



媒介与女性蓝皮书

BLUE BOOK OF MEDIA AND GENDER

中国媒介与女性 发展报告 (2013~2014)

主编/刘利群

执行主编/陈志娟

REPORT ON THE DEVELOPMENT OF
MEDIA AND GENDER IN CHINA (2013-2014)

 社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2015
版

媒介与女性蓝皮书

BLUE BOOK OF
MEDIA AND GENDER



中国媒介与女性发展报告 (2013~2014)

REPORT ON THE DEVELOPMENT OF MEDIA AND GENDER
IN CHINA (2013-2014)

主 编 / 刘利群
执行主编 / 陈志娟



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国媒介与女性发展报告. 2013 ~ 2014/刘利群主编. —北京:
社会科学文献出版社, 2015. 9

(媒介与女性蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 7990 - 3

I. ①中… II. ①刘… III. ①传播媒介 - 关系 - 女性 - 研究
报告 - 中国 - 2013 ~ 2014 IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 203003 号

媒介与女性蓝皮书

中国媒介与女性发展报告 (2013 ~ 2014)

主 编 / 刘利群

执行主编 / 陈志娟

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 王 绯

责任编辑 / 张建中

出 版 / 社会科学文献出版社·社会政法分社 (010) 59367156

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 25 字 数: 415 千字

版 次 / 2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 7990 - 3

定 价 / 118.00 元

皮书序列号 / B - 2013 - 311

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究



权威·前沿·原创

皮书系列为
“十二五”国家重点图书出版规划项目

媒介与女性编委会

主 编 刘利群

执行主编 陈志娟

委 员 (按姓氏拼音排序)

陈志娟 戴 清 李烨辉 刘利群 唐艷英
王 琴 王宇红 张 傅 张敬婕 张艳秋
赵 津

主要编撰者简介

刘利群 中华女子学院院长、党委副书记、教授，兼任联合国教科文组织“媒介与女性”教席主持人，全国妇联、中国妇女研究会妇女/性别研究与培训基地负责人，中国传媒大学博士生导师、媒介与女性研究中心主任。主要研究领域为国际传播、媒介与性别研究、外国广播电视研究等。代表性论著、译著有《社会性别与媒介传播》《国际视野中的媒介与女性》《国际传播》《中国媒介与女性研究报告（2005～2006）》《美国电视节目形态》《联合国教科文组织科技与性别问题全球报告》《中国媒介与女性发展报告（2011～2012）》《中韩女性媒介比较研究》《性别向度的美国社会观察》等。

陈志娟 博士，中国传媒大学媒介与女性研究中心讲师，联合国教科文组织“媒介与女性”教席研究团队成员。主要研究领域为媒介与性别研究、性别传播、媒介与青少年研究。出版著作《英国大学女校长》，译著《奥帕的珠宝》《终极实验》《牛文案是怎样炼成的》等。

摘要

《媒介与女性蓝皮书：中国媒介与女性发展报告（2013～2014）》是由联合国教科文组织媒介与女性教席、中国传媒大学媒介与女性研究中心主持编撰的双年度报告。本报告分为总报告和七篇分报告，对2013～2014年中国媒介与女性发展进行系统梳理和全方位分析。

总报告全面概括了2013～2014年度中国媒介与女性研究及发展的态势，总结了媒介在推动立法和公共政策，传播新型性别关系模式和性别观念方面的作用；透析了国内国际在媒介与女性发展研究和实践方面的互动；分析了媒介融合和新媒体环境下媒介性别传播的新特点和问题。报告指出，“95+20”将为我国媒介与女性发展迎来新的契机。一方面，媒介融合将增强性别传播的效力，微平台将成为性别传播和女性发声的重要平台。另一方面，妇女权益保障体系以及媒介与女性相关政策将得到进一步完善。这些都将推动我国进入媒介与女性发展的新常态。

