

復興崗學報

民 102 年 12 月，103 期，25-52

新聞報導中的女性軍人框架 ——以四大報為例

謝純雅

國防大學政戰學院新聞學碩士

邊明道

國防大學政戰學院新聞系助理教授

摘 要

本研究關注媒介再現的女性軍人形象，因此以 2005 年至 2012 年間與女性軍人相關的四大報新聞報導 180 則為研究對象，以「內容分析法」及「幻想主題分析法」針對上述文本分析，以了解四大報對於女性軍人的報導模式及論述形式。研究結果有五項發現：第一，女性軍人框架不實再現：其中「超男人」與「美貌」迷思的挹注，使女性軍人形象遭受媒體扭曲；第二，四大報報導框架一致：三大報受到《蘋果日報》的影響，引發「山寨效應」，紛紛仿效其報導模式；第三，女性軍人框架漸趨多元：除了以「男性特質」為主的女性軍人形象外，近年來產生以「外貌」取勝的女性軍人形象；第四，募（女）兵政策影響報導數量：經由研究結果發現，女性軍聞的數量除了與當年度發生事件影響程度有關，亦與徵募的女兵人數相關；第五，性別觀點趨同化：統計結果顯示，「性別」因素對於軍聞報導模式沒有影響，可推知應與四大報軍事記者性別失衡問題以及「編輯室社會化」因素相關。經由本研究的成果，呼籲媒體重視編採線上性別失衡的問題；再者，希望提醒國軍新聞單位能調整女性軍聞發佈策略，正視媒體對於軍人形象的不實建構，俾利軍隊「性別平等」政策順利推行。

關鍵詞：女性軍人、媒體再現、框架、性別刻板印象、迷思

News Framing of the Servicewomen -The Case of Four Major Newspapers in Taiwan

Chun-Ya Hsieh

Master of Journalism
National Defense University

Min-Dau Bian

Assistant Professor, Department of Journalism
National Defense University

Abstract

The focus of the study aims at how the image of servicewomen was represented. Using the sample of 180 items from four newspapers in Taiwan over the period of 2005 to 2012, the research analyzed the model of the news coverage as well as the way the discourse was shaped by means of content and fantasy theme analysis. The media reproduced the myth of supermen and outer beauty in the news reports, which resulted in the distortion of the servicewomen's image. In the light of the result, the media is expected to take the gender-imbalanced issue among journalists seriously. Most importantly, it suggested that the research be seen as a reminder that the military news agency ought to confront the false representation of the servicewomen and thus the policies pertinent to gender equality could be carried out thoroughly.

Keywords: servicewomen, media representation, frame, gender stereotype, myth

壹、研究緣起

在西方國家女性軍人已相當普遍，甚至參與戰鬥任務和駕駛戰機；以色列、法國、德國、加拿大、紐西蘭、芬蘭、挪威、瑞典、瑞士與丹麥等國，女性軍人可以直接擔任戰鬥職務。而台灣女性軍人越來越多，佔國軍人數約 7.6%（蘋果日報，2013.3.9），顯見從軍已成為女性就業（職）的選項之一。

2010 年，紅極一時的戲劇《新兵日記》中形象鮮明的士官長、政戰官，挑起大家對女性軍人的興趣；體能、氣魄不輸男子漢的士官長形象，突破以往一般人對女性軍人的柔弱印象；而美貌具有氣質的政戰官，十足衝擊陽剛的軍人形象，也引起閱聽眾議論紛紛（郭靜儀與邊明道，2011b）；其後接棒的「特戰英雄」中加入了為數不少的傘訓女學員，由柔弱、恐懼蛻變為剛強、勇敢的形象令人印象深刻；尤有甚之，國防部與三立電視台合作的慶祝建國百年戲劇—《勇士們》，裡頭亦有女連長、女官校生等角色演出；以上這些戲劇的演出除了肯定女性從軍的壯志雄心，也顯示女性從軍的浪潮正盛。

隨著社會經濟環境的變遷，以及國軍轉型的需求，女性已經成為國軍不可或缺的戰力來源；而女性以有別男性的柔性角色（主持人、宣教人員）存在於陽剛部隊開始（秦光輝，1996），逐步擺脫花瓶角色，角色定位更隨著職務的開放因時俱進發展；隨著人數增多，新聞曝光率提高，女性軍人因而成為媒體寵兒，女性軍聞也成為閱聽眾對於國軍形象建立的一部分。以下透過女性軍人發展歷程的介紹，進一步了解女性軍人目前的角色定位。

台灣女性從軍的歷史，從 1949 年女青年訓練大隊成立始寫下序頁（王美玲，1999），一直到 1991 年以後，開始擴大招募女性行政及後勤職類軍/士官，再加上 1994 年以後，隨著經濟發展以及女性素質的提升，國防部陸軍官校、海軍官校、中正理工學院以及國防管理學院等院校也開始招收女性，各兵科學校¹及甄選官科²也開始自行招募女性專業軍官，以符合各軍種任務的人力需求（孫敏華與許如亨，2002），當時女性軍士官人數約有 8000 多員（青年日報，2003.7.30）；以訓練及生活上與男性並無差別的管理方式，來強化國人對軍中兩性平權及軍事訓練一律平等的社會觀感。

其後因應時代潮流，女性志願役士兵自 2006 年開始招募，員額由 100 員擴展到 604 員（蘋果日報，2006.4.10）。2010 年，女性除傳令兵及行政車駕駛兵外，更含括各軍種戰鬥、戰鬥支援及勤務支援等專長職務，大大增加了女性軍人在軍

¹ 陸官後勤學校、國防大學國防管理學院。

² 化兵、工兵、通信、運輸、兵工、軍醫、經理、行政。

隊發展的空間（張兀岱，2010）；2007年，陸軍勤務指揮部通資營資作連成為國軍首度成軍的「女兵連」（中國時報，2007.7.17）。募兵制度發展到2012年，女性志願役士兵的募兵比例超過110%（自由時報，2012.11.30），相較於男性的（募兵達成目標）僅達54%，顯見女性從軍的意願較男性踴躍（自由時報，2012.11.22）；2013年馬總統於三八婦女節宣布：「女性從軍員額取消原訂8%限制」（蘋果日報，102.3.9），此時部隊的女性已突破16000人，創歷史新高。

貳、研究目的與研究問題

因著女性人力逐步投入軍旅，使得普羅大眾開始關注到女性軍人的存在，乃至於透過媒介一窺其不為大眾所知的面貌，而媒介所呈現的女性軍人框架是否與真實世界一致，是本研究欲探究的焦點之一；另在兵役制度的更迭之下，女性軍人的報導數量是否有所改變，是本研究欲探討的焦點之二；又在市場結構變遷後，媒介文本內容是否因此改變。綜上所述，本研究目的為以下二項：

- 一、了解媒介所建構的女性軍人形象與真實世界中女性軍人之間的差異。
- 二、了解在兵役制度的更迭下，女性軍人報導的「質」與「量」是否有所改變。

據上所述，研究問題如下列兩項：

- 一、媒介所建構的女性軍人框架與真實女性軍人樣貌差異為何？
- 二、《蘋果日報》、《中國時報》、《聯合報》與《自由時報》所建構的女性軍人框架是否有所差異？

參、相關文獻整理

社會大眾透過媒體對於女性軍人形象的再現，來預設或想像女性軍人的樣貌；換言之，媒體對於女性軍人的報導與論述，便成為國人在了解國軍戰力中女性人力資源和軍中兩性平權落實的現況和印象。同時也藉由媒體的「真實」再現，了解女性於軍隊服務的現況，以作為從軍與否的參考。

謝純雅與邊明道於《性別平等教育季刊》59期中〈別再叫我「花木蘭」—新聞報導中的女軍人迷思〉一文中，針對女性軍人相關報導做初探（謝純雅與邊明道，2012）；透過《蘋果日報》電子資料庫，檢視自2004年5月至2012年底有關女性軍人的報導，由203則新聞中，篩選掉違犯軍法（紀）案件之新聞，遴選出84則新聞；其中強調女性軍人外型、身材的佔28%，另外刻意賦與女性軍人「陽剛」形象的佔38%。也就是說，女性軍人被歸類為兩種，一種就是以「外貌」、「身材」取勝的「美少女戰士」，另一種就是擁有「力」與「美」的「霹靂嬌娃」。

