

# 香港中文大學 第十三屆傳播學訪問學者計劃

## 「性別與傳媒」 工作坊



### 訪問學者

方念萱	台灣政治大學傳播學院副教授
甘麗華	華中師範大學新聞傳播學院副教授
黃月琴	華中師範大學新聞傳播學院教授
焦霖	北京外國語大學國際新聞與傳播學院講師
李匯群	中國傳媒大學傳播研究院副教授
閻丘露薇	香港浸會大學傳理學院助理教授
蕭蘋	台灣中山大學管理學院行銷傳播管理所教授
王國鳳	上海師範大學外國語學院教授
王嵩音	台灣中正大學傳播系暨電訊傳播研究所教授
袁豔	華中科技大學新聞與信息傳播學院教授

### 工作坊委員會

邱林川教授（常務召集人）、廖雪婷教授（專題召集人）、陳韜文教授、羅文輝教授、李立峯教授、黃懿慧教授、朱順慈教授

📅 2020年1月15日（星期三）

上午9時至下午6時

📅 2020年1月16日（星期四）

上午9時至中午12時

📍 香港中文大學  
新亞書院人文館312室

### 查詢

電話：(852) 3943 8709（程曉萱）  
電郵：daisycheng@cuhk.edu.hk  
網址：www.com.cuhk.edu.hk  
報名：https://event.ebooking.com.cuhk.edu.hk

香港中文大學新聞與傳播學院  
第十三屆傳播學訪問學者計劃  
「性別與傳媒」工作坊

日期：2020年1月15日(上午9時至下午6時)

2020年1月16日(上午9時至中午12時)

地點：香港中文大學新亞書院人文館312室

語言：普通話

工作坊委員會：廖雪婷(專題召集人)、邱林川(常務召集人)、  
陳韜文、羅文輝、李立峯、黃懿慧、朱順慈

第1日 - 1月15日(星期三)

上午時段

9:00 - 9:15

開幕

邱林川

香港中文大學新聞與傳播學院教授、工作坊常務召集人

廖雪婷

香港中文大學新聞與傳播學院助理教授、工作坊專題召集人

合照 (9:15 - 9:30)

9:30 - 11:00

**第一節：媒體消費文化下的性別展演**

主持兼評論員

陳力深

香港中文大學新聞與傳播學院助理教授

講者 1

**超越極限，做自己？解讀廣告中的性別與運動**

蕭蘋

台灣中山大學管理學院行銷傳播管理所教授

講者 2

**空間的性別隱喻：清宮劇的宮廷空間研究**

李匯群

中國傳媒大學傳播研究院副教授

茶點時間 (11:00 - 11:15)

11:15 - 12:45

**第二節：女性與女權的網絡話語**

主持兼評論員

朱順慈

香港中文大學新聞與傳播學院副教授

講者 3

**女權主義的中國化詮釋——基於知乎平臺「田園女權」相關問答的主題分析**

甘麗華

華中師範大學新聞傳播學院副教授

講者 4

**#MeToo 運動的行動者、問題化框架與「共意」製造：基於 50 個舉報案例的研究**

黃月琴

華中師範大學新聞傳播學院教授

午膳 (12:45 - 14:30)

下午時段

14:30 - 16:00

**第三節：性別的想像：科技、社交媒體與性別形塑**

主持兼評論員

邱林川  
香港中文大學新聞與傳播學院教授

講者 5

AI（愛）心爸爸中國兒童智能陪伴機器人的男性氣質和父職焦慮  
袁豔  
華中科技大學新聞與信息傳播學院教授

講者 6

社交媒體中國大陸女性網紅形象：「語料庫輔助」的批評話語分析  
王國鳳  
上海師範大學外國語學院教授

茶點時間 (16:00 - 16:15)

16:15 - 17:45

**第四節：新聞生產語境中的性少數群體**

主持兼評論員

黃懿慧  
香港城市大學傳播與媒體講座教授、香港中文大學新聞與傳播學院教授

講者 7

內外有別：90年代至今《中國日報（China Daily）》對性少數群體的另類呈現  
焦霖  
北京外國語大學國際新聞與傳播學院講師

講者 8

如何性別化？臺灣紙媒新聞產製性別化的歷程分析  
方念萱  
台灣政治大學傳播學院新聞系副教授

歡迎晚宴 (18:30 - 20:30)

第2日 - 1月16日（星期四）

上午時段

9:00 - 10:30

**第五節：性別政治與媒體報導**

主持兼評論員

廖雪婷  
香港中文大學新聞與傳播學院助理教授

講者 9

台灣性騷擾事件新聞報導之趨勢分析  
王嵩音  
台灣中正大學傳播系暨電訊傳播研究所教授

講者 10

記者在前線：示威報導與性別暴力  
閻丘露薇  
香港浸會大學傳理學院助理教授

茶點時間 (10:30 - 10:45)

10:45 - 12:15

**第六節：圓桌討論與總結**

主持人

廖雪婷、邱林川

討論者

全部與會學者

午膳 (12:30 - 14:00)

- 每位論文講者演講時間為 25 分鐘。
- 評論員評論每篇論文及公開討論的時間為 20 分鐘。

## 第一節：

# 媒體消費文化下的性別展演

# 超越極限，做自己？ 解讀廣告中的性別與運動

蕭蘋

台灣中山大學管理學院行銷傳播管理所教授

## 摘要

本研究針對運動用品廣告媒介的文本接收，企圖探討女性閱聽人如何解讀運動廣告中所呈現的女性身體形象與女性氣質？如何詮釋廣告中所再現的運動與性別的關係？對於廣告中所挪用的女性主義思想又有何看法？而她們對於廣告的解讀又與她們日常生活中的運動實踐有何關係？本研究進行了4場焦點團體訪談，共有31位年輕女性的參與，訪談中她們分享了自己的運動經驗，並且針對3則運動相關用品的樣本廣告，進行解讀。結果發現，這些從事運動的年輕女性閱聽人，幾乎都是主動的閱聽人，她們對於3則廣告文本的解讀，都能發展出自我的意義詮釋，這種具有能動性的詮釋能力，並非憑空而來，而是具有相當的社會性，她們以日常生活的運動經驗、以及女性主義的媒介批判語彙做為廣告詮釋的文化工具與論述資源。然而，這些女性閱聽人的解讀，顯現了一重以自我、個人為中心、反對結構的後女性主義的主體性形成，這對女性主義的文化政略提出了一個重大的挑戰。

**關鍵詞：**性別、運動、廣告解讀、女性閱聽人、後女性主義

## 研究背景與問題

有長達三、四十年的時間，在媒介與性別的研究中，對於女性如何再現於廣告內容中的方式，一直存在很多批判與爭議的聲音(van Zoonen, 1994; Gill, 2007; 蕭蘋, 2018)。相關研究關注的議題，包括：廣告如何型塑和增強女性順從、被動、依賴、物化的形象？這樣的情形是否因為婦運的興起和女性主義的批評，而有所改變？令人一新耳目的是，自 1990 年代初期開始，運動用品製造商 Nike 開始在廣告中，發展出一種新的性別符號學(semiotics of gender)，敘說女性可以完成一種不受性別歧視與父權定義所羈絆的運動認同 (Goldman and Papson, 1998)。

描繪女性從運動中獲得增能的行銷策略，如今已被廣泛的運用在許多針對年輕女性市場的商品行銷中。如同 Cole and Hribar (1995)所提示的，如此的新女性形象必須放置在社會、政治、經濟力量交織的複雜網絡中，加以觀察。特別是運動已經不只是運動，而是一種 Messner, Dunbar, and Hunt (2000)所謂的「運動 - 媒介 - 商業綜合體」(sport-media-commercial-complex)，在其中運動不是獨立、分離的實體，而是在一個逐漸全球化的經濟連結中，被媒介所中介，以用來促銷許多消費性的產品 (Messner, 2002)。

在日常生活中，我們也的確感受到運動已然成為一種女性的日常休閒消費實踐(姜穎, 2017)。運動社會學家 Mansfield (2011)指出，美國社會在 1980 年代開始出現一種商業性健身(commercial fitness)，開啟女性身體與健康的商品化歷程，這種身體是精實、有肌肉、年輕、健康、有活力的象徵，並且提供一種異性戀女性氣質的典範。這也類似 Connell (1987)所謂「強化女性氣質」(emphasized femininity)的出現，亦即一種更強調強健肌肉的女性氣質。

近來由於健身產業的發展，有愈來愈多的一般女性開始練習健身、舉重，享受擁有肌肉所帶來的力量。因此有一些新的身體理想(bodily ideals)出現，擴展了過去強調瘦、苗條的標準，而允許緊實的身形和實質的體重(Bordo, 1993)。這種具有肌肉的女性，被視為具有能動性、力量和獨立性，可以抗拒父權的限制。然而，這種女性健身所帶來的身體能動性，充滿了矛盾，亦即這種身體的能動性究竟是一種抗拒、一種增能？還是這種具有肌肉的理想身形仍然是一種對於女性身體的要求，以及一種對於父權資本主義的「自我監控和順從」(self-surveillance and obedience)(Bartky, 1988)？這些爭辯放在媒介運動更加普及與豐富的脈絡之下，有更多值得關注的焦點，包括：新的女性主體性意義的形成，女性能動性和結構之間的抗衡和協商等。

由此可見，運動和性別認同之間，具有密不可分的關係。批判與後結構女性主義的觀點即將媒介運動視為一個文化領域，其中蘊含了深層的性別意識型態，無論是媒介內容的產製者、內容本身、或閱聽人，大都偏好男性，卻忽視女性。運動與男性氣概的論述合併形成一種連結(articulation)，不但很難被打破，而且會影響媒介運動中所有行動者的決策與行動(Bruce, 2013)。過去相關的研究大都針對新聞媒介的報導內容以量化內容分析方法進行探討(Claringbould, Knoppers and Elling, 2004; Fink, 2015)，但卻甚少針對廣告這個在「運動 - 媒介 - 商業的綜合體」之中扮演關鍵性角色的媒介，進行接收層次的分析。在資本主義的世界中，廣告不只促銷商品，更重要的是，它還具有意識型態的力量，可以建構迷思(Williamson, 1978; Werwick, 1991)。由於運動消費的本身是一個中介的過程(a mediated process)，在媒介運動的生產與接收之間具有一種循環的特性 (Greer, Hardin and Homan, 2009; Fink, 2015)，本研究針對廣告媒介的文本接收，探討女

性閱聽人如何解讀運動廣告中所呈現的女性身體形象與女性氣質？如何詮釋廣告中所再現的運動與性別的關係？對於廣告中所挪用的女性主義思想又有何看法？而她們對於廣告的解讀又與她們日常生活中的運動實踐有何關係？

## 文獻探討

### 運動、身體與性別

運動是研究性別的社會建構最主要的體制場域之一(Dworkin and Messner, 2000)。有組織的運動起源於 19 世紀末、20 世紀初由白人中產階級所創立，以鼓吹一種「自然優越」於女性、和其他種族和階級次屬團體(subordinate groups)的意識型態(Kimmel, 1990; McKay, 1991)。因此，運動雖然是一種自然的身體天賦，但仍是受到性別、種族、階級的階層所建構。而且即使有些女性會主動的參與有組織的運動，仍然會被刻板印象化，視為性或性別的偏差，被認為和女性氣質有所衝突，並且會被以某些方式隔離，以免挑戰了男性的優越意識(Cahn, 1994; Cayleff, 1995; Lenskyj, 1986)。由於男性運動和女性運動之間被刻意的隔離，男性的運動被假設是吸引男性的觀眾，女性的運動則是必須同時吸引男性與女性的觀眾，才能成功。結果，傳統的男性氣概與女性氣質因此得以持續下去。Dworkin and Messner (2000)即認為，運動做為一種文化與商業的生產，建構並行銷了性別，因此，除了製造商機之外，製造性別(making gender)也是運動的主要功能。

運動的體制(institution)在 20 世紀促成霸權男性氣概(hegemonic masculinity)的再建構，因此成為女性主義研究性別的一個主要場域(Birrell, 1988; Birrell and Cole, 1994; Hall, 1988; Hargreaves, 1994; Messner and Sabo, 1990)。霸權男性氣概一直導引著運動中性別規範的歷史發展(Roper, 2013)。運動可以視為一個文化的場址，在其中社會建構的男性氣概特質，包括：侵略、競爭，可以傳輸給男人與男孩，鼓勵他們在運動中發展陽剛的特質，並消滅陰性的氣質(Messner, 1990)。Hughes and Coakley (1991)指出，所謂的運動倫理(sport ethic)包含四種主要的特質：為比賽犧牲自我、無止盡的追求完美、經由痛苦去比賽、接受沒有限制。而理想的運動員就是要具有這樣理想的男性氣概，包括：犧牲自己的身體、侵略對手、盡力去贏得比賽。如果他們不能符合這樣的標準，就會被視為不夠陽剛，甚至被標籤為女性化、或是同志。因此，霸權男性氣概成為做一個成功運動員的基本要件。而另一方面，很諷刺的是，當女性參與運動、或是成為運動員，則會被刻板印象為具有陽剛特質、或是女同志(Roper, 2013)。

Markula(2005)認為，女性主義橫跨了運動研究的各個次領域。在 1980、1990 年代時期，女性主義的運動研究從心理學取向的性差異與性角色的討論焦點，轉而關注父權體制、性別關係和性別體系。運動對女性主義的研究而言，是一個再訪結構與能動性這個恆久議題的重要場域，並且可以進一步的探究具身性(embodiment)、認同、權力的相關爭議。而身體在運動實踐與意識型態中所佔有的中心位置，也成為批判性檢視性別的社會建構的一個重要議題(Connell, 1987; Lorber, 1994)。女性主義運動研究者希望將她們的研究與女性解放的行動相結合。Theberge (1987)指出，運動所具有的解放可能性在於女性可以有機會經歷身體的能量與創造性，並且在女性的社群中加以發展。在此時期，女性主義的運動研究企圖引起大家關注運動如何為女性增能(empowering)(Birrell & Richter, 1987;



Theberge, 1985, 1994; Young & White, 1995), 或反向的不增能(Inglis, Danylchuck, & Pastore, 2000; Krane and Barber, 2005), 以及如何促進女性在個人、團體、制度性的政治性變遷(Hargreaves, 1990; Kane, 1995), 此外, 亦有研究者將觸角延伸到大眾媒介中女性運動的再現(下文將有更多的討論)。

晚近, 女性主義的運動研究開始轉向後結構主義與後現代主義的取向, 關注運動中的權力、再現、認同、性別與社會差異等議題(Cole, 1993; Krane et al, 2004; Ryba and Wright, 2005)。因為運動和女性的身體一樣, 都是位處於政治、文化、歷史、經濟的結構中, 不應將其分離(Chow, 1999; Fisher, Butryn, and Roper, 2003; Ryba and Wright, 2005)。如前文所述, 運動具有解放性, 也具有限制性, 一方面, 運動允許女性擁有自由移動身體的力量, 但另一方面, 由於社會結構的限制, 女性也可能經歷展演女性氣質的期望(Butler, 1990)。

此外, 運動中的身體也一直是相關研究的焦點。過去的研究發現, 不同的價值被賦予至不同性別、階級和種族的身體, 例如:「理想的」女性身體是刻板印象的女性化(feminine)、異性戀、白人的特質(Fisher, Knust and Johnson, 2013), 這使得有色人種的女性、女同性戀、身障女性遭遇到被邊緣化的問題(Holliday and Hassard, 2001)。在媒介中大都呈現的是這種近乎理想的身體, 但卻很少呈現女性的身體彼此之間所具有的差異(Bordo, 1993), 這種理想化的身體形象則一再的經由父母、教師、大眾傳播媒介所加強和再製。

近來由於健身產業的發展, 有愈來愈多的一般女性開始練習健身、舉重, 享受擁有肌肉所帶來的力量。有一種新的身體理想(new bodily ideals)出現, 擴展了過去強調瘦、苗條的標準, 而允許緊實的身形和實質的體重(Bordo, 1993)。現在這種具有肌肉的女性, 被視為具有能動性、力量和獨立性, 可以抗拒父權的限制。然而, 這種女性健身所帶來的身體能動性, 如同前文有運動的討論一般, 同樣充滿了矛盾。究竟這種身體的能動性是一種抗拒、一種增能, 還是這種具有肌肉的理想身形仍然是一種對於女性身體的要求, 以及一種對於父權資本主義的「自我監控和順從」(self-surveillance and obedience)(Bartky, 1988)?

一方面有些女性主義者認為, 當女性運用能動性去發展身體的動能和肌肉的力量, 這些活動對女性來說可以增強自我, 去對抗女性是被動、柔順、虛弱的父權定義(Nelson, 1991; Young, 1990)。藉由運動和健身的參與, 女性創造了一種增能的場域, 在其中性別的意義是被騷動和重做協商的, 也因此可能主動拒絕主控的女性氣質定義(Kane and Lenskyj, 1998; McDermott, 1996; Guthrie and Castelnovo, 1992)。然而, 另一方面有一些女性主義研究者提出相反的論述, 他們認為, 這種所謂的身體「增能」有可能只是一種現代版的「馴順身體」(docile body), 也就是一種密集受到限制和壓迫的身體管理與檢查(Bordo, 1993)。這些討論和爭辯放在媒介運動更加普及與豐富的脈絡之下, 有更多值得關注的焦點, 包括: 女性主體性的新意義的形成, 女性能動性和結構之間的抗衡和協商等。

## 大眾媒介、運動、與性別

在過去 30 年, 有關性別、運動與媒介的研究, 使用多元的方法與理論途徑, 已經累積了相當的成果。這些研究都說明了, 媒介運動是一個以男性為主、具有霸權男性氣概的領域, 媒介運動的內容都是由男性(by men)、為男性(for men)所生產、與男性有關(about men)的內容。在媒介運動中特別受到推崇的大都是菁英、體能佳、異性戀、專業的運動員, 尤其是那些可以光耀國家的運動員。經由敘事

和形象的再現，媒介運動加強了運動與男性、男性氣概的歷史性連結(Bruce, 2013)。

早期的自由女性主義者，針對女性運動員在媒介內容中的缺席與瑣碎化做為關注的焦點，並且發起針對個人、組織與政府的長期行動。然而，根深蒂固的性別意識型態與運動再現卻仍然少有改變。Turner (1997)即指出，運動的報導具有一種制度化的性別歧視(the institutionalized sexism)，Toft (2011)針對 22 個國家 80 家報紙所做的調查即發現，只有 9%的運動報導是以女性運動員做為焦點。

自由派女性主義的觀點，後來受到批判的、後結構女性主義觀點的平衡，更能掌握女性氣質、男性氣概與性意識的社會建構之中，媒介運動所扮演的角色。批判與後結構女性主義的觀點將媒介運動視為一種文化的領域，其中蘊含了深層的性別意識型態，無論是媒介內容的產製者、內容本身、或閱聽人，大都偏好男性，卻忽視女性。運動與男性氣概的論述合併形成一種連結(articulation)，不只是很難打破，而且會影響媒介運動中所有行動者的決策與行動(Bruce, 2013)。許多國家的研究結果顯示，運動和男性氣概之間層層疊疊、微妙、複雜的連結方式，扮演了一個決定性的角色，影響媒介的報導內容偏好男性的運動，卻忽視女性的運動(Claringbould, Knoppers and Elling, 2004; Scott-Chapman, 2012; Lowes, 1999)。

Wensing and Bruce (2003)的研究發現，媒介運動的報導方式包含七種主要的技術和規則：

- (1) 性別標示(gender marking)，亦即只有女性的運動會標示性別，同時建構了男性的運動是一種常規(the norm)；
- (2) 強制性的異性戀(compulsory heterosexuality)，偏好可以完成異性戀性別角色(如：女朋友、妻子、母親等)的女性運動員，但卻忽視女同性戀的認同；
- (3) 合宜的女性氣質(appropriate femininity)，強調女性擁有和男性不同的身體與情感的特徵，例如：較小的體格、關懷他人、身體或情感上的脆弱等；
- (4) 幼稚化(infantilization)，削弱成功的女性運動員所帶來的象徵性威脅，將她們再現為沒有威脅力的「女孩」，呈現和運動無關的面向，例如：她們的家庭或個人生活、外貌等，而運動與這些面向相比，都是其次而已；
- (5) 性化(sexualization)，亦即以理想化的性吸引力論述來再現女性運動員，例如：在台灣的新聞媒介報導中，常以「俏妞」、「辣妹」來形容女性的運動選手(盧沛樺、張玉佩，2010)。在流行媒介和新聞媒介內容之中，性化愈來愈普遍，特別是廣告和男性雜誌中所再現的女性運動員，愈來愈常看到性化的再現方式，而引起了一連串的爭辯，亦即這樣的女性形象究竟是以傳統被動的方式、從男性凝視的角度去再現女性(Markula, 2009)，還是女性運動員的身體可以展現女性的性感，讓她被看見，而提供了一種延伸的可能性(Heywood and Dworkin, 2003; Thorp, 2011)。Bruce 等人(2010)針對紐西蘭、日本、南韓、土耳其等國家的研究則建議，性化的呈現是具有脈絡特定性的(context-specific)，亦即被性化的女性運動員通常都是來自國外，而不是本國的運動員；

- (6) 是女性運動員對其自我再現中的美貌與力量，並不感覺衝突，她們對主流媒介中所產製的形象，少有控制的能力，也因此媒介內容中傳達出的運動與美貌相互矛盾的訊息可能產生的效果，這個議題一直受到關注；
- (7) 模糊(ambivalence)，這是一個主流的媒介框架技術，已被運用了 20 多年(Duncan and Hasbrook, 1988)，也就是在推崇女性優異的運動能力和女性被忽視、瑣碎化之間來回擺盪。

在新聞媒體之外，廣告在媒介運動中是較不受關注的一個部份，雖然廣告是當代創造、與流通意義的一個具有影響力的媒介，但相關的研究卻仍不多見。雖然運動媒體和運動廣告在全世界運動迷的生活中扮演重要角色，卻很少有研究探查廣告如何描繪職業運動員作為產品代言人的形象 ( Stone, Joseph, & Jones, 2003 )。有關廣告中運動員形象如何建構霸權男性氣概、以及如何呈現運動與性別認同之間關係的相關研究，特別值得關注。

譚躍、蕭蘋(2017)針對台灣、中國、美國三個國家最受歡迎的男性生活時尚雜誌，在 2008 至 2010 年三年之間廣告內容中男性運動員的視覺符碼，進行量化的內容分析和質性的視覺符號分析。結果發現，男性運動員在男性生活時尚雜誌的廣告中，雖然數量不多，但主要呈現出粗獷陽剛的霸權男性氣概，運動員在男性時尚雜誌的廣告中通常是一個人單獨出現，總是顯得自信和獨立，並且處於動態的過程當中，他們是被其他人所等待與簇擁的對象，他們透過眼神、表情、姿勢、動作，俯視鏡頭，掌控著廣告中其他參與者、以及和觀者溝通的能量與方向。

在另一方面，相對於運動新聞中女性運動員所遭遇的「符號性消滅」(symbolic annihilation)的問題，廣告中有關女性與運動的再現卻已經開始產生變化。自 1990 年代開始，運動鞋的製造大商 Nike 和 Reebok 開始搶奪女性運動鞋的市場大餅。原本 Reebok 佔有女性運動鞋市場最大的比重，但 Nike 在 1990 年時聘用了兩位女性主義者的廣告公司(the Wieden and Kennedy ad agency)，開始關注對於女性重要的議題，改革了 Nike 的廣告與行銷策略，到了 1990 年代中期，即重奪市場的大位。Nike 的廣告運用如：女性運動基金會(Women's Sports Foundation)的研究成果，記錄女孩參與運動的正面、健康、增能的面向。它的廣告蘊含了個人賦權的訊息，將其附加在運動鞋的商品之上，再販售給女性 (Dworkin and Messner, 2000; Goldman and Papson, 1998)。

Cole and Hribar (1995)因此將 Nike 稱為「名人女性主義」(celebrity feminism)，因為這個公司成功的挪用了當代女性主義論述中個人賦權的語言，將 Nike 的公司形象與女性主義進行緊密的扣連。因此女性主義的認同可以展現在穿著或使用 Nike 的運動用品，穿著上有 Nike 勾勾的鞋子，代表的是一個獨立、有能量的個體、一個成功的年輕女性。然而 Dworkin and Messner (2000)則批評，Nike 的廣告所鼓吹的賦權有其基本的限制，這是一種服膺自由女性主義、個人化、去政治化的賦權，追求的是在消費主義的脈絡下個人身體的能動性，而非集體的能動性和政治。

## 研究方法

為了瞭解年輕女性在真實的日常生活中，如何對媒介文本進行解讀，本研究參照過去相關的女性閱聽人研究(Ballaster et al., 1991; Brown, 1993; Frazer, 1987; Crane, 2002; Currie, 1997, 1999)，決定採取焦點團體(focus group)團體訪談的方式進行。以團體方式進行訪談，可使研究者透過具有動態且互動的對話過程蒐集較多的樣本與資料，並且可以針對焦點問題獲得觀察大量語言互動的機會。

在參與者的選取方面，本研究以滾雪球的方式尋找與運動有關的廣告所設定的閱聽人—以年輕、中產階級、都會、具有運動的習慣的女性閱聽人為主。本研究最後完成了 4 場焦點團體，包括：在高雄市舉辦 2 場、以及台南市、新北市各一場，每場各約 7-8 位的受訪者，總共 31 人。在所有的受訪者中，年齡在 20 至 39 歲之間，其中 20 至 29 歲有 22 人，30-39 歲有 9 人；教育程度在大學程度有 19 人、研究所以上 11 人、高中職 1 人；婚姻狀態大都為單身(30 人)，僅有 1 人已婚、並有小心；從事的職業，以基層工作為主(如：助理，11 人)，其次為學生(6 人)、專業工作(5 人)、經營/管理(4 人)、自由業(2 人)、無工作(3 人)；在收入方面，較低收入者佔較多數，約三分之二強，包括：月薪 2 萬多元、和 3 萬多元者各有 7 人、1 萬元以下有 6 人、沒有收入 2 人，另一方面較高收入者佔少數，佔約三分之一，包括：4 萬多元有 2 人、5 萬多元有 3 人、7 萬多元有 1 人、9 萬元以上有 2 人(請見表一)。

4 場焦點團體在 2019 年 8 月 9-17 日之間完成，每場訪談的進行時間大約都在 2 小時左右。在每一場的訪談中，有些參與者彼此之間原本就是朋友，兩兩相識，一起結伴而來，但大部份是彼此不認識。在訪談的過程中，由於話題都環繞在運動的討論上，氣氛大致都很熱烈，常有笑聲出現，參與者之間不論識與不識，都有相當熱烈的言語互動。

在訪談進行前，我們請參與者先填答一份包含基本資料的簡單問卷，並寄給她們三則訪談時需要討論的廣告影片，請她們先行觀看。訪談時，則當場再次播放影片，然後進行討論。這三則廣告在訪談中當場播放，做為一種刺激，這是所謂的「自行驅使」(auto driving)的訪談技術，也就是提供參與者照片、錄影帶、文本或音樂等，讓他們可以進行詮釋(McCracken, 1988)。3 則廣告是選取最近 5 年內，內容呈現以女性運動為主的電視廣告，因為電視廣告本身即是豐富的文本，包含影像、聲音、故事、情節，具有多元與複雜的意義。在本研究所選擇的 3 則廣告中，著重在不同光譜的性別主體性呈現，從保守的物化到進步的個人能動性、和對結構的反思，每一則廣告的內容簡述如下：

### 一、每朝健康綠茶：兒茶素篇 (2014 年播出)

這則廣告由郭書瑤主演，廣告一開始郭書瑤身穿綠色短褲及白色露腰上衣進入健身房，吸引了眾人的目光。她的手上拿著一瓶廣告的商品每朝健康綠茶，說著「持續改變真的不簡單」，此時郭書瑤彎下腰、露出豐滿的胸部形狀，鏡頭也鎖定在她的胸前，她說著每朝健康綠茶是她的秘密武器，旁白便介紹起每朝健康綠茶含有市售最高含量的兒茶素，有助降低體脂肪，此時郭書瑤也對著鏡頭扭腰擺臀展現身材的曲線，最後她拿著每朝健康綠茶，一邊說著「運動加每朝，戰勝體脂肪」，她帶領著大家一起騎健身腳踏車，最後說道「不愛運動的妳，更要天天喝喔」。

## 二、Adidas × 張鈞甯：由我創造、一起變強 (2016 年)

廣告一開始張鈞甯從鐵門下鑽進拳擊場內，畫面字幕顯示她具有演員、跑者及健身女神的三重身份，接著畫面轉進她猛擊沙包、做仰臥起坐，一邊說著「想用地心引力虐出馬甲線」，而後鏡頭拍攝她與拳擊教練的對戰過程，說著「想用必殺技打敗卡路里」，之後畫面切換至戶外場景，她換上跑者服，在手錶上設定著這次跑步的里程目標，看向前方邁出步伐、享受急促的呼吸節奏，說著「想用腳步丈量每座城市」，畫面接著顯示她跑步的過程以及路程圖。最後，畫面顯示著她遊遍世界各地的照片，以高空彈跳的畫面伴著旁白「想見識一下，連自己都想像不到的張鈞甯」，最後一個鏡頭則轉回一開始在拳擊場的畫面，張鈞甯呼吸急促但眼神銳利地緊盯著鏡頭，「由我創造」的 slogan 浮現作為該廣告的結尾。

