

传媒与设计研究丛书

主编 邵培仁

# 媒介与性别

女性魅力、男子气概及媒介性别表达

Media and Gender:

Femininity, Masculinity and the Formulation  
of Gender in Media

艳蕊 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

传媒与设计研究丛书

主编 邵培仁

# 媒介与性别

女性魅力、男子气概及媒介性别表达

## Media and Gender:

Femininity, Masculinity and the Formulation  
of Gender in Media

徐艳蕊 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

媒介与性别:女性魅力、男子气概及媒介性别表达

徐艳蕊著. —杭州:浙江大学出版社, 2014. 7

ISBN 978-7-308-12252-8

I. ①媒… II. ①徐… III. ①性别差异—研究—中国  
②传播媒介—研究—中国 IV. ①D669.1 ②G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 219224 号

## 媒介与性别:女性魅力、男子气概及媒介性别表达

徐艳蕊 著

---

责任编辑 徐 婵 杨 茜

封面设计 续设计

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 德清县第二印刷厂

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 12.75

字 数 222 千

版 印 次 2014 年 7 月第 1 版 2014 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-12252-8

定 价 35.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式:0571-88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

本著作作为浙江省传播与文化产业研究中心基地课题  
“媒介性别论：社会转型期大众传媒对性别观念的建构与生产”研究成果

# 序

## 性别研究的磁性与魅力

性别研究在中国的发展起起落落，艳蕊是一位难得的坚持者。她在大学读书时，就表现出了对女性主义研究的浓厚兴趣，硕士、博士学位论文也都与性别研究有关。2010年3月进入浙江大学传播研究所随我做合作博士后研究工作，她依旧选择了性别研究。不同的是，这次她选择了传媒领域，选择了传播社会学的视角。

人类文明史其实就是信息传播史，就是媒介演进史，没有媒介就没有人类的文明。今日所谓的信息社会、知识社会，说到底也是传播社会和媒介社会。当代媒介不仅以自己的模式反映和报道社会，而且以自己独立的意志影响和塑造社会。中国性别观念的变化与发展，当然也与媒介有着很深的关联。各种力量，各种思想，借助媒介产生出或隐或显的影响。正如本书前言所讲，媒体关于性别问题的表述、所呈现的性别形象，虽然并不能直接等同于现实，却映射和呈现出人们对于性别问题的观点和态度，并参与生产了这个社会对于性与性别的规范和价值。因此对于媒介与性别这个话题的研究，并不仅仅是罗列媒介呈现的性别形象谱系，也不是对各种性别景观的猎奇，而是研究媒介作为一种性别观念，反映和生产机制的运作特点和规制，探索改变性别陈规、展示性别新景，使性的差异不再是制造不平等和压抑的口实。

早在1907年，中国早期的女权主义者、刘师培的太太何震就一针见血地指出，居今日之中国，需男女革命与种族政治经济诸革命并行，并且创立女子复权会，又虑“此理之不能共喻”，故办《天义旬报》，以期通过报纸，能对两性之观念产生影响。《天义报》迄今，已逾百年。这百年间，从最初的星光熠熠的报刊群，到后来的广播电台、电视台等大众媒体的闪亮登场，再到网络和新媒体的异军突起，媒介的演进、发展和影响力都呈现出了加速之势。不论是女性主义还是

男性主义，人类的性别观念在大众媒介的影响下也发生了日新月异的变化，描述、分析和研究当代中国性别观念的演变过程将是一项既有较高学术价值又有重要现实意义的课题。得到浙江省哲学社会科学基金资助的徐艳蕊博士的专著《媒介与性别：女性魅力、男子气概及媒介性别表达》就是这样的优秀成果。

