

Occupation  
Career

Gender  
Construction

Female  
Reporters

# 女记者

## 职业生涯中的社会性别建构

The Gender Construction in Female Reporters' Occupation Career

尤红 著



合肥工业大学出版社  
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

Occupation  
Career

Gender  
Construction

Female  
Reporters

# 女记者

## 职业生涯中的社会性别建构

The Gender Construction in Female Reporters' Occupation Career

尤红著



合肥工业大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

女记者职业生涯中的社会性别建构/尤红著. —合肥:合肥工业大学出版社,2016. 12

ISBN 978 - 7 - 5650 - 3097 - 0

I. ①女… II. ①尤… III. ①女性—记者—性别差异—研究—中国  
IV. ①C913. 14②G214. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 285824 号

## 女记者职业生涯中的社会性别建构

尤 红 著

责任编辑 朱移山

|        |                                            |     |                     |
|--------|--------------------------------------------|-----|---------------------|
| 出 版    | 合肥工业大学出版社                                  | 版 次 | 2016 年 12 月第 1 版    |
| 地 址    | 合肥市屯溪路 193 号                               | 印 次 | 2016 年 12 月第 1 次印刷  |
| 邮 编    | 230009                                     | 开 本 | 710 毫米×1010 毫米 1/16 |
| 电 话    | 人文编辑部:0551-62903205<br>市场营销部:0551-62903198 | 印 张 | 14. 75              |
| 网 址    | www. hfutpress. com. cn                    | 字 数 | 225 千字              |
| E-mail | hfutpress@ 163. com                        | 印 刷 | 合肥创新印务有限公司          |
|        |                                            | 发 行 | 全国新华书店              |

ISBN 978 - 7 - 5650 - 3097 - 0

定价: 35. 00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社市场营销部联系调换。

## 摘 要

本文从社会性别分析视角,运用社会性别建构的分析框架,结合新闻业职业特征和女记者的自身特点,以南京电视记者为案例,剖析和透视职业生涯中女记者的社会性别被建构以及反制的过程。

作为研究对象的“女记者”选取的是媒体中担任新闻采访工作的女性从业者,也包括之前从事一线采访工作,之后进入管理岗位的制片人、部门负责人以及频道负责人。作为江苏电视媒体代表的江苏广电和南京广电在全国处于行业领先地位,本研究聚焦于这样两个电视平台上的女记者,具有一定的代表意义。

本文以社会性别理论作为分析视角,使用琼·斯科特(Joan Scott)的“社会性别”这一分析框架——即将社会性别视为关于两性差异的社会文化建构,可以通过文化象征、规范性概念、社会组织与机构和主体认同四个层次加以分析——考察在新闻业的职业生涯中,女记者的社会性别是如何被建构以及女记者反过来对职业性别生态的改变。

本文由导论、理论与文献、研究设计、正文、分析与讨论五个部分组成。正文的核心部分围绕女记者的性别建构与反制展开,主要从职业进入的角色期望、职业征途中的性别气质建构、职业发展中的性别角色建构去分析职业生涯中女记者的性别建构,同时讨论女记者对职业性别生态的性别反制以及自我性别身份认同。这里的性别反制主要是相对于性别建构而言,指女记者通过自己的职业表现和性别特质反过来对职业性别生态产生影响和改变。

首先讨论不同的职业进入的背景所对应的角色期望。接着分析职业发展中的性别气质建构。分析记者职业发展中的职业行为——电视采访和出镜对女记者性别气质的塑造,以及在采访“前台”和“后台”的不同性别地位对女记者性别气质的规训。电视采访和出镜中的女性气质与传统性别规范高度契合时,女记者的性别角色和职业角色获得了双重认可和确认;而当电视采

访和出镜中的男性气质与女记者的性别身份出现冲突时，在性别建构上之所以会出现所谓“专业人士”和“主流文化所定义的妇女”之间的紧张关系，女记者会选择顺应或挑战这种紧张，从而带来女性气质模糊或突出女性气质两个结果，同时电视采访和出镜塑造了女记者的现代女性气质。女记者的采访工作可以被视为职场的“前台”，职场交际就属于职场的“后台”。综合女记者在采访前台和后台的地位与表现，即便其因为女性性别身份在男性那里取得性别优势，可是一离开采访前台，进入社交后台，又变成被男性关照甚至消费的对象。