## 三、PG 好自在 Whisper：突破框架、我就是女生篇 (2018 年播出)

廣告以高雄後勁國小女足隊的真实故事做為題材，畫面開始為女子足球隊的比賽畫面，其中一名小女孩站在罰球線、神情緊張，接著旁白問到「有人跟妳說過，女生不應該做哪些事情嗎」，回答道「大部分的女生應該就是玩娃娃吧」，畫面隨即出現一個框住女孩雙足的方框旁邊寫著娃娃，象徵娃娃是個框架；另一個女孩回答說家人認為女孩子就是比較適合當護士，畫面同時出現寫著護士的方框；第三位女孩回答家人說「為什麼一個女生不去讀書、不去畫畫、不去跳舞，要來學足球」，畫面同樣出現寫著跳舞的方框。接著，罰球線上的女孩在畫面上跳球，說著刻板印象應該是大家認為男生踢球比較激烈，而女生較不積極、速度也慢；另一位女孩也說大部分人會覺得女生不比男生優秀。畫面轉向一名男生的守門員神情凝重準備應戰，而罰球線女孩邁開腳步踢出一球，卻被守門員攔截，女孩們皆露出失望沮喪的表情。畫面切換成黑幕寫著「在成長過程中，女生總會遇到許多框架」，再次回到訪問畫面，女孩們說到女生先天體能上的不足，只能靠訓練體能、超越體能的極限，即使颶風下雨、身體受傷，也會咬著牙練習，因為害怕自己一旦鬆懈就沒辦法贏球、沒辦法再撐下去。女孩們說她們的訓練跟男生足球隊是一樣的，而且女生在學戰術時比較專注，也同樣積極練習讓速度變快，她們覺得女生是不比男生差的。接著，每個女孩們都說著自己因為踢足球而獲得的自信心及成就感，其中一名女孩更自信地說「我想要證明男生做得到的，女生也做得到」。而後畫面轉成藍色的背景顯示「好自在想把這些框架變成舞台」，原先在女孩們足下的方框都擴展開來，畫面切換至足球場，每位女孩都做出備戰動作，伴著沉重的呼吸聲，這次罰球線女孩成功地射門了，歡呼聲四起，女孩們也開心地互相擁抱鼓勵。而後，畫面出現這支後勁國小女足隊的实际比賽畫面，寫著「勇敢打破『女生框架』，在舞台上奮力奔跑」，她們勇奪 2018 年歐洲聖馬利諾盃的冠軍。最後，畫面切回開頭的比賽場景，隨著女孩們高舉獎盃、雀躍歡笑的場景，「打破框架 #我就是女生」的 slogan 出現作為廣告的結尾。

在訪談進行前的一、兩週，本研究即邀請受訪者在線上填寫一個簡單的問卷，提供她們的一些個人基本資料和從事運動等，此外，本研究也先提供三則樣本廣告的影片，讓受訪者可以先行觀看。4 場焦點團體訪談，皆由研究者親自主持，並由助理在旁負責錄影、錄音和做田野筆記。

訪談的進行主要是根據一份半結構式(semi-structured)的訪談大綱，訪談的問題主要包含兩個部份：(1)個人的生活經驗與實踐：討論參與者個人的生活中的

運動，包括：個人從事運動的方式、對於運動、身體、健康的看法，對於家人、同性與異性的同學、朋友或同事的運動情形有何觀察，個人對自己的運動表現、身體的評價等；(2)針對三則樣本廣告中運動與性別關係訊息的接收與解讀：討論方式為先播放一則樣本廣告，然後詢問受訪者喜歡或不喜歡這則廣告，以及原因為何，並討論每則廣告中和運動、身體、性別有關的問題等。

訪談結束後，本研究將訪談的逐字稿與現場筆記，進行分析與詮釋，並與文本呈現的內容與蘊含的意義，進行交叉對照，以深度探究廣告文本中運動與性別關係意義的形成過程。

## 資料分析與詮釋

### 運動和自我

訪談一開始研究者通常會以詢問受訪者從事運動的主要原因何在，做為暖場，結果發現，受訪的年輕女性之所以熱愛運動、保有運動習慣的原因有兩種，第一種是從小就一直保有運動的習慣，並且參與校隊，從事排球、籃球、桌球、羽毛球、網球、跑步等的運動健將，有些更是長達 10 年的時間。第二類人則大不相同，她們說自己原本是缺乏運動、或不善長運動的人，「從小到大就是能躺著就盡量不要起來的那種」(受訪者佩的說法)，後來會從事運動主要是因為身體健康出現問題，需要運動加以改善；或是有來自工作或學業的壓力，需要運動加以紓解。少部份的人則提到從事運動是為了減肥，特別是一位美容美髮的工作者，她的公司給她這方面很大的壓力，要求她減肥。這一類參與者從事運動的時間較短，大約都在 2-3 年的時間以下。

在訪談前的問卷填寫中，我們詢問受訪者最長從事的運動包含那些(最多填寫 3 項)，在 31 位的受訪者中，有相當多人到健身房從事重訓、有氧、瑜珈等運動練習，有 24 人；而自行進行個人練習者，包括：游泳、快走、騎腳踏車等運動，則有 14 人；從事跑步和瑜珈者也頗為普遍，各有 12 和 10 人；從事排球、籃球、羽球等團體進行、具有競爭性質的球類運動者，有 8 人(參見表二)。

在談到從事她們所喜好的運動帶給她們最大的益處、和最大的改變是什麼時，受訪者的回應都和「自我」有關，她們大都環繞著「自我」的概念娓娓敘說她們的運動經驗。在參與者的敘說中，自我概念的浮現，大都是從自我的「身體」受到運動所帶來的實質改善做為基礎。有些人因為跑步，肌耐力變好了，有些人原本具有的慢性疾病，因為運動得到改善，而停止用藥，重獲健康。台北場參與者芷對於運動所增進的身體益處有一段生動的說明：

芷：我覺得運動帶給我的感受，是生活中至少你的身體不會背叛，因為可能工作、或是其他事，成果沒辦法自己決定，可是我覺得運動這件事情對我的感受是，只要你願意，身體一定會給你一些回饋。

由於運動而改善了身體健康，或是紓解了工作與生活中的壓力，更進一步帶給這些年輕女性在心理層面上的「正向循環」(參與者宛的說法)，讓她們更具信心。多位參與者談到在運動中的身體經驗時，都有非常生動而具體的描述：

佩：...現在我很喜歡飛輪，是因為它很快五十分鐘就好了，前面還有十分鐘、後面五分鐘的放鬆，這件事 focus 在中間那段時間，然後你 focus 在這段時間裡面，你會腦袋就是放空，就是跟著那個老師，然後你會感受到，大量的液體從你身上排出，然後我覺得那個汗，滴答滴答，滴在地上的時候，那些煩惱就跟著滴下去了。

佳：...做瑜珈，到了最後冥想的那個部分，常常在那個時候，得到一種洗滌跟救贖的感覺，那個時候，對我來說，很重要。(訪談者：洗滌跟救贖是什麼感覺?)就算我有課，或者是工作，我就會是將時間留給運動的，對我來說，它就是一件這麼重要的事，一直持續到現在，把它變成很認真的事情來思考，比方說，身體在什麼樣的狀態，心靈會有什麼樣的反應，或者是，我現在心情怎麼樣，我來做同樣的運動，會有什麼不一樣的感受，真的滿像一個身心靈的實驗室這樣。

運動中的身體做為一個具體的存在，其實與心靈和心理相互連結，帶給年輕女性們賦權的能量，這些能量對她們來說足以對抗生活中的許多壓力：

佳：我覺得(運動)給我強大的心靈能量。...就是真的忙到一個不行，每一個禮拜教的課真的多到一個不行，就一直要面對人群，對我來說，就是能量的消耗，可是運動這一個事情，給我的心靈的能量，讓我強大到足夠應付各種各樣的事。

有許多參與者都提到運動增加了她們的自信、以及對自我的瞭解，在這些敘事中，同樣是以身體的經驗做為基礎，但有趣的是運動帶來的能量在後來又超越了身體，不在計較原有對身形胖瘦的在意，而能對自己的身體感到自信，並且更喜歡自己，這個體會幾乎普遍存在於受訪者的回應中。舉例而言，在被問及運動帶來的最大改變為何時，從事重訓運動的受訪者虹提供了以下精彩的回答：

訪談者：妳所從事的這個妳所喜歡的運動，妳覺得帶給妳最大的改變是什麼？而妳周遭的人，比較跟妳親近的朋友、父母、伴侶等，他們對妳的這個改變有什麼樣的反應？

虹：我覺得是自信

訪談者：自信，嗯，怎麼說？

虹：因為開始有健身之後，其實我覺得妳身上的每一個部位都是妳努力得來的，所以一開始，我本來是胖，然後用飲食減減到很瘦，但是在瘦的時候，我怎麼看自己都還是不滿意，就是不知道就是哪裡怪？就是妳會很著重在什麼肚子的肉啊，還是這邊多一塊肉什麼的那一種。健身之後，就整個審美觀有點變了。妳會覺得這全部都是妳努力得來的東西，然後妳就不會去注意那個小細節，妳一看就是看整體，就覺得就是我的成果，對啊，就是自信。

訪談者：嗯，OK，那妳周遭的人呢，對於妳這種改變，不管是身形的變化，或是自信，他們的反應？

虹：我覺得那個是...，對，就是由內而外的，他們會覺得妳現在個性也變了

訪談者：嗯，怎麼說？

韻：我以前沒有辦法參加這種訪談，或是要講自己的事情啊什麼的。

訪談者：OK，但是現在比較樂於跟別人分享？

韻：對，因為我喜歡現在的自己，對。

訪談者：嗯~ 很棒的經驗

韻：我不覺得自己，我沒有什麼好不能講的。但以前就不是啊，以前就是因為又胖、又陰暗，就會覺得很多事情不想讓人家知道。

訪談者：OK，但是現在就比較開朗，比較有自信？

韻：現在，對，開朗，對對。

在參與者的說明中，一般在運動中會獲得的、聽起來很抽象的所謂的「自我對話」，都有非常具體的身體經驗做為證據支持，熱愛慢跑的受訪者怡在談到跑步對她的重要性時提到：

訪談者：總結來說，大家想想看妳覺得運動在妳的日常生活裡面扮演什麼樣的角色？對於妳的重要性是如何呢？或妳認為運動跟妳的關係是什麼？

怡：自我對話，還有療癒。

訪談者：怎麼說？自我對話是什麼意思？

怡：因為任何的運動，不管是跑步或是重訓，其實都是自己在跟自己對話最好的時間，妳了解妳身體的什麼東西在運作，妳知道妳現在自己在做什麼，妳了解妳自己現在每吸的一口氣、吐的一口氣，所以這時候是妳了解自己最好的時候，包含最脆弱的時候也可能在這時候出現，因為妳一定會撞牆，那妳要怎麼撐過這個撞牆期，自己去度過這個關卡，那每次突破、每次對話會讓自己的心智更加堅強。

訪談者：哇！聽起來好有吸引力喔！

怡：對，這個(指「運動」)是跟外面其他紓壓方法有點不太一樣的地方，就是不管是打球、打拳，在做某些動作的時候，一定會覺得我這個地方卡卡的，我要去怎麼樣把這個動作去改善，但是當妳在改善的時候會發現說，好像也打開了某個結，又更清楚自己的身體的感覺，或是整個流動這樣。對，這是我自己個人的想法啦。

從事運動對這些年輕的女性而言，除了對內在身體與心理上的自我增能之外，對外也幫助她們增進社交的網絡，建立認同，讓週遭的人(包括：朋友、同事、上司等)都對她們有正向的認知，肯定她們是有能力、個性開朗的人，從小就參加桌球隊的受訪者菁、和熱愛跑步的靜都有類似的經驗：

菁：我覺得打球對我來說應該是一種...加分，就會覺得說人家知道妳是校隊的、妳是做這個運動的，會覺得妳很厲害，然後會可以跟妳很多話聊，然後可能也會稍微去接觸就是各種運動相關的比賽，大家就會開始聊的更多，不管男生、女生，可能大家就對妳的就是觀點就會不一樣，大家就會覺得妳是一個陽光的、外向的女生，然後也就比較好去接觸大家。

靜：我覺得滿好笑的是，就是運動對我來說，好像已經凌駕在我前面了。



訪談者：怎麼說？

靜：因為我的裝扮可能也滿運動的，就是你去面試的時候，她們就會說你是不是有在運動，我說，對啊，我在運動，她們就說，那你做什麼運動？我就說我跑馬拉松，他們就會說，你都已經跑馬拉松了，那這個(工作)對你來說，應該沒什麼問題，我覺得這跟跑馬拉松有什麼關係？但他們就會說，你有跑馬拉松，這個你一定也可以做得到...

訪談者：所以你平常的裝扮也很運動，上班也是嗎？

靜：沒有，因為我是藥師，就外面要披一層白袍，但是我可能裡面還是穿緊身褲，或是運動鞋這樣子。

訪談者：方便你把白袍衣脫掉去運動嗎？

靜：對，因為我上下班都要騎腳踏車。

## 第一則廣告的解讀

雖然有少數 2、3 位的受訪者表示她們被這則廣告說服，其中一位還曾經因此去消費這個廣告所促銷的商品—每朝健康綠茶，但大部份的受訪者看完廣告後都表示「不舒服」、「不開心」、和「不喜歡」，特別是廣告中從一開始女主角瑤瑤刻意的彎腰露乳、以及後來扭腰、擺臀等的鏡頭，都被受訪者直接點出，這是來自「男性的視角」，是「物化」女性的表現，相關的說法舉例如下：

佳：她的那個鏡頭，一開始就令人討厭，她是用男人看女人的視角，然後加上那個乳溝，那個運鏡的方式，讓人覺得很不舒服，秤斤論兩的那種方式看女人，我們女生不會這樣看女生。

菁：就想說這廣告對我來說真的覺得莫名其妙(笑)。我就覺得她(指「瑤瑤」)明明就很正面的形象，為什麼還要就是特別 focus 在那一塊，就是她可以好好拿著飲料，幹嘛一定要彎腰拿著飲料？(大家笑：哈哈)而且我覺得這對女生來說，好像沒有激勵的感覺，就是(她)奶很大，啊我天生沒有就沒有，又不是我運動就會跑出來(大家笑：哈哈)，可是就覺得她有更好的一面，為什麼要展現身材這一面，當然她身材也很好啦，就是令人羨慕。但是我覺得女生，至少我自己看到這樣的廣告沒有特別的開心。

此外，有參與者對這則廣告的不滿是因為她們認為這則廣告「失真」，包括：健身房的運動用品的規格並非如此，廣告在這方面的表現「不夠專業」等。還有受訪者批評，廣告沒有傳遞很健康的資訊，這則廣告告訴消費者「不愛運動的妳，更要天天喝喔」，似乎喝了飲料，就可以不運動，「戰勝體脂肪」，有幾位受訪者即指出，這是拍給不運動、怕運動的人看的。

## 第二則廣告的解讀

大部份的受訪者都表達對這則廣告的喜好，主要原因是她們認為這則廣告是「真實」的，受訪者指出(特別是一些熱愛跑步的女性)，廣告女主角張鈞甯的穿著、妝扮、和她平常在社群媒體上的表現等，都表現出一個愛跑步、愛運動女性的真實形貌。熱愛跑步的受訪者怡和珊，即說出以下的感受，表達對廣告女主角運動投入的讚許之意：

訪談者：那妳看完這則廣告，最初的想法是什麼，妳們的感受是什麼？

怡：帥

訪談者：怎麼說？

珊：就是要很努力才能到這樣子。

怡：就那個是把自己「一」到一定的狀況、還有規律，尤其她們(指張鈞甯做為女演員)的生活跟作息是非常不規律的，可以讓自己一直保持這個東西其實是很厲害的事情。

珊：所以人家才會是女神。

怡：對啊(笑)

訪談者：喔~OK. 妳覺得這個廣告還滿有說服力嗎？

珊：嗯，對，就是目標。

怡：因為跟她的形象也符合(其他人：對)

訪談者：OK. 怎麼說？

怡：因為她形象本身大家就是都知道她很會運動，所以她在代言，就是會讓人覺得她就是在代言她日常生活做的事情，所以相對妳對於這個品牌的吸引力跟了解程度也會變大，妳就會想說「那我是買這個，就可以朝著女神的目標...」。

由於這則廣告強調女性將運動當做一種自我挑戰，在廣告中女主角挑戰各種激烈運動，包括：吊在沙袋上做仰臥起坐、拳擊、戶外跑步、高空彈跳等，一面說著「想用必殺技打敗卡路里」、「想用腳步丈量每座城市」、「想見識一下，連自己都想像不到的張鈞甯」，她的眼神銳利，令人印象深刻。雖然，大部份的受訪者都表示喜愛這則廣告，然而，也有兩位練習瑜珈的受訪者對廣告內容中的若干修辭，不表同意：

佳：我對它的修辭，很有意見，除了用腳丈量城市，是我可以贊同的之外，它說「用地心引力，虐出馬甲線」，我覺得這個「虐」有問題。(訪談者：是)然後「打敗卡路里」，這個「打敗」，我覺得就是「虐」跟「打敗」，這件事有一點太過於被濫用了，就是我覺得說，好像不是要用到，虐待跟折磨自己的程度。(訪談者：是)運動也可以是很開心的，然後我就是一種全新專注，不會被這東西給打敗的，這是我對修辭有一點挑剔的地方。

宛：其實就不需要虐待自己，或是不需要真的去克服些什麼。(訪談者：是)宛：運動就是自己跟自己對話，接受自己可以接受的程度，就像做瑜珈一樣嘛，我今天身體到這個程度，前彎就只能到這裡，或是當你在做天堂鳥的時候，我今天就起不來，那就是今天的你，你沒有必要到虐待，有時候你虐待過頭，就是傷害。

佳：我也想到，我那時候就看到「虐」、跟「打敗」這兩個字眼的時候，就讓我想到身心二元論。(訪談者：是)這種把它分開，好像是你要用心靈的力量，意志力去克服身體的怠惰，就是有一個心靈高於肉體的這個層次，我現在盡量不要去用二元論的看法，所以我還是覺得，應該是修辭的問題。

### 第三則廣告的解讀

第三則廣告的長度較長，像一支微電影的記錄片，以高雄後勁國小女足隊的真實故事做為題材，女足隊的小女孩們現身說法她們的訓練過程與獲得國際比賽冠軍的成果，由於廣告內容具有真實性，敘事頗為激勵人心，引起大部份受訪者的喜愛，例如受訪者如即認為：

如：我覺得它是三支(廣告)裡面我最喜歡的，我覺得這就是素人廣告，比那種請明星來要有真實感，就是更貼近妳的生活。像剛剛張鈞甯那支(廣告)，就是妳可能就覺得她在打拳或跑步的時候，就是很漂亮，就覺得她真的很厲害，然後很激勵，但是就覺得好想有點...太遙不可及的感覺。然後，請素人來拍廣告就會覺得很真實，然後看到她們就是踢贏球，就覺得真的很開心，就是她們的情緒是會感染到我的。

在這則廣告中，用了相當多的篇幅和畫面設計說明「在成長過程中，女生總會遇到許多框架」，包括：女生被人認為不應該踢足球、較不積極、踢球速度慢、不比男生優秀等。廣告的「框架說」引發了受訪者不同的意見和感想，有人贊成這個說法，但有更多人反對這個說法，紋是少數表示贊成框架說的受訪者，她認為廣告對於框架的討論是在激勵女性：

紋：那時候看就會覺得說，它把現代的性別框架拿出來看，畢竟是衛生棉的廣告，有一點在鼓勵，因為它的受眾就是在女性群眾，它有點在鼓勵現在的女生，就是要跳脫這個社會給你的性別框架，我覺得這是一件非常好的事情，包含在女權這一塊，它可以擴充，包含不要給別人下標籤、或是刻板印象。

然而，有更多的受訪者卻無法認同廣告對於框架的說法，她們認為廣告中所謂的「框架」已經不存在於當代的社會中，這是大人、或廣告製作者強加給這些小女孩的說法，有一些受訪者特別指出，她們不同意廣告中女孩說「我想要證明男生做得到的，女生也做得到」，舉例而言，受訪者菁雖然表示很喜歡這則廣告，但對於女孩要證明可以超越男生的說法，感到懷疑：

菁：我也是最喜歡這個廣告，...因為一開始我看的時候就會覺得就是小女生嘛，然後就是覺得這廣告她們應該就是只是想要拍這個廣告，...但是沒想到最後她們是贏得那個冠軍的那個球隊，然後就會覺得還滿訝異的。可是她們中間就講說「我是女生，所以我要證明我自己可以超越那些男生」，就會覺得這句話也太辛酸了吧?!就是為什麼我們女生就是特別辛苦，還要去證明我們是可以超越男生的，但是其實很多運動或是我覺得我們現在體壇上滿多女生都是比男生還耀眼、還厲害的，就覺得好像就是真的要很努力得到

冠軍，才能得到別人的認同，就是在女生這一塊。

受訪者宛和瑄在同一場訪談中，都表達對廣告中「框架說」看法的不滿，她們指出，運動是一種超越，但不是為了超越男生，而是為了超越自己，在現代社會中，男生已不是女性發展的阻礙了，廣告的「框架說」像是為了反對而反對：

宛：我剛好是，對這個框架就是不喜歡。(訪談者：是)因為我覺得這些小朋友，真的很可愛，然後我看到她們努力的表情，跟她們態度，我都覺得非常的好。而且我覺得她們一定是台灣很光榮的那個球隊。(訪談者：是)只是因為剛好講到那個框架，我看到這個，我覺得很不舒服，因為都已經什麼年代了，而且你是一個女性足球，女生足球，你本來這些操練等等的，就是為了你最後的比賽，你本來那些操練，不是為了要打敗男生的足球，你是在一個女生足球比賽裡面，去比這個比賽。(訪談者：是)所以你為什麼要跟男生的足球去比，而且最後面好像就是暗示著男生是阻礙我們女生發展的這件事，可是我覺得，在這麼小的孩子成長的階段，這不是一個很重要的議題，而且我覺得到了現在的社會，男生已經不是阻礙我們的。(訪談者：是)但或許也有，它把它放在這個足球隊裡面，然後到最後面，還是那個男性足球員他沒有接到那顆球，所以整體都是我女生要怎麼超越男生，可是這是事實嗎？可是今天你要比賽，你是在超越男生嗎？你是在超越你自己，然後一個鍛鍊，然後你去代表你的學校，代表這個國家，去做這個比賽。所以這個框架，有些我贊同，可是在男性的這個部分，是最沒有辦法接受。

瑄：是這樣的意念，其實會比較像，比如說，它這支是一個女性的生理用品，好自在，那如果說，今天沒有好自在，做自己的狀態，想要一直活在別人認為，你怎麼樣畫一個框框給你，那你是為反對而反對...

在另一場焦點團體訪談中，兩位熱愛重訓健身運動的受訪者虹和儀在討論廣告的「框架說」時，都直接表明她們反對「女權」主義，她們認為沒有必要去特別強調男女之間的差異，因為那是「天生物種的差異」，男、女生都各有自己的極限或優劣勢，主要在於自己如何去克服：

虹：我倒不是很女權，因為呃...我看完這個，因為它是好自在衛生棉的廣告嘛，它想要呈現的可能是說，用了它們的衛生棉之後，女生可以跟男生一樣強。可是實際上，大家都知道女生的體能就是比男生差。而且我覺得在這件事情，也不用特別去爭什麼，因為這就是天生物種的差異。所以我覺得運動就是跟自己比，因為就算同樣是女生，每個人的狀況也都不一樣，對。

儀：...那其實這就是每個人都要去思考說什麼叫做真正的平等。我每次看到這種強調女生或強調男生的廣告，我其實會不太喜歡看，就是因為我會認為說...為什麼要去強調這件事情，女生本來就有女生的劣勢在，男生也會有男生的劣勢在，那體能上女生當然就是有自己的極限，那妳要怎麼去克服，都是大家自己要去思考的問題，男生也會有極限哪，對啊!

## 結論

本研究探究運動用品廣告文本中的性別意義，然而廣告的意義存在何處？從何產生？廣告的研究者，大都認為廣告既沒有單一的、也沒有眾人共享的同意義(O'Barr, 1994; Leiss, Kline and Jhally, 1990)。過去針對廣告內容的研究，不是常忽略閱聽人對於廣告的反應，就是理所當然的將閱聽人視為「天真」或「易受影響」的(Currie, 1999)。女性主義社會學家 Smith (1990)即批評，文本分析只是從「文本的內部」去解讀讀者文本之外的生活。因此本研究的焦點，並不在於文本決定了觀眾，而是在於 Currie (1999, p. 290)所謂的「某些文本之外的東西」(the 'something' outside the text)，這些文本之外的東西，將我們的注意力從文本轉向社會的脈絡，本研究特別關注台灣社會女性主義和婦女運動的發展，是否影響了年輕女性的性別主體性？而這樣的影響是否可能成為一種「論述的資源」(discursive resources) (Croteau and Hoynes, 2018)，幫助閱聽人進行「對抗式的解讀」(oppositional reading)?

