



Journalism & Communication

Media, Power and Gender:

The Change of Female Media Image and
Gender Equality in the People's Republic of
China

媒介·权力·性别：

新中国女性媒介形象变迁与性别平等

王蕾 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS



Journalism & Communication

Media, Power and Gender:

The Change of Female Media Image and
Gender Equality in the People's Republic of
China

媒介·权力·性别：

新中国女性媒介形象变迁与性别平等

王蕾 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书以《中国妇女》杂志 60 年(1949~2008 年)的人物报道和封面图片为研究对象,通过对三个不同时期媒介建构的“女性媒介形象”进行内容分析,发现女性媒介形象从“女劳模”生产类偶像转向“女明星”消费类偶像,并进一步探讨国家意识形态、市场机制、媒介话语等各种力量交织博弈之中的性别平等。本书阐述,性别平等需多维度的衡量,就业、受教育、权利、机会和社会地位提高是一种表层的平等;男女两性在人格、尊严、价值上的平等才是深层的平等。从女性自身来讲,女性意识的觉醒需要内在的体验和自发性的融入。女性要在精神上真正独立起来,需要完成三个层次的觉醒:自我意识——主体意识——群体意识。如此才能实现从“被解放的客体”到“自我解放的主体”之身份转换,实现从“经济自主”到“个性独立”的质的飞跃。

图书在版编目(CIP)数据

媒介·权力·性别:新中国女性媒介形象变迁与性别平等/王蕾著. —上海:上海交通大学出版社, 2018
ISBN 978-7-313-20407-3

I. ①媒… II. ①王… III. ①女性—传播媒介—形象—研究—中国②男女平等—研究—中国 IV. ①D669.68
②G206.2③D442

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 256176 号

媒介·权力·性别:新中国女性媒介形象变迁与性别平等

著 者:王 蕾

出版发行:上海交通大学出版社

邮政编码:200030

出 版 人:谈 毅

印 制:当纳利(上海)信息技术有限公司

开 本:710 mm×1000 mm 1/16

字 数:335 千字

版 次:2018 年 12 月第 1 版

书 号:ISBN 978-7-313-20407-3/D

定 价:78.00 元

地 址:上海市番禺路 951 号

电 话:021-64071208

经 销:全国新华书店

印 张:18.5

印 次:2018 年 12 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:021-31011198

序 言

三维视野中的深入探讨

丁柏铨

王蕾的研究成果即将出版，作为她的导师和同仁，我颇感欣喜。王蕾是我指导的第二届博士生。她在攻博期间就对媒介与性别这一研究领域表现出浓厚的兴趣，并有多篇学术论文发表。本书是她以传播社会学视角进行研究所取得的成果，媒介、权力、性别构成了研究的三维视野。王蕾在三维视野中进行观照、研究，并时有所得，可圈可点。

这本专著结合新中国成立以来 60 年的政治、经济、文化等历史与现实背景，深入探讨了大众传媒中女性形象变迁的深层次的动因，运用相关理论解读这种多元化建构的女性形象背后或隐或显的国家意识形态、媒介话语权力、市场力量及社会性别观的衍变，剖析媒介、权力与性别等各种力量交织、博弈之中的性别平等问题。同时分析了新媒体语境中的市场经济发展与中国性别平等。该研究成果超越了“媒体对女性形象的再现”这类命题，力图揭示媒介与社会变迁之间的复杂关系，探讨时代变迁中的两性平等发展之状况，探寻不同历史时期的女性性别问题，直面当下社会生活中两性平等问题及妇女问题。

众所周知，中国的妇女解放运动是与近代中国经济、政治、社会转型紧密结合，与中国的革命实践、阶级解放和民族复兴等命题息息相关的，具有鲜明的中国特色和时代特征。新中国成立后，《中华人民共和国婚姻法》于 1950 年颁布并实施。这是新中国第一部重要法律，规定女性与男性同样享有婚姻自主权，贯彻了男女平等原则。马克思认为：“没有妇女的酵素就不可能有伟大的社会变革。社会的进步可以用女性的社会地位来精确地衡量。”（《马克思恩格斯选集》第 4 卷）随后，新中国立法机构制定、颁布了一系列法律，推行一系

