

COMMUNICATION
STUDIES
WORKSHOP
传播研究
工作坊

曹晋著

媒介与 社会性别 研究： 理论与实例

Media and Gender Studies:
Theories and Cases



清华大学出版社

曹晋 著

媒介与 社会性别 研究： 理论与实例

Media and Gender Studies:
Theories and Cases

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本论著的上部着力勾勒西方女性主义批判传播研究的理论、主要议题与质化方法。论著的下部是作者就本土社会传播情境中存在的社会性别不平等的专题研究。作者把传播现象与传播结构遮蔽的社会性别不平等问题放置于支配(dominance)与从属(subordination)的社会“结构”问题的分析之中,希望解构媒介再现与传播科技使用的“社会性别平等”的种种霸权结构与迷思假象。论著资料翔实、论证严谨,兼顾国际与中国视野,不失为一部问题意识深刻的批判传播理论力作。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

媒介与社会性别研究:理论与实例/曹晋著. —北京:清华大学出版社,2015

ISBN 978-7-302-40948-9

I. ①媒… II. ①曹… III. ①传播媒介—研究 ②性别差异—研究 IV. ①G206.2
②C913.14

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第166243号

责任编辑:纪海虹

封面设计:郭宏观

责任校对:宋玉莲

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:三河市君旺印务有限公司

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm 印 张:14 字 数:224千字

版 次:2015年10月第1版

印 次:2015年10月第1次印刷

定 价:42.00元

产品编号:065631-01

目 录

导论 1

- 一、批判取向的“媒介与社会性别研究” 2
- 二、“媒介与社会性别研究”领域的理论、议题与方法 4
- 三、本土“媒介与社会性别”的专题研究 7

上篇 理论部分

第一章 “媒介与社会性别研究”领域的理论建构 17

- 一、女性主义批判思想与传播研究的结合 18
- 二、后学思潮与女性主义的力量汇聚 20
- 三、传播政治经济学与女性主义的联结 25

第二章 刻板形象、制度批判与受众分析 31

- 一、媒介文本再现的两性刻板形象 31
- 二、社会性别歧视的制度批判 37
- 三、受众分析 42
- 四、结论 45

第三章 抗争的途径：妇女与另类媒介 51

- 一、当代妇女另类媒介生产的语境 52
- 二、妇女另类媒介的特征 56
- 三、妇女另类媒介与新社会运动 59

第四章 “媒介与社会性别研究”中的质化方法	68
一、质的研究	69
二、符号学分析	71
三、传播民族志的运用	75

下篇 专题研究

边陲城市的女同健康热线研究	87
一、研究动机、研究问题与研究方法	87
二、文献综述与理论探讨	88
三、热线电话的产生与通话内容的分析	89
四、热线电话与公共政策、本土女同运动	95
中国大陆另类媒介的生产:以《朋友通信》为例	101
一、研究动机、研究问题与研究方法	101
二、文献综述	103
三、《朋友通信》的栏目分析	104
四、研究发现与讨论	109
体育明星的媒介话语生产:姚明、男性气质与国家形象	127
一、研究动机、研究问题与研究方法	128
二、文献综述与理论探讨	129
三、姚明、男性气质与国家形象	132

“言而无信”的母职：上海家政钟点女工凤英的手机**使用分析 145**

- 一、研究动机、研究问题与研究方法 145
- 二、文献综述与理论探讨 148
- 三、上海家政钟点女工凤英的手机使用分析 150
- 四、“言而无信”的母职 158

时尚杂志与都市女性生活方式 166

- 一、时尚杂志的市场空间与社会分层 167
- 二、时尚杂志与都市女性生活方式的关联 170
- 三、时尚杂志与都市女性生活方式互动的再思考 174

男性时尚杂志与后殖民国家西方资本的扩张 179

- 一、研究动机、研究问题和研究方法 179
- 二、文献综述与理论探讨 180
- 三、中国男性时尚杂志《时尚先生》的实证研究 182
- 四、中国男性时尚杂志、国际版权贸易与中国的男性气质建构 186

