

文化发展学术文丛

制造性别： 现代中国的性别传播

THE FABRICATION OF GENDER:
Gender Communication
in Mordern China

王青亦 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

制造性别： 现代中国的性别传播

THE FABRICATION OF GENDER:
Gender Communication
in Mordern China

王青亦 著



图书在版编目(CIP)数据

制造性别：现代中国的性别传播 / 王青亦著. --
北京：社会科学文献出版社，2016.7
(文化发展学术文丛)
ISBN 978-7-5097-8950-6

I. ①制… II. ①王… III. ①传播媒介-关系-女性
-文化-研究-中国 IV. ①G219.2②D669.68

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 063441 号

·文化发展学术文丛·

制造性别：现代中国的性别传播

著 者 / 王青亦

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 王 维 周 琼

责任编辑 / 陆 彬 周 琼

出 版 / 社会科学文献出版社·社会政法分社(010)59367156

地址：北京市北三环中路甲29号院华龙大厦 邮编：100029

网址：www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010)59367081 59367018

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本：787mm × 1092mm 1/16


印 张：10.75 字 数：170千字

版 次 / 2016年7月第1版 2016年7月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-8950-6

定 价 / 58.00元

本书如有印装质量问题，请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

献给我的导师刘利群

中国传媒大学一般培育项目（项目编号：CUC16A34）

中国传媒大学优秀中青年教师培养工程

（项目编号：YXJS201537）

总序

用文化传达积极的精神信念，给人以希望和动力，用文化改革释放发展红利，洋溢着温暖和勇气。在文化创新不断推动经济发展换挡升级的时代历程中，中国传媒大学文化发展研究院紧扣时代发展脉搏，从立足文化产业现实问题到搭建文化领域学术研究、人才培养和社会服务的综合学术平台，以“大文化”为发展理念，设计学科架构、搭建文化智库、打造学术重镇，在十年的发展进程中，一直致力于探索构建充满活力、富有效率、更加开放的学科群。

“文化发展学术文丛”正是中国传媒大学文化发展研究院十年来对学科建设、理论建构、智库发展和人才培养等专业问题不断探索的阶段性总结。它既折射着我们打造立体学术平台做出的努力，也见证着我们提升国际学术话语权、构建国家文化发展理论体系的情怀；它既反映了我们作为一支年轻研究团队怀揣的学术梦想，也彰显出我们立足严谨，向构建一流学科体系不断前进的初心与恒心。

文化是一条源自历史、流向未来的丰沛河流，经济社会发展需要它的润泽。文化的强大功能，铸造了“文化+”崭新的发展形态。正因为“文化+”是文化要素与经济社会各领域更广范围、更深程度、更高层次的融合创新，是推动业态裂变，实现结构优化，提升产业发展内涵的生命力，“文化发展学术文丛”以“文化+”为出发点，以文化内容融合式创新为研究主题，研究发轫于文化但又不囿于文化本身，它既包括全球视野下的比较研究，也包括文化创新领域的理论前沿；既聚焦文化建设的顶层设计，也关注不同行业领域现实问题的具体研究。可以说，打破传统的思维模式，不断增强文化认知的“大融合思维”，既是“文化发展学术文

丛”的主要特点，也深刻反映了未来十年文化发展的趋势。

随着我国文化发展的学科建设渐成体系、理论研究不断完善、人才培养步入新境，未来十年，将有更多的文化理论经典和文化研究著述出现，它们将更好地以理论创新引导实践前行，在支撑国家文化创新驱动发展战略、服务区域文化经济转型升级、促进文化改革内涵式发展等方面汇聚力量，彰显价值，为文化强国建设注入源源不断的精神力量。

是为序。

中国传媒大学文化发展研究院院长、博士生导师

范周

2016年4月

目 录

绪 论	1
第一章 国族叙事：《中国新女界杂志》中的女国民与兴女学	12
第一节 炼石补天：杂志的编辑、出版与发行	13
第二节 女国民：民族危亡下的国族叙事	23
第三节 兴女学：女子教育的国家制度化	29
第四节 第六期：杂志的湮没及其考察	35
小 结	45
第二章 追寻摩登：王汉伦及其电影与性别的现代化	48
第一节 命运：建树职业与反抗歧视	49
第二节 摩登：暧昧、时尚与性别	58
第三节 电影：社会教化、婚姻自由与妇女启蒙	64
第四节 观影：女明星、观众与现代媒介的性别协商	72
小 结	81
第三章 他者描述：女书的性别书写与性别传播	83
第一节 主体：女性还是男性？	84
第二节 内容：汉字、体裁及其讨论	87
第三节 渠道：“书”与“人”以及“人死书消”	91
第四节 对象：“老同”及女书的不传播性	94
第五节 效果：女书的消亡与现代性	96
小 结	99

