

M&S

媒介与社会书系(第三辑)

*Comparative Study on
Sino-American Feminist
TV Programs*

中美女性电视节目 比较研究

刘利群 张敬婕 著

中国传媒大学 出版社

北京市影视动漫等文化创意产业研发与人才培训基地项目支持

M&S

媒介与社会书系(第三辑)

*Comparative Study on
Sino-American Feminist
TV Programs*

中美女性电视节目 比较研究

刘利群 张敬婕 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中美女性电视节目比较研究/刘利群,张敬婕著. —北京:中国传媒大学出版社,2013. 10

ISBN 978-7-5657-0808-4

I. ①中… II. ①刘… ②张… III. ①女性—电视节目—对比研究—中国、美国 IV. ①G222. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 215438 号



中美女性电视节目比较研究

著 者 刘利群 张敬婕

责任编辑 黄松毅

责任印制 曹 辉

封面制作 泰博瑞国际文化传媒

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 730×988mm 1/16

印 张 12.75

版 次 2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

书 号 978-7-5657-0808-4/G·0808 定 价 46.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

写在前面

中美两国女性电视节目的发展现状如何？两国的女性电视节目制播受到哪些社会文化思潮的影响？社会性别观念在媒介制作过程中发挥了怎样的作用？现有关于女性电视节目的研究具有哪些视角？进展如何？

对上述问题的追问，是本书展开研究的基本问题意识。

我们的研究发现，美国的女性电视节目播出平台既有受到女权思潮影响而旗帜鲜明的女性频道，也有与媒介市场化发展相呼应、并专注定位于女性受众消费群的各类电视节目；而中国的女性电视节目大多不具有旗帜鲜明的女权色彩，对于社会性别议题的反映也基本上是与其他社会议题相结合而展开的。造成这种差异的原因，既与两国在社会性别发展历史方面的相异性有关，也与两国媒介生态中对于社会性别的独立地位及其重要作用的差异认同相关。

基于这样的差别，本书在搜集和提炼两国女性电视节目发展历程和发展特色时，对美国的女性电视节目注重于搜集和提炼其对社会性别重要议题（如性暴力、家庭暴力、种族与性别相结合的暴力等）的研究进展与研究发现，并从第二次女权浪潮对于女性电视节目研究的影响谈起，分析的案例与相关研究结论的阐述跨越 20 世纪七八十年代至今；而对中国女性电视节目的研究则注重于梳理其不同发展阶段遇到的问题，并对中国媒体制造和营销的“剩女”议题展开集中与深入的探讨。

本书的基本理论视角是社会学、传播学、社会性别研究、女性主义媒介研

究,所运用的研究方法以综述法、个案法、内容分析、文本研究为主。

本书是北京市影视、动漫等文化创意产业研发与人才培训基地子课题《中美女性电视节目比较研究》(课题批准号:HW0850-3)的结项成果。在研究开展及本书撰写的过程中,吸收和采纳了国内外业界与学界很多优秀的研究成果,中国传媒大学媒介与女性研究中心的师生们也曾就本研究的阶段性成果展开了多次讨论。不过,由于本书作者的研究水平有限,书中肯定存在一些缺陷与不足,在观点、材料的使用上也存在一定的疏漏,敬请专家、学者及各位读者批评、斧正。

编著者

2013年7月

目 录

contents

写在前面 / 1

导 论

社会性别与媒介研究 / 3

- 一、社会性别与媒介研究的范畴 / 4
- 二、社会性别与媒介研究的发展 / 5
- 三、社会性别与媒介研究的主要领域 / 7
- 四、社会性别与媒介研究在中国 / 9

变化中的女性主义流派及理论 / 28

- 一、黑人女性:修正女性主义理论 / 29
- 二、男性与媒介研究 / 31
- 三、文化政治和激进主义 / 34

女性主义电视研究的发展趋势 / 36

- 一、“新”女性主义电视研究的缘起 / 37
- 二、“新”女性主义电视研究的几个主要方面 / 39
- 三、“新”女性主义电视研究与传统女性主义电视研究的区别 / 42