该书结构合理、线索清晰，作者分别以新中国成立初期影响最大的妇女杂志《中国妇女》和 20 世纪 80 年代之后电影、电视和时尚杂志等为代表的大众媒介，以及 90 年代之后的网络和新媒体当中的有关性别内容，来讨论性别观念和性别生产机制在当代中国的发展和变化。20 世纪 50 年代的杂志，八九十年代的影视，90 年代以后的网络，都是当时最新的媒介形式，而每当一种新兴媒介出现时，性别问题的最新议题总是立刻能够获得呈现。

20 世纪五六十年代，女性最为标准的形象是劳动妇女形象。《中国妇女》杂志在这个问题上用心颇多。因为它在新中国成立之初曾经是唯一一本全国性妇女刊物，其前身是 1939 年 6 月创立于延安的《中国妇女》，新中国成立后直属中华全国妇女联合会，此等地位、此时情形，它在妇女问题上的发言，当然更具标杆意味：期间《中国妇女》虽然也试图对妇女的“特殊问题”——那些相距阶级斗争议题稍远的妇女的生活、婚姻、情感问题进行讨论，但随着主编被撤，基调马上又回到了劳动妇女形象的宣传与提倡上去了。

华裔汉学家夏志清先生在讨论中国现代文学之缺陷时曾有如下议论：“大部分中国作家把他们的同情只保留给贫苦者和被压迫者；他们完全不知道，任何一个人，不管他的阶级与地位如何，都值得我们去同情了解。这一个缺点说明了中国现代文学在道德意识上的肤浅：由于它只顾及国家的与思想上的问题，它便无暇以慈悲的精神去检讨个人的命运。”<sup>①</sup>文学尚且如此，媒介现实的情景可以想象。在中国现当代史的发展进程中，对个人生活空间的定位一直是比较模糊的。20 世纪 80 年代之前对女劳模、女英雄的新闻报道，隐含的前提是，不少人都相信妇女受压迫的主要原因是她们被排除在了有偿的社会劳动之外，如果她们能够加入社会劳动并获得合法经济来源，她们在社会、文化和家庭中的地位就会相应地得到提升。这一观念曾经激励几代妇女积极进入到社会基本设施建设、工农业生产和各项政治运动中去，是否参与有偿社会劳动、自食其力，曾经是衡量女性价值的一个至关重要的指标。

但是这中间恰恰忽略了对人、对个体的尊重。因为劳动妇女形象虽然要求的是女性的社会劳动能力，但它们同样要求女性驯服、恪尽母职，同样对女性的

---

<sup>①</sup> 夏志清：《中国现代小说史》，刘绍铭等译，香港中文大学出版社 2001 年版，第 77 页。

身体和生育进行控制。这就可以解释在 20 世纪 80 年代中期之后,女性为什么会越来越渴求美貌和性感,而对劳动妇女所代表的生活方式毫不留恋,一度流行的喇叭裤、摇滚乐,也可算作过久压抑之后的一种反叛。

不过现当代史也是一个渐次回到对人的尊重的过程,也是对多元化、对思想市场愈发尊重的过程。这中间,媒介由以前的垄断,到后来相对开放,在其中起到的作用非同小可。虽然有不少人说 20 世纪 80 年代之后对时尚女性的提倡有外来消费主义思潮的不良影响,但回过头看,悄然之间,那些新的、变革的因素不也正随之而来?个体的性别意识、女性的独立精神不也渐为大众所理解和接受?

正如本书作者所言,20 世纪 90 年代中期以来,网络的发展,更为女性议题的深化,提供了一个有力的平台支持。女性终于有机会尝试着学习说出“我想”,女性网站、论坛、活动小组的出现,各种带有差异性的女性行动纲领的提出,各种小众化群体的出现,无一不昭示了女性因获得表达自由而显现出来的巨大力量。女性终于有了一个平台,可以自由地讨论女性的价值、个人选择、性、生育、家庭关系,讨论一切与性别相关的问题。