第四章 政治图绘：“新中国初期宣传画”的功能主义性别传播	101
第一节 “新中国初期宣传画”的类别及其意义分析	102
第二节 “新中国初期宣传画”与样板戏：阶级模糊性别	110
第三节 革命与国家：“新中国初期宣传画”的性别传播实质	113
小 结	122
第五章 资本压迫：《新闻联播》后广告的性别意识形态	125
第一节 研究对象及其样本统计	126
第二节 《新闻联播》后广告的性别传播分析	129
第三节 性别歧视还是性别压迫？	132
小 结	137
第六章 媒介制造：“剩女”的性别传播偏向	139
第一节 窥视：人际传播与大众传媒的制造	140
第二节 幻象：大众传媒的虚幻描绘	142
第三节 真实：“剩女”对“剩男”的遮蔽	144
小 结	146
结 语	149
参考文献	154

绪 论

一 缘起

近代兴起的报刊、为宣传而制作的绘画、电视中喧嚣的声画影像以及人们日常的街谈巷议，都是性别传播的媒介载体，它们参与制造和传播了我们对性别的想象与接受。从20世纪初的电影女明星，到至今广为媒体聚焦的“剩女”，都书写了百年中国人对性别的主观建构与态度变迁。从秘不示人的闺中少女到新中国初期的“铁姑娘”，以至今天的“宅女”“小资女”，女性地位以及性别平等的情状，既成为与中国现代性息息相关的时代表征，也成为当代中国文明发展的一种测量标准。无论是从鲁迅对“娜拉走后怎样”的热烈讨论，还是从毛泽东对“妇女能顶半边天”的提倡来看，性别与中国现代性的发生与发展从一开始就紧密联系在一起。

“缠足”的扭曲人性以及少女“待字闺中”的性禁忌，使得传统女性与现代性显得格格不入，这些都让妇女解放成为中国现代化进程中一个极具象征意义的现代性事件。妇女解放也因为现代传媒的出现而得以广泛传播且日益深入人心：电影、画刊的勃兴使女性登上大众文化的广阔舞台，从戏子到女明星的地位转变也使得女性的媒介书写成为妇女解放的新声与先锋。女学堂的建立以及女性受教育程度的普及，不但让女性获得了找寻职业与经济独立的前提，也让女性有机会更多地参与公共生活，运用各类媒介反抗过往的压迫与禁忌，从而传递出自身的理念与价值。

“性是生成的，性别却是社会建构的”，这一理论已为学界所广泛接受；但我们可以进一步追问：如果说性别是社会建构的，那么建构社会性别的“社会”包括哪些具体内容？性别到底更多的是集体社会的

建构还是如巴特勒所说的是个体性别的操演？个体性别认同与社会性别建构之间的关系如何？媒介是中国性别现代化进程中一种非常关键的抗争途径和显影手段，那么媒介与性别的关系如何？如果说媒介传播对性别现代化有着诸多积极贡献的话，它在这一过程中是否也存有消极影响的可能？

一方面，现代传播媒介的兴起提供了让女性从家庭的私密空间走入城市公共生活的机会，另一方面，百年中国发展历程中的媒介工具化——起初的政治化和宣传化，继而改革开放后的迅速商业化——使得女性从一个被（男性）禁锢的族群转变为被（男性）观看和凝视的客体。因之，对于性别的建构来说，媒介及其传播就如同一把达摩克利斯之剑，既为其带来了解放的可能，也赋予了它新的束缚和枷锁。那么，在性别现代化与中国现代性偕行发展的过程中，我们应怎样看待媒介对性别政治图绘，以及消费主义式的艳妆粉饰？

