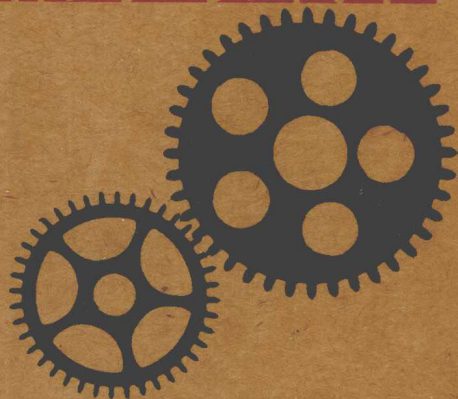


协商

——20世纪90年代以来
中国媒体里的国家、
市场和女性主义

女性新闻的碎片

陈阳 著



陕西人民出版社

协商

女性新闻的碎片

——20世纪90年代以来中国媒体里的
国家、市场和女性主义

陈 阳 著

陕 西 人 民 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

协商女性新闻的碎片:20 世纪 50 年代以来中国媒体里的国家、市场和女性主义 / 陈阳著. —西安: 陕西人民出版社, 2006

ISBN 7-224-07728-3

I. 协... II. 陈... III. 女性主义-影响-新闻工作-研究-中国 IV. ①D442②G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 096080 号

协商女性新闻的碎片

——20 世纪 90 年代以来中国媒体里的国家、市场和女性主义

著 者 陈 阳

出版发行 陕西人民出版社 (西安北大街 147 号 邮编: 710003)

印 刷 陕西彩云印务有限公司

开 本 787mm × 1092mm 16 开 15.5 印张 4 插页

字 数 250 千字

版 次 2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷

印 数 1-1000

书 号 ISBN 7-224-07728-3/D·1149

定 价 24.00 元

序

清华大学出版社

女性在当代大众媒体里总是受到歧视性再现,已经是全球普遍的现象。无论是先发展国家,还是后发展国家,大量经验研究表明,虽然不同时空条件下,女性的媒体再现具有不同的表现形式,但是,女性在大众媒体里总是会得到“不正确的”再现,换句话说,媒体歧视女性,这一现象在不同媒体之间只有程度轻重之分,却很少从根本上被消除。

作为一项关于女性与媒体的研究,媒体是否歧视女性”或者“媒体再现了什么样的(被歧视被歪曲的)女性形象”问题。在本研究进行设计和规划的早期阶段,通过阅读“女性与媒体”这一研究领域的大量文献,我已经很有把握可以认为,如果这项研究的问题依旧是“是什么”类型的话,那么结论其实已经明摆着,在当下中国媒体里,我一定是可以找到那些歧视女性的新闻报道来回答“是什么”这类问题。如果一项研究在开始阶段,就已经预知了自己的结论(而且还是一个众所周知的结论),那么不仅对我个人来说,研究过程将变得毫无思考和探索的乐趣可言,而且就是对于学术研究的发展来说,研究意义也受到限制。

因此,我决定转向“怎样改变媒体对女性的歧视”这个问题。这是一个“怎么样”类型的研究问题,也是包含着“为什么”类型的研究问题。这项研究的主题就是“改变”,这恰好吻合了过去 20 多年来中国社会转型这一现实情况。对于中国女性来说,她们想要迫切地知道“如何才能改变媒体对女性的歧视”,而不是仅仅知道“媒体歧视女性”,这正是本研究的实践意义。从理论角度来说,“媒体是如何转型的”以及“媒体为什么会变成现在这个(转型之后的)模样”这些问题提示了

媒体与社会之间的复杂关系,回答这些问题,解释社会现实,正是理论研究的目标。

二

我一直在新闻学院接受教育,“媒体”是我进行所有研究的聚焦点,这项研究也不例外,与其说它是关于女性运动和社会性别的一个研究,还不如说它是关于媒体转型的一个研究。虽然我用了整整一章(第三章)来回顾中国女性主义和女性运动的发展,但是,我没有什么野心,要发展关于社会性别研究的什么理论,或者解释中国女性运动自身的什么特点。从我的理论模型中就可以看出,其实,我是想通过“社会性别”这个角度,来理解中国媒体转型过程,如果我可以从理论上解释跟性别相关的媒体转型现象,那么我也应该可以解释跟其他社会群体(比如农民工和青少年)、文化现象(比如消费主义、民族主义和怀旧情绪)、结构因素(比如全球化和城市化)等等相关的媒体转型现象。这是我的理论野心,它是否被实现,交给读者自行判断。