研究者認為《蘋果日報》所建構框架與真實的女性軍人面貌不符，因此藉由新聞文本分析，以釐清其他三大報所建構的女性軍人框架是否已與《蘋果日報》的報導無別；另外進一步了解媒介真實與社會真實間涉入了何種人為因素。

一、迷思與意識形態

不論傳統的中國社會或現今的時代脈流裡，兩性就不曾屬於同一階級（陳玉珈、陳櫻慧、張毓如及李靜宜，2001）；在文化上陽剛陰柔的性別差異，皆以「男尊女卑」為內容，逐步建構成為社會體制的一部份（林麗珊，2007:174）。中西方對於「父權（系）社會」的規範，使得性別迷思的再製與傳頌在潛移默化中，成為社會文化中重要的一環，也奠定了整體文化的核心價值。

文化中的父權思想將女性視為次等、不完美、不完整的，如此的厭女（misogyny）情節，構成了女性被壓迫的合理條件（游美惠，2012）；因而在耳濡目染下，「男尊女卑」、「男強女弱」的價值觀長期形塑人們的認知，對女性的偏見與歧視成為慣常的思維，亦根深柢固的成為多數人的中心思想。

主流意識形態透過教育體系的灌輸，和媒體文化的廣泛宣傳，形成個人主觀刻板之定見（林麗珊，2007），內化的父權價值觀成為主流的意識形態，掌握所有的發言權，宰制著女性形象的優劣；而媒體對於女性的形象建構，被主流的父權意識形態所操控，使得女性的符號成為次等、卑下的代表，同時也形塑了大眾的價值觀；因此，當性別意識被喚起時，一般人常以性別刻板印象作為導引自我行為、期望評價他人的認知參考框架（王宜燕，1991）。

不管是傳統的神話或是民間故事（folktales）中所傳頌的「迷思」，都已變成社會上所崇尚的價值，並且被賦予社會秩序正當性，更將它們放在常識認可的範疇裡（Oakley, 1975）。女性軍人的新聞論述中，就常搭載這樣的「迷思情境」，以「超男人迷思」及「美貌迷思」框架許多女性軍人。

（一）超男人迷思

追溯自西元前八世紀的「亞馬桑（Amazon）」神話中，亞馬桑女戰士是當時最優秀的戰士，她們驍勇善戰，堪為男性剋星（沈明室譯，1998）；相傳中世紀大量獵殺女巫，所隱藏的是對女性擁有權勢與智慧的恐懼（Rivers, 1996）。反觀我國的神話與歷史中亦不乏英勇好戰的女英雄，若從古籍中找尋，最為人稱頌的堪為代父從軍的花木蘭，其英勇事蹟，青史留名；還有楊門女將穆桂英、三國時期孫尚香等（樂平，1991），都是揚名古今的巾幗英雄；其英勇善戰的鮮明形象，令後世讚揚，但卻不能使女性弱勢的形象因此扭轉；而中國歷史上功業堪稱彪炳的唯一女皇帝武則天，也被以「牝雞司晨」形容；由此觀之，女性就算擁有權勢、

能力，都不能像男人一樣傳頌青史，只能被以「干政」、「奪權」的評價遺臭萬年。

在父權社會中，「偉大」是男性專有名詞，成功的女性僅是「一種想趕上男人成就紀錄的慾望」，且只有少數能做到，偉大的女性被斷定是「非典型」的（Carole and Kathryn, 1998／王順珠譯，1998）。男性的優勢是無可取代的，就算有再英勇、再偉大的女性存在，都僅僅是當代的產物，不會是常態。

（二）美貌迷思

西方世界中，希臘神話有許多傳說：潘朵拉被形容為「帶給人類所有不幸及災厄的女人」，蛇髮女妖梅杜莎（Medusa）代表著男性對女性的恐懼，埃及豔后克婁佩特拉被形容為「曠世的性感妖女」。東方世界中，商周時代的妲己、褒姒更被形容為亡國禍水；楊玉環更為盛唐的興衰背上千古罵名（王偉峰，2009）；以上所提及的女性，在青史中都被形容為「傾城傾國」，但也都是「紅顏禍水」，使得中西方對於擁有「美貌」的女性存在迷思，認為她們都具有殺傷力，而「美貌」是她們的武器。

綜合以上所述，女性形象遭受父權意識形態的操弄與迷思的挹注：「超男人迷思」使女性的偉大被打擊、弱化；而「美貌迷思」視女性為致命的、邪惡的妖怪；媒體在框架的過程中，將上述的父權思想及迷思挹注在女性軍閥中，也使得女性軍人形象遭受扭曲。

二、性別社會化（gender socialization）

美國人類學家 Mead 的經典研究—「性別與氣質」（Sex and Temperament）最有力地說明生物性別與社會性別的不對等關係。Mead 對新幾內亞島內的三個部落研究，發現這三個部落對於性別角色有相當不同的規範：其中一族認為男女都應該溫和且熱愛家庭，兩性間的關係是互相關懷的；另外一族認為男女都應該好勇鬥狠，呈現陽剛氣概，兩性關係充滿懷疑與猜忌。最後一族則認為女性應該具備理性且掌控的特質，而男性應該傾向情感化、撫育化的特質，且在此族中，女性主控經濟活動而男人則努力裝扮自我，表現嬌弱及勾心鬥角以便爭取女人的酬賞。透過這個研究，Mead 認為社會性別的差異，來自於文化因素，而非先天遺傳。

生理性別與社會性別之不必然對等性，雖在學理上得到證實，但在父權的實踐上，卻反其道而行；一般而言，父權社會總是有意無意地在生物性別與社會性別之間劃上等號：生為女性就該成為女人，生為男性就該成為男人；於是，具有 XX 基因的個體，就被形塑成具有陰柔特質，執行表達—情感性功能的「女人」；而具有 XY 基因的個體則被捏造為具陽剛特質、執行工具—理性功能的「男人」。

(周海娟, 2012)。由此可知, 在父權體制下的教育規範, 就剝奪我們主張生理性別與社會性別不必然對等思考與實踐的機會。

透過「性別社會化」這個終身經驗的歷程, 人們開始構築「社會性別」的觀念, 其中, 大眾媒體因與現代人生活息息相關, 可謂社會化的關鍵因素之一, 因此大眾媒體的性別建構過程相形重要; 然而相關文獻一致指出, 大眾媒體呈現性別刻板印象, 並強調女性的性(別)腳本(Tuchman, 1978; 王宜燕, 1991; 顧玉珍, 1991; 楊祖珺, 1996; 王美玲, 1999; 陳政霖, 2002; 李美馨, 2004; 陳泰華, 2005; 陳麗文, 2006; 高素儀, 2011; 郭靜儀與邊明道, 2011a), 由此可見, 傳播媒體透過「性別社會化」的過程, 傳達並複製其具有父權主義色彩的意識形態與迷思。

三、女性框架的形成

大眾傳播媒體是社會關係的中介機制, 透過媒體組織從事知識的生產、複製與發行, 扮演了聯繫社會真實和閱聽人親身經驗的重要功能(McQuail, 1987)。在社會中, 新聞正時時刻刻地被製造, 媒體工作者以新聞處理的方式, 對於「事實」的篩檢、安排、解釋等「意義化」的過程, 形成了「再現」; 媒體從新聞事件的各項元素中, 選出了某些中意的部分, 並捨棄排除其他部分, 藉由選擇、強調以及排除的手法, 對社會議題表現出某種特定的言說形式(林芳玫, 1996), 「框架」(frame)也因此形成了。

媒體使用具有意義的符碼(code)去定義何謂「真實」。所謂的符碼, 指的是一個符號的系統, 其使用規則與習慣來自社會成員間所共享的文化與價值觀, 而文化的意義則透過符號系統的使用被創造與流通(Fiske, 1990, /張錦華, 1995)。因此, 所謂的「真實」並沒有標準答案, 因為透過媒體所呈現出的真實, 都已經被賦予人為的符號意義、經過加工了。