专题研究

媒介议题的反思与建构 / 49

- 一、20 世纪七八十年代:性暴力议题受到媒体广泛关注 / 51
- 二、妇女解放运动和女权主义者对性暴力的分析 / 52
- 三、媒体和女权主义推动的性别文化变革 / 54
- 四、“新”的和正在进行的媒体批评报道 / 58
- 五、种族歧视及其他复杂因素被刻板呈现 / 64

媒介中女性形象的再现 / 70

- 一、对新闻广播中女性形象的分析 / 71
- 二、对电视剧节目中女性形象的分析 / 73
- 三、对肥皂剧中的女性形象的分析 / 81
- 四、对儿童节目中的女性形象的分析 / 83
- 五、对媒介中的政治女性形象的分析 / 87

媒介通俗化趋势与性别政治 / 100

- 一、媒介快感、受众快感与性别 / 100
- 二、媒介通俗化与性别 / 104

女性电视媒体研究 / 108

- 一、美国女性电视媒体 / 108
- 二、中国女性电视媒体 / 113

经典文献述评

《观看〈达拉斯〉》对电视剧受众观看心理的意识形态分析 / 121

- 一、探究观看与愉悦的源泉 / 122
- 二、受众观看《达拉斯》的四种态度 / 124

编码、解码及两性受众收视偏好 / 129

一、在电视节目研究中运用三种解码模式 / 129

二、对家庭、电视与性别的研究 / 130

个案研究

《奥普拉秀》的社会性别分析 / 135

一、节目议题与嘉宾的基本构成 / 137

二、节目嘉宾的身份呈现分析 / 139

三、节目中的性别议题分析 / 148

四、对女性现场观众的呈现 / 159

中国电视节目中的“剩女”现象及其传播策略分析 / 182

一、媒介对“剩女”议题的聚焦策略与话语情境分析 / 183

二、媒介对“剩女”内涵的转换策略与文化编码分析 / 185

三、媒介对“剩女”的制造策略与意识形态分析 / 188

四、媒介对“剩女”议题的营销策略以及市场与权力分析 / 190

结 语

一、女性媒介的发展要依托本土媒介制度与文化语境 / 195

二、要重视影响女性媒介议题设置的各种话语力量 / 195

三、女性媒介的发展之路仍需在商业化与理想化之间探索 / 196

导 论

女性电视节目是所有电视节目样态中尤为引人注目且具有非凡影响力的一种媒介类型。在西方女性主义运动对媒介产业的渗透作用下,女性电视节目受到了社会与公众更多的关注。其在制作目标及对受众的影响上,都作出了特色鲜明的开拓。尽管这些开拓可能既包括使妇女更多地呈现在媒介中,使妇女能够利用媒介扩展知识、增加能力等这些符合女性主义奋斗目标的内容,也包括一些无奈迎合媒介商业化发展、以消费女性为卖点的媒介内容。

研究不同国家电视媒体中的女性节目,需要依托社会性别视角、社会性别理论以及媒介与性别研究的基本范式。

社会性别与媒介研究

自 20 世纪 60 年代末期、70 年代初期以来,不同流派的女性主义思潮席卷了整个世界,其创造性、思辨性和激进性对观念世界与现实生活产生了持续而深远的影响。如今,女性主义面临着一个新的挑战,那就是媒介似乎控制着世界,生活在其中的人们无论是观念还是日常生活都注定会受到媒介的影响。第二次浪潮乃至第三次浪潮中的女性主义者们,与她们的母亲和祖母不同,她们每天都被呈现女性形象和两性关系的报纸、杂志、电视、电影和广告围绕着。与此同时,越来越多的研究者和普通女性受众也逐渐意识到,媒介生产与传播过程中,性别已经是一个不可被忽略和缺失的要素。媒介中的性别问题也成为女性主义研究、批判和干预的重点。

从 20 世纪六七十年代开始,媒介研究重点关注的是媒介(特别是新闻)的意识形态属性。很多研究内容针对的是诸如集会游行和工业纠纷一类的报道分析,阶级与阶级斗争是最重要的议题,这类研究反映了早期马克思主义对媒介研究的影响。但这种单一的研究指标已经远远不能解释和深入分析媒介中出现的更多样化的性别问题。