“专题报告篇”对2013～2014年我国女性电视节目、女性网络舆情以及家庭伦理和婚恋题材电视剧的状况进行了总结和分析，剖析了其中的问题，并预测了发展趋势。“媒介再现篇”研究了媒介对女性和女性发展的报道情况，剖析了媒介对女性参政和家庭领域的再现情况，以及综艺节目中的女性形象，从媒体内容考察了媒介与女性之间的再现与塑造关系。“媒介与女性发展篇”考察了替代性媒体对于女性发挥主体性和自我赋权的作用，剖析了新媒介与传统媒体环境下的性别议题再现及话语建构，探讨了媒介“女性内容”生产中的市场逻辑，以及女性在媒介中的成长历程。

“女性媒介使用篇”主要从受众角度出发，剖析了受众对媒体报道家庭暴力事件的认知、态度情况；对时尚杂志女性受众进行了分析；考察了网络新媒体和社交媒体平台上女性的媒介使用特征，以及如何通过媒介使用获取健康方面的信息。“媒介性别监测篇”以联合国教科文组织媒体性别敏感指标为基础



指标，对中国大陆地区电视新闻节目和广播中的商业广告开展了性别监测，对媒体对男女平等价值观的传播情况和再现情况进行了案例分析。

“研究综述篇”从媒介工作者、媒介内容、受众角度，全面梳理了我国近年来在媒介与女性研究方面的情况。“海外研究篇”介绍了国外媒介与女性研究的前沿成果，为本报告增添了国际视角。美国媒介与性别研究学者有关媒介机构中性别平等问题的洞见，加拿大学者从监视女孩用智能手机使用社交网络出发对科技与少女研究开展的反思，将为我国媒介与女性发展提供理论上的参考与借鉴。

全书运用性别研究、新闻学、传播学、舆论学、社会学、广播电视艺术学等学科的相关理论，采用内容分析法、符号学分析法、统计与调查法、问卷调查、访谈法、个案研究、文献研究等多种研究方法，从社会性别视角梳理了2013~2014年传统媒体、网络媒体、自媒体等多种媒介类型呈现女性和女性发展的现状，考察了媒介与女性发展的关系，呈现了女性受众的媒介使用情况，揭橥问题，寻找对策，将在一定程度上丰富人们对我国媒介与女性发展的认识。

序

推动媒介中的性别平等 共创更加美好的未来

施瑞思 (Eunice Smith)*

曾庆怡**译

在过去的 70 年间，联合国及其机构在尊重人权和人的基本自由的基础上，全力推动男性和女性的平等参与，以推进可持续发展和持久和平。这段旅程中的一个里程碑就是在 1995 年联合国于北京召开的第四次世界妇女大会上，通过了《北京宣言》和《行动纲领》。在会议上，签署《行动纲领》的 189 个国家共同承诺，努力构建一个能够实现性别平等并为妇女和女童赋权的全球性框架。今天，在北京大会召开近 20 年后，国际社会正在加紧努力实现联合国千年发展目标，同时也将新的发展目标纳入正在成型的 2015 年后发展议程。此时正是一个将性别平等和妇女赋权推向全球议程核心的关键机遇，性别平等不仅是一个重要目标，同时也是全面实现可持续发展的必要举措。

所有的联合国机构都被要求在其使命框架中推动性别平等。教科文组织在其主管的五个不同领域——教育、自然科学、社会科学、文化、信息与传播，也通过整体性地促进性别平等和发展，做出了开创性的贡献。自 2008 年以来，推动性别平等一直是教科文组织的两项全球优先事项之一。

在信息与传播领域，刘利群教授领导的中国传媒大学“媒介与女性”教席，帮助将教科文组织在促进媒介中性别平等的倡议转化为实际行动。在 2013 至 2014 年间，教席使用教科文组织的《媒介性别敏感指标》对一些试点