二 国内外研究现状

概要地说，本书的研究主要与媒介形象以及性别传播相关。现有的媒介与女性研究一般从女性形象的媒介呈现出发，批判性地阐释女性在当代媒介当中的“被忽视”、存在“刻板印象”以及存在“性别歧视”等现象，并从职业、体制和社会文化等角度对此做出深入批评。^①这一领域中大部分的研究集中在电视、广告与性别形象的论述之上，这些研究讨论了电视与受众、家庭妇女以及身体之间的关系，尤其着力在广告与性，广告中的性别形象与消费、文化以及受众的关系，时尚杂志、偶像以及身体与

① 刘利群：《社会性别与媒介传播》，中国传媒大学出版社，2004，第153～170页。
Rakow, L. and Wackwitz, L., eds. *Feminist Communication Theory: Selections in Context*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2004. 该书从多元主义立场出发，讨论了女性主义传播与种族、后殖民、阶级、政治与意识形态等关系，主题稍显杂乱。Crawford, M. and Unger, P. *Women and Gender: A Feminist Psychology*. Boston: McGraw-Hill, 2000. 这本书深入浅出地讨论了性别的成长、女性工作、暴力、女性形象等诸多颇为有趣的话题，文中还详述了女性形象与文化需求之间的关系。此外，塔克曼在她20世纪70年代撰写的经典文本中论述了媒介中针对女性的“象征性歼灭”问题，直至今日仍然为人瞩目，Tuchman, G. *Hearth and Home: Images of Women and the Media*. New York: Oxford University Press, 1978, pp. 3-7.

广告之间的性别关系等问题上。^①与专注于媒介本身的讨论相异，笔者主要关注的是百年以来性别传播在社会文化与宏观政治经济背景下的偏向问题。^②换言之，笔者认为媒介传播的偏向并不能在对媒介本身的讨论中得到深入的解决，而如果将研究的视界放置在上述更大的背景之中，则我们不但可以稀释“媒介决定论”的负面影响，而且可以在以媒介传播为中心的更广阔的现代性视阈中，寻找到消除既有性别传播偏向的路径。

近年来，许多文章已经开始把女性的媒介书写与中国的现代化进程联系起来进行讨论。有论者将女性的媒介形象与中国的社会变迁、经济发展和政治意识形态联系在一起，认为党的意志、政策决定和生产了特定的“中国妇女”形象。陈阳则以当代中国的女性新闻为研究对象，讨论了国家、市场和女性主义的性别协商诸问题。其文章认为，面对国家与市场的主导，女性主义在新闻中的力量是微弱的，女性主义在新闻传播中主动设置议程仍然有许多的路要走。^③这些文章都从本土特定的社会现实出发，

-
- ① Reichert, T. and Lambiase, J., eds. *Sex in Advertising: Perspectives on the Erotic Appeal*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2003; Luigi and Manca, A., eds. *Gender & Utopia in Advertising*. Lisle: Procopian Press, 1994; Brunsdon, C., D'Acci, J. and Spigel, L. *Feminist Television Criticism: A Reader*. Oxford: Clarendon Press, 1997; Gunter, B. *Television and Gender Representation*. London: John Libbey & Company Ltd. 1995. 后者还讨论了电视节目当中的性别形象及其与社会文化之间的关系问题。翻译成中文的有〔美〕保罗·梅萨里《视觉说服：形象在广告中的作用》，王波译，新华出版社，2004。
- ② 本书性别传播的偏向理论引自伊尼斯“传播的偏向”，伊尼斯关注的是不同文明对传播的媒介以及传播时空的影响，而笔者强调社会政治对性别及其传播的决定性建构。参见〔加拿大〕伊尼斯《传播的偏向》，何道宽译，中国人民大学出版社，2003，第27~48页。
- ③ 分别参见 Luo yunjuan & Hao Xiaoming. “Media Portrayal of Women and Social Change.” *Feminist Media Studies*, Vol. 7. No. 3, 2007, 281-298; Chen Yang, “Negotiating Fragmented Women’s News: State, Market and Feminism in Contemporary Chinese Media.” *Asian Journal of Communication*, Vol. 19, No. 1, March 2009, 97-115. 其他中文文章也强调了类似主题，董金平认为文化、政治和经济的话语，分别建构了20世纪中上叶、新中国初期以及改革开放以后的女性气质的变迁；金丹元等认为政治霸权对女性形象的扭曲和异化相比较男权更为致命；陈媵如指出中国影视中女性形象经历了政治塑造向男性审美的期待；陈艳对20世纪30年代《北洋画报》的研究表明，其封面女郎的形象塑造兼具现代性与保守性。分别参见董金平《话语与女性气质的建构——二十世纪以来中国女性气质变迁分析》，《江淮论坛》2007年第2期；金丹元、许苏《重识“新中国初期”电影中的女性形象——兼涉对两种极端女性意识的反思》，《当代电影》2010年第4期；陈媵如《当代影视中的女性形象之嬗变》，《南开学报》（哲学社会科学版）2007年第4期；陈艳《“新女性”的代表：从爱国女学生到女运动员——20世纪30年代〈北洋画报〉封面研究》，《广西社会科学》2009年第12期。

