

当代中国大众传媒 中的性别图景

张晨阳 著

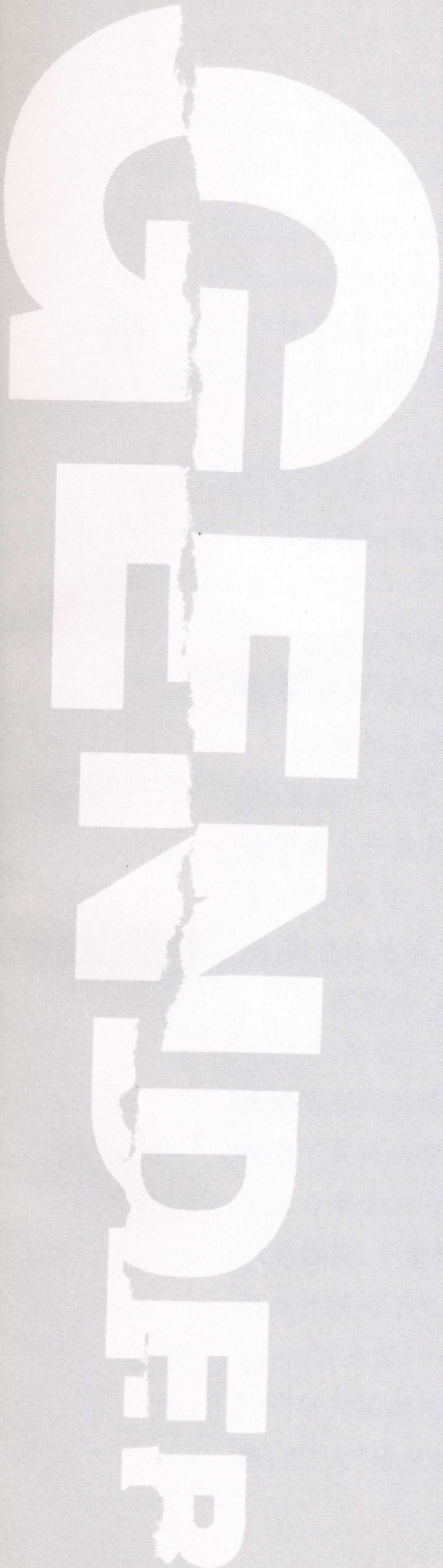
M&S

媒介与社会书系

中国传媒大学出版社

张晨阳

2006年毕业于复旦大学新闻学院，获传播学博士学位。同年进入华东师范大学传播学院新闻系任教，其间曾在英国伯明翰大学社会学系任访问学者。近年来在各类学术期刊发表论文数十篇，合著有《受众学说：多维学术视野的观照与启迪》（复旦大学出版社2008年）。研究领域包括媒介与性别研究、受众研究及媒介文化研究。



M&S

媒介与社会书系

当代中国大众传媒 中的性别图景

张晨阳 著

中国传媒大学 出版社

图书在版编目(CIP)数据

当代中国大众传媒中的性别图景/张晨阳著. —北京:中国传媒大学出版社,2010.6

ISBN 978-7-81127-941-2

I. ①当… II. ①张… III. ①大众传播—传播媒介—性别差异—研究—中国 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 095056 号

当代中国大众传媒中的性别图景

著 者 张晨阳

责任编辑 黄松毅

责任印制 曹 辉

封面设计 魏 东

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 86—10—65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷

开 本 730×988mm 1/16

印 张 14.25

版 次 2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

书 号 978-7-81127-941-2/G·941 定 价 42.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序

得知晨阳的博士论文即将出版,我作为她的导师,感到由衷高兴。

回想当年她入学时,就给大家留下深刻印象:在全年级里,年龄最小,但考试分数最高,而且,清秀、开朗、谦虚、淳朴。

攻读博士学位期间,她勤奋有加,根据自己的兴趣和学术的价值,选择了女性与媒介研究领域。该领域的重要意义自不待言,但由于本土积累甚少,尤其是可资借鉴的实证研究成果极其缺乏,因此,难度很高。令人欣喜的是,晨阳不畏艰苦,勇于攀登,不负众望地、出色地达成了预期目标。