而媒體中所呈現出的符號真實, 是將每日發生的眾多社會真實經選擇、處理過後, 才呈現出來的成品。由新聞記者所決定的新聞顯著性, 成為媒體刊播的評判標準(林東泰, 2008); 因此雖然每天新聞層出不窮, 但是框架是媒體與新聞工作者既有的, 並且固守不變的(同上引, 2008), 因此即使閱聽眾每天看到各式各樣的新聞, 其實都只是媒體在既有的框架中, 挑選某些具有新聞價值的新聞而已。

張錦華(1994)認為媒體是男性延續優勢的實踐工具, 因為媒體傾向於塑造有利的優勢權力結構—不僅是政治體系, 更包含了以男性為中心的意識型態的共識及價值體系; 她更強調: 「意識形態是一種『再現』, 其所再現的是個體與其真

實生存情況間的想像關係」。而從媒體再現的結構中，我們可以發現：被觀察者的意義是透過觀察者權威性的描述被再現、建構出來的。在目前以男性為中心的父權社會中，男性是主體（subjectification）、女性則被定義為客體（objectification），這不僅是一種對性別意義建構的結構，更是強大的父權意識型態運作的結果（王雅菁，2004）。

綜上所述，媒體作為社會各種意識型態競逐釋義權的領域，而既存勢力卻常在文化爭霸的過程中佔著有利的的情勢，因此媒體會把報導的內容構連符合統治者利益的表現方式（陳攻霖，2002）；在這樣的操縱模式下，產生出與其相對應的意識型態，從而實踐其文化霸權，也就是說，女性的形象之所以遭受不實呈現，其實是居主流地位的父權意識型態所操控的結果，因此，媒體所呈現的女性形象，絕非客觀的反映真實。

1990 年代以來，女性在媒體上的形象似乎是多元、紛亂而矛盾的；媒體對女性形象的呈現展露出新舊價值的衝擊以及前進與反動力量的交錯（林芳玫，1996）。大眾媒介是公共論域中的主要界定者，並且在公共議題的性別架構與相關論述上，扮演著重要的文化功能。因此大眾媒介（包括：新聞、廣告、電影等）中所廣泛傳佈的負面女性形象，即成為對女性文化壓迫（cultural oppression）的一種重要形式（Milkie, 2002），而這也成為女性主義社會學家近年來所關注的重要議題。

（一）電子媒體

在不同形式的媒體文本中，女性遭受到刻板印象的影響：廣告中「家庭主婦」迷思的傳頌，使得女性形象與沙拉油、清潔用品具有密不可分的關係女性角色以父權家庭結構中「無我」的女性角色存在，女性被定位為合乎傳統「賢妻良母」的形象以及「空間有限的職業婦女」為主（顧玉珍，1991）；王宜燕（1991）更發現廣告片在呈現男女主角時，仍強調「男主外，女主內」的傳統刻板印象，且傳遞出「男尊女卑」的性別階層意涵。隨著性別平權觀念的提倡，廣告中女性被歸類為純家庭主婦之比例雖較以往研究減少，女性逐漸走出家庭，成為具有專業形象的職業婦女，但依然身負操持家務的重擔（陳虹余，2004）。

尤有甚之，在職業角色下，女性角色仍舊以年輕貌美特質以及被視為男性慾望的「性對象」為主（顧玉珍，1991），廣告商藉由女性曼妙的身材與婀娜的姿態，出售商品、獲得利益，使得女性的裸露程度超過 50%，且女性的形象多流於刻板化，多以「裸露」、「性感」等方式呈現（盧登輝，2004）；廣告中對於「性別」意涵的指涉與刻板印象的深植使女性淪為被觀看、窺視的客體，用來刺激需求，輔助商品銷售（高素儀，2011）。

此外，牛慶福（1981）比較 45 本電視劇本後發現：文本中存在許多兩性雙重

標準，除了男尊女卑、男強女弱外，文本中以男權為中心思想的痕跡十分明顯；而鄒中慧（1987）發現連續劇中女性被塑形為傳統刻板的性別角色，且女性性格傾向被動、消極；李佳紘（1998）也指出：動作片中充滿父權意識，女性是受壓迫的對象，是不重要的附屬地位，且電影常傾向將女主角當成男主角成功後的酬庸。

（二）平面媒體

新聞文本對於女性較常呈現偏見與歧視的現象如下：第一，兩性在年齡上的問題，總是被差別化處理：社會普遍認為男性較女性年長，男性較具有工作成就，能扮演家庭保護者的責任；而女性生兒育女、照顧家庭的工作被視為是其天職，對其生育能力的限制，也反應在現實社會中對女性的偏見；第二，對於女性身體的物化：新聞文本對於女性身體的呈現，經常以文字突顯女性的胸部大小、裸體，並以相當裸露的照片或示意圖展現女體的樣貌。將女性的胴體當作商品公開陳列，以滿足男性的窺視與性需求，貶抑女性的價值；第三，新聞文本並不符合性別平等之精神，對兩性有不同標準的道德要求（高素儀，2011）。因此，從新聞報導中，也可明顯發掘媒體對於女性角色印象的錯植。

林芳玫（1996）發現新聞報導中的文字與象徵符碼的使用，把一連串有關女性（政治）人物的事件放入媒體與讀者都熟悉的性別框架中，強化並鞏固原有的權力秩序；楊祖珺（1996）透過新聞報導的分析，發現媒體所呈現的女性角色，多以負面形象出現，更增強了女性的性別刻板印象；而吳書昀（2000）以符號學分析的方式，發現媒體對於女性再現的內容中，仍然存在父權觀點，缺乏尊重女性的性別平等意識；陳姿羽（2000）以論述分析的方式，發現新聞文本以傳統性別二分法，並帶有性別歧視的字眼批評女性政治人物，刻意以貶抑的手法強化其負面印象。

陳政霖（2002）認為媒體針對女性政治人物的新聞報導，習於脫去其政治身份外衣，把她們還原成只剩下性別身份的女人之後，再次地以男性對女性的窺視角度報導，意欲從媒體上公然的控制女人的私生活，不論是個人的生活習慣、外型打扮、年齡、婚姻狀況、家庭生活等議題，都成了關心的焦點；而媒體所持的性別歧見，極有可能斷送了許多傑出的女性的政治生涯；洪嘉菱（2003）針對運動相關的新聞做研究，發現媒體對於男性運動員的形象建構，以運動本質為核心，但對女性運動員卻過於強調她們的身體容貌；李建寧（2005）甚至發現「妖魔化女性」已成為媒體報導女性新聞人物的重要趨勢；陳麗文（2006）比較兩大報在《蘋果日報》來台前後的性別相關新聞發現：性別刻板化印象加深，且在重要的新聞中，女性形象遭弱化、貶抑的情形明顯且益發嚴重。

綜上所述，女性形象逐漸多元，且走出家庭的束縛，但媒體依然以不實框架為其烙印；顯見在性別平權意識的持續強化下，文本中對於女性的歧視與偏見依舊可見，對於女性刻板印象的錯植也仍有改善空間。

四、女性軍人文本研究

就國內女性軍人於媒體呈現的形象而言，亦曾有相關的文本分析研究，像是王美玲（1999）曾以文本分析的角度檢視台灣電影中的女兵形象為何，以了解電影這一類的影音媒介所主導的符號為何；蔡貝倫（2000）嘗試以內容分析法來檢視平面媒體中，民國 83 年至 88 年間的女性軍人報導；王雅菁（2004）以幻想主題方法分析民國 81 至 92 年間的《中國時報》、《聯合報》、《青年日報》的女性軍人新聞論述中所建構的幻想主題、類型及語藝視野，而郭靜儀（2011）以電視廣告為研究對象，以內容分析法及符號學探討國軍電視招募廣告中對於女性軍人形象的再現情形（詳如下表）：