将男性的视角和规范看作是普遍标准的陈规定型也从现实世界延伸到了媒介行业,而最初的媒介研究中较少关注性别与种族特征对媒介内容和媒介生态的影响。因此,媒介对传统男权视角的复制与强化成为媒介与性别研究重点批判的内容之一。

在传媒行业工作的女性与其他领域工作的女性一样,无论是基本福利还是晋升机会,均遭受着“玻璃天花板”的钳制与压迫。传媒行业中女性从业者对自身处境的感悟,也激发了媒介与性别研究的进一步发展。

正面而多元化的女性角色的缺失,对女性受众需求的忽视,对媒介高级职位女性的歧视性或偏见性再现等,使得更多的研究者开始着手对媒介中的性别议题展开深入的分析。这一行动除了在学界和传媒行业普遍开展之外,也吸引了许多具有性别敏感意识的 NGO 团体与个人。值得注意的是,从事这类工作的人往往具有多重身份,他们可能既是高校的学者,同时也是社会行动者与媒介监测者。这些组织和个人自觉地监测媒介如何描绘女性,对有性别歧视的广告进行投诉,挑战媒介中以各种形式贬低女性形象的呈现(比如反对世界小姐竞选这类的电视活动)。

一、社会性别与媒介研究的范畴

第二次女性主义浪潮期间,女性主义研究已经开始关注大众传媒领域出现的各种性别问题。贝蒂·弗里丹撰写的《女性的奥秘》、杰梅因·格里尔撰写的《女太监》等这些女性主义经典之作中都有对媒介的性别批判。

曾做过妇女杂志编辑的贝蒂·弗里丹,在《女性的奥秘》中指责媒介与社会统治阶层或精英阶层为了使女人安于留在家中,合力制造出了“快乐的家庭主妇”形象。这种媒介有意识的形象塑造强化了女性留守于家庭这个私人领域的正当性,对女性进入公共领域并获得与男性同等的机会给予了无形的打压。而格里尔在《女太监》中也进一步指出媒介制造了大量虚构的“浪漫故事”,使她们对异性恋的家庭观念坚信不疑,从而达到了操纵妇女的社会观念和性别观念的目的。

尽管这些研究极为尖锐地指出了社会现实与媒介现实中普遍存在的性别歧视,但是以社会性别视角为基础的女性主义媒介批评在很长一段时间并未得到传播学术界的真正承认。

在传统的新闻学与传播学研究领域中,性别研究一直处于“缺席”的状态,许多传播学的经典著作对性别问题只字未提。例如丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)的《大众传播学通论》,“1983年第一版只字未提‘妇女’、‘性别’、‘性别歧视主义’以及其他有关女性主义关心的论题”。^①英国伯明翰当代文化研究中心的妇女研究小组就曾申述道:“我们发现进入当代文化研究中心的主流是极其困难的。虽然无法用语言形容,但我们能够感觉到那种学术及其环境被男性统治的味道。”^②

英国学者夏洛蒂·布伦斯顿(Charlotte Brunsdon)的研究显示,女性主义媒介批评形成于1976年到20世纪80年代中期,形成的标志是女性主义的学术思想从新闻传播学术机构外部进入了内部。她指出:“在1976年的时候,女性主义批评的写作对象是参加女性运动的姐妹们,写作的风格是对大众传媒充满了敌意的抨击;但是到了20世纪80年代中期,女性主义媒介批评在传播学领域已占有一席之地,相关的研究更多的是为了推动媒介研究而做。而且,自那时起,这类研究出版的书籍不仅被女性研究的课程所使用,同时也被传播学课程所使用。”^③

夏洛蒂·布伦斯顿的观点也得到了更多的佐证。比如在《大众传播学通论》(1987年第二版)中,丹尼斯·麦奎尔就增加了关于女性主义内容分析的段落。^④随着社会性别理论以及女性主义学术自外而内逐渐进入媒体研究与传播研究的体系之内,社会性别与媒介研究逐渐成为传播学研究的一个分支范畴。

二、社会性别与媒介研究的发展

目前,女性主义媒介研究既是社会性别研究的一个分支,也是构成媒介批

① Liesbet van Zoonen, *Feminist Media Studies*, Sage Publications, 1994, p. 15.