附 录**媒介与社会性别话语分析：《女性主义媒介研究》书评 197****批判传播理论的境界 203****后记 210**

导 论

批判的社会理论和批判的女性主义,这两种研究取向都赞成理论和实践的结合。批判的社会理论和批判的女性主义都是启蒙运动未完成的追求平等的抗争产物。两者都指责启蒙运动自由民主观点对社会性别不平等的现实保持了沉默,然而,批判的社会理论和批判的女性主义两者都想把参与民主的理论付诸实践。因此,两者就与被压迫者有一种团结的关系。当他们认识到压迫中的“制度性”的特点,同时又认识到压迫的范畴是流动性的,并且要求持续性地监控,从而使批判的社会理论与批判的女性主义与昨天的底层结盟,而不赋予明日的暴君以权力。

——苏·卡利·詹森(Sue Curry Jansen,2002: 11)

在西方学术界,“社会性别”已经和“阶级”、“种族”一样成为研究人类社会与历史的一个基本的分析范畴,在各个人文社科领域被广泛运用。“社会性别”、“阶级”以及“种族”也是传播研究讨论大众传播产业与传播制度中建构社会权力关系的三个轴心,如格尔·戴尼斯与杰母·胡木滋(Gail Dines & Jeanm Humez)合编的《媒介中的社会性别、种族和阶级:一个文本读本》(*Gender, Race and Class in Media: A Text-Reader*,1995)文集(2003年已再版)和夏利·比格与玛利恩·科恩-福克斯沃斯(Shirley Biagi & Marilyn Kern-Foxworth)合编的《面对差异:种族、社会性别与大众媒介》(*Facing Difference: Race, Gender and Mass Media*,1997)文集就可作为例证。20世纪70年代以来,“媒介与社会性别研究”(Media and Gender Studies)成为当今传播研究批判学派的重镇,也是女性主义者积极参与行动和学理研究的核心概念。其以新的视角和批判的力量重新审视西方文化传统的实践,并检讨人类的一切知识与观念,不但使这一研究逐渐成为西方文化重构的一支充满生机的自强不息的生力军,而且使人们习以为常的思维方式和各类媒介文本中的社会性别角

色定型的观念受到前所未有的冲击,当然也凭借它的挑战精神和批判魅力而逐渐步入西方学术主流,体现出跨学科的理论框架和丰富的实证积累(曹晋,2005:3)。

一、批判取向的“媒介与社会性别研究”

学术研究与社会结构运动、意识形态变化等因素紧密关联,媒介与社会性别研究的每个阶段,都反映出社会结构运动的滚滚涛声和意识形态的微妙变化。自琼·斯科特(Joan W. Scott)发表《社会性别:历史分析中的一个有效范畴》以来,对“社会性别”制度的剖析与论述已被赋予了历史与社会的意义。全球的女性主义者以此深刻地解构了男女关系中等级结构的权力关系,并且“通过论争,女性主义者认同人文学科对科学的批判,认同后结构主义者对人文主义和经验主义的批判,她们开始形成了自己的观点,同时也找到了学术界和政治上的盟友。正是通过上述论争,我们必须将社会性别构连为一个分析范畴”(Scott,1986:1066)。正如桑德拉·哈丁(Sandra Harding)所指出的那样,社会性别不仅是解释社会行为的一个重要变量,而且社会性别的差异也造成社会等级制度内部的差异(Harding,1986)。不仅如此,社会性别还是一种建构权力关系的机制,或者说是“一种复杂的政治机制”(Foucault,1980:172),更是诸种社会机制的产物和作用过程,是技术—社会或生物—医学机构的产物和作用过程(Lauretis,1987)。生活于社会情境中的个体可能比较容易感受到来自政治与经济体系的控制,但未必能一目了然媒介型塑的社会性别秩序及其复杂微妙的控制机制。它往往与经济利益、政治目标和文化规范融为一体,而且社会性别的权力等级与阶级、种族、国家、地区、公民等范畴蕴藏的虚伪性与排斥性相互交织。

媒介机构作为建构与再现社会性别制度的“意识形态国家机器”(Ideological State Apparatuses),其对形成公众认知,以及维持与再生产社会性别不平等发挥着至关重要的作用。媒介文本从来不是简单地映射或反映社会性别的“现实”,而是构造霸权(hegemony),对于什么应该被作为“现实”接受提供释义,这些释义看似必然、“真实”和具常识性。于是,媒介形象掩盖了真实,在很大程度上它们与社会当权者的利益一致(Carter & Steiner,

