



# 凸显与遮蔽:媒体中的女研究生形象研究

刘梦,廖敏利

(中国人民大学社会学系,北京市 100872)

**摘要:**分析媒体呈现的女研究生报道的叙事文本后,发现媒体的报道特点是突出女研究生的负面新闻,凸显其婚恋、情感和私领域的活动,遮蔽和忽略其在学业、事业上的成就。运用社会性别的分析视角,揭示媒体如何把女研究生客体化、公共角色私人化,建立其心目中的女性形象标准,进而把女性社会角色边缘化。这种对形象的歪曲和重塑实际上是男性话语霸权控制了媒体传播,男性话语形塑着男女两性角色的结果。

**关键词:**女性主义媒体研究;社会性别;话语分析;意识形态

**中图分类号:**C912.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-2677(2007)02-0126-06

1999年,教育部的高校扩招政策正式拉开序幕,在此后的5年内,研究生以年均26.9%的规模保持着强劲的增长势头,而女研究生也顺势成了一个快速崛起的群体。另一方面,某些大众媒体上同时出现了一些“脍炙人口”的顺口溜:“世界上有三种人——男人、女人、女研究生”,“女研究生,白天愁论文、晚上愁嫁人”,并且它们在社会上和校园里迅速流行起来。到底媒体呈现的女研究生的形象是什么?它是怎样描述女研究生群体的?媒体对她们的态度又是怎样?以及为什么会做出这种描述?等等,成了值得探索的问题。

## 一、研究背景

“性别与传播”最早出现于20世纪70年代末的美国,是运用社会性别的视角来研究媒体的一门新兴交叉学科。社会性别是当代西方女性主义理论的核心概念,从此角度的研究认为:大众传播与社会观念和事实的密切相关的现状,支持、加剧并再现了等级社会文化中的社会性别的分离以及对女性的性别偏见<sup>[1]</sup>。1978年传播学女研究者盖尔·塔奇曼主编的《炉床与家庭:媒体中的女性形象》是“性别与传播”研究的开山之作,它建议女性与传播应该探讨女性在媒体中如何被描绘及在媒体中工作的形象,该书为美国女性传播研究奠定了基础<sup>[2]</sup>。80年代以前的性别传播研究虽然开始注意到男女性别的差异和对女性的歧视,但这些研究在理论和方法上都尚未发展出女性主义的观点,其研究仍沿袭男权文化的范式。真正的女性主义媒体研究在80年代中期以后才渐渐丰富,研究对象涉及小说、电视、

电影、女性杂志和广告等多种传播媒体,如 Pamela J. Creedon 在1989年编著的《传播中的女性——挑战性别价值观》是以女性主义的观点,检视性别研究如何挑战大众传播研究的价值与内涵<sup>[3]</sup>。Liesbet van Zoonen 在《女性主义媒体研究》中通过文本分析解释了媒体的再现,探讨了媒体所展示的社会性别形象,进行了受众和媒体接收的女性主义分析,并提出了女性主义媒体研究的策略<sup>[4]</sup>。性别与传播研究主要集中在三个领域,对媒体制作的研究,主要关注新闻媒体里女记者的工作;对媒体内容的研究,主要揭露媒体文本中被编码的性别含义,即媒体文本怎样表现女性、表现了什么样的女性形象;对媒体接受的研究,主要关注大众文化在受众那里是如何被理解的,对受众产生了怎样的影响等问题。

自1995年“世妇会”后我国一些有性别敏感度的学者开始着手这方面的研究,并取得许多有价值的研究成果。然而,众多研究的共同点除了运用定量研究的方法外,它们都是以媒体作为唯一的划分维度,以此来考察整体女性的形象。但女性群体内部也是有分化的,这些研究呈现不出女群体的异质性和丰富多样性。而我们的这项研究不仅以媒体为划分维度,而且单独抽取了女研究生这个特殊群体,考察媒体是如何呈现女研究生形象(由于人们习惯用研究生来代替硕士生的称谓,在这里需要说明一下,我们界定的研究生群体其实是硕士研究生,不包括博士生)。