本研究的結果發現，這些從事運動的年輕女性閱聽人，幾乎都是主動的閱聽人。她們對於 3 則廣告文本的解讀，都能發展出自我的意義詮釋，這種具有能動性的詮釋能力，並非憑空而來，而是具有相當的社會性，她們以日常生活的運動經驗做為廣告詮釋的文化工具(cultural tools)，以具體、日常的身體經驗做為基礎，來理解並批判廣告文本的再現。因此，受訪者對於樣本廣告內容的批評或喜好與好，大都是從廣告是否真實開始，如果廣告的內容呈現貼近女性運動的真實經驗，就容易得到受訪者的喜愛。例如：受訪者批評「每朝健康綠茶」廣告中的女主角瑤瑤彎腰露乳、扭腰擺臀是不自然、不真實的，所以不令人喜歡，但 Adidas 廣告女主角張鈞甯的妝扮和平常的表現，就是一個跑者的真實樣貌樣子，「好自在」廣告中的國小女足隊成員，更是真實的素人，都受到大部份受訪者的喜愛。這種企圖展現一般女性的真實性，而非那種不尋常的理想形象，是後女性主義(postfeminism)時代廣告媒體的特色之一(Gill, 2007)。

此外，受訪者做為主動的閱聽人，她們做為廣告文本意義的核心詮釋者，在進行意義的生產時，可以發現她們會援引日常運動經驗所獲得的增能、以及女性主義的批判觀點做為雙重的文化工具、與論述資源，對於廣告的意義進行解讀。例如：受訪者批評「每朝健康綠茶」廣告是來自「男性的視角」、是「物化」女性，都是來自女性主義媒介批判的語彙，有少數 3 位受訪者對於 Adidas 廣告宣稱要「虐出馬甲線」、「打敗卡路里」的修辭，批評是太過「身心二元論」了，則是來自她們日常做瑜珈強調身心靈合一、統整的修練。這個結果，與 David Morley (1980)在英國針對「全國」電視節目的閱聽人研究結果類似，Morley 發現有些工會運動者可以進行「對抗式的解讀」，是因為他們具有「全國」節目內容中所沒有的工會政治的論述觀點。他們的社會位置提供了他們觀看世界的架構，讓他們看見某些事情，並且對另一些事情視而不見。這就是 Croteau and Hoynes (2018)所謂「論述的資源」(discursive resources)，指的是與某一種次文化或政治觀點相關的語言、概念或假設。在本研究中，可以發現女性主義的論述與運動實踐所帶來的賦權，已成為這些年輕女性詮釋廣告意義的論述資源。

值得注意的是，同一種文化工具，不是所有的人都同樣可以獲得的，而擁有某一種文化資源，也未必會保證一定有相同的訊息詮釋。由這樣的模式可以看出，閱聽人雖然具有主動性，但仍然在特定的結構條件限制之中。在本研究的發現中，可以看出運動對於年輕女性的自我認同有相當正向的作用，幾乎所有的受訪者都

表達了對於運動的投入與熱愛，而運動實踐除了改善她們的身體健康之外，並促成了她們對於自我的瞭解和喜愛，幫助她們建立了一個開朗、積極、有擔當的正向自我認同。然而，如此由運動所促成的、得到賦權的自我認同，在接觸到廣告文本的時候，則激發出不同的、具有矛盾的認同經驗。

在本研究結果發現中，強調可以經由個人努力去挑戰自我的 Adidas 廣告，獲得幾乎所有受訪者的贊同和喜愛，但「好自在」廣告在強調個人的努力外，還著眼於對於社會結構的批判，所提出的性別框架說法，則被大部份的受訪者拒絕，她們認為當代的社會，男性已不是女性發展的阻礙，女性要挑戰的是自己，而不是男性。例如：熱愛健身運動的受訪者虹和儀，直接就表達對於女權運動和女性主義的不滿，她們認為為何要特別強調男、女之間的差異，她們指出這是天生的差異，各自去克服即可，不需要特別去突顯。這又顯現了後女性主義的另一個特色，強調自我、做自己，但卻忽略了結構的框架與限制，這顯現了一種所謂「新」女性氣質，是將女性主義和女性氣質做結合(Gill, 2007; Gill and Scharff, 2011; Budgeon, 2011)。

由此可見，媒介的文本可以被視為一種「社會性文本」(social text)，它中介(mediate)了女性對於自我與其所處的社會世界的理解。從後現代與後結構主義的觀點來看，主體是經由語言與其它的意義系統而形成的。因為認同的經驗是分裂的與矛盾的，主體性即成為一個充滿持續衝突的不穩定場址。因此文化文本的閱讀也被視為一種「生產」(而不再只是「消費」而已)，因為閱讀會生產出多重的意義與主體性(Currie, 1999)。在後結構與後女性主義的媒體時代，女性主義的文化政略未來要發展出何種的媒體識讀策略，儼然成為一個重大的挑戰。

表一 31 位受訪者的背景

項目		人數
年齡	20 歲-29 歲	22
	30 歲-39 歲	9
教育程度	高中職	1
	大學	19
	研究所以上	11
婚姻狀態	單身	30
	已婚	1
是否有小孩	無	30
	有	1
職業	助理/基層工作	11
	學生	6
	經營/管理	5
	專業工作	4
	無工作	3
	自由業	2
月收入	沒有收入	2
	1 萬元以下	6
	1 萬~未滿 2 萬元	1
	2 萬~未滿 3 萬元	7
	3 萬~未滿 4 萬元	7
	4 萬~未滿 5 萬元	2
	5 萬~未滿 6 萬元	3
	6 萬~未滿 7 萬元	0
	7 萬~未滿 8 萬元	1
	8 萬~未滿 9 萬元	0
	9 萬元以上	2
	10 萬~未滿 12 萬元	2
	12 萬元以上	23

表二 受訪者經常從事的運動類型

運動類型		個別人數	總計*
健身房運動	重訓	10	24
	飛輪	3	
	有氧拳擊	2	
	赤足練習	2	
	Body balance	2	
	Barre	2	
	NTC	1	
	槓鈴有氧	1	
	皮拉提斯	1	
個人練習	游泳	3	14
	快走	2	
	騎腳踏車	2	
	爬山	1	
	太極拳	1	
	TABATA	1	
	有氧運動	1	
	伸展拉筋	1	
	塑身運動	1	
	墊上核心	1	
	跑步	慢跑、馬拉松等	
瑜珈	一般瑜珈、空中瑜珈	10	10
球類運動	排球	2	8
	籃球	1	
	羽球	1	
	高爾夫球	1	
	壘球	1	
	桌球	1	
	網球	1	

\*每位受訪者最多可填寫三項常做的運動



## 參考文獻

### 中文部分(Chinese Section)

- 姜穎(2017)。〈找回女人味：女性與運動的矛盾情結〉，戴伯芬(編)，《性別做為動詞：巷子口社會學 2》，頁 215-220。新北市：遠足文化。
- 盧沛樺、張玉佩(2010)。〈性別差異政治：女性運動員的媒體再現與認同糾葛〉，《中華傳播學刊》，17: 139-170。
- 蕭蘋 (2018)。〈性別與媒介〉，收錄於黃淑玲、游美惠(編)，《性別向度與台灣社會》，第四章，頁 85-102。第三版。台北：巨流。
- 譚躍、蕭蘋(2017)。〈男性氣概和運動：運動員模特兒在男性生活時尚雜誌廣告中的形象分析〉，《傳播研究與實踐》，7(2): 179-201。

### 英文部分(English Section)

- Ballaster, R., Beetham M., Frazer, E., & Hebron, S. (1991). *Women's worlds: Ideology, femininity, and the woman's magazine*. London: Macmillan.
- Bartky, S. L. (1988). Foucault, femininity, and the modernization of patriarchal power. In I. Diamond & L. Quinby (Eds.), *Feminism and Foucault: Reflections on resistance* (pp. 93-111). Boston, MA: Northeastern University Press.
- Birrell, S. (1988). Discourses on the gender/sport relationship: From women in sport to gender relations. *Exercise and Sport Sciences Review*, 16, 459-502.
- Birrell, S., & Cole, C. L. (Eds.). (1994). *Women, Sport, and Culture*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Birrell, S., & Richter, D. M. (1987). Is a diamond forever: Feminist transformation of sport. *Women's Studies International Forum*, 10(4), 395-409.
- Bordo, S. (1993). *Unbearable weight: Feminism, western culture, and the body*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Brown, C. (1993). The Continuum: Anorexia, bulimia and weight preoccupation. In C. Brown & K. Jasper (Eds.), *Consuming passions: Feminist approaches to weight preoccupation and eating disorders* (pp. 53-68). Toronto: Second Story.
- Bruce, T. (2013). Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication & Sport*, 1(1/2), 125-137.
- Bruce, T., Hovden, J., & Markula, P. (Eds.). (2010). *Sportswomen at the Olympics: A global comparison of newspaper coverage*. Rotterdam, Netherlands: Sense Publishers.
- Budgeon, S. (2011). The contradictions of successful femininity: Third-wave feminism, postfeminism, and 'new' femininities. In Gill, R. & Scharff, C. (Eds.), *New femininities: Postfeminism, neo-liberalism and subjectivity* (pp. 279-292). London: Palgrave Macmillan.

- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York, NY: Routledge.
- Cahn, S. K. (1994). *Coming on strong: Gender and sexuality in twentieth-century women's sports*. New York, NY: Free Press.
- Cayleff, S. (1995). *Babe: The life and legend of Babe Didrikson Zaharias*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Chow, R. (1999). When Whiteness feminizes... Some consequences of a supplementary logic. *differences: A Journal of Feminist Cultural Studies*, 11(3), 137-168.
- Claringbould, I., Knoppers, A., & Elling, A. (2004). Exclusionary practices in sport journalism. *Sex Roles*, 51, 709-718.
- Cole, C. (1993). Resisting the canon: Feminist cultural studies, sport, and technologies of the body. *Journal of Sport and Social Issues*, 17(2), 77-97.
- Cole, C., & Hribar, A. (1995). Celebrity feminism: Nike style post-fordism, transcendence, and consumer power. *Sociology of Sport Journal*, 12, 347-369.
- Connell, R. W. (1987). *Gender and power: Society, the person, and sexual politics*. Cambridge, UK: Polity.
- Crane, D. (2002). Gender and hegemony in fashion magazines: Women's interpretations of fashion photographs. In G. Dines & J. M. Humez (Eds.), *Gender, race and class in media: A text-reader* (pp. 314-332). London: Sage.
- Croteau, D., & Hoynes W. (2018). *Media/society: Technology, industries, content, and users*. London: Sage.
- Currie, D. (1997). Decoding femininity: Advertisements and their teenage readers. *Gender and society*, 11(4), 453-477.
- (1999). *Girl talk: Adolescent magazines and their readers*. Toronto: University of Toronto Press.
- Duncan, M. C., & Hasbrook, C. A. (1988). Denial of power in televised women's sports. *Sociology of Sport Journal*, 5, 1-21.
- Dworkin, S. L., & Messner, M. A. (2000). Just do ... what? Sport, bodies, gender. In M. M. Ferree, J. Lorber, & B. B. Hess (Eds.), *Revisioning gender* (pp. 317-361). Oxford, UK: AltaMira Press.
- Fink, J. S. (2015). Female athletes, women's sport, and the sport media commercial complex: Have we really "come a long way, baby"? *Sport Management Review*, 18(3), 331-342.
- Fisher, L. A., Butryn, T. M., & Roper, E. A. (2003). Diversifying sport psychology through cultural studies: A promising perspective. *The Sport Psychologist*, 17, 391-405.
- Fisher, L. A., Knust, S. K., & Johnson, A. J. (2013). Theories of gender and sport. In E. A. Roper (Ed.), *Gender relations in sport* (pp. 21-38). Rotterdam, NLD: Sense

Publishers.

- Frazer, E. (1987). Teenage girls reading *Jackie*. *Media, Culture and Society*, 9, 407-425.
- Gill, R. (2007). Advertising and postfeminism. In *Gender and the media* (pp.73-112). Cambridge, UK: Polity.
- Gill, R. & Scharff, C. (2011). Introduction. In Gill, R. & Scharff, C. (Eds.), *New femininities: Postfeminism, neo-liberalism and subjectivity* (pp. 1-17). London: Palgrave Macmillan.
- Goldman, R., & Papsen, S. (1998). Transcending difference? Representing women in Nike's world. In *NIKE culture: The sign of the swoosh* (pp. 118-145). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Greer, J. D., Hardin, M., & Homan, C. (2009). "Naturally" less exciting? Visual production of men's and women's track and field coverage during the 2004 Olympics. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(2), 173-189.
- Guthrie, S. R., & Castelnovo, S. (1992). Elite women bodybuilders: models of resistance or compliance? *Play & Culture*, 5, 378-400.
- Hall, M. A. (1988). The discourse of gender and sport: Form femininity to feminism. *Sociology of Sport Journal*, 5, 330-340.
- Hargreaves, J. A. (1990). Gender on the sports agenda. *International Review for the Sociology of Sport*, 25(4), 287-307.
- Hargreaves, J. A. (1994). *Sporting females: Critical issues in the history and sociology of women's sports*. New York, NY: Routledge.
- Heywood, L., & Dworkin, S. L. (2003). *Built to win: The female athlete as cultural icon*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Holliday, R., & Hassard, J. (2001). Contested bodies: An introduction. In R. Holliday & J. Hassard (Eds.), *Contested Bodies* (pp. 1-17). New York, NY: Routledge.
- Hughes, R., & Coakley, J. (1991). Positive deviance among athletes: The implications of overconformity to the sport ethic. *Sociology of Sport Journal*, 8, 361-74.
- Inglis, S., Danylchuk, K., & Pastore, D. L. (2000). Understanding retention factors in coaching and athletic management positions. *Journal of Sport Management*, 10, 237-249.
- Kane, M. J. (1995). Resistance/Transformation of the oppositional binary: Exposing sport as a continuum. *Journal of Sport and Social Issues*, 19(1), 191-218.
- Kane, M. J., & Lenskyj, H. J. (1998). Media treatment of female athletes: Issues of gender and sexualities. In L. A. Wenner (Ed.), *Mediasport* (pp. 186-201). London, UK: Routledge.
- Kimmel, M. (1990). Baseball and the reconstitution of American masculinity, 1880-1920. In M. A. Messner & D. F. Sabo (Eds.), *Sport, Men and the Gender Order:*

- Critical Feminist Perspectives* (pp. 55-66). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Krane, V., Choi, P. Y. L., Baird, S. M., Aimar, C. M., & Kauer, K. J. (2004). Living the paradox: Female athletes negotiate femininity and muscularity. *Sex Roles, 50*, 315-329.
- Krane, V., & Barber, H. (2005). Identity tensions in lesbian intercollegiate coaches. *Research Quarterly for Exercise and Sport, 76*(1), 67-81.
- Leiss, W., Kline, S., & Jhally, S. (1990). *Social communication in advertising: Person, products and images of well-being*. Toronto: Methuen.
- Lenskyj, H. (1986). *Out of bounds: Women, sport and sexuality*. Toronto, Canada: The women's press.
- Lorber, J. (1994). *Paradoxes of gender*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Lowes, M. D. (1999). *Inside the sports pages: Work routines, professional ideologies, and the manufacture of sports news*. Toronto, Canada: University of Toronto Press.
- Mansfield, L. (2011). 'Sexercise': working out heterosexuality in Jane Fonda's fitness books. *Leisure Studies, 30*(2), 237-255.
- Markula, P. (2005). *Feminist sport studies: Sharing experiences of joy and pain*. New York, NY: SUNY Press.
- Markula, P. (Ed.). (2009). *Olympic women and the media: International perspectives*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- McCracken, G. D. (1988). *The long interview*. Newbury Park: Sage.
- McDermott, L. (1996). Toward a feminist understanding of physicality within the context of women's physically active and sporting lives. *Sociology of Sport Journal, 13*(1), 12-30.
- McKay, J. (1991). *No pain, no gain: Sport and Australian culture*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Messner, M. (1990). Boyhood, organized sports, and the construction of masculinities. *Journal of Contemporary Ethnography, 18*(4), 416-444.
- Messner, M. A., Dunbar, M., & Hunt, D. (2000). The televised sports manhood formula. *Journal of Sport and Social Issues, 24*(4), 380-394.
- Messner, M. A. (2002). *Taking the field: Women, men, and sports*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Messner, M., & Sabo, D. (1990). *Sport, men, and the gender order: Critical feminist perspectives*. Champaign, IL: Human Kinetics Press.
- Morley, D. (1980). *The Nationwide audience*. London: British Film Institute.
- Nelson, M. B. (1991). *Are we winning yet : How women are changing sports and sports are changing women*. New York, NY: Random House Incorporated.

- O'Barr, W. M. (1994). *Culture and the ad*. Boulder, Co: Westview Press.
- Roper, E. A. (Ed.). (2013). *Gender relations in sport*. Rotterdam, NLD: Sense Publishers.
- Ryba, T. V., & Wright, H. K. (2005). From mental game to cultural praxis: A cultural studies model's implications for the future of sport psychology. *Quest*, 57, 192-212.
- Scott-Chapman, S. (2012). *The gendering of sports news: An investigation into the production, content and reception of sports photographs in New Zealand newspapers*. Unpublished doctoral thesis, University of Waikato, Hamilton, New Zealand.
- Smith, D. (1987). *The everyday world as problematic: A feminist sociology*. Boston: Northeastern University Press.
- (1988). Femininity as discourse. In L. Roman and L. K. Christian-Smith (Eds.), *Becoming feminine: The politics of popular culture*. Philadelphia: Falmer.
- (1990). *Texts, facts and femininity: Exploring the relations of ruling*. London: Routledge.
- Stone, G., Joseph, M., & Jones, M. (2003). An exploratory study on the use of sports celebrities in advertising: A content analysis. *Sport Marketing Quarterly*, 12(2), 94-102.
- Theberge, N. (1985/1994). Toward a feminist alternative to sport as a male preserve. In S. Birrell & C. L. Cole (Eds.), *Women, sport, and culture* (pp. 181-192). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Theberge, N. (1987). Sport and women's empowerment. *Women's Studies International Forum*, 10(4), 387-393.
- Thorpe, H. (2011). *Snowboarding bodies in theory and practice*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Toft, D. (2011, October 3). *New sports press survey: Newspapers focus narrowly on sports results. Play the game*. Retrieved from <http://www.playthegame.org/knowledge-bank/articles/new-sports-press-survey-newspapers-focus-narrowly-on-sports-results-5248.html>
- Turner, G. (1997). Media texts and messages. In S. Cunningham & G. Turner (Eds.), *The media in Australia: Industries, texts, audiences* (2nd ed., pp. 381-393). St Leonards, NSW: Allen & Unwin.
- Van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wensing, E. H., & Bruce, T. (2003). Bending the rules: Media representations of gender during an international sporting event. *International Review for the Sociology of Sport*, 38, 387-396.
- Wernick, A. (1991). *Promotional culture: Advertising, ideology and symbolic expression*. London, UK: Sage.
- Williamson, J. (1978). *Decoding advertisements: Ideology and meaning in advertising*.

London, UK: Marion Boyars.

Young, I. M. (1990). *Throwing like a girl and other essays in feminist philosophy and social theory*. Bloomington, IN: Indiana University Press.

Young, K., & White, P. (1995). Sport, physical danger, and injury: The experiences of elite women athletes. *Journal of Sport and Social Issues*, 19, 45–61.

# 空間的性別隱喻：清宮劇的宮廷空間研究

李匯群

中國傳媒大學傳播研究院副教授

## 摘要

清宮劇是中國電視劇的重要類型之一。新世紀以前的清宮劇，更多以歷史正劇的形式呈現，更注重建立歷史和當代主流政治意識形態之間的關聯。2004年以來，隨著港劇《金枝欲孽》在香港和大陸帶動收視狂潮，直接促成了清宮劇的製作向以宮鬥為主的後宮情感劇轉型。在新世紀以來的清宮劇中，宮廷作為清宮劇的敘事空間，嚴格遵照前朝後寢的制度而建構，後宮嬪妃在此展開情場角逐，主動或被動地放棄參與國家政務的機會。封閉的宮廷，隱喻著公共領域對女性群體的排斥。以費孝通的「差序格局」理論和福柯的權力理論來解讀，宮廷的空間流動既一定程度上折射出儒家性別秩序的彈性，又充滿了規訓和懲罰的隱含意味。在列斐伏爾看來，不同生產方式生產出不同社會空間，在中國當下都市女性受眾的解讀下，宮廷被想像為有限的奮鬥空間，在不觸動終極權力結構的前提下，小心翼翼地靠近並分享部分權力，這是當代中產階級女性群體所做出的選擇，也是當下中國社會性別現狀的符號隱喻。

**關鍵詞：**清宮劇、差序格局、權力意志、空間生產、性別隱喻

## Abstract

The Qing Palace TV drama is one of the important types of Chinese TV dramas. The Qing Palace TV dramas before the new century are more in the form of historical dramas, and more emphasis on the connection between history and contemporary mainstream political ideology. Since 2004, with the Hong Kong drama “War and Beauty” in Hong Kong and the mainland to promote the viewing frenzy, directly contributed to the production of the Qing Palace TV dramas to the Gongdou-based harem emotional drama transformation. In the Qing Palace TV dramas since the new century, the court as the narrative space of the Qing Palace TV dramas, strictly constructed in accordance with the system of that the court is in the front while living quarters are at the rear, the harem squats in this situation, actively or passively give up the opportunity to participate in state affairs. The closed court symbolizes the exclusion of the female community in the public sphere. Interpreting from Fei Xiaotong's “differential pattern” theory and Foucault's power theory, the court's spatial flow reflects the elasticity of the Confucian gender order to a certain extent, and also is full of the implicit meaning of discipline and punishment. In Lefebvre's view, different production methods produce different social spaces. Under the interpretation of the current urban female audience in China, the court is imagined as a limited struggle space, carefully approaching and without touching the ultimate power structure. Sharing part of the power is a choice made by the contemporary middle-class female group and a symbolic metaphor for the current gender status in China.

**Keywords:** Qing Palace TV dramas, differential pattern, power will, space production, gender metaphor



清宮劇是中國電視劇的重要類型之一。新世紀以前的清宮劇，更多以歷史正劇的形式呈現，更注重建立歷史和當代主流政治意識形態之間的關聯。最典型者如二月河小說被先後改編為電視劇《康熙大帝》、《雍正王朝》、《康熙王朝》等，清朝帝王在電視劇中都被塑造為勤政愛民、廉潔不阿的聖君形象，而《宰相劉羅鍋》、《鐵齒銅牙紀曉嵐》等劇則遵循清官智鬥貪官、朝廷鐵腕反腐等模式，在劇中極力再現太平盛世的繁華景象。在研究者看來，這類清宮劇「是老百姓內心的一種熱切的盼望，又是一種無聲的宣泄，這就是長期積澱於老百姓靈魂深處的『聖君意識』和『清官意識』」（陳昌勇，2006:24）。

2004 年之後，港劇《金枝欲孽》在香港和大陸帶動收視狂潮，數據顯示，《金枝欲孽》一度進入內地省級電視臺收視率排行前 10 名電視劇之列，截至 2019 年 9 月 25 日，該劇在豆瓣平臺有 84,449 位評分受眾，平均得分為 8.9 分。《金枝欲孽》的成功，直接促成了清宮劇的製作開始向以宮鬥為主的後宮情感劇轉型，這主要體現在兩個方面：

圖一 2005-2007 年省級衛視電視劇單平臺收視 TOP20

排名	劇目	頻道	開始日期	結束日期	收視率(%)	收視份額(%)	收視指數
1	大長今	湖南衛視	20050901	20051015	3.88	16.98	3.11
2	回家的欲望	湖南衛視	20110310	20110331	3.50	17.29	2.68
3	武媚娘傳奇	湖南衛視	20141221	20150203	2.96	7.92	1.91
4	卓月傳	上海東方衛視	20151130	20160109	2.85	7.34	2.48
5	<b>人民的名義</b>	<b>湖南衛視</b>	<b>20170328</b>	<b>20170418</b>	<b>2.77</b>	<b>8.73</b>	<b>1.81</b>
6	宮	湖南衛視	20110131	20110221	2.48	11.41	2.87
7	宮鎖珠帘	湖南衛視	20120120	20120208	2.43	10.79	1.82
8	又見一帘幽夢	湖南衛視	20070630	20070728	2.40	6.75	2.76
9	一起来看流星雨	湖南衛視	20090808	20090829	2.38	11.25	2.18
10	金枝欲孽	湖南衛視	20060215	20060307	2.25	9.45	2.07
11	花千骨	湖南衛視	20150609	20150907	2.12	11.28	2.27
12	百萬新娘第二部	湖南衛視	20130317	20130417	2.12	5.62	1.19
13	戰旗	江蘇衛視	20121116	20121202	2.12	5.46	1.70
14	天使的誘惑	湖南衛視	20110329	20110415	2.11	10.61	1.45
15	咱們結婚吧	湖南衛視	20131106	20131210	2.10	5.58	1.30
16	又見一帘幽夢	湖南衛視	20070630	20070726	2.09	8.82	2.01
17	傳聞中的七公主	湖南衛視	20090225	20090422	2.07	11.08	2.03
18	綠光森林	湖南衛視	20070727	20070806	2.05	8.04	2.20
19	親愛的翻譯官	湖南衛視	20160524	20160618	2.04	6.17	1.59
20	與狼共舞	江蘇衛視	20121202	20121217	2.02	5.29	1.48

數據來源：CSM 城市，省級衛視，2005 年至今，4+  
my.hupu.com/16094634546432  
头条号 / 逗比爱上海

首先，是有相當數量的網絡小說作者投身於清宮小說的創作。如作家吳雪嵐(筆名流瀲紫)受到《金枝欲孽》如妃故事的啟發，「想寫一個聰明人在感情裏糊塗的故事」(孫勇，2012)<sup>1</sup>，於 2006 年開始在網絡論壇寫作連載小說《後宮·甄嬛傳》，後又繼續創作了《後宮·如懿傳》。結合當時風行一時的「穿越」題材，網絡小說作者們一度創作出「清穿」類型小說，其中金子《夢回大清》、桐華《步步驚心》、晚清風景《瑤華》等三部被稱為「清穿三座大山」<sup>2</sup>，在網絡小說論壇中備受推崇，《夢回大清》、《步步驚心》後更進一步被改編為電視劇。其次，宮鬥類的清宮劇也得到影視行業主創團隊的青睞。如鄭曉龍作為知名正劇導演，直

接投拍《甄嬛傳》、《如懿傳》。又如於正先後出品了多部清宮劇，包括《宮鎖心玉》、《宮鎖珠簾》、《美人無淚》、《延禧攻略》等，而《延禧攻略》更成為現象級的熱播劇。

## 空間的建構：宮廷被設定為女性的情感角鬥場

清宮劇的主流從歷史正劇逐漸轉變為後宮情感劇，並非無獨有偶，此種敘事內容的「窄化」亦可見諸於其他朝代的宮廷劇，有研究者總結歷史劇「表現內容也從以帝王謀臣之間的『權謀之爭』過渡到『後妃宮鬥』」。由此形成了歷史正劇—傳統歷史小說—正史—大說—權謀—朝堂—帝王—恢宏陽剛等多項同構；同時，也確立了「宮鬥劇」—網文—野史—「小」說—後妃—婉曲陰柔等對應聯繫」（戴清，2019:7）。作為在中國民間社會最有影響力、製作數量最多的歷史類型劇，清宮劇的內容窄化更為明顯。

首先是時間的重選選擇及設定。新時期以來的清宮劇從時間上大都選擇了清代前中期，尤其是所謂康乾盛世階段，從而基本避開清後期尤其是第一次鴉片戰爭以來的衆多宏大歷史敘事題材，使得敘事得以更聚焦於宮廷故事本身。

其次，宮廷作為清宮劇的敘事空間，嚴格遵照前朝後寢的制度而建構。以幾部現象級清宮劇為例：《甄嬛傳》，太后住壽康宮，皇后住景仁宮，華妃住翊坤宮，端妃住延慶殿，富察貴人住延禧宮，敬嬪住咸福宮，甄嬛住碎玉軒。《延禧攻略》，太后居壽康宮，皇后住長春宮，高貴妃住儲秀宮，嫺妃住承乾宮，愉貴人住永和宮，魏璎珞住延禧宮等。《如懿傳》，太后先居壽康宮，後移居慈寧宮。皇后住長春宮，如懿住延禧宮和翊坤宮，純貴妃住鐘粹宮，海蘭和惠貴妃共住咸福宮，玫常在住永和宮、安華殿，嘉嬪和慎嬪住啓祥宮，嬿婉住永壽宮，穎妃住儲秀宮，容貴人住承乾宮等。從三部清宮劇的空間安排來看，後宮女性根據地位尊卑而定寢宮，清宮後妃根據品級，在皇后之下設有皇貴妃、貴妃、妃、嬪、貴人、常在、答應等多個級別，地位尊貴者有選擇條件更好寢宮的優先權，居住在同一寢宮中的妃嬪，品級高者對品級低者有相應的管理權力。如《甄嬛傳》每座宮殿都有主位嬪妃住主殿，地位稍低的妃嬪住副殿，如曹貴人住在華妃的翊坤宮，夏常在和安陵容住在富察貴人的延禧宮，而甄嬛的碎玉軒中還有淳常在。

在空間布局方面，妃嬪寢宮與皇帝的工作場所絕對隔絕，這使得她們主動或被動地放棄參與國家政務的機會，只能在後宮展開情場角逐，上演一幕幕杯水風暴。如三部劇中作為後宮之主的皇后，心心念念的仍然是如何得到皇帝的情愛，其他妃嬪也完全圍繞爭寵展開日常活動，贏得帝王之寵是她們後宮生涯的唯一目的。劇中才華能力杰出的諸多女性，即使偶爾進行權謀策劃，究其本心，也仍然是為得到皇帝或其他男性的所謂「專一」愛情。《甄嬛傳》中，皇后黑化的唯一原因就是放不下對皇帝的愛情，出身權臣之家的華妃嫉妒任何得到皇帝寵愛的妃嬪，而甄嬛居然幻想和皇帝做彼此專情的普通夫妻，出於這個目的，她才捲入了針對華妃兄妹的政治事件中。《甄嬛傳》並非個例，事實上，從2011年《步步驚心》熱播開始，清宮劇即陷入了以女主角感情戲為主綫的建構模式，九子奪嫡被間接解構為多男戀一女的敘事模式，國家事務、政治風雲等都退而成為女性追逐愛情迷思的幕後背景。此後的清宮劇，大多沿襲此種敘事模式，在一定程度上，清宮劇的空間建構是「男主外女主內」傳統性別秩序的投射，進一步強化了女性被情感左右，主動局限於私人空間的刻板印象。

## 空間的流動：費孝通和福柯的對比視角

### 差序格局：空間流動與關係親疏

封閉的宮廷，隱喻著公共空間對女性群體的排斥。然而，在這封閉空間裏，女性的位置卻是流動的。以甄嬪為例，她入宮後居住的場所包括碎玉軒、碧桐書院、永壽宮、慈寧宮等，空間的流動直接反映了宮中地位的升降浮沉。空間的流動不僅僅是簡單的寢宮更換，還包含與皇帝距離的遠近調整，如甄嬪選秀時即得到皇帝注目，起初被安排入住承乾宮，宮殿距離皇帝的養心殿距離亦近，但華妃為打壓新人，特意將她調至偏遠的碎玉軒，距離養心殿也更遠，地理的遠近，也是關係親疏的反映。

上個世紀 40 年代，費孝通先生曾提出「差序格局」的概念，深入剖析了傳統中國社會的特點。所謂「差序格局」，是與西方社會的「團體格局」對照而論的，費先生曾經用生動形象的比喻說明了二者之間的差別：「西洋的社會有些像我們在田裏捆柴，幾根稻草束成一把，幾把束成一扎，幾扎束成一捆，幾捆束成一挑。每一根柴在整個挑裏都屬一定的捆、扎、把。每一根柴也可以找到同把、同扎、同捆的柴，分扎得清楚不會亂的。在社會，這些單位就是團體」，(費孝通，1998:25)「我們的格局不是一捆一捆扎清楚的柴，而是好像把一塊石頭丟在水面上所發生的一圈圈推出去的波紋。每個人都是他社會影響所推出去的圈子的中心。被圈子的波紋所推及的就發生聯繫」(費孝通，1998:26)。在差序社會裏，個人判斷外界人、事的出發點都是「己」，距離「己」最近的人就是「自己人」。對「自己人」的判斷標準和評價尺度都明顯有別於「外人」，所有的社會關係都是按照親疏、遠近、內外的順序在建構、運作著。從某種程度上來說，差序格局是一種具有相當彈性空間的社會結構，通過不斷調整自我與他人之間的「差」，個人往往能在等級森嚴的社會體系中，尋找到一定的生存和發展空間。