该书在第四章之后还讨论了网络写作所集中表达的带有变革性质的性别观念。这些议题存在已久,此前也多被学界所忽略。在性别研究的过程中,艳蕊不仅深入调查,而且自己也曾是个网络写作者,在国内最有影响的几个写作网站沉浸有年。因此,她在谈论这些问题时才会游刃有余,对这些在线书写中所体现出的“弯曲的性别谱系”,以及表达自身欲求与观点、反对父权制路径的思想多有理解,也深深认识到女性借由网络对性别问题的讨论,不仅使得女性气质的实践方式发生改变,也越来越多地触动了男性气质的生产。

艳蕊是个耐心有毅力的学者。此作历时三年完成,其中渗透了她多年来对性别问题的研究和思考。性别问题难有终点,作为老师,我很愿意看见她在这条道路上继续努力,对两性“关系”的改良,进行更多的思考和探索。

邵培仁

2013 年 7 月 28 日

于杭州市沿山河畔寓所

# 前 言

如果能将 2013 年中国媒体上呈现出来的与性别相关的话题排列一个大事表,一定是一件非常有意思的事情。

2013 年 1 月初,宫斗言情剧《甄嬛传》即将改编成六集美国版的消息不胫而走,美国人是否会理解宫斗的剧情? 中国网友对此表示怀疑。

2013 年 1 月 30 日,84 岁的申纪兰当选山西省第十二届全国人大代表。这是她的第 12 次连任。申纪兰从 20 世纪 50 年代起就成为劳动妇女的楷模,1955 年被评为全国社会主义建设积极分子,1958 年被评为全国“三八”红旗手。她被人民网称为“现代中国农村争取男女同工同酬的第一人,是党和国家领导人接见次数最多的劳动模范”<sup>①</sup>。

2013 年 2 月 9 日央视春晚,刘谦和李云迪合作表演魔术《魔琴》,其间,李云迪从帐子中探出头与刘谦耳语,刘谦面露惊讶地大声说道:“谁?(找)力宏?”被许多网友形容为“基情”四射的一届。

2013 年 2 月 25 日,韩国总统朴槿惠正式宣誓就职。她是韩国第一位女总统。她曾经的“第一女儿”身份,她嫁给韩国的誓言,都成为中国媒体关注的内容。

.....

媒体关于性别问题的表述、所呈现的性别形象,虽然并不能直接等同于现实,却映射出了人们对于性别问题的观点和态度,并参与生产了这个社会对于性与性别的规范和价值。因此对于媒介与性别这个话题的研究,并不仅仅是罗列媒介呈现的性别形象谱系,也不是对各种性别奇观的猎奇,而是研究媒介作

---

<sup>①</sup> 人民网:《申纪兰:半个世纪的红色人生》,网址:[http://www.china.com.cn/zhuanti2005/txt/2002-10/19/content\\_5219796.htm](http://www.china.com.cn/zhuanti2005/txt/2002-10/19/content_5219796.htm),2009 年 10 月 19 日。



为一种性别观念生产机制的运作规则，探索改变性别陈规，使性的差异不再是制造不平等和压抑的口实。

一旦将媒介与性别问题联系起来，容易引起人们注意的问题就是女性形象的色情化。当然，女性形象的色情化并非始于 20 世纪，而是有着源远流长的历史。但是，这种倾向无疑因大众传媒的出现而被大大强化了。举例而言，体育竞赛在很长一段时期都被当作是一种力量与智慧的较量，而体育精神也一直被一种神圣崇高的气氛所围绕。但是，一旦涉及女性的时候，话题就开始变得微妙起来。2000 年初叱咤网坛的球星库尔尼科娃，其媒介形象的刻板化就是一个典型的例子。尽管库尔尼科娃从没拿下任何一个巡回赛冠军，但是她所受到的关注却大大超过了与她活跃于同一时期的世界顶级选手威廉姆斯姐妹。库尔尼科娃那“小背心儿下面粘着汗水的肚脐”和“修长的大腿”，吸引了大批观众。虽然在 2003 年上半年的温布尔顿公开赛和查尔斯顿女子网球赛中，库尔尼科娃都是早早出局，但是 2003 年 5 月 5 日至 11 日在德国柏林举行的总奖金高达 120 万美金的德国网球公开赛，还是以一张特别参赛卡邀请性感美女库尔尼科娃参加。库尔尼科娃通过这种途径获得参赛资格已是家常便饭，许多赛事组委会都希望她能光临，他们表示，尽管对库娃能否夺冠不抱任何希望，但是只要她能多进入几轮，那么就算成功了。