深入地指出了国家、政治和经济的宏大叙事而非个人的操演决定了女性的媒介呈现。笔者在本书中不但将从上述宏大叙事的不同侧重点去描绘百年现代中国不同时期的性别认同的起伏变迁；同时也将强调宏大叙事不但“决定”女性形象的生产，还会主动制造社会性别的认同。

对笔者来说，性别传播不能仅仅观照对女性形象的讨论，还应该将女性与媒介置于社会文化和政治经济等更为广阔的视界中表述。性别传播的研究大致可以分为两大方面：一方面是对性别传播的概论性描述。C. 克罗鲁克 (C. Krolokke) 和 A. 索伦森 (A. Sorensen) 在《性别传播的理论与分析：从无声到表演》一书中对女性主义传播、性别歧视、性别统治与性别认同等理论做了梳理，特别是其将性别操演理论作为性别传播研究的理论基石，并在此基础上指明了性别传播及其研究的未来。祖伦的《女性主义媒介研究》主要从电视以及电视节目出发，运用影像分析、符号学以及精神分析等方法对媒介与女性诸问题做了细致而有趣的描述。朱丽亚·T. 伍德的《性别化的人生：传播、性别与文化》对生活中经常遇到的性别及传播问题做了浅显的叙述，是对这一理论在现实社会中应用的较好的阐释。^① 另一方面则是对性别传播基础理论的深化与拓展，以前一般隶属于传播政治经济学的范畴。这方面的性别研究在恩格斯的经典文献《家庭、私有制和国家的起源》的理论背景下，主要从阶级、分工的角度考察性别与权力的关系。在这一基础上，性别的“形成观”被用来讨论性别身份以及性别认同的产生过程。^② 莫斯科总结了这一考察的几个组成向度，“1. 媒介制度，它处于广阔的政治经济背景中；2. 电视媒介；3. 电视节目；4. 受众个体如何理解节目并据此采取行动。”^③ 笔者认为，这一性别政治经济学分析直接影响了巴特勒的“性别操演”理论，而后

^① Krolokke, C. and Sorensen A. *Gender Communication Theories & Analyses: From Silence to Performance*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2006; [荷] 祖伦：《女性主义媒介研究》，曹晋等译，广西师范大学出版社，2007；[美] 朱丽亚·T. 伍德：《性别化的人生：传播、性别与文化》，徐俊等译，暨南大学出版社，2005。

^② [德] 恩格斯：《家庭、私有制和国家的起源》，载《马克思恩格斯选集》第4卷，人民出版社，1972。

^③ 参见[加拿大]文森特·莫斯科《传播政治经济学》，胡正荣等译，华夏出版社，2000，第223~227页。

者在今天仍然是（中国）性别研究以及性别传播研究的基础理论，成为学者认知和批评现实世界的重要视窗。

巴特勒的性别操演理论认为，性别是虚构、被生产和模仿性的，它由扮装、戏仿等生产性的建构行动组成，是一种社会的虚构。她彻底否定了性别的“客观性”，认为并没有先验的、本质的性别认同，性别只是建构彼此认同的实践过程。周慧玲结合巴特勒以及谢喜纳的表演理论，提出演员在戏剧中的两套表演活动：戏剧角色的银幕表演；社会形象塑造的生活表演。^①“人生如戏，戏如人生”，个人的性别扮装与演员的戏剧表演一样，是上述两套表演系统的性别协商。只是笔者的研究将更为强调社会性对性别的制造与塑形，而非个体的扮演与虚构。主体性别意识的表达与实践固然对性别建构具有重要的意义，但是政治、资本等通过媒介形成的各种权力，在现代中国的性别建构中发挥了更为重要的作用。现代中国将西方几百年以来逐步发展的现代性在一百年的时间里迅速实践，从而也使得各种现代性权力通过政治、经济和意识形态等现实表征，发挥出决定性的力量与影响。这也在很大程度上改变了巴特勒理论中的主体能动性和实践意味，在更深的层次上论述了上述权力的建构与制造。也正是在这个意义上，性别以及中国现代性别的建构具有了巴特勒所否定的“客观性”。换言之，笔者不是在个体表演和戏剧舞台上寻找性别的赋形，而是在媒介表象下潜藏的现代性权力及其显影中找寻性别建构的依凭。