* 施瑞思 (Eunice Smith)，女，联合国教科文组织驻华代表处代办、社会与人文科学处项目官。

** 曾庆怡，女，联合国教科文组织驻华代表处信息与传播处国家项目协调员。



媒体机构进行监测，以评估媒体的性别意识和性别敏感度。这一深度媒体监测发现，新闻报道中存在着大量性别刻板印象；男性依旧是新闻报道的主导者，而女性在媒介中的代表性不足。

这些研究发现是与全球趋势相一致的。《新闻媒体中女性地位的全球报告》显示，在撒哈拉沙漠以南的非洲地区，73%的受调查媒体的女性工作人员比例偏低，50%的亚洲和大洋洲媒体以及46%的美洲媒体也存在着同样的问题。在亚太地区，男性占据着新闻采访管理层的主要职位，仅有13%的高级管理职位属于女性。诸如制度性偏见和性别刻板印象一类的因素导致了女性新闻工作者在职业选择和升职机会上被边缘化。这些数字证明，努力解决这一复杂而紧迫的问题非常必要。

认识到推动媒介中性别平等的需求，联合国教科文组织携手媒体和非政府组织的合作伙伴，于2013年12月共同举办了第一届“媒介与性别全球论坛”。论坛建立了媒介与性别全球联盟，目的是在媒体系统、结构和内容方面推进性别平等。教席的深入参与为论坛带来了中国的声音，也为大会议题的商讨提供了卓有价值的参考。

展望未来，教科文组织将继续与中国传媒大学媒介与女性教席展开紧密合作，改善中国媒体的性别平等，促进国家与地区间的交流与合作，通过协同努力，创造一个更加美好的未来。

Preface

Promoting Gender Equality in Media – To Craft a Better Future

Eunice Smith *

Over the past 70 years, the United Nations and its agencies have promoted the equal participation of women and men in all efforts to promote sustainable development and lasting peace, on the basis of human rights and fundamental freedoms. One of the milestones along this journey has been the adoption of the Beijing Declaration and Platform of Action at the Fourth World Conference on Women convened by the United Nations in Beijing in 1995. The Beijing Platform for Action, to which 189 countries committed themselves, constitutes a global framework for realizing gender equality and the empowerment of women and girls. Today, almost 20 years after the Beijing Conference, as the global community is intensifying efforts towards the achievement of the Millennium Development Goals and work on shaping a post-2015 development agenda with new Development Goals, a critical opportunity presents itself to position gender equality and women's empowerment at the center of the global agenda, both as an important end in itself and as an essential means for the achievement of sustainable development in all its dimensions.

All United Nations agencies are required to promote gender equality within the framework of their mandates. UNESCO with five distinct major programmes in education, the sciences, culture and communication and information, can also make an original contribution by promoting a holistic approach to gender equality and

* Eunice Smith, Officer in Charge, UNESCO Office Beijing.



development. In fact, since 2008, the promotion of gender equality has been one of the two global priorities of the Organization.

Within its major programme on Communication and Information, the UNESCO Chair on Media and Gender at the Communication University of China, led by Professor Liu Liquan, has helped the Organization transform into action its initiatives for promoting gender equality in and through the media. Throughout 2013 and 2014, the Chair piloted the UNESCO's Gender – Sensitive Indicators for Media (GSIM) in Chinese newsrooms to assess their gender awareness and gender sensitivity. In-depth media monitoring based on GSIM conducted by the Chair found that there are still large numbers of gender stereotypes in the news reports; men still dominate the news as subjects of the news reports, while women continue to be underrepresented in the media.

These findings are consistent with global trends. According to the Global Report on the Status of Women in News Media, women are under-represented in 73% of the media surveyed in Sub-Saharan Africa, 50% in Asia and Oceania, and 46% in the Americas. In the Asia-Pacific region, men occupied the vast majority of managerial and newsgathering positions, with women barely 13% of senior management positions. Factors like institutionalised prejudices and gender stereotyping are causing women in the news to be marginalised in terms of career choices and opportunities for upward mobility available to them. These numbers are an evidence of the necessity for increased efforts to address this complex and pressing issue.