2004)。或者说媒介文本就像一个建筑物内隐藏的构造,文本内容将构造的真实图景遮蔽了。掩盖或藏匿的功能都仰赖于一种“社会关系的中介”身份,就是说媒介机构从事知识的生产、复制及发行,并扮演外在客观真实及个人亲身经验的中介角色(McQuail,1987: 51-53)。时间迈入21世纪,巨无霸式的媒介集团的“全球扩张”已经盛况空前,传播产业的商业化、私有化、集中化和解除管制(deregulation)不是被削弱了,而是更加剧烈,出版、广播、电信、信息服务日益交融,最现代化的企业管理手段包括生产、营销、金融以及会计等流程与技术已渗透到媒介的各个面向,一个新形式的等级组织结构正在通过传播产业的渗透而在全世界范围内建立起来,媒介组织的赢利目标与资本主义、父权制的规训力量更加紧密地结合在一起。虽然“资本主义的扩张造就了市场和资本开放的边界,但作为主体的人的边界却仍然受到了全球化时代科技愿景中的阶级、社会性别、种族、地方与国家的边界的制约,传播产业把人的主体性塑造为消费潜力”(曹晋、赵月枝,2007: 13),其通过媒介组织与权力体制的政治经济与意识形态的运作,构连创造剩余价值的受众商品与阶级、社会性别、种族的构建关系中异常隐蔽地操纵(hidden manipulate)着普罗大众的日常生活。

批判取向的“媒介与社会性别研究”对上述情势表示了勇敢的质疑,学者们把传播现象与传播结构遮蔽的社会性别不平等问题放置于支配(dominance)与从属(subordination)的社会“结构”问题的分析之中,希望解构媒介再现的社会性别平等的种种迷思,揭开媒介与当权者缔造的托词与宣传真相。霍克海默说:“具有批判心灵的人与他们社会的认同充满了张力,这成为批判性之思考方式的所有概念的特征了。”(Horkheimer,1972: 208),而且“对于规范社会生活的一些范畴作批判性的接受,同时包含着对于它们的谴责”(同上)。按照霍氏的解放认知的兴趣和批判理论的抱负,批判理论则是介入干预社会生活的一种力量,理论家就是一位通过理论批判而引领社会变迁的行动者,必须勇于揭示“平等的表象”。“媒介与社会性别研究”的跨学科交叉分析透视出批判的社会理论早已渗透于“传播政治经济学”、“文化研究”与“女性主义”诸领域,如女性主义研究与文化研究都“成长于马克思主义理论和左派政治理论,并与学术之外的进步政治运动与社会关怀相关联。两者都有展开文化批判的雄心壮志,致力于更好地理解并削弱各种权力关系”(van Zoonen,1994: 6)。而笔者以为“媒介与社会性别研究”的批判效果,也就在于

其履行了哈贝马斯倡导的变扭曲传播(distorted communication)为理想沟通情境(ideal communication situation)来替代法兰克福学派对“文化工业”的悲观绝望^①，从哈氏的理想沟通情境展望人类具有追求自主、真实的理性，在一种开放的没有压力的公共论坛场域中辩论、质疑问题，达到理想沟通的过程，从而克服社会生活中的压迫，为弱势群体寻找抗争与免受歧视、压制的对策。无论批判取向的“媒介与社会性别研究”的学理如何多样或是充满论争，但对被压制群体受压迫的根源的探索及其寻求有效改变的愿望却是一致的。与学术研究相呼应的是妇女组织在社会实践中以“平权法案”(Affirmative Action)和“机会平等政策”(Equal Opportunities Policies)帮助妇女获得自我实现与解放^②。世界各国还有一些非营利性机构参与的“社会性别行动”(Gender Action)组织正在积极进行各项有利于改善妇女、同性恋社群权益的项目、活动与会议，和媒介相关的全球媒介监测项目(GMMP, Global Media Monitoring Project)，就是由WACC(The World Association for Christian Communications)的妇女项目(Women's Program)发起，旨在持续跟踪新闻报道对两性的刻画与其中反映的性别意识变化，分析全球新闻中妇女的参与，对促成“社会性别”、“性存在”公正的实现有舆论监督和政策转变的功效。因此，“媒介与社会性别研究”可以说不但有丰富与提升批判传播理论品质的意义，同时也具有政策规划与实践的贡献。对海外“媒介与社会性别研究”图貌的梳理与评论正可为中国学者提供一种洞察的途径^③，有益于在全球化进程和国际参照的反思中，拓展中国传播研究的理论视野，改变权力精英定义的社会秩序再生产，并寻找社会变迁的力量，批判性地分析“知识”产生的过程，以此提升社会性别敏感度。