因“性感”而成为媒体炒作对象的体坛明星并不止库尔尼科娃一人。俄罗斯国际象棋选手亚历山德拉·科斯坚纽克也因其外形“性感”而被誉为国际象棋美女，此外她还是国际棋联的形象代言人、广告模特，甚至偶尔还要客串出演一下电影。南非游泳健将夏琳·维斯托克曾经代表南非参加 2000 年夏季奥运会，但是她带给公众最具冲击力的事件，则是她于 2011 年与摩洛哥阿尔贝二世亲王盛大的婚礼，从此她的香奈儿时装和卡地亚首饰成为媒介津津乐道的话题。

这种状况并不仅仅出现在西方，在中国，媒体对“性感”女性的专注也显而易见。比如，近两年大型的车展越来越喜欢用衣着“清凉”的车模来吸引眼球，以至于被观众嘲讽为不是车展而是“肉展”。不断传出明星整容、隆胸的八卦新闻，杂志、网页上随处可见的减肥产品广告，都说明针对美貌的竞争在不断升级。

但是，对于媒介与性别问题的研究者来说，中国的问题要更复杂。

炫耀性感美貌的媒介景观只是到 20 世纪 90 年代之后才逐渐酝酿形成的，往前追溯，中国的大众传媒所呈现的性别形象与此截然不同。



“毛泽东时代的好姑娘”邢燕子

上图是1960年某期《人民画报》的封面，图中的姑娘原名邢秀英，人称邢燕子，1940年出生，天津市宝坻县人。20世纪50年代末，邢燕子因“知青上山下乡”由城市来到农村。据说她原本是个连粥都不会煮的小姑娘，却很快成长为田间地头的壮劳力。她不仅劳动勤奋，还组织村里妇女成立“妇女生产突击队”，和男人从事同样的劳动。由于邢燕子响应国家号召，在“建设社会主义新农村”事业中表现突出，被推举为“毛泽东时代的好姑娘”，被毛泽东5次接见，被周恩来13次接见。她的照片登上了《人民画报》封面，事迹曾被《人民日报》报道。

邢燕子的形象干净、利落，充满了劳动者的淳朴和朝气，丝毫没有夸耀女性的美貌和性感。她的事迹也显示了她坚强有力的一面，如带领同村妇女开垦了560亩荒地，冬天砸开冰面打鱼，晚上打“苇帘子”，三个月为村里赚了3600元钱。于是她成了当时的青年偶像，被称为“铁姑娘”。<sup>①</sup>

《人民画报》封面上的邢燕子笑容明朗淳朴，眼睛充满希望地凝望着前方，

<sup>①</sup> 杨怡之：《回忆当年“邢燕子”》，《老年教育》2011年第3期，第12—13页。

但是,当时的历史背景并不像她的表情那样轻松明朗。邢燕子的个人生活也随着时代的发展跌宕起伏。她的婚姻,完全出于组织的安排,尽管她当时并不满意,但她相信“政治服从高于一切”,很快接受了这种安排。<sup>①</sup>“文革”结束之后,1979 知青的大返城,长达 27 年的中国知青上山下乡运动宣告结束,邢燕子开始淡出媒体。

