平等機會委員會
EQUAL OPPORTUNITIES COMMISSION

公眾對香港傳媒描述女性的手法的意見調查【報告摘要】

2009

報告摘要

引言

香港大學社會科學研究中心獲平等機會委員會委託，就公眾對香港傳媒描述女性手法的看法進行研究。研究包括一項隨機選取成年市民進行訪問的面對面住戶調查，以及一項讓關注團體參與的焦點小組調查。調查工作於 2007 年 6 月至 2008 年 1 月期間進行。

目的

1. 就傳媒內容對性別觀念所構成的影響，對本港及海外相關研究進行文獻審閱 。
2. 了解在不同時代和人口特徵(包括但不局限於年齡、性別、婚姻狀況、子女數目、教育程度、收入和種族)下，公眾對大眾傳媒對女性的描述有何看法。
3. 評估公眾對傳媒描述女性的手法及對女性的性別定型的接受程度。
4. 就不同時代和人口特徵下，辨識傳媒資訊與公眾對女性形象及性別定型的看法之間的關聯。
5. 就傳媒描述女性的手法與年輕一代的態度及行為發展的相關性，收集公眾的意見。
6. 假如傳媒對女性的描述手法與公眾對性別觀點的接納程度不一致時，收集公眾對未來路向的意見。

方法

- 文獻審閱(目的 1)
- 住戶調查(目的 2、3、4)：採用中英雙語問卷，向 1,031 名經由隨機住戶抽樣而選出的成年人進行訪問，回應率達 62%。
- 焦點小組(目的 5、6)：分 8 個界別(專業人士、社會工作者、教師、家長、傳媒工作者、學生、關注小組及公眾人士)，共 46 個同一性別小組，總共有 322 名參與者。

主要研究結果

對印刷媒體的接觸度

- 報章讀者(87.7%)閱讀報章時間的中位數為每周約 5 小時。
- 雜誌讀者(53.7%)閱讀雜誌時間的中位數為每周約 5 小時。
- 最受歡迎的雜誌類型為資訊娛樂(佔讀者群中的 77.8%)，其次為時裝(14.2%)。
- 網站方面，最受歡迎的類別是資料搜尋網站(41.4%)，其次為本地印刷媒體的網上版(20.6%)。
- 瀏覽傳媒網站時間的中位數為每周約 3 小時。

文獻審閱

香港及外國的廣告和新聞報道

- 公眾滿意度正在下降，大概是由於侵犯私隱及含有色情照片所致。
- 海外有關性別描述的研究。
- 女性常被描繪為從事性別定型的職業。

傳媒描述的影響

- 透過傳媒描述而顯現的性別定型及兩性不平等。
- 由於將女性身體「物化」而引致扭曲的審美標準，令女性自我形象低落，並且對外表感到不滿，此情況可以影響個人的性態度和信念。

監管和指引

- 大部分國家的傳媒行業都是受到獨立的自我規管機構所管治，但往往只涵蓋私隱及新聞自由。
- 香港三大報章漠視香港報業評議會，故此市民認為評議會作用有限。

建議策略

- 要求監察傳媒的公眾運動、加強傳媒教育、為新聞及廣告機構制定行為指引及守則、重新界定「言論自由」、消費者投訴、另類媒體、專業道德訓練、家長及家庭教育，以及由女性對傳媒的做法作出批判性討論。

廣告及新聞圖片樣本 — 性別描述

受訪者對三個有關「身體物化」的「廣告圖片」樣本(Ad O1-3)、三個有關「性慾」的「廣告圖片」樣本(Ad S1-3)及三幅有關「性慾」的「新聞圖片」樣本(News S1-3)作出評論。這些樣本可在附錄 A 內找到。

給予焦點小組評論的樣本分為四類：商品廣告、身體美容廣告、雜誌封面、報章新聞。這些樣本可在附錄 B 內找到。

住戶調查

- 大部分人對廣告 Ad O3 (59.6%)及 Ad S3 (50.0%)和新聞圖片 News S1 (79.7%)及 News S3 (76.1%)感到不自在。讓受訪者感到自在(37.2%)多於不自在(7.4%)的只有廣告 Ad S1。
- 有趣的是，雖然只有一個廣告是讓較多受訪者感到自在而非不自在(Ad S1)，但除了一個廣告(Ad O3)和兩幅新聞圖片(News S1 和 S3)以外，對於其餘全部圖片，均有較多受訪者將其評定為可為社會所接受而非不為社會所接受。
- 只有四分之一的受訪者整體上均對各個廣告感到自在，只有 10%受訪者整體上均對各幅新聞圖片感到自在。與他們個人的自在感覺迥異，大部分受訪者均認為該等廣告和新聞圖片可為社會所接受。
- 有關對廣告及新聞圖片是否感到自在，性別和年齡是兩個最有強烈關連的因素，女性和年長人士較常感到不自在。
- 有關是否為社會所接納，年齡、婚姻狀況和教育均與大部分變數有關連，40 歲以下、教育程度較高的未婚或離婚人士較常認為該些樣本會獲得社會接受。
- 沒有任何一個廣告被高度評價為具吸引力，評價最好的是 Ad S2 (24.7%)，最差的是 Ad O1 (13.1%)。
- 只有 5%受訪者認為廣告整體具有吸引力，只有 10%受訪者認為新聞圖片整體能引起興趣。
- 有關廣告的吸引力，性別是最經常有關連的因素，男性認為它們較吸引。
- 較多受訪者(雖然只是小數目)把新聞圖片評為有趣，有 28.6%受訪者把 News S3 評為有趣。年齡乃最大的因素，30 歲以下的受訪者認為它們較為有趣。
- 除了新聞圖片 News S3 以外，大部分受訪者均認為，類似其餘 8 幅的資訊會在本地印刷媒體中最少每星期出現一次。如此高頻率的接觸或可解釋何以有這麼多受訪者相信，這些廣告和圖片是可為社會接受的。