## 二、研究方法

本研究采取了内容分析的方法,将定量与定性结合起

\* 收稿日期:2006-11-03

作者简介:刘梦(1963-),女,安徽宣城人,中国人民大学社会学系,教授,主要研究社会学。

来。选择这个方法,是因为一般来说,新闻是对社会事实的报道和描述,所以相对于其他媒体来说,公众认为它是较能客观公正地反映现实的。因此通过分析“客观真实”的新闻,我们也更能揭示潜伏在作者背后的态度和社会性别意识,本研究的分析单位是报纸报道的新闻事件。因为一家报纸的报道倾向会有所偏颇不足以代表新闻界,所以笔者选取了全国最大的新闻搜索引擎人民网,它收录的是全国各地的日报、晚报和主流都市报。

抽样的方法是立意抽样,抽取从 2004 年 9 月到 2006 年 8 月对女研究生的新闻报道。选择这种抽样方式一方面是由于媒体对女研究生的报道还不十分充足,简单随机抽样所抽出的样本不能保证数量,另外随机抽样难以避免系统误差,而抽取整年的报道保证抽出的新闻较能代表媒体总的报道情况。笔者在搜索栏键入“女研究生”,按时间顺序排列了关于女研究生的新闻内容,去除了非事件性报道和重复性报道,最终得到 254 篇新闻叙事文本。这些样本的新闻来源情况如表 1。从表 1 可以看出,所抽出的样本在涵盖的各类报纸上没有出现太大的偏差,所以能很好地代表我国新闻媒体对女研究生报道的总体情况。本研究的编码单位包括以下几个项目:①新闻来源;②报道事件的性质;③报道问题的分类;④标题中是否出现“女研究生”;⑤报道内容的倾向;⑥女研究生出现的主要角色;⑦负面信息是否被道德化。

表 1 新闻报道的消息来源

种类	篇数	百分比
机关报	36	14%
晨、晚报	48	19%
都市报	66	26%
综合类大报	38	15%
其他网站转载	41	16%
没注明来源	25	10%
总计	254	100%

在资料分析上,我们采取定量统计与质性分析相结合的方法。质性研究最大的特点是让原始资料说话,隔离研究者的个人解释和分析,研究者所得出的结论都是基于资料和证据<sup>[5]</sup>,所以能反映研究对象的本来面目。我们首先对新闻标题的主题词和内容进行编码,寻找码号的标准是有关词语或内容出现的频率,它们是资料分析中最重要的意义单位。然后建立按主题码号排列的档案系统,将这些档案系统按不同的特征进行归类,最后从这些相近的主题词中发展概念和意义系统。

此外,本研究采用了社会性别的分析视角。社会性别研究主要围绕两个研究内容:一是揭示社会中存在的显性的、隐性的性别不平等状况;二是揭露性别不平等背后的制度性和结构性因素<sup>[6]</sup>。这种分析视角既描述了日常生活

中的现象,同时也能揭示其背后的本质;分析层面既有微观的个人,又涉及到宏观的社会因素分析。具体来说,本研究尝试从以下几个维度来分析媒体对女性研究生的描述:看是谁决定这种描述,即谁处于决策地位?谁从中间获益,又掩盖了谁的声音?而这种描述是如何被建构起来的?背后的社会文化是如何影响这种建构的?公众的期望又是怎样的?

### 三、研究发现

笔者对抽取出来的新闻样本进行了内容分析,发现媒体在呈现女研究生群体时有以下报道特点:

(一)从文章标题来看,负面信息占据主导地位

我们首先对 254 个样本的标题进行了分类统计,将主题词按照其性质分成了负面、正面和中性三个类别,具体情况见图 1。

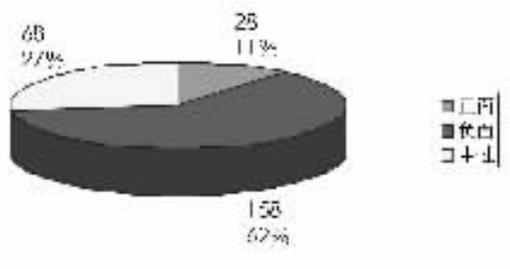


图 1 报道事件的性质

根据图 1,在抽出的 254 个样本中,属于负面的信息占 62%,正面的只占 11%。这些负面信息包括:《女研究生欲被包养,被农民骗色骗财 16 万》、《28 岁女研究生不顺心就自杀》、《北工大女研究生在宾馆开房过夜被砍伤》、《复旦女研究生坠楼》、《靠车接电话,女研究生遭五六名男子一顿毒打》、《女研究生竟网上出租自己,每天要价 500 元》、《女研究生破译同学密码网上购物》、《女研究生洗澡丢了一条命》等等。

笔者对新闻标题的主题词进行了统计(见表 2),发现媒体的呈现具有选择性的特点,负面主题词远比正面主题词、中性主题词出现的频率高。众多负面信息充斥着新闻版面,使女研究生与“贪心”、“脆弱”、“道德低下”的形象联系起来,以至被标签化、甚至妖魔化。女研究生的主流是高素质、积极向上、遵纪守法的好公民,她们自信、独立、展现才能的一面却被忽略了。报道的正面信息寥寥无几,媒体没有充分、全面、客观地报道女研究生,而是极力渲染、乐此不疲地报道那种吸引眼球的新闻。

(二)词语的选用充满了歧视和偏见

我们发现在这些报道作者选用的一些词语中,隐含了歧视和偏见。

歧视一:“女研究生”

媒体报道女性研究生的新闻时习惯称呼她们为“女研究生”,根据统计,有 72% 的标题包含“女研究生”的字眼。

“女研究生”此称谓本身是暗含歧视的。因为本来研究生就可代表一个人的身份(就像没有人称呼男性研究生为“男研

表2 新闻标题主题词统计(254)

负面主题词	出现次数	百分比	正面主题词	出现次数	百分比	中性主题词	出现次数	百分比
“自杀轻生”	21	8%	“赢得大奖、比赛夺魁”	7	3%	“求职受歧视”	15	6%
“受袭击”	20	8%	“顽强抗病魔”	4	2%	“身患重病”	11	4%
“被骗财骗色”	17	7%	“能力强”	3	1%	“情感现状”	7	3%
“脆弱”	17	7%	“闯进决赛”	3	1%	“择偶要求高”	6	2%
“性骚扰”	15	6%	“支教”	3	1%	“遇意外”	5	2%
“情感纠纷”	11	4%	“创办公司”	2	1%	“女研究生数量增加”	5	2%
“婚姻遭遇困境”	10	4%	“斗智斗勇”	2	1%	“状告、索赔”	4	2%
“虚荣、贪钱”	10	4%	“孝顺”	2	1%	“求职遭遇另类问题”	3	1%
“无能、低级错误”	5	2%	“有创意”	1	0%	“研究生当保姆”	3	1%
“心理疾病”	5	2%	“当选领袖人物”	1	0%	“美容、减肥”	3	1%
“被拘留、被行政处罚”	5	2%	总计	28	11%	“放弃读博深造”	2	1%
“不会着装、不修边幅”	4	2%				“发型奇特申报吉尼斯”	1	0%
“被打”	3	1%				其他	3	1%
“毁容”	2	1%				总计	68	27%
“作风有问题”	2	1%						
其他	11	4%						
总计	158	62%						

究生”),但“研究生”仿佛就不能来指代女性研究生,当提到这一群体时,前面总少不了加个“女”字隐喻某种含义——突出她们的性别特殊。这个词在媒体眼中似乎成为一种噱头。