过去20多年里,中国媒体发生了很大的转变,这个转变,往往被概括成为“商业化”(或者“市场化”)过程。这一转型前所未有的,其进程如此错综复杂,其影响如此深远,我很幸运,能够身临其中,目睹这一场变革。但是,作为学者,同时我又看到,学术界对当代媒体转型的解释,仍有待完善。比方说,媒体转型如何产生?它的起点是什么?除了商业化这个背景之外,怎么对媒体转型过程中的规律和共同特征做出细致深入而又逻辑严密的解释?媒体转型过程中是否存在着“路径依赖”这种现象?为什么媒体转型显得难以预测、变化多端?媒体转型是一个连续的过程还是跳跃的过程?媒体转型是走在社会转型的前面、跟它同步,还是落后?

本研究尤其关注那些参与和推动媒体转型过程的人。我认为,不能离开这些参与者和能动者(agent)来谈媒体转型,能动性(agency)和结构之间的关系也并非不证自明的,因此,这是一个有关能动者推动新闻转型的研究。这个研究兴趣也恰好相似于社会学中一个很基础的研究问题——个体的人如何构成社会?我将这个过程划分为三个层面,即个人的观念意识、媒体组织常规和新闻体制,这是一个从微观到宏观的划分。最后,我的研究发现:这三个层面上的转变不是同步出现的,个人观念的转变先于组织常规,而组织常规又先于体制变革;而且,变革的

深度也不一样,具有反思性特征的个人观念越来越明显。然而,在职业常规中,这些反思成果更多的被当成一种另类意识,未必会体现在个人的工作中,在体制层面,对媒体歧视女性这一现象做出正规化的限制和惩罚,还有很长的路要走。正因为如此,从社会性别这个角度来看,媒体转型更多的是自下而上的,变革的动力基本来自基层。

活生生的变化正在我的身边展开,于是,我采访了那些采写女性新闻的一线新闻工作者,试图了解他们对女性新闻、女性议题、女性运动和新闻界的看法,包括女性新闻是怎么被生产出来的、经过了哪些“把关”和过滤才能够呈现为广受受众所看到的公开新闻报道。新闻生产过程被认为是一个“黑箱”,普通读者只看到信息输入和输出这两端,至于这其中的过程,知之甚少。在这项研究展开之初,我对中国新闻界有关女性(或性别)议题的实践也所知不多,随着研究的进展,对我个人而言,也是掌握材料、增长知识、改变观念的一个过程。

这项研究带给我个人很大的冲击,改变了我对媒体的很多看法。在一次访谈接近尾声的时候,一位受访者拿着自己的报纸对我说:“小陈,你看不懂我们的报纸。”我心里一惊,她知道我是一所大学里的博士候选人,从本科阶段就接受新闻学教育,她们的报纸是面向普通读者的,我怎么看不懂?她指着头版对我说道:“我一看就知道,这个头条是我们报社经济部的,这个二条是社会部的,这个是科技部的,这个是法制部的。”她把报纸翻到第二版,接着说:“(二版的)这个头条是科技部的,因为头版头条是经济部的,所以二版头条不会还是它们的了,经济部的稿子只能放在这里(即版面的下半部分)”。刹那之间,我明白了“新闻是编辑部内部权力斗争所导致的结果”这一论断,编辑部门内部的权力平衡和劳动分工影响了新闻的面貌,这一点,直到今天,都没有能够引起研究中国媒体转型的学者们的注意,而它却是每天持续进行的新闻生产活动里最基本最常见的现象之一。在过去十几年的学习和研究过程中,我在自己心目中建立起了一座关于媒体的大厦,我以为自己对媒体的判断有着可取之处,可是,就在那个下午,当受访者说出那段话的时候,我听见心里的大厦在倒塌,我也理解了为什么业界总是批评学术界,认为“新闻无学”。关于“什么是新闻”的回答,我可以说出十几个学术界的定义,但是,没有一个定义能够回应这位受访者的看法。我开始觉得羞愧,我必须直面现实,回答诸如“什么是新闻”这些最基本的问题,才能够重建自己对于新闻界和媒体转型的判断。