二、“媒介与社会性别研究”领域的理论、议题与方法

本论著的上篇是对“媒介与社会性别研究”领域的理论建构、主要论述议题、妇女另类媒介和质的研究方法的梳理；下篇是笔者在本领域的相关理论启示之下，立足本土实证资料所做的专题研究；附录是对本领域集大成的《女性主义媒介研究》和《批判的传播理论：权力、媒介、社会性别和科技》两本论著的书评。

第一章论及“媒介与社会性别研究”领域的理论建构。在女性主义学术批判的浪潮中,男性气质的权威性和自启蒙运动以来便处于支配地位的现代的、科学的、男性的欧洲中心主义思维方式与哲学理念都遭到根本性的质疑和猛烈抨击,在聚焦阶级、种族、国家、地区、强制性异性恋霸权、公民等范畴的局限性展开批判的女性主义理论与实践,揭示了我们生存的制度中知识和权力的结构性压迫体系如何编织社会控制的网络,也开启了对此机制的批判分析与颠覆权力关系的话语空间。“媒介与社会性别研究”是女性主义批判学术的一个组成部分,一直以批判的视角检讨媒介所维护与再生产的种种社会性别不平等现象及其原因,并深入探索社会性别权力关系如何镶嵌在媒介机构和媒介产品,以及受众收讯的物质(政治经济)和思想(意识形态)的进程之中,大大有别于主流传播研究中增进社会控制的行政导向(administrative orientation)研究和如何扩大媒介影响消费效果的市场导向(marketing orientation)研究。本章勾勒三个关键的女性主义传播学者的理论建构倾向:其一是以女性主义五个流派的论述来架构的女性主义传播研究;其二是后现代主义、后结构主义、后殖民主义思潮与批判女性主义的力量汇聚;其三是传播政治经济学与女性主义的联合。

第二章论及刻板形象、制度批判与受众分析。本章从媒介文本再现的两性刻板形象及其女性气质、男性气质,社会性别歧视的制度批判与受众分析三个步骤来囊括“媒介与社会性别研究”领域的主要议题。首先,媒介再现的男、女两性形象及其展现的女性气质和男性气质,都被整合到资本主义的社会结构之中,是一种被再创造的、重新社会化的,适应资本主义经济商品化的、社会性别化的体制规范的时代符号。其次,面对普遍存在的媒介机构、媒介文本及其再现社会性别不平等的状况,女性主义批判理论对传播研究贡献良多。除此之外,学者们开始运用精神分析、符号学、意识形态批判、后结构主义、后殖民主义、后现代主义等理论深入社会性别制度进行分析与批判,理论丰富多样,研究转向宏观社会结构与微观经验分析相结合。“媒介与社会性别研究”是跨学科的研究,所以在分析社会性别制度的媒介再生产时,学者们还大量吸收了哲学、文学、史学、政治学、社会学等学科的理论,以阐释父权制与资本主义制度如何与媒介共谋再生产了社会性别歧视。最后,受众研究的多样化在学术上配合了文本分析,给予了全面的意义阐释脉络,明确了“译码”是在各种社会力量的交错中实现的。在社会生活实践中,这一研究有助