职业发展中的性别角色建构，是从职业发展中的职业规划和个人升迁来看女记者的性别角色建构。因为婚育给女记者带来的职业生涯的不连续，“工作母亲”这样的角色对女记者起到训诫作用。个人升迁中多年的副职岗位，使得她们处于“渴望成功”与“避免成功”的两难境地，职业发展中的性别角色在职业生涯中规训着女记者。

同时，女记者在被建构的同时，也发挥自己的能动性进行性别反制。她们通过在电视采访和团队管理中的职业表现以及性别特质改变着关于女性的性别刻板印象，同时也给职业性别生态带来变化。

在分析与讨论部分，阐释女记者的性别观念认知和性别身份认同状况，来分析女记者的社会性别特征，通过揭示新闻领域女性社会性别对于中国社会中女性的职业发展具有的启示意义，延展到建设对女性友好的职业文化的展望和分析。

## 目 录

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 第一章 导 论 .....                   | 001 |
| 第一节 研究缘起与背景 .....               | 001 |
| 第二节 研究问题与意义 .....               | 009 |
| 第二章 理论基础与文献综述 .....             | 013 |
| 第一节 相关概念界定 .....                | 013 |
| 第二节 相关理论回顾 .....                | 018 |
| 第三节 经验研究回顾 .....                | 031 |
| 第三章 研究设计 .....                  | 054 |
| 第一节 研究对象 .....                  | 054 |
| 第二节 研究思路 .....                  | 058 |
| 第三节 研究方法 .....                  | 061 |
| 第四章 职业进入的角色期望 .....             | 065 |
| 第一节 院校派的进入：在职业与性别角色间寻找平衡 .....  | 068 |
| 第二节 非院校派的进入：在职业与性别角色间关注一方 ..... | 075 |
| 第五章 职业征途中的性别气质建构 .....          | 082 |
| 第一节 “采访”与“出镜”：性别气质建构一 .....     | 084 |
| 第二节 “前台”与“后台”：性别气质建构二 .....     | 124 |

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 第六章 职业发展中的性别角色建构 .....          | 145 |
| 第一节 “男外女内”：工作母亲 .....           | 146 |
| 第二节 “男主女从”：当好副手 .....           | 153 |
| 第七章 职业生涯中的性别反制 .....            | 160 |
| 第一节 “母亲”与“性对象”：女记者角色的隐形文本 ..... | 160 |
| 第二节 女性优势：善用或拒绝 .....            | 163 |
| 第三节 闯入“男性新闻”禁区的“女汉子” .....      | 170 |
| 第四节 女性的管理：改变性别刻板印象 .....        | 179 |
| 第八章 讨论与分析 .....                 | 189 |
| 第一节 女记者的社会性别特征 .....            | 189 |
| 第二节 新闻领域女性社会性别的启示 .....         | 196 |
| 第三节 建设对女性友好的职业文化 .....          | 205 |
| 结 语 .....                       | 212 |
| 参考文献 .....                      | 214 |
| 后 记 .....                       | 226 |

## 第一章 导 论

西蒙娜·波伏娃 (Simone Beauvoir) 指出:“一个人并不是生而为女性而是变成女性的。”<sup>①</sup> 这是本研究的出发点。本研究探讨的就是女记者职业生涯中,社会性别的被建构与反制,剖析女性如何把结构化的社会关系内化到自身心理和行动之中。

### 第一节 研究缘起与背景

不管时代如何更替变迁,任何一个社会都会面临两性关系的问题,而性别问题又是社会研究与关注的核心命题之一,“一般都把性别研究看成是整个社会学的一个特殊领域”<sup>②</sup>。

对女性而言,职业是女性性别角色中十分重要的社会内涵,这是由职业在社会生活中的突出地位和作用所决定的。媒体是社会的瞭望塔,起着舆论监督和宣传的作用,提倡一种风尚或习俗,均有赖于媒体。自19世纪末以来,新闻业就已成为现代思潮输入、碰撞和扩散的中心,在“提倡一种事业,转移风尚习俗”<sup>③</sup>上发挥了突出的作用。众多女子职业中,媒体业的特殊性是