焦點小組

- 在焦點小組討論中，部分參與者不能接受那些描述女性的樣本，特別是身體美容廣告和雜誌封面，而其他人則持相反看法，特別是關乎商品及身體美容廣告。
- 負面意見(362 次)：「不能接受」、「不喜歡」及「噁心」主要是指身體美容廣告(112 次)和雜誌封面(129 次)。
- 正面意見(322 次)：「可接受」、「富藝術美感」及「尚可」，主要是指商品廣告(214 次)。某些正面意見，例如「尚可」、「有吸引力」和「喜歡」，較多是由男性表達。
- 傳媒從業員較少表達「不喜歡」和「噁心感覺」的負面看法，而教師和家長則較常對有關樣本感覺「差劣」。
- 社工、學生和傳媒從業員較常對有關樣本感到「尚可」和「有吸引力」。
- 中立及溫和的看法佔少數，特別是關乎商品廣告(52 次)及身體美容廣告(39 次)，例如：「非常沒甚麼或沒甚麼特別」、「無感覺或無意見」及「沉悶」。
- 部分人對於印刷媒體樣本中氾濫的女性性感形象感到麻木，此情況已被公認為香港主流文化的一部分。

<u>男性及女性的特徵</u>

審視性別定型是為了幫助瞭解個人對「典型」男性及女性行為、性格和特質之看法。

- 對於有領導才能、獨立、堅持己見、進取、體諒他人、有主見和忠厚，大部分人認為這些是兩性皆有的特徵，但富同情心、怕醜和溫柔則是女性的特徵。
- 25%的受訪者認為有領導才能、堅持己見、獨立、進取和有主見整體而言是女性的特徵，只有 10%認為怕醜、溫柔和體諒他人整體而言是男性的特徵。
- 女性較多回應說大部分特徵是兩性皆有的特徵。
- 年輕人較多指溫柔是十足女性的特徵。
- 年長人士較多指忠厚是兩性皆有的特徵。
- 過去十年的轉變：雖然部分性別定型的觀念仍然存在(特別是在兩性之間)，大部分的定型觀念已經減少。有關男性特徵的最重定型觀念是認

為男性具有領導才能，而最牢固的定型觀念卻是把溫柔歸屬為女性特徵。

- 兩性均認為富同情心、怕醜和體諒他人是女性的特徵，而男性認為有領導才能和有主見是男性的特徵。

個人形象的自我評價

量度把身體物化和解體的影響能反映出一個尺度，即一個人會以局外人的角度監察他或她自己的身體，當其體態不符合大眾文化既定的標準時便會感到羞恥，以及相信人可以操控自己的外表。

- 只有 12 至 15%受訪者同意，他們經常「與他人作比較」或「對自己的外表感到慚愧」，約有四分之一人經常「想到或擔心自己的外表」，約有三分之一人「擔心衣著」。
- 大部分受訪者整體上對於「因外表不盡理想而感慚愧」和「體型不盡理想而感慚愧」表示不同意。大部分受訪者整體上對於「與他人作比較」、「常想到外表」、「擔心衣著」和「擔心外表」持中立或不同意的態度。大部分受訪者整體上對於「可以好看」和「體重可以恰當」表示同意或中立。
- 年齡和婚姻狀況是最重要的人口特徵因素，30 歲以下的人士和離婚人士較關注他們的外表。

男性及女性的定型

人們早已明瞭廣告可以驅使、操控和塑造行為表現。性態度量表被用作評估受訪者對性侵犯的看法、預測與強姦有關的態度和想法，以及在不同處境下的行為。

- 對於「女性前往對方家中是暗示其願意發生性行為」、「假如女性受到侮辱，男性應該出頭」、「女性希望被強迫發生性行為」、「男性約會只為了性」、「女性支配男性」和「有些女性在性方面要求太多」，不同意的人較同意的為多。
- 對於「假如被丈夫打，太太應該離家出走」，同意的人比不同意的人稍多。對於「不戴胸圍的女人是為自己製造麻煩」和「對女性來說，家庭應較事業為重」，同意的人比不同意的為多。
- 只有約四分之一受訪者整體上對「有些女性在性方面要求太多」、「男性約會只為了性」、「女性支配男性」表示同意。對於「女性前往對

方家中是暗示其願意發生性行為」和「不戴胸圍的女人是為自己製造麻煩」等項目則沒有共識 。大部分受訪者整體上對於「對女性來說，家庭應較事業為重」和「假如被丈夫打，太太應該離家出走」表示同意。

- 年齡和婚姻狀況是最重要的因素，年輕和未婚的受訪者較常對這些陳述表示不同意。

<u>傳媒資訊與公眾看法</u>

- 不看雜誌的人士對於廣告的接受程度降低 0.7 級(接受程度分為 1 至 5 級)，這是一個具有重要意義的分別。
- 沒有任何人口特徵資料與媒體消費等因素能組合出一個能預計超過 14%變化的模式，顯示這些因素與受訪者的看法沒有顯著的關連。這情況可能是由於日常接觸媒體的程度非常高，單是公眾地方出現的廣告，已足以令到其他媒體帶來的影響變得有限。
- 焦點小組的意見有助顯示媒體資訊與公眾對女性和女性被性別定型的看法之間存在關連。
- 大部分參與者均明確指出他們對本地傳媒中的女性描述之第一印象是來自雜誌。
- 根據他們的第一印象，本地印刷媒體中最常見到的女性形象是「身材」、「負面」、「女藝人」、「外表」、「性感」、「女性走光照」、「暴露」、「性」及「纖瘦和美麗」。
- 這跟他們所理解的現今女性形象有很大差距，包括女性地位較以前高，以及因為她們扮演著多重功能的角色、事業成功、經濟獨立、擁有良好教育程度、能幹，和有著剛強和進取的性格而更備受尊重。
- 這情況顯示，參與者所理解的印刷傳媒描述的女性形象與現實生活存在分歧，故成為參與者對本地印刷媒體描述的女性形象持有負面看法的理據，包括「對女性形象作負面描述」、「對女性作不合理的暗示」、「將女性的身體視為物件」、「採用不恰當的表達手法描述女性」、「對性作出不正當的暗示」及「具有違背社會公義的含意」。