于启发妇女识别、质疑媒介文本试图建构的意义，瓦解传统社会固有的社会性别观，为平等的社会性别共识寻找有效的策略。

第三章论及抗争的途径：妇女与另类媒介。各种批判研究的探索已证实了资本主义传播体制的缺陷和霸权意识形态的政治建构本质。“媒介与社会性别研究”不仅要揭示传播产业与传播制度的种种性别不平等的迷思，更要致力于改变这种不平等的传播情境，具有自反性(reflexivity)的行动主义者创办妇女另类媒介的举措就是一种突破传播产业资本密集、经营垄断与科技数字鸿沟的结构性压制，为社会公正而抗争的媒介实践策略。像女性主义运动这样的反对力量的抗争运动，为了促成社会性别平等的政治目标试图重铸媒介对女性气质的释义，她们实现这一目标的途径之一就是创立另类的媒介形式，其宗旨在于更为適切和正面地再现妇女经验。本章将讲述妇女另类媒介的产生语境与主要特征，及其与女性主义运动的关联。从不同种类的妇女另类媒介研究可见其广阔范围和多样性，也会突出妇女另类媒介显著的共性——妇女经营和控制的、非营利和反商业的倾向，对专业主义和行业权威结构的排斥。虽然妇女们创办的另类媒介不会显著地改变主流媒体机构的性质与决策，但她们批评且挑战了主流媒介的权威性，既创造了妇女发表自己意见的机会，又共享了妇女之间的生活经验、智力情感，以及被倾听的尊重。从传播理论的拓展而言，提炼妇女另类媒介的参与价值，并在当下中国积累激进学术言论也是认识主流传播产业局限性且丰富批判传播理论的面向之一。

第四章论及“媒介与社会性别研究”中的质化方法。关切的方法论不是为方法而方法，而是带着学术训练的人性意涵和人文关怀的素养来讨论一种体察媒介与社会性别认识路径，从而瓦解顽固的偏见，质疑既定的规则，让“媒介与社会性别研究”饱含人文主义倾向，而不是专业技术主义的科学范式。随着文化研究与后结构主义、后现代主义、后殖民主义的论争，本土、社会性别、种族、阶级各层次抗争的重要性更加突显，“媒介与社会性别研究”作为跨学科的研究领域，方法上就体现出兼容并蓄的特色。早期研究主要采用社会科学取向的量化方法，如内容分析、调查统计。量化研究结果可以显示各变项之间的因果关系，也使研究者预设的定义标准化，对展示媒介中妇女或两性呈现的数量、角色和业界从业人员性别比例或是其他数据性结果是必要的，但这一方法只能说明社会性别不平等的表象，却不能检视为什么不平

等,而且还忽略了受压迫群体的痛苦体验和丰富情感。因此,要揭示文本的深层意涵,如意识形态的权力操作分析,就必须使用质的研究方法,才能从宏观社会结构剖析整个社会体系中权利与资源的分配,说明社会性别不平等的原因,真正揭示社会性别不平等的内在机制。在本章节中,笔者主要论述符号学分析和传播民族志的研究方法,前者聚焦符号学的关键概念——迷思、隐喻、转喻的阐述与例举,把它运用于媒介文本分析,目的是揭示意识形态如何建构了特定的社会性别意义,揭露被藏匿的历史起源和迷思在政治社会中的功用。符号分析的目的是剥下迷思与意识形态的虚饰,这一方法弥补了量化研究所无法进行的相关联意义的洞察。另一借助参与性观察、访谈及记录等方式收集资料的民族志的调查研究法正普遍为学者使用,这是从微观层面透视受众每天所经验的日常生活这一鲜活的文本。这一方法源于人类学的田野调查,要求研究者要客观、保持距离地观察研究对象,但传播学者引用的过程中,渗入了讨论、沟通、交流,从静态、疏离的客观研究转为动态客观,也就是互为主体(Intersubjectivity)。当然,这一研究路径也不排除研究者个人的主观感情与价值判断,关键是研究者必须随时意识到自己的精英地位、态度与感知如何影响着研究过程,这一自反性意识贯穿研究问题的确立到收集资料的阶段,一直到最后如何运用资料、对资料提出理论上的诠释。