列解放妇女的社会变革措施，在现实层面上推进两性平等。由此，在国家意识形态和政权的推动下，“男女平等”的思想逐步深入人心，具有了意识形态领域的合法性。

世界经济论坛的执行主席克劳斯·施瓦布（Klaus Schwab）说过：“性别差异程度与经济竞争力的大小直接相关。如果一个国家想要持续繁荣发展，那么这个国家的女性必须得到平等待遇。”（《全球性别差距报告》，2010）如今，社会性别平等已成为全球发展中的核心问题之一。2012年11月中共十八大将“坚持男女平等基本国策，保障妇女儿童合法权益”写入报告，这说明男女平等问题成为党和国家关注的重点，表达了党和政府把社会性别意识纳入社会决策主流的强烈意愿。2013年10月，习近平同志与全国妇联新一届领导班子集体谈话时指出，中国特色社会主义妇女发展道路是实现妇女平等依法行使民主权利、平等参与经济社会发展、平等享有改革发展成果的正确道路。由此提出新时代实现男女平等的战略目标：权利平等、机会平等和结果平等。这三个层面丰富拓展了男女平等的时代内涵，揭示了走中国特色社会主义妇女发展道路与贯彻落实男女平等基本国策的内在关系。2015年9月，中国与联合国妇女署在纽约联合国总部成功举办全球妇女峰会，习近平主持峰会并发表重要讲话，深刻阐述妇女发展的中国主张，为促进性别平等和妇女全面发展贡献中国智慧，提供中国方案。中共十九大宣告中国特色社会主义进入“新时代”，中国妇女解放和发展事业也迎来了“新时代”的机遇和挑战。

本书以大众传媒中女性形象变迁为切入点，结合中国文化语境对社会性别观发展衍变进行社会史研究。这对促进妇女与经济社会同步发展、男女两性和谐发展，兼具理论意义和实际价值。

在学理层面，独辟蹊径，借助相应的基础理论和实证研究，探讨大众传媒中建构的女性形象背后国家意识形态的力量，分析社会性别观形成的政治、经济和文化动因，推进社会性别问题的解释理论及体系的进一步完善，剖析中国社会性别观发展及衍变机制，创建一套较为完整的理论分析架构。与西方国家相比，国内传媒与社会性别研究未形成规模，缺乏成熟系统的理论体系和详细的数据统计分析，在深度上显得不够，本书试图弥补这一不足。

在实践层面，对新中国社会性别观的形成、发展及衍变机制进行研究，为社会各界及政府相关部门了解、把握和解决随市场经济发展不断涌现的各种社会性别问题提供全面、有深度的参照和建言，有助于增强男女平等国策意识，为党和政府把性别意识纳入决策主流提供政策参考。同时为妇联等单位的工作提供建议，为构建和谐社会的两性发展提供决策支持，在维持社会稳定方面具有重要的现实意义。

在当下新媒体传播中，性别平等问题如果能够从实质上得到真正、彻底解决，则无疑将大大促进“中国梦”的实现。在这种情势下，迫切需要学术界对我国社会性别发展问题进行全面、系统的总结和研究，为党和政府提供决策咨询和理论支撑。

我历来看重触及现实问题的学理性研究，对此时常加以鼓励和赞赏。对现实问题进行学理性研究，既可以使学术得到发展，又可以推动现实问题的解决或局部解决，至少是可以提供某些智力支持。进行这种研究，更需要勇气和睿智，有时甚至是更为艰难；而现实也确有这样一种需要。