新一代

普遍情況

- 差不多所有人均受到印刷媒體資訊所影響，只有少數人指他們完全不受影響。
- 這些影響包括更注意自己的外表、扭曲個人對於外表和性的態度和價值觀、改變個人行為以達致特定的外表標準、對女性外表有較高的個人期望，以及增加個人心理壓力。
- 這些影響主要與身體美容廣告有關，部分亦涉及商品廣告，顯示傳媒廣告力量不斷建構一個清晰的完美標準以引發女性去追求，這亦對個別女性造成身體和心理上的壓力，以致改變個人的態度和行為以塑造出「完美」的外表。

青少年與朋輩

- 青少年和學生最受印刷媒體資訊所影響，其次為女性和男性。
- 就商品廣告、身體美容廣告、雜誌封面和報章新聞對青少年的影響，參與者集中強調態度和行為兩方面。其影響體現於社會價值和道德標準下降、為達致特定外貌標準而作出刻意的行為、敗落的社會領域、為女性帶來心理壓力及對性的態度趨於隨便。
- 學生常以被描述的模特兒形象與自己或他人的身形比較，當中許多學生聲稱對個人外表的評價低落，部分更在年輕時採取極端的方法減肥。
- 基於「對第三者的影響」，參與者意識到那些對傳媒負面資訊缺乏正確價值判斷的人(他人)，較他們(自己)更容易受到影響。
- 傳媒對個人、朋輩和認識的人以至社會的影響既重疊又一致，這顯示沒有人能逃離本地印刷媒體描述女性形象手法的影響。
- 參與者的親身經驗及朋輩和認識人士的故事個案，提供了強烈的證據，以證明及支持他們所察覺到傳媒對社會之影響，並為其影響提供一個較為全面的畫面，突顯出傳媒描述女性形象的手法和年輕一代的態度和行為有著重要的關係。

未來路向

現時傳媒的作風與公眾對本地印刷媒體描述女性形象的手法的接受程度，明顯出現失衡的情況。

參與者討論了一些可行方案，以抗衡傳媒對社會的負面影響：

- 停止購買或遊說他人停止購買有關刊物，並在個人層面上作出投訴。
- 在學校內透過創新的教育課程，鼓勵批判性思維訓練。
- 透過家庭教育，提供正確的性和性別概念，建立道德標準，以及加強價值判斷的能力。
- 在社區層面上，透過工作坊和討論加強批判性思維訓練，並讓公眾得知傳媒對女性極端的形象描述對社會造成之影響。
- 檢討及修訂現行法例及監察機制，規劃新法例，政府亦應為非主流印刷媒體的出版者提供財政資助。
- 重新強調傳媒業界的自我監管機制，加強業內專業操守訓練，並由業界自行宣揚有關抗衡現今傳媒對女性形象描述之訊息。
- 喚起公眾和政府對傳媒影響力的關注，並由平等機會委員會建立一個投訴平台。

圖表

住戶調查

接觸傳媒習慣

在過去四周，平均每周閱讀或瀏覽媒體的時間? (%受訪者)

閱讀時間	報章	雜誌	網站
沒有	12.3	46.3	-
少於1小時	8.0	16.5	19.7
1 - 3小時	26.0	26.0	36.0
3 - 5小時	18.8	6.6	16.2
5 - 7小時	10.3	2.4	8.0
7 - 10小時	13.8	.6	11.5
多於10小時	10.8	1.7	8.6

在過去四周曾閱讀的雜誌? (可選擇多項)

類型	受訪者(%)
資訊娛樂雜誌	77.8
時裝/女性/男性雜誌	14.2
財經雜誌	11.2
科學及科技雜誌	10.1
旅遊雜誌	9.5
時事雜誌	5.4
體育雜誌	4.2
青年雜誌	2.1
教育雜誌	1.7
其他	7.8
不記得/不清楚	0.5

在過去四周曾閱讀的報章? (可選擇多項)

報章	受訪者(%)
東方日報	49.0
蘋果日報	38.2
頭條日報	29.8
都市日報	24.8
太陽報	16.4
am 730	14.1
香港經濟日報	9.4
星島日報	8.6
明報	8.0
成報	2.1
南華早報	2.1
信報	1.6
文匯報	1.1
大公報	0.5
英文虎報	0.2
香港商報	0.2
其他	3.3
不記得	0.3

過去四周曾瀏覽的網頁? (可選擇多項)

類型	受訪者(%)
資料搜尋網站	41.4
本地出版傳媒網站	20.6
多媒體網站	8.0
商務網站	7.7
網上日誌	7.3
網上遊戲	5.6
音樂/電影下載網站	4.0
網上購物網站	3.2
時裝/女性雜誌網站	1.5
成年人/色情網站	0.4
其他	16.7
沒有瀏覽任何網站	47.1
不記得	0.2

男性及女性的特徵

對於男女特徵的回應 (%受訪者)

特徵	男性為主	男女都有	女性為主
有領導才能	40.7	55.0	4.1
獨立	27.7	54.6	17.7
堅持己見	29.5	53.9	16.7
進取	33.1	53.5	13.4
體諒他人	7.0	51.9	41.1
有主見	34.7	50.2	15.1
忠厚	44.3	46.9	8.8
富同情心	4.4	46.7	48.8
害羞	14.9	35.2	49.9
溫柔	3.1	17.0	79.9

對於廣告/圖片的回應

對於廣告和圖片的回應 (%受訪者)

廣告/圖片	個人的自在程度		吸引的廣告/有趣的新聞圖片	道德上可接受程度		至少每周一次
	是	否		是	否	
Ad O1	19.8	11.0	13.1	65.9	8.3	92.9
Ad O2	13.8	39.6	17.1	52.6	20.8	87.5
Ad O3	9.6	59.6	17.3	33.0	38.8	66.1
Ad S1	37.2	7.4	23.3	68.7	6.6	79.9
Ad S2	21.3	27.5	24.7	49.9	18.6	79.6
Ad S3	11.3	50.0	19.1	41.4	30.2	91.1
News S1	1.9	79.7	18.3	20.1	60.5	57.4
News S2	7.9	49.7	16.4	36.4	35.4	78.4
News S3	2.8	76.1	28.6	25.0	48.8	40.7