① [法] 西蒙娜·波伏娃著,陶铁柱译:《第二性》,中国书籍出版社,1998年,第2页。

② [英] 安东尼·吉登斯著,赵旭东等译:《社会学》,北京大学出版社,2003年,第5页。

③ 邵蕙英:《一种高尚的女子职业:女记者》,《玲珑》,1932年第2期,第72页。

极其明显的：一方面，和很多职业一样，媒体为受过教育的知识女性实现经济自主和人格独立提供了实践机会；一方面，媒体在鼓动新思潮方面的巨大影响，同样在女性解放运动中体现出来。与女性有密切关系的女性主义运动，如果没有媒体的报道和赞同，亦难成气候。还有一方面就是媒体业中的新闻业在传统上仍然是一个男性化的领域。尽管从事新闻工作所需要的独立、自主与冒险精神，高度契合对自立自强的新女性气质的想象，但同时也意味着对传统性别界限更为激进的突破。

## 一、女记者群体规模的增长

过去 30 年间，全球媒体最显著的变化之一就是女记者数量大增。国际统计数据显示，女性正以空前的规模进入新闻界，在一些国家女记者的数量甚至已经超过了男性<sup>①</sup>。根据 2014 年发布的《中国新闻事业发展报告》<sup>②</sup>，在国内新闻从业人员中，中央新闻单位共有持新闻记者证的采编人员 2.6 万余人，地方新闻单位共有持证采编人员 22.8 万余人；从男女性别比例看基本持平；男性占 55.87%，女性占 44.13%。从学历看，中国新闻记者群体拥有较高学历；大专学历占 26.61%，本科学历占 65.66%，硕士占 7.10%，博士占 0.28%，其他学历占 0.34%。从年龄结构看，老中青搭配比较合理，中青年记者占了绝大多数。30 至 40 岁的占 38.92%，是所有年龄段里占比最高的。本文的研究对象选取的是 30 至 45 岁的女记者，正是记者群体的主力人群。

10 年前的调查显示，女性编辑记者在新闻采编人员中的占比是四成。至 2005 年底，广电总局颁发编辑记者证 12 万余个，其中女性占四成左右<sup>③</sup>。在中国传媒行业中，已经有超过半数的女性从业者。在影视广播领域，女性从

① Frohlich, R. & Lafky, S. A., *Women Journalists in the Western World: What Surveys Tell US*, (Eds.) Hampton Press Inc: Cresskill, New Jersey, 2008.

② 《中国新闻事业发展报告》，中国记协网 <http://www.zgjx.cn>, 2014 年 12 月 29 日。

③ 《女性撑起传媒业半边天 播音主持近七成是女性》，<http://mdeinaet.qinalno.gocm>, 2006 年 1 月 13 日。

业人员的比例接近七成<sup>①</sup>。

10 年后的调查显示,新闻从业人员男女性别比调查结果是 48.5% : 51.5%<sup>②</sup>,与 2014 年底中国记协公布的数据比例(男女比例为 56% : 44%) 有所差异。但与 1997 年喻国明的全国新闻工作者调查结果(男女比例为 67% : 33%)<sup>③</sup> 相比,则差异较大。

10 年间,女记者在新闻采编人员中的占比从四成增加到五成,成了名副其实的“半边天”。无论是已经走入媒体工作的女性,还是庞大的预备人才,都显示了女性已经以前所未有的广度参与到媒体发展进程。虽然进入管理层 的还是少数,但在新闻采编一线早已独当一面<sup>④</sup>。只有当一个人群达到总人数的 30% 时,它才会有足够的权利,即占有足够的比例而不被排斥<sup>⑤</sup>。女记者的占比在新闻业中已经使其达到一个足够不被边缘化的比例。

## 二、女记者带来的新闻业变化

随着女记者比例的增高,相应的,新闻业女性化(feminization of journalism) 的观点也在国际学术界流行起来。这种观点认为,媒体的市场化不但给媒介的生态带来巨大的影响,同时也极大提高了女性介入媒体的程度,甚至带来了新闻业的女性化<sup>⑥</sup>。变化如此显著,以至于一些业内人士断言,“新闻业的未来是女性的”。具体来说就是,以市场为导向的商业化媒体运作使得新闻越来越倾向于软化的报道风格以及时尚、休闲、娱乐类的女性化议题,“软”新闻在媒体呈现中日趋占主导地位。随着这种媒体商业化所带来的新闻发展新趋势,女性从业者也会相应地在新闻行业中日益占据主导地位。代表性学者之一的凡·祖伦(Zoonen Van),早在 1998 年就指出新闻业面临的性别转型趋势:“在(新闻)向人情味、情感化、娱乐化转变的新背景下,