以費孝通的「差序格局」理論來解讀清宮劇中的性別關係，可以看到紫禁城的皇帝是中心，後宮嬪妃們終其一生的奮鬥，也不過是力求在皇帝的關係網絡中升級貼近，清宮如同競技場，為實現晉級，嬪妃們各顯身手，將空間轉變為舞臺。舞臺有兩類：一類是靜止的舞臺——寢宮。為贏得皇帝歡心，妃嬪們精心布置寢宮，裝飾、熏香、綠植、精緻茶點等一應俱全，加強自身的吸引力和競爭力。另一類是流動變化的舞臺，如御花園、亭榭、冰場等，妃嬪們與皇帝不期而遇或有意以歌聲、舞蹈、曼妙身姿等吸引皇帝，拉近和皇帝的距離，以求得更多晉級可能。如此看來，晉級固然不容易，但妃嬪們最初卻都保有向上流動的憧憬，空間的流動變化，在一定程度上折射出儒家性別秩序的彈性。

### 規訓和懲罰：空間流動與權力意志

值得注意的是，妃嬪地位的向上流動，固然離不開妃嬪們的努力，決定權卻掌握在最高統治者——皇帝手中，而為促進後宮的流動性，皇帝自身也有意無意成為空間流動的一個環節。清宮劇中，皇帝往往以有意造訪/疏遠來調整與妃嬪的關係，關係稍微疏遠者，即偶然造訪，以示皇恩；關係過於親密者，即稍加疏遠，以示皇威。換言之，皇帝在後宮中是流動的，以雨露均沾儘量協調後宮，並凸顯其無可撼動的權威。

以福柯的權力理論來解讀，社會空間充滿了規訓和懲罰的隱含意味，「在組

織建立『單人密室』、『場所』、『座次』時，紀律創造了既是建築學上的我，又具有實用功能的等級空間體系。這種空間既提供了固定的位置，又允許循環流動。它們劃分出各個部分，建立起運作聯繫。它們標志出場所(位置)和價值。它們既確保了每個人的順從，又保證了一種時間和姿態的更佳使用」(米歇爾·福柯，1999：167)。空間被封閉、被分配、被分類、被流動，在根本上是要對身處其中的個體進行描述和規訓，從本質上體現權力的意志。清宮劇中女性的空間固然有一定流動性，卻也有永遠難以逾越的空間隔離：

### I 前朝和後宮的空間始終被隔離

即便皇帝日常辦公的養心殿與東西六宮相去不遠，但除非得到詔令，妃嬪不得擅自進入。《甄嬛傳》皇帝欣賞甄嬛處理政務的能力，多次召她入養心殿商談政事，甄嬛卻始終只能以委婉、被動的方式來回應，以表示謹慎遵守後妃不干政的禮法規定，而皇帝一旦生疑，即刻將她隔離在養心殿外，以示冷遇。清宮劇中，多次出現嬪妃為家人牽涉政治風險，不得不在養心殿外苦求皇帝的場景，絕對權威的養心殿是一個空間符號，昭示著男主外女主內的性別秩序不容僭越。

### II 嫡後和庶妃的空間始終被隔離

清宮劇中，妃嬪入宮只能從順貞門進入，順貞門是紫禁城的偏門，意味著妻妾嫡庶之間的份位不容挑戰。劇中妃嬪們需要定期前往皇后宮中請安問候，有關後宮的相關事務，都需要集中在皇后宮中商量討論，嫡庶秩序分明。在清宮之中，真正稱得上主子的，只有太后、皇帝、皇后等三人，其他妃嬪縱然能倚仗娘家的權臣背景在宮中也享有尊貴地位，卻只能被稱為「小主」。正位中宮的皇后只有一位，這意味著妃嬪們無論如何努力，卻始終只能在儒家禮法的限定範圍之內尋求有限的提升。

### III 女性和男性的空間始終被隔離

清宮劇中女性能接觸到的男性非常有限，只有御醫、侍衛、皇族男性、太監等幾類群體。太監已經被實施宮刑，但依然被嚴格限制了與宮女後妃之間的交往，一旦發現逾矩，即會受到嚴厲的懲處。而御醫、侍衛、皇族男性與後宮女性的交往更是皇家的忌諱，港劇《金枝欲孽》最早設定了後妃與御醫、侍衛相愛而慘死的情節模式，基本被後來的清宮劇沿襲。《甄嬛傳》甄嬛與果郡王相愛、三阿哥鍾情瑛貴人、沈眉莊傾心於溫太醫，《延禧攻略》中傅恒明戀璦珞、純妃暗戀傅恒，《如懿傳》凌雲徹在如懿和嬪妃之間周旋，無一例外，這些敢於逾越後宮禁地的男性都遭遇不幸，也給受牽連的女性帶來災難。這種情節模式的設定，進一步標明了清宮中實際存在的空間禁忌，強化了儒家的性別、等級規範。

除了空間隔離外，清宮劇的另一類空間被標記為懲罰場所，突出了空間背後的皇家權力。如劇中頻繁被提到的冷宮，或者是某個特別的關押之地，有過失的妃嬪被直接關入其中，在暗無天日缺衣少食的境況中苟且偷生。又或者，嬪妃甚至皇后失寵於皇帝，她所居的寢宮就直接變成了冷宮，如《甄嬛傳》沈眉莊、甄嬛、華妃、安陵容、皇后等先後失寵，被皇帝冷落甚至直接下禁足令，她們所居的宮殿即刻成為禁忌冷清之地。又如清宮劇中多次被提到的慎刑司，專門懲處、施刑於後宮女性，宮女、嬪妃、皇后等，無一、無時不處在被監督、被管控、被恐嚇的危險之中。通過對空間的二元化分和區別對待，正常/不正常、好/壞、幸福/悲慘的二元標記通過空間流動烙印在每個個體的內心深處，「權力的效能，它的強制力，在某種意義上，轉向另一個方面，即它的應用外表上。隸屬於這個可

見領域並且意識到這一點的人承擔起實施權力壓制的責任。他使這種壓制自動地施加於自己身上。他在權力關係中同時扮演兩個角色，從而把這種權力關係銘刻在自己身上。他成爲征服自己的本原」(米歇爾·福柯，1999：227)。皇家的權威管控是可以被感知卻又無法確知，後宮的女性群體處在權力的高壓下，陷入了壓制別人、更壓制自己的怪圈。正如《甄嬛傳》安陵容最後被打入冷宮前，面對皇帝的問詢回答「在這深宮之中，誰又沒有狠毒過？」清宮劇的一幕幕宮鬥，恰恰說明女性群體無論如何騰挪轉換，卻始終無法脫離男權社會結構的框架限制，始終是處於依附狀態的「第二性」。

清宮劇畢竟不是現實生活的照搬，真實歷史裏的宮廷女性，如非意外，一輩子老死宮中將是大概率歸宿，但清宮劇中卻多次安排了女性的出走。如《金枝欲孽》如妃面臨出逃機會選擇留下而勸爾淳和安茜離開，《甄嬛傳》甄嬛去甘露寺修行，《延禧攻略》璵珞在圓明園清修三年。如果說如妃的留下是不得已，後兩者卻是主動選擇回到宮廷，並從此開啓所謂逆襲成功登上人生巔峰之路。究竟是將宮廷看作可以有所爲的奮鬥場域而與之媾和，還是視其爲壓迫性社會結構的產物而堅決批判，從清宮劇的熱播來看，當下的都市受衆似乎更傾向於前者。

## 空間的生產：中產階級女性群體想像的共同體

在列斐伏爾看來，空間作爲一種結構，包含著空間實踐(spatial practice)、被表現的空間(the representation of space)、表現空間(representational space)等三個層次。空間實踐包括生產和再生產，和社會空間保持著一致性和延續性；被表現的空間反映了生產關係，以及生產關係所投射的秩序，和知識生產、符號、標記等相關；表現空間展現了複雜的符號，與社會生活中隱秘、地下的那些部分相關。(Lefebvre, 1991:33) 簡而言之，空間是被生產出來的，受到社會生產方式的制約，集中反映了佔據支配地位社會階層的意識形態。以列斐伏爾的理論來觀照清宮劇，可以看到宮廷空間也是某種被生產的空間。

### 空間實踐

在列斐伏爾看來，不同的社會關係生產不同的社會空間，換言之，在當今世界最普遍的空間是資本主義的生產空間。「空間作爲一個整體，進入了現代資本主義的生產模式：它被利用來生產剩餘價值」(包亞明，2003:49)，它進入工業化的生產體系中，呈現出整齊劃一、同質化的狀態。近年來清宮劇的拍攝基地大多都在橫店影視城明清宮苑，它按 1:1 的比例仿製紫禁城，「薈萃了京城宮殿、皇家園林、王府衙門、胡同民宅等四大建築系列」(百度百科「明清宮苑」)。<sup>3</sup>按照本雅明的說法，照相機的發明使得批量生產圖片成爲可能，但這種工業化生產卻無法複製原畫中所蘊涵的靈韻，以此觀照清宮劇的生產，亦是如此。

空間造型總是雷同的：整齊劃分的東西六宮將一群群女性封閉在不同宮苑；厚重的宮牆隔斷宮苑，也隔斷宮苑與外界的交流；長廊連接宮苑不同區間，帶來流動的信息，也連接人與人的交流；門窗將室內和室外進行分割，有多少密謀在內室被謀劃，就有多少風暴在室外被醞釀。在一定程度上，這種空間造型迎合了某種想像，即宮廷是神秘緊張的、充滿了各種陰謀詭計的禁地。

在清宮劇的生產中，宮廷空間不僅是生產資料，也是消費對象。不可否認，清宮劇的空間造型，有很強的審美建構意味。藍天、紅牆、金瓦、綠葉、紅花、

碧水等等，豐富的色彩營造出頗具美感的藝術空間。在美的空間裏，還有美麗的少女、精美的食物、芬芳的香韻、華美的首飾和服裝等，精細雕琢的細節，以鏡頭疊加、剪輯等方式，呈現出美輪美奐的清宮景別。清宮劇的播放，總會帶動文創、周邊產品的熱賣，也推動故宮和橫濱影視城旅游的火爆。曾有媒體發表評論，認為故宮文創產品的走紅和清宮劇的流行密不可分，「故宮的潛臺詞即是皇家，皇家專供，意味著高級和品質，只要是皇家的就是最好的。所以有故宮的 IP 加持，任何產品都可以賣」（新京報，2018，12 月 25 日）<sup>4</sup>。社會學者用「滴漏」概念形容時尚的下行傳播，意思是時尚如水，總是從更高的社會階層向下傳播，下層階級對上層的嚮往和模仿是推動時尚流行的重要動力。在當下的中國社會，對所謂皇家時尚、上層社會生活方式最嚮往、最有追逐動力的，毫無疑問是中產階級群體，市場對之做出了敏銳的反應，「它憑藉自己的力量，把先前笨拙的藝術轉換成爲消費領域以內的東西，並使其成爲一項原則……把藝術提升爲一種商品類型」（馬克斯·霍克海默，西奧多·阿道爾諾，2006:121），清宮劇中的宮廷景別即是如此。

## 被表現的空間

被表現的空間，意思是生產某些能够代表社會關係及其所投射社會秩序的典型符號或標記，表現一部分符號也意味著遮蔽另一部分符號。在清宮劇的被表現空間裏，能看到兩兩相形的被表現/被遮蔽符號：

### I 尊貴者/卑賤者

幾乎所有清宮劇都以帝后妃嬪、達官貴人爲主要呈現對象，後宮中大量宮女、太監等基本作爲背景存在。並且，地位尊貴者的性格面貌特徵相對而言更多元，但地位卑賤者則被刻畫得相對單一，往往在忠誠/背叛的二元對立框架內被簡答呈現。

### II 成功者/失敗者

清宮劇往往以宮鬥爲核心，宮鬥中脫穎而出的勝利者擁有更多敘事空間，失敗者往往以被簡述、被側面展示的方式來烘托成功者。早期《金枝欲孽》那種「花開四朵，各表一枝」的多女主模式在後來的清宮劇中幾乎沒有再現過，如《步步驚心》以若曦的視角展開，《甄嬛傳》、《延禧攻略》、《如懿傳》等都是單一大女主模式，宮鬥成功者只有女主一人，其他依附於女主的群體，相對於女主的敵對陣營群體，亦能擁有更多敘事空間，掌握更多敘事話語。

### III 年輕人/年長者

清宮劇的關注點在於年輕人，劇中的年長者如太后、太妃等，干預後宮事務有限，敘事空間相對亦窄。年輕人的敘事往往從秀女入宮開始，敘述她們一路鎮妖除魔、升級打怪的成長歷程，基本不涉及其中老年生活。即使有，也佔比極少，如《甄嬛傳》76 集，只在最後一集呈現了甄嬛的老年生活狀態。

### IV 女性/男性

清宮劇的敘事空間主體是女性群體，在宮廷的政治舞臺上，她們身不由己地捲入漩渦，展開一幕幕悲喜劇演出。男性的主要敘事功能在於從情感連接的正面或反面刺激女性，使得她們在宮廷鬥爭中更投入。但清宮劇的宮鬥敘事，和真

實歷史相去甚遠，即使和早期清宮歷史正劇的政治鬥爭敘事進行比較，也充滿種種不合邏輯之處。如甄嬛偷懷他人之子回宮，魏璎珞以宮女身份屢次挑釁悍妃權貴等，清宮劇的女性成功敘事由諸多碎片化的、毫無邏輯的影像構建，「在這些影像內部，一切都可以並列，相互之間不存在對立矛盾。影像之流可以帶走它面前的一切，而其他人也以同樣的方式在任意擺布這一被簡化了的感性世界；這些人決定影像之流朝向何方，並決定那些應當被呈現事物的節奏，其方式正像那些永不消失、反復無常的突然襲擊一樣，不給人留有任何的思考餘地，完全置觀者的理解或看法於不顧」（德波，2007:16）。宮鬥過程被簡化，人物突然出現又突然消失，節奏進展緩慢或快速，襲擊反復無常或反復重複，在邏輯缺失的敘事空間裏，女主角和她的支持者們仍然會贏來最終的勝利，因為一切都已經「被決定」。

被誰決定？如果說作為意識形態表現之一的符號，是生產關係的表徵，那麼在清宮劇中被表現的符號，代表著尊貴者、成功者、年輕人、女性，它們都集中流露了某個群體的訴求，即龐大的中產階級女性群體及其後備梯隊（在校女中學生、女大學生等）。

## 表現空間

數據顯示，2011 年到 2017 年，中國內地電視劇女性觀眾的比例由 51.4% 上升至 53.8%。通過互聯網平臺看劇的女觀眾佔比更高，2017 年易觀數據顯示，優酷、愛奇藝和騰訊三家視頻網站的女性用戶比例分別為 57.80%、70.48%、52.81%。而根據百度用戶搜索畫像顯示，清宮劇的女性觀眾比例明顯增加<sup>5</sup>。數據的攀升，在一定程度上能夠佐證，清宮劇的火爆是中產階級女性群體訴求的流露。事實上，從清宮小說到清宮劇，中產階級女性群體把控了這類文化產品的生產、消費、傳播等多個環節，她們對於清宮劇的認同，也在一定程度上反映了當下中產階級女性群體的集體困境。

進入新世紀以來，全球資本主義危機導致全世界範圍內的階級分化更加明顯，處於資本主義生產體系中的中國也不例外，階層固化、社會上升通道變窄，成為當下都市青年群體的集體焦慮。而資本主義市場分工的碎片化更多佔據了個體的工作和休閒時間，也使得男女兩性圍繞職場、家庭展開的資源分配和權力爭奪變得空前緊張。以愛情為核心的啓蒙神話破滅，核心家庭結構不斷受到衝擊，在此背景下，以女性成長為話題的「大女主」劇受到關注，清宮劇從正劇轉變為宮鬥劇，事實上也是「大女主」成長的某種變形。

從這個角度來看，倘若缺少女性群體的集體解讀和投射，則很難推動清宮劇的傳播。以列斐伏爾的空間理論來觀照，清宮劇的三層空間，既有實體空間，也有意識形態的呈現空間，還有受眾的想像空間，即受眾如何想像、體驗、佔據空間：

### I 想像空間是固定的

清宮劇的女主角往往會經歷「入宮—挫折—升級—再挫折—再升級—最後勝利」的固定套路，「產品規定了每一個反應，這種規定並不是通過自然結構，而是通過符號作出的，因為人們一旦進行了反思，這種結構就會瓦解掉」（馬克斯·霍克海默，西奧多·阿道爾諾，2006:123-124）。固定的套路不需要調動理性的思考，甚至這個套路在一開始就會通過宣傳等方式直接透露給受眾，使她們能在輕鬆的觀劇過程中迎來大結局。

## II 體驗空間是娛樂的

在霍克海默看來，藝術分為輕鬆藝術和嚴肅藝術，前者是人對自我持存受到束縛的痛苦的反叛，是社會中上層人士喜歡的藝術；後者是人對自我持存受到束縛的痛苦的反叛，是社會下層人士喜歡的藝術。通過嚴肅藝術，社會底層進行了傾訴，啟發了思考，但這種思考在資本市場看來是具有一定威脅性的，文化工業所建造的碎片化產品，經不起邏輯和理性的追問。用娛樂、輕鬆來包裝文化產品，「純粹的娛樂會使那些自甘屈就的人在各種各樣的聯想和毫無意義的快樂中得到放鬆」（馬克斯·霍克海默，西奧多·阿道爾諾，2006:128），清宮劇的女主角雖然會經歷各種挑戰，但總會化險為夷，步步高升，這讓觀眾體驗到看「爽劇」的快樂，並消解進一步思考的衝動。

## III 佔據空間是認同的

清宮劇中的女性群體，基本是認同皇家權力的。宮鬥的成功者和失敗者，並不存在明顯的正義是非差別，區別只在於誰更能贏得皇帝的歡心從而分享皇權。《延禧攻略》面對爾晴的挑釁，魏璎珞回答「這裏是紫禁城，所有人都是皇家的奴才」。此種內在的認同順從邏輯，以快樂觀劇的方式，進一步傳達給觀眾，「在統計學支配一切的時代裏，最大的諷刺莫過於，公眾從屏幕上就已經把自己與百萬富翁等同了起來，最大的遲鈍莫過於，人們忽視了大多數原則。在概率計算中，意識形態遮蔽了自身」（馬克斯·霍克海默，西奧多·阿道爾諾，2006:131）。換言之，清宮劇的女性觀眾群體，觀劇時往往將自己代入了女主角的位置，並對劇中植入的意識形態採取認同立場，「讓系統本身製造出構成系統的生活，而不是使這種生活即刻消失掉，從而使系統成為可信的，並為其提供意義和價值。只要人們不斷投入到系統中去，就會為系統的盲目存在進行辯護，甚至為系統固定不變的性質進行辯護」（馬克斯·霍克海默，西奧多·阿道爾諾，2006:134）。祛除愛情神話的魅力之後，清宮劇至少製造了以下幾種「神話」：

**女性應該放棄愛情選擇權力。**《金枝欲孽》安茜放棄愛情而謀求上位，《甄嬛傳》甄嬛放棄愛情選擇回宮，《延禧攻略》純妃放棄愛情選擇奪寵，《如懿傳》嫵婉放棄愛情後寵冠六宮。與此相反，所有沉醉於愛情的女性在清宮劇中都遭遇不幸，《甄嬛傳》華妃、皇后求帝王之愛而受辱，《延禧攻略》兩位皇后放不下皇帝最後失敗，《如懿傳》如懿追求純愛而心灰意冷。兩相對比，清宮劇製造的「神話」之一即是愛情太沉重，反而權力能給女性帶來終極安全。

**女性應該為權力步步為營戰鬥到底。**清宮劇故事的核心是，權力能帶來一切，失去權力則失去一切。唯其如此，女性在後宮應該步步為營，苦心經營，為權力之爭奮鬥到底。清宮劇中的權力鬥爭是零和遊戲，只有一方徹底失敗，遊戲才告終。清宮劇製造的「神話」之二即是唯有權力值得全力以赴，為實現目標可以不擇手段，必須將對手之置於死地。

**女性應該依附男性贏得權力。**清宮劇的女性贏得權力的唯一方式是贏得皇帝的寵愛，得到寵愛則得到一切，失去寵愛則失去一切。清宮劇中的鬥爭雙方是女性群體，男性居於評審的中間位置，由他來作出判斷，給予獎懲。但贏得皇帝寵愛的方式不是通過愛情，而是通過手段。清宮劇製造的「神話」之三即是以手段贏得男性寵愛，從而分享權力。

上述「神話」背後的意識形態清晰可見：和權力比起來，愛情、理想等都不重要。為實現目標，女性應該以理性武裝自我，方能贏得勝利。簡言之，**分享權力是終極目標，工具理性是實現手段**。無論是放棄愛情選擇權力，還是以小心翼



翼的姿態苦心經營謀求上位，資本迎合當代女性受眾的情感和職場焦慮，在清宮劇中植入相關細節，而細節背後的意識形態又通過觀劇的方式反過來影響女性受眾，她們在劇中找到自我投射，從而進一步認同既有的意識形態。

清宮劇中充滿種種矛盾之處：女性嚮往愛情又質疑愛情，遠離權力又接近權力，渴望離開宮廷又堅守宮廷。如果說《金枝欲孽》如妃不離開宮廷是出於不得已，《甄嬛傳》甄嬛回到宮廷、《延禧攻略》魏璎珞固守宮廷，則更多表現為對權力的認同及媾和。宮廷，被想像為有限的奮鬥空間，在不觸動終極權力結構的前提下，小心翼翼地靠近並分享部分權力，這是當代中產階級女性群體所做出的選擇，也是當下中國社會性別現狀的符號隱喻。

## 注釋

---

<sup>1</sup> 孫勇(2012年12月31日)。〈青春領袖 吳雪嵐〉，取自浙江在綫網，[http://www.zjol.com.cn/05zjol/system/2012/12/31/019057514\\_01.shtml](http://www.zjol.com.cn/05zjol/system/2012/12/31/019057514_01.shtml)

<sup>2</sup> 參見百度百科「清穿小說」詞條，<https://baike.baidu.com/item/清穿小說/3905978>

<sup>3</sup> 參見百度百科「明清宮苑」詞條，<https://baike.baidu.com/item/明清宮苑/10156855?fr=aladdin>

<sup>4</sup> 朱玥怡 梁辰(2018年12月25日)。〈清宮劇·帶貨王，600歲故宮如何煉成網紅IP「上新」〉，取自新京報網，<http://www.bjnews.com.cn/finance/2018/12/25/533527.html>

<sup>5</sup> 顏琨(2018年10月17日)：〈如懿傳收官後，我們統計了74部乾隆爺孫電視劇，尋找觀眾最喜歡看什麼〉，取自搜狐網，[http://www.sohu.com/a/260001105\\_100240657](http://www.sohu.com/a/260001105_100240657)

## 參考文獻

陳昌勇(2006)。〈聖君情結清宮夢〉。《中國電視》，第7期，頁24。

戴清(2019)。〈從「權謀」到「宮鬥」的畸變——對歷史劇的類型演變、內涵缺陷及審美變異的反思〉。《中國電視》，第6期，頁7。

費孝通(1998)。《鄉土中國 生育制度》。北京：北京大學出版社。

【法】米歇爾·福柯(1999)。《規訓與懲罰》。北京：生活·讀書·新知三聯書店。

包亞明(編)(2003)。《現代性與空間的生產》。上海：上海教育出版社。

【德】馬克斯·霍克海默，西奧多·阿道爾諾(2006)。《啓蒙辯證法》。上海：上海人民出版社。

【法】德波(2007)。《景觀社會評論》。桂林：廣西師範大學出版社。

Lefebvre(1991),The Production of Space(English version).Oxford UK&Cambridge USA:Blackwell,1991.

第二節：  
女性與女權的網絡話語

女權主義的中國化詮釋  
——基於知乎平臺「田園女權」相關問答的  
主題分析

**甘麗華**

華中師範大學新聞傳播學院副教授

**馬晨雨**

華中師範大學新聞傳播學院研究生

**餘佳瑾**

華中師範大學新聞傳播學院研究生

## 摘要

網絡技術與平臺的發展一方面推動了女性主義理念在中國的傳播，另一方面也助長了仇恨言論和厭女文化。通過對知乎平臺 4,440 條有關「田園女權」問答的用戶信息分析和主題分析，本研究發現偏男性主導的網絡討論形成了一種對中國女權主義和女權主義者的二元對立呈現和闡釋，也即「真女權」與「偽女權」。「真女權」被賦予強調個人努力、支持男女平等、既關注女性也關注男性等特質，而作為「偽女權」的田園女權則被認為只要權利不要義務，過度強調物質，走向極端、追求特權，其擁護者缺乏女性魅力、崇洋媚外。和中國父權制的現實實踐密切相關的彩禮、生育和孩子冠姓等問題成為討論的熱點議題。不同性別對中國性別平等現狀的評價出現較大差異，性別角色評價標準出現嚴重分歧。傳統父權制遇到多重挑戰。傳統性別規範已經不能繼續，而為不同性別共同接受的新規範尚未形成。

**關鍵詞：**田園女權、社會性別、中國父權制、知乎

## Abstract

Information and communication technology has promoted the spreading of feminism in China and also stimulated hate speech and misogyny. Based on statistical analysis on user's personal information and thematic analysis on the texts of all relevant questions and answers from Chinese Q&A platform—Zhihu, this research claims that there is a binary interpretation and presentation of Chinese feminism and feminist by male dominated online discussion, namely “Authentic feminism” versus “Fake feminism”. “Authentic feminism” is thought to focus on individual efforts, chase equality and advocate for both men's and women's rights. While as some sort of “Fake feminism”, “Tianyuan feminism” is thought to ask for rights without fulfilling ones gender responsibilities, over-emphasize material interests, be extreme and chase for women's privilege. “Tianyuan feminists” are pictured to be unfeminine and subservient to foreigners, especially foreign males. Betrothal gifts, child birth and raising, and surnaming next generation are the most hit topics among the relevant questions and answers on Zhihu. Different genders evaluate gender equality in China differently and hold diverse standards about masculinity and femininity. Chinese patriarchy is confronted with multi-dimensional challenges. Further negotiation is necessary for reaching new consensus of gender roles.