表 1 女性軍人形象的前列研究

研究者	年代	文本類型	研究方法	研究發現
王美玲 (1999)	民國 90 年代 (1975-1997)	五部電影（軍教片）	1.結構主義—神話分析 2.敘事體結構分析	大眾媒體仍然存在「男強女弱」的價值觀，但影片中也呈現出「女性意識」的覺醒
蔡貝倫 (2000)	民國 83-88 年 (1994-1999)	報導（中國時報、聯合報、青年日報）	1.內容分析法 2.新聞論述分析	媒體期望女性軍人具有男性特質及像男性一般的工作表現
王雅菁 (2004)	民國 81-92 年 (1982-2003)	報導（中國時報、聯合報、青年日報）	語藝分析（幻想主題分析）	媒體著重「性別」議題的強調，將女性建構為英雄人物
郭靜儀 (2011)	民國 77-95 年 (1988-2006)	國軍募兵廣告	1.內容分析法 2.符號學	1.女性軍人角色隨著招募時期有所不同 2.主題曲或旁白處處可見父權運作痕跡

（資料來源：研究者自行整理）

（一）國軍募兵廣告

郭靜儀（2011）針對 1988 年至 2006 年間 42 則國軍電視招募廣告進行分析發現：女性軍人在國軍廣告中所出現的機會不多，且即便是女性班隊的招生廣告也不強調其效忠報國的軍人形象，而以其女性特質作為號召；此外，女性的再現刻畫，則以溫柔體貼、擅於情感表達、默默付出、富同情心為主要形象，且在身體的展示方面，多以婀娜體態、陽光笑容為描繪重點，易造成性別迷思

的再現。

（二）軍事戲劇及電影

王美玲（1999）觀察五部軍教片³發現：透過軍事訓練，女兵的特質可能改變；七〇年代的女兵形象由傳統保守、順從依賴，轉變為現代開放、反抗、獨立；八〇年代則是由任性嬌寵、違抗、冷峻孤僻、膽小懦弱轉變為獨立堅強、服從、開朗活潑、堅強勇敢；九〇年代的則由消極散漫、柔弱、違抗、嚴肅轉變為積極主動、堅強、服從、活潑。

綜觀以上的女兵形象可發現，七〇年代的女兵在現代與保守之間衝突，擁有雙重特質，而八〇年代、九〇年代除較為活潑外，女兵形象與以往類似，並沒有極大的突破；此外，王美玲（1999）亦發現七〇至九〇年代呈現出來的性別刻板印象特質男女皆有，然正面的特質多屬於男性；負面的特質則多屬於女性，顯示媒體仍存有傳統「男強女弱」的價值觀。

（三）報紙

蔡貝倫（2000）嘗試以內容分析法檢視《中國時報》、《聯合報》、《青年日報》三報有關女性軍人的報導，發現媒體主要強調女性軍人的「男性特質」及工作上的「專業技能」顯示出媒體對女性軍人的角色期待；而王雅菁（2004）亦以幻想主題分析方法（fantasy theme analysis）針對上述三報分析，以歸納出女性軍人新聞論述中所建構的幻想主題、類型及語藝視野，進一步得知各報所塑造的女性軍人角色；王雅菁（2004）發現《中國時報》、《聯合報》中創造的女性軍人形象為「巾幗不讓鬚眉的現代花木蘭」，勇敢富有雄心；而《青年日報》所建構的女性軍人範型則為「內柔外剛的娘子軍」及「勇者不懼的巾幗英雄」，強調其內心溫柔、外在堅強的勇者形象。由以上的歸納可知國內平面媒體對於女性軍人形象的建構多以「男性特質」為女性軍人貼標籤，認為女性擁有剛強形象才堪為豪傑。

透過上述的研究可發現，女性軍人的成長歷程儼然透過媒介的論述完整書寫；不論是電影（軍教片），還是報紙、電視劇，都可窺見媒體建構的女性軍人形象，隨著時代更迭，女性軍人特質呈現多元面貌；但透過媒介框架過程後，卻都不免落入傳統窠臼中，使得女性軍人都化約為「代父出征的花木蘭」，失去自我性別，成為擁有男性特質的女兒身。

³ 「女兵日記」（1975）、「中國女兵」（1981）、「金門女兵」（1983）、「想飛—傲空神鷹」（1993）、「報告班長—女兵報到」（1997）。

肆、內容分析法

研究者以「質量兼具」的內容分析法，以「女軍官」、「女士官」、「女兵」等三組關鍵字，針對《聯合報》、《中國時報》、《自由時報》與《蘋果日報》四大報的電子資料庫搜尋自民國 2005 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日止（2005.1.1-2012.12.31）⁴，為期八年間，有關女性軍人的四大報新聞報導；扣除性侵害案件及未敘及女性軍人（本身或團體），共計有 180 則報導。

一、研究步驟

步驟一：分別以關鍵字「女軍官」、「女士官」、「女兵」於四大報電子資料庫蒐集 2005 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日期間的新聞文本，篩選掉不在研究範圍內的文本。

步驟二：以步驟一所蒐集到的新聞，分別針對編碼表類目作編碼；將編碼結果進行數量及百分比統計，以次數分析、百分比等描述性統計方式，以 SPSS 17.0 版進行分析，並以卡方檢定（Chi-square）比較四大報報導取向的差異。

步驟三：針對步驟一所蒐集到的新聞，以褒曼的幻想主題分析方法進行幻想主題分析（詳述於下一節），以建構出女軍人形象輪廓。

二、類目建構

依據研究目的與資料本身性質，本研究除了樣本的「基本資料」外，並採取內容分析法「說什麼」類目，包含主題類目、主角類目、方向類目及策略類目；以及「如何說」類目，包含參與情形類目、外在特質類目、出現情形類目、性別特質類目。

「說什麼」類目包括以下：

（一）主題類目：報導內容所表達的主要事件及內容，區分為以下六類：

1. 女性軍人招募、報考情形
2. 女性軍人受訓情況（包含開訓、結訓典禮）
3. 女性軍人工作表現（演習、擔任○○職缺）

⁴ 以上述取樣範圍係考量四大報電子庫的樣本存置區間。

4. 營外情形（公餘）
5. 公開儀式（營區開放、擔任說明官、主持人、接待人員）
6. 無法判定

（二）主角類目：指報導中所提及的女性軍人角色，區分為以下四類

1. 軍官（含軍校生）
2. 士官
3. 士兵
4. 無法判定

（三）方向類目（整體觀之），區分為以下四類：

1. 正面（嘉許、表揚）
2. 負面（抨擊、歧視）
3. 中立（無立場偏頗）
4. 無法判定

（四）策略類目（標題或內文是否強調「女性」身分）

1. 有，標題及內文皆有提到
2. 有，僅內文有提到
3. 無強調

「如何說」類目包括以下：

研究者採用郭靜儀（2011）修正過的 Sexton 與 Haberman（1974）潛在內容研究量表⁵及林邦傑（1981）的性別角色量表。首先以郭靜儀（2011）修正過後的潛在內容研究量表（如表 3-3-1），針對女性軍人「參與情形」、「外在特質」、「出現情形」等類別作類目建構，以探討（一）女性軍人與部隊的關係；（二）是否對於女性軍人臉部、身材等外表的提及；以及（三）女性軍人在部隊（單位）扮演的角色定位是以傳統或是非傳統的方式呈現等類目，以檢視媒體所建構的女性軍人樣貌。

⁵ 郭靜儀將 Sexton 與 Haberman（1974）潛在內容研究量表修正，以探討國軍廣告如何建構軍隊文化、定義女性及女性軍人，並觀察軍隊、軍人、女性及女性軍人形象的變遷。

表 4-1：修正過的潛在內容研究量表

女人和軍隊的關係	女性角色在軍隊任務的參與情形(功能性)、裝飾/展示(與軍隊任務沒有功能性的關係)、其他
外表	很明顯的吸引誘惑(使用女性的臉蛋、身體去吸引閱聽人,企圖讓閱聽人因此喜歡或加入軍隊)、其他
傳統的/非傳統的	女人出現的情形是被社會認定在傳統/非傳統的情形

(資料來源：郭靜儀，2011)