### 歧视二:“第三性”

有的报道甚至直接以代号称呼女性研究生:《女研究生,正在崛起的第三性》、《第三类人真的没人敢娶吗》。新闻报道中的字里行间也可看出对女研究生的歧视,我们对不同类型的歧视做了分类:性格类的歧视性用语——歇斯底里、脾气古怪、情绪不稳定、天真、傻楞、脆弱;外表类——皮肤粗糙、憔悴、个子不高、其貌不扬;品行类——鬼迷心窍、被气昏、虚造可怜身世、随口答应、声称被绑架、动了歪念、非理性、当众哭闹、过高的就业期望、贪图物质需求;能力类——适应能力差、与社会脱节、分辨不清丑恶、毫无戒备、不懂沟通、缺乏方向感;情感类——情感盲、茫然不知所措、高处不胜寒、追求完美。对性格类的描述带有强烈的本质主义倾向,即凡是女性都会被认为具备这些特点,而且是很难改变的。而其他几种类别的歧视用语有明显的建构成分,是报道者从自身角度定义的。

### 歧视三:女性=弱者=受攻击和伤害的对象

在对报道的问题的分类中,受袭击(性骚扰、意外受伤或死亡、遭绑架、被打、毁容)是第一位(27.2%),暗含女性是弱者,容易受到攻击和伤害(第二到第五位的分别是:情感纠纷(16.1%)、择业(11.4%)、自杀(8.3%)、工作受歧视(7.5%))。报道被骗的比例也很高(6.7%),媒体塑造的女研究生形象是社会化程度不够高、社会生存能力弱,表现得近乎幼稚和弱智。

### 歧视四:“高学历”

研究生被假定为一定是智商超高、能力超强的,当她们行为出现误差时,报道者就冷嘲热讽,似乎她们就不配有高学历,是高学历害了她们。在报道她们的负面新闻时,总忘不了强调她们的研究生身份:“一名高智商的女研究生,竟然被3名骗子轻轻松松‘借走’1000元”;“毕竟小李是南京知名高校研究生,而且学的就是现代汉语,结果她却犯了在信封上写‘爸爸妈妈收’的低级错误”;“有些女研究生虽然书读得很好,但这些人的社会经验几乎是零”。媒体的用意是突出她们的研究生身份,然后再贬低它们,实质是歧视女性的高学历。

### 歧视五:“情感盲”

由于女研究生处在女性的婚龄时期而没“专注”婚恋,媒体就认为她们只懂钻研学习,在情感上是有缺憾的:“情感盲”、“不会谈恋爱”、“性饥渴”、“学术做多做久了,导致忽视自己作为女性的魅力”,在报道中渲染女研究生“婚恋危机”,她们最大的“心病”莫过于婚恋问题没有得到解决。这些报道给人的印象仿佛是追求知识就一定导致情感缺失,而婚恋需要的满足才是女性最重要和最值得追求的事情。

### (三)再现和强化女研究生的性别刻板印象

媒体在刻画人物和报道事件的过程中,会持有一种固定的描述模式和观念<sup>[7]</sup>。男性总被刻画为主动、理性、坚强、阳刚、果断的,而女性则被认为是被动、感性、情感、柔弱、温柔的;男性以事业为主,女性最重要的是婚姻、家庭、孩子。

女性研究生的角色定位是职业的身份,她们最重要和最基本的身份是学生,而不是恋人、妻子、女儿。媒体呈现她们的学生身份的报道竟然还不到1/3的比重(见表3),而以后三者出现的角色总计占32%,这些角色的重要性居然

超出了学生的身份。媒体只看见“女”字,又由于婚姻、情感在新闻题材中占有重要的位置,所以媒体刻意窥视、凸显其婚恋、情感一面。我们发现,在报道的事件中,侧重“情感感性”方面特征报道占很重要的位置(见图2)。例如,《痴情女研究生身患绝症,临终只想再见男友一面》、《硕士女儿不会谈恋爱,母亲代追男友》、《高知女性的婚姻困境,学位证不敌结婚证》、《处女研究生遇富翁,看处女崇拜》、《女研究生跳楼,因男友未获家人认可》。从事学业是学生的主要活动,而报道这方面的新闻却只占少数比重(15.4%)。事业和学业体现的是公共角色,报道公共角色的活动合计只占37%,还不到一半。尽管女性研究生不是一般的女性,她们的身份也不只是女性,但媒体还是把镜头聚焦于她们的家庭角色、私人角色,事业和学业显然不应是她们考虑的重点。总之,媒体不仅再现性别刻板印象,而且通过报道进一步复制和强化了这种偏见。

