，甚至不會意識及爭取自己該有的休閒活動。而現今的社會裡，兩性平等意識抬頭，正值花樣年華的青少女們，還未參與到家庭與工作的兩難抉擇，究竟他們的休閒活動會是以一個怎麼樣的權力分配來展演呢？他們生命的休閒運動會受到怎麼樣的影響呢？

第一節 女生為什麼要跑步？女性的出走潮

自古以來，休閒娛樂是上流社會的文化，而這裡的社會指的是沒有女人的社會。簡單來說，休閒娛樂和女性是完全切開的兩者。雖然沒有法律的明文規定，但是社會賦予女性的責任與規範，在無形之中已經把女性排開在主流社會外，像是纏腳的陋習以及侍奉夫家的價值體系，使女性無論在身體的控制權與意識形態上都被父權社會給控住、綑綁著，女人在這些脈絡底下，沒有想過也不曾意識到身為女人的自己，有休閒娛樂的權利。

近幾年來，兩性越來越平等，人民的健康意識逐漸抬升，運動風氣興盛，運動的人口也開始上升。在體育署的研究調查發現，國人主要的運動以散步（42.6%）及跑步（25.7%）為主，接下來是以騎腳踏車位居第三，而慢跑人口成長相較於 101 年提升了 2.6%。是怎麼樣的社會脈絡，使慢跑成為一個普及的運動呢？

另外，男、女規律運動人口比例的差距從 101 年的 11.2%，縮減到 102 年的 8.6%，主要是因為女性規律運動人口從 101 年的 24.8% 大幅成長到 27%¹⁷。而近年來，雨後春筍般的女性運動團體也紛紛成立，如好時光女性慢跑同樂會、台大健身美體社等，諸如此類專屬於女性的運動賽事及活動也開始出現。為什麼女性開始運動了？女性的運動潮現象是如何產生的呢？而女性為什麼會想要運動，且選擇跑步作為自己運動的方式？在意識上，又有什麼樣的考量呢？

¹⁷<http://www.edu.tw/pages/detail.aspx?Node=1088&Page=22013&wid=d5f7055e-a9e5-4311-9d7f-6831202fa970&Index=1>

規律運動人口持續上升男女規律運動人口比例顯著縮減

「這個人籃球排球是完全不行的，因為我完全沒有經驗。羽球的話，我會打，可是第一，找不到人啊！打羽毛球是需要人的。還有，就是場地的話會比較麻煩一點。我們家那邊的體育館打球的人很多，場地比較麻煩、比較難喬，跑步的話你就只要一個場地，就可以開始的運動。」(L 訪談者)

「跑步很簡單很方便啊！我只要一雙鞋子就可以跑步了，而且跑步是自己就可以完成的運動，不然像是籃球等其他運動，你還要找同伴特地喬日子和地點，就覺得不能很隨興的想運動就運動，會受很多其他因素影響。」(F 訪談者)

「因為我不會任何球類運動。太晚健身房沒開，房間太小不能練瑜珈也不能跳舞，游泳還要多付錢很麻煩，剩下只有操場，而操場也只能跑步啊！」(A 訪談者)

「一進健身房我嚇了一大跳，我發現了一個奇怪的現象，就是所有的跑步健身器材，全部都是『女性』！而其他的健身器具才是由男性佔據。」(田野筆記)

對於女性而言，運動的選擇牽涉到場地、人數、時間甚至是金額的問題，而慢跑對於她們來說是門檻最低、也最便利的運動。慢跑不會涉及太高深的技術，速率可以隨個人調配，也不需要額外的裝備，是一個非常隨興的運動。另外，男性的社交圈中通常會以球類運動作為媒介，運動可以使男性的社交圈更廣更大，也會有較多的共通話題，但是相較於女性，比較沒有這樣的社交網絡。籃球場、排球場通常都是男性為主，球類運動的陌生與不難手，使女性退避三舍。而以現有的資源，如場地、金額、技術來評估的話，慢跑顯然是個最划算、最簡單的運動選擇。

小時候的教育中，我們就被教育「運動是男人的事，女人不適合」，運動被貼上「充滿男子氣概、危險、速度及自由意志」的標籤，而父母及社會並不希望自己的女兒或是其他女性被貼上這樣的標籤。而慢跑，不是速度的競賽、沒有危險的衝撞，在各種運動項目的評估下，女性還能保有「女性氣質」，與社會並沒有太大的衝突和矛盾，使女性願意、或不得不選擇、接受這樣的運動。

第二節 跑步慾望的創造

除了在划算、在低門檻的考量及社會的評估下，女性選擇了跑步作為運動的項目，但是除此之外，是怎麼樣的誘因與動機，促使女性開始跑步呢？女性對於自身跑步這件事，又有什麼樣的想像呢？

「當初我會開始跑步，是因為我嚴重覺得我下半身太肥胖了。然後到現在，如果好幾天都沒有去跑步的話，我就會覺得屁股開始下垂了，我會先看一下自己的大腿和屁股，接著就會下定決心去跑步。」
(A 訪談者)

「其實不外乎幾點原因，第一是可以減肥，我知道我不胖，可是只要是女孩都會這麼想在更瘦！第二，就是感覺自己身體有運動到.....。」(L 訪談者)

「要升研究所的期間，時間很閒，不知道要做什麼事情，正巧我身邊的男性朋友們有在健身，我詢問他們有關於健身的好處，那位朋友回答我說，如果我想要減肥的話，就去跑步；如果想要練肌肉的話，就要去健身房。我就想說我才不要練肌肉，所以我就利用那段很空的時間去練跑步。」(L 訪談者)

對於 L 來說，跑步就是一個天時地利人和的概念，她想跑步的動機是想要打發時間，但卻又不想做無意義的事。而經過朋友的推薦，認為跑步的成效，不僅可以運動到整個身體，還能減肥，這些額外的獎勵與獎賞，使 L 更願意去嘗試、實踐朋友的建議。

「當初想要跑步是因為自己覺得自己很胖，所以想說用跑步的方式來減肥，就是這麼簡單的初衷而已。而開始去實踐跑步的點是，那時候我打工賺了很多錢，然後我就買了一雙還蠻貴的 New Balance 鞋子，但是發現幾乎都沒有什麼機會穿它。平常打工，怕弄髒它所以不敢穿，放在家裡又很浪費，所以我就想說拿來跑步好了。」
(W 訪談者)

「我跑步並沒有什麼很明確的起始點耶～硬要歸咎的話，就要提到國三的某一次國文考試。那一次，我寫錯了 6 題，所以被罰跑 6 圈操場，這原本是一件不光榮的慶，但是和其他同學憶起處罰的過程中，我始終遙遙領先，而且還臉不紅氣不喘，其他圍觀的同學覺得很驚訝也很好玩吧，所以開始出現一些歡呼、加油聲，就這樣不

光榮的處罰變成一個稱讚的小事蹟，也因為如此，讓我開始對跑步產生好感。」(F 訪談者)

「我記得有一次好像悶在宿舍吧～然後就突然很想找個運動做，因為那天心情不是很好。阿我什麼運動都不會，游泳的話，那時候時間已經太晚了泳池早就關了，只剩下腳可以跑步，跑完之後，心情就有變得比較好一點。」(B 訪談者)

「就這個剛好，2 月過年某一天在新光三越逛 nike 時看到第一屆 ntc (nike training club) 校園運動大使徵選活動，它上面徵求愛運動的女生，如果入選就可以得到校園大使的機會，那時候覺得自己蠻適合的，就報名了。通過初選後，它就一進行兩個月的運動訓練、跑步及 ntc，它有限定一個月一定要跑 20 公里，所以我就開始跑步了。」(Q 訪談者)

從訪談過程中，跑步的動機，對於女性而言似乎不是這麼強烈及明確，而是在一個偶然的事件下激起想要運動的慾望。但是這樣的「偶發事件」是怎麼被取得共鳴，使女性持之以恆、繼續跑步呢？以下整理了 7 位訪談者的慢跑動機。

表 5-2 女性跑者的跑步動機歸納圖

訪談者	動機/偶發事件	額外獎勵
A	減肥	
W	減肥	
C	不要浪費新鞋，藉由跑步來增加鞋子的使用度	減肥作為額外的動力
B	心情不好，藉由慢跑運動紓壓	減肥、健身
L	1. 打發時間，做有意義的事情 2. 從朋友身上看到跑步成效 (變瘦、變強壯)	
Q	ntc 校園運動大使徵選比賽	瘦身
F	因為成績不好被罰跑操場	心情不好時，藉由跑步紓壓

從表格中，我們可以看到運動在社會普遍認知中，是一個正面、被鼓勵讚賞的行為，運動可以維持健康、增加新陳代謝，還可以紓壓，使得運動被視為一種不可或缺的生活慣習。但是更重要的是，瘦身減肥的詞彙不斷的出現，即便不是主要的跑步動機，但不可免俗的，女性也把減肥視作一種額外的獎勵和讚賞，一種多多益善的功能。這象徵了什麼樣的現象？或做是男性

會有這樣的情況嗎？而為什麼會又為什麼不會呢？減肥瘦身的概念是怎麼被建構的呢？

第三節 女性非受控制的身體與因應策略

用 google 和 yahoo 搜尋「女性、跑步」的關鍵字，映入眼簾的一張張健康、完美曲線、結實的女性跑者圖像，以及慢跑美女、部落客等圖片及文章，接著是關於女性慢跑和身體意象關聯的資訊，如「慢跑胸部會下垂？跑步的五大驚人事實」、「掌握跑步減肥 8 訣竅」、「6 個跑步減肥要注意的事項」等文章，跑步與減肥瘦身以及身體意象的改變，對於女性而言，似乎是很重要的影響關鍵。女性為了想減肥而跑步、或是女性跑步而發現可以減肥，雕塑體型的因果關係錯綜複雜，但是唯一可以確定的是，運動伴隨而來的身形雕塑及瘦身減肥的成效，對於女性而言是個相當大的動機和獎賞。而背後的不容忽視的政治性操作，對女性的意識形態是怎麼建構的，權力的支配下的跑步風格是怎麼展演及運作的呢？首先，我們要先討論女性身體意象的建構。