三、本土“媒介与社会性别”的专题研究

西方女性主义的理论遗产属于白人中产阶级妇女渴望脱离家庭主妇的角色,追求事业成就的抗争,其本身没有把有色人种和第三世界的妇女经验囊括进去,尽管绝大多数的妇女在我们的社会中屈居劣势,但并非所有妇女的经验都一致。在国际传播研究的成果中,第三世界国家传播制度与传播产业中的妇女处境,并没有得到及时、真切的再现。“在所有的社会中,社会性别都是建构社会关系的一个主轴,而当西方的经济和文化侵入第三世界,摧毁了传统的生活方式,创造了依赖经济,西方的女性气质及家庭观念也同时强加在第三世界的社会性别模式上,冠上所谓的‘特异’、‘异端’、‘尚未解放的’或异国情趣。而若接受西方的生活风格和社会性别角色,则往往被视为进步的‘表征’”(Abbott & Wallance, 中文版 1995: 61)。而且“第三世界的

工厂薪水往往低到只有发达国家的十分之一，工作时数则比发达国家的工作时数多出 50%，而生产力至少和第一世界一样高，甚至更高”（Abbott & Wallance, 中文版 1995: 65）。“媒介与社会性别研究”的论述若要切实地以相对公正的观点去再现社会现实，就必须展现各个阶层的妇女与男人的经验。本论著在梳理西方学术理论建树的同时，带着第三世界媒介与社会性别的问题意识聚焦本土的经验研究，尤其是弱势阶层的妇女的被压制经验，当然也包括媒介生产的男性形象、同性恋问题的研究。我们必须警惕一个习惯性的认识：父权制意味着男人都压迫了女人，实际上，不是所有男人都有权力压迫妇女，男人之间的等级关系也是不可忽视的，镶嵌在霸权中介的媒介中的男人与妇女之间的权力关系也仍然充满复杂性。论著下篇通过五个专题研究来丰富国际传播研究的多样性，并提炼亚洲中国“媒介与社会性别研究”的本土经验与理论框架。

这本论著选录的第一项专题研究《边陲城市的女同健康热线研究》，以边陲城市昆明的女同性恋健康热线咨询电话为经典个案，检视中国女同性恋者的生存困境，反思本土女性主义话语中关于女同性恋议题的盲点；同时，认识女同热线电话参与社会动员的对话价值，从而探索中国女同性恋社群如何借助国际的公共政策组织参与社会抗争的问题。这两个议题也是对本土女性主义传播研究的理论扩展进行当代反思。第二项专题研究《中国大陆的另类媒介生产：以〈朋友通信〉为例》通过对中国大陆同性恋者健康干预项目——《朋友通信》的民族志研究，分析其编辑生产与流通模式如何实践多种文化主义的平等理念，洞察另类媒介在中国的具体运作；本文借此探讨中国弱势群体的公共领域的建构问题，反思批判传播理论的本土化情境（本文 2007 年发表于香港《传播与社会学刊》总第 4 期，笔者在此基础上有所补充）。第三项专题研究《体育明星的媒介话语生产：姚明、男性气质与国家形象》运用符号学原理，检视了《解放日报》对姚明作为全球化背景中的国际体坛明星、企业代言人、国家形象的体育修辞，指出媒介文化产业制造全球消费的体育明星形象，也是塑造后殖民国家实力的新闻议程的重要符号。NBA 篮球运动实际再现了美国的霸权的男性气质，姚明自 2002 年 10 月以“状元秀”的业绩加盟著名的休斯敦火箭队（Houston Rockets）以来，就成功地以他高大的身躯洗去了中国在西方世界的“东亚病夫”身份，并且将体育实践和商业利益充分结合，书写了中国人跻身全球资本主义体育世界的跨国精英迷思（本文已经发表于