表3 女研究生在媒体中出现的主要角色

角色	次数	百分比
学生	79	31%
恋人	45	18%
妻子、情人	23	9%
女儿	13	5%
员工	42	17%
不明显或多重	52	20%
总计	254	100%

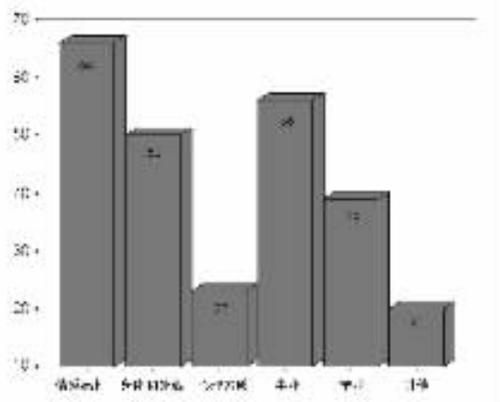


图2 报道内容的倾向

#### (四) 所遇问题被道德化和心理学化

所谓道德化指的是媒体把女研究生遇到的负面问题贴上道德的标签,强调是整个人的人品问题,贬低羞辱她们的身份。在所有负面问题中,报道者分析的原因是个人道德因素引起的报道有24个。这些个案包括受骗类(15)、违法犯罪类(5)、情感类(4)。报道者把问题上纲上线,不提是法律意识的缺乏而一律贴上道德的标签,往她们身上打上烙印,并且被认为是很难改正的,从而使她们的问题纳入公众的视野,遭到舆论的强烈谴责和一致监视。

心理学化是把问题归结为个人因素尤其是心理上的某些特质引起的,即特定的人或特定的心理容易导致某种问

题,而这些人通常被认为是偏离常态或变态的。事实上很多问题都是社会因素引起的,但却被归为个人因素,让个人承受负担,推卸社会的责任。心理学化背后的假设就是个人能力的问题,它传递的信息就是女性在应对外界压力时,个人的心理素质差,从而出现这些问题。

道德化和心理学化问题都是人为建构的,其共同的特点是把问题归咎于个人,屏蔽了社会应尽的责任,使这一群体的社会声誉受损,身份被污名化。

## 四、分析与讨论

### (一) 女研究生到底是什么?

#### 1. 被客体化

男权制施展策略之一是将女性客体化,剥离其主体身份,视其为男性凝视的对象<sup>[8]</sup>。西方女性主义研究指出,色情读物是将女性身体展示为欲望、幻想和暴力对象最明显的媒体<sup>[4]</sup>。近年来随着消费社会的兴起,在商业文化和男权文化的合谋下,女性的身体又被看成一种奇观和商品。在许多广告中,女性身体被当作装饰品的现象相当普遍。此外,好莱坞电影长久以来的传统,就是将女性建构为满足窥淫乐趣的景观。在这种大众文化中,“被看”是女性的命运,而看的动作只保留给男性<sup>[8]</sup>。女性纵然有看的动作,也不是透过她们自己的眼睛,而是内化男性的眼光来反观自己。女研究生群体属于高知女性,但这一点并不是媒体首先关注的方面,她们仍逃脱不了被观看的客体身份。观看者或凝视的主体是男性记者和观众,他们通过审视、评判着女性的身体容貌,把女性客体化为一道“他者”(the others)的景观。