在这一方面，王蕾做出了努力，其研究成果值得称道。

是为序。

（作者为南京大学新闻传播学院教授、博士生导师）

前 言

选择做这项研究，缘于自身成长中对于性别的困惑。我这一代人属于“生在新中国，长在红旗下”的幸福一代，出生时新中国已成立近 30 年，在已然实现了“妇女解放”和“男女平等”的社会主义新中国，“性别平等”已从意识形态领域进入权力范畴，成为社会行为准则。身为女性，我们从小到大几乎未受过任何性别教育：既没有受过封建传统文化中《女诫》《女儿经》《闺范》、“女子无才便是德”之类的教化，也没有接受过西方女权主义思想的熏陶。正如学者李小江所言：“1949 年至 20 世纪 80 年代中期，专门的女性教育在中国中断了三十多年。我们这一代整个的童年、少年、青春时期，是在意识形态‘无性征’暨意识的‘非性化’的时代中度过的。”^①

我们自小便被灌输“男女平等”“时代不同了，男女都一样”“妇女能顶半边天”这些关于性别平等的观念。我们从未去思考“什么是女人”“女人和男人有什么不同”，也没有去思考女人的话语，因为思考女人的话语已经穷尽在“男女平等”这一意识符号中。既然中国已经实现了“男女平等”，那么，就不存在“解放妇女”的问题了，妇女的“解放”不仅已经完成，而且已成为一个社会的承诺。在这样一种历史文化语境中，我们失去了思考性别的能力，从未对自己的性别进行过反省，也从未认同过自己的性别身份。的确，与经过两百多年女权运动的西方女性相比，我们有着天然的优越感，我们有着与生俱来的受教育、选举和就业等权利，我们不需要经过斗争去争取。理所当然地，我们认为自己与男性一样，我们能顶“半边天”。我们一生中从升学到就业所经历的各种考试、考核和男性是同一个标准，甚至门槛更高。内心中，我们也没

^① 李小江：《女性性别的学术问题》，济南：山东人民出版社，2005 年，第 101 页。

把自己看作弱于男性的一种性别，因为没有人告诉过我们男女除了生理差异，还有什么不同。

然而，目睹了上一辈“已解放”了的女性们的艰辛，结合我们自身的生命体验，我们真实的生命感觉告诉我们：不，不一样，女性与男性是两个完全不同的性别群体。在我们成长的过程中，亦即我们的性别社会化过程中，有种无形的力量在抑制着、牵绊着、规约着我们，我们要学会收敛，学会忍耐种种不公平。父母师长也不断地教诲我们：要像个女孩样。在我们步入成年时，中国完成了现代化转型，社会上突然多出了性别色彩，出现许多“性别问题”，如“妇女回家”“女工下岗”“女大学生就业难”“秦香莲问题”，以及“拐卖妇女”“卖淫嫖娼”“大众媒介中的性别歧视”等。当我们女性毕业就业时，能力素质比男性好，门槛却比男性高。结婚生子之后，繁琐的家务和孩子的养育，以及学业事业的压力落在我们肩上，沉重的“双重负担”让我们不堪重负，疲惫至极。如果我们受教育低，则不可避免率先遭遇“失业”“下岗”，不得不依赖男性依赖国家，从而失去“自我”；如果我们读到博士，又被看作另类，被讥讽为地球上的“第三种人”，无奈变成大龄“剩女”；如果我们一心扑在工作上事业有成，又可能遭遇家庭危机，被视作缺少女人味的“女强人”；如果精力多放一些在家庭，又被领导认为女同志心思不在工作上不可委以重任；努力工作，升职却因“玻璃天花板效应”受阻；因能力突出受到提拔，又可能被人误为与男领导关系不正常。

然而，与我们年龄相当、受教育程度相同的男性们大多没有我们这些尴尬和羁绊，没有事业与家庭的冲突，学业、事业、家庭发展相对好得多。笔者觉得，对现代职业女性最形象生动的描述是：背着孩子、丈夫和炒菜锅在职场与赤手空拳、一身轻松的男性们赛跑。凡此种种，令我感到困惑：这一切是为什么？在中国，真的实现了“性别平等”吗？真的“男女都一样”吗？当我们上一辈的“铁姑娘”式女劳动模范形象尚在记忆中留存，现代大众传媒中女性被“性化、物化、商品化”的现象却层出不穷。已实现了“男女平等”的社会主义新中国，经过六十多年的建设发展，在“男女平等”依然被肯定为“基本国策”的当代中国，为何会出现种种矛盾的现象？我们在成长的岁月里，没有“女性”榜样，在主流意识形态询唤下只能学做男人。走出校门进入社会，社会话语的转变使我们无法继续做男人了，我们又重新陷落在家庭中，身不由己地重复历史上女人共同的命运，似乎永远摆脱不了女人“第二性”低人一等的宿命。