個人形象的自我評價

個人形象的自我評價 (%受訪者)

範疇	不同意	同意
經常與別人比較	68.7	15.2
經常著重外表	57.5	23.8
擔心衣著	45.6	36.9
擔心外表	57.1	22.2
因外表並非最佳而感到羞愧	75.9	12.1
因身體尺碼未達理想而感到羞愧	74.8	12.4
只要努力便能擁有出眾的外表	39.2	43.7
由基因決定體重	42.6	44.1

男性及女性的定型

男性和女性定型的回應 (%受訪者)

範疇	不同意	同意
去男性家中暗示願意性交	66.9	17.4
男人要為女性被羞辱而打架	66.8	19.8
女人希望被強迫性交	59.5	12.7
男人追求女人只為性	53.0	23.7
女人想操控男人	53.1	25.1
女人的性需要很大	39.5	16.8
女性被丈夫毆打時應該離家出走	37.6	44.2
不戴胸圍的女人自找麻煩	28.2	60.0
女性應以家庭為先	17.3	67.9

宗教信念的重要性

宗教信念影響道德價值的重要程度

回應	受訪者(%)
沒有宗教信仰	14.0
不重要	24.9
頗重要	7.4
一般	25.7
重要	17.3
非常重要	10.8

焦點小組

對兩性角色的看法

對現今兩性形象/角色的看法

排列	女性形象/角色	計算	兩性之間的差異
1	地位較以前高	53	
2	專注外表	32	
3	扮演雙重角色	26	
4	獨立	25	F
5	有能力/精明能幹	24	
6	剛強/刻苦/堅強	19	
7	專注事業	17	
8	背負傳統的期望	17	F
9	受過良好教育	14	M
10	較以前積極進取	13	
11	金錢掛帥/物質主義	12	
12	具有較高要求	11	
13	經濟獨立	10	M
排列	**普遍對性別形象/角色的意見**		
1	背負傳統的期望/受傳統觀念束縛	28	F
2	男女平等	27	
3	男女的界線模糊	21	
4	多樣的/多重的	20	
5	工作上具有同等機會	15	
6	男女角色對換	15	
7	在工作上擔任不同角色	10	
有關男性的意見總數		34	
有關女性的意見總數		326	

備註：
在”兩性之間的差異”一欄，空白代表性別之間的差異不大；
“M”代表男性發表該意見的比率較女性高；
“F”代表女性發表該意見的比率較男性高。

對傳媒描述女性的第一印象

就本地傳媒對女性形象的描述之第一個印象

排列	印象	整體	雜誌	報紙	電視	電台	地下鐵	兩性之間的差異
1	展示身材	**63**	18	10	3	2	0	
2	負面	**53**	16	9	1	1	0	
3	女藝人	**53**	19	7	1	1	0	
4	女性的外表	**41**	8	3	2	1	0	
5	標題/文字的描述	**39**	8	5	0	0	0	
6	性感	**37**	17	4	2	0	0	
7	女性走光照	**31**	15	3	0	0	0	
8	暴露	**27**	14	2	0	0	0	F
9	性	**21**	3	3	0	0	0	M
10	瘦身美容廣告	**19**	5	2	0	0	5	
11	貶低/醜化女性形象	**17**	4	3	1	0	0	F
12	揭示女性私隱	**10**	6	0	0	0	0	M
13	近期的某個新聞/事件	**10**	2	1	0	0	0	

備註：
在”兩性之間的差異”一欄，空白代表性別之間的差異不大；
“M”代表男性發表該意見的比率較女性高；
“F”代表女性發表該意見的比率較男性高；
若該項目出現的次數多於或等於 10，該項目將被突顯。

對傳媒描述女性的手法的看法

對本地印刷傳媒描述女性的手法的看法/意見/感受 – 組別之間的差異

看法/意見/感受	整體	公眾人士	關注組別	社工	專業人士	傳媒工作者	老師	家長	學生
負面意見									
不喜歡	**75**	1				L			
討厭	**58**	1				L	L		
差劣	**36**	1					H	H	
正面意見									
可以	**42**	1				H			
具吸引力	**40**	1		H					H
喜歡	**14**	1		L	L				
中立意見									
很正常，沒有特別	**31**	1	L	L			L		L
溫和意見									
沉悶	**17**	1	H						
不漂亮	**15**	1							L

備註：
空白代表組別之間的差異不大；
“H”代表小組發表該意見的比率較公眾人士為高(公眾人士之預設值為 1)；
“L”代表小組發表該意見的比率較公眾人士為低(公眾人士之預設值為 1)。

對印刷傳媒樣本的負面評價之背後的原因 – 組別之間的差異

原因	整體	公眾人士	關注組別	社工	專業人士	傳媒工作者	老師	家長	學生
貶低/醜化女性形象	**139**	1				L			
女性身體物化	**66**	1				L			
銷售的產品與女性身形沒有關係	**42**	1				L			
偷拍/狗仔隊	**41**	1					L		
不尊重女性	**40**	1				L	L		L
把問題/責任推卸給女性	**28**	1				L			
暴露女性私隱	**19**	1							L
刺激男士對性的慾望	**19**	1		L	L				L
忽略女性的內在價值	**14**	1		L					L

備註：
空白代表組別之間的差異不大；
“L”代表小組發表該意見的比率較公眾人士為低(公眾人士之預設值為 1)。

傳媒對女性形象描述的手法的影響

傳媒對女性形象描述的手法對個人的影響 – 組別之間的差異

影響	整體	公眾人士	關注組別	社工	專業人士	傳媒工作者	老師	家長	學生
努力地嘗試減肥	**25**	1		L					
扭曲的美麗標準	**25**	1		H					
對自己身形的要求更高	**21**	1							
跟所描述的模特兒形象與自己的身形/他人的身形比較，以致對自我身體有低劣評價	**20**	1		H					H
被伴侶/他人賦予較高的期望	**18**	1					L	L	
增加對女性的壓力	**17**	1							
影響自信/自我形象及形成對身體的羞恥感	**11**	1		H					
沒有影響	**28**	1					H		