从我们的研究资料中,显示出媒体号召大众观看“女研究生生日派对秀汉服”,教会公众学习欣赏“女研究生跳舞挣钱救母,穿露脐装为商家促销”(还配了图)。“年轻漂亮”、“秀气”、“身材丰满”是媒体对她们容貌的常用修饰词,在报道中是首先交待的内容。“学究气”、“不会打扮不修边幅”、“对自身形象关注不够”是媒体对她们最“痛心疾首”的批评和指责。在批评这样的形象后,媒体实质上是想为女性树立一个“正面”的榜样,让她们按照这个标准省察自己。当她们长期处于被凝视的目光中,男性就创造出这样的规则——女性的外表比学识、能力更重要。女性开始接受并内化这种观念时,她们就同时进行着对自己身体的规训。最终的结果是使得女性热衷于形体修饰,对自我技能和学识的关注减少,而男性就完成了对女性性别气质的建构和进一步强化。

#### 2. 公共角色私人化

这体现在两个方面。第一,把女研究生形象局限于私领域。当报道女性的新闻时,媒体潜意识是报道她们在私领域的活动。通过窥视女性的内部活动,把她们的隐私抖

落在公众面前,这样的新闻才是有价值的。在报道内容的统计中,对女研究生在私领域活动的报道远比公领域的多,情感婚恋、外貌身体这两项合计为46%,比事业和学业合计(37%)要多,意图让公众尤其是女研究生同类群体把女研究生与私领域联系起来。即使在报道公领域的活动时,媒体也有意无意地把女性拉回私领域,使她们的公共角色私人化——“女研究生就业遭遇‘下嫁风’”、“女研究生降格‘出嫁’”、“有创意学生喜欢,三公司看中女研究生”。当接受过高等教育的女性迈向公领域时,却遭到舆论的嘲笑和羞辱,这是男权文化把女性社会角色边缘化的一个策略。

第二,角色定位在从属性地位。角色是社会制度安排的位置,一个人扮演何种角色是社会文化期待的结果,个人的行为被规训为必须符合属于自己的角色和身份。传统中国文化对女性的标准和定义是“贤妻良母”,其公共角色的扮演是不被提倡的。男性在社会文化里被指定为扮演支配者的角色,承担养家糊口的责任;女性被定位在从属性角色,被期待为贤惠的妻子、尽职的母亲、孝顺的女儿。对于女研究生的看法也不例外。女研究生“出场”的角色包括男友的情人、丈夫的妻子、父亲的女儿、导师的学生、老板的员工等,而且媒体报道的标题非常热衷于把她们与异性相对照介绍——《24岁漂亮女生征婚引来四旬男》、《女研究生和低学历男友情感纠纷》、《山大一女研究生带父求学》、《女研究生留遗书出走,丈夫今日到兰州寻找妻子》。这些角色既不是职业身份,也不是从女研究生学生的身份来定位,而是以男性为中心定型和设计的。女性被认为没有主体性,她的行为与男性有关才值得报道,女性形象是依赖于与男性或者其他的家庭男性成员发生联系才能被展现的。

## (二)女研究生形象是如何被建构起来的?

### 1. 男性话语霸权

媒体被誉为无冕之王,在现代社会中的作用与影响是无与伦比的。它能影响、操纵社会变革,形塑着社会生活意识形态,是一种重要的权力资源。新闻传播是一个话语生产的场域,它永不停歇地生产着各种各样的话语,决定传播什么、如何传播、传播的方向等<sup>[9]</sup>。媒体通过有选择性地报道一些内容,同时掩盖另一些新闻的报道,来引导大众舆论,左右人们日常生活的议题,进而左右人们的语言,甚至影响人们的生活方式。而无论在中外的媒体,媒体工作者中男性的比例高于女性,并且占据了重要的职位,女性由于“玻璃天花板”效应处于缺席的地位。因此归根结底,男性是传播场域幕后的操纵者,他们通过新闻文本,定义、描述和论述什么是可说的以及什么是不可说的,掌握着话语的主动权和支配权。福柯认为,权力的运作如同毛细孔或微血管作用,渗透到社会的每一个角落,也渗透到个人的意识、潜意识、自我认同之中。我们都被权力所渗透,也积极主动参与投入到这整套权力关系网络中,人们使用的语言