**Keywords :** Tianyuan Feminism, gender, Chinese patriarchy, Zhihu

2019年9月24日，帶有「V」字認證的微博賬號@北京大土豆發表了一則替年收入達170萬元、中國大型互聯網企業高級程序員徵婚的微博：「最好南方城市家庭，江蘇、浙江最好，安徽也可，性格溫柔賢惠，知書達理懂得人情世故，外表可人，身材在綫，身高不低於162cm，會打扮，本科至少211，月收入不低於1w，90年以後出生，家庭無負擔，最好是獨生女……另外我的工作很忙，經常加班，需要女方對家庭方面有更多照顧，我可以花錢請阿姨，但肯定女方的投入會更大……希望以後有2個孩子……」這一徵婚微博引發廣泛爭論，並曾進入微博熱搜前十位。

對於男方條件是否優秀、對女方要求是否過高等問題，爭論雙方出現意見分歧。不少女性微博網友指責男方在尋找「高級保姆」，思想境界低，停留在「要求女方更照顧家庭並對女方向子宮提建議」等「傳統觀念」，有「物化」「蔑視」女性的嫌疑。另一種意見則認為男方屬「人中龍鳳」，對女方的各項要求合理，反而是批評男方的女性被認為是缺乏基本的分辨能力，並被貼上「田園女」「田園女權」「田園女拳」「女拳」「女權」等標籤。

女權主義一詞被認為在中國長期以來都是一個貶義詞(王政, 1999)。「田園女權」則是產生並流傳於網絡的專有名詞，這一具有「中國特色」的概念也帶有明顯的貶義。我國部分主張女性權利的群體被冠上這一稱呼，並被指責為「追求單邊利己的權利」、「偽女權」、「只會喊口號而沒有行動」、「盲目偏激的女權主義」。在當下出現的針對「田園女權」的網絡圍剿是對我國爭取性別權益行動的污名與貶低，還是針對部分「偽女權主義」的糾偏？其產生和傳播呈現了何種話語邏輯和權力結構？將在何種程度上影響未來中國平權運動的發展？

## 文獻綜述

### 三種主要研究路徑：後女權主義、新自由女權主義及流行女權主義

後女權主義(postfeminism)、新自由女權主義(neoliberal feminism)及流行女權主義(popular feminism)是目前女權主義媒介研究的三種主要路徑。三者既有顯著差異，同時存在深度融合之處(Banet-Weiser, Gill & Rottenberg, 2019)。

作為理解女性呈現中的悖論和矛盾的方法，後女權主義媒介研究路徑興盛於上個世紀九十年代。當時，媒體文化的現狀是歡呼女孩力量(girl power)、女性成功與對女性的惡意審查並存，對性別平等的宣揚和日益增長的厭女症並置。媒體不斷宣稱現存不平等的根源不是性別歧視，而是自然差異以及女性的自我選擇。女權主義被「考慮在內(take into account)」，同時又被「排斥在外(repudiated)」(McRobbie, 2009)。

值得注意的是，後女權主義本身因使用者不同而具有不同意義。有人用它指代第二次女權主義浪潮後的歷史時期。有人則用它指代受到後結構主義或後殖民主義影響的第三次女權主義浪潮。還有人用其指代對女權主義的抵制(Gill, 2007)。

Rosalind Gill(Banet-Weiser, Gill & Rottenberg, 2019)提出，後女權主義應該被看作是批判的對象(a critical object)，而非一種分析視角。它是一套流通的觀念、象徵和意義，其特徵包括：強調選擇和獨立；聚焦於女性身體，認為身體是其價值來源和改善的核心，同時要求女性把自己的心靈升級為積極、自信和滿足

(glowing)。

2012年，曾任美國政策規劃司司長的 Anne-Marie Slaughter 在《大西洋雜誌》上發表了一篇題為《為什麼女性還是不能擁有一切？》的文章。這篇文章在美國激發了熱烈的討論，成為《大西洋雜誌》史上閱讀最廣泛的文章。不久後，Facebook 公司的首席運營官(COO)謝麗爾·桑德伯格出版了女權主義宣言書——《向前一步》，迅速成為《紐約時報》最暢銷書籍。這種過去不曾發生的上層權勢女性公開宣稱自己為女權主義者的現象促發學者 Catherine Rottenberg(Rottenberg, 2014a, 2014b, 2017, 2018)對上述文本進行研究，發現女權主義傳統上的相關詞匯——「獨立、權利、自由和社會正義」被「幸福、平衡和往前一步」所取代。她將之稱為新自由女權主義：高度個體化，強調女性為自己的狀態負全責和自我照顧，核心是工作-家庭的幸福平衡。平衡(balance)被當作理想的女權主義典範，同時出現在主流媒體和通俗媒體上。

Sarah Banet-Weiser (Banet-Weiser, Gill & Rottenberg, 2019) 認為流行女權主義是一系列大眾可及的社會實踐和社會環境，如有組織的游行、網絡話題參與行動 (hashtag activism)和購買商品等。流行女權主義是一種「快樂」女權主義，其在電視、電影、社交媒體、甚至身體上的曝光很重要，但「經常止步於此，似乎『看見』或者購買就是在改變父權制結構」(Banet-Weiser, 2018:4)，而其實質是能流行的都是那些沒有挑戰不平等深層結構的內容。

上述三種研究路徑都回應了新的時代趨勢，如很多新自由主義和保守派女性宣稱自己是女權主義者，女權主義認同成為一種文化資本，草根女權主義和大型女權主義抗議活動重新出現等，成為理解中國社會性別現實的多元理論資源。

### 作為「雙面門神雅努斯(Janus)」的女權主義

儘管女權主義首先是女性的社會運動，但其對男性及其他性別同樣影響深遠。性別關係首先是權力關係，一方權利的主張一定會涉及另一方的生存狀態。在應對女權主義方面，男性發展出了不同的應對策略。部分男性反擊女權主義的方式之一是製造重度負面刻板印象，如女權主義者富有攻擊性、在外貌上缺乏魅力等。也有男性積極擁抱女權主義，比如上世紀 80 年代的「新男性」代表著一種中產階級的男性氣質塑造(Edley & Wethrell, 2001)。

英國學者 Nigel Edley 和 Margaret Wethrell 在 2001 年的一項研究中，借用小說《化身博士》中的人物形象，把男性對女權主義和女權主義者的二元對立的呈現和闡釋概括為經典的「杰基爾和海德(Jekyll and Hyde)」：一種是好人「杰基爾」——溫和、清醒、理性、積極和中庸，追求平等的訴求本身單一、普通和合理；另一種則成為了壞人「海德」——極端、仇恨男性、缺乏女性魅力的食人怪魔，也即極端女權主義和女權主義者。這兩種相互競爭的修辭策略帶來不容樂觀的影響：暗示性別平等已經實現，從而消解了進一步政治行動的可能性(Edley & Wethrell, 2001)。

Sarah Riley(2001) 的研究也發現男性接受女權主義價值觀，但排斥女權主義者。這種策略性割裂(decoupling)可被解讀為男性努力降低性別政治對當代社會的影響，弱化男性壓迫女性的歷史角色及其享受到的性別特權。這種話語實踐使得女權主義者的聲音和其社會變革倡議被邊緣化。

還有學者(Quinn & Radtke, 2006; Scharff, 2013) 研究了女性對女權主義和女權主義者的認識和討論。Julie E. A. Quinn 和 H. Lorraine Radtke(2006)用「兩難的

協商」(dilemmatic negotiations)形容女性選擇一種「生活方式女權主義(lifestyle feminism)」。這種闡釋策略強調女性主義是一種個人選擇，而非政治承諾。英國學者 Christina Scharff(2013)的研究認為青年女性對女權主義的排斥應視為一種符合異性戀正統主義的女性氣質表演。這種表演和種族、階級有關，非中產階級女性如果表現得缺乏女性魅力會面臨尤其嚴重的困難。

近年來，通過社交媒體，女權主義行動和組織的可見度得到大幅提升，在社會名流中出現一種「女權主義者化(feministification)」現象(Hamad & Taylor, 2015; Keller, 2015)，其中包括擁有大量年輕粉絲的歌手碧昂絲、時尚博主泰薇·蓋文森、創作歌手洛兒及演員艾瑪·沃特森。不同於「壞人海德」的形象，這些女性富有、炫酷、美麗，他們讓女權主義也變得閃閃發光。

正是在上述女權主義和女權主義者(重新)進入社會主流的背景下，新西蘭學者 Octavia Calder-Dawe 和 Nicola Gavey(2016)研究新西蘭青年群體對女權主義和女權主義者的談論與闡釋。她們的研究驗證了對女權主義和女權主義者二元呈現的存在。一種是「非理性的女權主義」話語，包含四個要素：女權主義想要凌駕於男性至上，貪婪地追求特權；女權主義已經過時，性別平等的任務已經達成，女權主義應該成為古董；女權主義者是狂熱分子，盯著一些諸如「policeman」稱呼的小事情不放，生硬拒絕男性的禮貌行為；女權主義者都缺乏女性魅力。另一種則是「合理的女權主義」話語，這一話語認為女權主義追求的是所有人的平等，既包括女性也包括男性，同時女權主義挑戰了現存的社會不平等，可以改變社會，女權主義合理且必要。但和以前的研究認為這種二元對立的呈現阻斷了政治行動的可能性不同，她們提出，「合理的女權主義(reasonable feminism)」話語為年輕群體參與性別平等行動提供了正常化和正當化的資源，為政治行動創造了空間(Calder-Dawe & Gavey, 2016)

## 作為分析範疇的中國婦女問題

女權主義既是一種激進的理念，一個貶義詞，也是一個由國家實施的項目，在中國有著漫長的歷史(賀蕭、王政，2008)。在女權主義和新文化運動高漲的 20 世紀 20-30 年代，有關著名婦女、婚姻、妓女、奴婢、法律等有關婦女的研究大多由中國的男性知識精英進行，圍繞著「被壓迫的受害者」和「被解放了現代主體」的二元對立展開。

在經歷了較長時間的沉寂後，全國婦聯從 20 世紀 70 年代開始主導編撰一系列婦女運動史。1980 年代，國內學術界對婦女研究的興趣大增，其中李小江(1988)是重要的代表。

1995 年聯合國第四屆婦女大會在中國的召開，為中國的女權主義學術研究帶來了「社會性別」轉向。(李銀河、林春、譚深，1997；王政、杜芳琴，1998；杜芳琴、王政，2004)「社會性別主流化」「社會性別分析」「社會性別視角」「社會性別敏感性」等女權主義經典概念成為重要的分析工具。

在國外，有關中國婦女和社會性別的研究成為中國學的重要組成部分。上個世紀 70-80 年代的主要著述(Wolf & Witke, 1975; Croll, 1978; Andors, 1983; Stacey, 1983; Wolf, 1985) 傾向於把中國婦女看作一個整體，關注的是中國革命和中國婦女解放的關係。從 1990 年代開始，相關研究(Judd, 1994; Ko, 1995; Mann, 1997; Bray, 1997; Rofel, 1997; Wang, 1999) 轉向對社會性別的關注，在更廣闊的範圍探索權力關係，「重新審視社會性別同家庭、勞動、國家的構建和民族國家

革命之間的錯綜複雜關係」(賀蕭、王政, 2008:143)。

其中,一部分研究關注的是 20 世紀前的中國婦女問題,「闡述在正式與非正式權力中多樣的婦女能動性和參與」(蔡一平、杜芳琴, 2016:192)。如曼素恩(Mann,1997) 通過對上層婦女的詩文來考察清代長江下游地區的社會性別關係,提出家庭是中國政治秩序的基礎和道德權威的中心,公私之間並無明顯界限。高彥頤(Ko, 1995) 對明朝末期婦女生活狀況和當時社會風貌的研究聚焦於婦女的能動作用,提出中國歷史並不存在一個固定不變的傳統,力圖打破西方社會認為的第三世界婦女都是受害者的刻板印象。白馥蘭(Bray, 1997) 通過對中國建築、婦女的工作和生育科技的歷史考察,得出結論:婦女既是社會性別制度的產物,也是知識和商品的生產者。

另一部分研究則聚焦於 20 世紀,也即現代中國的婦女和社會性別問題,考察社會性別在不同社會歷史中的具體內涵以及內涵變化背後的相互作用的種種社會力量(王政, 1997)。如王政(1999)認為作為「知識與社會的發酵劑」的五四新文化運動,在中國城市中激起了女權主義的浪潮與婦女運動的高漲。雖然該時期的女權運動首先由男性新文化知識分子推動,但更喚起了年輕婦女的思想意識,並在近代中國為婦女創造了新的主體性。婦女絕非被動的追隨者,而是歷史變革的建構者與能動者。朱愛嵐(Judd, 1994)研究的是 20 世紀 80 年代中國北方村落的社會性別與權力。她發現 20 世紀 80 年代關於中國農村轉型的官方政策中,婦女幾乎是不被考慮的。但與這種官方沉默不一致的是在實踐中出現的農業勞動女性化的趨勢。羅麗莎(Rofel, 1997)採訪了 1950 年代、文革時期和改革開放時期的三代女工,觀察中國社會性別內涵的變化及其同政治經濟變遷的關係。

上述國內外學者有關中國婦女和社會性別的研究為探索二十一世紀的社會性別現狀既提供了歷史背景,也提供了有用的分析工具。

## 研究方法

本研究使用爬蟲軟件收集了知乎平臺所有針對「田園女權」提問和回答。採集的數據主要包括兩個部分:第一個部分是包含「田園女權」一詞的提問、提問的瀏覽量和關注數、提問下的所有回答、回答的點贊數、回答中的評論數量。第二部分數據旨在分析參與「田園女權」討論的主體,包括所有回答問題的用戶個人信息,包括:昵稱、性別、簡介、行業、地區、教育背景、個人成就(累計獲贊數、累計收藏數、累計感謝數)等。知乎平臺在基於「問題不專屬於某一個人,它們就像維基百科上的詞條一樣,是公共資源」(知乎, 2016)的認識之上,不顯示提問者名字,因而沒有收集提問者的個人信息。截至 2019 年 9 月 11 日,共收集到相關問題 137 個,回答 4,440 條,用戶信息 3,776 條。

選擇「知乎」平臺作為本文研究數據來源的原因在於:「知乎」是中國互聯網一個龐大的深度內容聚集地,用戶基礎大且活躍,以生產和傳播知識為目標,其生產的內容相對系統、有一定深度。知乎官方數據顯示(《瞭望》微博, 2019),截至今年 1 月,知乎用戶數達 2.2 億,其問題數超過 3,000 萬,回答數超過 1.3 億。同時「知乎」平臺已成為關於田園女權討論的集散地,有田園女權主義的專門專題。在「知乎」搜索中經常可以看到「為什麼我不喜歡田園女權」「田園女權作了哪些惡」「田園女權是不是女權癌」等問題。

數據分析主要分為三個步驟。首先通過量化統計,對參與「田園女權」相關問答的用戶性別、教育背景、居住地區及其從事的行業進行分析。然後通過



Python 進行中文分詞，統計詞頻，剔除無關詞匯及常用詞，製作詞雲圖，初步確定相關問答的核心主題和概念。最後結合回答點贊數量，篩選得到 789 條核心回答，導入 NVivo12 進行編碼和主題分析。

圖一 知乎有關「田園女權」問答的詞雲圖



在以上分析的基礎上，本研究嘗試回答三個問題：誰在討論以及定義「田園女權」？圍繞「田園女權」談論的內容主題是什麼？這樣的討論揭示了何種社會情境與意義？

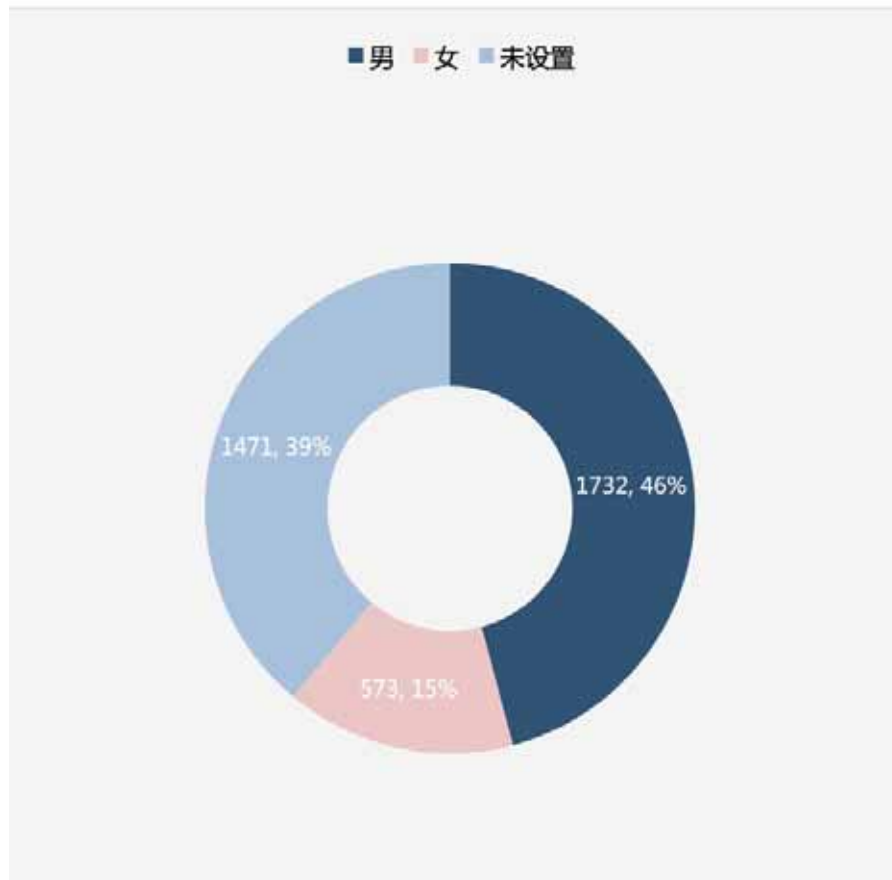
## 誰在討論/定義田園女權

如德勒茲和迦塔所言，話語是群體性的：「當一個新的話語從一個特立獨行者，或者說從一種藝術的特異性產生的時候，它有賴於一個民族的、政治的和社會的群體，即使這個群體的客觀條件在文學表述行為之外暫時未得到規定。」(韓震，2018:121)剔除掉重複用戶和匿名用戶，本研究獲得了 3,776 位參與有關「田園女權」問答的用戶信息。通過對這些知乎用戶包括性別、地區、教育背景、行業等個人信息的統計分析，本節試圖回答「誰在討論/定義『田園女權』」。

第一，討論偏男性主導。針對 3,776 位用戶的性別信息統計發現，男性共 1,732 人，佔比 46%；女性 573 人，佔比 15%；其餘 1,471 人為「保密」或未設置，佔比 39%(見圖二)。根據艾瑞數據(2019)統計，知乎用戶男性佔比 54.44%，女性佔比 45.56%，性別比例基本持平。而參與「田園女權」相關問答的男性人數是女性人數的三倍，男性參與度遠高於女性。

圖二 知乎有關「田園女權」回答的用戶性別比例環狀圖

性別	男	女	未设置
数量	1732	573	1471



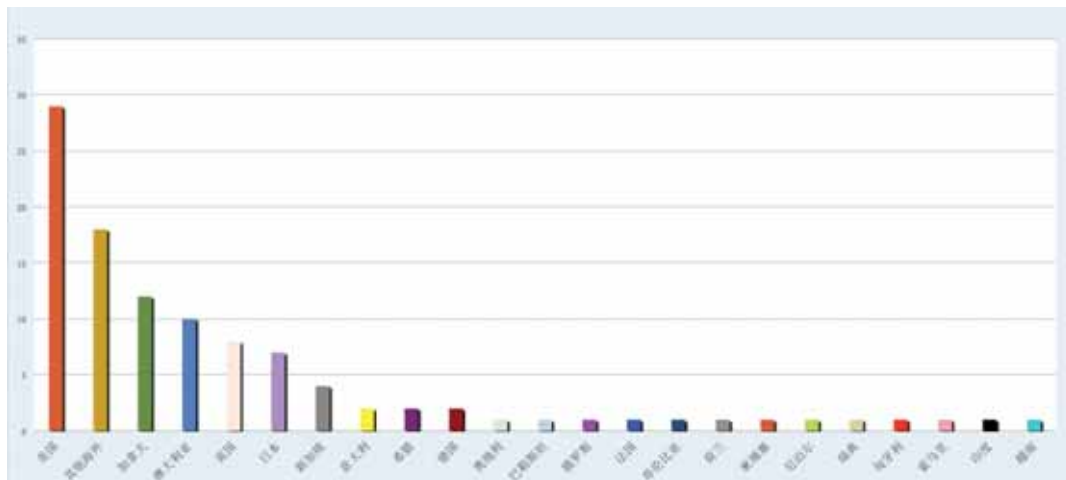
第二，用戶居住地主要集中於北京、廣東、上海、江蘇、浙江等經濟發達城市和地區。在已設置居住地的 963 位用戶中，87.8%(770 人)登記為國內地址，12.2%(107 人)為海外地址。

圖三 知乎有關「田園女權」回答的國內用戶地區分布圖



登記為海外地址的用戶主要集中在美國、加拿大和澳大利亞。其中，美國用戶在海外用戶中佔比 27.1%，加拿大用戶在海外用戶中佔比 11.2%，澳大利亞用戶在海外用戶中佔比 9.3%。

圖四 知乎有關「田園女權」回答的海外用戶地區分布柱狀圖

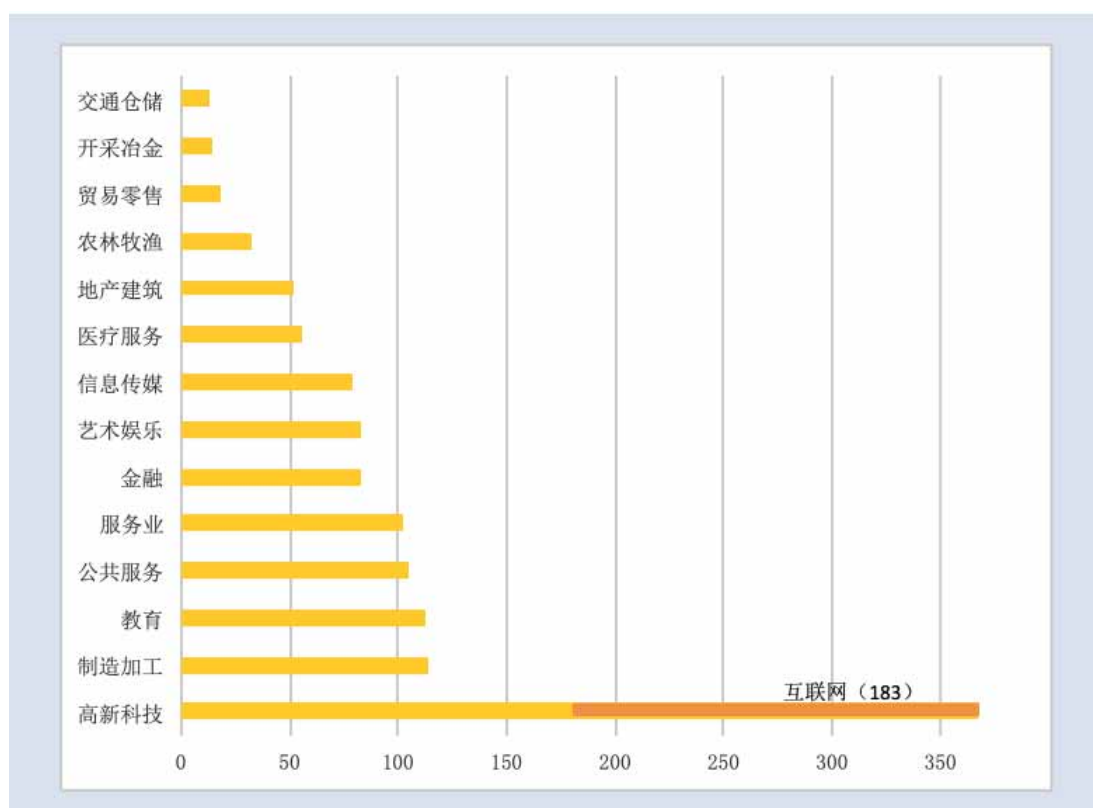


第三，從行業上看，從事高新科技行業人數最多。筆者參考了知乎平臺個人主頁設置，將已設置行業領域的 1,232 位用戶進行逐一分類，共分為如圖五所示的高新科技、製造加工、教育、公共服務、服務業、金融、藝術娛樂、信息傳媒、醫療服務、地產建築、農林牧漁、貿易零售、開採冶金、交通倉儲和農林牧漁，共 15 個行業類別。前五的是高新科技(367 人)、製造加工(114 人)、教育(112 人)、公共服務(105 人)和服務業(102 人)。

其中在高新科技類別中，從事互聯網行業的人數超過其他各個行業的人數，佔明確設定職業的 14.9%，

除開高新科技行業以外，其餘各個行業對於「田園女權」的關注人數比例比較平均，可以說，「田園女權」在某種程度上已經成爲一個「社會公共議題」。

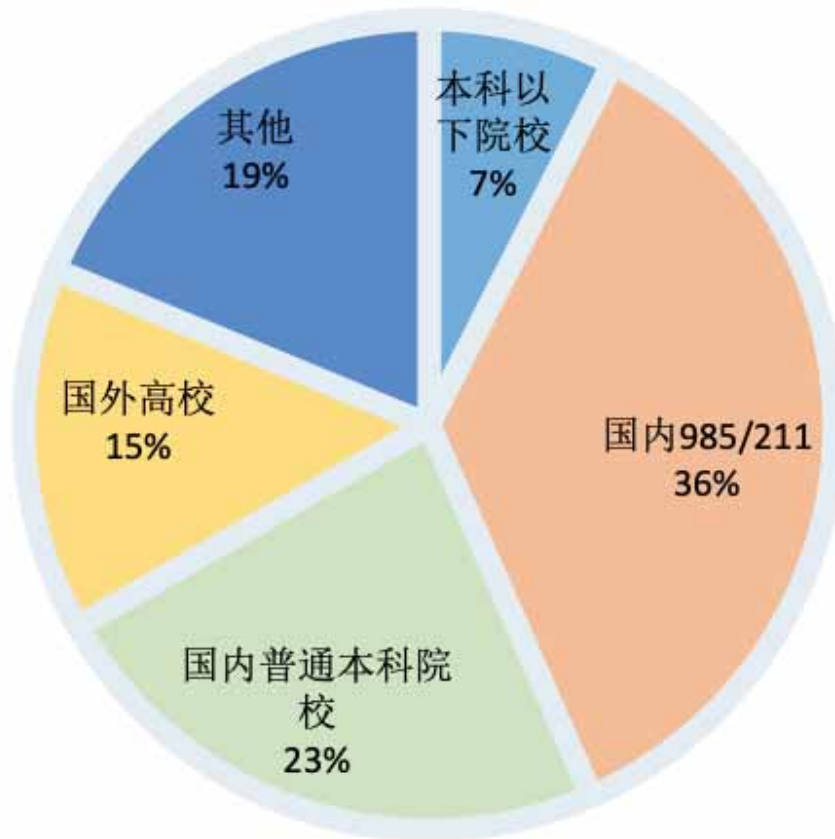
圖五 知乎有關「田園女權」回答的用戶行業分布柱狀圖



第四，參與討論用戶受教育程度較高，74%為本科及以上。在已設置教育經歷的 640 名用戶中，36%(230 人)就讀或畢業於國內 985 或 211 高校，23%(149 人)就讀或畢業於國內普通本科院校，15%(93 人)就讀於或畢業於國外高校，7%(48 人)就讀於本科以下院校，其他(120 人)為 19%。出現頻率前六位的高校為北京大學、南昌大學、南京大學、清華大學、中國人民大學及中山大學。

根據 CNNIC 第 44 次中國互聯發展狀況統計報告，截止 2019 年 6 月，中國網民規模達 8.54 億，其中 90.4%為本科以下學歷(不含本科)。與此形成較鮮明對比的是，參與知乎「田園女權」問答的用戶教育背景較好，七成以上為本科及以上學歷。

圖六 知乎有關「田園女權」回答的用戶教育背景分布餅圖



為了尋找其中的核心發言者，筆者將用戶的回答次數進行統計後發現，回答三次以上有 113 人，其中有兩人已注銷賬號，最後利用 UCINET 軟件進行分析的為 111 個用戶賬號。因此，筆者通過社會關係網絡分析工具構建了這部分用戶的關係矩陣，並嘗試通過中心性分析找出意見領袖。

首先，根據他們的 URL 鏈接獲取關注他們和他們關注的人的名單，共採集到一多萬條關注關係，並在此基礎上將每個用戶視作社會網絡中的一個節點，有關係則賦值 1，沒有關注則為 0，且將矩陣的列代表關注關係的發起者，即第  $i$  列用戶關注第  $j$  行用戶，則  $Z_{ij}$  取值為 1，以此構建一個  $111*111$  的非對稱用戶關注關係矩陣。如表一所示：

表一 用戶關注關係矩陣示意圖

	M3小蘑菇	兰飞鸿	卡拉迪 迪斯	贝吉塔	啦啦啦	愛分析的 金融男2	程然	火钳师傅	劍影俠魂	益亨泰	...	只会拉稀	煮肘千古
M3小蘑菇	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	...	0	0
兰飞鸿	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	...	0	0
卡拉迪迪斯	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	...	0	0
贝吉塔	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	...	0	0
啦啦啦	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	...	0	0
愛分析的金融男2	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	...	0	0
程然	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	...	0	0
火钳师傅	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	...	0	0
劍影俠魂	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	...	0	0
益亨泰	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	...	0	0
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
只会拉稀	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
煮肘千古	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

通過 UCINET 的計算得出，在田園女權相關問題的回答下，多次回答用戶關注關係社會網的密度(density)為 0.0276。一個圖形的密度，反映了團體成員關係的緊密程度，數學上以網絡中節點間實際擁有的連接數與最多可能擁有的連接數的比例來表達。密度的數值在 0 到 1 之間，越靠近 1 則說明團體關係越緊密，信息在成員間流通的速度和效率就越高，成員之間交流的通道越順暢。

從計算結果來看，關注田園女權話題的用戶群體關係十分疏離，群體成員在關注方面的互動不多，群體凝聚力不強。從社會網絡的距離(distance)來看，該群體網絡平均距離為 2.178。網絡平均距離代表了該社會網絡中兩兩節點的最短距離的平均數，它描述了網絡中節點間的平均分離程度，即網絡有多小。而該群體網絡平均距離為 2.178，說明在樣本網絡中，任意兩個節點之間平均只需要通過 2.2 個用戶就可以相互連通，信息需要經過的節點少，可以在較短的時間內到達群體中每一個人，具有小世界效應的顯著特徵。

將用戶關注關係矩陣導入到 UCINET 中，並在可視化中使用 NETDRAW 畫出關注關係可視圖，如圖七所示。由於該矩陣節點數達到了 111 個，可視圖無法清晰反映出用戶間的關係，因此選擇對數據進行簡化。將關注關係低於 4 的節點刪除後，得到圖八。在圖八中，已經可以初步看出「愛分析的金融男 2」「劉句初 2」「蘭飛鴻」「M3 小蘑菇」「程然」「貝吉塔」等幾個節點在社會網絡中的重要地位，很多關注關係都指向他們。