① 《女性笑傲媒体的标本意义》,《中国妇女报》,2006 年 1 月 16 日。

② 张志安主编:《中国新闻业年度观察报告(2014)》,人民日报出版社,2014 年,第 83 页。

③ 喻国明:《中国新闻工作者的职业意识与职业道德》,《新闻记者》,1998 年第 3 期。

④ 刘利群主编:《中国媒介与女性发展报告》,社会科学文献出版社,2013 年,第 177 页。

⑤ Rowling, M., “Europe crawls ahead”, In *These Times*, July 22, 2002: 15-17.

⑥ Day, E., “Why Women Love Journalism”, *British Journalism Review*, 15 (2), 2004: 21-22.

新闻已经变成一个适合女性的职业，并同时吻合女性传统文化期待。”<sup>①</sup>

堪称精英人才的电视女记者，在职业生涯中的职业文化，性别规范改变着她们的同时，她们也改变着周围的媒体“性别生态”。媒体中大量的骨干记者和中层管理者都是女性，女记者在一线的采访也并不囿于“软性”和“低层”新闻，在“硬新闻”中也是担当骨干，做出很多出色的重大和突发报道；越来越多的女性管理者也使本来男性气质浓重的新闻业管理增加了柔性色彩，更加人性化的管理也给媒体的“性别生态”带来了改变。

### 三、江苏电视的行业崛起

这里提到的江苏电视媒体以位于南京的电视媒体为主，它们主要隶属于江苏广播电视总台（集团）<sup>②</sup>和南京广播电视集团。这两家广电集团均为广电行业从20世纪90年代末开始在全国开展的组建广电集团的改革试点工作的产物。2001年，江苏电视台、江苏有线电视台、江苏人民广播电台和其他十多个广电单位合并成江苏广电总台，走集团化发展之路。南京广播电视集团是副省级城市广电集团，由南京电视台、南京人民广播电台、南京广播电视报社和南京音像出版社等组成，节目覆盖南京都市圈<sup>③</sup>。

成立之初，江苏广播电视业的发展规模与江苏经济大省、文化大省的地位不相匹配。在很长一段时间里，江苏广电总台在全国广电行业中的排名，跟江苏作为经济文化强省的身份亦不对应。

经过10年的成长，江苏广电总台的规模从五六亿发展到过百亿，从原先的三线排名一跃迈入国内传媒娱乐集团第一阵营<sup>④</sup>。自2004年以来，总台连

① Zoonen Van, "One of the Girls? The Changing Gender of Journalism", in Cynthia Carter, Gill Branston & Stuart Allan (Eds). *News, Gender and Power*, London: Routledge, 1998: 33-46.

② 江苏广播电视总台和集团是一套班子，两个牌子，所以规范名称是江苏广播电视总台（集团），但本文主要讨论电视媒体平台，所以名称简化使用为“江苏广播电视总台”“江苏广电总台”“江苏广电”。

③ 《南京广电集团简介》，《电视工程》，2007年第4期。

④ 金珠：《十年——一个传媒集团长大的轨迹》，《视听界》，2011年第3期。

续8年入选“中国500最具价值品牌”，2011年品牌价值95.75亿元<sup>①</sup>。江苏广电总台在成立不到10年的时间里，发展迅猛，在中国广电行业中的地位大幅提升。其中“以新闻为旗帜、以情感为特色”的江苏卫视，在全国省级卫视中的排位已由2003年的20多位跃升入省级卫视第一方阵，成为全国广电行业中备受瞩目的电视新生力量，成为国内最优秀的电视播出平台之一。从2003年开始的10年间，江苏电视给中国电视行业带来了改变：电视新闻走向的改变，电视剧运行机制的改变，电视竞争格局的改变<sup>②</sup>。江苏电视在全国具有了不可替代的品牌价值。