20 世纪 80 年代的思想解放,带来的不仅是对历史的反省,还有对性别观念的重新诠释。申纪兰式的“三八”红旗手、邢燕子式的铁姑娘,这些淡化了女性性征的劳动妇女形象,在 20 世纪五六十年代,曾经成为女性解放的象征,但到了 80 年代,却成了缺乏女性意识、需要解放的对象。女性美在中国缺席 30 年后,卷土重来。

那么,该如何理解这种历史的断裂? 20 世纪五六十年代的劳动妇女形象和八九十年代的女性美,都是通过一种解放的叙事确立自己的合法性,但它们之间却存在着看似不可调和的矛盾。如何厘清两者之间的关系,成为 90 年代女性主义者不能回避的话题。各种针对劳动女性、铁姑娘,以及消费主义的女性刻板印象的研究,都试图从这两者的二元对立之中,辨析出哪一方更接近女性解放的历史目标。但是,论争还没有来得及全面展开,历史却没有停留下来等待一个恰当的答案,而是迤迤而去展开了新的画面。

20 世纪 90 年代后半期,网络的出现为草根阶层意愿的表达提供了可行性,并且这种可行性随着技术的发展不断增强。网络也为女性的书写和表达提供了前所未有的平台。只有在这个平台出现之后,只有当无数作为个人的女性的自由表达开始被人听见之后,我们才开始领悟到,关于劳动妇女和消费主义的性感女性的争论,为什么会走进死胡同。要从这两种解放性叙事中选取唯一一个正确的答案几乎是不可能的,因为这两种形象,一种来自于国家主流意识形态的推进,另一种由资本和市场所引导,它们都不是属于女性的自主表达。

不像劳动女性那样有着整齐划一、条理清晰的内在逻辑,也不像时尚杂志、影视剧中的女明星那么光鲜亮丽,网络上的女性自主表达是多元的、零散的,甚至是混乱的和相互矛盾的。但是因为这种表达是由女性的力量中自由生长出来的,因此无论从话题深广程度,还是从参与者的热情来看,都达到了前所未有的程度。由女性的自主表达所呈现出来的女性形象,开始逐渐形成了许多新的特质,不仅突破了以往媒介刻板女性形象的模式,甚至还对男性形象、男性气质的形成产生影响。阴柔气质,对于男性来说,不再是可疑的、会令他们丧失男性

---

<sup>①</sup> 小禾:《邢燕子:我忠诚于党为我安排的婚姻生活》,《当代老年》2007 年第 10 期,第 18—19 页。

身份的素质,阳刚之气也不再具有绝对的文化权威。借由网络为平台的带有草根性质的女性的多元性别实践,突破了性别的边界,撼动了性别等级秩序。

本书的主旨,在于通过对中国当代媒介性别形象的梳理——由劳动妇女形象,到大众文化中的魅力女性,再到以网络为平台女性的自由表达,以及这种表达对男性气质的建构产生的影响,探析性别观念和性别生产机制在当代中国的发展和变化,讨论消解性别陈规和建立新的更为平等的性别秩序的可能。

本书将分五个章节对上述问题逐步进行探讨。第一章作为理论梳理和铺垫,概述媒介性别研究在中国的源起和发展;第二章聚焦中国 20 世纪五六十年代,以《中国妇女》杂志为依托,讨论中国劳动妇女形象的特征和意识形态内涵;第三章讨论 20 世纪 90 年代随着大众文化的发展,影视作品中女性形象的内涵及其与社会现实的关联;第四章重点考察网络上的女性写作—阅读社群的活动,将女性通俗文本的写作,当作女性对性与性别问题的集中表述,分析网络写作的通俗女性主义精神对性别观念和等级秩序所带来的冲击;第五章讨论网络女性通俗文本的多元性别实践,以及这种实践对男性气质和亲密关系的改写。