(一) 參與情形類目：新聞事件中女性角色在軍隊任務的參與情形(功能性)，區分為以下四類：

1. 完全參與(主角)
2. 部分參與(配角)
3. 未參與(裝飾/展示為主)
4. 未提及

(二) 外在特質類目：新聞事件中是否提及女性軍人的外在特質(如身材、臉部外形)，區分以下兩類：

1. 有
2. 沒有

(三) 出現情形類目：主要關注新聞事件中女性軍人出現的情形是被社會認定在傳統/非傳統的情形，區分以下四類：

1. 傳統(女性弱勢、適合從事文職、內勤工作等，以容貌取勝)
2. 非傳統(女性剛強形象展現，體力不輸男性等)
3. 兩者皆有
4. 未提及

國內有關性別角色的研究始於 1970 年代末期，由李美枝根據 Bem (1974) 的 BSRI (Bem Sex Role Inventory) 編定性別特質量表後，才陸續有研究者投入性別角色等相關議題的研究。然而囿於性別角色必須與其生理性別相符合，及男性就應具有獨立、冒險、領導能力等「工具性」的男性化特質，而女性則必須具備溫柔、順從、被動等「情感性」的女性化特質，也就是視男性化與女性化特質為兩極化的特點；但七〇年代過後，心理學家發現每人都可能同時擁有男性與女性特質，因此 Bem 提出了「兩性化」(androgyny) 的概念，使得性別角色的研究開創出新的局面(蔡貝倫，2000)。

郭靜儀(2011)針對國軍電視招募廣告進行分析，發現：女性軍人在國

軍廣告中所出現的機會不多，且即便是女性班隊的招生廣告也不強調其效忠報國的軍人形象，而以其女性特質作為號召；然蔡貝侖（2000）及王美玲（1999）發現軍隊對於女性軍人的角色期待趨向男性化。據此，本研究根據林邦傑（1981）性別角色量表中，同時抽取男性化及女性化特質做類目建構，以了解女性軍人的性別角色特質；其中正性的男性化特質十五項，正性的女性化特質二十項（如表 3-3-2），以了解新聞媒體如何呈現女性軍人的性別角色特質。

表 4-2：性別角色量表

性別角色特質					
男性化	敬業的	嚴厲的	獨立的	冒險的	有雄心的
正性	競爭的	冷靜的	專業的	勇敢的	有領導才能的
	帥氣的	善謀的	有主見的	豪放的	剛強的
女性化	有母愛的	親切的	富同情心的	慈善的	多才多藝的
正性	溫暖的	溫柔的	甜蜜的	輕聲細語的	心細的
	伶俐的	體貼的	美麗的	文靜的	感性的
	堅強的	勤奮的	專情的	性感的	有魅力的

（資料來源：林邦傑，1981：115）

在符合文本特性的要求下，研究者抽取（表 3-3-2）中的十項特質，以歸納新聞樣本的內容所提及的女性軍人「性別角色特質」，類目建構情形如下：

（四）性別角色特質類目：新聞樣本的內容所提及的女性軍人性別「角色特質」為何？請根據下列的選項選取樣本中所出現的特質（複選，至多三項）：

1.敬業的 2.性感的 3.美麗的 4.溫柔的 5.有雄心的 6.富同情心的 7.專業的 8.有領導才能的 9.剛強的 10.多才多藝的 11.其他或未提及

三、編碼員信度檢驗

編碼員的背景會影響編碼結果（Wilkes & Valencia, 1989），因此在研究目的考量之下，本研究以研究者二人一為男性、一位女性（B）及一位女性研究生（C）為編碼員，以驗證其對於文本類目編碼的客觀性，並進而從中取得共識（達到信

度)，協助研究進行。

編碼前執行兩次編碼員訓練，以對相關類目疑問進行研討、釋疑，以整體編碼表執行編碼員信度檢定。此外，根據 Wimmer 及 Dominick (1983) 的說法，就總樣本的 10%-25% 作信度分析，因此本研究挑選 20 則樣本作信度檢測，並依王石番 (1991) 在《傳播內容分析法—理論與實證》一書中所列之編碼員信度檢測公式進行檢測，信度在 0.8 以上等原則實施編碼前信度檢測。經檢測後相互同意度為 0.90，信度係數為 0.96。

本研究透過對報紙對女性軍人報導的檢視，發現四大報所建構的女性軍人框架沒有太大差異，因此可推測台灣的報業市場在蘋果日報加入後，所引發的「山寨」效應，造成中國時報、聯合報及自由時報改變其報導策略、內容的編排方式等，並成為以「市場邏輯」和「市場利益」為主要考量的「市場導向新聞媒體 (Market-driven journalism)」(林東泰，2002:440-441)。

在女性軍人相關報導的「主題」部分，其中以描述「工作表現」居多，共有 43.3%；表揚儀式居次，佔總報導數量的 19.4%；另外受訓情形、招募狀況及公餘分別佔 12.8%、12.2% 及 12.2%。至於報導的「主角」部分，則是以士兵居多 (41.7%)、軍官居次 (36.1%)、士官最少 (22.2%)。

在報導方式中，可發現報導中女性軍人於軍隊任務「參與度」的呈現情形，有別於以往大眾的印象，以「完全參與」居多 (56.7%)，可見女性軍人在軍中扮演的角色以及從事的職務、任務有所改變；然其中「未提及、未參與」軍事任務的女性軍人報導比例仍有 27.6%，顯見仍有部分女性軍人遭受性別刻板印象所影響，未接受平等對待。

而女性軍人在報導中所呈現的樣貌，仍以「非傳統」的方式出現居多 (52.2%)，表示出媒體對於女性軍人的既定框架多數依舊停留在其「巾幗不讓鬚眉」的角色期待中；但其中仍有 18.3% 的新聞報導以「傳統」的方式呈現，且有超過 20% 的報導強調女性軍人「外在特質 (身材、容貌)」的描述，顯示媒體對於女性既定印象的形塑方式亦顯示在女性軍人的相關報導中。

表 4-3 女性軍人「性別特質」統計表

性別角色特質	個數（次）	觀察值百分比	
男 性 特 質	剛強的（男）	92	51.1%
	有雄心的（男）	84	46.7%
	敬業的（男）	34	18.9%
	專業的（男）	32	17.8%
	有領導才能（男）	13	7.2%
	有效樣本數	255	141.7%
女 性 特 質	美麗的（女）	40	22.2%
	多才多藝的（女）	34	18.9%
	富同情心的（女）	15	8.3%
	性感的（女）	11	6.1%
	溫柔的（女）	7	3.9%
	有效樣本數	107	59.4%
其他或未提及	14	7.8%	

註：此項為複選題

此外，媒體對於女性軍人的角色特質塑造部分（如上表）：「男性特質（141.7%）」較「女性特質（59.4%）」，的描述為多，其中又以「剛強的」、「有雄心的」等描述居多；而在女性特質的部份，則是以「美麗的」、「多才多藝的」描述居多。

綜合以上所述，媒體對於女性軍人框架的建構仍不脫過去的窠臼，傾向以「花木蘭」式的形象建構女性軍人的框架，展示出其英勇、剛強的形象；但其中卻又不乏有「強調外在（女性）特質」的另一種女性軍人樣貌出現；顯示出媒體對於女性軍人框架多元面貌的呈現。

伍、幻想主題分析—女性軍人角色歸納

「幻想主題批評」主要用來研究觀察某一個團體成員所共享的世界觀為何。首先，我們必須了解 Bormann 對於「符號幅合理論」的基本預設是：符號和符號之間的互動創造了社會真實，同時戲劇性的符號互動也為團體創造出共享的符號系統，建立團體意識與共同的文化意識型態。換句話說，符號幅合理論所採用的幻想主題批評，提供了團體成員們對外在世界的認知與詮釋架構；成員們透過彼此分享經驗、情感，久而久之便形成「團體中的共同意識」（Bormann, 1972）。

因此，當人們試圖想了解所處環境中的某一事件時，這些由角色、行動、場景等背景所構成的戲劇性訊息便同時整合成團體成員間詮釋真實的範本，並在無形中成為大眾腦中對外在世界的認知與觀點。一個團體也會經由共享的幻想主題、類型和語藝視野而形成團體內共同的觀點和價值觀；透過這個過程，團體進而凝聚彼此的向心力，以強化成員間的認同感。簡言之，經由幻想主題建構出的語藝視野不僅可以瞭解團體所共享的價值觀，也可以凝聚彼此的同心力（Bormann, 1972）。