创新改变中国电视新闻走向。10年间中国电视创新力度最大的，除了电视剧，就是民生新闻和综艺选秀这两类节目的创新。这两类节目中，江苏电视都扮演了非常重要的角色，尤其在民生新闻的发展上贡献最大。以《江苏新时空》和大型新闻行动为标志的时政报道，以《零距离》为代表的民生新闻，不断引领中国新闻创新潮流，发出了响亮的“江苏声音”<sup>③</sup>。以江苏城市频道《南京零距离》的开播为标志，民生新闻时代由此展开，改变了之前居高临下的政府新闻和宣传型新闻。中国电视新闻的走势，从居高临下的姿态变成了亲近百姓的姿态。

改变中国电视剧运行机制。江苏电视探索的大剧独播、制作播出联手的方式，改变了过去社会制作和媒体采购分离的状态。在新一轮的制播分离基础上的新层级的制播融合又从江苏电视开始，将电视剧生产运行的上游、中游、下游有机结合起来，推出了一批收视和美誉度兼有的电视名剧和大剧。《人间正道是沧桑》《南京！南京！》《十月围城》《让子弹飞》《建国大业》《建党伟业》《辛亥革命》等影视大片先后推出，被《人民日报》赞誉为“江苏广电现象”<sup>④</sup>。江苏广电在影视剧创作方面站到了行业的领跑线上，这些名剧、大剧为中国电视荧屏的琳琅满目和精彩纷呈做出了独特

① [http://www.jsbc.com/ztgk/201202/t20120207\\_760288.shtml](http://www.jsbc.com/ztgk/201202/t20120207_760288.shtml).

② 胡智锋：《江苏电视的改变、创造和引领》，《视听界》，2011年第1期。

③ [http://www.jsbc.com/ztgk/201202/t20120207\\_760288.shtml](http://www.jsbc.com/ztgk/201202/t20120207_760288.shtml).

④ 王干：《“江苏广电现象”异军突起 文化中国需影视唱大戏》，《人民日报》，2010年3月5日。

的重要贡献。

改变中国电视竞争格局。在很长一段时间内,中国电视的格局基本上是央视一家独大,垄断全行业最优质的资源、最优势的平台与传播渠道,竞争是谈不上的。这几年,中国电视的竞争格局开始发生巨大变化,以江苏电视、湖南电视等为代表的省级媒体,厚积薄发,跃至中国电视竞争版图的前列,不论是收视率、市场份额,还是广告收入,整体综合效益都已经形成了与央视分庭抗礼的态势<sup>①</sup>。江苏广电成立10年,收入增长逾18倍,综合实力稳居全国省级台前列,2010年、2011年连续两年入选“全国文化企业30强”。在持续提升广告经营的同时,大力拓展影视制作、电影发行放映、演艺娱乐、居家购物、新媒体等多元业务,广告收入在总收入中的比重进一步下降到50%左右。2011年,幸福蓝海集团和好享购物公司成功引入战略投资者,成立股份制公司,上市工作加快推进<sup>②</sup>。江苏卫视综合覆盖水平位居省级卫视第一,覆盖人口超过10亿,《非诚勿扰》在全球华人中具有广泛影响,“情感世界 幸福中国”的品牌定位影响广泛,《零距离》也是全国新闻节目中的王牌节目。自2004年以来,江苏广电连续多年入选“中国500最具价值品牌”,品牌价值近百亿元<sup>③</sup>。竞争格局的改变对中国电视乃至传媒行业有着战略意义。

江苏广电、南京广电一大批广播电视作品分别获得“中国新闻奖”“金鹰奖”“飞天奖”“星光奖”“彩虹奖”“金剑奖”“金桥奖”和“金编钟奖”等全国奖项<sup>④</sup>。以江苏广播电视总台为代表的江苏电视媒体在10年内发生巨大变化,通过舆论引导力、内容传播力、产业竞争力以及品牌影响力的迅速提升,在全国电视行业激烈竞争中胜利突围,确立了自己在全国电视行业的第一方阵地位。

① 胡智锋:《江苏电视的改变、创造和引领》,《视听界》,2011年第1期。

② [http://www.jsbc.com/ztgk/201202/t20120207\\_760288.shtml](http://www.jsbc.com/ztgk/201202/t20120207_760288.shtml)

③ [http://www.jsbc.com/ztgk/201202/t20120207\\_760288.shtml](http://www.jsbc.com/ztgk/201202/t20120207_760288.shtml)

④ <http://njculture.longhoo.net/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=23&id=358>