Cognizant of the need to promote gender equality in the media, in December 2013, UNESCO, together with media and NGO partners, organized the first Global Forum on Media and Gender. The Forum established a Global Alliance for Media and Gender (GAMAG) aimed at pursuing gender equality in media systems, structures and content. The Chair's participation in the Forum made China's voice heard and through thoughtful interventions added value to the deliberations of the conference.

In moving forward, UNESCO will continue to work closely with its Chair on Media and Gender at the Communication University of China to push for improved gender quality in China's media, as well as to foster regional and national exchanges



and collaborations. Through these collaborative efforts, we hope to help craft a better future.

Eunice Smith

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Eunice Smith'.

Officer in Charge

UNESCO Office Beijing

权威报告·热点资讯·特色资源

皮书数据库

ANNUAL REPORT(YEARBOOK) DATABASE

当代中国与世界发展高端智库平台

皮书俱乐部会员服务指南

1. 谁能成为皮书俱乐部成员?

- 皮书作者自动成为俱乐部会员
- 购买了皮书产品(纸质书/电子书)的个人用户

2. 会员可以享受的增值服务

- 免费获赠皮书数据库100元充值卡
- 加入皮书俱乐部, 免费获赠该纸质图书的电子书
- 免费定期获赠皮书电子期刊
- 优先参与各类皮书学术活动
- 优先享受皮书产品的最新优惠

3. 如何享受增值服务?

(1) 免费获赠100元皮书数据库体验卡

第1步 刮开附赠充值的涂层(右下);

第2步 登录皮书数据库网站

(www.pishu.com.cn), 注册账号;

第3步 登录并进入“会员中心”——“在线充值”——“充值卡充值”, 充值成功后即可使用。

(2) 加入皮书俱乐部, 凭数据库体验卡获赠该书的电子书

第1步 登录社会科学文献出版社官网

(www.ssap.com.cn), 注册账号;

第2步 登录并进入“会员中心”——“皮书俱乐部”, 提交加入皮书俱乐部申请;

第3步 审核通过后, 再次进入皮书俱乐部, 填写页面所需图书、体验卡信息即可自动兑换相应电子书。

4. 声明

解释权归社会科学文献出版社所有

皮书俱乐部会员可享受社会科学文献出版社其他相关免费增值服务, 有任何疑问, 均可与我们联系。

图书销售热线: 010-59367070/7028

图书服务QQ: 800045692

图书服务邮箱: duzhe@ssap.cn

数据库服务热线: 400-008-6695

数据库服务QQ: 2475522410

数据库服务邮箱: database@ssap.cn

欢迎登录社会科学文献出版社官网

(www.ssap.com.cn)

和中国皮书网(www.pishu.cn)

了解更多信息

社会科学文献出版社 皮书系列
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (ISHAP)

卡号: 325541408187

密码:

S 子库介绍

Sub-Database Introduction

中国经济发展数据库

涵盖宏观经济、农业经济、工业经济、产业经济、财政金融、交通旅游、商业贸易、劳动经济、企业经济、房地产经济、城市经济、区域经济等领域，为用户实时了解经济运行态势、把握经济发展规律、洞察经济形势、做出经济决策提供参考和依据。

中国社会发展数据库

全面整合国内外有关中国社会发展的统计数据、深度分析报告、专家解读和热点资讯构建而成的专业学术数据库。涉及宗教、社会、人口、政治、外交、法律、文化、教育、体育、文学艺术、医药卫生、资源环境等多个领域。

中国行业发展数据库

以中国国民经济行业分类为依据，跟踪分析国民经济各行业市场运行状况和政策导向，提供行业发展最前沿的资讯，为用户投资、从业及各种经济决策提供理论基础和实践指导。内容涵盖农业，能源与矿产业，交通运输业，制造业，金融业，房地产业，租赁和商务服务业，科学研究，环境和公共设施管理，居民服务业，教育，卫生和社会保障，文化、体育和娱乐业等 100 余个行业。