三

这本书的基础是我于2001—2004年在香港中文大学新闻与传播学院完成的博士论文,原文以英文写作,这次出版,我将它译成中文,略有改动。中文是我的母语,我一直用中文思考问题,但是写作博士论文的时候,我选择了英文,于是面临着将头脑里的中文转化为纸上的英文这样一个艰难的过程,既要准确表达自己的意思,又要避免 Chinglish(中文式英文)。英文可以无限地在中心词后面加定语,而中文的定语都放在中心词前面,因此,从英文译成中文,为了意思准确,译者往往都选择长句,译文因此显得枯燥乏味、不流畅、可读性低。我是这本书中英两个版本的作者,在准备出版的过程中,我面临着是从英文翻译成中文文稿还是用中文改写英文文稿这个选择,我选择了前者,因为这是一本学术著作,英文是目前学术交流时应用最频繁的一种语言,许多概念和术语都是英语世界的学者提出来的,硬译成中文,显得生硬拗口,但是用中文来表示,又可能失掉概念本身的含义。在翻译的过程中,我深深体会到了中英两种语言的差异,我自己还无法做到熟练地在两种语言之中转换自如,对于读者在阅读过程中由于本书语言所引起的不便,我在此表示深深的歉意。

这里,我要对本书所使用的一些概念做初步解释。由于本书原稿是英文,因此很多表述都采用了英文学术界的规范,比如1949—1976年之间被称为“毛泽东时期”(Maoist period),1976年至今被称为“后毛泽东时期”(post-Maoist or post-Mao period),这种表述并不符合中文语境下的习惯。1949—1976年之间,中国社会的主导思想是将马列主义本土化之后的毛泽东思想,“文革”结束之后,毛泽东思想也随着时代变迁而不断充实新的内容,因此,本书采用了英文学术界对社会时期的常见划分,是为了强调思想文化领域内的延续和创新,而没有采用“改革前/改革后”这种暗示着社会结构转变的分期方式。

本书对“女性主义”的看法跟国内主流学者的观点也许不一样,我用下面两个标准来评价一种思想或实践能否被冠以“女性主义”之名:第一,女性受到歧视;第二,必须寻求改变。无论从哪个角度来评价,毛泽东时期的国家都是一个对女性友好的国家,它部分改变了传统中国社会对女性的局限和歧视,将女性从家庭和家族束缚之中解放出来,在中国历史上第一次实现了男女同工同酬。新中国的第

一部法律是《婚姻法》，这是很伟大的进步，同时，国家支持和保护跟主张女性权利紧密地结合在一起，因此，本书用“国家女性主义”来指称毛泽东时期国家对女性议题的一套观点和实际行动。在后毛泽东时期，国家女性主义的影响犹在，而那些新出现的本土草根女性运动形成了关于女性的一套话语，致力于“从女性的立场出发为女性说话，在男性为中心的社会里寻求性别平等”（李小江，2000b:1），本书用“后毛女性主义”（post-Mao feminism）来指称它们的话语和实践。

在后毛泽东时期的中国，这两套女性主义话语和实践共存，但是，它们之间的界线不是那么清晰和不可移动的，它们更不是非此即彼的。事实上，正如本书所论述的那样，它们的认识论基础是相当一致的，即本质主义性别观。国家保护的逻辑假设认为，由于在生理上女性弱于男性，因此女性需要被保护和被支持，国家也致力于发展出一个高度统一的女性性别身份，“铁姑娘”和“女模范”就是这一类女性形象的典型。进入1990年代之后，面临广告里衣着暴露、搔首弄姿的女模特这一现象，后毛女性主义者坚决批评，她们认为，这些广告伤害了女性。她们所假设的女性性别身份是一个不卖弄性感的、远离色情的女性，而且这样一个女性性别身份依旧是所有女性应当追求的共同身份。所以，这两类女性主义都为中国女性假设了一个“真正的”“共有的”女性主体，只不过，国家女性主义假设的是一个“中性化”的女性主体，而后毛女性主义假设的是一个不能作为男性凝视的性目标的女性主体。

作为学者，这里有一个我自己的困惑，女性主义对广告歧视女性这一现象的批评，我完全赞同，但是它们的假设，却是有缺陷的。1980年代初，美国女性运动由于对色情议题的看法不同而分裂，也许跟这种情况相似，中国女性主义从理论上必须解决“性感”这个问题。就目前学术界的发展来看，后现代主义能够从理论上解决这个困惑，但是，中国社会也好，中国女性运动也好，中国媒体也好，远远不能用“后现代”这样的概念来指称它们。出色的研究，不仅需要在理论上逻辑严密自圆其说，而且也需要经验事实的验证。正是由于目前中国现状在理论和事实这两方面不能完全统一，所以我个人对“广告里的性感女模特”这一类问题，不愿意从“商业化歧视女性”这个角度简单地做出批判，也不愿意得出“男性的凝视”这一类简单化的结论。也许，这个困惑，要留待以后，等社会的发展到了能够提供理论与事实的统一的那个时候才能解决，而我，也将在那个时候，重返“性别与媒体”这个研究领域。