(一) 誰的身體？— 身體意象的建構

跑步是一個獨立的運動，是行動者可以隨興所欲，不受場地、人數、金額、環境限制的一門運動。但當身為運動主體的我們，背後卻有一個社會價值觀及意識型態操控著。怎麼說呢？

「當初我會開始跑步，是因為我嚴重覺得我下半身太肥胖了。然後到現在，如果好幾天都沒有去跑步的話，我就會覺得屁股開始下垂了，我會先看一下自己的大腿和屁股，接著就會下定決心去跑步。」(A 訪談者)

「在國二的時候，我不知道為什麼開始覺得自己很胖，所以就一直拼命的想要減肥，然後要減肥的話，就想說用跑步的方式來進行。但是現在回過頭來看，我自己當時也沒有很胖啊！那時候我自己的減肥手段很誇張！會『一天只吃一顆蘋果』然後搭配大量的運動，那時候我家人說我得了厭食症，但是當時的自己真的不會意識到自己有多瘋狂。厭食症好像有分兩種，一種是會有催吐行為，另一種會瘋狂運動的那種，我是屬於後者。在那個時候我身體狀態很糟，我從快 50 公斤瘦到 40 初，月經也是半年快一年的時間都沒有來。」(W 訪談者)

L 是個體型偏瘦的氣質女孩，看到她的第一眼，實在很難相信她會有運動的習慣。在聊天的過程中，詢問 L 為什麼會喜歡慢跑的原因。

「其實不外乎幾點原因，第一是可以減肥，我知道我不胖，可是只要是女孩都會這麼想在更瘦！第二，就是感覺自己身體有運動到.....。」(L 訪談者)

瘦即是美？瘦等於身材好？在普世價值中，女性的身體被大眾給凝視著，市面上的減肥藥、甩肉秘笈、拒叫小胖妹等各種有關於身體意象的書籍，再加上媒體對於現代藝人、影星的嚴苛標準，使女性在這社會化的過程中，複製了這套標準在自己身上。當女性的身材豐腴時，會被冠上懶惰、頹廢、笨重、宅等負面標籤，即便是體型偏瘦的 L 受訪者，還會想要有更「苗條」的身形。而到底什麼是社會期待中的女性身體呢？有人說太瘦太胖都不好，勻稱才是一種女性美。但是拿一個過胖的女性和過瘦的女性比較，過胖的女性通常會遭到許多議論與批評。在小時候的量身高體重的經驗裡，過胖的女孩永遠是像做錯事的小孩，恨不得遮住自己的體重，而過瘦的孩子卻不會有這樣的行為，當別人討論起他的身形，多半是驚訝或是稱讚，很少會有責備的情形。

在媒體的推波助瀾下，無論是瘦身節目、名模選拔賽，白、瘦、美是女性的基本評分門檻，美麗女性的身形與美貌神話的雕塑，使每位女性都必須嚴格自我監控，一旦越線、違反規定，就代表著自己女體的失控、崩壞，甚至是墮落的象徵。在瘦身工業的襲擊下，肥胖與疾病彷彿是連不開的連接詞，也透過社會理想體型的論述，來讓女性相信纖細的身形，會使他們的人生變彩色，人際關係及吸引力各方面都會顯著提升。俗話說：「女為悅己者容」，這裡的容，放到現代社會中觀察，和瘦脫不了關係。社會企圖把女性的身體、外貌視作是女性的責任，而這樣的責任是社會意識性共謀出來的意識形態。Wolf 提到：「女人的肥胖已經變成公眾話題，在美貌神話的威力下，女人因肥胖自救，因為女人的身體不是自己的，而是社會的。苗條不是為了個人審美，而是為了取得社會認同。」(何修譯，1992：132) 女性身體被社會的審美標準給窺視著，使得女性主體不能自主的操控自己的身體，而是被動的在這套標準與機制中自我把關、自我檢測。

但是到底是什麼是標準？完美身材的規則是什麼？依據 BMI 還是體脂肪？沒有所謂的標準答案，使所有女性提心吊膽、戒慎恐懼，苗條也不再是為了個人審美觀，而是為了取得社會認同。

從訪談者 W 的病態減肥中，我們可以看到一個人對於自我身體意象的態度可以是很強大、很扭曲的。在訪談者 W 的成長過程中，沒有什麼事件也沒有任何嘲笑因素，就是一個念頭（不滿意自己的身形），而做出極致的節食及瘋狂運動的行為。而 A 曾經因為體型比較壯碩，而有過被嘲笑的經驗，使

得 A 對於自己的身型是很自卑、不滿意的。訪談者 A 也在訪談過程中提到自己能持續跑步的動力（如下）

「我真的很不想回到以前很胖的時候，我最胖的時候有 70 公斤耶！那個時候是我剛升高中的時候，而且那一陣子還蠻常被嘲笑的，然後自己也不敢穿短褲和靴子，因為怕自己塞不進去。」(A 訪談者)

就連女性運動，也無法逃脫這樣大眾的窺視和自我的檢視。運動的目的，變得是為了修飾身形已符合大眾期待及取得社會認同。在慢跑的過程中，女性跑者除了在建構自己的身形外，還需擔心會有曬黑的風險及額外的肌肉養成。

「其實剛開始自己還沒有什麼概念的時候，我還蠻怕會長肌肉的，因為我天生蘿蔔腿很明顯，跑步動的肌肉群又是正好在小腿處，很怕會有越養越大的跡象。所以有一陣子，我不敢跑的那麼頻繁。」(F 訪談者)

「我是一個還蠻怕曬太陽的人，所以我會比較喜歡晚上運動，然後又比較涼快。」(L 訪談者)

「其實晨跑的感覺還蠻棒的，因為空氣真的很清新，又涼涼的！但是如果是晨跑的話，我就差不多五點就為出門了，因為我通常都跑一個小時，所以如果晚一點出門的話，太陽就會出來了，很熱又會黑。但是太陽還沒出來，天空還微亮的時候真的很棒！」(C 訪談者)

「國小的時候就參加很多校隊：手球、躲避球、田徑，都跑最後一棒。因為小時候不喜歡擦防曬，所以我皮膚很黑，腿也很壯，我一直覺得是練田徑害的。所以我國高中就改練籃球了。」(Q 訪談者)

L 和 C 都因為怕曬黑，會選擇在晚上跑步。而 C 因為平時打工到晚上十點，所以夜跑的時間都是非常晚的狀態，曾經跑過晨跑、夜跑的她，對晨跑的感覺和時間的安排都優於夜跑，但是擔心皮膚會曬黑的前提下，還是把跑步習慣移到晚上跑步為主。另外 F 和 L 都曾擔心因為小腿肌或是身形變壯，而對於運動保持一定的距離。在研究者的跑步經驗中，經常面臨的狀況是，女孩子一想到跑步，就會不禁害怕的想：「我的小腿會不會變粗變壯？」到底慢跑會不會反倒無法讓小腿變細，甚至還有變粗的疑慮。

肌肉是如何生成的呢？肌肉需靠強烈的運動後，會產生副產品的堆積，而這些堆積物會促使許多不同類的賀爾蒙分泌，並藉由這些賀爾蒙的分泌，將會創造一個最適合的生長環境¹⁸。而跑步運動是有氧運動，對於肌肉的生成效果比較不明顯，再加上女性分泌的賀爾蒙較不易生成肌肉，使女性慢跑會產生肌肉的可能性非常低。此外，肌肉不是肥肉或脂肪，它可以有助於燃燒脂肪，加速身體代謝，還能使身體變緊實（王明勇，2012）。以上種種肌肉生成的好處，以及女性不易長肌肉的論述，但為什麼女性對於肌肉還是避之唯恐不及呢？

無論是身體的曲線、曬黑的風險、長肌肉的疑慮，對於女性而言，是一種身體的再建構，而這樣的建構通常與社會期待的女性形象不符，使女性產生了一種去女性化的焦慮。相較於男性運動，伴隨而來的黝黑、強壯、肌肉、結實都是正面的意象，反而增加異性的吸引力，如男性的健美比賽、男藝人的吸睛肌肉，都是社會的一種常態。但是當這些特徵轉換到女性身上時，陽剛氣質與屬於女性柔弱氣質的矛盾與衝突，使女性產生了莫名的焦慮，而為了轉移焦慮、擔憂與不確定性的風險，女性通常會選擇放棄運動，或者是以另一種方式去應對它（跑步習慣轉移到晚上進行）。當女性選擇利用慢跑來做為身體意象的建構時，她們同時也擔心自己不受控的身體，會產生不符合預期的身體意象，在這樣的循環中，社會塑造了一套價值觀讓女性去執行身體意象的建構，社會眼光和評論同時監督著，於是造就了社會窺探女性，女性期待被觀看的現象。

（二）被排除的女性群體

很多人認為跑步有什麼稀奇，每個人人生來就會跑步，這和走路的道理並無差異。但在女性的歷史脈絡中，女性是不被允許跑步的。甚至在某個時代，認為跑步會使女性的子宮掉出來，長出鬍子胸部縮水的論述，尤其是高強度的長跑運動（徐豐恩，2013）¹⁹。這是因為社會覺得女性的生理構造是屬於不適合運動的體質，女體的屬性較偏陰寒，在充滿競賽、衝撞的體育休閒活動中，是非常危險的事情，長跑更是一個風險極高的運動，因為不僅需要消耗的體力非常驚人，而且是長時間處於運動的狀態。就連世界上鼎鼎有名的波士頓馬拉松從 1897 年開始舉辦，但是一直到 1972 年女性還能正式參與比賽，一直到 1967 年，Katherine Switzer 女性闖進波士頓比賽並試圖參賽，雖然最後被工作人員撕掉號碼牌並逐出比賽，但是對於女性來說，Switzer 是開創女性跑步的先例及精神領袖。

