

小編「女。子」樣的！

大綱

CEDAW是什麼？

CEDAW與社群平台經營之關聯

公部門對社群媒體的運用

新北市政府各局處FB社群概況

社群媒體涉及性平爭議之可能案例

結語



1. CEDAW是什麼？

《消除對婦女一切形式歧視公約》

Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women
CEDAW

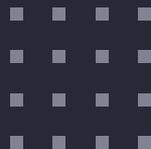
“

聯合國人權公約之一，旨在消除性別歧視，積極促進性別平等，以落實CEDAW所列各項性別平等權利，特別是在政治、社會、經濟、就業、文化、教育、健康、法律、家庭、人身安全等領域。我國於2011年訂頒「消除對婦女一切形式歧視公約施行法」，並自2012年1月1日起施行。

”



2. CEDAW與社群平台經營之關聯





社群媒體內容涉及性別平權，引發爭議一經發生，就易造成形象危機。如何在創意發想與執行階段，適時反思議題及發文內容可能導致的性別爭議，是經營社群媒體的重要課題。

CEDAW第5條 (性別刻板印象和偏見)

締約各國應採取一切適當措施：

- 改變男女的社會和文化行為模式，以消除基於性別而分尊卑觀念或基於男女任務定型所產生的偏見、習俗和一切其他做法。

達成《第六屆會議(1987)第3號一般性建議：教育和宣傳運動》

- 促使各締約國有效採用教育及大眾資訊宣傳方案，藉以消除妨礙女性在社會上平等原則的偏見與現行習俗。
- ✓ 與社群平台經營的連結：藉由社群平台貼文，進行社會宣導與繼續教育，提升民眾對於性別暴力的認知，降低性別暴力迷思，並促進民眾參與規劃及推動社區防暴活動。





3. 公部門對社群媒體的運用



2018年底開始，公部門開始投入社群經營，為其部門與單位做好定位與小
編人設，並且找到網路活躍族群的喜好溝通方式。同時，不斷挖掘讓社會大
眾共鳴的題材，引發民眾討論。最成功的表現之一是顛覆民眾對公部門的
刻板印象，透過迷因、跟風等方式，將公部門政策用詼諧口吻、貼近生活的
方式傳達出去，給民眾不是沉重公文的感觉，是一種透過「玩」、「遊戲化」
中得到資訊。

新北市政府
[不用找那20年前的號碼]
她們一直都在
#NewTaipeiWomanPower #BreakTheBias

疫情下的熱血補強
即時救護的第一線英雄
最強身障者守護者

新北市政府
新北市政府
新北市政府

新北市政府

你理想中的公共廁所是什麼樣子？
來新北 發現你的專屬廁所

更衣室、親子廁間、照護床、蹲/坐式馬桶

還有見紅就發：多元生理用品發送機

新北市政府

我的月事
我，大膽說

4. 新北市政府各局處FB社群概況

■ 新北市政府FB社群平台現況

本府目前各局處經營中的**臉書粉絲團**逾**70個**(含藝文場館、各區公所等)，**粉絲團發文頻率**從**1天2則**，到**每週2-4則**左右不等，**發文總量**十分可觀。

5. 社群媒體涉及性平爭議之可能案例

案例一

社群經營常與網紅或圖文作家等合作，透過其人氣與創意，以影片或漫畫等詼諧、有趣的方式宣導嚴肅的議題，達到推廣市政的目的。



以此案例來看，公部門在與網紅、圖文作家等合作時，應更謹慎檢視題材的創意與適當性，以避免引發「歧視」與「刻板印象」的爭議。

此案例與CEDAW之關聯性：

CEDAW第5條 - 性別刻板印象和偏見

針對女性做家务或是照顧小孩的「男女任務定型」所產生的偏見，應改變男女的社會和文化行為模式，以消除基於性別而分尊卑觀念。



宣導「溺水是安靜的」圖文(左圖)，貼文發出引發「是否只有女性才需要為照顧小孩負責任」的爭議後，改為右圖增加父親腳色的性平版本。

案例二

社群經營常需要搶搭時事、網路流行用語等，以獲得更高的觸及與關注。為宣傳政策，公部門以製作跟風時事的限圖方式呈現，容易引發質疑有物化女性的爭議。



網路流傳讓女性穿著暴露及手拿「求找乾爹」的紙板，造成物化女性的視覺。照片引起討論，後證實是商業行為的行銷手法。



機關跟風限圖製作政策宣傳圖片，公部門更應審慎檢視素材來源是否違反CEDAW原則，避免造成反效果並模糊焦點。

以此案例來看，公部門經營社群的「跟風網路限圖」，應審慎考慮發文內容的適當性，以及可能導致的性別爭議，避免「搭錯車」引發爭議。

此案例與CEDAW之關聯性：

CEDAW 第2條 (政策措施)