在我看来,这部佳作的突出优点有:

一、实证——如上所说,中国大陆的女性与媒介研究起步很晚,实证研究尤其匮乏。针对这一缺憾,晨阳博士刻苦地学习并有效地应用了实证研究方法,而且,从研究的需要出发,在本书中,将定性方法与定量方法适当结合,采用了文献分析、内容分析、文本分析、深度访谈、个案研究等多种具体方法,从而,使整个研究的科学性、规范性获得了可靠保障。

二、全面——通常认为,研究的切入点宜小不宜大,实际上,“小”研究固然有利于向纵深发展,但容易产生“见木不见林”的问题;而“大”研究的价值就在于,把握全局,通观整体,“见木又见林”。

不过,这种“全景式”研究,对研究者的驾驭能力是一个严峻的挑战,往往使人畏而却步。从本书的结构看,在媒介层面,不仅全面覆盖了报纸、杂志、电视、电影、网络等所有传统和新兴媒介的主要渠道,而且,样本的选择、篇幅的处理、分析的逻辑,无不有理有据,令人信服。同样,在有关女性观念层面,也涉及历史、当下,西方、东方,政治、经济、文化、社会、生活等各种维度,繁简得当,张弛有致,成功地展现了一幅社会性别话语在中国大地曲折演进的波澜壮阔的宏大叙事场景。

三、创新——其实,上述两点都体现了本书的创新性贡献,但除此之外,还值得指出的是,本书自始至终贯穿、洋溢着一种批判、质疑的精神,难能可贵。例如,在参考前人成果的基础上,富有创造性地将国家、市场、学术、传统列为四种影响社会性别话语的主要力量;又如,不赞同诸如媒介“总是”歪曲女性的“常识”,而实事求是地分析各种媒介的具体表现及其背后的复杂因素,等等。惟其如此,创新才有可能成为“习惯”和“常态”。