就是最好的例证。媒体在报道女性时,常使用开玩笑、亲昵、轻浮的字眼,在严肃的政治、经济领域,女性是遁形的。媒体借着新闻报道,借着文字与象征符号的使用,强化并巩固既有的权力秩序。男性在主流话语系统中处于支配地位,他们通过媒体传播中的话语建构了以他们为标准的社会性别系统,形塑着男女两性的不同角色,女性处于被塑造、符合男性标准的位置。

### 2. 意识形态分析

荷兰著名语言学家 Van Dijk 认为,话语和意识形态有着密切的关系,话语中的意识形态并非仅仅体现人们的信仰,意识形态还具有劝说的功能,也就是说,话语不但有表达自己信念的功能,还有用话语来改变别人想法的功能,因此他主张在做话语分析时,应该把话语和与其相关的社会文化、意识形态联系起来,以揭示语言使用背后不平等的权力关系<sup>[10]</sup>。

这种起潜在作用的意识形态首先是商业文化。随着市场经济风靡全球,商业文化无孔不入,传媒是重要的文化资本,自然逃脱不了商业的操纵。从媒体营销学角度看,新闻等于营销、新闻等于生意。在发行量和销售效益的指挥魔棒下,新闻工作者关注的焦点是夸张、炒作、扭曲,制造出悬念、戏剧性和娱乐化的信息,以迎合读者的猎奇心理,最终获得丰盛的商业利润。比如有读者对媒体连篇累牍地拿女硕士当新闻事件的焦点感到疑惑,为什么乱穿马路和商场盗窃成了女硕士的专美?原来硕士的头衔被媒体“有幸”地摘取了,而且是“女”硕士,就更有新闻的卖点。女性文化本身就是一个有“吸引力”的领域,再加上经男性“欲望”的投射,女性就这样被媒体轻而易举地利用了。

第二个背景是“男尊女卑”、“男外女内”的传统文化观念。商业文化的运作原则之一是迎合大众认同心理来制造卖点,也即是一些传统的文化观念。所以,如果说商业化是看得见的表面原因,那么歧视女性的根源其实还是通过传统文化观念起作用。媒体一方面是在迎合,另一方面是在巩固和强化这种歧视性的观念。众多关于女研究生的负面新闻和被冠以“第三类人”的歧视性称呼,反映了“男尊女卑”、“女子无才便是德”的传统观念仍大有市场。女性被认为就应该去关注美容瘦身、购物逛街、婚恋情感,不从事这些活动的女性就不是女性,属于“第三类人”,于是被人“横挑鼻子竖挑眼”。其实关键的原因在于社会不鼓励,甚至排挤歧视女性追求高学历。但人们根本没有意识到自己是在有差别性地看待两性,这恰恰是意识形态作用表现得最强大的地方。

### 3. 话语产生的影响

文化类型会影响其语言的内涵和模式,以至于是“话在说我”,但由于语言有再生产功能(language-as-reproductive),它会反过来强化和造就这种文化。语言的这种能动

作用表现在它会建构、形塑主体以及其行动。在媒体的报道中,可以看出对女研究生社会角色的贬抑:“三年苦读抵不过性别差异,女性普遍受就业歧视”、“女研究生找工作不如女本科生”、“女研究生遭遇就业尴尬”等等数不胜数。媒体既没有理性地分析原因,更没有以积极的姿态鼓励高知女性群体,只是对糟糕情况的大肆渲染,由于媒体的传播影响着受众对性别话语的获得、协商和维持<sup>[2]</sup>,这种传播的结果只会造成女性受众不敢追求自我价值的实现,造就一种“成功恐惧”的心理。更恶劣的后果是,媒体的报道行为会造成对当事人的直接伤害。四川省一名研究生应聘保姆,这本是转变就业观念的值得鼓励的行为,但经“热心”的媒体争先炒作,导致当事人躲之不及、放弃应聘,然而媒体还不罢休,继续追踪“调查”女研究生应聘保姆又拒签事件<sup>[11]</sup>。这样的事情不是一件两件,只是女性研究生微弱的反抗声音给强势的媒体压制了,处于失语的状态。媒体带性别刻板印象的话语不仅仅反映了传统的性别观念,而且会在现实生活中复制和固化这种男女不平等的文化模式。在日常生活中,这种观念的获得又会进一步影响受众的行为方式,使人们的行为符合社会文化的期待。这样的后果不仅对女性自身发展不利,而且阻碍了平等的两性关系的建立,使偏见和误解的沟壑越来越深。