惟必須提出說明的是，幻想主題分析乃是經由小團體互動的研究過程發展，主要是使用於界限明確清楚的團體；但 Bormann 認為，這個過程與閱聽人共享媒體幻想是相似的（Bormann, 1972），也就是說小團體分享彼此的訊息、經驗情感的心理互動過程，也可以運用在公眾傳播與大眾傳播之中；換言之，當社會大眾於新聞論述中觸及有關女性軍人的報導時，即開始建構女性軍人的符號真實。媒體的新聞論述提供整個社會群體進行共同的經驗訊息，並藉著大眾傳播媒體的報導，吸引人們進入戲劇幻想的串連過程（Bormann, 1973; Bormann, 1982）。

上述的這些論點回應了 Rybacki & Rybacki（1991）所說，幻想主題分析方法是如何形塑公眾意識與語藝社群的問題，因此可以想見的是，幻想主題分析方法不但適用於界線明顯的團體，亦能適用於界限不明確的團體；而報紙的閱聽大眾便是屬於團體界限模糊的社群。據此，本研究針對四大報—《中國時報》、《聯合報》、《自由時報》以及《蘋果日報》等新聞文本，執行幻想主題分析。

首先，在「場景主題」的設定，傳統上軍隊是純男性的世界，刻意培養陽剛氣質以強化對敵作戰時的勇氣。而陰柔、溫婉、女性氣質就成為軍隊文化的大敵（蘋果日報，2008.11.24）。女性軍人加入原本純男性的鋼鐵勁旅，當軍人的陽剛力量與女性柔弱勢力相抗衡，在性別角色特質與男性格格不入的狀況下，造成以下三種場景：第一，「深化兩性教育，重視兩性管理」場景：女兵加入軍隊，使得兩性問題成為焦點，如何深化兩性平權教育，是國軍募兵工作首先也是最重要的一環；第二，「萬綠叢中一點紅」場景：在男多女少的工作場域，女性如何自我定位，扮演好自我角色，是投身軍旅的首要課題；第三，「不分男女，一視同仁的訓練」場景：在未考量兩性先天體能的不平等下，設定一致的訓練要求與標準，使許多女性軍人在訓練過程中備受考驗。

本研究選擇 Bormann 提出的「幻想主題批評」為研究取徑，置重點於女性軍人「角色／行動」主題的分析，以了解四大報中女性軍人的相關新聞論述，呈現出何種女性軍人的角色、形象及符號真實。

一、允文允武，巾幗不讓鬚眉—我是霹靂嬌娃

(一) 我是軍人，我不想成為 super-man

從軍報國已不再是男性的專利，女性也可上陣殺敵，成為貨真價實的 Super-man；由以下的新聞論述中可看出，新聞處理的手法將女性軍人的出眾表現與男性軍人旗鼓相當的經驗與成就相比擬，以凸顯女性的不凡特質；然而「巾幗不讓鬚眉」、「讓男性官兵佩服」等等將女性以男性標準檢驗等描述，卻使得女性的出類拔萃落入「男性化」的窠臼；新聞論述中強調「女性『居然』、『竟（可以）』完成創舉」，仍不免看出對女性的歧視與不信任。

八六二群特四營女兵呂美眉體重只有四十六公斤，竟可背著重達四十公斤的特戰裝備從高空一躍而下，讓部隊長官和男性官兵也相當佩服。

（中國時報，2011.4.15）

莒拳隊員訓練有素，一一展示徒手破冰、碎石、劈磚、斷木技能，明快的節奏讓全場氣氛為之高漲，女性隊員們也「巾幗不讓鬚眉」，演出凌空飛踢、連續擊破木板神技，伴隨殺氣騰騰吼叫聲，台上來賓無不拍掌叫好。（中國時報，2012.12.5）

國內的戰鬥直升機員向來是男人天下，不過武雅芳突破了這局面，她是戰鬥直升機保修空勤士官長，為了測試和檢驗，她可以光明正大地坐上戰鬥直升機飛上天。（聯合報，2010.8.27）

(二) 我是軍人，不是女人

軍事教育訓練的宗旨，在於培養軍人堅毅不撓的意志力與強健體魄，以下的新聞論述中，女性軍人經過軍事訓練的洗禮後，形塑出堅強的意志與健全的體魄，突破社會大眾對女性舊有的窠臼印象。

黃雅歆不讓鬚眉，也像男學員一樣，在石頭上時俯時仰，還要大喊「殺！」將自己從崩潰邊緣拉回來。石頭劃破她的皮膚，血水染紅了石頭，學員咬緊牙關，痛到幾乎麻痺。（聯合報，2010.2.7）

.....每一天的訓練結束後，都讓女兵們感到手痠、腿麻，甚至是乳酸堆積的肌肉，只要輕輕的一碰就哇哇大叫，隔天快無法下床，幾乎已達體能付出的極限。（中國時報，2007.6.25）

首度有三位女兵參加這項長達三百公里的大爆走訓練，儘管雙腳都因水泡疼痛不已，她們仍堅持走完全程，寫下女性在特種部隊的新紀錄。

（自由時報，2010.7.4）

以上的新聞論述中，媒體將女性軍人受訓的過程揭露於世，顛覆女性軍人予

人的印象，使社會大眾對於女性從軍多一分認識，改變過去女性僅擔任行政職的舊有觀念，亦對從事軍職的女性多一分尊重。

從未登過船的陳怡心，畢業後第一次踏上軍艦出海，**嚴重暈船一路嘔吐，吐到腸胃翻滾、吐到吐不出東西，這樣硬撐了 10 天**，如今再也不怕暈船了。（中國時報，2007.3.13）

女士官**克服懼高 變女神龍**（自由時報，2007.2.5）

從屏東師範學院體育系畢業的鄭之雅，曾是游泳國手，**讀師院時是個美麗長髮佳人，如今變得又黑又壯**，她昨天擔心地說：「可能變不回從前的模樣了。」（蘋果日報，2008.1.9）

上述的新聞論述中提到，女性在加入軍隊後，接受軍事化洗禮，一舉手一投足，坐臥行走，都要符合國軍的規範；三分鐘盥洗、五分鐘全副武裝等軍事化的生活作息與訓練，將一般女性形塑成為能保家衛民的軍人；此外，報導將女性軍人受訓時經歷的痛苦與不適寫實呈現，不只刻意凸顯女性有別以往的韌性，更以個性的蛻變與容貌的改變，來表示女性從軍的決心與軍事訓練的成果。

（三）我是軍人，我一專多能

在以下的新聞論述中，女性軍人不再是擔任文書、行政的工作，而是工兵連連長、直升機飛行官等要職，女性軍人在軍事技能與指揮調度的表現不只突破以往大家的既定印象，其具備的專業素養和敬業的態度，顯示女性堪當重責大任；藉由文本中用字遣詞的潤飾以及行動情節的描繪等強調，顯示出女性軍人打破性別特質的藩籬，突出表現連男性軍人都望其項背。

28 歲的康曉嵐，陸軍官校土木系畢業，是**工兵浮橋連成軍以來第 2 名女連長**，帶領全連 80 多工兵參與各種訓練，在多以男性為主的工兵中，**顯得相當突出**。（聯合報，2007.4.17）

在陸航服務的黃慈婷上尉昨參與熱掛彈操練，是**陸航首位戰鬥職的直升機女飛行官**，她目前是 OH-58D 戰搜直升機的正駕駛，總共有 910 小時的飛行時數，其中在戰搜直升機的飛行時數就有 730 小時，可見其對戰搜直升機的熟稔。（蘋果日報，2007.12.8）

六月一日將晉升副連長的李珮君，在陸軍七三資電群區域連擔任排長將滿二年，因個性開朗、外向，**外語能力強，原文技術手冊和裝備操作介面，都能迅速上手，即時變成上課教範，更令男性官兵折服**。（蘋果日報，2006.4.10）

以下的新聞論述中，不只有西點軍校的資優生、文武兼備的愛國研究生、還有會變魔術的總舖師等；媒體將女性軍人妝點為「十八般武藝樣樣強」的達人，使社會大眾逐漸對軍人只會帶兵、打仗的刻板印象改觀。