我深信,有晨阳这样一批学术新人的不懈努力、茁壮成长,中国大陆的女性与媒介研究,乃至整个传播学研究,大有希望,前程可期。

张国良

于沪上明珠苑

2010年7月30日

目 录 Contents

序 /1

导论:大众传媒与性别研究 /1

第一节 研究问题与研究缘起 /1

第二节 文献综述 /10

第三节 核心概念 /14

第四节 研究线索、方法与结构 /19

第一章 中国媒介中社会性别话语的叙事背景 /23

第一节 历史背景 /24

第二节 当代背景 /30

第二章 当代中国报纸中的社会性别话语 /37

第一节 绪言 /37

第二节 内容分析结果 /43

第三节 文本分析 /51

第三章 当代中国杂志中的社会性别话语 /69

第一节 绪言 /69

第二节 内容分析结果 /74

第三节 文本与意识形态分析 /83

第四章 当代中国现实主义题材电影中的社会性别话语 /102

第一节 内地电影业：困境与突围 /102

第二节 国家、民族与性别 /105

第三节 商业娱乐电影中的性别论述 /112

第四节 日常生活、平民阶层与性别叙事 /118

第五节 女性电影的主体意识与自我救赎 /124

第五章 当代中国现实婚恋题材电视剧中的社会性别话语 /135

第一节 女性与婚恋题材电视剧：为何关注？ /135

第二节 被揭示的家庭、性别与权益问题 /139

第三节 经济结构变迁中的婚恋与性别 /149

第四节 西方现代性想象中的模拟叙事与性别 /156

第六章 网络空间中的社会性别话语 /169

第一节 网络：性别的乌托邦？ /169

第二节 学术自觉行为：女性研究网站 /178

第三节 民间自发行为：以关于“超女”李宇春的网络评论为例 /185

结 语 大众传媒中社会性别话语的未来 /196

参考文献 /202

附录一 1995 年联合国第四次世界妇女大会行动纲领（“妇女与媒体”
部分） /210

附录二 大陆地区主要的女性与社会性别研究网站 /215

后 记 /217

导论:大众传媒与性别研究

第一节 研究问题与研究缘起

一、缘起:社会性别话语在中国

1978 年以来的改革开放使中国进入全方位、多层次发生剧烈变化的转型社会,这次改革发端于社会倡导的思想解放,进而导致了人的精神解放、主体性解放的潮流。新中国成立后“男女都一样”、“妇女能顶半边天”的话语主流中被遮蔽的种种女性问题,在这样的时代背景下,开始浮出地表并得到重新思考。

80 年代中期,随着西方女性主义思想传入,本土的女性主义者提出:妇女参加社会主义革命和建设并不意味着妇女的最终解放,即妇女就业并不能和妇女解放简单等同,在社会文化层面与个体层面上,妇女解放还有很长的路要走。于是,无论是在妇女解放运动还是在妇女生活和妇女研究领域,都可谓是从 1949—1978 年偏重讨论女性的“社会性解放”^①时期逐渐转向了 1978 年至今的“女性意识”和“主体意识”的觉醒时期。

1978 年至今,又可以分为两个时期,第一个时期是从 80 年代到 90 年代初,国

① 从 1949 年到 1979 年,中国女性经历了从话语到意识形态的男女平等,国家倡导的男女平等同工同酬的就业思想已经深入人心。妇女被最广泛地动员起来,完成了从家庭领域走向社会化生产的过程。所以称之为“社会性”解放。

内学者认为这是女性意识的“觉醒”和以妇女教育为主体的“启蒙”时期,社会主义体制背景和具有本土性质的马克思主义意识形态是其理论与实践来源,这与西方的女权主义是两种不同的轨道和策略,但为以后的融合奠定了基础。^① 第二时期是从1995年中国承办联合国第四次世界妇女大会(1993年开始筹备)至今。在这个阶段,中国妇女的解放和发展运动在“本土”特色基调上,正在实现与现代化、与国际社会和国际妇女运动的接轨。^②

作为当代女性主义的核心概念——关于“社会性别”的话语,也正是在1995年世界妇女大会的举办之时正式进入我国政府与社会决策之中,并开始了社会性别研究主流化的进程。在这次大会上,我国政府第一次明确提出“把男女平等作为促进中国社会发展的基本国策”^③的战略观点。大会上,由189个国家和政府签署的《北京宣言》强调:“作为政府,我们特此通过和承诺以下《行动纲领》,确保我们在所有的政策和方案中体现社会性别观点”。而《行动纲领》则更明确提出了“将社会性别意识纳入决策主流”的观点。与此同时,联合国第50届大会通过的50/203号决议,也强调“联合国秘书长负责协调联合国系统内的政策,以执行《行动纲领》并在联合国所辖的活动中纳入社会性别观点”。

那么,什么叫“社会性别”?学术领域中的“社会性别”(gender)诞生于20世纪60年代的西方女权主义运动之中,指的是:“由社会文化形成的对男女差异的理解,以及社会文化中形成的属于女性或男性的群体特征和行为方式。”^④相对于“生理性别”(sex)所决定的生理差异,“社会性别”强调后天的文化差异。也就是说,人的性别角色的形成并非是先天的、自然的,而是后天塑造的,是社会文化作用的结果(在本章“核心概念”部分详述)。这一概念意在用“性别角色是后天形成的”这一立论依据来颠覆以生理性别差异为基础的男女权力结构传统,是对不合理的“男尊女卑”的父权制以及男权知识结构和生产机制的检视、质疑、挑战。正如有学者所言:以社会性别为概念核心的“女权主义的理论实践很重要的部分就是把以前奉为