② Liesbet van Zoonen, *Feminist Media Studies*, Sage Publications, 1994, p. 21.

③ Charlotte Brunsdon, “Identity in feminist television criticism”, *Media, Culture and Society*, 1993.

④ Liesbet van Zoonen, *Feminist Media Studies*, Sage Publications, 1994, p. 15.

评的一股重要力量。

各国出版的各种传播理论书籍中,媒介与性别研究的内容成为不可或缺的内容之一,女性主义媒介理论或作为独立章节或作为媒介批判理论的一部分。那些未涉及女性主义媒介批评的媒介批判研究已被视为不完整的或不全面的。

女性主义媒介批评在学术组织中的影响力和地位也在不断上升。以国际传播学界最有影响的两大协会——国际传播协会和全美传播协会为例,2001年,在美国华盛顿召开的第51届国际传播协会年会上,有关女性主义、社会性别研究、同性恋研究的相关议题达到了20个,议题总数在全部11个大会议题中名列第五;^①2003年11月19日至23日,美国全美传播协会第89届年会在迈阿密召开,大会的主题发言和小组发言都包括多个与社会性别、女性主义相关的话题,如新闻室中的妇女、社会性别与语言的演变、社会性别传播议题等。传播协会还下设了女性主义和妇女研究分会、女性政治家分会、女同性恋分会等组织与机构。

媒介是现有的社会主流意识形态表达的阵地,同时也被女性主义者视为挑战现有观念结构和社会机制的阵地。在对社会性别与媒介的研究中,以凡·祖南的《女性主义媒介研究》和卡特等编纂的《新闻、性别与权力》最为系统与全面。

时任荷兰阿姆斯特丹大学传播系助理教授的凡·祖南于1994年出版了《女性主义媒介研究》一书(此书于1995年、1999年两次再版),被公认为社会性别与媒介研究的第一部著作。美国威斯康星大学拉克教授曾经这样评价该书:“最终,我们终于有了一本令人信服而可理解的关于媒介的女性主义著作。”在这部书中,凡·祖南探讨了社会性别、媒介和文化之间的关系,她回顾了传播、再现与建构的相关理论,主要是女性主义理论、文化研究特别是霍尔的编码与解码的理论,检视了媒介机构和媒介制作的结构,通过文本分析与符号分析解释了媒介的再现,探讨了媒介所展示的女性形象,进行了受众和媒介接收的社

① 卜卫:《媒介与性别》,江苏人民出版社2001年版,第6页。

会性别分析,并提出了女性主义媒介研究策略。

英国学者卡特等编纂的《新闻、性别与权力》出版于1998年。作者认为,新闻占据了现代大众传媒的中心位置,对社会以及每个人产生着巨大的影响。然而,尽管在新闻界女性人数在持续增加,然而女性在高级管理层的比例依然偏小。基于这一背景,该书作者进行了新闻与性别关系的研究,探讨了社会性别是如何塑造新闻实践、新闻机构和新闻受众的。该书用女性主义理论与女性主义媒介批评的观点探讨了新闻与社会性别和权力之间的关系,涉及媒介所有制与媒介控制、从业者职业与头衔、从业者的专业特征、新闻来源、女性形象的再现与描述以及受众研究等。

三、社会性别与媒介研究的主要领域

“女性主义理论不是一个单一的理论,甚至不是一个单一的思想系统。”^①女性主义的各个流派从不同的理论视角出发,对媒介展开了重点各不相同的分析,呈现出多元化的研究形态。

不过,社会性别与媒介研究普遍关注大众传媒与社会性别的复杂关系,“这些研究鲜明地表现出它对大众传媒中展现出的性别成规惯例的批判态度”,^②社会性别与媒介研究从社会性别视角出发,从分析性别权力结构入手,对大众传媒在社会性别特征建构方面发挥的作用进行评估与判断。