李小江总结了“男女平等”追求中女性发展的痛苦经验：“三十多年我们走过的道路，已经切身体验到‘平等原则’在有性差的男女之间造成的非公平

效益。……它的结果不是解放妇女，而是造成一代（甚至几代）女性的深层身心创伤。”^①应该说，民族国家话语在倡导和实践男女平等的同时，成功遮蔽了女性的社会性别，似乎女性与男性的差异仅存于生理性别的层面上。“男女都一样”的性别话语在颠覆性别歧视的社会体制与文化传统的同时，完成了对女性作为一个平等而独立的性别群体的否认。当女性不再缄默于男权文化的女性规范时，男性规范成了绝对的规范。^②我们所做的一切实质上都是在以男性为衡量标准，向男性看齐。无意中，我们失去了女性自我意识，失去了女性主体意识，更失去了女性群体意识，贬低了自身的性别价值而不自知。当然，这是历史原因造成的，因为中国女性的解放、与男性的平等地位，是由男性给予的，女性从未有过自主选择的权利。在社会主义新中国忽略了性别差异的“男女平等”的表象之下，中国的“性别”问题被遮蔽了三十多年，改革开放后性别问题（尤其女性问题）的凸显让国人措手不及。因此，有必要对“性别”这一问题进行清理、反思和剖析，以揭示现实社会文化中“性别平等”的客观状况。

性别不平等是现实的客观存在，男女不平等并不简单是“传统”和“封建残余”在作祟，而是一种社会制度和观念体系在起作用，需要深层的文化反省和社会性别意识的自觉。传统的“女性”是由男性规定的，新中国成立后的“女性”则是由主流意识形态（即国家意识形态）所规定的，而国家主要通过大众传播媒介向公众传播主流意识形态。因此，媒介所塑造的女性形象，是国家意识形态所期望的理想女性角色的形象，国家通过各种政治力量动员和推动女性朝这个理想形象去努力。另一方面，媒介也是折射现实社会的晴雨表，当社会变革发生、价值观念多元化后，媒介所塑造的女性形象就是各种思想互渗、观念碰撞、文化冲突、价值并行的结果，是各种力量博弈后所形成的。媒介塑造着受众对于性别的理解，受众则使用媒介形象来构建其性别身份和社会关系。

本书是对媒介中的女性形象变迁进行历时性的社会史研究，考察国家意识形态关于社会性别话语的变化，以期反映在一定历史阶段中国社会文化中的性别平等状况。

① 李小江：《女人的出路》，沈阳：辽宁人民出版社，1989年，第71页。

② 戴锦华：《雾中风景：中国电影文化1978—1998（第二版）》，北京：北京大学出版社，2006年，第86页。

目录

Contents

第一章 绪论

- 1 第一节 研究意义
- 5 第二节 研究思路
- 8 第三节 研究方法
- 14 第四节 研究对象
- 17 第五节 核心概念及界定
- 24 第六节 相关理论及探讨

第二章 1949~1977年：媒介建构“男性化”的女性媒介形象

- 49 第一节 中国女性媒介形象变迁的社会、
历史和文化背景
- 61 第二节 社会环境变化与国家“男女平等”的
实践探索
- 67 第三节 《中国妇女》杂志构建的女性媒介形象分析
- 90 第四节 社会性别话语：男女都一样——
“男性化”女性气质的形成及分析

第三章 1978~1992年：媒介建构充满 “女人味”的女性媒介形象

- 100 第一节 社会环境的变化与社会对“男女平等”
思想的反思
- 105 第二节 《中国妇女》杂志构建的女性媒介形象分析
- 127 第三节 社会性别话语：男女不一样——“女性”
气质的形成及分析