# 目 录

## Contents

第一章 本土媒介性别研究的理论框架和发展脉络 .....	( 1 )
第一节 源起及走向 .....	( 2 )
第二节 东西方语境的历史勾连 .....	( 5 )
第三节 媒介刻板妇女印象的本土性研究 .....	( 9 )
第四节 媒介性别意识形态批评的本土性研究 .....	( 11 )
第二章 劳动妇女的意识形态 .....	( 18 )
第一节 劳动妇女的劳动与价值 .....	( 19 )
第二节 劳动妇女的婚恋与家庭 .....	( 36 )
第三节 劳动妇女的身体与母职 .....	( 45 )
第四节 《中国妇女》的沉浮与劳动妇女形象的黯淡 .....	( 49 )
第三章 女性魅力与男性资本 .....	( 54 )
第一节 灰姑娘:女性魅力的政治经济学 .....	( 55 )
第二节 资本与爱情:国产言情剧的价值观 .....	( 67 )
第三节 作为镜像的参照:好莱坞电影中的华人女性与中国形象 .....	( 78 )
第四章 网络女性写作—阅读社群的在线活动与性别秩序的重构 .....	( 87 )
第一节 网络女性写作—阅读社群的在线活动 .....	( 89 )
第二节 网络女性写作的性别化想象与通俗女性主义 .....	( 95 )

第五章 女性在线与流动的男性气质 .....	(123)
第一节 跨文化语境中的男性气质 .....	(123)
第二节 女性想象对男性气质的改写 .....	(127)
结 语 .....	(143)
附 录 .....	(146)
参考文献 .....	(176)
索 引 .....	(188)
后 记 .....	(189)

# 第一章 本土媒介性别研究的理论框架和发展脉络

媒介与性别的关系并不是一个新问题。

在西方,19世纪后半叶,妇女参政的推动者就已经认识到,若想为女性赢得选举权,一个必要的条件就是建立女性自己的媒介,发出自己的声音。<sup>①</sup>在将近一个世纪之后的1963年,曾担任过记者和编辑的贝蒂·弗里丹出版了《女性的奥秘》一书,认为当时的流行杂志对温顺、呆板的女性气质的宣扬,其实就是对女性的驯化,由此“自然”化了女性的从属地位。《女性的奥秘》的出版引起了轩然大波,它带来的热议很快融入了20世纪六七十年代妇女解放运动的第二次浪潮中去。在这波浪潮的激荡下,针对媒介所塑造的妇女形象的系统性研究也迅速发展起来,并在70年代逐渐发展成为媒介研究中的一个重要方向。

早在20世纪80年代,中国的女性主义电影批评中就出现了对媒介和性别关系的探讨。<sup>②</sup>但是这时的女性主义电影批评无论从视野和方法上都与女性主义文学批评联系紧密,几乎可以视为后者在电影研究领域的延伸,因此并未受到传播学界的重视。直到1994年,受联合国第四次妇女大会的影响,传媒研究者才开始正式关注起性别问题,相关论述和实证报告陆续在学术刊物中出现。此后的十余年间,传媒学者对于性别问题的兴趣逐渐升温,本土的媒介性别研究初步成长发育起来。

媒介性别研究在本土的成长发育,正是本书想要重点讨论的问题。本土媒

---

① P. Holland. The Politics of the Smile: “Soft News” and the Sexualization of the Popular Press. In: C. Carter & L. Steiner (eds.), Critical Readings: Media and Gender. Maidenhead: Open University Press, 2004, pp. 68-86.