- 對婦女一切形式的歧視，協議立即用一切適當辦法，推行消除對婦女歧視的政策。
- 不採取任何歧視婦女的行為或做法，並保證政府當局和公共機構的行動都不違背這項義務。
- 採取一切適當措施，消除任何個人、組織或企業對婦女的歧視。

案例三

公部門推行政策製作之相關設定圖卡，應注意避免性別刻板印象帶入政策主題。



以此案例來看，設計圖卡內容注意圖片角色性別之平衡，若只顯示單一性別，如女性，恐加深民眾對於家庭長者照護應由家中女性負責的刻板印象，避免引發爭議。

此案例與CEDAW之關聯性：

CEDAW第5條 - 性別刻板印象和偏見

圖文設計之色彩、角色等，應避免帶入性別刻板印象，家庭照護之角色也非限定於單一性別，以消除基於性別而分尊卑觀念。

案例四

宣傳影音之設計也應注意避免落入性別刻板印象。



以此商業系列影片來看，主角都是女性，而為了強調鍋具的高品質，訴求女性該如何成為「貴」婦，傳達了「女性是理所當然的家務勞動者和家庭用品消費者」的概念；應避免一再強化傳統觀念中所謂「好太太」、「好媽媽」的女性家庭形象。

此案例與CEDAW之關聯性：

CEDAW第5條 - 性別刻板印象和偏見

影片設計之劇情、角色等，應避免家務性別分工的刻板印象，將女性視為家庭服務者的性別定型。媒體對丈夫角色的詮釋應更與時俱進、擺脫以男性為主體性思考的框架。





6. 結語



在人手一機的網路時代，社群媒體已成為近年的主流行銷戰場，各級政府、民間單位，甚至是個人都紛紛投入資源經營社群帳號（如臉書、推特、Instagram等），以作為宣傳政策、品牌或是話題的重要管道之一。

在性別意識高漲的現今，許多在社群媒體引發的性別爭議，不一定均是帶有惡意的性別歧視，更常是「無惡意的隱性歧視」，這也許來自其生活經驗中根深蒂固的刻板印象與觀念，在長期接收周遭對於性別的固定符碼後，往往容易將含有偏見的訊息視為理所當然。

在這樣的性別框架下，當面臨即時訊息、搶搭時事時，更容易因缺乏檢視時間，而在不知不覺中運用了偏頗的性別內容，也因此如何在創意發想與執行階段，適時反思議題及發文內容可能導致的性別爭議，是經營社群媒體的重要課題。

為加速實現性別平等採取之「暫行特別措施」 (Temporary Special Measures, TSM)

*適用CEDAW委員會通過一般性建議第5號

本府各局處臉書官方粉絲團發文數量可觀，為增進經營者之性別意識、減低引發性別爭議的可能性，提供以下幾項建議：

- 舉辦「媒體文宣之性別建構、偏見與歧視」等相關議題的**自我檢視訓練、案例探討及危機公關等課程**。

為加速實現性別平等採取之「暫行特別措施」 (Temporary Special Measures, TSM)

*適用CEDAW委員會通過一般性建議第5號

➤ 「即時性」是社群媒體的特性也是重要優勢，為了獲得更高的能見度(分享)與強化宣傳效果，內容往往需要搶搭時事議題，或輔以吸睛、有梗的文字、圖片或影像，本府各局處官方粉絲團在政策宣傳與吸引粉絲關注間，可能忽略了性別爭議議題，或是隱藏了「無惡意的隱性歧視」，此時在創意的選擇及運用上，就必須於發文前利用「新北市政府宣導媒材性平概念檢核表」多加檢視文案及素材是否有涉及性平爭議的可能。

➤ 建議機關小編能接觸更多性平相關議題或研討課程，並仔細研讀相關資料，以提升相關面向敏感度，發文前針對素材製作及文案撰寫更謹慎評估，用更多元的視角去檢視發文內容是否恰當。