備註：
空白代表組別之間的差異不大；
“H”代表小組發表該意見的比率較公眾人士為高(公眾人士之預設值為 1)；
“L”代表小組發表該意見的比率較公眾人士為低(公眾人士之預設值為 1)。

在朋輩和認識的人之層面上，傳媒對女性形象描述的手法的影響 – 組別之間的差異

類別	整體	公眾人士	關注組別	社工	專業人士	傳媒	老師	家長	學生
努力地嘗試減肥	**52**	1				L			
對自己身形的要求更高	**29**	1							
接受/考慮接受身體美容療程	**24**	1			H			H	
更多注意/公開地討論女性的身體	**18**	1						H	H
以報刊中的文字來形容他人，引致人們對外表的憂慮增加	**13**	1							H

備註：
空白代表組別之間的差異不大；
“H”代表小組發表該意見的比率較公眾人士為高(公眾人士之預設值為 1)；
“L”代表小組發表該意見的比率較公眾人士為低(公眾人士之預設值為 1)。

傳媒對女性形象描述的手法對社會的影響– 組別之間的差異

影響	整體	公眾人士	關注組別	社工	專業人士	傳媒	老師	家長	學生
對受害者不公平/造成傷害	**42**	1						L	
形成負面/不良的風氣	**38**	1				L			
人們的衣著潮流傾向更暴露	**33**	1	H	H		H	H		H
令被報導的事件看似普通並且普遍受到接納	**30**	1			L			L	L
影響自信心/自我形象及形成對身體的羞恥感	**17**	1	H						
發生性關係的情況年輕化	**13**	1					H		

備註：
空白代表組別之間的差異不大；
“H”代表小組發表該意見的比率較公眾人士為高(公眾人士之預設值為 1)；
“L”代表小組發表該意見的比率較公眾人士為低(公眾人士之預設值為 1)。

解決方案

平衡傳媒影響的可行性方案

建議	整體	兩性之間的差異
市場層面	**3**	
個人層面	**62**	
停止購買	22	F
朋輩影響	17	
向相關機構作出投訴/發表意見	14	F
其他	9	
學校層面	**147**	
性與性別教育	38	
批判思考	17	M
傳媒教育	14	
通識教育	13	
倫理道德教育	12	F
其他	53	
家庭層面	**79**	
性與性別教育	19	
不購買含有負面訊息的印刷媒體刊物/不把「有問題」之印刷媒體刊物帶回家	18	
教導小孩如何選擇/批判報刊/雜誌	16	
教育小孩的價值判斷，例如：健康、美麗的定義	11	
其他	15	
社會層面	**83**	
社會/社區服務 (尤其是青年及家庭)	34	
關注組別及非政府組織之聲音	19	
公民教育(包含傳媒教育)	17	
其他	13	
政府層面	**111**	
立法	40	
監察機制	39	
資源(例如：津貼及資助)	17	
教育大眾市民	12	
其他	3	
傳媒層面	**102**	
利用傳媒的影響力作傳媒教育/性與性別教育(例如：電台、電視)	55	
實行傳媒的自我監察(道德及操守)	28	
傳媒工作者的培訓	14	
其他	5	
平等機會委員會層面	**17**	

備註：
在”兩性之間的差異”一欄，空白代表性別之間的差異不大；
“M” 代表男性發表該意見的比率較女性高；
“F” 代表女性發表該意見的比率較男性高。

附錄 A

住戶調查問卷

(含廣告和新聞圖片樣本)

「公眾對香港傳媒描述女性的手法的意見調查」

1367

第一部分

1. 你喺過去嘅四個星期平均每星期有幾多時間用咗嚟睇報紙?(不包括網上版本)

- ○ 少過一小時
- ○ 一至三小時
- ○ 三至五小時
- ○ 五至七小時
- ○ 七至十小時
- ○ 多過十小時
- ○ 0小時 ⟶ **Skip to Q3**
- ○ 唔知道/唔清楚

2. 你喺過去嘅四個星期睇過邊一份報紙？(可選多項)

- ○ 東方日報
- ○ 蘋果日報
- ○ 星島日報
- ○ 明報
- ○ 太陽日報
- ○ 中國日報
- ○ 大公報
- ○ 英文虎報
- ○ 信報
- ○ 成報
- ○ 香港經濟日報
- ○ 文匯報
- ○ 南華早報
- ○ 香港商報
- ○ am 730
- ○ 頭條日報
- ○ 都市日報
- ○ 其他, 請說明 _____

3. 你喺過去嘅四個星期平均每星期有幾多時間用咗嚟睇雜誌?(不包括網上版本)

- ○ 少過一小時
- ○ 一至三小時
- ○ 三至五小時
- ○ 五至七小時
- ○ 七至十小時
- ○ 多過十小時
- ○ 0小時 ⟶ **Skip to Q5**
- ○ 唔知道/唔清楚

4. 你喺過去嘅四個星期睇過邊一種類型嘅雜誌？(可選多項)

- ○ 資訊娛樂雜誌, 例如東Touch、東週刊、TVB 週刊
- ○ 時裝/ 女性雜誌
- ○ 青年雜誌, 例如Yes
- ○ 旅遊雜誌
- ○ 體育雜誌
- ○ 教育雜誌
- ○ 成年人/色情雜誌
- ○ 時事雜誌
- ○ 經濟雜誌
- ○ 科學及科技雜誌,例如音響、攝影、電腦、汽車等
- ○ 其他, 請說明 _____

5. 你喺過去嘅四個星期瀏覽過乜嘢類型嘅網站呢？(可選多項)

- ○ 本地出版傳媒網站, 例如明報網站 (請回答Q6)
- ○ 資料搜尋網站, 例如雅虎、谷歌、新浪等
- ○ 時裝/ 女性雜誌網站
- ○ 多媒體網站, 例如You-Tube
- ○ 成年人/色情網站
- ○ 網上遊戲
- ○ 網上日誌
- ○ 商務網站, 例如網上銀行
- ○ 網上購物網站, 例如Ebay
- ○ 音樂/ 電影下載網站
- ○ 其他, 請說明 _____

6. 你喺過去嘅四個星期平均每星期有幾多時間用咗嚟瀏覽出版傳媒網站?