## 五、结 语

媒体是社会主流意识形态传播的重要阵地,同时也是性别论述的核心领域。由于媒体对女性角色有许多不公平的塑造,对女性形象的呈现存在偏差,它一直是女性主义批评的重心<sup>[4]</sup>。女性主义的主要工作之一是审视社会当中被认为理所当然的假设,挑战现存的社会机制和主流意识形态。所以要揭示媒体如何对性别角色进行建构,有哪些偏好或特别的性别意义,我们运用了社会性别分析视角这一有力工具。

与女研究生在社会舞台上扮演的积极作用和多元化角色相反,媒体对女研究生的报道是一种选择性呈现,媒体着重突出其负面新闻,对女研究生存在很深的性别歧视和刻

板印象。

任何对女研究生形象的塑造,凸显其婚恋、情感方面,把焦点聚集于私领域的活动,而遮蔽和忽略其在学业、事业上的成就。当现代女性越来越独立地迈进公共领域时,遭到的却是强大的排斥和抵制阻力。媒体有目的地贬抑不符合“公众期望”的女研究生形象,实质是要建立起他们心目中理想的女性形象,让女性继续留在私域里,或者成为被看的他者。事实上,这一套逻辑得以运作的关键是男性操纵了媒体的话语权。男性在主流话语体系中处于支配地位,他们通过操纵媒体来形塑社会性别系统,以此巩固和强化男权文化的统治地位。男权文化占支配地位既是女性形象被扭曲的原因,也是女性形象被歪曲后的结果。为了攻破这种循环,重要的一点是要打破男性话语的霸权地位,让女性发出自己的声音,只有这样才能构造平等的两性关系,促进新时代女性自身的全面发展。

参考文献:

- [1] 刘利群. 社会性别与媒介传播[M]. 北京:中国传媒大学出版社,2004.
- [2] 陈阳. 性别与传播[J]. 国际新闻界,2001(1):59-64.
- [3] Creedon, P Women in Mass Communication[M]. Newbury Park, CA: Sage Pub, 1993.
- [4] (美)Liesbet van Zoonen. 女性主义媒介研究[M]. 张锦华,刘容玫译. 台湾:远流出版公司,2004.
- [5] 陈向明. 质的研究方法与社会科学研究[M]. 北京:教育科学出版社,2000.
- [6] 苏红. 多重视角下的社会性别观[M]. 上海:上海大学出版社,2004.
- [7] 卜卫. 媒介与性别[M]. 南京:江苏人民出版社,2001.
- [8] Mulvey, Laura Visual and Other Pleasure[M]. Hampshire: Macmillan,1989.
- [9] 鲍海波. 新闻传播的文化批评[M]. 北京:中国社会科学出版社,2002.
- [10] 徐超. van Dijk 的话语观[J]. 外语教学与研究,2005(9):358-361.
- [11] 组图:女研究生应聘保姆又拒签事件调查[GB/OL]. <http://edu.people.com.cn/GB/4642448.html>.

责任编辑 刘荣军

## Emphasis and Neglects: Female PostGraduates' Images in Mass Media

LIU Meng, LIAO Min-li

(Department of Sociology, Renmin University of China, Beijing 100872, China)

**Abstract:** With the analysis of the reporting texts of female postgraduates' images in mass media, the paper has the finding that mass media usually emphasizes the negative news of the female graduates, stress their marriages, feelings and private activities, while neglects their studies and vocations. The author utilizes gender perspective to reveal how mass media objectify the female graduates, privatize their public roles and build up new images according to its purpose. The distortion of the images and reconstruction of reality can attributed to male dominance in the discourse production.

**Key words:** feminist studies on mass media; social gender; discourse analysis; ideology