第四章 1993~2008年：媒介建构“多元化”的 女性媒介形象

- 156 第一节 社会环境变化与社会对“男女平等”
思想的理性思考
- 163 第二节 《中国妇女》杂志构建的女性媒介形象分析
- 199 第三节 社会性别话语：男女一样又不一样——
裂变的“女性”气质分析

第五章 中国妇女的平等和解放

- 245 第一节 本书研究发现
- 251 第二节 中国妇女的“被解放”和“被平等”
- 258 第三节 中国性别平等发展的回顾与展望

267 主要参考文献

275 索引

281 后记

第一章 绪论

第一节 研究意义

无论时代如何变迁更替，任何一个社会都会面临两性关系的问题，性别问题是社会学研究与关注的核心命题之一，正如吉登斯（Anthony Giddens）所言：“一般都把性别研究看作是整个社会学的一个特殊领域。”^①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，在人文社科领域被广泛运用。而“社会性别”“阶级”以及“种族”也是传播研究的一个论述领域。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要研究领域，也是女性主义者积极参与行动和学理研究的核心概念。^②本书属于传播研究领域的“媒介与社会性别”研究范畴。将从社会性别视角去研究中国媒介中的女性形象，最终探讨中国不同历史阶段的性别平等状况，并寻求女性发展之路。

本书的理论意义和价值表现在：一是从社会性别的崭新视角研究传播媒介，不仅丰富了性别研究理论，也开辟了传播研究的前沿领域。本书对新中国60年来的不同时期主导的社会性别理论进行了一番梳理，如从第一时期（1949~1977年）的马克思主义妇女解放理论为主导，到第二时期（1978~1992年）西方女性主义思潮涌入及传统性别观念抬头对马克思主义妇女解放

^① [英] 安东尼·吉登斯著，赵旭东等译：《社会学（第四版）》，北京：北京大学出版社，2003年，第5页。

^② 曹晋：《批判的视野：媒介与社会性别研究（Media and Gender Studies）评述》，《新闻大学》，2005年冬。

理论的冲击，以及第三时期（1993～2008年）社会性别理论引入中国后的多元观念并行的文化景观等。本书将厘清各历史阶段主流社会性别话语所塑造的女性性别气质，进而运用每个历史时期的社会主导性别理论分析媒介所建构的女性形象，并探讨女性媒介形象呈现背后国家意识形态的权力和作用，通过女性媒介形象深入分析当时的性别平等状况，从而指出造成性别不平等现象背后深刻的历史、文化、政治和经济等方面原因；二是从媒介再现女性刻板形象的角度审思女性问题，不仅深化和拓展了性别研究理论，还在传播研究方面为“媒介与社会性别”领域的学理研究做出了努力，例如，指出媒介不应是再现女性刻板形象的场域，而应该是承担社会性别平等的社会共识的传播机构。此外，本书将分析并提出：在转型期中国，以往占主导地位的妇女解放理论亟需补充新鲜血液，需借鉴新的女性主义理论和社会性别理论并加以本土化改造和整合。

本书探讨不同历史时期的女性性别问题，直面当下的社会生活中性别平等问题及妇女问题，具有较强的现实意义和价值。

首先，探讨性别平等问题是构建和谐社会的必解之题。中共十六届四中全会把构建社会主义和谐社会作为中国共产党的执政目标。胡锦涛指出：构建社会主义和谐社会，是中国共产党从全面建设小康社会、开创中国特色社会主义事业新局面的全局出发而提出的一项重大任务。两性和谐是构建社会和谐的必要条件，人类社会历史的每一页都是由男性和女性共同谱写的，女性获得解放的同时，男性也从狭隘的男权主义中解放出来。如今，历史和人类认识已达到这样的拐点：“从‘天赋人权’到‘男女平等’，逐渐演变成一股越来越大、越来越汹涌的思想潮流和社会运动。”^① 社会性别平等成为发展中的核心问题之一。2012年11月中国共产党十八大首次将“坚持男女平等基本国策，保障妇女儿童合法权益”写入报告，这说明男女平等问题成为党和国家关注的重点，表达了党和政府把社会性别意识纳入社会决策主流的强烈意愿。在新媒体传播中，性别平等问题如果能够从实质上得到真正、彻底解决，则无疑将大大促进习近平提出的“中国梦”的实现。在这种形势下，迫切需要学术界对中国社会性别发展问题进行全面、系统的总结和研究，提供决策咨询、理论支撑和道德辩护。社会学研究也将男女平等观念视为现代人的重要社会指标之一，在构建和谐社会的进程中，男女两性作为社会发展的主体，地位越平等，关系越协调，共同发展的空间就越广阔，越有利于建设和谐社会。本书在一定程度上有助于探索现代女性自我发展、探讨两性和谐共处之路。