洪琬婷在陸軍官校時，進入英文專精班全力衝刺英文，以托福五百四十七分，SAT一千一百四十分**的優異成績被遴派至西點軍校就讀**，也因此改變她的一生，立志成為文武兼備的現代花木蘭。（中國時報，2007.7.29）

臉貼國旗國防大學政戰學院心理研究所2年級的郭穎欣中尉，今年暑假獲選參加僑委會「國際事務青年人才培訓計劃」，在美國紐約大學接受短期進修，日前參加美國海軍陸戰隊舉辦的「15公里馬拉松泥巴障礙賽」及鐵人3項賽，在臉上貼國旗貼紙，背寫「台灣」，就連手臂也寫著「I love Taiwan」，而登上紐約媒體，成功推展國民外交。（蘋果日報，2012.11.21）

軍部隊首次出現女性總舖師，她是陸軍機步269旅砲兵營營部連下士孫碧蓮。曾在五星級飯店擔任外場廚師的孫女，除在部隊餐廳辦伙食外，還曾帶領十二名伙房兵參加「長勝操演」，每天帶鍋碗瓢盆跟著部隊行動，在野外借用附近廟宇場地，在最短時間內做出上千份「野戰便當」，她運用巧思，將不起眼的菜色做變化，讓官兵對用餐有期待，贏得「軍中廚神」封號。（蘋果日報，2011.2.2）

二、甜美笑容，火辣身材—我是美少女戰士

隨著女性從軍的人數增加，女性軍人成為鎂光燈下眾所矚目的焦點；有別於軍人的剛強印象，此時的論述強調女性的外在身材與容貌：大大的眼睛、甜美的笑容成為描繪女性軍人的新名詞；姣好的身材、撩人的嫵媚姿勢也讓大眾對於女軍人的印象改觀；「母豬賽貂蟬」的形容詞已不復存在，「長相清秀、笑容甜美」才是專屬女性軍人的名，也成為目前國軍推行募兵制最佳的「活廣告」。

陳其君的長相甜美，鼻挺、嘴唇厚，還有一雙水汪汪大眼睛，姣好身材更引發討論，她也樂於在部落格展現年輕、自信的一面，敢於秀出自己，甚至擺出撩人嫵媚姿勢，部落格相簿內不少清涼火辣照片，顛覆傳統軍官刻板形象。（中國時報，2007.8.3）

女少校軍官范群偵在無名相簿中，上傳高達1500多張的艷照，照片不乏以性感裝扮露出事業線、或以遮三點方式入鏡，讓網友直呼「好辣」、「女少校將引領全民國防的軒然大『波』」，...。（自由時報，2011.8.14）國防部籌劃建構網路新聞台，首名網路主播由今年二十四歲的氣質美女張雅潔擔任。...號稱「巴掌臉、九頭身（頭身比例一比八）」的張雅潔，是道地的「台妹主播」。（蘋果日報，2007.10.15）

容貌清秀、口齒清晰的國軍人才招募中心人事士李姿韻，被軍方挑選為部隊招募人才的活招牌，在5年歷練下，她已成為國軍「招募達人」。
(蘋果日報，2012.12.24)

上述論述中，從外在容貌乃至於身材曲線，都成為描繪女性軍人的形容詞：「九頭身、巴掌臉」、「容貌清秀，口齒伶俐」、「外型清秀、聲音甜美」、「身材火辣」、「姣好身材」等語彙與女性軍人劃上等號，讓人無法與戎裝煥發、軍容壯盛的軍人形象相比擬。

75年次的空降之花潘櫻琴中士是士官兵仰慕的對象；潘櫻琴曾遇上主傘不開，她臨危不亂及時解開纏繞繩索脫險，**美麗靚靚的外表，卻是天空任我行的「女神龍」。**(自由時報，2007.3.3)

七十二年次的王柔**外型甜美，身高只有一五八公分**，但她率領的弟兄，個個超過一七五，她稍早接受媒體訪問時曾經提到，男女官帶兵方法不同，她會擅用女性特質，**「嚴肅而不嚴厲」。**(聯合報，2007.1.3)

以上的論述不只強調女性軍人的外貌，更凸顯其不凡表現；媒體將女性軍人幻化成為力與美的化身，令人誤以為，女性軍人是同時擁有「美麗」(beauty)與「力氣」(power)的「美少女戰士」；透過幻想主題分析的歸納後，發現四大報所建立的女性軍人框架被化約為超越男性體力的「霹靂嬌娃」及擁有美麗外在的「美少女戰士」，不啻於挹注「超男人」及「美貌」迷思在女性軍聞中。又根據前文由內容分析所得來的新聞中女性軍人的框架為，多以「花木蘭」式的形象建構女性軍人的框架，展示出其英勇、剛強的形象；但其中卻又不乏有「強調外在(女性)特質」的另一種女性軍人樣貌出現，兩者似乎相互印證。

陸、結論

媒體藉由身為社會公器的功能，將蘊含父權思想及意識形態觀念灌輸給社會大眾，使大眾遭受「社會性別化」窠臼的影響，更使女性無法脫離刻板印象的桎梏；研究者針對近八年新聞報導做內容分析，不只發現四大報形塑的女性軍人框架相似，其報導的策略與方式亦大同小異。

此外，報導中對於女性軍人角色的描述，除延續以往「花木蘭」式的定位外，「另類嬌點」等形象的建立使女性軍人的外在特質備受關注，使社會大眾對以往以「雄壯軍風」著稱的國軍改觀，由此可知隨著女性逐步踏入軍隊服務，媒體對於國軍形象的形塑漸趨多元。

進一步透過「幻想主題分析」方法，針對文本中所建構出的女性軍人角色形象作分析，更可發現女性軍人角色較以往多元；「允文允武，巾幗不讓鬚眉—我

是女英雄」、「甜美笑容，火辣身材—我是美少女戰士」等不實框架的建立，使女性軍人形象遭受「超男人」及「美貌迷思」戕害，使社會大眾誤以為女性軍人的要求標準皆如上所述；然而媒體所建立女性軍人框架與國防部所要求的女性軍人標準大異其趣，但若無人發現，媒體將繼續對閱聽眾灌輸不實的框架迷思，這將使得軍人形象遭受誤解，因此藉由本研究的結果，希望國軍新聞發佈單位應正視渠等問題，以利部隊未來兵役制度發展及部隊推動性別平權的政策。

參考文獻

中文部分

- 牛慶福 (1981)。從電視劇看中國婦女角色的變遷。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 王宜燕 (1991)。電視廣告的性別角色分析。政大新聞研究所碩士論文。
- 王美玲 (1999)。台灣電影中的女兵形象研究。政治作戰學校新聞研究所碩士論文。
- 王偉峰 (2009)。中外歷史美人之謎。台北：德威國際文化。
- 王雅菁 (2004)。新聞論述建構之女性軍人語藝視野—以中國時報、聯合報、青年日報為研究對象。政治作戰學校新聞研究所碩士論文。
- 王順珠譯 (1998)。傳播研究中的婦女：一種初步分類。Carole & Kathryn (1998). 載於常昌富等 (主編) 當代西方修辭學：批評模式與方法 (151-189 頁)。北京：中國社會出版社。
- 吳書昫 (2000)。報紙中的女性形象載於「台灣歷史文化研討會—性別與文化論文研討論文集」(74-86 頁)。台灣省文獻委員會出版。
- 李佳紘 (1996)。成龍、周潤發及周星馳的銀幕英雄形象分析。淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 李建寧 (2005)。平面媒體女性新聞人物報導之性別分析—以夏禕事件為例。國立高雄師範大學性別教育研究所碩士。
- 李美馨 (2004)。女男大不同？電視新聞如何報導政治人物。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 沈明室譯 (1998)。《女性軍人的形象與現實》。台北政治作戰學校軍事社會科學研究中心。(譯自 Elisabetta A., Valena E., Russo E. and Lorenza S. eds. (1994). Women Soldiers: Images and Realities.)
- 周海娟 (2012)。性別與軍隊。台北：國防大學政戰學院
- 林東泰 (2002)。大眾傳播理論—增訂二版。台北：師大書苑。
- 林東泰 (2008)。大眾傳播理論—增訂三版。台北：師大書苑。
- 林芳玫 (1996)。女性與媒體再現：女性主義與社會建構論的觀點。台北：巨流。
- 林麗珊 (2007)。女性主義與兩性關係。台北：五南。
- 洪嘉菱 (2003)。運動新聞文本的性別意涵分析。國立體育學院體育研究所碩士論文。