¹⁸ <http://www.takesport.idv.tw/gym/articles/readarts.asp?id=115&p=5&pp=z&title=%B2z%BD%D7.%AC%EC%BE%C7>

肌肉生長的新理論

¹⁹ <http://www.thenewslens.com/post/17056/>

第一個跑馬拉松的女人：「我只是想要跑步而已！」

在現今社會中，女性雖然擁有和男性一樣的權利一同參與路跑，但是在很多細節上，仍是迥異於男性。父權為主的男性主流社會中，對於女性這個角色，無論是有意識、無意識的忽視，都使女性被排擠、邊緣在慢跑世界外。

「有時候真的跑得很筋疲力盡、很熱很喘，可是卻無法像男生一樣隨興的脫掉上衣，我必須要忍受著濕濕黏黏的衣服在身上不停碰觸著．．．」(B 訪談者)

男性運動流汗時，可以隨興的打赤膊、脫上衣，可是女性卻被規範「矜持」、「不外露」，須忍受運動完全身溼透的不適感。沒有更衣室的不便性，使女性在更換衣著時，必須在廁所裡和馬桶互爭空間 (楊清芬，1995)。生理構造的被排外，以及空間的不友善，這些因素都會影響女性運動的動能。

「剛開始慢跑的時候，還沒有買運動內衣的概念。跑步時，胸部會一直左右晃，非常的不舒服，所以買運動內衣真的很重要！」
(C 訪談者)

「穿一般內衣跑步真的蠻不舒服，像我一次跑步都會跑一個多小時，有時候跑完胸腔那塊肉，會被鋼絲磨得很紅，有一次跑半馬的時候，甚至磨破皮。」(F 訪談者)

另外，除了生理構造外，女性的生理期也阻礙了女性跑步的習慣。訪談者 A 有吃冰、喝冷飲的習慣，使 A 在經期來時，身體常會產生劇痛的反應，使 A 暫時中斷跑步的習慣。

「因為我真的太愛吃冰了，即便那個來的時候我還是會照吃不誤，所以每次都快痛死了，根本無法去跑步，也不會想要去跑步」
(A 訪談者)

「流量多時，我就不會去跑，因為屁股一包在那邊就很難跑啊。」
(B 訪談者)

女性由於生理構造，生理期的不適及悶熱感，還有驚扭的胸部，久而久之，女性運動的慾望減低，社會認為女性理所當然(女性本來就不擅長運動的意識)、情有可原(生理期、體能上的落差)，所以當女性不運動時，也不會免強女性運動，使女性在無形之中，默默被邊緣化了。

從運動裝備上來討論，在棒球這項運動中，也是一個男性為主的運動，女性

若想參與這項運動，光是配備上，就需比男性花更多心力、金錢投注在上面。以女性裁判來說，裁判的護胸和裝備及配備十分笨重，想要卸下及穿上都需要花很大的功夫，這使得女性在穿戴非常不方便之外，護胸的器具也不易購買，因為女性市場不大，使護胸的設計也停留在非常傳統初階的階段，沒有市場願意投注心力在此，價格也趨高不下。跑步的運動內衣也是如此，基於價錢、文化的影響，使台灣慢跑圈中的女性，穿戴運動內衣的習慣並不普及，這背後的脈絡不是因為女性的生理構造差異，而是運動文化和這些設計從來不屬於女性

女性在社會體制中，需要克服的要素始終比男性還要多，不僅因為這樣的文化始終把女性排除外，就連低門檻的跑步運動也是如此。女性無形中，容易內化這樣的意識，並自我貶低及無能化自己。而女性也把這樣的現象視為理所當然，視為女性自己的責任。

（三）追討身體自主權：我的身體 我自主

女性面對這樣的逆勢，也積極、主動的尋找因應策略，試圖找回自己的身體自主權。面對大眾的凝視和檢視，以及社會主流的隱形排擠，女性發展出一套價值觀，試圖追討自己的身體自主權，以和社會對抗、交融。

「但是月經量少的時候，像是用護墊的期間，我就會繼續跑了。因為我本身是屬於月經來不會痛的體質，我只是覺得量很多，很煩很熱，就會不去跑步。」(B 訪談者)

「我覺得沒有什麼事可以阻礙我跑步，月經來的時候，我本身肚子就不會痛，所以還是照跑不誤。」(C 訪談者)

訪談者 B 提到生理期的不便，對她來說確實會減低跑步的慾望，但是當月經流量少時，就會恢復跑步的習慣，並不想因為生理上的因素而影響自己的習慣或是節奏。此外，C 規律的慢跑習慣並不會因生理期中斷，因為對 C 而言，她覺得這些都外在因素都是可以控制、克服的。服裝上的不便，使用衛生棉的不適感，對兩個人來說，是可以接受、容忍的範圍。

「我跑步的節奏都是跟大姨媽的週期跑耶，比如說大姨媽來 1-7 天，我可能來的第四天，也就是量少的後開始跑，之後代謝瘦身期 7-14 天，就會恢復跑步習慣，甚至一個禮拜很勤，最多還跑到四次。14-21 天平穩期就跑 2-3 次，21-28 天則跑 1-2 次。」
(Q 訪談者)

訪談者 Q 的跑步經驗與生理期是緊密連結的，因為 Q 感覺到生理期會使身體

有不同的狀態出現，像是生理期來臨前和剛來的時候，身體會呈現水腫的樣貌，重重的跑不了，但是生理期結束後，就會感覺到體態與精力會變得比較好。

由此可看出女性對於自身的身體變化很敏銳、敏感的，從 B、C 兩人克服身體的不適，進而掌控自己的身體自主權，到 Q 善用生理期的週期頻率和身體的狀態改變，去搭配自己的跑步菜單。藉由認知、了解自己的身體這個步驟，再去調整自己的身體狀態。但是如果這一切的基準點都是以想要減肥、瘦身的動機出發呢？豈不是又落入大眾的凝視塑造了女性的意識形態，再由女性的自主權去控制自己的身體狀態？不可否認，女性有可能在社會與自我的拉扯下，發展出一套態度和價值觀，並以減肥為動力的基礎下去慢跑，但是在這個慢跑的過程中，女性會接收訊息、感受身體變化，進而去發展出自己的態度與價值觀。

「剛開始就是想要減肥才跑步，可是後來我就愛上跑步了。我覺得跑不可以讓我有勇氣變得很堅強，心情變好、變樂觀。現在的動機已經不是減肥了，就是一個念頭和想法想要繼續跑下去。」

(C 訪談者)

「其實我真的蠻討厭我自己的小腿肌的，有一陣子我會把它怪罪於是慢跑帶來這樣的副作用，但是我覺得很奇妙的是，小腿肌的出現並沒有因而影響我跑步的動力或是頻率，我覺得或許是因為我真的很愛慢跑吧！」(F 訪談者)

「跑步現在對我來說就像是個習慣，像我自己一天下來很疲憊的時候，會希望有自己可以思考的時間，然後我就會去跑步。」

(W 訪談者)

而採取過激烈節食的 w 訪談者，回頭看自己當初的節食搭配瘋狂運動的行為，感到很不可思議，並用著魔、中邪的方式敘述當初無來由的自己。確實大眾的標準及美的定義，就如同 w 所說的像一種著魔的儀式，漸進式的洗腦，女性如溫水煮青蛙般接受這樣的美貌神話。但是從 C 和 W 原先減肥的動機，在慢跑的過程中，已逐漸轉化成另一種習慣和價值，女性不再以理想身形作為目標，而是重新建構自我。F 的回答也顯現出，在社會標準和個人態度的拉扯下，女性依然保有主導身體自主權的權利。

「在跑步的習慣養成後，我發現我心跳變很慢，心跳慢不是指在跑步的時候變很慢，而是平常的時候就會感覺到心跳的速度了。」

(W 訪談者)

「因為五公里是短程嘛～然後我覺得我比較不適合短程的比賽或

是距離，長程的距離比較適合我。」(W 訪談者)

「如果我跑到很累的時候，我會把力氣轉移到其他的部位。像我平常都是用小腿的力量跑，然後覺得小腿痠了後，就把重心移到肚子，再換到大腿。」(A 訪談者)

對於 A 的神祕經驗，可以了解到 A 對於身體的敏銳程度，而 W 在生活中，不用倚靠脈搏的測量，就可以感受自己的心跳變化，以及在跑步、比賽的經驗中，和自己身體的不斷相處，瞭解自己適合什麼樣類型的訓練及里程數，養成了一種身心合一的高超境界，這些都源自她們對自己身體的細膩程度。

在現代生理身體與社會的疆界越來越模糊的狀態，我們容易透過他人的凝視，來解讀自己的身體，但是同時在無意識中，身體的自主權是被社會掌控。但是從訪談者的敘述中，我們可以看到女性從中追討自己的身體自主權，並依然以自己的身體為傲，不會用非理想的方式去擔憂，或是以其他激烈手段改變身體外觀。身體性，並非社會操縱的魁儡，而是女性的個人價值及自我態度的展現；身體意象，透過社會與自我本身的交纏中，女性發展出一套屬於自己的態度、行動與價值觀。

