

点打造的反腐节目,但是其中的女科长角色却被设定成通过拍马屁和权色交易上位的反面形象。于是,女官员的形象也在这一媒介传播中受到损害。由于性别平等意识的缺乏,使得春晚的一些节目内容难以产生民众期盼的社会正能量。

在目前的媒体政策中,有不少针对媒体内容的管理条例,但是这些条例基本没有针对男女平等的内容监管,一般只是笼统地规定禁止淫秽色情内容。要改善这一状况,需要进一步推动性别主流化,制定和落实包含男女平等内容的媒介管理政策,将性别指标纳入中国的媒体监管政策和指标体系中,完善传媒监管机制。使大众媒体在报道性别议题时有政策可依。一些媒体机构或特定节目还可根据自身的情况引入专家把关。比如,目前已经有不少专家呼吁,春晚应该在节目审查环节设置性别顾问或者加入性别平等的评价指标。

总体来看,男女平等作为国家的基本国策,历经多年的政策传播,已经在社会中达成了基本的认同,但这样的认同还没能形成全社会的价值共识。当前,一些媒体受到市场化竞争的影响,过于追逐收视率和点击率,这使得媒体更重视那些吸引眼球的、具有话题性的内容。在大众媒体的内容呈现中,一方面是大部分媒体对女性议题不关注的“性别无意识”,另一方面,又存在一些媒体像“女神和女汉子”的小品内容中过度消费女性的情况。

大众传媒是倡导社会主义核心价值观的重要平台,而男女平等价值观一直是社会主义核心价值观的题中应有之义。传媒作为社会公器,需要关注社会的公平正义,积极倡导社会主义核心价值观,宣传男女平等基本国策,传播男女平等的价值观念。在这一方面,大众媒介肩负着重要的社会责任,也需要做出更多的积极努力。

[参考文献]

- [1]陈文.央视羊年春晚收视创新低 观众规模首跌破7亿[N].新闻晨报,2015-02-22.
- [2]Chria Weedon, *Feminist Practice and Poststructuralist Theory*[M]. Oxford:Blackwell Publisher,1987.
- [3]李夏至.央视春晚用掌声记录仪测“笑果”[N].北京日报,2014-12-22.
- [4]徐子琪.“女汉子”李艾“鸭梨山大”难堪重负向何炅哭诉[N].城市晚报,2013-09-25.
- [5]郑海鸥.春晚,以观众之心为心——专访2015年央视春晚总导演哈文[N].人民日报,2015-02-10.

话语竞争与性别平等理念的传播

佟新

(北京大学 社会学系 北京 100871)

面对传统媒体和新型媒体的各种性别形象的出现,我首先想说的是,今天我们在一个充满竞争的话语场域中,创新话语和对文本的再解读是充满竞争的,其本质是知识的竞争,我们要借助这场知识之争

来传播性别平等的思想。

“女汉子”一词大约出现在2013年前后,不知是谁首先使用,但这一词的使用还是比较恰当地指代了一类女性——性格开朗、乐观、有责任感、有气场

作者简介:佟新(1961-),女,北京大学社会学系教授,博士生导师。研究方向:经济社会学、性别研究。

的大方女人。这一词汇的创造较成功地将新女性的气质表达出来，结合了传统的女性气质和男性气质中的积极成分。

然而，2015年春节晚会中的“女神”与“女汉子”对比性说唱表演，再次对“女汉子”一词加以解说，用具体的女性形象将“女汉子”与“无工作”“无男朋友”“无钱”的“三无”联系起来，并用“女神”与之对照，刻画出来的“女汉子”的乐观形象是悲凉无奈的，“女神”的形象被嵌入进传统女性气质的叙述中，并将漂亮和具有女性身体之美的形象与“有工作”“有男友”结合起来，透过文化的性别符号完成了传统男权思想的成功反转。