① 李小江:《解读女人》,江苏人民出版社1999年版。

② 李小江:《50年,我们走到了哪里?——中国妇女解放与发展历程回顾》,《浙江学刊》2000年第1期。

③ 江泽民:联合国第四次妇女大会欢迎仪式讲话,1995年9月4日。

④ 谭兢嫦、信春鹰:《英汉妇女与法律词汇释义》,中国对外翻译出版公司1995年版,第149页。

真理的理论放在社会性别的棱镜下审视,看它放在各类妇女的经历中还管不管用,看它是揭示了还是遮蔽了社会性别的权力关系。”^①该理论的提出,对西方的人文社会科学领域产生了巨大的影响,乃至“于”(今天)任何评论者要对一篇文章提出全面的评论,都必须考虑到社会性别;同样,社会科学也必须思考社会性别形成和影响了研究者所使用的数据材料。”^②目前,以“社会性别”为主题的学术刊物在英语界不下几百种。^③不仅如此,学术界中跨学科的妇女与社会性别学教学机构的纷纷创立及其对各个学科领域的渗透,改变着众多学科对人类社会的认识和阐释。^④作为一个分析范畴和分析视角,“社会性别视角”指的是在观察、分析和处理事物时,以“社会性别”为理论背景,关注不同性别群体的不平等的处境、利益和权利关系,并采取措施和行动来增进性别平等的视角。这一视角也成为国际人文社科领域中与阶级、种族等分析人类社会等级制的范畴并列使用的范畴、视角。^⑤

在政府决策领域,社会性别理论在过去几十年中已经在国际社会的传播开来,并在许多国家和地区对推动社会的平等公正起到了积极有效的作用。“95 世妇会”的《行动纲领》中明确了政府决策中的社会性别主流化,就是重要标志之一。^⑥简单地说,政府决策中的社会性别的主流化,指的是把社会性别当作分析的关键范畴,即,政府在立法、公共政策、各种方案和项目的宏观决策时,必须对所做的决定进行社会性别分析,分析是否可能对男性或女性产生不平等的影响。尤其是,看起来一项“中性”的政策或法律似乎是平等的,但由于社会和文化的原因,对处于弱势

① 王政:《如何从边缘到主流:社会性别研究在中国的困境——美国密歇根大学妇女与社会性别研究所王政教授访谈录》(曹晋、吴娟),《探索与争鸣》2004 年第 12 期。

② Carol T. Christ(1999):“The American Universities and Women’s Studies”, in *Women: Images and Realities*, (eds.) by Amy Kesselman et al, Mayfield Publishing Company, p. 33.

③ 王政:《妇女学的内容与目标》,《思想战线》2002 年第 1 期。

④ Boxer, Marilyn Jacoby(1998), *When Women Ask the Questions: Creating Women’s Studies in America*, The Johns Hopkins University Press; Boxer, Marilyn Jacoby(2000) *Unruly Knowledge: Women’s studies and the Problem of Disciplinarity*, *NWSA Journal*, 12:2.

⑤ 王政:《浅议社会性别学在中国的发展》,《社会学研究》2001 年第 5 期。

⑥ 1997 年 6 月,联合国经济及社会理事会给社会性别主流化下的定义是:“所谓社会性别主流化是指在各个领域和各个层面上评估所有有计划的行为(包括立法、政策、方案)对男女双方的不同含义。作为一种策略方法,它使男女双方的关注和经验成为设计、实施、监督和评判政治、经济和社会领域所有政策方案的有机组成部分,从而使男女双方受益均等,不再有不平等发生。纳入主流的最终目标是实现男女平等。”见联合国网站 <http://www.un.org/chinese/esa/women>.