“霸权”(hegemony)是本书的一个关键词。很不幸的,在中文语境下,“霸权”总是跟“帝国主义霸权”之类的说法联系在一起,完全是一个负面的词汇。但是,在英文语境下,它是一个学术性的分析概念,学者们经常使用的是意大利共产党早期领导人之一葛兰西的霸权概念,葛兰西曾经建议列宁在十月革命后发展无产阶级霸权,如果霸权是个负面的词汇,他怎么会如此建议?葛兰西在意大利法西斯的监狱之中继续思考意大利无产阶级革命问题,他的著作被汇编成《狱中札记》,他于1937年去世,苏联先出版了俄文版,1971年才出版了英文版。因此,英国文化研究的“葛兰西转向”发生在1980年代初,其吻合的社会背景是1980年代撒切尔夫人在英国推行的新自由主义政策。

葛兰西谈霸权,讨论的是它在文化和意识形态层面上的含义,因此,有学者建议,hegemony的中文应该是“文化领导权”,这更吻合它在英文语境下的意思。由于这个译法有点啰嗦,因此本书仍旧采用了“霸权”这个译法。理解了“霸权”仅仅针对文化层面,读者也就更容易理解,本书里提到的“反霸权”指的是文本层面上的抵抗观念,“霸权”与“反霸权”并非二元对立,更不是绝对分离的,而是相互包含、相互构成的。做出概念上的区分,只是为了行文论述的方便,语言总是不能穷尽现实,这种语言概念上的区分可能并不符合多种观念融合、共生、协商这些现实情况。

四

在本研究的起点,我希望回答“社会是如何改变媒体的”这个问题,女性主义是我切入观察的视角。从一个模糊的想法发展成为一篇完整的论文,在这个过程中,我受到了很多人的帮助,在此,我要深深感谢他们。

2003年夏天,我在北京、广州和深圳三地进行了访谈,那些接受我采访的记者和编辑为我提供了大量第一手的、鲜活生动的资料,我无法列出他们的名字,但是我对他们心存感激。这些记者身上表现出了或多或少的性别意识,在他们的日常工作中,许多人为了提高女性在新闻里的可见性(visibility)而努力。他们的实践不仅构成了本书第七至九章的内容,而且也使得这项研究继续进行成为可能,如果没有他们致力于“改变”的意愿和行动,这项研究将中断。他们善良、有责任感、有追求,对待我这个“外人”的采访没有丝毫不耐烦,反而从紧张的新闻工作中抽

出时间跟我讨论一些问题。我曾经希望成为一名记者,如果我成为记者,那么我将是他们中的一员。

本书第七章和第八章大量引用了我自己的访谈资料,这里,我必须提醒读者注意,这些访谈资料经过了我个人的选择和摘录,才能够被呈现在这本书里,我只选择那些我认为“合适的”资料收入最后成形的研究报告里。虽然我对受访者怀有极大的善意,也试图做到“同情之理解”,但是,考虑到我自己的背景和体验,不可避免地,我也许会“误解”或者“误读”了某些受访者的意思,因此,读者所读到的,是我(研究者)过滤之后的资料,是附加了我的看法的资料,而不是那些“原始状态”的资料。

我要感谢我的家人。自从我离开家乡去读大学,父母就不知道我读什么书、写什么文章了,但是他们永远都毫无理由地支持我、信任我。感谢我最好的朋友张继伟,他与我分享思考的过程,安慰我,鼓励我。