很快具有男女平权思想的女性们做出了积极的反应，要求相关部门停播春晚中具有性别歧视内涵的节目。在对春晚节目的抵制、讨论和调侃中，一些新的词汇被使用，“直男癌”一词让人不知所云，但却被频繁使用，“暖男”一词让人感受到新型男性气质的再造。

这一系列的话语变化，特别是对“女汉子”解读上的多元混杂，使人们看到公共话语空间是一个竞技场，人们如何创新话语以及如何再次叙述话语是充满竞争的，而话语竞争的背后是知识竞争。有关性别的话语叙述充满弹性，它与人们的阶级地位、年龄、相貌、性取向、民族、城乡等多元身份重叠在一起，不断变化，为新的平等话语创造出空间，同时传统的、强调性别等级秩序的话语更为强势，其会对新型的平等话语进行再解读。在今天的话语竞争中既存在着传统知识，也蕴含着新的知识的再造和传播。我们设想，如果有具有男女平权思想的艺术家去创作一台有关“女汉子”的节目，她可能会被塑造成一个大气、有作为、有能力，同时拥有工作和爱情的女人。因此，有关文本的叙述和表达，是要透过竞争来实现的，无疑，我们所处的文化环境依然是男权为主的，但是它也具有了一定的空间，由具有性别平等意识的人来发出声音。我们需要更清楚地意识到这是一个充满声音竞争的场域，要借助这个场域传达出性别平等的声音，通过塑造新的女性形象来彰显具有独立精神的女性气质。

第二，要看到中国的城市生活已经进入到消费时代，消费时代的主要特征是一切皆可消费，与“性

别”有关的一切都是具有商品价值的消费品，我们需要回应的问题是“性别平等的理念将如何纳入消费时代的生活中”？2015年的“三八”妇女节前，大学校园的学生们创建了自己的节日——“三七”女生节。这意味着年轻人对“三八”妇女节的不认同，也呈现出女性群体的多样化。被创建出来的“三七”女生节成为了男生对女生的集体表白节，在大学校园出现了各种祝福的标语，如“一生献给社会，今天献给女生”；“你们是阳光，温暖隔壁男生的心，照亮北边学弟的路”。条幅是为了吸引眼球的，越幽默越受欢迎。

消费主义时代生活方式的创造与文化传递至少具有四大特点：一是每个人皆成为主体，传统的权力关系被挑战，知识不再被“大师们”垄断。每个人的性别经验皆具有了存在价值。二是娱乐性成为消费的本质特征，“去严肃性”“去宏大叙述”成为一种常态。性别的等级秩序（或一切等级秩序）以消遣的方式被挑战、重复和消费。三是物化或商品化，商品的等级秩序成为性别秩序的重要表达，如“女神”就是要与“高大尚”的生活联系在一起。四是对文化的消费符号化，并与身体相联系。长期以来，女性的身体一直是男性欲望的客体，亦是被男性叙述的对象，那么在消费社会中女性作为自己身体的主体，用主体的方式来叙述自我，这为男女平权主义对抗消费社会提供了工具和武器。

第三，话语即行动，具有男女平权思想的人们需要在声音的争夺中生存与发展。我们需要参与到话语竞争中，创新话语，传播平等思想。美国从事劳工社会学研究的学者麦克·布洛维（Michael Burawoy）提出“公共社会学”的倡导，强调社会学家有责任在公共领域倡导劳工权利，对新自由主义的理念进行反思^[1]。我们同样需要一种“公共的性别平等观”的倡导，用话语来行动，公共空间借助话语得以拓展。在对性别的命名上，话语与实践巧妙地结合在一起。正如巴特勒所指出的，女性的主体和认同是在话语中的，是由话语建构出来的，是一种实践行动，而不是一个给定的概念。话语即行动是在反抗和挑战传统男权的文化秩序。在福柯的“谱系学”知识中强调谱系学知识的任务不是提出与既有理论不同的理论或思想体系，而是要“对抗整体统一的理论”，即使是一个词汇的创造性使用亦具有重要的意义。巴特勒设