群体的妇女,可能是有损害的、不公平的,如果是这样的话,就要避免作出错误的决定。比如,发生在新世纪之初的关于我国妇女阶段性就业政策的讨论,就是性别平等的政策理念得到了高层决策者和社会公众的广泛认同的明证,是将性别平等意识纳入政策制定过程的成功范例。^①

《行动纲领》的规定与政府决策的跟进不仅表明,社会性别理论已普遍被国际社会所接受,由学术领域逐步进入政府社会决策领域。而且表明,作为对“一切仍保存社会性别等级制的文化都具有批判意义”的社会性别理论在我国政府和联合国妇女大会的共同推动下,登陆中国,开始了其理论与实践的历程。

距离1995年“社会性别”话语的登陆,至今已经十多年的时间了。在这一期间,“社会性别”经历了怎样的旅行?

先来看学术领域,笔者在“中国期刊网”数据库里,按照“社会性别”为篇名进行精确搜索,共搜索到90篇论文,其中,最早的始于1997年。自1997年后,论文数量总体呈现快速上升的趋势,2003年至今,每年都有超过80篇相关论文面世。

不仅在数量上,关于“社会性别”的学术论文越来越“热门”,而且,其所涉及的领域也越来越广泛,这表现在,“社会性别”话题超越了最初的理论引进和介绍,走向了用“社会性别视角”分析社会问题、性别问题的广阔天地,其中包括健康领域、公共政策领域、文学领域、科技领域、哲学领域、国际关系领域,还有新闻传播学领域等等。从社会性别的视角对政治、经济、文化中各种社会现象进行的性别分析,其目的在于通过这些分析挖掘出存在于社会权力结构和体制中导致两性不平等的深层因素,促进传统性别观念的深刻变革,建构多元的、理想的社会性别,使男女两

① 在面对妇女“阶段性就业”的提议时,持赞同观点的一方认为,建立阶段性就业制度能够缓解就业紧张、消除角色紧张、是妇女自身发展和提高生活质量的需要;而持社会性别分析的论者认为如果在国家制度内制定“妇女阶段性就业”的政策,一则会强化传统的以性别为劳动分工的标准,二则忽视妇女阶段性失业后产生的社会问题,三则妇女阶段性就业将置许多有事业心的女性于生育或工作的困境,四则对巩固和提高妇女社会地位不利。提倡女性回家,实际上是对女性社会劳动和角色参与的剥夺,在社会性别理论中,承认家务的社会性和支持妇女参与社会劳动的权利是并行的。所以,妇女的阶段性就业如果是针对生育期妇女,把这一手段看作缓解社会就业压力的出路,把妇女看作劳动力的蓄水池,就带有明显的性别歧视倾向。总之,部分女性自愿选择阶段性就业是其自由权利,但作为公共政策,阶段性就业就属于制度性范围的概念,以上的性别分析视角的评估和态度是否定的。平等就业的政策设计而非阶段性就业的政策设计成为此次讨论的政策结果。

性在社会发展中最终实现和谐共同发展。

这些成果意味着,“社会性别”作为一种观察与评价社会事务的方法和分析框架,为越来越多的人所接受和运用。其中,妇女和性别研究学者、活动家群体、知识女性是其中的主要推动力量。

在社会实践领域,过去的十多年里,中国在促进性别平等和妇女发展领域取得重大进展,成就有目共睹:男女平等成为我们的基本国策,社会性别平等成为发展中的核心问题之一。但正如2005年8月24日我国政府在纪念第四次妇女大会举办十周年之际发布的《中国性别平等与妇女发展状况》白皮书中所说的那样,“由于受经济和社会发展水平等因素的制约和限制,特别是在经济结构调整和社会主义市场经济体制建立与完善的过程中,中国促进性别平等和妇女发展面临许多新情况和新问题:女性群体的社会分层日益复杂,妇女生存、发展和权益保障的需求呈现多样性;不同地区、不同阶层、不同群体妇女发展的不平衡现象比较明显;历史文化中残存的男女不平等的陈规陋习尚未完全消除,侵犯妇女权益的现象在一些地区仍然不同程度地存在。在中国,全面促进性别平等和妇女发展任重道远”,可见,我们还需要更多、更切实、更有效的具有性别视角的政策研究和政策制定。

