

谁是一家之主？

文/ 蔡佩娟

台湾高雄师范大学性别教育研究所硕士，性别教育工作者，希望为马来西亚推动性别平等教育

媒体的报道都偏向于塑造男性是主外、不懂家务事、分辨不清蔬菜、不知如何买菜的形象，所以就会出现为男性而设的蔬菜小抄……



3月的时候，我国政府因为防范疫情蔓延，推展行动管制令，要求人民尽可能待在家中不出门。如果需要购置日常用品或烹煮材料，就只能一人代表出门到超市添购。而且，指明由“一家之主”出门购物。

“一家之主”的言论立马掀起很多人关注，不少网民在网络上调侃、讽刺，争议为什么要指明“一家之主”才能出外购物？其他人为何不能？而且大部分处理家里事务的都是妻子、妈妈啊，她们外出更适合吧？！

我们在各媒介媒体也开始看到，很多手拿纸条的男性身影出现在超市，认真地依据手上纸条选买所需的材料的报道；社交媒体上，也出现一系列附有蔬菜图与文，协助男性认识蔬菜品种。

虽然没有明确指出“一家之主”是谁，但是，从各方的反应可见，大家理所当然地已认定，“一家之主”就是丈夫、是爸爸。

性别规范，影响相处

在过去，一般都是“男主外，女主内”的家庭模式，男生总被视为家庭顶梁柱。可是，现今很多家庭都已是双薪家庭，夫妻两人都是家庭重要支柱，所谓“一家之主”的意义应该是更广，谁说一家之主只能是丈夫？谁说一家之主不能是妻子、妈妈？

然而，我们从小就经由不同的管道，如亲朋戚友、学校等获得

的讯息，都是爸爸、丈夫是家里的“一家之主”，是家里的经济来源，自然地，我们的认知里就深烙印着一个概念：一家之主=男性。

正因为如此，媒体的报道都偏向于塑造男性是主外、不懂家务事、分辨不清蔬菜、不知如何买菜的形象，所以就会出现为男性而设的蔬菜小抄。间接地，也进一步巩固男女性的性别规范，告诉大家这才是“正常”的男女相处模式。

类似“一家之主”这种看似合理、理所当然，却隐藏着性别符号的人事物，比比皆是，这也是我一直强调的，我们生活处处都是性别（规范）。我们需要培养自己的性别敏感度，去察觉隐藏的符号，学习看到更多样化的面貌。

平等合理，在生活中学习

孩子如何认识这个世界，建立性别认知与观念，都是从生活中的人事物学习的，就像我们从小就被灌输“一家之主”的认知一样。所以，作为长辈的我们，需要有性别敏感度，去察觉隐藏的刻板化认知，协助孩子建立更多元的视野。

我们常说每个孩子都是独一无二的，如果他们看到的、听到的，却都是刻板化、单一的模样，孩子如何在自我不断发现的过程中，去省觉到原来他们可以不一样？只有孩子认识到多元，才能看见差异，包容与尊重各种不同的人，进而避免冲突、欺凌事件的发生。

由于根深蒂固的性别观念或意识，我们在生活中会不自觉地透过言谈、行为举止中展现出标准化也单一化的性别角色、

特质，所以，需要很细致地观察身边事物，要“鸡蛋里挑骨头”，才能像剥洋葱般打开一层一层看到裹着“平等”、“合理”糖衣的性别刻板符号。

此外，我们也要摒弃二元对立的观念，即是非黑即白、非对即错等的观点，这种只允许一种可能存在，最容易形成刻板印象。

性别教育一直强调多元，指的就是我们允许各种“不同”的存在，简单地说，男生可以阳刚，也允许阴柔男孩出现，任何性别特质都获得尊重，才能打造一个友善，没有偏见、歧视的环境。

让我们秉持着多元观点，厘清整个社会、文化如何运用及操作，让大家嵌入性别规范概念，达成共识并实践在生活中。只要我们理解清楚，才能看到原来可以有更多的可能性，让孩子可以找到适合自己的生活方式，也能尊重其他不同的人。