爲了進一步利用社會網絡分析確定意見領袖，筆者又對這 111 位用戶進行了中心性分析(包括點度中心性和中介中心性)。點度中心性是用來測量行動者在整個網絡中地位優越性或特權性及影響力的重要指標。一個點的點度中心度等於網絡中與該節點有直接聯繫的節點個數，如果一個行動者與較多的社群成員有直接的關聯，即點度數高，該點所對應的行動者就是中心人物，他能夠有效控制及影響網絡中其他行動者之間的活動；相反，與他人很少聯繫的行動者則居於邊緣地位，即點度數低，對社群的貢獻不大，無法影響其他人。(李卓卓，丁子涵,2011)

因此筆者選取了點度中心性來分析「田園女權」相關問題下活躍的核心用戶，即與其他用戶聯繫較多，對事件的傳播擁有較大權力的人。

將前文生成的「田園女權」相關問題的回答用戶關注關係矩陣輸入 UCINET，計算點度中心性，按照點入度大小倒序排列，截取 111 個樣本中的前 20 個節點數據得到表二。

表二 用戶關注關係點度中心性序列表

	1 OutDegree	2 InDegree	3 NrmOutDeg	4 NrmInDeg
爱分析的金融男2	25	21	22.727	19.091
程然	22	25	20	22.727
贝吉塔	20	15	18.182	13.636
天大还是地大	18	10	16.364	9.091
J4COB755	16	2	14.545	1.818
火钳师傅	14	9	12.727	8.182
M3小蘑菇	13	20	11.818	18.182
豹子头亚刊	10	8	9.091	7.273
兰飞鸿	8	28	7.273	25.455
冰雪奇缘	8	12	7.273	10.909
家是种文化	7	1	6.364	0.909
剑影侠魂	4	4	3.636	3.636
益亨泰	4	12	3.636	10.909
五子棋	3	0	2.727	0
卡拉迦迪斯	2	0	1.818	0
一只助手	1	0	0.909	0
啦啦啦	0	1	0	0.909
喵宅子	0	0	0	0
这个人懒的起名字	0	0	0	0



同樣，將前文生成的「田園女權」相關問題的回答用戶關注關係矩陣輸入 UCINET，計算中介中心性，按照中介中心度從大到小的順序排列，得到前 20 個節點的數據，如表三所示。

表三 用戶關注關係中介中心性序列表

	Betweenness	nBetweenness
	-----	-----
愛分析的金融男2	409.901	3.419
程然	381.794	3.184
貝吉塔	190.88	1.592
M3小蘑菇	186.625	1.557
蘭飛鴻	115.278	0.961
木王虹	92.927	0.775
大宇宙的總意識	80	0.667
一筆杭之	59.509	0.496
吳杰	59.125	0.493
天大還是地大	58.431	0.487
J4C0B755	42.249	0.352
冰雪奇緣	41.36	0.345
哈哈	41	0.342
花村妇联主席	39	0.325
劉甸初2	34.34	0.286
劉洋	29.309	0.244
火鉗師傅	19.624	0.164
豹子頭亞刊	13.475	0.112
小阿特闖天涯	12.036	0.1
楚琰	6.145	0.051

一般來說，當網絡是有向網絡時，每個節點將有兩種點度中心度，一是點入度，二是點出度。從表三中可以知道，就本社會關係網絡而言，點入度表示所有其它節點關注該節點的次數。點入度值高，收到關注越高，點出度越高，關注其他節點越多。「愛分析的金融男2」的點出度相比其他意見活躍分子是最大的(點出度為 25)，其次是「程然」、「貝吉塔」、「天大還是地大」、「J4C0B755」、「火鉗師傅」、「M3 小蘑菇」、「豹子頭亞刊」等 8 位(點出度在 10 以上，說明他們在「田園女權」相關問題中表現較為活躍，更傾向於關注其他用戶)；點

入度最大的是「蘭飛鴻」(點入度為 28)，其次是「程然」(點入度為 25)，接著是「愛分析的金融男 2」和「M3 小蘑菇」(點入度為 21、20)，這些成員的點入度都遠遠高於其他人，說明他們的受到很多相關用戶的關注，在群體中是焦點人物。

此外，為了瞭解「田園女權」相關問題下的橋梁用戶，即在較大程度上影響並控制了該網絡中信息傳播的人，筆者還選取了中介中心性來分析。中介中心性測度主要通過節點充當其他節點之間的最短路徑中間橋梁的次數來實現，該次數的大小直接決定了節點的中介中心性值的大小，能夠用於衡量某節點在網絡中對其他節點的控制程度，而接近中心性用於衡量某個節點不受其他節點控制的程度，可以通過其與其他節點的最短路徑平均長度進行測度。(蘇明輝，2018)

綜合點度中心性和中介中心性的排序結果，筆者選取出綜合排名靠前的 10 位意見領袖，分別是「M3 小蘑菇」、「貝吉塔」、「益亨泰」、「蘭飛鴻」、「程然」、「天大還是地大」、「豹子頭亞刊」、「愛分析的金融男 2」、「火鉗師傅」及「冰雪奇緣」。這十個知乎賬號均高度關注女權主義話題，有些甚至是專門為回答相關問題而注冊的賬號，均持「反女權主義」的立場，且存在相互抱團支持傾向。

排在首位的「M3 小蘑菇」在個人簡介中自稱「蘑菇頭與肌肉女愛好者」「開歷史倒車的封建餘孽」，回答有 22,618 個，獲得 773,408 次贊同，參與 461 次公共編輯，是知乎的活躍用戶。其關注的 349 個話題廣泛，多和中國歷史、軍事、遊戲相關，其中突出的是關注了近 60 個和性別議題相關的話題，如「女性主義」、「反女權主義」、「女權思潮」、「極端女權主義」、「兩性關係」、「性別刻板印象」、「雙性戀恐懼症」等，同時也是相關問題的積極回答者。

賬號「貝吉塔」披露的個人資料極少，回答共 366 個，幾乎全部和性別議題相關，包括「為什麼有些女性爭取的不是平權，而是女權？」「微博真女權為什麼基本都充斥著戾氣？」「什麼叫有上進心，什麼叫沒上進心？男生有無上進心似乎對女生非常重要？」「生出來的孩子為什麼跟男姓？」等。

賬號「益亨泰」在個人簡介裏寫道：「但凡女權主義者，就沒有不支持言論專制的，反對言論專制的，都被開除了女權籍。好幾年了，知乎上的一些女權還在玩這個套路。先把『婦女權益』和『女權主義』統稱『女權』，然後在『女權』的討論中用『女權主義』偷換掉『婦女權益』的涵義，造成『女權主義』享受了『婦女權益』應當享受的東西。這騙術雖不高級，但還在發揮餘熱。」「益亨泰」的個人主頁資料顯示，他一共獲得了 52,776 次贊同，關注的 24 個話題中有「反女權主義」，並在該話題下作出了 366 個回答。

賬號「蘭飛鴻 2」回答 251 次，幾乎全部和反對女權主義議題相關，並形成了格式化的回答模式，從 2017 年底起每個回答均以「作為一個堅定的女權主義者，我認為……」開頭。其內容實則為展示各種反女權主義的「證據」，「用女權的論點結合具體時間，採用諷刺的方式，去推導出女權理論的誤區」，獲得了 21,708 次贊同。

## 中國語境下的「杰基爾」和「海德」

Nigel Edley 和 Margaret Wetherell(2001)發現，對於女權主義和女權主義者，人們存在兩種對立的、競爭性的闡釋。一種是偏自由主義的闡釋，直接甚至有點簡化，認為女權主義者只是追求平等(equality)。這種闡釋塑造的是女權主義的好人「杰基爾」形象：溫和、清醒、理性、積極或中立。另一種闡釋則更為複雜和具體，傾向於人格化女權主義者，涉及其外貌、性取向和對男性的態度等主題。

這種闡釋建構的是壞人「海德」：咄咄逼人的食人惡魔。

他們還認為這種針對女權主義和女權主義者二元對立話語的背後是男性的認同工作(identity work)——強化自己作為理性模範的形象。認為女權主義者只是追求平等的話語，旨在強調其正常，暗示女權主義者和其他普通女性並無差異。現代人總是把自己呈現為支持性別平等的形象。平等已經成為文化上的老生常談(commonplace)、無需質疑的原則性觀點。這使得溫和女權主義被吸收進社會的多數派中，變成一個普通女性和普通男性都可以使用的身份。

令人樂觀的方面是，這意味著男性至少接受了女權主義運動的核心信條之一，也即男性和女性生來平等，應該享有同樣的機會。令人悲觀的方面則是，在平等概念之下，男性發展出了「絕對(total)」平等、「完全」(complete)平等等概念，使得平等原則變成了充滿灰色地帶的模糊概念。

在知乎關於田園女權的相關問答中，針對女權主義和女權主義者的二元對立呈現同樣存在，但與「杰基爾」和「海德」、「好」與「壞」的對立不同，它是「真女權」與「偽女權」的對立。類似下面的表述廣泛存在：

「真女權：我可以做這個。

偽女權：別讓我做這個。

真女權：我們要擁有平等的權利來實現自身的價值。

偽女權：我們要擁有男人擁有的權利但我不想承擔義務和責任。

真女權：男人能做的女人也可以，甚至可以更出色！

偽女權：我能生孩子，男人不行。」

在這些討論中，「真女權」被賦予如下特質：

## I 強調個人努力

真女權主義者，「不斷提高自己，讓自己不依賴男人」，「自己能夠堅強和勤勞」「通過做一個女強人而取得成功」「靠身體力行為國家和民族貢獻力量」「不服輸，不認輸」「用自己一身本事以及拼搏的精神證明『誰說女子不如男』」。

被認為是「真女權」典範的主要有三類人：歷史人物，如平陽公主、聖女貞德、拿破侖等；中外女性政治人物，如鄧穎超、吳儀、宋慶齡、默克爾、希拉裏、冰島總理約翰娜·西於爾扎多蒂、馬拉拉·優素福扎伊等；以及取得突出成績的現代女性，如郭鳳蓮、邢燕子、吳健雄、屠呦呦、林巧稚、董明珠、楊惠研等。

## II 支持男女平等

「真女權」是「平等就業，責任均分，義務共擔，權利共享」；男性和女性「享有平等的權益，承擔平等的義務，以及平等的道德準則」；要做到真正的性別平等，就要「給兩性同樣豐富的選擇權並給他們同樣的基礎義務」。真女權追求的是「男女平等」，而不是「女性至上」。

這種平等甚至進一步走向了平均主義，如結婚買房時，雙方各出一半錢，產權各百分之五十，孩子一起照顧，家務分攤；雙方的經濟開支和感情付出儘量做到平等，沒有彩禮和嫁妝。

## III 既關注女性也關注男性

「真女權」關注的不僅是女性，關注更多的是「性別的刻板印象帶來的歧視」，既要關注到女性在職場中受到的歧視、家庭主婦創造的價值不被社會認可，

也要關注到男性在婚戀中處於的劣勢、被消費主義輿論綁架等不公平的現象。

而田園女權則被作為「偽女權」在中國的具體體現，被認為具有以下特徵：

#### IV 只要權利不要義務

田園女權被認為是「封建男權和西方女權相結合的怪胎」，巧妙地融合了中國傳統家庭觀念與西方女權思想，只享受傳統與現代兩種模式中的權利，而不履行兩種模式中的義務，是「雙重標準」。田園女權者被認為是「一群只想享受不想付出的人」「懶惰的人」以及「精緻的利己主義者」。

這些討論認為田園女權想要享受的權利包括：男性賺錢養家、高額彩禮、房子、孩子冠姓權、不工作、不買單、收取節日禮物等。而被田園女權者拋棄的「義務」既包括家庭義務——女性「應盡的義務」或「傳統文化中的女德義務」，如家務、「相夫教子」、「無私犧牲前途成全家庭」、成為「賢妻良母」等，也包括社會義務，如跟男性一樣從事生產勞動，工作上的髒活累活危險活體力活、服兵役、工地搬磚、刷水泥、物流搬貨、「上陣殺敵」、「搶險救災」等等。

#### V 過度強調物質

中國女性被認為是「兩性關係裏的普遍獲利者」、「拜金主義」及「要求男方在物質方面是完美的」。網絡上的中國女權，被認為「核心只有一個買字」。在相親的場景下，女性被指首先關注的是男方的物質條件，是否有車、有房。在日常生活場景下，中國女性也被指要求男性為自己購買昂貴的禮物，如名牌口紅、手錶、包等。

有回答者提出，類似微信公眾號運營者咪蒙的網絡大 V 產生了非常惡劣的影響，寫的文章讓人看了「一時爽」，自己掙够了錢，但「禍害了一批沒什麼心眼，沒什麼城府，沒什麼自我判斷能力的人」；營銷號居然試圖用田園女權取代女權，把田園女權當成女權的唯一標準。在互聯網上，中國女權是「販賣給女性看的」生意。

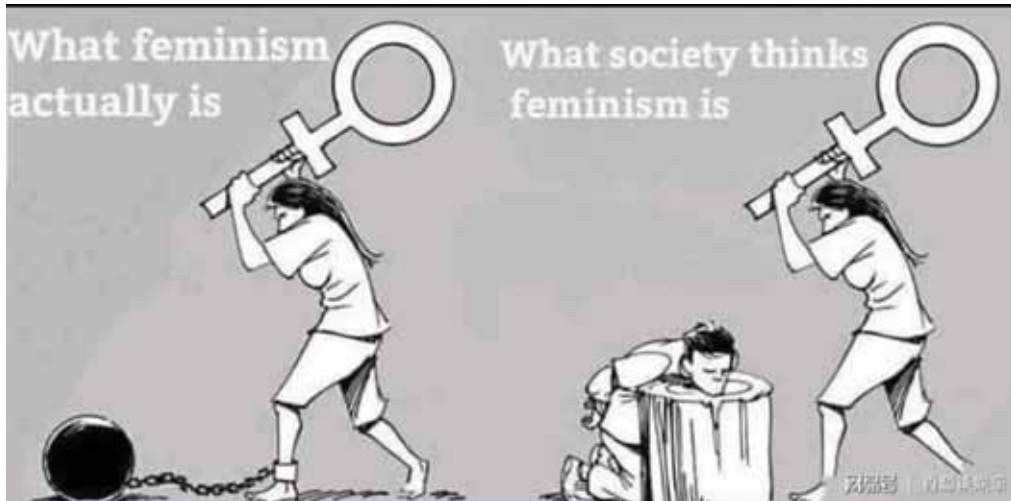
還有回答者將其互聯網女權定義為商品化的「泛女權」：販賣焦慮，收割利益，通過製造兩性對立而獲取流量變現。「你負責掙錢養家，我負責貌美如花」「嫁個把你當女兒寵的男人」「他愛不愛你，看購物車就知道了」「送兩百塊錢的禮物，不如送她自由」等網絡營銷號製作及傳播的標題及觀點，激起了比較明顯的反對意見。

#### VI 走向極端，追求特權

田園女權被認為變成了一種「強調群體的對立、強調仇恨思想和行動上的對抗」的極端意識形態——追求的不是男女平等，而是追求「凌駕於男權之上」，宣揚「女尊男卑」；追求的不是平權，而是「高人一等」「女性事事優先」的「特權」。田園女權被指走向極端，其具體表現包括：製造對立和矛盾，「一味地煽動，慫恿，販賣焦慮」；仇男，把部分男性的犯罪行為推廣至所有男性，號召對騷擾女性的男性實行化學閹割；忽視男性權益，如反對為男性被家暴發聲。

不少回答者表明，自己不是反女權，而是反田園女權，希望用「平權」代替「女權」。

圖七 網絡配圖



## VII 信奉田園女權的人缺乏女性魅力

田園女權人士被刻畫為「失敗人士」「處於社會底層的可憐人」「腦殘女」及「下等人」等。她們被指在外貌上缺乏女性魅力，「微胖或肥胖，身高 149 至 168，年齡 26 至 40，比較油膩，圓臉，身材臃腫，顏值 4 分以下」；在情感上，或者有過婚史、受過情傷，或者缺乏追求者而長久單身；在學歷方面，學歷中等，大部分「沒有受過良好教育」；生活上沒有好的工作，處處遭受排擠，因而心懷不善；在智識方面，沒有獨立思考能力，「被公眾號毒雞湯洗腦」。這些女性被認為因自身條件差無法得到男性和社會的優待，所以將自己的悲慘歸因為「男權壓迫」，進而產生了「敵視男性的反社會型人格」。

崇洋媚外：田園女權還被指貶低中國男性、抬高外國男性，尤其是白人男性，宣稱「中國男人配不上中國女人」。田園女權被指對國內男性無底綫貶低，包括其外貌、衣著、基因、能力、性格等，却鼓勵女性和外國男人談戀愛結婚，宣揚「只要嫁給外國人，就能擺脫一切婚姻的困擾」。不少回答者給田園女權甚至中國女權貼上了「逆向民族主義」的標籤：「以外國男人為榮，以本國男人為耻」。

## 中國父權制的現實實踐

在知乎有關「田園女權」問答中，一些具有中國特色的，和中國父權制的執行密切相關的議題成為討論的焦點和意見分歧的焦點。

### 彩禮

彩禮在中國具有悠久的歷史，可追溯至西周的「六禮」，是「父母之命、媒妁之言」的聘娶婚制的產物。《禮記·坊記》曾記載「男女無媒不交，無帛不相見。」費孝通(2001)認為彩禮是男方家對女方家勞動力喪失的一種經濟補償。弗裏德曼(Friedman, 1966, 1979)認為訂婚的彩禮具有三大功能：一是感謝女方家

的養育之恩；二是標志女性的權力在群體(家庭)之間的轉換；三是體現出男方家庭經濟條件比女方家優越。因而，彩禮既是男家對女家的一種經濟補償，也是女家衡量男子體能與智能的替代標識。

還有研究者(蔡玉萍、彭錮旋，2019)提出，彩禮和中國父權制的根本結構——從夫居相關。從夫居使得女性在自己的原生家庭中是臨時成員，在其夫家也是永遠的外人，她們在兩個家庭都無法獲得資源和權力。從夫居是一個交換系統，而女性是其中的「貨幣」。

儘管從上世紀 30、40 年代開始，中國共產黨就認為收受彩禮是買賣婚姻的手段，在法律上明文廢止彩禮，直至解放後《中華人民共和國婚姻法》均未出現「彩禮」一詞，亦未規定相應的彩禮制度，但作為一種民間習俗，彩禮一直存在於現實生活中，且在近年出現「天價彩禮」現象，從幾千元漲至十幾萬元、二十幾萬元。(李霞，2008)

在知乎關於田園女權的討論中，彩禮也是一個重要話題，且呈現較為一致的反對、「反感」態度。彩禮被認為是「傳統文化中方便女性佔便宜的習俗」「滿身封建氣」「(女性)自己物化自己」。田園女權被指選擇性地保留甚至擴大這些習俗，只講權利不講責任，「既要東方的彩禮又要西方的自由」。有回答提出，傳統社會裏，男方支付的禮金數量有限，如自己的姥爺當時的禮金只是三隻羊，而現在的女性「受了毒雞湯的洗禮」，「越來越變本加厲」。但彩禮的多少不應該成為男女平等的評判標準。

要房要車還要高額彩禮，被視為「貶低生產力價值抬高生育價值」「貶低男性抬高女性」，女性單方面只考慮自己的風險利益，不考慮對方的承受能力或者承擔風險的公平性。彩禮意味著現在「男人的社會地位低下」。

有回答提出彩禮不應該是男方單方面付出，這「不公平」，也「不合理」，因為部分地區給女方的彩禮不返還給兩人的小家庭，法律對彩禮缺乏保護。女方家庭應該準備價錢相匹配的嫁妝。

## 生育

生育和冠姓不是簡單的繁衍後代和給孩子命名的問題，其背後是中國父權制的根基之一父系繼承制。「不孝有三，無後為大」，父系繼承制也導致了中國家庭對男孩——家族血脈的繼承人的偏愛。中國婦女的成功與幸福依賴其生育能力，尤其是生育男孩的能力，成為「被租用的子宮」(白馥蘭，2006：217)在廣州、山東等地區，女性從其原生家庭遷移到夫家的真正標誌是第一個孩子的出生，而非婚姻。(白馥蘭，2006：263)

同時，生育及其隨之而來的育兒工作將婦女固定在家庭中，其承擔的勞動處於較低評價和無酬狀態，是對女性的一種制度性剝削。避孕工具的發明、醫學技術的發展讓女性能夠控制是否受孕、生育，被視為對女性的解放作用，賦予女性選擇權和自主權，提高了女性的地位。

在知乎關於田園女權的討論中，生育被認為成為女性「要挾」男性(「動不動就說有本事你來生小孩」)、「訛詐男性」(「要男人買房買車給彩禮換取她們生育」)、「馴化」男性(「比較聽話的就有生育權，不聽話的就沒有生育權」)的工具。田園女權被指宣揚「不婚不育」，將生育責任作為討價還價的籌碼，貶低、仇恨「生育的女人和家庭和睦的女人」。

在生育權是不是女性獨享方面，參與問答的知乎用戶產生了分歧。同意者

認為生育權是女性特有的，因為「子宮女性獨有，生育能力女性獨享，生育帶來的風險女性獨立承擔」。反對者則援引法律規定證明生育權男女共有，女性可以選擇生或不生，也能選擇為誰而生，男性對此沒有選擇權，親子鑒定是男性維護自己生育權「最後的武器」。

不少回答用戶認為女性生育的難度和價值被誇大，提出高房價之下，生孩子的壓力明顯低於買房壓力；妻子獨自生育痛苦，丈夫獨自工作同樣痛苦。

也有回答者直接表明，當代女性「要掌握身體自由，有生育權」，不被夫家當做「隨意使用的移動子宮」，被逼著生孩子，甚至「生兒子，墮女兒」；同時「懷孕和生育期間不被辭退」是應該為自己爭取的權利之一。

## 冠姓

《中華人民共和國婚姻法》第二十二條規定：「子女可以隨父姓，可以隨母姓。」儘管法律確認父母對子女擁有平等的冠姓權，但在現實中形成了父親獨佔子女冠姓權的習俗。中國父權制的根基之一父系繼承制通過子女冠姓權的慣例得以代代相傳。子女冠姓權的問題無形中降低了妻子的家庭地位和社會地位。

在當代社會，父親獨佔子女冠姓權的傳統開始發生變化，通常的做法有二：把母親姓嵌入孩子的名字中，使父母的姓氏同時出現於子女姓名內；隨著中國二胎政策的實行，多子女家庭實行子隨父姓，女隨母姓。(郭旭紅，2011)

知乎關於田園女權的問答中，對於女性「爭孩子的冠姓權」表達了較為強烈的不滿情緒，認為這部分女性把「想要孩子跟自己姓的男人渲染得跟家暴男一樣十惡不赦」。回答者提出的反對理由包括：雙方對婚姻的貢獻度不同，男方貢獻度更大，應該隨父姓，否則「女方出房子出彩禮」；大多數國家地區姓氏制度都是隨父姓，都是父權社會的產物，反傳統「不方便」，甚至帶來誤解——跟著媽媽姓的孩子容易讓別人以為父母離婚了；「財雄勢大」的女性想擁有冠姓權，可以招上門女婿。

## 討論與結論：新男女有別還是男女無別？

參與知乎有關「田園女權」問答的用戶以男性為主，居住地集中在經濟發達地區，一般擁有較好的教育背景，主要就業於高新科技行業。其回答呈現彌散狀態，既沒有形成「意見領袖」，也缺乏專業人士的參與。與一般知識分享中立理性的特點不同，相關問答情緒化傾向顯著。

知乎關於田園女權的討論同樣存在針對女權主義和女權主義者的二元對立呈現和闡釋。這種中國語境下的「杰基爾」和「海德」表現為「真女權」與「偽女權」的對立。「真女權」被賦予強調個人努力、支持男女平等、既關注女性也關注男性等特質，而作為「偽女權」田園女權則被認為只要權利不要義務，過度強調物質，走向極端、追求特權，及其擁護者缺乏女性魅力崇洋媚外。同時，和中國父權制密切相關的彩禮、生育和冠姓等問題成為討論的熱點議題。這些討論對彩禮尤其是高額彩禮表現出較為一致的反對、「反感」態度，對於女性「爭孩子的冠姓權」也表達了較為強烈的不滿情緒。生育則被認為成為女性「要挾」男性、「訛詐男性」、「馴化」男性的工具。

在分析參與有關田園女權討論者的個人資料、深度解讀問答文本的基礎上，研究者發現了以下三點值得進一步研究和討論的初步結論：

一是不同性別對中國性別平等現狀的評價出現較大差異。不少討論者認為

「中國可以算是世界上女性地位最高的國家之一」，「舊社會的不平等已經被打破」，但根據《全球性別差距報告》(2018)，中國性別平等的排名逐年下降，2018年已降至世界第 103 位。

二是性別角色評價標準出現嚴重分歧。在這些討論中，中國女性被認為只想享受傳統與現代兩種模式中的權利，而不履行相應的義務，要求男性既要賺錢養家、支付高額彩禮、準備房子，又要承擔家務、懂得穿衣打扮、送出貴重禮物等，同時自己却放棄了家務、相夫教子、和男性一樣從事生產勞動的女性「應盡的義務」。認為田園女權宣揚「中國男人配不上中國女人」的討論也意味著性別競爭的國際化，以及隨之而來的男性焦慮。在經濟壓力增大的背景下，原有的性別規範遇到挑戰，甚至呈現雙性或多性的「氣質危機」。

三是中國傳統父權制遇到多重挑戰。父系繼承制和從夫居是中國父權制的基本結構，直到上世紀 90 年代中期仍然被基本保留(Stacey, 1983; Judd, 1994; Hershatter, 2004《男性妥協》第 17 頁)彩禮、生育、孩子冠姓是維持上述兩大結構的具體實踐。從討論中可以發現傳統規範已經不能繼續，而為不同性別共同接受的新規範尚未形成，成了中國女權主義話題中的爭議焦點。家務勞動分工也被認為是「中國父權制運作和再生產的核心」(蔡玉萍、彭鋼旄, 2019:103)，從討論中可以發現原有的「男主內，女主外」的分工模式已經遭到衝擊，但中國男性對這種衝擊尚未完成調適，家庭內的妥協和協商並未完成。男性對此顯得憤怒而無奈。

本研究受限於網絡問答社區用戶個人資料披露的有限性、選擇性及虛擬性，相關分析僅限於現有平臺，不能任意推廣。如在將來的研究中能夠輔以深度訪談，可以得到進一步的驗證和補充。

## 參考文獻

### 中文部分(Chinese Section)

- 艾瑞數據(2019 年 8 月)。〈知乎社區 Web 指數〉。取自艾瑞網，  
<https://index.iresearch.com.cn/pc/detail?id=5616&kid=16&Tid=79>。
- 白馥蘭(2006)。《技術與性別：晚期帝制中國的權利經緯》(江湄等譯)。南京：江蘇人民出版社。(原書 Bray, F. [1997]. *Technology and Gender: Fabrics of Power in Late Imperial China*, Berkeley and Los Angeles: University of California Press.)
- 程然(2018 年 6 月 14 日)。〈如何評價知乎用戶蘭飛鴻？〉。取自知乎網站，  
<https://www.zhihu.com/question/280935267/answer/417028511>。
- 蔡一平，杜芳琴(編)(2016)。《婦女與社會性別史研究的理論與方法》。長沙：湖南大學出版社。
- 蔡玉萍，彭鋼旄(2019)。《男性妥協：中國的城鄉遷移、家庭和性別》(羅鳴等譯)。北京：生活·讀書·新知三聯書店。(原書 Choi, S. Y.-P., & Peng, Y.-N. [2016]. *Masculine Compromise: Migration, Family, and Gender in China*. Oakland: The Regents of the University of California.)
- 蔡騏，陳月(2018)。〈基於社會網的知乎網意見領袖研究〉。《湖南師範大學社會科學學報》，2018 年第 5 期，頁 128-138。
- 杜芳琴，王政(編)(2004)。《中國歷史中的婦女與性別》。天津：天津人民出版社。
- 費孝通(2001)。《江村經濟——中國農民的生活》。北京：商務印書館。



- 郭旭紅(2011)。〈男女平等分享子女冠姓權的思考〉。《山東女子學院學報》，2011年第3期，頁54-58。
- 賀蕭，王政(2008)。〈中國歷史：社會性別分析的一個有用的範疇〉。《社會科學》，2008年第12期，頁141-154+186。
- 韓震(2018)。〈論話語的內涵、實質及功能〉。《哲學研究》，2018年第12期，頁117-122。
- 羅麗莎(2006)。《另類的現代性：改革開放時代中國性別化的渴望》(黃新譯)。南京：江蘇人民出版社。(原書 Rofel, L. [1997]. *Other Modernities: Gendered Yearnings in China after Socialism*. Oakland: The Regents of the University of California.)
- 瞭望(2019年4月28日)。〈知乎：下一步構建特色社區生態【新浪微博博文】〉。取自新浪微博，<https://m.weibo.cn/1718493627/4366167035031683>。
- 李霞(2008)。〈民間習俗中的彩禮及其流變〉。《民俗研究》，2008年第3期，頁253-262。
- 李銀河，林春，譚深(編)(1997)。《婦女：最漫長的革命》。北京：北京三聯書店。
- 劉雨農，劉敏榕(2017)。〈社會化問答平臺的社區網絡形態與意見領袖特徵——以知乎網為例〉。《情報資料工作》，2017年02期，頁106-112。
- 劉軍. 社會網絡分析導論[M]. 北京: 社會科學文獻出版社, 2004. 12-13.
- 李卓卓, 丁子涵. 基於社會網絡分析的網絡輿論領袖發掘——以大學生就業輿情為例[J]. 情報雜誌, 2011, 30(11): 67-70+66.
- 世界經濟論壇(2018年12月17日)。〈2018年全球性別差距報告〉。取自世界經濟論壇官網，<https://cn.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2018>。
- 蘇明輝. 基於社會網絡分析的東北地區圖書館微博情況研究[J]. 情報科學, 2018, 36(05): 99-103.
- 王政(1997)。〈國外學者對中國婦女和社會性別研究的現狀〉。《山西師大學報(社會科學版)》，1997年04期，頁49-53。
- 王政，杜芳琴(編)(1998)。《社會性別研究選擇》。北京：北京三聯書店。
- 朱愛嵐(2004)。《中國北方村落的社會性別與權力》(胡玉坤譯)。南京：江蘇人民出版社。(原書 Judd, E.R. [1994]. *Gender and Power in Rural North China*. Stanford: Stanford University Press.)
- 知乎小管家(2016年4月13日)。〈為什麼知乎的問題頁面不強調顯示提問人的名字？〉。取自知乎網站，<https://www.zhihu.com/question/19550674?sort=created>。

### 英文部分(English Section)

- Andors, P. (1973). *The Unfinished Liberation of Chinese Women 1949-1980*. Bloomington: Indiana University Press.
- Banet-Weiser, S., Gill, R., & Rottenberg, C. (2019). Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation. *Feminist Theory*.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham, NC: Duke University Press.
- Calder-Dawe, O., & Gavey, N. (2016). Jekyll and Hyde revisited: Young people's constructions of feminism, feminists and the practice of "reasonable feminism."