② 卜卫:《媒介与性别》,江苏人民出版社2001年版,第1页。

介性别研究在十多年间的发展中取得了哪些进展?面临着什么样的问题?与西方同类研究相比,还存在哪些不足?在其后的论述中,本书将尝试给予解答。

## 第一节 源起及走向

1995年联合国第四次世界妇女大会召开前后,国内的学术期刊上开始有较为规范的媒介性别研究论文陆续发表。比较有代表性的是张锦华在1994年2月发表于《妇女研究论丛》上的《女性在台湾新闻专业中的角色与展望》,以及马力安、崔绮云在1994年6月发表于《新闻与传播研究》上的《香港居民对广告中女性形象的评价》。在此之前,虽然也有从传媒的视角讨论性别问题的文章出现,但是在写作方法上更接近文学批评或学术随笔,总体来说印象分析色彩较重,既没有数据支持,也缺乏理论层面的探讨。而上述两篇文章,则显示出了严谨的实证精神,不仅对所研究对象有明确的界定和分析,而且提供了计量方法和具体数据作为佐证。但是,这两篇论文的作者是港台地区学者,所研究的问题也带有明显的地域色彩。到了1995年和1996年,开始有大陆学者以同样严谨的姿态讨论媒介与性别问题,自此在刊物上公开发表的相关学术论文也越来越多。

专著的出现要稍晚于论文。2001年,卜卫的《媒介与性别》一书,是国内第一本媒介性别研究的专著。稍后陆续出版的书籍有:刘利群的《社会性别与媒介传播》(中国传媒大学出版社,2004);宋素红的《女性媒介:历史与传统》(中国传媒大学出版社,2006);李琦的《性别与传媒——女性媒介的传播社会学研究》(湖南师范大学出版社,2008);李晓红的《女性的声音:民国时期上海知识女性与大众传媒》(学林出版社,2008);曹晋的《媒介与社会性别研究:理论与实例》(上海三联书店,2008);张敬婕的《性别与传播:文化研究的理路与视野》(中国传媒大学出版社,2009);蔡帼芬的《镜像与她者——加拿大媒介与女性》(中国传媒大学出版社,2009)。

随着论文与专著数量的增多,所讨论问题的深度和广度也在逐渐加深拓宽。若以1994年为起始,以中国期刊全文数据库为平台,可以看到公开发表的与媒介性别研究相关的学术论文数量虽然在有些年份稍有回落,但从总体上来说呈现出逐年增加的势头;所涉及的研究对象,也从开始时的聚焦于影视和广告,逐渐扩展到更为广阔的领域(见表1-1)。



表 1-1 媒介性别研究相关论文分类

单位:篇

年份	女性与 影视	女性与 广告	女性与 新闻	女性与 杂志	女性与 网络	理论 探讨	男性 气质	总计
1994	8	1	1	0	0	0	0	10
1995	8	2	1	0	0	1	0	12
1996	6	3	0	1	1	0	0	11
1997	2	3	0	0	0	0	0	5
1998	10	4	1	0	3	3	0	21
1999	6	2	2	0	3	4	0	17
2000	12	5	4	0	5	4	0	30
2001	8	6	1	1	2	5	0	23
2002	15	12	2	7	6	12	1	55
2003	19	12	6	7	5	12	0	61
2004	33	16	6	3	4	17	0	79
2005	29	18	7	10	10	26	0	100
2006	53	33	4	7	9	26	1	133
2007	71	38	6	10	10	39	2	176
2008	127	45	8	14	10	47	1	252
2009	106	47	12	16	22	43	2	248
2010(至9月30日)	66	32	8	24	13	23	4	170

由表 1-1 可知,从研究对象上来看,本土媒介性别研究最感兴趣的话题是影视和广告。影视作品和广告提供的性别想象是直接而具象的,几乎无所不在,存在于现代生活的各个领域。这种直接而具象的形象容易给人带来强烈的感官冲击,叙事性强,便于进行观念式的分析,这也许是影视作品和广告容易成为性别研究目标的一个最重要的原因。

媒介性别研究对于影视与广告的热情虽然一直未曾减退,但一些更新、并需要更多技术性分析才能把握的研究目标也逐渐引发了学界的兴趣。2000 年之后,对杂志、网络的讨论渐次增多。国内学界对杂志、期刊的研究,明显借鉴了英国伯明翰学派亚文化研究的方法和思路。网络研究的切入点则更为多元,从使用者的性别建构,到网络语言的性别色彩,直至网络应用对女性就业、婚恋、购物和休闲的影响,都有涉猎。