想将戏仿(parody)作为性别颠覆的关键策略。她以“男穿女服”为例,指出穿异性服装能够凸显解剖意义上的性和性别身份之间的断裂,暴露出性别的社会模仿特征。性别颠覆的目的在于消除身体、性和性征的所谓自然属性,揭示其社会和政治建构性^{[2](P176)}。创新的或颠覆性的话语就是重要的社会行动。

第四,要认识到传递知识和话语竞争中新媒体的作用越来越重要。后现代的知识传递与创造打破了传统媒体以电视、报纸和书籍为主的方式,由此亦打破了传统上由权力和专业人士为主组成的知识空间,新媒体的传播方式以个体化的、多元的、混杂多种知识的方式传递与创新。在这一大背景下,性别平等的理念传递既要迎接挑战,又要将这一变化视为机遇,用新的方式来传递性别平等的理念。

随着互联网的发展,社会正在被分割为两个世界,一个是习惯于从互联网来获取资讯的年轻人的世界,一个是习惯于从传统媒介获得资讯的中老年人的世界。这两个世界并非完全隔绝,只是各有特点。重视和参与互联网资讯的创建就是进入年轻人的世界,进入一个新世界。在这一意义上也意味着女性群体自身的分化,保守与创新、接纳与反抗等首先发生在妇女群体内部,这种分化本身内涵新的力量。女性群体需要结盟,虽然不同的女性群体不断地要处理自身与党—国家以及社会的关系,但共同反思和反抗具有等级秩序的传统性别文化是不同女性利益群体结盟的重要基础。

第五,在性别话语的创造中,我们会不断体验到传统二元分割的性别气质的刻板印象带来的话语困境。“女汉子”与“暖男”在打破传统性别刻板印象的同时,又在传统的桎梏中无法避免地被恶意改写,以

至于“女汉子”会被设计为“无工作、无男友、无气质”的女人形象,这种词语的和想象力的二元分割是真正的“性别麻烦”。创造“去性别化”的话语空间和公共空间或许是普及性别平等理念的一条出路。因为在性别话语的背后是一整套的传统性别符号秩序,只有摒弃这一整套话语才能够开辟新的社会关系。因此以创新话语来打破传统性别刻板印象是行动的第一步,当“女汉子”一词与“自信和有责任”的女性形象相联系时;当“暖男”一词与“自信和关爱”的男性形象相联系时,这些形象就具有打破传统性别话语的意义。这种性别新形象的产生和创造需要我们有意识、有激励、有策略地加以创造和传播,这种形象和话语创造的意义在于它打破了传统的性别符号秩序。

事实上,有关社会性别以及社会性别二元分割的诸多理念来自于西方社会,在中国本土文化中有一些重要的文化遗产需要挖掘。目前,在互联网等各种媒介中新旧话语混杂,但一些新的形象和话语正在出现。金星的男变女身树立了反传统的、去性别的形象,这些都是令人鼓舞的事。

最后,我建议将“女权主义”(feminism)一词改为“男女平权主义”,这将有利于在多元话语的竞争中更好地宣传性别平等的思想。“男女平权主义”并不是什么新的用法,在台湾已经被广泛使用,更重要的是,“男女平权主义”是更为准确的用法,对“男女平权主义”一词的使用亦是重要的话语行动。

“使妇女成为相互冲突的含意的场所,就创造了政治上的新的可能性”^{[2](P176)}。因此,使性别议题成为论争的对象本身就具有重要的政治意义。

[参考文献]

[1][美]麦克·布洛维著,沈原译.公共社会学[M].北京:社会科学文献出版社,2007.

[2][美]史蒂文·塞德曼.有争议的知识——后现代时代的社会理论[M].北京:中国人民大学出版社,2002.