从这个角度说,“社会性别”已经上路,并显示出其对性别问题的解释力和推动力。但无论是在学术的层面,还是在实践的层面(其实这两者是互相推动、难以绝对分割的),“社会性别”在面对中国的发展、中国妇女发展的广阔空间和迫切需要时,还有大量未做的工作、未尽的责任。可以说,具有重要意义的“社会性别”理论与实践大有可为。

二、问题:大众传媒与社会性别话语

传媒反映着当今时代方方面面思想的交锋。上世纪八九十年代以来,中国新闻改革的基本方向之一是传媒的市场化改革。尤其是90年代中后期以来,蓬勃发展的大众传媒在公共议题的产生与讨论过程中影响巨大、效果显著;大众传媒也成为塑造大众文化、引导大众审美趣味的最重要场所之一。总之,作为社会文化的整合器与风向标之一,大众传媒的作用越来越受到重视。

从人的社会化的角度而言,媒介中的性别文化/性别论述,在强化社会性别评

价、影响受众的社会性别认识和行为方面的长期“涵化”作用不可轻视。因此,从社会角度而言,健康文明的媒介性别文化,对中国妇女的发展乃至构建文明、和谐社会的作用可谓举足轻重。

正是基于这一点,从第四次世界妇女大会的《行动纲领》,到作为后续行动的、我国政府制定的《中国妇女发展纲要(1995—2000年)》《中国妇女发展纲要(2001—2010年)》^①中,都涉及了“妇女与媒体”方面的内容。

1995年第四次妇女大会的《行动纲领》首次明确指出:“公私营的地方、国家和国际媒体组织未能消除基于性别的陈规定型观念,这说明媒体对性别问题不敏感”,在战略目标上,必须“促进媒体对妇女做出平衡和非陈规定型的描绘”。提倡可采取的行动包括:“鼓励为媒体专业人员,包括媒体所有人和管理人员,提供对性别问题敏感的培训,以鼓励媒体塑造和采用非陈规定型、平衡和多方面的妇女形象;鼓励媒体不要将妇女描绘为低人一等的人和利用妇女作为性玩物和商品,而将妇女描绘为具有创造性的人、极其重要的行动者、发展进程的促进者和受益者;提倡以下的观念:媒体中显示的性别主义的陈规定型形象是具有性别歧视的、有辱人格性和冒犯性的;在符合言论自由原则下,制订专业准则和行为守则及其他的自律形式以促进表现非陈规定型的妇女形象”等等。^②

同年,我国政府制定的《中国妇女发展纲要(1995—2000年)》中“改善妇女发展的社会环境”部分也提到这个问题:

向全社会宣传妇女在创造人类文明、推动社会发展中所发挥的伟大作用;宣传妇女与男子具有同等的人格和尊严、同等的权利和地位;宣传有自尊、自信、自立、自强精神的女性;制止影视、书报刊中对妇女形象的贬低和污辱性描绘。改变社会对女性的歧视和偏见,增进全体公民对妇女合法权益的认识。

2001年,继上一个5年纲要后,《中国妇女发展纲要(2001—2010年)》在“妇女

① 黄旦、韩国飏:《1981—1996:我国传播学研究的历史和现状——对几种新闻学术刊物的简略考察》,《新闻大学》1997年第1期。

② 详见附录一:《1995年联合国第四次世界妇女大会行动纲领》,1995年9月15日,北京。

与环境”中，又提出的与“大众传媒与社会性别”相关的内容是：

——制定具有社会性别意识的文化和传媒政策，加大男女平等基本国策的宣传力度，增强全社会的社会性别意识，逐步消除对妇女的偏见、歧视以及贬抑妇女的社会观念，为妇女发展创造良好的社会环境。