- Feminism & Psychology, 26(4), 487–507.
- Croll,E.J.(1978). *Feminism and Socialism in China*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Edley, N., & Wetherell, M. (2001). Jekyll and Hyde: Men’s Constructions of Feminism and Feminists. *Feminism & Psychology*, 11(4), 439–457.
- Freedman,M.(1996).*Chinese Lineage and Society: Fukien and Kwangtung*. London: Athlone Press.
- Freedman,M.(1975).*The study of Chinese Society*. California: Stanford University Press.
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147–166.
- Hershatter,G.(2004).State of the Field: Women in China’s Long Twentieth Century. *The Journal of Asian Studies*,63(4),991-1065.
- Hamad,H.,&Taylor,A.(2015). Introduction:Feminism and contemporary celebrity culture. *Celebrity Studies*,6(1),124-127;.
- Keller,J.(2015).Girl power’s last chance?Tavi Gevinson, feminism, and popular media culture.*Continuum:Journal of Media and Cultural Studies*,29(2),274-285.
- Ko,D.(1994).*Teachers of the Inner Chambers:Women and Culture in Seventeenth-Century China*. Stanford:Stanford University Press.
- Mann,S.(1997).*Precious Records:Women in China’s Long Eighteenth Century*. Stanford: Stanford University Press.
- McRobbie,A.(2009).*The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*.London:Sage.
- Parker, A., Halgin, D. S., & Borgatti, S. P. (2016). Dynamics of Social Capital: Effects of Performance Feedback on Network Change. *Organization Studies*, 37(3), 375 – 397. <https://doi.org/10.1177/0170840615613371>
- Quinn, J. E. A., & Radtke, H. L. (2006). Dilemmatic Negotiations: The (UN)Tenability of Feminist Identity. *Psychology of Women Quarterly*, 30(2), 187–198.
- Riley, S. (2001). Maintaining Power: Male Constructions of ‘Feminists’ and ‘Feminist Values.’ *Feminism & Psychology*, 11(1), 55–78.
- Rottenberg, C. (2014a). Happiness and the Liberal Imagination: How Superwoman Became Balanced. *Feminist Studies*, 40(1), 144-168.
- Rottenberg, C. (2014b). The Rise of Neoliberal Feminism.*Cultural Studies*,28(3):418-437.
- Rottenberg, C.(2017). Neoliberal Feminism and the Future of Human Capital. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*,42(2):329-348.
- Rottenberg, C.(2018).*The Rise of Neoliberal Feminism*. New York: Oxford University Press.
- Scharff, C. (2013). Book Review: *Varieties of Feminism: German Gender Politics in Global Perspective* by Myra Marx Ferree. *Gender & Society*, 27(3), 426–428.
- Stacey,J.(1983).*Patriarchy and Socialist Revolution in China*. Berkeley and Los Angeles:University of California Press.
- Wang,Z.(1999)*Women in the Chinese Enlightenment: Oral and Textual History*. Berkeley and Los Angeles:University of California Press.
- Wolf,M.(1985). *Revolution Postponed: Women in Contemporary China*. California: Stanford University Press.
- Wolf,M.,&Witke,R.(1975).*Women in China Society*. Stanford: Stanford University Press.

**#MeToo 運動的行動者、問題化框架與  
「共意」製造：  
基於 50 個舉報案例的研究**

**黃月琴**

華中師範大學新聞傳播學院教授

**黃瑤**

湖北大學新聞傳播學院碩士

## 摘要

中國#MeToo 運動既是全球#MeToo 運動浪潮在中國傳播的結果，也是國內關於女性權益和性別觀念持續鬥爭的產物，是一場集中發生在 2018 至 2019 年間、融合衝突性和倡導性特徵的女性主義運動。本研究收集 2018 年全年約 50 個反性騷擾舉報案例為研究對象，通過文本語義分析、批判話語分析和事件-過程分析等方法探析運動的行動者如何展開話語敘事、框架建構和「問題化」技術，包括舉報者如何在創傷敘事、群體話語操演和互動參與中實現身份轉化和行動者生成；以女權意見領袖、志願者為主的中介/代理行動者和知識分子公眾如何通過框架擴展與問題「轉義」來引導運動走向公共化和現代理性，並通過回應質疑、社會辯論和倡導性行動等來尋求「共意」溝通和制度目標實現。在此基礎上，論文總結中國#MeToo 運動的成效與局限性，討論了情感動員和道德中心性問題在中國女性主義運動中的重要性和悖反性，並反思網絡技術(平臺)向「行動者網絡」主體轉化過程中可能出現的公眾政治危機。

**關鍵詞：**MeToo、反性騷擾運動、性別、問題化框架、行動者

## Abstract

The #MeToo movement in China was not only the result of the global #MeToo movement spreading in China, but also the product of the ongoing domestic struggle over women's rights and gender concepts. This study collected about 50 reported cases against sexual harassment as the research objects. With the methods including the text semantic analysis, critical discursive analysis and event - process analysis, this paper explored how the movement actors developed discourse narrative, framework construction and “problematic” technology, including how the whistle-blowers realized identity transformation and actor generation through trauma narrative, group discursive performativity and interactive participation, how the intermediary/agent actors and the intellectual public, mainly feminist opinion leaders and volunteers, guided the movement toward publicization and modern rationality through the framework expansion and issues mediation. The actors sought “consensus” communication and realized institutional goal by responding to questions, social debates and advocacy actions. On this basis, the paper summarized the effectiveness and limitations of China's #MeToo movement, discussed the importance and inconformity of emotional mobilization and moral centrality in China's feminist movement, and reflected on the public political crisis that may occur during the transformation of network technology (platform) into the subject of “actor network”.

**Keywords:** MeToo, anti sexual harassment, gender, problematic frame, actor.

## 緒論

#MeToo 運動是一場「古老的性別的戰爭」(艾曉明, 2008), 它揭示了一種隱秘、廣泛而又具體而微的性壓迫形式在日常生活中的結構性存在, 觸發全球性的社會反響。性騷擾事件的發生需要根據具體的社會情境、文化模式和心理狀態來加以理解。但從根本上來說, 性騷擾形成現象級問題, 跟人類社會古老的兩性分工、共同體成員資格認定和劃分以及由此生髮的根深蒂固的權力秩序有關(愛爾斯坦, 2019), 婦女在歷史上是作為男性控制、男性欲望和男性價值的表達形式而呈現並深植於男權秩序之中。性騷擾可以視為男性在掌握一定的政治、經濟和文化權力(支配權、資源控制權和文化解釋權)以後尋求一種日常性別權力對應以及力比多的非正當釋放。而對於女性而言, 性騷擾往往造成嚴重的精神創傷, 被權力不公正支配或者宰製的屈辱的心靈經驗和不被尊重的屈辱的身體經驗, 足以破壞和改變受害女性藉以介入世界的感知架構、秩序感和整體視角(不僅僅是兩性關係), 它往往使受害者陷入對自身尊嚴、人格的貶抑和對自我身份同一性的懷疑。由於對性別正義缺乏社會預期和信心, 更缺乏制度性表達和救濟渠道, 受害者往往得不到正義補償和社會支持。在一定的社會技術條件下, 它可能累積或被激發為一場社會運動的爆發。

2017年10月, 好萊塢電影大亨哈維·溫斯坦被多位女星揭發性騷擾醜聞, 這一揭醜行動拉開了全球#MeToo 運動的序幕。10月15日, 美國女演員艾莉莎·米蘭諾(Alyssa Milano)在推特上發布:「如果所有被性騷擾或侵犯過的女性都能發一條「#MeToo」的狀態, 人們或許能認識到這個問題的重要性」, 激起了人們的強烈共鳴, 在當天, 「#MeToo」標籤在推特上就被使用了20多萬次, 一天後被使用次數超過了50萬次。在臉書上, 在最初24小時內, 470多萬人在1,200萬個帖子中使用了這個標籤。據彭博社保守統計, 在隨後的一年的時間裏, 約有425名行業領袖或社會名流在#MeToo 運動中受到了程度不一的性騷擾/性侵犯的指控。(李永博, 2018)#MeToo 運動從美國娛樂界起步, 以燎原之勢迅速遍及社會各行各業, 並且蔓延為全球性的跨國女性主義運動。

## 社會背景

中國反性騷擾運動的興起源於內外兩方面因素。一方面, 它是全球 #MeToo 運動波及到中國內地, 並激發新一輪女性主義運動的結果; 另一方面, 它也是中國女性主義思潮在新的社會現實和媒介技術條件的一次具體展開。作為一個後革命傳統的現代國家, 中國在國家政權建設的根本層面上結束了性別壓迫和不平等歷史, 婦女解放和權益保障作為一項現代化目標得到制度性確認。但在是社會實踐層面, 性別正義問題, 性權利不平等問題在公私領域中從未消失, 女性所面臨的制度性、非制度性困境隨著社會進程和具體語境的不同, 不斷被社會再生產, 在不同的階段地呈現為不同議題突顯的面貌。比如近年來以「約會強姦」「熟人性侵」「性騷擾」為主題的公共事件時常激起重大社會反響(如黃靜案、鄧玉嬌案等)。中國女性主義思潮走向差異政治和平等政治時而交織時而對立的階段。

2010年, 全國婦聯和國家統計局曾聯合組織進行第三期中國婦女社會地位調查, 對發生於工作/勞動/學習中的性騷擾狀況進行了考察。調查發現, 「遭遇過性騷擾的女性佔7.8%, 其中遇到過被動看黃色圖片或圖像的女性比例為1.5%, 有被動聽黃色段子或笑話的經歷的女性比例為6.4%」。(劉小楠, 2014:41-48)女性

權利倡導者亦開始從身體自主權、反性騷擾等角度發起社會行動：2012 年夏天「我可以騷你不能擾」口號廣為流傳，並激發社會爭議；2015 年多名女性在三八婦女節派發反性騷擾宣傳單，其中五名女性被警方拘留 37 天(被稱為「女權五姐妹」)。(黃雪琴，2019)

在高校教育界，性騷擾問題近年來屢被曝光並廣受關注。2014 年，廈門大學教師吳春明性侵博士生事件被揭發，著名女權主義者馮媛、李思馨等人發起倡議行動，積極呼籲高校反性騷擾機制出臺，並印發反性騷擾手冊。在社會壓力下，教育部於 2014 年 10 月印發了《關於建立健全高校師德建設長效機制的意見》(即「紅七條」)，對高校教師加強道德教育和職業行為約束，並將性騷擾作為關鍵詞納入。但是該「意見」的出臺未能有效遏制性騷擾事件的滋生。2017 年 5 月，微博主「北電侯亮平」爆料北京電影學院學生阿廖沙被某教師性侵，引發輿論沸騰。但相關微博及評論很快被審查，此事最終不了了之。這些事例一方面凸顯了反性騷擾行動在當今社會條件下已浮出水面，它們構成中國#MeToo 運動的先聲和譜系，另一方面也凸顯了反性騷擾的艱難和複雜性，它們指向性別在公私領域固有的古老界限，同時也招致現實權力的審查和遏制。這揭示反性騷擾行動從來就不單是性與性別問題，而是權力問題。

## 中國#MeToo 運動的發展及其特徵

以上述背景下，2018 年 1 月 1 日，北京航天航空大學畢業生羅茜茜以實名的方式向北航紀委舉報，檢舉北航教師、教育部長江學者陳小武曾經性騷擾包括自己在內的多名女生，並將舉報內容公布在微信公眾平臺及新浪微博等社交媒體上。羅茜茜此次舉報明確使用了帶有「#MeToo」字樣的標籤，由此拉開了中國#MeToo 運動的序幕。隨著陳小武被學校調查並被嚴厲處分，更多的性騷擾舉報事件在網絡空間涌現。到 2018 年 7 月性騷擾舉報浪潮達到高峰，一個月之內就有 30 多起性騷擾事件被網絡曝光(7 月 25 日、26 日是曝光個案最多的兩天)。經過中山大學張鵬事件(2018 年 1 月至 7 月)和中國新聞周刊總編章文事件(2018 年 7 月)的持續發酵，#MeToo 運動的目標領域開始擴散，從高校圈轉移到公益圈、體育圈和文化圈，著名的公益名人雷闖、鄧飛<sup>1</sup>先後被志願者曝光存在性騷擾或性侵犯行為；教育企業家信力健、家喻戶曉的電視節目主持人朱軍、名記者朱長振、中國佛教學會會長兼龍泉寺主持釋學誠等三十多人被接連舉報，引起極大的社會熱議。中國#MeToo 運動的輿論指數到 7 月下旬達到高潮。7 月 26 日前後，以「MeToo」，「性騷擾」為關鍵詞的微博和微信指數分別達到 4,000,000 和 25,000,000 左右，百度搜索指數達到 11,444。但幾乎也是同時，新浪微博#MeToo 話題開始被頻繁屏蔽，舉報人或公眾的討論、留言屢屢被封禁、刪除<sup>2</sup>。經過持續僵持之後，#MeToo 運動在下半年不再容易獲得話語空間，到年底則逐漸衰退，2019 年只遺留些許尾聲和零星的社會反響。

中國#MeToo 運動有著較為清晰的時間綫和傳播節點，有一個較為完整的運動周期。它是發生在文化、教育、科研、公益等社會文教機關領域內的一場女性

<sup>1</sup> 鄧飛原為《鳳凰周刊》調查記者，長期關注婦女兒童權益，因 2011 年在微博發起打拐行動與「免費午餐」行動而聞名。

<sup>2</sup> 2018 年 7 月 26 日，#MeToo 微博話題被刪除，相關留言評論被全部隱藏。隨後網友陸續開通#me2#，#米兔#，#俺也一樣#等相關話題，也均被刪除。章文事件中舉報人微博「小精靈的戰鬥」被禁言，微博內容被清空，發布在此的三封《給章文的公開信》也一並被刪除；朱軍事件舉報人弦子的微博「弦子和她的朋友們被」暫停轉發」等。

主義運動，以高校為曝光的「重災區」(佔比 23%)。它的發生空間是在新媒體網絡，特別是以微博(佔比 39%)為主、微信公眾號(佔比 20%)和朋友圈(佔比 8%)為輔的社交網絡。除此以外，中國#MeToo 運動還有著較為突出的社會特徵。首先，它是一組典型的「以言施事」的話語行動。它以個體回溯敘事為源頭，以「實名舉報+網絡曝光」為鬥爭武器，激發巨大的輿論能量。第二，它包含多個事件的「湧現」，也包含一組事件的連續、動態演化，是一場鬥爭性、衝突性與教育性、倡導性相結合的社會重構行動。第三，中國#MeToo 運動的發生和發展以網絡為中介和連接手段，既是去疆域性、弱組織的，也是相互激發和內部關聯的。或者說，主體在網絡的相互「看見」、虛擬在場和連接互文就是它的「組織性」。但網絡輿論管制行為深刻地影響了運動的結果和走向。

## 研究回顧與文獻綜述

中國的女性主義運動是當代民族主義及其發展的一個組成部分。從二十世紀二十年代「婦女」問題在啟蒙思想進程中出現並佔有重要地位時起，婦女問題被放置在一個宏大的歷史視野和政治論述框架之中，並與民族國家建構緊密相關，體現為「婦女解放」的革命話語確立、婦女勞動動員、愛國婦女形象塑造和人口優生優育的話語對象等。後毛澤東時代和改革開放時代，以性別公平為核心的權利話語被提到女性主義思潮的中心位置，並逐漸滲透到當代女性的精神生活。1995 年世界婦女大會在北平召開，積極促進了中國女性主義意識的萌芽和世界同步發展。身體、性與性別身份問題在中國都得到了一定的討論。這使得啟蒙女性主義重新得以確立，主體性問題重新回到現代性視野之中。但是隨著消費主義浪潮的興起和社會空間的釋放，新一代女性公民日益覺察到，她們的社會選擇看似越來越多，而道德空間卻很難拓展，社會的男權依附思想有回潮跡象，女性主體性意識甚至出現局部倒退，而國家的角色正從一些正面的性別政策和行動中抽身(湯尼·白露，2011:9)。這一變遷提供了中國#MeToo 運動展開的結構性背景。

在中國大陸，女性主義社會工作又稱為婦女社會工作，歷來是政府的一項行政型專門工作。其主要內容是「針對婦女在自我成長過程中，在參與政治、經濟、社會、文化與家庭生活中遇到的群體或個體問題而開展的社會服務性工作，其目的是為婦女全面發展創造有利的社會條件與社會環境」(王思斌，1999:202)。它可以充分聯動各級婦聯、工會、民政等機構的組織優勢來開展政府倡導的活動。然而與西方女性主義社會工作相比較，這並非是一項專業性工作，並且越來越明顯地顯示出缺陷，比如官僚色彩嚴重，缺乏性別批判視角，缺乏對現存的兩性權力結構的反思。國家公共政策與法律法規的制定與執行之中亦缺乏女性主義社會工作的倡導，使得政策法規在抑制性別不平等方面缺乏性別敏感，同時造成大量性別歧視現象存在而不加以糾正。(王思斌，1999:217)在另一方面，維護女權的相關民間組織和非政府組織得不到培育和完善，難以有力地連接社會與國家。在這種組織架構中，性騷擾現象很少會受到重視或進入社會問題清單，性騷擾問題的解決缺乏有效的制度性渠道，也缺乏有力的法律政策和組織支持。

## I 女性主義理論的發展：公民資格理論、性別述行與行動者

社會運動是公眾對社會系統進行重構的努力。在經歷兩波女性主義運動(平等正義訴求的自由主義女性主義運動和差異正義訴求的新女性主義運動)之後，第三波女性主義理論正在公民資格理論的基礎上發展出來，女性的公民資格以及

女性的民主潛力受到重視。公民資格理論是女性主義內部聯合的一種有益嘗試，目標在於超越「女性本質」論陷阱和性別身份的束縛，探尋女性存在之獨特的社會政治意義，在一個更為廣闊的全球化背景中建構一種關懷的倫理，尋求女性解放的未來。女性主義關懷倫理的論述不局限於以女性為對象，而是遍及於社會中所有的弱勢者，力圖從人與人之間的交流互動、接納承諾、響應與被響應的關係出發，建構一種重視具體情境和人際關係，重視情感交流的倫理學。(宋建麗，2018：2-12) 以公民資格理論為基礎的女性主義運動，重視女性的公民主體資格生成、社會參與創造以及女性的民主潛力，將女性視為積極主動的社會行動者，而不是等待被解放和被「賦權」的客體和依附者。

在中國當代女性主義運動思潮中，不僅普遍主義的平等正義和特殊主義的差異正義的矛盾訴求日益凸顯，而且尋求社會參與、主體同一性和自我呈現的權力也在新一代女性的生活實踐中更加突出。携帶著這多重時代「基因」的新型女性行動者正在新的媒介化社會條件下成長起來。法國行動社會學的創立者阿蘭·圖海納認為，新型社會運動的行動者是為符號、意義和社會表徵權力而鬥爭的主體，這種鬥爭的目標是為未來進行倫理規劃。社會行動者首先必須是公民——有批判和質疑能力的公民，社會運動作為其鬥爭形式就是對系統支配關係的反叛和質疑。因此，推動社會進步的施為者(agents)不應僅將自己局限在小範圍的意識喚醒或倡導團體中尋找身份，而是尋找更大的社會行動空間。行動者必須將自己從自身特殊性和過去的桎梏中擺脫出來，必須具有使得自身脫離再生產行為和消費的各種形式和規範，具有參與文化模式之生產的能力。(圖海納，1984/2008：22) 圖海納用「行動者歸來」這一召喚呼籲社會行動者採取創造性的社會運動形式來改變社會文化模式，以更新「歷史質」。(圖海納，1984/2008：228)不過，對於女性於言，歷史上漫長的領域隔離，使得女性長期以來缺乏政治參與的意識和技能。如何打破公私領域之間嚴格的界限，積極投身於政治參與和社會實踐，在公共論辯中學會反思公共利益，在公共生活之中學會承擔社會責任，在政治舞臺上行使判斷並作出決定，是當代中國女性所面臨的挑戰。只有這樣，中國女性的主體性才能突破本質主義的陷阱，呈現「生之謂性」的自由流動性的實踐品格。而這一公民資格和主體身份的覺醒首先在於女性作為行動者對於自身的宣示能力。(宋建麗，2018)

女性主體轉化的複雜性和艱難性不僅體現在德·波伏娃早期所揭示的女性身份和身體的社會建構性上面，而且體現在當代女性主義學者克裏斯蒂娃和朱迪斯·巴特勒所揭示的女性身體和身份是重重社會規範依賴社會強制反復書寫、引用、互文和「以言施事」進行「述行」(performativity，又譯為操演、展演)<sup>3</sup>自己的結果這一過程機制之中。換言之，女性是處於一張隱形的強制的社會規範性律令時刻進行自動運作和重複自我生產的「天羅地網」之中，難以覺醒和輕易轉化為公民資格主體和社會行動者。朱迪斯·巴特勒因而以「身體之重」為雙重隱喻，一方面強調在社會域和象徵域中，沉重的身體和性別是社會規範通過「述行」的話語實踐來重複生產的，另一方面，巴特勒也指出，「述行」過程中存在著書寫和徵引失敗的可能，引起語言符號的「脫語境化」、「再語境化」和「重新意指」，這正是意義重組的實踐過程，也正是主體轉化和行動的機會，在德勒茲的意義上，

<sup>3</sup> Performativity 一詞的中文翻譯存在分歧，朱迪斯·巴特勒的著作《身體之重：論「性別」的話語界限》的譯者李均鵬認為應譯作「述行」，意為「以言施事」。巴特勒的理論基礎之一建立在哲學語言學家奧斯丁的「以言施事」思想之上，本文認為「述行」一詞比「操演」、「展演」更符合巴特勒原意。巴特勒本人也曾辨析過她這一用語不同於「表演」的含義。



意味著主體逃脫「層」的控制，開創自由的「逃逸綫」。巴特勒融合了奧斯丁的「以言施事」理論、德里達的語言徵引理論和阿爾都塞的主體「召喚」觀念等多方面的理論資源，詳細闡述了這一主體生成、轉化和言語行為實踐過程。(巴特勒，2011：導言)巴特勒的「性別述行性」(performativity)觀點提示，言語以及話語實踐過程至關重要，它包含了社會的「裂縫」，創造性別抗爭、重構社會邊界的可能。這種「述行」和身份轉化不僅在個體的言語實踐中生成，更在群體的話語實踐中生成。(巴特勒，2014)從社會行動的角度看，巴特勒提出了女性主義的一種重要的行動路徑和方法：「述行」、操演和「引用」。這些隱喻性概念，可以廣泛涉及到不同領域之間的穿梭和鏈接，從實踐領域到文本領域，從權威領域(系統世界)到生活世界，構成行動者的場域和行動空間。

## II 社會運動：情感、框架建構與「問題化」技術

在社會運動理論中，西方學者將現代社會運動的抗爭策略歸納為三種邏輯，即「數量邏輯」(the logic of numbers)、損害邏輯(the logic of damage)和見證邏輯(the logic of bearing witness)。數量邏輯生成社會議程和正當性，損害邏輯是製造輿論壓力，而見證邏輯是在足夠大的範圍內營造出足夠強烈的悲情，並將這種悲情轉換為輿論壓力。(della Parta and Diani 2007, 170-178；馮仕政，2014：184-185)女性主義作為新社會運動更講究用間接的柔性手段達到自己的目的，更加重視情感和道德因素對於運動的價值和意義。(馮仕政，2014:194) 上世紀 90 年代以來女性主義運動發展的貢獻之一便是重新挖掘了運動中的情感與道德因素的重要性，新社會運動因此突破了傳統的資源動員理論和政治過程理論的「理性人」假設，目標轉向為社會文化模式、價值意義和現實的權利目標。有學者指出，在現代網絡抗爭行動中，營造悲情是重要抗爭策略，也是重要的動員策略(楊國斌，2009)。這凸顯了情感因素對於社會運動的重要性。情感和注意力是人們競相競逐的一種有價值的資源(Collins,1975)，坎普爾(Kemper 1978)系統闡述了個人的情感反應與其在整個社會的地位和權力等級中所處的位置之間的關聯。但如何分析女性主義運動中的情感性和理性的平衡？情感驅動對女性主義運動的目標訴求(平等政治還是身份政治)有何影響和關聯？一個受情感主導的社會運動是否能真正達到重構社會的目標，或者不可避免地走向自身的反面？這是需要探究的問題。

社會運動是一個重建社會秩序的過程，其核心是重建價值和意義工作。社會運動中的框架建構研究即著眼於意義工作(meaning work)，即在觀念和意義的動員和反動員上的鬥爭。(Benford and Snow 2000 : 613)1986 年斯諾等人所提出框架規整(frame alignment)概念，即刻畫社會運動中「意義工作」所具有的使動性、鬥爭性和動態性特徵。(Snow et al.1986)框架是對世界和所發生的事件的理解圖式(Goffman, 1974)，其作用是「賦予事件和事情以意義，從而發揮著將體驗組織化並引領行動的功能」(Benford and Snow 2000:614)。框架對於人類的認知和行動具有三個功能：聚焦、連接和轉變。「聚焦」(focusing)是指在框架的作用下，人們注意力在事件和情節上的投放和忽略。「連接」(articulation)則是將對事件片段的感知連接起來，以便形成一個整體的、系統的認知。連接的方式不同，事件和外部世界在人們頭腦中所呈現的「意義」(meaning)也就不同。「轉變」(transformatin)即框架可以轉移人們的注意力，改變特定事物對人的意義，建立或改變事件與人之間的關聯和價值，還可以改變人們組織經驗和感覺的方式和模式，從而影響整體意義的生成。(Snow 2004a:384-385；馮仕政，2014：209)社會行動者總是主動