编辑是一项为他人做嫁衣的职业,我要感谢我的编辑——张海潮和张雅丽——为这本书所付出的辛勤努力。

最后也是最重要的,我要感谢自己在香港中文大学读书时候的老师,没有他们的指导和鞭策,就没有这本书。冯应谦教授是我的导师,他聪明、温和而宽容,人如其名,谦谦君子,我在中大的三年里,只要跟他谈自己的研究,他的第一句话永远是“你做得很好,很好”,接着,他会尖锐地指出我的缺陷,他对我的鼓励多于批评,引导着我去发展自己的研究,从不指手画脚,如果不是遇见他,我一定无法按时毕业。李少南教授是我的答辩委员会主席,他的意见总是一针见血,有时候甚至不留情面,正是在这种“挑战—回应”式辩论中,我减少了自己的研究缺陷,不断推进自己的思考,从他的身上,我明白了,在知识面前,要老老实实,不能自欺欺人。马杰伟教授没有直接指导我的研究,但是他负责研究生事务,对每一个学生都很热情,我至今记得在我为论文而发愁的一段日子里,他上完三个小时的课,捧着水杯来到我的办公室,跟我谈怎么解决论文里的困惑。他热爱自己的工作,也热爱自己的学生。

我的答辩委员会另外两名成员都是美国女性。Cathy Potter 教授是香港中文大学历史学教授,研究苏联女性运动的历史;戴慧思教授(Prof. Deborah Davis)是美国耶鲁大学社会学教授,研究当代中国社会的消费主义。她们的历史学和社会学背景,鼓励我将视野放得更宽广,她们都是很可亲的学者,愿意跟我分享她们的

研究经验。

在香港中文大学读书的日子,是我的学生阶段最充实的一段时光,知识是我唯一的目标,就像是在跑一场看不见终点的马拉松,我是自己唯一的对手。我不知道自己是否实现了老师们的期望,如果本书有任何失误和谬误,文责当然由我来承担。

如果时光可以倒转,2001年的夏天,我愿意再次南下,追寻生命中那不可知的未来。

作 者

2006年6月5日

目录

第一章 导论	(1)
一 女性运动和女性主义在中国	(3)
二 中国媒介对女性的再现	(5)
三 中国新闻界转型	(7)
四 研究问题	(8)
五 章节概要	(9)
第二章 霸权与反霸权	(11)
一 霸权与反霸权	(11)
二 关于霸权的女性与媒介研究	(13)
三 霸权与反霸权在中国	(15)
四 理论模型	(21)
(一)媒介话语	(21)
(二)媒介实践	(22)
五 分析模型	(25)
(一)有性别意识的记者	(25)
(二)有性别考虑的党性原则	(26)
(三)关于性别的媒体非政府组织	(26)
(四)后毛泽东时期中国新闻界中的国家—市场关系	(27)
第三章 作为反霸权的后毛女性主义	(29)
一 毛泽东时期的国家女性主义	(29)
二 后毛女性主义	(36)
(一)市场转型和后毛女性主义的出现	(36)

(二) 性别差异和商业文化	(38)
(三) 女性的独立	(40)
三 女性的自我组织和非政府组织	(41)
(一) 全国妇联的转变	(42)
(二) 民间女性组织	(44)
四 小结:后毛泽东时期的国家、市场和女性主义	(46)
第四章 研究问题和研究方法	(49)
一 研究问题	(49)
二 研究设计	(50)
(一) 研究方法	(50)
(二) 女性新闻的定义	(52)
(三) 研究样本	(53)
(四) 田野工作	(57)
三 数据收集和测量	(57)
(一) 内容分析	(57)
(二) 半结构化访谈	(59)
第五章 内容分析的结果	(61)
一 新闻类和非新闻类报道	(61)
二 《中国妇女报》的报道	(62)
(一) 主题:大约 1/3 的新闻与非新闻关注跟女性有关的议题	(62)
(二) 报道焦点:大约 60% 样本报道根本不关注女性	(64)
(三) 新闻行动者:国家作为最重要的行动者	(65)
(四) 消息来源:女性组织很少作为消息来源	(66)
(五) 版面位置:头版新闻数量少	(66)
三 《中国妇女报》中提到女性的新闻	(67)
(一) 主题:大约 1/3 关注国家为女性设定的议题	(67)
(二) 报道焦点:国家焦点多于女性主义焦点	(68)
(三) 新闻行动者:国家作为最主要的行动者	(71)
(四) 消息来源:国家作为最重要的消息来源	(72)
(五) 版面位置:更多出现在二版	(73)