新北市政府宣導媒材性平概念檢核表

檢核說明：

- 1.本府各機關及區公所使用各式宣導媒材時，應先透過本表針對宣導內容進行檢視，並將本表納為宣導媒材之附件陳核時的必要文件。
- 2.本表所稱宣導媒材包含海報、宣導單張、活動看板、書籍、帳內包、粉絲專頁貼文、新聞稿、宣導短片、捷徑燈箱等，且檢視範圍包含所用之文字、圖片及影片內容。
- 3.本表的檢視項目，可視各機關之業務需求自行增列，例如勞工局「就業服務法所列就業歧視禁止事項」等。

檢核宣導媒材名稱：_____

項次	內容	檢核情形	
		是	否
1	是否強化顏色的性別刻板印象？ (如女性用紅色、粉紅色；男性用藍色、綠色等)		
2	是否強調理想外表的性別二元刻板標準？ (如女性身材窈窕、臉型大小、皮膚白嫩；男性肌肉發達、人魚線、麒麟臂、身材魁突等)		
3	是否強調性別特質之刻板印象？ (如女性較為柔弱、善於照顧人、注重外表；男性理性、嚴肅、不善表達情感等)		
4	是否假設女性價值和生活目標依附於男性價值之下？ (如三從四德、嫁雞隨雞、嫁狗隨狗、掌上明珠寵愛等)		
5	是否具性別歧視語言？ (如稱女性為女漢子、男人婆，稱男性為娘娘腔、小白臉等)		
6	是否具貶低暗示之圖片？ (如女性穿著暴露、露胸、露背、擠胸；男性展現肌肉線條、強調生殖器大小等)		
7	是否有職業的性別刻板印象？ (如女性為護理師、空服員、幼保人員、照服員；男性為醫師、飛行員、駕駛、工程師等)		
8	是否強化公領域與私領域的性別二分？ (如認定女性學業、收入較男性低，應回歸家庭；男性較具權威、專業性並事業有成等)		
9	是否將不同性別的職業成就或工作能力與性別刻板印象掛勾？ (如女性為輔佐者、面對問題時依職男解決；男性居主導地位，為工作團隊的領導者等)		
10	是否歧視單身或假設單身為異常？ (如男女當備、女大當嫁、大戲未播劇女等)		
11	是否歧視不同婚姻狀態中的女性？ (如將離婚歸因於女性、視離婚女性或單親媽媽為失敗者、擁有完整的婚姻才是美好人生等)		
12	是否強化新住民的刻板印象？ (如新住民的婚約皆透過金錢交易、傳家接代為新住民的義務、新住民的學歷較低等)		
13	是否強化家務分工的刻板印象？ (如男主人女主人、女性負責家事、煮餚，男性為家計負擔者，不會照顧小孩、只會玩玩具)		
14	是否強調文化中的性別刻板印象？ (如女性婚後須傳承排代、子女應從父姓、財產由男性繼承、無組成出爐的主持者皆為男性等)		
15	是否強化對不同性傾向和性別認同者(LGBTQI)的刻板印象？ (如將偏見、污名化、性騷擾案、歧視或虐待等與 LGBTQI 連結等)		
16	是否對不同性傾向和性別認同者(LGBTQI)具歧視性的文字、圖片和象徵？ (如人妖、不男不女、不倫不類、變態等)		
17	是否將不同性傾向和性別認同者(LGBTQI)組成之家庭視為異常？ (如認為LGBTQI者不能或不宜扶養孩子等)		
18	是否將家庭暴力、性騷擾、性騷擾、性別制的發生視為被害人的責任？ (如將女性遭受性騷擾的原因歸咎於穿著暴露、把家騷擾因為被害人的不當作止等)		
19	是否認為家庭暴力、性騷擾、性騷擾、性別制只會發生在女性身上，不會發生在男性身上？ (如認為男性的身體優勢或經濟優勢優於女性、不易受害，忽略除體以外形式的暴力等)		
20	是否將騷擾視為全都是第三者責任？ (如將第三者視為狐狸精、善於迷惑男人的女人等)		

參考資料

- 行政院主計總處 <https://www.dgbas.gov.tw/mp.asp?mp=1>
- 新北市性別平等政策方針
- 海巡署長室 <https://www.facebook.com/CGA4U>
- 我的新北市 <https://www.facebook.com/myntpc>
- 自由時報 女員工負責打情罵俏？新北職災宣導漫畫挨轟「性別歧視」
<https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/3137423>
- 鏡周刊 消防局文宣跟風「找乾爹」 遭批物化女性下架道歉
<https://www.mirrormedia.mg/story/20210111edi015/>
- 全聯集點廣告 <https://www.youtube.com/watch?v=OL685y5dvqo>



敬請指教