三 思路与方法

在细致观察中国的媒介与性别诸问题的过程中，笔者从不同的“点”上惊喜地发掘并清理出一条主线，那就是“制造性别”。与上述西方理论的描述有所不同的是，从帝制中国到当代新中国，传承了一条潜在的暗流，那就是国家的主宰、集权主义以及政治经济和社会文化对个体的操控和型塑。无论是现代电影的勃兴、宣传画报的盛行，还是当代消费主义电视广告的侵蚀，媒介及其传播总是为一种更加宏阔有力的“宏大叙事”

^① [美] 朱迪斯·巴特勒：《性别麻烦：女性主义与身份的颠覆》，宋素凤译，上海三联书店，2009，第176～185页；周慧玲：《表演中国：女明星，表演文化，视觉政治，1910～1945》，麦田出版社，2004。

所操控，影响百年国人的妇女解放及性别认同。

因此从方法来说，一方面，笔者以上述“性别操演”理论作为本书的批判起点，试图在对现代中国性别传播的切实研究中再现主体的建构及其失败，批评这一理论非本质、反本质的倾向，证实中国性别传播中决定性别及其传播的权力质素。另一方面，笔者用传播史学的方式，试图重构现代中国性别传播的几个富有代表性的事件和人物。在这一过程中，彼得·伯克的《制造路易十四》给了笔者莫大的启示。伯克在书中对路易十四的形象制造机制与制造过程，做了令人叹为观止的细致而全面的考察。对这一“形象产生、流传及被认可的过程”的重绘，将“为传播学史的研究添砖加瓦”。据其自述，他之所以使用“制造”一词，出于以下两个原因：“首先，‘制造’是个具有加工过程这一含义的用词；我拟集中研究半个多世纪里形象树立的过程”；“其次，不用‘制造形象’而用‘制造路易十四’这一说法，是要点明传媒对世界影响的重要性”。^①

笔者使用“制造性别”的说法，除了强调对性别形象的塑造和媒介的重要性以外，还出于以下三个原因：其一，“制造”这一工业化的术语，是百年中国现代性在性别构形以及性别认同中的一个经典隐喻。它既强调了性别与中国现代性的密切联系，又生动地显露了性别构形的大批量复制生产的“福特主义”本质。其二，“制造”的主体缺失，恰恰表明了其主体的多元属性。生产现代中国性别认同的是一系列“家族相似”的复数主体，政治、经济这些现代性权力的“宏大叙事”并没有如后现代理论所预想的那样在中国消失，相反，它潜在却有力地生产了现代中国的性别传播。其三，“制造”显示了国家体制下个体无力、被动的性别情状。性别传播随着中国现代性的发展越来越多地呈现女性身体和女性素质，虽然其在相当程度上改善了中国女性的历史地位，但中国的女性甚至在性别本质上都无法摆脱被生产和被制造的命运。

在这一认识的基础上，笔者有意识地分别选用了《中国新女界杂志》、王汉伦、女书、“新中国初期宣传画”、《新闻联播》后广告以及

^① [英] 彼得·伯克：《制造路易十四》，郝名玮译，商务印书馆，2007，第2、12页。孙玮等从传播学的角度研究了媒介对上海城市共同体的制造与建构，参见孙玮、李美慧《制造上海：报纸中的“上海开埠”——以2003年为例》，《新闻大学》2009年第4期。