- 孫敏華與許如亨 (2002)。軍事心理學。台北：心理出版社。
- 秦光輝 (1996)。「當兵」現形記—從台灣男性兵役經驗看軍隊父權體制再生產的性別邏輯。清華大學社會人類學研究所碩士論文。
- 高素儀 (2011)。媒體新聞文本的性別訊息分析—以蘋果日報為例。國立臺灣師範大學公民教育與活動領導研究所教學碩士論文。
- 張兀岱 (2010)。結合全民國防推動募兵制之探析，「99 年『全民國防教育』學術研討會」(台北)。
- 張錦華 (1994)。媒介文化、意識型態與女性：理論與實例。台北：正中。
- 張錦華等人譯 (1995)。傳播符號學理論。台北：遠流。(譯自 Fiske, J. (1990). Introduction to Communication studies.)
- 郭靜儀 (2011)。國軍廣告的符號意涵分析-由女性主義角度切入。國防大學政治作戰學院碩士論文。
- 陳玉珈、陳櫻慧、張毓如及李靜宜 (2001)。身體形象與情色文學：性別議題討論。網路社會學通訊期刊，19。
- 陳政霖 (2002)。性別、政治與媒體：報紙如何報導女性政治人物。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- 陳姿羽 (2000)。女性政治人物的報紙新聞再現—以呂秀蓮副總統為例。中山大學政治學研究所碩士論文。
- 陳虹余 (2004)。比較海峽兩岸電視廣告中的性別角色。國立政治大學心理學研究所碩士論文。
- 陳泰華 (2006)。MEN'S UNO 雜誌廣告之男性形象研究。南台科技大學資訊傳播系碩士論文。
- 陳麗文 (2006)。性別相關新聞之報導：蘋果日報來台前後比較。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 游美惠 (2012)。厭女 ((misogyny)。性別平等季刊，58:108-111
- 楊祖珺 (1996)。台灣報紙媒體所呈現之女性角色的變遷。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 鄒中慧 (1987)。從社會現實建構理論觀點探討我國電視節目—國語連續劇的女性角色塑型。政治作戰學校新聞研究所碩士論文。
- 樂平 (1991)。中國著名女將小傳。台北：漢欣文化。
- 蔡貝倫 (2000)。國內報紙軍事新聞中女性軍人角色的真實建構—以「中國時報」、「聯合報」、「青年日報」為例。政治作戰學校新聞研究所碩士論文。
- 盧登輝 (2004)。汽車雜誌中圖片的女性形象分析：以「一手車訊」為例 (1991-2003)。國立高雄師範大學性別教育研究所在職專班碩士論文。

- 郭靜儀與邊明道 (2011a)。女人香—從香水廣告看香水文化中的性別刻板印象。
性別平等教育季刊，53:125-129。
- 郭靜儀與邊明道 (2011b)。我不是劉香慈士官長 從媒體報導看女性軍人形象。
性別平等教育季刊，53:111-115。
- 謝純雅與邊明道 (2012)。別再叫我「花木蘭」—新聞報導中的女軍人迷思。性
別平等教育季刊，59:134-137。
- 顧玉珍 (1991)。解讀電視廣告中的女人。國立政治大學新聞研究所碩士論文。

英文部分

- McQuail, D. (1987). Mass Communication Theory: An introduction (3rd ed). London: Sage.
- Milkie, M. A. (2002). Contested images of femininity: An analysis of cultural gatekeepers? struggles with the “real girl” critique. *Gender & Society*, 16(6), 839-859.
- Oakley, A. (1975). *Woman's work: The housewife, past and present*. NY: Pantheon.
- Rivers, C. (1996). *Slick spins and fractured fact: how cultural myths distort the news*. New York: Columbia University.
- Tuchman, G. (1978). *Making News*, NY: Free Press.

報導部分

- 黃敬平 (2006.4.10)。〈女兵招募增至 604 人 史上首次應考踴躍〉，要聞版。《蘋果日報》。
- 黃敬平 (2006.4.10)。〈女中尉李珮君 男官兵折服〉，要聞版。《蘋果日報》。
- 李志德 (2007.1.3)。〈為何不派女軍官執勤 總統府憲兵營就有一位「美女排長」王柔〉，A5 版話題。《聯合報》。
- 許紹軒 (2007.2.5)。〈女士官克服懼高 變女神龍〉，政治新聞版。《自由時報》。
- 黃良傑 (2007.3.3)。〈1 秒鐘、2 秒鐘、3 秒鐘... 7 年級美眉 跳傘女神龍〉，社會新聞版。《自由時報》。
- 陳可文 (2007.3.13)。〈敦睦艦隊到訪 女軍官陳怡心風光返澎〉，南部焦點版。《中國時報》。
- 包希勝 (2007.4.17)。〈水庫操浮橋 工兵女連長耀眼〉，C2 版高雄縣新聞。《聯合報》。
- 吳明杰 (2007.6.25)。〈四十年來首例 體幹班嚴訓女大兵〉，政治綜合 A11 版。《中國時報》。
- 吳明杰 (2007.7.17)。〈全國唯一 3 成請調 女兵連也怕兵變〉，政治綜合 A11 版。《中國時報》。

- 林凱盈 (2007.7.29)。〈亞洲首位西點畢業女軍官 洪琬婷 帶入伍生挑戰極限〉，社會脈動版。《中國時報》。
- 羅暉智 (2007.8.3)。〈網友：如她是長官 我不想退伍〉，話題版。《中國時報》。
- 王烱華 (2007. 11.5)。〈飆戰技 魔鬼女兵槍七金釵 如天候差 降神兵將延期〉，頭條要聞版。《蘋果日報》。
- 王烱華 (2007.12.8)。〈升機熱掛彈 6分鐘完成 8枚〉，頭條要聞版。《蘋果日報》。
- 石秀華與楊適群 (2008.1.9)。〈長髮佳人變成猛女兵〉，頭條要聞版。《蘋果日報》。
- 謝龍田 (2010.2.7)。〈19歲大眼美女 苦痛淬成蛙人〉，A15版話題。《聯合報》。
- 許紹軒 (2010.7.4)。〈嬌小女大兵 征服特戰 300公里行軍〉，焦點新聞版。《自由時報》。
- 張明慧 (2010.8.27)。〈保修空勤女軍官 戰鬥直升機出勤 得她點頭〉，A20版綜合。《聯合報》。
- 王烱華 (2011.2.2)。〈軍中女廚神 餵飽千人肚曾任職五星飯店「野訓造飯比作戰恐怖」〉，頭條要聞版。《蘋果日報》。
- 吳明杰 (2011.4.15)。〈特戰女神龍 高空跳傘超神勇 訓練與男兵一樣 且都達到標準〉，政治綜合版。《中國時報》。
- 自由時報 (2011.8.14)。〈女少校 po 豔照 網友戲稱：引起國軍軒然大「波」〉，社會新聞版。《自由時報》。
- 王烱華 (2012.11.21)。〈泥巴女兵 拼外交〉，頭條要聞版。《蘋果日報》。
- 李宇欣與羅添斌 (2012.11.22)。〈募不到兵 今年達標還差 6000人〉，政治新聞版。《自由時報》。
- 自由時報 (2012.11.30)。〈國防部放寬男性志願役身高標準〉，即時新聞—政治新聞版。《自由時報》。
- 林宏聰 (2012.12.5)。〈國軍體能競賽 女兵表現吸睛〉，南部都會／運動版《中國時報》。
- 王烱華 (2012.12.24)。〈活招牌 行員當花木蘭〉，頭條要聞版。《蘋果日報》。
- 晏明強 (2013.3.9)。〈籌兵源 馬：取消女兵 8%上限〉，政治版。《蘋果日報》。

(投稿日期：102年7月30日；採用日期：102年11月20日)

新聞報導中的女性軍人框架—以四大報為例