中国区域发展数据库

以特定区域内的经济、社会、文化、法治、资源环境等领域的现状与发展情况进行分析和预测。涵盖中部、西部、东北、西北等地区，长三角、珠三角、黄三角、京津冀、环渤海、合肥经济圈、长株潭城市群、关中天水经济区、海峡经济区等区域经济体和城市圈，北京、上海、浙江、河南、陕西等 34 个省份及中国台湾地区。

中国文化传媒数据库

包括文化事业、文化产业、宗教、群众文化、图书馆事业、博物馆事业、档案事业、语言文字、文学、历史地理、新闻传播、广播电视、出版事业、艺术、电影、娱乐等多个子库。

世界经济与国际政治数据库

以皮书系列中涉及世界经济与国际政治的研究成果为基础，全面整合国内外有关世界经济与国际政治的统计数据、深度分析报告、专家解读和热点资讯构建而成的专业学术数据库。包括世界经济、世界政治、世界文化、国际社会、国际关系、国际组织、区域发展、国别发展等多个子库。

目 录



Ⅱ I 总报告

- Ⅱ.1 总报告 刘利群 陈志娟 / 001
- 一 2013~2014 年我国媒介与女性发展状况 / 002
- 二 2013~2014 年我国媒介与女性发展存在的问题 / 012
- 三 未来展望及政策建议 / 015

Ⅱ II 专题报告篇

- Ⅱ.2 2013~2014 年女性电视节目研究报告 王 琴 高 倩 / 020
- Ⅱ.3 2013~2014 年女性网络舆情研究报告 南储鑫 / 032
- Ⅱ.4 2013~2014 家庭伦理
——婚恋题材电视剧研究报告 戴 清 刘 慧 / 049

Ⅱ III 媒介再现篇

- Ⅱ.5 传媒对女性在家庭领域的再现与建构 刘利群 张敬婕 / 067
- Ⅱ.6 妇女参政报道：状况、特点和改善思路 冯 媛 / 077
- Ⅱ.7 电视综艺节目中女性的形象塑造与媒介呈现
——以《奔跑吧兄弟》为例 刘君竹 / 096



ⅢⅣ 媒介与女性发展篇

- Ⅲ.8 从社会性别视角看当前中国妇女广场舞的群体行为 骆晓戈 / 104
- Ⅲ.9 “受众商品”理论视角中的媒介“女性内容”生产
——兼论媒介与女性研究的创新问题 唐赜英 / 118
- Ⅲ.10 媒介热点性别新词分析
——以“直男癌”和“小鲜肉”为例 赵 津 / 131
- Ⅲ.11 女性角色在西方传媒业的发展历史与前景分析 麻 静 / 140
- Ⅲ.12 女性新媒体事件中新媒体和传统媒体角色分析 范琳琳 / 148
- Ⅲ.13 被建构的焦虑：男权意识形态的迷思
——以2008~2012年“男孩危机”的相关报道为例
..... 高音子 / 159

ⅢⅤ 女性媒介使用篇

- Ⅲ.14 从李阳家暴案看公众对“家暴”概念的认知调查
..... 郭卓娅 王宇红 / 172
- Ⅲ.15 女性时尚杂志的受众分析
——以《时尚·cosmo》为例 贾 静 / 188
- Ⅲ.16 作为支持工具的新媒体：新手妈妈与祖辈
关于母婴健康分歧的沟通 曹 昂 / 200
- Ⅲ.17 性别视角下北京高校学生微信使用情况分析：
以北京5所高校为案例 龚兰兰 / 217

ⅢⅥ 媒介性别监测篇

- Ⅲ.18 男女平等价值观传播视角下电视新闻节目监测报告：
以中国大陆地区五个新闻节目为案例
..... “我国大众传媒与男女平等价值观的传播研究”课题组 / 232