第三節 驢子眼前的胡蘿蔔：女生為什麼要一直跑步？

從上一節中，女性跑步的經驗過程裡，自我身體意象的建構會隨著外在社會與自我的感官經驗而有所改變與調整，但是這是使女性能持之以恆跑步的原因嗎？「跑步這麼無聊，只會向前一直跑，不會很厭煩嗎？」、「跑步在戶外很熱，不僅會曬黑，還要擔心會不會人太多、車太亂的情形。」、「跑那麼久、那麼累，小腿還會變粗」、「晚上女生自己一個人跑步很危險耶！」等各種疑慮，但是這些女性為什麼還前仆後繼的持續跑步呢？女性的主體出現了什麼樣的變化？女性究竟在為什麼而跑呢？奔跑的意義何在呢？藉由和訪談者的對話中，試圖去尋找探究女性跑者眼中的紅蘿蔔到底是什麼樣的成分和樣貌，使女性跑者可以持續不斷的向前跑。

(一) 不曾體驗過的經驗感受

人要持續做某件事情時，需要不斷的持續力支持他做這件事，而慢跑究竟是怎麼樣的持續力或是吸引力使跑者願意繼續跑步呢？在感官或是經驗上有什麼不同的收穫及體驗，使女性跑者願意做這些吃力不討好的慢跑行為呢？

*Do the work. Do the analysis. But feel your run. Feel your race.
Feel the joy that is running*

工作是用做的，分析是用做的。但跑步是要去感覺的，去感覺的你的賽事，
感覺跑步時的愉悅

— 卡拉·高契夫，美國長跑名將，2008 北京奧運選手

(郭豐洲譯)

1-1、我，獨自，跑步：跑步中的自我沉澱

「跑步的過程中，開始懂得去想那跑步的樂趣，那就像是一個自己私人的獨立空間。自己感受著自己的呼吸的頻率、脈搏的跳動，以及毛孔的收縮。跑步就像是在跟自己對話，一種沉思、一種沉澱、一種跳脫，就是一種身心療育的過程，因為在這之前，我其實是很少跟自己對話的一個人，即便自己回房間獨處、洗澡，我也不會和自己對話。我藉由跑步，開始認識、喜歡那個不完美的自己。」

(F 訪談者)

「除此之外，跑步之後開始不會討厭自己一個人。就是說很喜歡自己一個人的感覺，有時候會變得有點偏激，因為在某個情況下我就會很想要只有自己一個人這個樣子，像是吃飯、逛街我都可以自己一個人，這樣想一想也不知道是好還是不好。」(W 訪談者)

這是一個吵雜、五光十色的絢麗社會，每天燈光、聲效、氣味各種刺激灌滿我們的感官，即便是一個人的空間，因為網路、社群平台的便利，始我們隨時隨地可以與他人做連結。久而久之，我們麻痺了，卻也不寂寞、不孤寂了，但是同時，我們也遺失了些人性。當我們越來越少時間和自己相處，我們甚至不會獨處了。這種獨處的片刻，對於現代人來說，是非常少見的，尤其是女性，幾乎沒有什麼獨處的空間和時間。這是為什麼呢？

美國成年人使用社群網路的用戶資料顯示，女性（30%）幾乎在所有主流社群網路中用戶數都超過男性（26%）。不僅如此女性還非常樂於分享和互動（Linli，2014）²⁰。此外，從小的教育中，女性被教化需要分享、照顧他人的性格，被鼓勵要維持關係，及考量他人的需要及觀點，而男性則被推崇獨立、勇敢、堅強的個性。於是，在社會化的過程中，女性被塑造成一群重分享、重友伴情感的群體，透過依附關係，來與他人互動，也形塑了女性對社交圈的重視和依賴，這樣的社會脈絡下，使女性很少擁有自

²⁰<http://technews.tw/2014/04/15/who-rules-mobile-social-media-world-men-or-women/>
社群網站宅男當道?其實女人才是頭家!

己獨立對話的空間。所以對於女性跑者來說，這樣的獨處經驗是很獨特且重要的。對於 W 和 F 而言，透過和自己的對話，去認知、瞭解自己。在這之前，F 沒有想過、經驗過獨處的重要性，但是經由慢跑，開始去體驗不一樣的經驗和感受，思考自己不曾想過的問題或是自己真正的需求，進而接納、肯定這樣的自己。

1-2、Recording：跑者的自我紀錄

「跑步對我來說像是一個很輕鬆、很簡單的事情，也是在我開心的時候才會做的事情。跑步，就像一個日記，因為在這個跑步的過程中，我會看到我自己狀態的改變，也就是看到一個進展，像日記一樣紀錄一段對於健康、自己身體的日記。」(L 訪談者)

「參加比賽的時候會有點討厭人很多，會覺得自己幹嘛要報名，但完跑後又會有很大的成就感。我覺得差別就在集體活動讓我產生的成就感吧 如果自己一個人在公園跑可能就只有個人記憶，而參加路跑就會是個集體記憶，被紀錄下來的感覺。」(W 訪談者)

跑步就像一面鏡子，可以時時觀照自己與自己對話，過程中身體意象的改變、態度的轉化，對於跑者而言是可觀察、感覺的到的，就像是一個動態的生活紀錄。不同於這樣的體驗，W 覺得跑步更像是一個日記，把自己的樣貌和回憶記錄下來的一個媒介物，藉由跑步同樣也在觀照自己。W 是個很享受跑步的女孩，不喜歡任何羈絆和媒介，干擾它在跑步的過程，就連跑步時聽音樂對他來說都是個打擾，所以對她而言，路跑比賽和慢跑活動是完全不同的感官感受。

一個人跑步不是很好嗎？為什麼要人擠人，還要花錢參加比賽呢？對於 W 來說，路跑比賽是一個集體記憶的紀錄方式，它把自己和朋友一起跑步的狀態一起凝結停留下來，這是和跑步相當不一樣的感官經驗，而這樣特殊獨特的經驗，也是她們會繼續跑步的動力之一。

1-3、日常生活軌道外的火花

In the midst of regular life, running is the touchstone that breathes adventure into my soul.

在平凡生活裡，跑步可以把刺激穿進你的靈魂。

——克莉絲汀·阿姆斯特壯，美國名將，奧運金牌得主

(郭豐洲譯)

在慢跑過程中，有時候是無趣、沉悶、痛苦的，如何從中找到樂趣是每個跑者都需要面對及處理的。如果熱情不再、動力不夠，很快地持續慢跑的動力就易消磨殆盡。跑步可以使我們跳脫一成不變的人生、訂定好的生活秩序，但是當跑步變成一成不變時，女性跑者是如何轉化這樣的經驗因應呢？

「我跑步跑到一個瓶頸的時候，我就會想找其他的方法讓我堅持下去。我有一個很好玩的方法，就是學校不是有很多校狗嗎？我很喜歡校狗，尤其濟時樓那邊有隻白色的小狗，就做小胡，我每次跑到那邊的時候，就會告訴自己再多跑一圈就可以看到它了，這也是跑校園時最開心的事情，因為小胡是我的動力，我可以為了看狗而打亂自己的節奏，我甚至會喊狗的名子，或是跑過去摸摸他們。」(L 訪談者)

而訪談者 L 是一個比較害羞、安靜、保守的女孩子，對於慢跑並沒有非常熱衷，慢跑的路線也是非常固定，在跑步過程中也不喜歡被打亂節奏，也不會突然停下來，唯獨遇到小狗的時候，神情和狀態會完全改變。在訪問過程中，L 提到這一段時，一直是非常開心、愉悅的神情在回憶、敘述。這樣的跑步賞狗樂趣，使 L 跑步的動能一直持續著，也打散他跑步想懈怠、放鬆的念頭。

「我平常習慣跑景美河濱到公館那一帶，但是實在跑太膩了(大抱怨)！超級超級膩～膩到我每次起跑前都想找藉口不跑，因為跑到後來，我可以預知我跑到哪是幾公里，漸漸的就不會想跑，因為沒什麼新奇感，所以後來我和朋友去跑步的時候，我們都會跑一些新的路線……我後來跑景美轉碧潭，景美到政大，拜託～那才叫美，人又少超棒的！沒有人跟你擠」(Q 訪談者)

「我平常都在操場和健身房跑步，偶爾的時候其實會蠻膩的，但是自己又沒有什麼動能去發掘新的路線，便會更仔細去觀察每天跑的路徑變化來增添一些不一樣。例如，雖然我每天都在操場跑步，但是每個時刻的天空、氛圍、人事物都不一樣，這個地方會有一群人打球，但是下個時間就會換另一批人來聊天，每分每秒都是不一樣的風景。有一次，我還試著閉著眼睛跑步，那種感覺真的很獨特(笑).....。」(F 訪談者)

在例行的生活作息上，跑步對跑者而言，不僅是個紓壓，也是暫時脫離日常生活軌道的小空間，W 藉由不斷尋找新的路線中，來找到新鮮感、新奇感，尤其當 W 和朋友們在尋找新地點時，那些種未知感，及全新的享受，是一種

新的生活樂趣，也是 Q 持續跑步的動力之一，而 F 認為在日常生活中，使用不同的方式跑步（閉著眼睛跑步），來享受全新的感官經驗。

從和自己對話、紀錄生活的跑步意義中，變成持續的動力，而尋找這些獨特的經驗，也是跑者們的跑步樂趣之一。像是不同過去的跑步行動，如閉著眼睛跑步、和校狗的互動，或是尋找新的路現、新的刺激，對於女性都是很獨特的生命體驗，也由於這些如獎勵般的正面的回饋，使跑者們願意再從事慢跑運動。

（二）女跑者眼中的激勵丸

目標的設定也是一個使女性持續使跑步的要素之一。心理學家 George Ainslie 提到擁有明確的界線、簡單扼要的規則，讓你能夠清楚知道現在的位置（轉引自張玉琦，2013）。許多人沒有明確的目標行事，所以無法確立這件事的價值，以至於很容易有虎頭蛇尾的狀況出現，而目標主導了我們想要前進的方向，透過具體的設定和想像，使我們可以清楚、明確的行動。