社会性别与媒介研究主要包括对媒介的制作领域、内容领域以及对受众的影响这三个领域的检视与批评。

1. 对于媒介制作领域的研究主要检视媒介制作过程的内部和外部环境

对于该领域的研究又可以分为三个层面:制度层面、组织层面和个体层面。

① [美]斯蒂文·小约翰著,陈德民、叶晓辉译:《传播理论》,中国社会科学出版社1999年版,第426页。

② 潘知常等主编:《传媒批判理论》,新华出版社2002年版,第257页。

(1)对于制度层面的分析重点是分析那些已经形成规范的媒介理论;经过多年实践已经变成约定俗成的具有普遍意义的规则;媒介及媒介活动的范围以及媒介活动的自由程度与女性的关系,特别是对女性的影响。

(2)组织层面的研究主要集中于制作机构内部的惯例和实际操作。分析在媒介组织内部,组织价值文化的内在驱动力和隐性压力对于供职于某个机构的个体的塑造和影响;分析个体若想在组织中生存是否会被这个机构所社会化并接受该机构的价值文化,从而必须遵从而不是对抗已定型的现行的组织文化价值的情况。

(3)对媒介与女性的个体层面的研究着重于对传播者个人的分析。其中,女性从业者总体数量、女性在传播业的地位、媒介与女性研究所面临的特殊问题等都是关注的重点。

2. 考量社会性别与媒介研究的关系的第二大研究领域是内容领域

在美国,社会性别与媒介研究已历经 40 多年。其中,女性的媒介形象研究,包括女性形象被呈现的频率、被再现的方式和其中传递出的象征意义等一直是研究的重点。

女性的媒介形象研究也源起于 1963 年贝蒂·福里丹撰写的女性主义扛鼎之作《女性的奥秘》。在该书中,福里丹论述了直到今天仍在讨论的问题,即女性的媒介形象问题。在书中,她调查了媒介所建构的战后幸福的家庭主妇形象和女性幻灭、孤独和沮丧的感受与妇女实际生活状况的巨大差异。福里丹指出,电视将美国女性再现成愚蠢的、毫无吸引力的、不可靠的家务劳动者,每天做着爱情的白日梦,并歇斯底里地折磨她们的丈夫。这一研究成果引发了学者们对主流媒介中女性刻板形象塑造的持续性研究。而对女性媒介形象的研究集中在大众文化的五种媒介形式中,即对小说、电视、电影、女性杂志和广告中呈现的女性形象的内容分析。

3. 媒介对女性的影响的研究, 注重于分析媒介对于女性潜在的教育功能, 包括探讨媒介对女性观念的影响和媒介对女性行为的影响

女性主义者借助各种理论流派的理论和方法, 研究了媒介对人的观念、行为发生的影响及其影响的程度。涉及的相关理论包括认为媒介影响与媒介接触程度成正相关的涵化理论; 认为性别不会随时间和外部变迁而产生变化的社会性别持久理论; 从心理学的角度检视观察学习某一特定行为并加以采纳的社会学习理论等。研究者通过这些理论检视媒介与性别角色的相互作用和考察媒介对女性观念和行为的影响, 以及媒介对整个社会如何看待女性的影响。

以社会学习理论为例, 该理论认为, 尽管人们倾向于媒介的基本功能不过是娱乐与消遣, 但媒介同时是人们进行社会化学习包括社会性别学习的重要渠道。而根据涵化理论, 媒介潜移默化起着性别角色的示范作用, 通过媒介呈现的主题、故事情节、角色和对话, 媒介悄悄传递着男性和女性应该具有怎样的相貌、行为和气质的“标准”信息。

四、社会性别与媒介研究在中国

社会性别与媒介研究在中国的发展, 与社会性别研究被引入中国并在各个学科中广泛发展的历史一脉相承。

从 20 世纪 80 年代开始, 国外的社会性别研究著作被陆续引进, 从而打开了国内的妇女研究和女性主义研究的视野, 一些针对本土女性发展的研究成果遂开始出现。

中国的媒介与女性研究基本在 20 世纪 90 年代中期才开始起步, 而且主要是受到“九五世妇会”的推动和影响。在世妇会之后, 国内的女性研究受到较多的关注, 也在各个研究领域获得较为快速的发展, 媒介传播领域的一些学者开始介绍和引进国外媒介与性别研究的成果, 并尝试进行本土化的研究。

到 90 年代末, 文化研究的兴起也促发了一些学者对媒介与性别关系的深入探讨, 使得这一研究领域获得了更多的发展。