“剩女”，作为考察流动变化中的现代中国性别传播的五个关键性切口，运用“深描”的方法希望对“制造性别”这一描述现代中国性别传播的主线做出细密的论述和深入的解释。格尔茨认为，人文社会科学并不是纯粹客观的社会实在，更大程度上只是学者的虚构和创造。但是这种所谓的虚构和创造需要“我们从我们自己对调查合作人正在做什么或我们认为他们正在做什么的解释开始，继而将之系统化”。因而，深描就是“建构对于所发生之事的一种理解”，研究的“根本使命并不是回答我们那些最深刻的问题，而是使我们得以接近别人——在别的山谷中守护别的羊群时——所给出的回答，从而把这些回答归于记载人类曾说过什么的记录中去”。^①正是通过对上述问题的细致整理和考察，笔者逐步接近了现代中国性别传播潜藏的事实，那就是现代性、政治、资本以及媒介对性别的塑形与制造。这种制造既贯穿了性别发展及其媒介呈现的全过程，同时也与中国现代性的兴起和发展相伴始终。

四 框架及创新

现代中国所历经的百年，是一个现代性激烈涌动的世纪。新的媒介及其传播的观念，时刻影响着人们的生活以及生活所赖以存在的思想与观念。因此，在本书中，笔者运用传播史学、性别传播以及形象分析等方法，对《中国新女界杂志》、王汉伦、女书、“新中国初期宣传画”、电视广告以及“剩女”现象进行“深描”，试图证明：性是自然的生成，性别却是社会文化的制造与显影。具体来说，本书将从以下六个方面来展开研究：

第一章考察了《中国新女界杂志》的出版发行与传播、女子教育以及其中的国族叙事。《中国新女界杂志》创办于民族危亡、排满革命风起云涌的时期。这一时期女界书刊报纸和社团组织群起。与这些女报类似，《中国新女界杂志》一开始就以国家主义为宗旨，以国族叙事为特点。女子是“国民之母”，女子教育的发展关乎国家的兴衰。杂志对女子教育的断续说明，恰好成为展示近代女子教育如何逐渐发展成为国家教育制度中

^① [美] 克利福德·格尔茨：《文化的解释》，韩莉译，译林出版社，2008，第17~34页。

的微缩电影。杂志中反复阐述的“女国民”“论女教”“国民母”等作为显性叙事，其隐形书写则是追求自由民主的国家革命。杂志的主题集中在“女子国民”四个字，凡此种国族主义的学说和译介，都经过了现代性和国族论述相结合的意义再造。这样的意义再造，既是因应革命潮流和西洋文化的有意改变，同时也是另一种变形的无意识的男权思想在女权叙事中的隐形书写。当杂志把“女子国民”四个字大写的时候，事实上“女子”二字相比较而言被小写了。

第二章以中国第一个电影女明星王汉伦为例，讲述了利用现代电影和画刊小报所做的性别抗争及其失败经历，现代性而非王本人成为帝制中国向民国转型的时期性别塑形的主体。王汉伦的性别观念与其家世、婚姻、教育息息相关，她反抗将演员当作妓女的性别陈规，深切地体会了从戏子到明星的性别角色的转变。王汉伦及其电影同时面向西方现代性和中国的文化传统，表现了时空以及性别的暧昧性。不但电影展示了摩登的身体，电影宣传也造就了以女明星为代表的时尚。王汉伦主演的影片表现了现代中国早期社会教化与妇女启蒙的性别意味，用影像书写了追求自由与爱情的婚姻以及争取女性参政、妇女解放的新思想。民国时期，上海的电影女明星在电影、画刊小报和现场表演三个维度得以视觉呈现。女影星既是现代性的表征，也是大众现代性想象的来源。王汉伦试图在媒体角色和社会角色之间进行性别协商，可最终在消费主义、现代性和民族宏大叙事面前归于失败。

第三章研究了在中国一种特殊的所谓“由妇女创造，妇女使用”的“世界唯一的女性文字”。在查阅了众多文献后，笔者得出了与其他研究者截然不同的结论：“女书”不只是由女性创造和使用，它更可能是由男女共同创造和使用的。男性在“发现”、传播、研究女书的过程中起到了重要作用。女书由汉字转化而来，对女书的刻画与描绘出于特定的经济、文化意识形态考虑。贺三朝书是女书文化的主要构成部分，其单一的内容影响了女书的传承。以书为载体和以人为载体是女书主要的传播渠道。“人死书消”是女书传播的重要特征，“人”和“书”的消亡切断了女书传承的源泉。女书主要面向以“老同”为核心的姊妹圈子传播。其传播过程中的“排他性”和“不传播性”，可以引为现代的性别传播之镜鉴；