1953 年哈佛大學對應屆畢業生做了一次追蹤研究，在這個研究中，只有 3% 的人對未來有清楚明確的目標及書面計劃，在 20 年後重新訪查後發現，這群 3% 有目標的人，無論在成就、財富、快樂及幸福度上都高於其他人。這是因為明確的目標具有一種潛意識的強大力量，人一旦有清楚明確的目標後，潛意識推動我們強大的動能，使我們朝向目標前進（尚致勝，2010）²¹。就像是中國的寓言故事中，主人為了激勵驢子更努力的工作，便在驢子眼前放了一根紅蘿蔔，激發驢子向前走的動力，而目標就是像紅蘿蔔一樣，可以激發、促使我們發揮動能去行動。

「一開始自己並沒有設什麼目標給自己，但是後來我會先設定好自己預計要跑多少公里這個樣子，像是每次設定自己跑 5、6 公里，但是我總是超過哈哈～」（Q 訪談者）

「中間遇到撞牆期的時候，我還是會堅持跑完耶，不然會更不舒服... 因為你都已經設定好今天要跑的公里數了，當然用走的都要走完啊！不然你從操場走回來的時候，就會覺得自己超沒用，你都已經決定要去了。沒做完，還是要給它做完，不然就會有一種沮喪感。」

（B 訪談者）

無論是時間或是距離的設定，對於大部分的女性跑者來說，都有訂定目標的習慣，而目標的建立，蘊含跑者對於自己的期許和想像，像是藉由跑步

²¹http://www.360doc.com/content/10/0707/21/1556309_37525363.shtml
明確人生目標的重要性。

達到減肥的成效，也是一種目標，目標可以是進程、也可是遠程設置，藉由確立目標，使跑者們更有毅力的支撐、堅持下去。但是在前進目標的過程中，常常會出現撞牆期、困難阻礙跑者們前進。

「有時候自己一開始跑太快，肌肉來不及適應，就會出現腹部疼痛的情形，或是有時候吃下去的東西還沒有消化完全時，都會出現這樣的狀況。那個時候，真的會超級痛苦的～然後因為我每次都會設定自己要跑 10 公里，所以說什麼也要硬撐下去，所以我會壓著肚子繼續跑，真的跑完就會以很大的成就感。」(F 訪談者)

「路跑比賽對我來說，主要為了想跑不曾跑過的路線，另外一方面，也是為了持之以恆的練跑，因為平常自己不會跑那麼多，再加上有時候的懶惰，所以我一懶惰時，我就會趕快參加比賽，喚回我的路跑魂。」(Q 訪談者)

「因為這場太魯閣比賽，我第一次在雨中跑步，你可以想像鞋子都濕掉，然後襪子在那摩擦，你的衣服都一直貼在你身上，而且身體還是冰冷的狀態，真的很崩潰。後來，我還遇到我的體育老師，我本來想跟在他後面一起跑，可是他太快了，一下就不見了，所以我只好回到自己的世界，跟自己搏鬥.....跑一跑的時候，還出現了肚子痛阿什麼的，但是還是要繼續跑因為這是我第一是參加比賽，如果真的停下來就輸了，然後我就一直跑跑跑，到最後我都沒有停下來。」(W 訪談者)

目標的設定不僅具有指引功能，還有督促、監督的效果，像是 Q 藉由報名路跑比賽，來讓自己有個目標去努力、花時間去練習，進而找回自己跑步的動力，而 F 則是在克服過程中的困難和瓶頸後，到達目標，進而更享受路跑的感覺和伴隨而來的成就感。而 W 和 F 藉由突破障礙，建立成就感，尤其 W 在談到路跑比賽的困難重重時，是很興奮、開心的神情。突破障礙的時候，自己像個英雄角色，在跟自己對抗，跟意志力搏鬥，對她來說，這是個無法取代、不可抹滅的回憶及經驗，也加深了他跑步的動力。

陸、意想不到的附加價值

紅蘿蔔的甜度、新鮮度還有對於身體健康的正面作用，都會增加驢子想要吃的慾望，而慢跑過程中，有什麼樣的正面回饋、效益讓女性跑者願意持續的跑步呢？而或者是女性跑者對於跑步又有什麼樣的想像，進而促使他們繼續跑步的慾望？

「我覺得運動之後，我原本很臃腫的狀態，好像慢慢好起來，對跑步也開始有好感，覺得跑步對於我身體有改善的作用，所以我會願意繼續跑步。」(L 訪談者)

「因為那個徵選比賽，使我的運動量增加，運動習慣也變得很規律，使我的身材和臉整個大瘦一圈，這也是比賽後，我會持續跑步的原因之一阿～」(Q 訪談者)

體重的減少、身材變好，這些額外的效益，增加女性對於跑步的好感，由於效果的顯而易見，進而使他們的身形更符合大眾社會的標準與期待。也藉由拼湊女體的輪廓與想像，讓女性跑者增加跑步的慾望。

除了身體意象上的改變，帶動跑步的慾望外，還有什麼樣的正面效益增加女性跑步的動力呢？對於自身的改變和態度是否因跑步過程中而有不同的改變？又是什麼樣的情境下促使這些狀態的改變呢？

「跑步一開始真的會有跑到快死掉的感覺，但是後來發現進步是可以看的到的（激動）！你明天又會跑得比今天多一點，我就覺得跑步是可以讓一個人變得有勇氣、變得很棒。在還沒跑步之前，我遇到不開心的事情我會躲避，然後又會覺得自己的人生怎麼可以這麼廢，可是在跑步之後，我就覺得我做到了原本做不到的事情，就覺得很多不可能、很困難的是，都是可以克服的，跑步讓我更有力量。」(W 訪談者)

「有時候會覺得這麼長的距離，我都撐過來了，為什麼在做其他事情的時候自己要這麼輕易放棄，我會在那個被困住的當下告訴我自己、激勵自己，對我來說，跑步就像是一場人生，你一開始是看不到終點的，中間會有很多撞牆期及障礙阻擋你前進，但是當自己真得停下來的時候，發現好像並沒有這麼累。」(F 訪談者)

跑步對於自身的變化，進而增加自己的動能，對於 W 和 F 來說，感觸很深，W 認為跑步讓她變得更勇敢、更有力量，讓她愛上跑步的感覺，也是支持她繼續跑步的動力。但是其實這些感受和變化不是那麼容易被察覺、觀察出來的。因

為跑步是一件長期累積的事情，自身的成長和變化，可能會受到空間、時間、事件，以及其他的外因影響。例如自己變得有毅力或是身體變苗條這件事，可能會因為其他事件或飲食的改變而影響，但是也或許在潛移默化中，跑步影響了我們對於人生的態度、價值觀，只是我們沒有察覺而已。不約而同的是，初衷、甜頭、目標在女性慢跑的經驗過程，會呈現不同的風貌轉變，不同的是對於慢跑的樂趣和動力會隨著自己的感受而持續延續，使慢跑這件事不中斷的原因。

第五節 女性主體的改變

這些正面效益除了是自我認知產生外，還有受到社會脈絡的影響。社會對於女性跑步的態度也在歷史脈絡中，有不同的轉化與改變。到底現代女性是怎麼被社會看待她們慢跑這件事，而這些當事者怎麼感受這件事呢？女性的主體呈現了什麼樣子的改變？

(一) 女性跑者的鏡中自我與生活風格的展現

「那時候有規定自己要發運動文逼迫周遭朋友看一些運動照片和心得，你看我連續兩個月幾乎天天發文我在跑步，大家還會留言什麼你好厲害我好佩服你，結果你忽然不跑了，中斷了這一切，也太對不起愛我的鄉民了。」
(Q 訪談者)

訪談者 C 也提到自己喜歡將自己跑步的成果放到 facebook 這個平台上，並詳述以下幾點原因：

「我覺得是讓自己知道自己也有新的可能，然後想發給大家，對我來說是這樣。可能就覺得跑步對以前的我來說，是很遙不可及、不可能的事情，但是現在就不是一件遙遠的事，而且自己都還做到了！就想要讓大家知道這件事是有可能的，我都做到了呢！小胖妹都做到了！」(C 訪談者)

藉由 facebook 等社群平台的資訊交換，讓身邊的朋友知道自己會跑步也愛跑步這件事，對於跑者來說是個鼓勵、激勵的作用。W 認為這不僅是展示自己跑步的成果，也從自己的身上做一個見證向大家宣揚跑步的好處，而朋友的支持也是她持續的動力。Q 則認為大家對於他跑步這件事的贊同和回響，讓他不僅對自己也做了一些承諾，並對這些朋友負責任（不可以中斷跑步這件事），因為從這些朋友的讚美中，自己獲得了動力和成就感，更不可以因此中斷。這些肯定和讚美，對於女性來說，是一個被社會認可、被認同的過程，進而使女性開始喜歡去跑步。另外在 F 的訪談過程中，提到因為一次的因緣際會，原本老師是藉由跑步來處罰考不好這件事，卻因為 F 自己的耐力和體力，使大家對她被罰跑這件事投以讚賞、欽佩的眼光，使得 F 覺得自己在某方面被讚賞及肯定。

女性跑者在自身跑步這件事上，感受上大多接收到的是正面的情感回覆，C也提到有次晨跑的經驗，會有阿伯們跟她喊加油，她當下覺得很开心很有動力。而家人、朋友的支持，或是路人的加油聲，都是一種能量的支持。

在李瑋挺（2011）的研究中提到，當女性的地位提升且自主權被承認時，這些女性會展開新的生活方式及生活風格，以和傳統女性區別。對於女性跑者來說，這是一種時尚的展現，也是現代女性的象徵，透過身體自主權的掌控，從中獲得成就感和愉悅感。女性跑者藉由跑步，從他人讚美的回應中，去模仿、複製相同的模式（持續不斷的跑步），來找到自我認同和自我成就，無形之中，也形塑了自己的生活風格。訪談者C認為自己並非跑步的菁英，也不是專業的人士，跑步只是個她開心時喜歡做的事情。跑步對於女性來說，不是競賽的關係，也不必是專業的運動權威，跑步對於女性像是一個生活風格的展現，是生活中的一部份。W和Q訪談者也藉由把跑步的成果記錄在社群平台上，展現的也是一種生活方式。