- ○ 少過一小時
- ○ 一至三小時
- ○ 三至五小時
- ○ 五至七小時
- ○ 七至十小時
- ○ 多過十小時
- ○ 唔知道/唔清楚

第二部分

7. 你認爲以下的特質有幾男性或幾女性呢(以"男性爲主", "男性多D", "男女都係", "女性多D", 及"女性爲主"作爲評估標準)？

	男性爲主	男性多D	男女都係	女性多D	女性爲主
有領導才能	○	○	○	○	○
堅持己見	○	○	○	○	○
獨立	○	○	○	○	○
進取	○	○	○	○	○
有主見	○	○	○	○	○
怕醜	○	○	○	○	○
溫柔	○	○	○	○	○
富同情心	○	○	○	○	○
體諒他人	○	○	○	○	○
忠厚	○	○	○	○	○

第三部分

請集中對以下圖片展示出的整體形象,字眼及訊息作出評價.

8. 你睇到呢啲廣告/圖片嘅時候有乜嘢感覺呢?(輪流轉換次序)?

	強烈唔自在	唔自在	不會不自在也不會自在	幾自在	非常自在	唔知道/無意見
Ad O1	O	O	O	O	O	O
Ad O2	O	O	O	O	O	O
Ad O3	O	O	O	O	O	O
Ad S1	O	O	O	O	O	O
Ad S2	O	O	O	O	O	O
Ad S3	O	O	O	O	O	O
News S1	O	O	O	O	O	O
News S2	O	O	O	O	O	O
News S3	O	O	O	O	O	O

9. 你認爲呢啲廣告有幾吸引，令你多望兩眼呢?

	完全唔吸引	少少吸引	吸引	幾吸引	非常吸引	唔知道/無意見
Ad O1	O	O	O	O	O	O
Ad O2	O	O	O	O	O	O
Ad O3	O	O	O	O	O	O
Ad S1	O	O	O	O	O	O
Ad S2	O	O	O	O	O	O
Ad S3	O	O	O	O	O	O

10. 你認爲呢啲新聞圖片有幾有趣，令你想閱讀報導的內文或詳情呢?

	完全不有趣	少少有趣	有趣	幾有趣	非常有趣	唔知道/無意見
News S1	O	O	O	O	O	O
News S2	O	O	O	O	O	O
News S3	O	O	O	O	O	O

11. 在社會道德標準的層面上, 你認爲香港大眾對呢D廣告/ 圖片嘅接受程度係點樣呢?

	完全唔接受	唔太接受	不會不接受也不會接受	幾接受	完全接受	唔知道/無意見
Ad O1	O	O	O	O	O	O
Ad O2	O	O	O	O	O	O
Ad O3	O	O	O	O	O	O
Ad S1	O	O	O	O	O	O
Ad S2	O	O	O	O	O	O
Ad S3	O	O	O	O	O	O
News S1	O	O	O	O	O	O
News S2	O	O	O	O	O	O
News S3	O	O	O	O	O	O

1367

12. 你覺得平時有幾常見到呢啲描述女性形象嘅廣告/圖片出現係本地報紙及雜誌?

	一年睇到一次	一個月睇到一次	一個星期睇到一次	一個星期睇到多次	每日都睇到	唔知道/無意見
Ad O1	O	O	O	O	O	O
Ad O2	O	O	O	O	O	O
Ad O3	O	O	O	O	O	O
Ad S1	O	O	O	O	O	O
Ad S2	O	O	O	O	O	O
Ad S3	O	O	O	O	O	O
News S1	O	O	O	O	O	O
News S2	O	O	O	O	O	O
News S3	O	O	O	O	O	O

第四部份

13. 你對以下嘅句子有幾同意或者唔同意呢?

	強烈地唔同意	唔同意	中立	同意	強烈地同意	唔知道/無意見
我經常拿自己嘅外表同其他人比較	O	O	O	O	O	O
我成日都會諗起自己嘅外表	O	O	O	O	O	O
我經常擔心我著嘅衫會唔會令我好睇啲	O	O	O	O	O	O
我經常擔心人哋點樣睇我嘅外表	O	O	O	O	O	O
當我冇努力令自己變得最好睇果陣時,我會覺得慚愧	O	O	O	O	O	O
當我嘅身體尺碼未達到理想嘅時候,我會覺得慚愧	O	O	O	O	O	O
我認爲只要我做多啲功夫,我要自己有幾好睇就有幾好睇	O	O	O	O	O	O
我認爲我嘅體重好大程度係由自己與生俱來嘅基因決定	O	O	O	O	O	O
假如我夠努力,我可以達到我預期嘅體重	O	O	O	O	O	O

14. 你對以下嘅句子有幾同意或者唔同意呢?

	強烈地唔同意	唔同意	中立	同意	強烈地同意	唔知道/無意見
假如一個男人嘅女朋友或太太比另一個男人羞辱,佢應該同對方打交	O	O	O	O	O	O
女人有佢嘅事業係可以接受嘅,但應該以婚姻同家庭爲先	O	O	O	O	O	O
好多女人的性需要很大,但男人往往無辦法滿足到佢哋	O	O	O	O	O	O
喺一段關係入面,女人大多都係想佔男人便宜,男人都係爲咗'性'	O	O	O	O	O	O
大部分嘅女人喺外面吸引男人嘅時候係處心積慮去操控對方	O	O	O	O	O	O
女人好多時候會扮唔想同人上床,因爲驚人哋覺得佢地放蕩,但係事實上,佢哋係希望男人會強迫佢地上床	O	O	O	O	O	O
假如被丈夫打,太太應該離家出走	O	O	O	O	O	O

14. 你對以下嘅句子有幾同意或者唔同意呢?	強烈地唔同意	唔同意	中立	同意	強烈地同意	唔知道/無意見
當女人外出嘅時候唔戴胸圍、著短裙或緊身上衫, 佢哋只係喺度爲自己製造麻煩	O	O	O	O	O	O
一個女人喺第一次約會就去男人嘅屋企即係表示佢願意同對方上床	O	O	O	O	O	O

第五部分

15. 紀錄被訪者性別

O 男性　O 女性

16. 請問你今年幾多歲呢？

O 十八至十九歲　O 二十歲至二十九歲　O 三十歲至三十九歲
O 四十歲至四十九歲　O 五十至五十九歲　O 六十至六十四歲
O 六十五歲或以上　O 拒絕回答

17. 你嘅婚姻狀況係....