#### 四、女记者对江苏电视的贡献

江苏广电旗下拥有全国知名的品牌节目《非诚勿扰》《零距离》《最强大脑》《一站到底》等,以江苏广播电视总台为代表的江苏电视在10年内发生巨大变化,拥有了与江苏经济文化大省地位相符的传媒位置。

江苏电视之所以能够成就这样的地位,除了用情感和幸福这样的理念抓住了这个时代最重要的社会需求和趋势,同时还在于有一支好的队伍:有战略胸怀的管理团队和一大批非常能干的制作团队。制作团队里以新闻栏目《零距离》为代表的女记者也功不可没。

从2003年起,江苏广电总台开始有计划、有步骤地推进了一系列以内部管理为核心的改革创新举措。引入以绩效管理为核心的创新举措,大大激发了员工的积极性,大幅释放了创造力和内部潜力,充分发挥了频道、频率等垄断资源的价值。江苏广电总台取得了持续快速的发展,位列全国广电行业第一阵营。

“创新”是江苏广电总台发展中的显著特色,从《零距离》《人间》到《非诚勿扰》,先后掀起“民生新闻潮流”“情感节目潮流”“婚恋节目潮流”,但“新闻立台”是江苏广电一直以来的坚持,以《江苏新时空》的“大型新闻行动”和《零距离》的“民生新闻”为两大新闻样式。品牌新闻栏目《江苏新时空》以大型新闻活动推出主题报道的形式,既丰富了新闻内容,又产生了良好的传播效果,还在一个更高的层次上实现了宣传价值、新闻价值和市场价值的有机统一。开民生新闻先河的大型新闻资讯类直播栏目《零距离》是全国新闻节目中的王牌节目。民生新闻是“媒体站在平民的视角,从普通百姓需求出发,站在人文关怀的立场,评说百姓关心的人和事,关注民生,服务百姓”<sup>①</sup>。《零距离》改变了新闻收视率拼不过电视剧和综艺节目的历史,改变了省台新闻拼不过央视新闻和市台新闻的历史。从品牌栏目成为频道品牌甚至地方品牌,拉动和改变了江苏电视的整体局面。

---

<sup>①</sup> 吕焕斌:《民生视角本色表达人文关怀整合营销》,《中国广播电视学刊》,2004年第6期。

在大型新闻行动和民生新闻中集中了大量优秀的女记者，她们为江苏电视的发展做出了巨大的贡献。女记者的观察力和穿透力通常是比较敏锐的，大型新闻行动需要的新闻敏锐，民生新闻的百姓电视定位，这些高敏感度和高度亲和力的新闻节目定位和方向贴合了女记者的性别优势。经过良好职业训练的女记者，在新闻实践中往往会发挥女性所特有的丰富而细腻的感情，接近新闻事物，观察新闻事物，体会和品味新闻现象内部的感情因素并与之产生共鸣。这种女性的直感，比较容易接近和把握民生新闻现象的本质。女记者还会把女性丰富而细腻的感情倾注笔端，倾注于新闻报道的深处，以健康、充沛和持续的情感来打动和影响受众，以与民本取向为自我期许，争取与大众零距离，取得了强烈的新闻效应。因此，女记者在大型新闻行动和民生新闻中脱颖而出，涌现出大量新闻骨干和拥有大众知晓度的出镜记者，与新闻栏目的发展形成了良性互动。

大众传媒属于传播行业，管理层的“思变”，记者们的“挖空心思”，编导们的“谋略”，使得媒体机构弥漫着浓厚的职业气氛；同时，大众传媒又被归于文化艺术圈，性别色彩缤纷。身处其中的女记者看似光鲜，其实艰辛。采访过程中，女记者凭借亲和力与采访对象建立起良好的沟通关系，并以其细腻文笔和独特视角在新闻竞争中取得优势。但取得成绩后，人们的目光又转向她们的性别，甚至以不同的视角去猜测、审视她们的成功，整个过程被渗透了些许暧昧的色彩。

笔者身处电视媒体中，对职业生涯和性别色彩都有充分体会。近几年来，身边关于女性的工作和自身女性气质的讨论越来越多。“除了极少数的情况，人们在与自己相联系和认同自己的时候，最基本的归类就是男女性别。而且随着年龄增长，人们会越加尖锐地意识到自己作为一个男人或者一个女人的内在素质变化。”<sup>①</sup> 女记者所从事的新闻工作本身其实是男性气质浓厚的职业，在这样的职业中，职业生涯发展和女性气质之间如何把控和平衡，其实是媒体女性乃至身处男性话语为主导的现代社会中的职业女性十分关注的话题。

---

<sup>①</sup> Gergen M. M. & Gergen K. J., “Narratives of the Gendered Body in Popular Autobiography”, in Ruthellen Josselson & Amia Lieblich (eds), *The Narrative Study of Lives*, CA: SAGE Publications, 1993.