「在開跑前，大家做暖身操之於，彼此聊天著。聊天的話題不外乎跟運動有關，跑步的裝備、app軟體、路跑的資訊等，路跑團體就像一個平台，讓所有喜歡跑步的人聚在一起，交換彼此的資訊。」
（田野筆記—路跑團體）

「在健身房的話，就是旁邊的人也都在跑步，就會有一種大家一起努力、加油的感覺！」（B訪談者）

慢跑是一個生活風格的展現，而慢跑團體是一種標誌，使相同領域、相同習慣的人從中找到集體認同，並形成一個內團體、網絡(李瑋挺，2011)。而生活風格的展現，不一定要靠內團體的凝聚來強化，而是可以藉由各種媒介物（社群平台、路跑比賽）來創造其生活風格，呈現健康、陽光、活力等形象。慢跑圈就像是個小型社會，有專屬於自己的文化，透過慢跑展現的特性也不盡相同。研究者好奇的是究竟女性跑步是什麼樣生活風格的展現？

「女性跑者大多追求的不是速度，而是一種自我挑戰的感覺，在比賽的過程中，有些女性會有自己的網絡和社群，大多不是一個人單獨在跑，且彼此之間會互相加油打氣！處在全部都是女性跑者的賽事裡，我覺得自己並得更有動力和勇氣，每當自己想要休息時，看看附近始終不放棄的女性跑者，就覺得自己更要加油，不可以輕易認輸。」
（田野筆記—nike 女子半馬路跑）

江艾倫（2013）提到女性團體與眾不同之處，在於跑友之間的加油打氣與體貼照顧的心理狀態，此外女性跑者間的競爭意識較不明確，對她們來說享受的是集體路跑的感覺。在社會化的過程中，女孩被期待、規範要體貼、照顧他人，細心及溫柔的特性，使女性對於社交關係的重視，也會較倚賴歸屬的團體，彼此之間有依賴的效果，而競爭、速度、獲勝等特質對於女性來說，反倒不是最重要的，使女性在跑步時也呈現不同的跑步風格。女性藉由跑步，展現自我主體的同時，也嶄露了主控權的行使。

外界對於女性跑步是不排斥的、讚賞的，但是這是個怎麼樣的想像？具體的看法是什麼呢？父權社會是如何妥協到認同呢？

（二）女性主體的浮現

相較過去，女性不被允許跑步、不得參賽，因為纏小腳所以活動範圍的被限縮，到現在社會鼓勵女性運動，讚賞女性跑步。女性從被動、忽略的支配個體，到可以掌控自己的生活自主權的主導者，女性主體越來越被重視。

現代女性角色多元，媳婦、媽媽、職員、好學生、女兒等身兼數職，在忙碌的日常生活中，女性需要一個出口紓壓，而慢跑對於女性來說，是一個窗口可以拋開這些身分，單獨與自己對話的管道及紓壓方式，女人的出走造就了慢跑圈的活絡。部落客馬克媽媽，是一位有了4個小孩的媽媽，原本想藉由跑步來找回身為女人的曲線，但到後來，慢跑變成是一種釋放和舒壓，可以暫時讓自己做自己的空間。在文中她寫到：「如果你厭倦你的生活，討厭你的人生，那麼就來參加一場馬拉松賽，這絕對是一場可以讓你重新位生命感動的活動。」而演員張鈞甯也是藉由跑步，脫下演員的角色，讓跑步把自己帶到另一個世界。另外，短跑選手紀政，從原本的體育選手，以運動競賽作為自己的主體，作為自己的職業，現在跑步對她而言，是個生活風格，是享受、是樂趣。

而其他的女性對於自己的跑步，也有自己一套的慢跑態度與哲學。透過網路與 facebook，跑者用文字及照片分享她們的里程數、運動心得以及對於跑步的態度和收穫，讓單純的跑步從運動紓壓、打造苗體身體等思維，轉變成自我挑展、展現意志力與新鮮、有趣、美麗的象徵，也扭轉大眾對於過去運動的態度，現代女性認為「即使滿頭大汗、揮灑汗水，也是一幅再迷人不過的畫面。」（楊存菁，2013）

跑步，對於女性，不是永久的一個歷程，而是像一個身分的轉換。這和男性的休閒是非常不一樣的，男性無慮考慮到時間的壓迫、生理上的不便，以及女性休閒的困境。女性在這些多重角色裡角色扮演著、身兼著，而跑步做為一個換場的空間和後台，此時女性的主體才真正得以嶄露。從父權社會的壟罩和控制中，

女性試圖從中拿回身為女性的主權，走出自己的路及價值。

但是至此之後，女性的主體真的就被社會看見了嗎？還是這又是一場美麗的騙局呢？父權社會真的完全妥協並承認女性的自主權了嗎？

第六節 消費與被消費？— 跨越邊界

當一家企業、一個國家，為了不讓經濟到達飽和、為了賺取更多更大的利潤，便開始去尋找、創造其他的可能性。而女性在這塊大餅中，成為了他們眼中的績優股、大肥羊。女性的學歷、經濟能力開始提升，不過她們在各個領域中始終被排除隔離在外，於是在商業機制的運轉下，邊界開始鬆動，並納入、允許女性群體進入。

（一）女跑者服飾的保護色

隨著大型路跑活動開創女性路跑熱潮，女性相關商品的種類也隨之增加。PUMA 表示在運動系列的業績比，女性商品的成長力強，年佔比就高達 4 成左右，尤其在女性慢跑鞋，今年更有 30% 的成長幅度。（楊存菁，2013）

鞋款的推陳出新、新奇有趣的路跑賽事、眼花撩亂的跑步裝備，企業把過去以男性為主的運動概念及形象，透過女性跑步這件事，來增加女性運動者及女性市場的成長。路跑賽事就像個誘餌，吸引女性參與，進而在無形之中，藉由提供其他的產品，創造女性這些需求。

「上大學的時候，我打工賺了很多錢，然後我就買了一雙鞋子，我買的時候很貴，穿去麵包店工作又怕把它弄髒，可是放在家裡又沒有用處，所以後來就想說來跑步好了。其實，這雙鞋不太適合跑步，因為鞋底重，可是我還是跑了，也就用這雙鞋養成了跑步的規律。」
(C 訪談者)

訪談者 C 為了善加利用剛買的鞋子，於是把鞋子當作跑鞋，來培養跑步的習慣，久而久之，自己不僅有了跑步的習慣，也開始會買其他的跑步周邊商品。

「剛開始我也是什麼都沒買，穿了海灘褲就跑了。後來就覺得自己應該也要看起來會跑，就自己去買了衣服、褲子、臂套及運動內衣。」
(C 訪談者)

「今年 3-7 月 NIKE 狂出跑鞋，而且超級好看的，讓我購物慾整個

大升，超級想買，但是好貴又買不下手.....跑衣和跑褲都有買，長的、短的都有，另外還有買固定劉海的髮帶。基本上，買了這些配件是希望可以在跑步時，穿著適當的配件，跑起來比較舒服。」(Q 訪談者)

「跑鞋真的不是普通的價錢，每個都貴鬆鬆，前年我報名參加了nike 的路跑比賽，就買了一雙三千多塊的鞋子，當初會買的原因是想說，自己要跑這麼長的距離，就買好一點的鞋子，而且這樣也會激發自己以後多跑步。」(F 訪談者)

研究者身邊有許多朋友，有的參加路跑比賽兩、三次，就買了短褲、緊身褲以及專門的跑步背心，這些購賣慾望是怎麼被創造出來的呢？對於女性來說，為什麼會捨得花這樣的錢呢？在訪談的過程中，大多數的女性沒有其他運動的習慣，不像男性有籃球鞋、足球鞋、羽球拍等各類其他運動商品的花費，所以女性相較於男性，更捨得花這筆投資在慢跑這項運動上。

而「看起來很會跑」是一個怎麼樣的概念呢？這和護士如果不穿護士服就不專業的道理一樣嗎？服裝、配備對於跑者來說，不僅是一個辨識的標誌，也是一種象徵，就如同哈雷機車的文化裡，成員透過機車的保養、改裝與配備，來作為內團體的標記以及地位身分的顯彰。女性跑者藉由服飾、裝備來融入自己身為專業跑者的角色裡，以此更勉勵、激勵自己跑步。此外，在看起來很會跑的脈絡下，蘊含著跑者對於外觀的重視，以及身分的標記與想要呈現的專業形象；而非此身分的人，則是可以藉由穿戴服裝配備，來擁有、取得這樣的形象。

但是，我們為什麼會需要這些配備呢？沒有排汗、保暖的褲子我們就無法跑步了嗎？沒有輕巧柔軟及避震效果的跑鞋我們就無法跑了嗎？你會說因為這樣跑起來更舒服，跑的速度可以更快、對於身體會更沒有負擔及傷害。那如何解釋獵豹追趕羚羊的奔跑本能呢？它們會有大腿抽筋、骨膜炎的發生嗎？高山地區的塔拉烏瑪族人（世界上最厲害的長距離跑者）為什麼五十來歲穿涼鞋還可以跑得比我們幾十歲配備齊全的人還快呢²²？這些配備對於我們何時變成是一種必須品的意象概念呢？而女性為什麼會成為產品需求量最大的群體呢？