在对策中，纲要提出：

——在新闻出版、广播影视以及文学艺术等领域展现妇女在经济发展和进步中的成就和作用，大力宣传妇女中的先进模范人物。

——加强文化市场管理，禁止在宣传媒体、广告和文艺作品中出现色情或有辱妇女人格的作品。

——为妇女在新闻宣传领域的发展提供更多的条件和机会，使妇女广泛参与宣传媒体的管理、制作、教育、培训和研究。提高妇女对宣传媒体资源的占有程度。

十多年过去了，在国家有关政策推进的背景下，大众传媒中的妇女形象和性别论述是否得到了改变？是否具有社会性别的色彩？

2006年3月1日，全国妇联妇女研究所在北京发布了《1995—2005年：中国性别平等与妇女发展报告》（妇女绿皮书），这是第一本对中国性别平等和妇女发展状况进行系统分析评估与预测的书籍，提出中国妇女现在面临的五方面的问题和自我挑战，其中与媒体相关的内容包括：

现实生活中，所有的性别不平等现象的背后都有性别文化的影响。近年来，来自于两个方面的不平等性别文化阻力需要给予特别注意，一是目前大众传媒及文化产品中仍然广泛传播的封建文化中的界限，另一方面是与市场经济紧密结合的美女文化。性别、文化不平等的环境纵容男性用权势和金钱换取美女，强化了男强女弱、男尊女卑的不平等观念，直接阻碍平等、和谐、文明的先进文化建设，是构建社会主义和谐社会面临的暗礁。

建设平等、和谐、文明的先进性别文化，目前最需要做以下几点：一是

提高大众传媒的管理者、制作者和传播者的性别意识和社会责任感。二是制定和实施具有性别平等意识的法律和政策,规范大众传媒的内容和传播方式。三是通过现代的、易于为大众接受的方式对社会公众进行性别平等的宣传和倡导。

从上面我们追溯的几个文件和报告看来,性别文化的不平等,是一个长期的、历史的问题,社会在进步、人类在发展,然而,在两性平等问题上,仍然路程漫长。而且,经济发展也并非一定伴随着性别文化的平等发展,当代社会经济体制转型带来的社会文化转型过程中,性别文化的“进”与“退”可能是存在于一个时间、一个空间之中的。反映在大众传媒上,便是,有对两性角色的社会性别色彩的描述,也有对两性角色的定型化描述。比如,市场经济的发展,使女性获得更多的施展才华的空间,女性的自尊心与自信心得到前所未有的提高,但封建传统文化的沉疴与消费文化的弥漫,也有可能使性别文化面临更为尴尬的境地。

总之,单纯地用一种评价来判断当前整体意义上的大众传媒中的性别论述显然是比较困难的。因为,正如社会性别理论所重视的那样,“性别”从来就不仅仅是“性别”的问题,关于性别的论述也从来都是与社会政治、经济、文化的变迁和各种等级制度背景不可分割的。既然并非一个封闭自足的系统,那么它就会受到来自各方面的影响,呈现不同的状态。

笔者认为,探讨这种不同的状态,应该从社会性别话语与大众传媒之间的两个关系维度入手:

一是用社会性别的视角与方法论来批判媒介,即女性主义/性别研究与新闻传播学的共同领域:女性主义媒介理论(Feminist Media Study)/性别与传播(Gender and Communication)。媒体呈现女性的方式一直是该领域批评的重心,在西方女性主义的概念中,媒介就是传送社会性别歧视、父权社会或资本主义价值观的工具,其结果就是持续现有的社会秩序。^① 这一思路的贡献在于,为媒介研究提供了一把从性别出发的“手术刀”,能够揭开各种大众传媒内容中的各种“迷思”(myth),直达父权结构的本质。但在实际运用中,却存在一定的陷阱。其危险性

① Liesbet van Zoonen 著,张锦华、刘容玫译:《女性主义媒介研究》,远流出版社 2001 年版。