O 獨身　O 已婚　O 離婚
O 其他_____　O 拒絕回答

18. 你有幾多個小朋友呢？

O 沒有 ⟶ **Skip to Q20**　O 一個　O 二至三個
O 四至五個　O 六個或以上　O 拒絕回答

19. 假如你有小朋友嘅話, 有幾多個小朋友係十八歲以下呢？

O 沒有　O 一個　O 二至三個
O 四至五個　O 六個或以上　O 拒絕回答

20. 你嘅學歷背景去到乜嘢程度?

O 小學　O 中學　O 預科
O 大學 (學位)　O 碩士或以上　O 大專(非學位)
O 小學以下(包括從未受學校教育)　O 拒絕回答

21. 你嘅職業係乜嘢呢?

O 經理及行政人員　O 專業人士　O 輔助專業人員
O 文員　O 服務工作及商店銷售人員　O 工藝及有關人員
O 機台及機器操作員及裝配員　O 非技術工人　O 漁農業熟練工人及不能分類的職業
O 學生　O 退休人士　O 家庭料理者
O 待業　O 其他 (請註明)_____

22. 你家庭每月收入(港幣)係介乎邊一個範圍之間呢?

O 低於2,000　O 2,000 - 3,999　O 4,000 - 5,999
O 6,000 - 7,999　O 8,000 - 9,999　O 10,000 - 14,999
O 15,000 - 19,999　O 20,000 - 24,999　O 25,000 - 29,999
O 30,000 - 39,999　O 40,000 - 59,999　O 60,000或以上
O 拒絕回答

23. 宗教信念對你個人道德價值嘅影響有幾重要呢？

O 冇宗教信念　O 不重要　O 頗重要
O 一般　O 重要　O 非常重要　O 拒絕回答

24. 你嘅出生地點係喺邊度呢？

O 香港　O 中國內地　O 其他, 請註明_____

25. 你喺香港居住左幾多年呢？(999=拒絕回答) [ ][ ][ ]

SN: [ ][ ][ ][ ][ ]　Int: [ ][ ][ ][ ]

「公眾對香港傳媒描述女性的手法的意見調查」

住戶調查

<u>廣告及新聞圖片樣本</u>

Ad O1 – O3

Ad O1

Ad O2

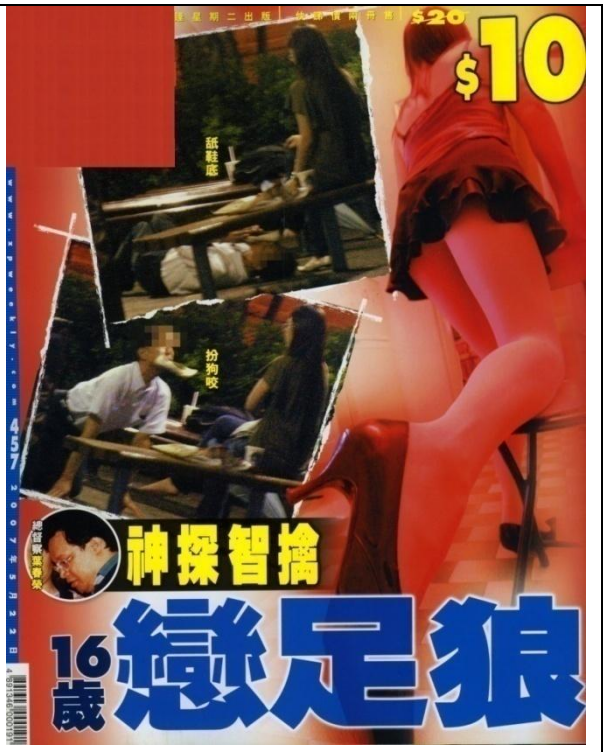
Ad O3

廣告及新聞圖片樣本

Ad S1 – S3	 **Ad S1**
 Ad S2	 **Ad S3**

廣告及新聞圖片樣本

News S1 – S3



News S1

News S2

News S3

附錄 B

焦點小組調查
討論大綱及個人資料問卷

(含廣告和新聞圖片樣本)

「公眾對香港傳媒描述女性的手法的意見調查」
焦點小組討論

討論大綱

個人資料

請參與者在討論開始前填寫一份記錄個人資料的表格，資料包括年齡、性別、婚姻狀況、子女數目、教育程度、入息及種族等。

自我介紹及歡迎

1. 主持人自我介紹

2. 簡述焦點小組討論的題目及是次研究的目的

3. 說明參與者在討論進行期間要遵守的規則及參與者的權利，並交代記錄意見程序及個人的私隱保障。

4. 認識參與者及其背景

討論重點

5. 了解參與者閱讀報章新聞及雜誌的習慣

6. 了解參與者對現今社會性別形象及角色的看法

7. 喚起參與者回顧傳媒對女性形象的描述

8. 了解參與者就公眾媒體對女性形象描述的看法，亦即對女性形象描述及性別定型的接受程度。並追問主導感受背後的相關原因，例如：私隱、宗教、道德、及女性權力等。(當提問時，會向參與者展示一套包括在住戶調查中使用過的廣告、新聞圖片和新聞故事樣本。)

9. 討論傳媒對女性形象的描述與年輕一代的性觀念及身體物化等意識之關聯

10. 特別向家長、老師及社工組別的提問 Q.9

11. 總結討論重點

12. 就傳媒對女性形象的描述與公眾的接受程度的分歧，討論未來可行的出路。換言之，假如參與者對傳媒描述女性形象的手法存在負面意見時，便徵詢他們相應的解決方法。

「公眾對香港傳媒描述女性的手法的意見調查」
焦點小組討論

個人資料問卷　(參與者的個人資料將以不記名形式紀錄)

1. 被訪者性別

○ 男性　　○ 女性

2. 你的年齡是?