（二）商業機制的催化劑及女性刻板印象的扭轉

參加路跑比賽就是專業的跑者？擁有高彈性的緊身褲、GPS 手表及跑鞋的才是專家嗎？那如何解釋為什麼我們的祖先在遠古時期沒有精良的護具和鞋子仍

²² (Christopher McDougall, 2010)《天生就會跑》一書

可以上山下海捕捉獵物呢？而為什麼現在的我們跑步這麼容易疲累，甚至有醫學研究²³發現跑步比任何運動所造成的傷害都來的大，還有不少醫生認為人體天生是不適合跑步的，為什麼這和前者會有這麼大的落差和矛盾呢？²⁴Robillard 提到人類天生的跑姿就是赤腳跑步，因為人體的兩個腳掌就有 52 根骨頭組合而成，肌肉的密度極高，而穿鞋子使我們的腳就像溫室裡的花朵，因為沒有訓練而無法漸漸失去原有的能力，此外，穿鞋的跑步所承受的風險遠高於不穿鞋子跑步的人（轉引自徐國峰，2013）。²⁵

「我現在這一雙跑鞋是 NIKE 赤足系列的跑鞋，強調在你的腳可以最真實的親近地面，並貼合你的腳型去跑步。說真的，那雙鞋底真的很軟很舒服，但是真的很貴，好像三千多塊吧！後來我朋友說既然是赤足系列，那你幹嘛不光腳跑就好了，仔細想好像很有道理，可是，現在路面這麼爛，有鞋子保護還是比較好啦…」(F 訪談者)

從 F 的回答中，我們可以看出 F 當初的矛盾，號稱赤腳的功能何不實際用赤腳的方式跑步呢？難道是因為路況的不允許嗎？矛盾的背景脈絡究竟是什麼呢？而這些不斷推陳出新的鞋款是怎麼一回事？科技的幫助真的全然無效嗎？不斷上架的鞋子及配備，不是為了改善設計，而是為了「刺激銷售」。從路跑比賽的舉辦、鞋款、衣著服飾等配備的花費，使跑步變成還未開發的寶礦，同時也是一門好生意，而女性消費者在這過程中，是最主要的潛力市場

「算一算自己有跑步習慣大概有四五年了，可是近年來，我開始會去注意慢跑相關的產品，尤其到運動商品店，就會想要去看運動緊身褲和鞋子。這幾年的款式真的比以前好看太多了，真的會讓人不得不注意～」(F 訪談者)

運動領域通常是男性的範圍與空間，使女性運動的比例非常少，而跑步除了沒有這麼強烈的陽剛氣質外，也是一個不需要太多技巧及基礎的低門檻運動，女性相對而言並沒有這麼排斥，這也讓女性在商業機制裡成為最有潛力的族群與市場。而且，在現代社會中，女性經濟獨立，社會地位逐漸提升，女性擁有能力、權力去購買自己想要的商品，使得女性在消費市場上及運動商品的領域中，成為最炙手可熱的群體。

「其實我之所以會買運動內衣，是因為參加了 nike 21 公里的女子路跑比賽，當時的參加獎有送背部挖空的背心。而自己試穿之後發

²⁴如上

²⁵(Jason Robillard, 2013)。《更快更安全的赤腳跑步法》

現自己穿背心，露出肩帶很醜又很赤裸!真的很難看耶!所以就買了運動內衣搭配贈送背心。」(F 訪談者)

除了運動的場域及性質原本是排除女性群體外，空間、規則、服裝的配備也從來沒有考量女性的需求。在紀錄片《安派兒》中，敘說著以男性為主的棒球運動，女性在棒球社群文化的被排擠，甚至在護胸裝備的設計上，也沒有考量到女性的胸部差異及穿戴的不便。但是近幾年來，女性的運動人口逐漸上升，尤其是在跑步運動上。業者藉由這樣的現象推出、甚至創造更多商品來獲利。訪談者F由於參加了路跑賽事，特地購買了跑鞋和運動內衣，一方面來說，女性運動意識的被培養、建立，以及周邊商品開始把性別意識納入；另一方面，這樣的消費機制也在無形之中被創造、建構出來。運用女性對於「美」的要求，細節的強調，與商品的整體顏色、氛圍、線條的重視，進而打造女性的消費市場，也建構了時尚流行的趨勢。透過產品的推陳出新，也建構了時尚潮流，使女性消費者在潛移默化中，達到不斷購買的主要目的。

消費者想要購買的往往不只是產品本身，還有產品所被賦予的附加價值。除了功能性之外，更多了情感認同的連結、美好的體驗以及產品背後的意義(張俊惠、洪正興，2011)。

究竟女性買了這些服裝配備，除了可以使她們跑得更快速、更舒適之外，還有什麼情感的連結呢？而這些業者是如何運用這些細節來吸引女性跑步呢？首先，女性的需求開始被重視以及納入考量，例如女性的運動內衣設計、女性的專屬路跑比賽，以及眾多專門給女性的產品及活動開始雨後春筍般的出現，再來，女性的性別刻板印象已經逐漸扭轉，但是是怎麼扭轉呢？幕後推手是誰呢？是社會、女性還是財團呢？

從Nike的女性跑步廣告中，我們可以發現呈現出來的女性角色是非常自信、陽光的形象，女跑者穿戴著精良的配備，有型的慢跑鞋，呈現一種時尚的潮流元素，好像當妳跑步了、穿了這些配件後，你就擁有這樣的形象。市場創造了這些含意與意象，並運用女性的心理特質：審美的追求及外觀的重視。如美津濃的總經理山地守提到：「我們將應設更多色彩鮮豔的服裝與鞋款，滿足女性兼顧運動與時尚的需求」。從打造、創造了這些慢跑相關運動產品，使女性在潛意識中，要跑步時會聯想到這些配備的穿戴。此外，透過藝人、大眾媒體的加持，使女性自動、主動變成參與者、消費者的角色，並如廠商預期的購買這些產品。

Nike的慢跑代言女星張鈞甯在影片裡，從一開始的訓練，到勇於挑戰，及最後的用跑步釋放自己，展現的是一個全新的自我。而社會意識正如同影片中的呈現，傳達的是社會對於女性和跑步這兩者的組合，是很令人動容和欽佩。無論

是廣告、新聞、影片，女跑者展現的是非常陽光、自信的形象，運動女孩以健康的氣息，不同於現代的年輕女性，甩掉愛玩、上夜店的形象，也異於傳統婦女賢淑、溫柔的氣質。商業機制把女性跑步的現象包裝成一種健康的態度與流行的趨勢，無形之中，女性的刻板印象被間接翻轉，去除過去瘦弱、沒有體力的女體想像，轉變成女性在長跑的意志力、耐力的展現，還有堅持的態度，不僅讓社會對於女性跑步有不同的認知，也讓女性的主體被看見。

這樣的商業包裝，把運動女性塑造一種女強人、強壯自信的氣質，使社會大眾漸漸注意且認同她們，女性主體看似掌控了自主權，成為自我的主體，把原先專屬於男性的空間、場域與設計，從中現身並追討。但是，女性，同時也被作為一種商業機制下的客體，在天平兩端被衡量交易。

在和訪談者們聊天的過程中，討論到跑步的服裝配備議題時，女性跑者對於商業機制的介入，彼此也有不同的看法。

「我覺得這樣城市人好可憐～像我就覺得路跑是城市人才做的事情！就是會覺得為什麼跑步還要交給別人錢。」(A 訪談者)

當和訪談者 W 聊到運動配備的高金額、高花費時，W 回應道：

「運動場或是競技場上，是金錢的競爭啊！而且名人、藝人穿的那些都是有人贊助的．．．」(W 訪談者)

路跑報名費、慢跑的服裝配備，對於女性跑者來說，並非是照單全收。在選擇消費或不消費的同時，會仔細考量自己的需求。跑步，是一種運動，但卻可以分不同種層次，可以是隨興地跑步，穿著寬鬆棉衣、短褲的慢跑，或是穿戴高科技的跑鞋、排汗保暖的束褲以及 GPS 定位的手錶記錄自己的跑步過程，同樣的運動，卻有不同的行動方式。對於同時是女跑者又是學生的雙重身分，在經濟的考量上會去斟酌，我們可以看出女性在商業機制的運轉中，非無意識地被操弄，而是在過程裡，發展自我慢跑的風格。

女權的上升、社會風氣的開放、商業機制的運轉，已經不是所謂的因果關係，而是複雜的交織網絡。女性的能力間接被認可及重視，某方面是由於經濟利益的考量，但是同時商業機制又不得不服膺於女性的主體及特性。

Nike 的公關經理 Monica 提到：「我們相信，女性透過運動可獲得更多的自信，這些能量能幫助她們在工作、課業中表現的更好。」這些影響，使社會大眾開始注意且認同她們，無論是什麼機制及社會脈絡，確定的是，阻卻女性的那道界線也漸漸鬆動模糊中。

柒、 結論

(一) 研究發現

在過去，女性的身體是不適合跑步的，在早期的歐洲醫學觀念中，認為女性的身體偏屬陰寒，不適合激烈的活動，不僅女性的腳會變大，也有可能使胸部縮水及陰莖會掉出來等風險。在東方的歷史文化中，則是以所謂的三從四德的儒家思想來禁錮女性，並以三步金蓮、裹小腳的美麗象徵來推崇、建立女性的價值。女性的身體在過去不僅不是一個跑步的身體，也是一個沒有自主權的身體。

「女生本來就不會運動了阿！」、「女生幹嘛跑步啊？要做什麼？」等社會價值觀中，女性和運動似乎是被切開的兩者，想跑步就跑步的簡單行為，對女性而言，卻有重重的挑戰。社會期待女性乖順、溫柔的陰柔氣質以及運動是男人領域的迷思，使女性面對運動歷史及社會歷史的雙重阻礙。在這方面，男性卻很少會有這樣的警告和待遇，藉由運動，男性不只證明了自己的男子氣概及陽剛氣質，另一方面也阻卻了女性的加入，並保障自己的地位。使女性在運動的起跑點上，就先天性地被排除在外。此外，女性被塑造為弱勢的邊緣角色外，也成為被社會控制的工具與手段，而女性在無意識的社會化過程中，認命的接受這樣的安排處置。