^① 鲍静：《女性参政：社会性别的追问》，北京：中国人民大学出版社，2013年。

其次,探讨性别平等问题是市场经济发展的现实之需。在计划经济时期,女性就业由国家负责统包统配,妇女从旧社会对男性的依附转化为对国家和社会的依附。进入市场经济后,大量女工下岗,“女人回家”呼声、女大学生就业难、女性从政难等问题层出不穷。而在中国,一向是高就业率与低工资并举的状况,就一般城市家庭的生活水准而言,如果没有妻子的收入往往是难以维持一般水平的,由此许多妇女在失业下岗之后又遭遇婚姻危机。可见,当劳动的性别分工失去了国家的主导力量来平衡时,女性的弱势地位就明显化。随着经济转型的深入,又出现了拐卖妇女、卖淫嫖娼等现象。这一切有违改革开放、发展社会主义市场经济的初衷。与此同时,市场经济过程缺失性别视角的所谓公平竞争使女性在就业竞争中处于弱势地位;市场经济的物质效益取向与腐朽的性别文化相结合,一定程度上加剧了把女性物质化、商品化的倾向,这都给女性生存发展带来新的问题。^①因此,关注市场经济条件下的两性平等和女性问题,分析其形成的社会、历史等因素,探讨造成这些问题的根本原因,将有助于对现实问题的解决提供参考。

第三,探讨性别平等问题是全球化的必然课题。不管中国男女平等的实际状况如何,中国共产党和政府毕竟是一向重视妇女问题,强调男女平等,从法律上赋予女性与男性平等的广泛社会经济、政治和文化教育权利,并将之付诸实践。中共十四届六中全会决议还将男女平等纳入社会主义道德规范。这些都表明了中国政府坚持男女平等、促进妇女发展的决心和态度。然而,现实社会中的男女平等距离理想状态相距甚远,这不仅是中国的现象,也是全球性的现象。据有关调查:女性的工作时间是全球工作时间的67%;女性的收入只占全球总收入的10%;女性占世界文盲总数的2/3;女性只拥有世界上1%的财富;近六成的女企业家要照顾家庭成员;1/3以上的女企业家要从事全部家务劳动;50%以上的女企业家每天的工作时间是10小时以上。^②由此,性别平等问题已为全球各国所关注。从1975年在墨西哥城召开的第一次世界妇女大会(以下简称世妇会)开始,经过哥本哈根的“联合国妇女十年中期会议”(第二次世妇会)和内罗毕的“审查和评价联合国妇女十年成就世界会议”(第三次世妇会),直到1995年在北京召开的第四次世妇会,对两性平等问题都十分关注。先后提出,要“采取一切适当和特别措施改变男子和妇女在社会上和家庭中的传统任务,消除对妇女的歧视,实现男女充分的平等”。^③随着全球

^① 杨凤:《当代中国女性发展研究》,北京:人民出版社,2007年,第17页。

^② 转引自《多一点对她们的关注》,《中国妇女报》,2003-01-10。

^③ 转引自张李玺:《一个神话的破灭:家庭与事业间的平衡》,http://www.xbwhyj.cn/html/xueshushiye/zhanglixixi/200810/04-51.html,2008-10-04。

化的经济发展，世界经济一体化成为必然趋势，中国的经济发展必然融入全球性的经济网络。而占中国人口半数的女性素质直接关系到中国在国际竞争中的地位。因此，探讨性别平等问题，关注女性健康发展，是中国参与全球竞争的要求，也是中国社会进步的重要标志。