《新闻大学》，2007年第四期）。第四项专题研究《“言而无信”的母职：上海家政钟点女工凤英的手机使用分析》，此文既是纪念我和家政钟点女工的友谊，也是书写我对她们勤劳感谢之情。中国大陆和世界若干国家与地区一样，家务劳动迈向了市场化和社会化，在我与钟点工的长期深入交流过程中，我深切地体会到她们的苦楚与无奈。因为家政钟点工的廉价劳动成全了我从家务的繁重负担中解放出来，才有时间与精力潜心钻研业务，而她们却无暇顾及自己的子女，付出牺牲家庭前景的代价而奔命于生存需要的低廉劳动报酬。于是，本研究就中国民工潮（劳工流移，Labor migration）、三农问题、新三农问题（农民工、失地农民和村落终结）对社会性别议题的忽略，激发笔者对上海家政钟点女工（安徽籍）的关注，立足于传播学的研究视野，采用民族志的研究方法，聚焦上海家政钟点女工凤英（安徽籍）的手机使用的个案分析，透视中国农村妇女在中国都市家务劳动市场化、社会化进程中，贯穿她暂时舍弃了父母与子女，跟随丈夫离乡背井，涌入陌生的大都市，在其充满焦虑与希望、恐惧与彷徨的日常生活实践中，如何发挥手机的功用来适应新的都市生活，并在异地以电话遥控的方式来监护子女的成长，履行自己的母职（mothering），进而体察 21 世纪中国现代化进程的当下时段，在地域与城乡的区隔中所潜藏的阶级与社会性别问题。第五项专题研究聚焦标志着中国市场经济已培育形成了整体的文化与商业意识的妇女类时尚杂志。一方面，在以城市女性读者为主体的读者群中，时尚杂志几乎成为她们生活品质的一种象征和替代，甚至形成了以阅读这类杂志为文化炫耀的现象。另一方面，随着国际间文化经济交流的频繁，时尚杂志也逐渐成为西方潮流的展示窗口，构成了现代都市人的一个重要而鲜活的生活元素，而其间的内在逻辑则证明了时尚类杂志是西方消费潮流、商业主义、中国市场经济等要素共同作用下的都市女性生活方式的核心指南，也是自《花间词》以来，中国男性以诗、词、文的文学传播手段来左右女性生活理念的历史的延续，当代都市女性的生活价值观仍被男权、商业经济等多重因素所操纵，有真正独立精神的都市职业女性的本色几乎不可能从时尚类杂志中发现（本文发表于《中国女性主义》，2005年夏季号）。此版增加第六项聚焦男性时尚杂志与后殖民国家西方资本的扩张的专题研究。全文运用传播民族志方法，将中国与美国顶级时尚杂志 *Esquire* 进行版权合作的男性时尚杂志《时尚先生》作为研究市场经济全球化语境中本土媒介的经典个案，结合批判取向的传播政治经济学的相关理论，

洞察中国男性时尚杂志的商品化运作过程及其蕴藏的依附经济模式,探索后殖民国家的男性时尚媒介在版权贸易和品牌广告的掌控下,如何重构中国的男性气质、阶级与商品的图貌,从而改变传统的社会性别秩序,维护西方资本主义的全球扩张(此文发表于《新闻与传播研究》,2010年第5期)。

因学术出版业的经济逻辑所制约,本论著理论部分的规模不可能囊括“媒介与社会性别研究”的所有理论与方法;也因笔者的研究志趣与侧重点有所取舍,经验研究不可能涵盖当前关键议题的所有面向。社会学家彼得·伯杰(Peter L. Berger)要求谨慎地避免科学主义,而关注人性价值,内容包括“在我们所探究的无限丰富的世界之前保持谦逊,在寻求了解时保持无我,在方法上要诚实和精确,尊重以诚实的方法获得的发现,有毅力与意愿去承认错误并修正自己的理论,最后,很要紧的是与共享这些价值的其他人们相合”(Berger,1963:166)。的确,就以传播学的常识而言,我们每个人的知识获取都带有偶然性与局限性,各自认识的真理都只是接近真理的一部分,并非不朽的定论,因此,本论著呈现的观点与论述也仅仅是当下情境的经验之论,仍然存在种种的不完善,笔者带着一种反思和谦逊的心绪,渴望各种批评与建议,或是论争,来弥补论著的遗漏或缺失。

“媒介与社会性别研究”的终极关怀,在于揭示媒介霸权的结构和过程,帮助受众的自我意识的觉醒,寻求人类真正的平等与解放,这一研究领域既不是工具知识的学理阐释,也不是学院派书斋里的冥思苦想,它与人类社会生活的现状密切关联。沿袭詹森的见解——“批判的理论是学术界中最负盛名的传统之一,它可以和左派或自由主义毫无关系,但确实是把讲真话看作是知识分子的责任和公民的美德”(Jansen,2002:238),在商业价值和支配性的权力关系肆意侵蚀我们的媒体组织,并导致媒介产品被巧妙地粉饰成“非意识形态的”、“客观的”、“中立的”和“非社会性别化”的“现实”趋势日渐剧烈之际,笔者渴望把“媒介与社会性别研究”的批判力量作为实现“公正传播”的一种鞭策,以本论著的探索为起点,与同仁共勉!