## 第二节 研究问题与意义

在诸多职业女性中,和从事其他行业相比,女性从事媒体业拥有更加突出的意义:“推动摇篮的手,也是推动社会进步的手。”<sup>①</sup>她们既是女性解放的践行者,又是女性话语的建构者。人们普遍相信女性从事媒体业,能够更好地理解女性、代表女性,有助于女性解放运动的扩展。因此,在现代中国社会性别话语的建构中,女记者既是女性解放的实践者,也是女性话语的建构者,这样一个女性群体自身的社会性别在职业生涯中的被建构就更值得加以研究。

### 一、研究问题

本研究力图寻求传播学研究与社会学研究的对接,努力做一种传播社会学的研究,涉及到两大社会学命题——职业与性别。这里的职业主要涉及电视媒体中女记者的职业生涯,性别涉及女记者的社会性别建构。

采用社会性别视角来分析——不仅要关注职业生涯中女记者社会性别的被建构,也关注女记者通过自己的职业表现和性别特质对职业性别生态的“反控制”,不仅要关注女记者社会性别的“常规”特征,也要关注女记者社会性别的“非常规”特征。

女记者每一次的采访经历、与采访对象的每一次沟通,每天身处的媒体环境,每日面对的职业文化都是建构女记者社会性别的关键因素。怎样的性别期望使得女性进入新闻业?新闻业的性别文化为女记者提供了怎样的机会,又设定了哪些限制?她们在性别角色和性别关系的重新定义中扮演了怎样的

---

<sup>①</sup> 2003年11月17日,来自中国内地、香港、澳门、台湾的40多家新闻媒体的60多位女新闻工作者聚会福建晋江,举行“女记者与社会进步”研讨会,“推动摇篮的手,也是推动社会进步的手”是此次研讨会的宣传语。

角色，这与她们的职业生涯有着怎样的联系？

围绕“女记者职业生涯中的社会性别建构与反制”这一核心关切，本文要回答的问题包括：女记者的社会性别在职业生涯中是如何被建构的？职业影响了社会性别中的哪些方面？女记者在职业生涯中是如何通过自己的职业表现和性别特质反过来对职业“性别生态”产生影响和改变？女记者自身是如何认知、想象和表达自己的性别身份与职业身份？通过研究女记者职业与社会性别建构的关系，揭示新闻领域女性社会性别的启示意义，从社会性别视角提出建设对女性友好的职业文化的理论诉求与实践构想。

## 二、研究意义

### （一）媒体女性社会性别的典型意义

本研究选取电视女记者作为研究对象，同社会学对主体研究的重视和社会学与传播研究中细分地研究某个从业者群体的主要趋势相吻合。本文也希望探究在结构变迁的情况下，作为行动者的女记者如何回应；同时也因此更关注其个人的主观经验。

职业和社会性别建构之间存在复杂的辩证关系，女性性别对于工作、生活都存在影响，而职业本身及发展过程也会对女性的社会性别意识和表征产生作用力。

对于女性来说，职业和社会性别建构有可能是一对矛盾。在男权主导的社会公共领域里，有专业追求的现代职业女性，对于自己的工作要求，可能学会并习惯用男性化的标准来衡量，因此有可能背离自己原先对女性的理解而陷入女性气质模糊的困惑；职业和社会性别建构也可能是相互促进的统一体，让女性学会如何做一个更出色的女人，从而越发受到喜爱和认可，突出女性气质，更加自信地投入工作和职业发展中。

新闻业是“具有性别的职业”<sup>①</sup>，不论欧洲还是北美，早期从事新闻业的

<sup>①</sup> Salling Olesen, H., “Regenerating Professional Identity?”, *Knowledge, Work and Gender* 2004, ESREA Conference Paper, 2004.