美国传播学者威尔伯·施拉姆（Wilbur Schram）曾说过：“媒介一经出现，就参与了一切意义重大的社会变革。”^① 传播学研究表明，大众传播媒介是人们获取外界信息的主要渠道，在很大程度上影响着人们对周围环境的认知和判断，并进而通过制约人们的认知和行为来对客观的现实环境产生影响。跨入 21 世纪的今天，各种大众媒介已深度介入现代社会，它们采用日常化策略的文化实践方式，制约着被包裹在各种媒介信息环境中的现代人的认知和行为，对社会环境、价值观念、意识形态的形成起着举足轻重的作用。美国媒介文化研究学者凯尔纳（Douglas Kellner）明确地将媒体文化的影响与性别联系起来，发现媒体文化灌输给我们“什么意味着男人或女人的典范。从报纸到音乐电视，媒体塑造着我们对于性的理解。通过向我们展示有关女性、男性及其关系的形象，媒体暗示我们，作为男人和女人，我们个体的形象应该如何。”^② 因此，大众媒介对性别形象的建构深刻地影响着社会公众的性别观念。在当今男权中心的社会，大众媒介的立场大都建立在男性的知识与经验之上的，媒介中充斥着性别不平等现象。在商业文化、消费主义冲击下，媒介新闻报道出现了女性角色失位及媚俗化趋势，大大降低了大众传媒中新闻的质量并严重影响了媒体的权威性地位，而多数大众媒体尚未自觉地树立正确的社会性别意识。曾有学者指出：就社会性别不平等的问题而言，存在“全社会的有组织的沉默”，因此，媒介与社会性别研究的终极关怀，在于提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苦思冥想，它与人类社会生活的现状密切关联。^③

十八大以来，以习近平同志为核心的党中央，坚持马克思主义妇女观，继承了党的历代领导集体的妇女解放思想，就如何做好妇联工作、推进妇女事业发展，以及促进男女平等提出了一系列新观点和新论断。其主要内涵为：以坚持马克思主义妇女观及中国化的马克思主义妇女解放思想为指导，以实现中华

① [美] 威尔伯·施拉姆著，金燕宁等译：《大众传播媒介与社会发展》，北京：华夏出版社，1990年，第3页。

② [美] 朱丽亚·T. 伍德著，徐俊等译：《性别化的人生：传播、性别与文化》，广州：暨南大学出版社，2005年，第186页。

③ 曹晋：《批判的视野：媒介与社会性别研究（Media and Gender Studies）评述》，《新闻大学》，2005年冬。

民族伟大复兴“中国梦”为引领，以注重家庭建设为核心，以重视妇女权益和男女平等问题的方向，以进行互联网下中国妇联组织工作建设为辅助，及以促进全球化背景下中国妇女与世界妇女解放发展为目标。^① 习近平关于妇女发展的相关论述内涵丰富、逻辑清晰、任务明确，是马克思主义妇女观中国化的最新成果，是中国特色社会主义妇女理论发展的新阶段，也是新时代中国妇女事业发展的思想指南。

十九大宣告中国特色社会主义进入“新时代”，中国妇女解放和发展事业也迎来了“新时代”的机遇和挑战。在“新时代”，习近平重申了对男女平等基本国策的重视，重视保障妇女权益等问题，持续推进作为群团组织的妇联组织改革。习近平关于妇女发展的相关论述是习近平新时代中国特色社会主义思想在妇女事业发展领域的具体运用。新时代广大妇女依然肩负事业和家庭的双重负担；男女不平等的现象仍然存在；妇女发展不平衡的问题依然严峻；针对妇女的暴力事件仍有发生；如何为妇女创造更平等和安全的发展环境？这些问题的解决，需要党和政府、妇联组织、社会各方面的力量在党的十九大精神的指引下，开启妇女事业新征程，开创新局面，实现妇女自由全面发展，男女更加平等，社会更加和谐。^②