注释:

- ① 哈氏认为“扭曲传播”的情境中,弱势族群的传播能力受到压抑,受压迫主体经过深层心理机制,将那些可能不被接受的动机加以压抑,并试图转换成可以接受的表达方式,但后果是导致马克思所说的“虚假意识”(false consciousness)或“假传播”(pseudo-communication)(Habermas,1981:156-186)。为免于压迫性力量的介入,给予全体参与

传播者一视同仁的机会,自主选择并运用言辞、相互质疑、否认、批判,共识地达成依据于寻找真实的动机,沟通过程是开放的批判验证过程,屏除任何压制性力量的制度化扭曲(Habermas,1975: 108)。

- ② 当下美国各个大学几乎都设置“多样化与机会平等”办公室(Office of Diversity & Equal Opportunity)。2005年春季耶鲁大学妇女、社会性别与性存在研究中心(Women, Gender & Sexuality)的主题演讲活动之一就是“全球化时代的平权法案”(Affirmative Action in the Age of Globalization)。这些社会实践活动表达了追求平等的理想社会图景的愿望,是一种社会各族群团体的共同呼声与解决问题的策略建构,它既传播了弱势群体的压力控诉,又在一定程度上消解了社会的反对力量,也可以从民主协商的传播面向理解其意义。
- ③ “媒介与社会性别研究”乃是引领学术前沿的研究门类,例如全美畅销的丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)所著的《大众传播学通论》,1983年第一版只字未提“妇女”、“社会性别”等论题,但在1987年的第二版中,立即增加了有关女性主义的分析内容。1986年,美国大众传播教育学会(Association for Education in Journalism and Mass Communication)的妇女地位委员会(Committee of the Status of Women)成立。同年,国际传播协会(ICA)也成立女性主义学术兴趣组(The Feminist Scholarship Interest Group),美国口头传播协会(Speech Communication Association)也建立妇女团体(The Women's Caucus)。妇女传播组织在美国三个主要传播学会的确立,展布出“媒介与社会性别研究”的重要性在传播研究领域已获得首肯(Rakow,1992: 6)。因此,国际传播学术会议中,该研究领域已有专门分组的专题讨论会。在西方现存学科课程设计中,“媒介与社会性别研究”已经制度化地进入新闻传播类院校的具有深度理论的课程之中。各类基金会也向该领域投入可观的研究经费。《女性主义媒介研究》(*Feminist Media Studies*, Published by Taylor & Francis Limited in UK)等学术期刊、专题论文集的出版方兴未艾。亚马逊网站也开辟此购书专区。这一学术思潮席卷全球,仅从几本区域性到综观全球研究的出版物就可见一斑,如《亚洲语境中的妇女与媒介》(*Women and Media in Asian Context*, 1990)专集,这是1987年11月在菲律宾举行亚洲区域妇女与媒介会议的论文集,反映了亚洲局部地区的社会性别与媒介的情形。帕蕾迪蒲·麻斯尔(Pradeep Mather)主编,印度新德里大众传播研究所出版的《妇女与媒介》(*Women and Media*, 1998)是对印度媒介与社会性别关系的粗括描述。瑙米·萨卡(Naomi Sakr)主编的《中东妇女与媒介:通过自我表达的权力》(*Women and Media in the Middle East: Power through Self-expression*, 2004)映现了中东伊斯兰教语境中的社会性别与媒介之间的复杂关系。卡瑞恩·罗斯和卡罗琳·拜利(Karen Ross and Carolyn M. Byerly)主编的《妇女与媒介:国际视野》(*Women and Media: International Perspectives*, 2004)文集,勾勒出媒介与社会性别歧视的国际斗争景观。在中国,北京