在 1893 年紐西蘭女性首次爭取到應屬自己的投票權，而英國女性是在 1918 年才取得投票權，但是在生理上，女性卻仍是不自由的狀態，直到 1967 年，Switzerrm 偽裝男性混到波士頓馬拉松參加比賽，雖然最後仍被主辦單位制止及驅離，不過使女性在 1972 年終於擁有和男性一樣的權利參加比賽跑步。

現代社會中，女性跑步的限制、開放到現在蔚為一股風潮的現象是怎麼出現的？那女性跑步了之後，就可以逃脫社會框架、掌握自己的女性主體嗎？女性為什麼想要跑步呢？社會脈絡又是如何創造出女性跑步的慾望？

社會時時監督著女性的生活作息，窺視並規範女性的身體意象，期待女性擁有瘦、白、美等美貌神話，並透過大眾媒體的強化，使女性不得不更嚴格的檢視自己的身體。在這個過程中，有些女性藉由跑步，來重新塑造、建構自己的身體，但是另一方面，又擔心這樣的運動和女性的陰柔氣質不符，甚至會有長肌肉、曬黑、陽剛氣息的反效果出現。在女跑者的跑步經驗裡，矛盾兩難的選擇外，經驗到的是一些不同於過去的經驗。

女性藉由跑步與自己對話，並接收外界、自我的反應及變化，並得到另一種釋放和自我成就。透過跑步，女性掌控了自己的身體，不僅可以運動，甚至發展出女性的服裝配備以及女性專屬的路跑活動。跑步的意義在過程中的被挑戰、翻

轉與顛覆，使女性對於跑步有了不一樣的想像與認知，休閒領域也轉換了新的方式，把一切順存與父權社會與商業機制的不變定律，扭轉並創造出屬於女性的價值與生命軌跡。

社會風氣開放、女權意識升高的背後，研究者認為商業機制扮演著推波助瀾的大功臣角色，為了牟取更多的利益、更龐大的商機，於是社會逐漸放寬、解開對於女性身心靈上的枷鎖，並創造其購買慾望。過程中產生的性別刻板印象的扭轉，是業者沒有預料的化學變化，但是也由於這樣的化學變化，使商業與女性兩者達到雙贏的局面。或許有人會認為女性在這樣的消費市場中，被操控、玩弄，但是這樣的前提下，是女性的經濟能力獲得許可，使商業趨勢不得不往這樣的方向，並依循著女性的喜好、慣習與特質而調整。看似在有限的選擇裡選擇，女性從中發展出自我的權力與主體的價值，追討被社會控制的身體。

（二）未來研究方向

在訪談的過程以及研究者的田野資料交叉觀察，可以發現慢跑不只是單純的一項運動，在低門檻的條件下，卻交織著複雜的網絡與條件。在運動中，無論是運動的裝備與配備，都是需要金錢上的支持，甚是在時間上，也是需要付出和另外空出才得以行動。而身為一個勞工階級的身體，是不被允許運動的，平日工作的大量勞動，使她們沒有額外的身心及力氣可以運動，沒有必要也無法運動。難似沒有任何門檻的慢跑運動，無形之中，透過每個人的社會位階也會發展出不同的社會關係。

而台灣的慢跑運動也從原本默默無聞的隱形運動，透過各種包裝，變成一種時尚的微精緻運動。從商業的角度去探究女性跑步的慾望是如何被創造、被無意識建立，女性消費者（也是女跑者的腳色），是怎麼意識到這樣的機制，且會採取怎麼樣的行為都是未來可以研究的方向。

（三）研究限制

在訪談對象設計上，都是以女性跑者為主，在研究中無法客觀的補足「女性」跑步的感官經驗與社會困境，在未來研究上將會採納男性跑者的經驗，作為對照組的比較，以使女性特殊的生命脈絡完整呈現出來，也讓女性的權利展演更有說服力、更有力道的被嶄露。

另外，在女性群體裡，會因為年齡層的不同，連帶影響女性在社會脈絡的處境與文化背景（如帶了三個小孩的母親和跑步的關係、年輕的單身白領女性以及剛經歷更年期的女性），不僅她們對於跑步的動機和慾望不盡相同外，阻礙他們運動的因素也不一樣，女性的主體和權力展演所呈現的也是完全不同的脈絡。

參考書目

- 黃雅惠（2003）。女性運動員於社會化中之動機、角色衝突及困境之研究－以參與九十二年大專運動會甲組女選手為例。台北市立體育學院運動科學研究所，碩士論文，台北市。
- 林巖勳（2009）。女性運動員性別角色衝突與身體意象、運動承諾與情感關係－自我複雜度的調節效應。國立體育大學體育研究所，碩士論文，桃園縣。
- 李瑋挺（2011）。台灣女性購買奢侈品的因素。國立台北大學，碩士論文，新北市。
- 陳榆沁（2010）。迎風獨奏－女性單人單車環島之旅的意義。國立台北護理學院，碩士論文，台北市。
- 黃瓊妃（2009）。女性研究身體意象初探。國立東華大學多元文化教育研究所，花蓮。
- 蔡佩芳（2004）。我是女生，漂亮的女生？廣告中的美貌迷思與青少年的性別認同。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 黃振紅（2005，8）。〈大專學生參與休閒運動現狀及阻礙因素之研究－以淡水地區為例〉。聖約翰學報，22，411-436。
- 李貽鴻、楊美貞（2003，4）。〈我國女大學生參與休閒運動之研究〉。觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會。
- 楊嘉惠、林耀豐（2011，2）。〈不同性別其身體意象差異性之探討〉。屏東教大體育期刊，14，162-171。
- 鍾武興（2012）。桃園縣國小教師休閒運動態度與阻礙因素之研究。未出版碩士論文，台北市立教育大學體育學系體育教學碩士班，台北市。
- 鍾瓊珠（1997）。大專運動員休閒行為之研究－以國立台灣體專專長學生為例。未出版碩士論文國立體育學院體育研究所，台北市。
- 石淑君（2008）。欲望發酵體－女性身體意象之延伸創作。實踐大學時尚與媒體設計研究所。台北。
- 張錦華（1997）。女為悅己者容－瘦身美體廣告的影響研究。台大新聞研究所，台北。
- 滕德政（2000）。「黑白ちへ、！亞當夏娃々へ、？！」運動文化的刻板印象——一個國小班級躲避球運動之研究。國立花蓮師範學院多元文化教育研究所碩士論文。花蓮。
- 張雅虹（2007）。女性瑜珈參與者休閒經驗之研究：女性主義的觀點。靜宜大學觀光事業學系研究所，台中。
- 陳德容（2003）。健身房中年輕女性身體概念的建構。國立台灣大學建築與城鄉研究所。台北。
- 王宣蘋（2008）。瘦不了的苦：網路媒體美貌迷思建構及打尺碼女裝購買者認知研究。國立交通大學傳播研究所，新竹市。
- 林亦翎（2013）。探索內部行銷與消費真實感矛盾的關聯性－亦薰衣草森林的幸

- 福商品化文立。逢甲大學合作經濟碩士論文，台中。
- 余曉雯（1998）權力交戰場：學校中的身體規範與學生的身體觀。國立台北師範大學國民教育研究所論文。台北。
- 廖清海（2007，9）。〈媒體體育運動內容中呈現的性別差異情形〉。中華體育季刊，3，頁 94-102。
- 孫彩卿（2007）。大專羽球運動園休閒運動參與現狀及阻礙因素之研究。北商學報，12，頁 109-118。
- 張孝銘（1998）。論現代運動中之意識型態。中華體育季刊，2，頁 26。
- 游鑑明（2012）。《躍動的女性身影：近代中國女子的運動圖像》。台灣。博雅書屋。
- 何修（譯）（1992）。N.Wolf 著。美貌的神話（The beauty myth: How images of beauty are used against women）。台北市：自立晚報。
- 陳正健（2013，12）。〈路跑蔚為風氣 紀政：群聚效應〉。台灣醒報。2014.10.17 取自 <https://www.amntw.com/articles/20131218-IJa5>。
- 楊純菁（2013，7）。〈女跑熱潮挑戰自我，就算流汗也時尚〉。大紀元。2014.11.18 取自 <http://www.epochtimes.com/b5/13/7/27/n3927268.htm>
- Donald Katz 注，麥慧芬譯（1999）。《just do it：透視耐吉如何締造運動王國》。台北：智庫文化。
- 周宇寬（2002）。《女性消費心理面面觀》。台北：國家出版。
- 王荷英（2009）。古希臘哲學家柏拉圖及騎師、生的體育思想。2014.10.31 取自 <http://www.hkshp.org/humanities/ph121-13.txt>
- Linli（2014）社群網站宅男當道？其實女人才是頭家！2014.11.04 取自 <http://technews.tw/2014/04/15/who-rules-mobile-social-media-world-men-or-women/>
- 柯基生（2009）。蓮術（纏足之方法剖析）。2014.11.06 取自 <http://www.footbinding.com.tw/site2/0400/0402.html>
- 燕珍宜（2013）。進擊的路跑攻佔全台。2014.11.06 取自 <http://www.new7.com.tw/NewsView.aspx?t=08&i=TXT2013100214195964R>
- 徐豐恩（2013）。第一個跑馬拉松的女人：「我只是想要跑步而已！」。2014.11.07 取自 <http://www.thenewslens.com/post/17056/>
- 魏嘉儀（2013）。商機翻倍破百億 路跑到比在夯什麼？http://www.ecf.com.tw/newMag-page.php?a_id=2105
- Tony Schirato（2009）。《運動的文化分析》。何哲欣譯。台北。韋伯文化國際出版有限公司。