本书致力于探讨媒介塑造的女性形象与现实生活中性别平等的关系，致力于思考大众媒介如何改进两性关系以推进社会性别平等。因之，媒介与社会性别研究具有建立理论大厦、改善政策、促进公众觉悟、推进性别平等多种功能，在大多数人缺少社会性别敏感的状况下，本书具有特别的价值和重要的意义。

第二节 研究思路

1949年新中国成立后，中国共产党把经中国化改造的马克思主义妇女解放理论作为主导的社会性别理论，认为妇女解放的一个基本条件是参加社会生产劳动，将女性的经济独立视为男女平等的重要内容。在意识形态层面上，中国实现妇女解放目标的主导话语就是“男女平等”。为了贯彻男女平等的思想，国家制定了男女平等的政策和法律，从立法上给予女性平等地位，并利用政党和政权的强力予以推行，借阶级斗争和建设国家的时机，将男女平等思想形成

① 唐娅辉：《习近平对马克思主义妇女理论的新贡献》，《湖湘论坛》，2016年第5期。

② 李玲：《习近平妇女发展思想核心理念及其时代价值初探》，《理论导刊》，2018年第6期。

制度，并在实践中进行贯彻，从而使男女平等思想具有了意识形态的合法性。国家意识形态将女性个体询唤为“男性”主体，动员其走出家门，参加社会主义生产建设。妇女从此走上社会参加生产劳动，从“家庭中人”变为“社会中人”，获得了一定尊重，其处境在短短十多年中发生了翻天覆地的变化，经济地位、政治地位有了很大提高。一度中国女性就业率居于全球最高，在实践男女平等方面，走在世界前列。计划经济时代，国家意识形态对于男女平等更提出了一系列口号：“时代不同了，男女都一样。男同志能做到的事情，女同志一样能做到”^①，“妇女能顶半边天”^②，妇女的男性化发展模式继续进行，形成“一性化”发展的倾向。改革开放后的20世纪80年代，社会中出现“回归”女性的风潮，然而这不是女性自我意识、主体意识和群体意识的觉醒，而是出于对前期忽视性别差异的过度强调性别平等的反抗。随后大量女工下岗，女大学生就业难，男性提出的“女人回家”论调高涨，失去依附的女性无所适从。进入20世纪90年代，随着国家意识形态力量的淡出，社会中男权意识形态迅速复苏。市场经济转型的完成似乎并未带来女性命运的改变，一方面，女性继续承担着“在外像铁人，在家像女人”的双重角色，努力保全自己的事业和家庭，奋力拼搏；另一方面，女性沦为男性“观看”的对象。消费社会中男本位的大众文化将男性与女性置入了“看”与“被看”的模式中，女性成为被男性所观看的审美客体、观赏对象。当女性仅仅成为被看对象时，其观赏性成为衡量她们价值的唯一标准，女性的独立人格、自我意识和创造性就被抹杀了。大众媒介中呈现的女性形象无情地被性化、物化、商品化就是例证。到今天，男女平等思想早已深入人心。时过境迁，经过这么多年的发展，中国的政治、经济和文化等方面均发生了巨大变化，社会经济较为繁荣，人民生活较为富裕。理论上，中国的性别平等应当实践得更好。实际情况如何？中国的性别平等发展状况如何？

基于此，也基于中国女性在社会生活中的现实感受，本书要思考的核心问题有：

第一，男女平等就是男女都一样吗？妇女解放就是向男性看齐，以男性为标准吗？平等权利只能属于无差异的群体吗？性别平等就得忽略性别差异吗？

第二，为何女性必须接受来自社会公共领域和私人领域两种价值体系的评判，而男性却只有单一的价值评判标准？女性如何平衡事业与家庭的矛盾？为何付出双重艰辛却并没有得到双倍的回报，得不到男性社会更多的关心和理

^① 《毛泽东思想胜利万岁》，北京：解放军政治学院编印，1969年，第243页。毛泽东1964年6月畅游十三陵水库时对青年的谈话。

^② 毛泽东：《最高指示》，北京：战士出版社，1968年，第256页。