○ 18 歲以下　　○ 18 至 29 歲　　○ 30 至 39 歲
○ 40 至 49 歲　　○ 50 至 65 歲　　○ 65 歲以上

3. 你的婚姻狀況如何?

○ 獨身　　○ 已婚　　○ 離婚

4. 你有多少個孩子?

○ 沒有 (請跳答第 6 題)　　○ 一個　　○ 二至三個
○ 四至五個　　○ 六個或以上

5. 假如你有孩子，那有多少個小孩是十八歲以下?

○ 沒有　　○ 一個　　○ 二至三個
○ 四至五個　　○ 六個或以上

6. 你的學歷背景是

○ 小學或以下　　○ 中學　　○ 預科
○ 大學　　○ 碩士或以上

7. 你的職業是

○ 經理或行政人員　　○ 專業人士　　○ 輔助專業人員
○ 文員　　○ 服務工作及商店銷售人員　　○ 工藝及有關人員
○ 機台及機器操作員及裝配員　　○ 非技術工人　　○ 漁農業熟練工人及不能分類的職業
○ 學生　　○ 退休人士　　○ 家庭料理者
○ 待業　　○ 其他 (請註明) _____

8. 你家庭住戶每月收入(港幣)是介乎於那一個範圍之間?

○ 低於 2,000　　○ 2,000 – 3,999　　○ 4,000 – 5,999
○ 6,000 – 7,999　　○ 8,000 – 9,999　　○ 10,000 – 14,999
○ 15,000 – 19,999　　○ 20,000 – 24,999　　○ 25,000 – 29,999
○ 30,000 – 39,999　　○ 40,000 – 59,999　　○ 60,000 或以上

9.宗教信念對你個人道德價值的影響有多重要?

○ 沒有宗教信念　○ 不重要　○ 頗重要　○ 一般　○ 重要
○ 非常重要

10. 你的出生地點是?

○ 香港　　○ 中國內地　　○ 其他，請註明_____

11. 你在香港居住了多少年? _____

「公眾對香港傳媒描述女性的手法的意見調查」
焦點小組討論

廣告及新聞圖片樣本

商品廣告

商品廣告

商品廣告

身體美容廣告

廣告及新聞圖片樣本

身體美容廣告

身體美容廣告

雜誌封面

雜誌封面

廣告及新聞圖片樣本

同齡三小色狼　校內施暴逾月

10歲女慘淪同學仔性奴

紅磡一間小學近日發生一宗令人唏吁的孤化案。一名十歲女童淪為男同學的性奴，她繫鞋在一個多月內，多番遭三名同齡男同學在校內強姦，直至女童告訴校內社工才揭發事件，警方已拘捕一名傻十歲男童，警方稍後會再拘捕另外兩名涉案男童。

女童被迫拍下的照片

1 女童先後多次被三名同學欺壓校內暗角強暴。

2 警方拘捕一名涉案男童。

社工揭發　警拘一童

未滿14歲不能控強姦

港聞5　A10

瞓覺大過天　勾不起性慾反惹怒火

少婦撩行房遭夫痛毆

少婦挑逗丈夫行房反遭痛打模擬圖

1 少婦有性需要，連番出手挑逗睡在身旁丈夫。

2 丈夫不滿睡覺受干擾，將少婦打到遍體鱗傷。

本報訊　二十三歲少婦與丈夫共寢時，突然有性需要，出手挑逗身旁睡得正酣的丈夫，要求行房。但少婦不單挑不起丈夫性慾，相反激起對方怒火，揮拳相向，將嬌妻打致遍體鱗傷。不解溫柔的丈夫昨於屯門法院承認一項普通襲擊，被判入獄七日但緩刑兩年。

疑有新歡曾起爭執

二十四歲的男被告李家榮，報稱汽車修理員。他被控於今年六月十八日，在天水圍天澤邨源辰樓寓所內襲擊二十三歲妻子雷梅玲。煙槍姻好的女事主昨亦帶同嬰兒現身法庭旁聽。

案情指出，被告與事主為夫婦關係，並育有一名五個月大的嬰兒。由於事主經常以雙程證穿梭中港兩地，以致兩人關係日益轉差並常有爭執。案發當日凌晨一時許，待雙程證來港探望丈夫的事主，因懷疑被告另結新歡故發生爭執。期間，被告以拳頭襲擊事主。事主一覺醒來便決定報警求助。被告於同日即到天水圍警署自首，警誡下，他承認事發時兩人互相拉打。而事主經驗傷後，發現其兩前臂均有瘀痛紅腫、大腿呈瘀傷，而頸皮及右腹亦有輕痛。

判囚七日緩刑兩年

其代表律師求情稱，事發時兩人已入睡，惟事主突有所需索要求行房並探手挑逗，但被告卻以疲倦為由拒絕。事主未有因此放棄反而再做出過當的挑逗行為。但事主的行徑非未有勾起被告的性慾反挑起其怒火。及後事主又因懷疑被告有外遇而爭執。律師指出，被告在建申的刺激下始衝動犯案，故盼法庭輕判。裁判官考慮案情及求情後，決判被告囚七日緩刑兩年。　案件編號：TMCC 2295/07

報章新聞

報章新聞

浸大生戲院自渎案疑遇

2006年4月

2006年5月21日

2006年7月

自稱「千依百順」荒唐行徑迎合

浸大生初會女友戲院自瀆示愛

拍拖八月無越軌現任女友代求情

三度騙事主發現陰具

以為事主曾置性滿足

狼求心靈富足

報章新聞

平等機會委員會
地址：香港太古城太古灣道14號太古城中心三座19樓
電話：(852) 25118211
傳真：(852) 25118142
電郵：eoc@eoc.org.hk
網址：http://www.eoc.org.hk