四	《中国妇女报》中与女性有关的新闻	(74)
	(一)主题:接近一半的新闻关注国家为女性设定的议程	(74)
	(二)报道焦点:国家焦点多于女性主义焦点	(75)
	(三)新闻行动者:更多女性行动者	(76)
	(四)消息来源:全国妇联作为最重要的消息来源	(76)
	(五)版面位置:更多出现在二版	(76)
五	女性主义新闻	(77)
	(一)主题:出现次数少	(77)
	(二)报道焦点:锯齿状增长	(78)
	(三)新闻行动者:更多女性行动者	(79)
	(四)消息来源:女性 NGO 作为最主要的消息来源	(79)
	(五)版面位置:更多出现在二版	(79)
六	四种女性新闻的比较	(80)
七	小结:碎片化的女性新闻	(81)
第六章	碎片化的女性新闻	(86)
一	碎片化女性新闻的表现	(86)
	(一)《中国妇女报》的报道	(86)
	(二)《中国妇女报》中提到女性的新闻	(88)
	(三)《中国妇女报》中与女性有关的新闻	(92)
	(四)《中国妇女报》中的女性主义新闻	(93)
二	碎片化女性新闻的原因	(98)
	(一)党的喉舌与妇联的喉舌	(98)
	(二)市场与女性主义	(100)
	(三)女性主义内部的矛盾:全国妇联、女性 NGO 和本质主义	(103)
三	小结	(106)
第七章	记者的性别意识	(109)
一	性别意识	(109)
	(一)马克思主义妇女观	(109)
	(二)西方的性别概念与女性主义理论	(115)
	(三)后毛女性主义	(119)

(四) 广告中的性别歧视	(122)
二 市场改革与性别意识	(124)
(一) 日常生活中的性别歧视	(124)
(二) 新闻实践	(126)
(三) 国际交流	(129)
(四) 家庭和学校教育	(131)
(五) 社会工作	(133)
三 性别意识和记者的职业角色	(134)
第八章 有性别考虑的党性原则	(136)
一 消息来源和记者的关系	(136)
(一) 多重消息来源	(137)
(二) 通讯员	(139)
二 新闻价值观	(141)
(一) 重要性	(142)
(二) 人情味	(144)
(三) 负面性	(146)
(四) 小结	(148)
三 性别敏感的媒介报道	(150)
(一) 女性的声音	(150)
(二) 新闻写作风格	(151)
(三) 新闻室里的弱性别意识	(155)
四 小结	(156)
第九章 关于性别的媒介 NGO	(158)
一 中国新闻界的体制变迁	(158)
二 “妇女传媒监测组织”的成立	(160)
三 媒介 NGO 和新闻事业	(164)
(一) 面对国家治理	(164)
(二) 批评媒介报道	(166)
(三) 培训记者的性别意识	(169)
(四) 弱 NGO 和强国家	(170)

四 媒介 NGO 和市场力量	(172)
五 小结	(175)
第十章 总结和讨论	(177)
一 总结本研究的发现	(177)
二 本研究的缺陷	(178)
三 理论化霸权和反霸权在中国的关系	(179)
四 对于中国新闻界,女性主义是一个奢侈品?	(181)
五 碎片化新闻的意义	(182)
六 女性新闻在中国的未来	(184)

附录

附录一 《中国妇女报》内容分析编码表	(186)
附录二 《中国妇女报》内容分析样本出版日	(190)
附录三 《中国妇女报》内容分析结果	(191)
附录四 半结构化访谈的问题	(210)
附录五 访问对象的人口统计学特征	(214)

参考文献	(216)
-------------------	--------------

图表页码索引

图 2.1 霸权和反霸权对媒体的影响	(22)
图 2.2 分析模型:国家、市场和女性主义对于中国女性新闻的影响	(25)
表 5.1 关于《中国妇女报》的内容分析,1990—2002	(62)
图 5.1 《中国妇女报》里的新闻和非新闻主题,1990—2002(数量)	(64)
图 5.2 《中国妇女报》里各年的新闻焦点,1990—2002	(70)
表 5.2 《中国妇女报》里提到女性的新闻在版面上出现的频率,1990 —2002(百分比)	(73)
表 5.3 《中国妇女报》里与女性有关的新闻在版面上出现的频率, 1990—2002(百分比)	(77)

表 5.4 《中国妇女报》里女性主义新闻的主题,1990—2002	(78)
表 5.5 《中国妇女报》里女性主义新闻在版面上出现的频率,1990 —2002(百分比)	(80)
表 5.6 对《中国妇女报》里女性新闻的总结	(80)
表 5.7 《中国妇女报》里的女性行动者,1990—2002(数量和百分比)	(84)
表 5.8 《中国妇女报》女性新闻里最常提到的五个消息来源,1990 —2002(百分比)	(84)
图 6.1 碎片化的女性新闻	(107)
图 6.2 非碎片化的女性新闻	(107)