運用某種框架去塑造人們對特定事件或行動的反應和態度和行動，進行「框架建構」，框架建構的成效甚至可以決定一個社會運動的興衰成敗。

在中國社會行動研究領域，「問題化」這一概念用來概括在各種各樣的社會衝突和集體行動中民衆所採取的行動框架和策略。(熊易寒，2007；應星、晉軍，2000)爲了爭奪政府的注意力和進入政府解決的日程，集體行動者總是要竭盡所能地強調問題的嚴重和情況的緊迫，並通過「鬧事」來制約政府的拖延和敷衍。他們由此發展出一套查爾斯·蒂利所言的集體行動劇目(*repertoire of collective action*)(Tilly 1978:151-166)和抗爭形式庫，形成中國社會情境特有的「鬧的政治」。「問題化」本質上就是群衆運用種種手段將自己的問題轉化爲政府或官員不得不重視的問題，迫使其著手解決。因此「問題化」也可以說是民衆對政府採取的強制性議程設置。研究者們發現，「問題化」以及「問題化技術」的普遍存在在很大程度上是由當代中國的國家與社會關係所決定的：一方面，政府對社會問題和社會衝突的處理是非制度化的，政府處理問題的原則很大程度上取決於民衆對問題的反應，即有沒有鬧，鬧得有多大。因爲「鬧」關係到政府的一個重要治理目標：社會穩定。政府往往通過評估「鬧」的烈度和後果來排定處理問題的議程。在某些情境中，「問題化技術」可以視作「鬧」的技術。(熊易寒，2007)但是「鬧」的技術主要適用於分析底層民衆如何進行利益維權或泄憤的情境，「問題化」的概念更適用於有一定組織性、文化參與性和更強調話語實踐的集體行動或社會運動，與西方社會運動理論中的框架籌劃、框架建構概念更加契合，而又更能涵蓋本土情境。本研究將框架建構理論和「問題化」概念結合起來，創造「問題化框架」這一概念來探析中國#MeToo運動的話語實踐過程，可以增加對本土情境的女性主義運動的洞察力和解釋力。

## 研究問題與方法

中國#MeToo運動是一場具有多元意義的網絡社會運動和性別抗爭運動，也是一場深度嵌入在日常生活結構、道德秩序和網絡空間政治之中的文化運動。本研究以2018年發生在中國大陸約50個性騷擾舉報案例爲分析對象，以行動者爲主體視角，探析中國#MeToo運動的性別身份操演與主體生成、框架建構選擇和行動策略。在這個過程中，呈現和洞悉道德、情感和法律在中國當代女性主義運動中的作用和悖論性處境。

本研究一方面將#MeToo運動置於女性主義研究的視域中，結合本土情境，分析在這場網絡標籤運動中，當代中國女性的身份如何在創傷敘事、運動參與和事態應對等一系列過程中浮現、形成和述行(操演)，女性如何在現代自我認同和社會性規範之間展開相互協調和對話，並實踐公民資格、權力公正和社會正義。另一方面，本研究又試圖跳出女性主義框架，以政治社會學和社會運動理論爲視角，對當代中國網絡空間政治、輿論運作與權力秩序的交叉展開探索。具體來說，是解釋#MeToo運動的話語框架如何轉換、變遷和位移，如何與權力結構展開互動？在這場有爭議的網絡社會運動中，舉報人和中介/代理者以及其他的公衆參照者如何「製造」社會共意並開展勸服性的社會溝通。換言之，中國#MeToo運動爲取得現實的成功，如何建構與權力機構、媒介技術平臺、公衆輿論和不同性別之間的「共意」？主導性行動者如何動員和引導其他「行動者網絡」主體展開互動，謀求制度建設和公衆性別教育？又如何策略性地控制政治和法律風險？在此基礎上，本研究亦試圖勾畫在當代政治、技術與文化場景中中國社會運動展開

的機會結構和底綫政治。

爲了回答這些問題，本研究所採取的研究方法包括：第一，對舉報信文本、公衆留言評論和文化精英相關討論和辯論文本進行話語分析和編碼，進行框架提煉和比較；第二，以一種動態的事件-過程分析(孫立平，2000)的方法跟進主要案例，從整體上把握運動的動態和特徵；第三，對議題代理人/運動中介者(主要包括公共知識分子、女權意見領袖、志願者、媒體人、律師等)進行非參與式網絡觀察，包括定期瀏覽相關網站、關注其微博號和微信公衆號，觀察其相關網絡活動、倡導行動和抗爭策略等<sup>4</sup>。隨著#MeToo 運動影響力的擴大，網絡平臺不時會受到內外審查，進行刪帖。爆料材料、公衆發言和專家討論隨時會「失蹤」，也就是說，要毫不遺漏地呈現#MeToo 的全貌和細節並不容易。但是有不少自媒體空間(包括論壇、個人微博、微信公衆號等)與志願者網站對各個事件進行持續、動態的整理，爲研究#MeToo 運動提供寶貴的文本材料和「拼湊」復原全貌的可能性。

### 性別述行、開端「神話」與行動者生成

中國#MeToo 運動的興起和推動是以女性社交化的回溯性創傷敘事爲激發點，以公開舉報爲行動因素，繼而引發廣泛的關注和反響的。這是全球化、網絡化時代一種新型的集體行動劇目(repertoire of collective action)的創新，是當前特定的社會文化及資源狀況的反映。它既是一種社會結構的產物，也是一種特定的網絡文化，反映當前中國關於兩性交往關係的價值認同、認知和情感取向的變遷。它有即興展演、網絡互文和創新的成分，同時具有彈性調整的廣闊社會空間。「社交化回溯性創傷敘事+公開舉報」，這既是構成了網絡時代集體療愈的精神醫學方式，也是權力「不合作」的具體實踐，對於中國特定的社會情境來說，更是一種行動者的「問題化技術」。

#### 打破「受害者沉默」與權力「不合作」

受害者沉默是「性騷擾」存在並得以社會再生產的結構性因素。受害者沉默與性騷擾行爲之間形成一個問題的正反面，實際上是一對權力互構關係。權力不是社會行動者擁有的某種能力，而是一種社會結構狀態。這意味著權力不是來源於社會行動者某種內在素質，而是來源於它與其他行動者之間的相對關係。相應地，權力的產生和運作依賴於各方行動者之間的最低限度的合作，任何行動者都無法單獨形成和行使權力。但正是權力具有相互關聯性和結構對稱性，使得弱勢群體天然具有一件抗爭的武器，即「不合作」。「弱者的武器」使權高者或權力精英賴以行使權力的結構無法有效運作。#MeToo 運動在全球的興起，正是要打破沉默，鼓勵、倡導受害者說出自己的遭遇，從而破壞和終結這種權力結構。但是，打破「受害者沉默」不單是一個道德勇氣的問題，還涉及到社會認知和心理成本。正如學者兼行動者常江指出的，要讓受到性侵害的中國女性真正參與#MeToo 運動的認知和心理成本是很高的。必須預先建立起一種普遍性的知識體系和心理機制，比如恥感的消失，比如對父權制在社會中的具體運作方式的深入瞭解，比如掌握通過「引用」他人的經驗獲得自我賦權的方法等等。(常江，2018)當女性自身以及社會能夠去除恥感，不僅將這種關聯性「敘述」行動作爲療愈自身心靈的

<sup>4</sup> 主要包括「NGO MeToo」、「#還有我」、「MeToo 在中國」、「MattersLab」、「人間 the livings」、「#I will be your voice#」等相關網站、論壇和微博公衆號等。

通道，更作為一種社會行動，並賦予勇敢、利他和正義的價值和意義，行動者的生成、聯合與「歸來」才有了可能。這正是#MeToo 運動走向公共性和現代性的起點。

## 性別身份述行與行動者生成

女性要真正獲得普遍意義上的平等權利和人性尊嚴，必須要普遍覺醒，完成從性、性別到公民的身份轉化，並且通過社會參與實踐公民權利，才能真正擁有權利。而這首先是建立宣示自己的能力，也就是問題化自身處境並使之公共化的能力。在人類的「語言學轉向」和新技术語境中，個體敘事和身份政治對於女性主義的發展日益顯示出巨大能量，其前提是女性主體身份的建立和行動者意識的形成，而這個過程首先是要在各種社會情境中實踐性別身份的述行或操演。

### I 性別身份的述行：舉報者自我敘事結構和多重意義

朱迪斯·巴特勒的「性別具有操演性」(performativity)的觀點指出性(身體的生物標識)和性別是在調控性話語和規範行為為內部不斷重複的操演中生產的。(何成洲, 2014)這個操演(即述行)過程既包含社會規範的自我重複、滲透強化和生產,也包含意義重組、抗爭資源產生和身份的再生產。(巴特勒, 2011: 導言)本研究對 50 個案例中部分舉報者文本進行話語解讀,發現#MeToo 運動的話語實踐中存在較為典型的性別述行過程,在個體話語述行和群體話語述行的過程中,女性主體性得以浮現並生成社會意識、公民意識和責任意識,進而轉變為行動者。這個過程通過一組敘事結構得以體現,在敘事文本的傳播過程中,既實現傳播的「治療話語」意義,也形成行動者之間的連接和聯合。

#### (1)以創傷敘事為起點：被騷擾過程的陳述和創傷記憶

#MeToo 運動的最初訴求不僅是性別主體的公平,也包含了自我呈現和自我療愈的初衷。自我呈現和講述是一種平復心理創傷的精神醫學方式。在受害者女性的舉報文本中,可以看到,受害者在陳述被騷擾事件時,被羞恥、震驚、自責、污穢感等創傷情感所主導。這一創傷性視角長時間沉澱在受害女性的意識和感知之中,阻礙著她們對女性身份的自我認同。與此同時,她們的自我感覺和評價亦在某種程度上無意識地「引用」男性凝視的性別視角,不同程度地內化了男權意識,從而被恥感和自我貶損感所吞沒;受「損害」的經驗身體和身體記憶指向了性別的建構性社會「基因」,即強制性律令與生產性規範,並被內化到女性的自我意識,使之活在一種他者目光之中。但另一方面,通過對自我故事的講述和社交敘事,受害者建立了與他人的互動,這是女性自我療愈的機會。約翰·彼得斯相信,良好的交流具有治療人的異化、無根、飄零、冷漠等病症的價值,因此必須重視交流的價值,必須釐清交流過程中權力支配關係。(彼得斯, 2003:18)正是在此種意義上,講述和交流的過程也是性別主體和身份逐漸浮現、明晰和正常化的過程。

#### (2)由受害者向行動者身份轉化

受害者通過這種「以言行事」的話語行動,自然過渡到尋求公平與正義的訴求。在舉報文本的中間結構性段落,舉報者敘事往往由創傷轉向憤恨、不公的情感表達與對正義的強烈呼喚,把矛頭直指當事的侵害人男性,實名公開其身份和姓名。這個話語過程主要採用了道德譴責框架。受害者從自憐自艾的創傷身份走

出來，去除耻感，生成義憤。在這個話語過程中，受害者頻頻調用社會固有的倫理和道德規範框架，如「師道」「英雄」「模範」「公益達人」「長者父輩」和「為師不尊」「為老不尊」「道貌岸然」等，並表示自己的行為是為了踐行正義，拆穿侵害者的師者面孔和英雄光環，以免「誤人子弟」、「貽害社會」等，這種「索引性表達」體現了語言語用上的「引用」和「重複性」痕迹，鏈接社會規範的「超級敘事」模式和象徵秩序，形成身份操演的複雜互文機制。在敘事文本的結尾段落，舉報者往往推己及人，認為自己對其他受害者和整個社會負有責任，一方面召喚和鼓勵同道者(其他舉報者)的站出來，另一方面感嘆制度建設的落後，說明自己訴諸網絡是不得已，從而籲求高校進行制度建設。通過這種結構性語言的操演和與之相伴隨的情緒的生成、轉化，受害者的敘事框架由訴說、譴責轉到責任，問題的歸因由個體道德擴大到社會制度，其話語身份也隨之轉向公民和社會行動者，並開始調動社會認同和團結。

### (3)性別政治的群體述行

朱迪斯·巴特勒指出，性別身份的操演不是孤立的，而是在群體中共同完成的。「#MeToo」是一個有著強感染力、強動員力的符號，它是網絡文化的產物，帶有天然的親密性、社群團結感和分享互動的特徵，像網絡儀式一般激發人們滔滔不絕的傾訴欲和情感釋放欲望。#MeToo 也是一個全球文化標籤。#MeToo 運動的敘事操演不是由舉報者一人進行的自說自話，而是在舉報者與其他受害/舉報者、議題代理/中介者、參考性公眾(reference publics)和一般社會公眾的多方互動中逐步完成的。這個操演過程在文本結構上，對應著「主貼+留言」「主貼+評論」「主貼+評論+轉發」以及類似形態的網絡語文機制的展開，形成一個互文和引用的語言網絡。在其中，反性騷擾的具體訴求發展到性別政治的討論，權力關係和社會結構性因素被突出到中心位置，運動的目標逐漸聚焦於制度推動和法理性建設(此過程常「引用」西方規範)。反性騷擾議題從而從個案上升到群體，從道德領域上升到制度和法律領域，被建構為性別平等問題和公民政治問題。在此過程中，主體動員、話語操演和技術型塑始終貫穿其中，並在兩個層面展開：兩性的性別身份述行和群體的性別政治述行，共同構成一個「行動者網絡」，並指向性別正義和社會協調。在此基礎上，更多事件和案例的累加和激發，被「轉譯」為一個「WUNC」複合體，即價值(worthiness)、團結(unity)、群體(number)和擔當(commitment)因素的生髮和聚合(Tilly, 2004:3-5)。受害者女性因而在這種群體述行過程中拋除耻感、驅散孤獨、開闊視野，獲得團結感、價值感和社會責任感，實現由個體受害者向抗爭行動者的集體身份轉化。

### 中介行動者的代理/介入與社會支持

中國#MeToo 運動的過程中活躍著許多民間非政府組織、志願者和女權倡導行動者，他們的存在和中介是使中國#MeToo 運動得以形成並走向公共化和理性化的不可或缺的因素。中國#MeToo 運動的最初發起緣於女權主義倡導者、記者黃雪琴的努力，她由此可以被視為國內反性騷擾運動的第一個行動者。正是出於「我願意做她們的口，願意為她們發聲」的初衷，黃雪琴在國外接觸到#MeToo 運動以後，開始關注國內女性遭受性騷擾的狀況，並展開行動。在發起《中國女記者性騷擾調查問卷》時，黃雪琴和舉報者羅茜茜建立了聯繫，並通過微信群「水果硬糖」深入接觸到陳小武受害者群體。羅茜茜舉報案的成功實際上是記者黃雪琴、律師和志願者共同努力的結果。(黃雪琴，2018)中國女性主義思潮和女性主

義運動的發展在民間孕育了大大小小的女性權利倡導、性別平權組織和相關非政府組織。這些個人或 NGO 組織經過長期的知識積累和經驗介入，已成長為中國女性主義運動的中堅力量。本研究將他們視為除舉報者之外的第二類行動者：中介行動者和代理者。#MeToo 運動中的中介/代理者還包括關注性別平等的知識分子以及媒體人等，比如活躍在微博平臺的「清華常江」「李思磐」「果子狸 777」「新媒體女性」「反吃瓜聯盟」等，微信公眾號平臺上則有「女泉」，「廣州性別中心」「西柚記」「橙雨傘」「NGOCN 君」等個人和社團。2018 年 7 月 27 日，青年文化傳播學者、清華大學新聞與傳播學院常江副教授在其微博上以 #I'll Be Your Voice# 標籤，表示「願意幫助那些曾經遭遇性侵害，但由於種種顧慮不敢、不能或不願公開自己經歷的女孩打碼發出她們的聲音」，並在第二天通過其微信公眾號「西柚季」對首批投稿的內容進行了匿名展示和總結。(常江，2018)除此以外，還有多位精英知識分子加入中介/代理者行列，展開多種類的社會行動，其中包括建立專門服務於性騷擾受害者的網站，如「NGO MeToo」、「#還有我」、「每一片雪花」、「MeToo 在中國」等。這些網站一方面致力於集納信息，保留記錄，另一方面與受害人建立聯繫，提供幫助。「#MeToo 在中國」和「NGO MeToo」在網站首頁均可詳細瀏覽到 2017 年以來中國#MeToo 運動中被舉報人的信息和事件過程。中介/代理行動者為受害者提供的幫助包括：(1)倡導遭受過性騷擾/性侵犯的受害者可以匿名在網站講述個人經歷，且保證不會刪除；(2)幫助受害者找到提供法律、心理、醫學援助的機構；(3)網站內提供防範性侵、性騷擾以及後續處理的手冊等信息資源等。中介行動者將目標確立為逐步在全國建立起一個互助的預防性騷擾和性暴力的平臺：#MeToo 行動僅僅解決了如何說出性騷擾的問題，未來還要為受害者提供心理支持和法律幫助，並且研究性騷擾為什麼發生、有什麼特點，可以怎麼預防等等。民間女權主義者組成中國米兔志編輯組，編撰整理了長達 2,554 頁的《中國米兔志》，於 2019 年 8 月 25 日通過網盤鏈接的形式原創首發，為基本已遭刪除的中國#MeToo 運動話語文本提供了寶貴的資料記錄和歷史檔案。中介/代理行動者的行動除了記錄、動員、提供幫助以外，還有一個重要角色是連接、「轉義」和「問題化」，他們以正義與關懷相結合的女性主義視角展開工作，使得性騷擾受害者個人問題轉換為社會問題，個案問題轉換為公共的法律與制度問題。他們還盡可能地開展社會性別教育，提供社會支持，調適運動框架，引導受害者行動並對其進行賦能。他們的專業知識和經驗幫助#MeToo 運動走向理性化、公益化，並致力於塑造行動願景、價值和共識，同時幫助行動者規避政治和法律風險。中介/代理行動者是行動網絡的結構化節點，是行動展開的橋梁，他們的存在通過知識和行動的介入，增加了人們對其所屬社會系統的各種矛盾性的洞察程度，從而增加了運動的「透明性」和解決問題的目標能力。(吉登斯，2016：299)

### 走向行動者聯合：抗爭劇目創新與開端「神話」

女性主義思想家朱迪斯·巴特勒曾指出女性抗爭的一種政治困境：多數時候，我們把身體的自主權這樣的「權利」理解為個人的，或與個體相關的，但是當我們反對歧視時，我們是作為一個團體或一個階級來據理力爭的。在性別抗爭的情境下，各種背景、動機和身份的行動者面對法律或制度困境實際上消除了自身的差異，構成了可辨認的、可被描繪的主體，一個相同定義的群體。行動者走向聯合是女性主義運動的必然選擇。在中國#MeToo 運動中，舉報者和中介/代理

者構成了運動的主導性行動者，他們不僅一開始就走向了輿論上的呼應和聯合，共同創新集體行動的劇目，而且還通過不斷建構和調整運動框架走向行動策略和「意義工作」上的聯合，從而使整個反性騷擾運動取得一定成果。這個成果很大程度上是通過第一個案例：羅茜茜舉報案體現出來的。2018年1月1日，羅茜茜向北京航空航天大學紀委實名舉報陳小武並向網絡曝光「舉報信」之後，女權行動者張累累於2018年1月5日發起微博話題#萬人實名致信母校建立反性騷擾機制#，此後從1月到2月，全國有94所高校校友加入此倡議，超過8000人參與聯署共同向各高校發起呼籲，提出設置性騷擾事件的投訴渠道等5個建議。1月10日，舉報事件後僅僅十天，北京航空航天大學就在其官方微博發布調查結果，認定被舉報者陳小武性騷擾行為屬實，並給予了嚴厲處理：「認為陳小武的行為已經嚴重違背了教師的職業道德和行為規範，造成了惡劣的社會影響。根據國家和學校相關規定，撤銷陳小武研究生院常務副院長職務，取消其研究生導師資格，撤銷其教師職務，取消其教師資格」。羅茜茜舉報陳小武案獲得全國數十家重要媒體的報道，《人民日報》發表評論文章，稱「敢於發聲的女性是『勇敢』的，提出社會應該支持和幫助勇於發聲的人」、「不將侵害的發聲歸咎於受害者」以及「制度方面要發力，扭轉社會觀念」等。這個成功案例奠定了2018年中國#MeToo運動的開端故事綫，並形成一個幾乎完美的社會動員流程結構：個體舉報——中介者介入——機構調查——處理結果公布——社會響應和公眾參與——新聞媒體價值賦予——推動制度建設。中國#MeToo運動在第一個案例中就取得了最重要的成果。這個開端案例提供了後續事件展開所仰賴的集體行動形式庫，發揮了框架連接(frame articulation)的效用，從而成為中國#MeToo運動的開端「神話」。

開端「神話」的重要性在於它體現社會運動抗爭策略上的創新成效，也即「問題化」成效，並對後續運動起到框架效果。在社會運動理論中，抗爭策略的效力來自它給權力結構造成的不確定性，因此抗爭策略的一個基本要求的就是創新(innovation)，即不斷創造新的、超出有關各方預想的行動劇目或「問題化技術」。只有這樣行動者才能不斷超出有關各方的預想，才會讓有關方面措手不及，從而取得運動成效。因此，社會運動過程往往是對壘雙方不斷鬥法的過程，行動者需要採取新戰術，以出奇制勝。#MeToo運動的開端「神話」創造了「舉報行動者+中介/代理行動者」的行動模式，並以社交媒體為依托聯合發動攻勢的創新性集體行動劇目，為#MeToo運動製造了參考性的行動模板，並奠定了可供延及其他事件的範式框架。成功的開端創新劇目還可以通過「修辭框架」(rhetoric frame)給後續社會運動開拓政治機會結構和行動空間，從而不斷開創行動者「歸來」的可能性路綫。但是，必須看到，開端「神話」帶來個案的勝利，亦可能因為個案的特殊性遮蔽運動的普遍化訴求和制度建設的長期目標，或產生事件的其他非預期效果，比如可能一開始就激發權力建制對女性主義行動的非理性防禦。

## 行動者的框架建構與「問題化」技術

社會運動中的框架建構研究著眼於意義工作(meaning work)，即在觀念和意義的動員與反動員上的鬥爭。(Benford and Snow 2000 : 613)框架在很大程度上決定著人的注意力的投向、經驗片段的連接方式以及客觀事物在其頭腦中所呈現的意義。框架的作用是賦予事件和事情以意義，將人的體驗組織化並引領人的行動，具體包括聚焦、連接和轉變三個重要功能。(Benford and Snow 2000:614 ; Snow

2004a:384-385)社會運動行動者總是主動運用某種框架去塑造人們對社會運動的反應、態度和行動，這就是「框架建構」或「框架謀劃」，框架建構是社會運動動員中非常重要的一環，框架建構的成效決定這一個社會運動的興衰成敗。(馮仕政，2014：210)而框架建構是一個行動導向的鬥爭性的動態過程。本研究從行動者的主體視角出發，關注舉報人和中介/代理者這兩類主導性話語生產者進行關於反性騷擾的框架建構和「意義工作」？如何根據運動的意義和本土情境進行策略調整？

## 舉報者的創傷話語與道德-情感敘事策略

反性騷擾行動進入大眾視線往往是從一封「舉報信」開始，此種「舉報信」<sup>5</sup>並不一定像常規信件那樣有完整的內容和格式，它的形式更可能是一條微博或者一份匿名投稿，內容包括警告和震懾施害人、要求道歉或者僅僅想傾訴和發泄。舉報信承擔著初步的框架言說功能，回溯性地敘述事件發生的時間、地點、人物、經過和結果，常常採取「道德框架」和「創傷框架」來建構故事和塑造形象，並對被舉報對象進行道德譴責。從框架類型上說，可以辨識出三種類型，每一種框架內都聚集著充滿悲情和道德義憤的話語。

### I 道德框架：「師道」即權力？

圖一 「舉報信」詞雲圖



<sup>5</sup> 為求表述簡潔，筆者將個案中出現的，出自「舉報人」之手的文本統稱「舉報信」。



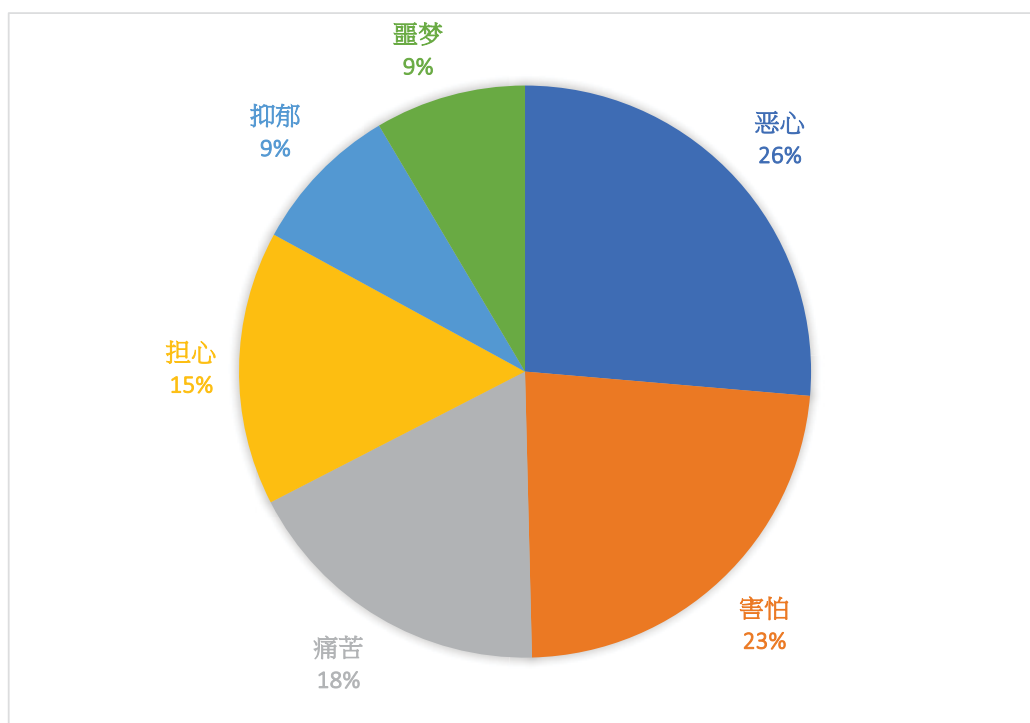
本研究對 50 封舉報信加以匯總後，利用軟件形成詞雲圖(出現頻次越高的詞字體越大)，發現「老師」是舉報者話語出現最多的詞匯。#MeToo 運動中舉報者和「施害者」多為導師與學生，上司/領導與下屬的關係，這種關係類型交織著倫理秩序和權力關係的地位級差，使得受害女性的意識中對舉報者有某種習焉不察的「天然」敬畏或者尊敬，難以覺察或預防性風險。如雷闖事件的舉報人說過「我是雷闖的志願者.....他是我信任的人，他的年齡經驗道德光環.....這些都構成權力關係的一部分」。在這種關係類型之下，受害人/舉報者的成績、畢業、晉升都系於對方，使得受害者意識到難以自我保護或進行抗爭，比如針對張鵬的舉報信中就提到「我意識到.....權力關係的不對等——帶隊導師往往擁有著評定成績的權力和難以挑戰的權威。」身份關係派生出權力的弱肉強食。

從舉報信的文辭用語來看，被舉報人給受害者留下的最初印象也並不是一派猥瑣不堪的樣子，反而是友善可親的。張康之事件中舉報人就稱「平時這個老師總是笑吟吟的，看上去非常和藹可親」。並且這些案例中的被舉報者往往都有「名教授」、「公益領袖」等光環，舉報者出於尊崇的心理對對方抱有信任。但施加傷害時，被舉報人又是強硬的、猥瑣的。因此，對於受害者來說，性騷擾除了身體上的傷害，還有信任被破壞的反轉。如謝燦事件當事人所寫：「被認識的人性騷擾會有一種深深被背叛的感覺，明明把此人當朋友，結果發現對方竟然想揩油，置友誼於不顧。」這種無法信任他人的感覺會擴展到女性對世界的整體感知。

## II 創傷框架：「疼痛」的療愈與情感能量

舉報者在舉報信中常將自己設定為弱者，「年少無知」、「無足輕重的女學生」等自我身份描述常常出現，這種描述即是創傷心理的投射。「創傷是一種個體性的精神和情感體驗，創傷事件會轉化成記憶與經驗。作為創傷交流中的重要媒介，創傷敘事承擔著回溯記憶、重塑記憶的功能」。(徐小棠，2018)本研究對 50 封舉報信進行詞頻分析後發現，舉報信中出現的情緒性高頻詞主要包括：「噁心」、「害怕」、「痛苦」、「擔心」、「抑鬱」。心理學家曹浩認為「遭遇性騷擾之後，如果不能及時紓解心理壓力，性騷擾帶來的耻辱感會嚴重傷害她的自信心，出現自閉傾向」。(武秀琴，2013)鄧飛事件中的一封舉報信《「未遂」之後呢？成功 say NO 又如何？》對自我的創傷心理有細緻深刻的描述，女生在被實習單位領導性侵未遂後，反復對自己發問「為什麼是我？為什麼是他？為什麼他會對我這樣？什麼都沒發生，為什麼我卻覺得自己已經『髒』了？」哪怕事情已經過去將近十年，她仍然抗拒性體驗，這給她的情感生活造成極大的困擾。#MeToo 運動給予受害者展示創傷的機會和渠道，通過暴露創傷事件，回顧受創主體的心理體驗和創傷感受，性騷擾/性侵帶來的傷害後果能被更多人看見和討論，受創主體抑鬱、恐懼、麻木、自責的情緒也被更多人理解和分享，這是一種網絡化的尋求精神療愈的艱難努力，同時也蘊藏著運動的能量。

圖二 舉報者自述中形容詞詞頻匯總



### III 法律與制度認知：模糊與不確定

舉報者對自身經歷的反思和回憶是一種個人化的片段式框架，這種問題化框架將指向個人之間的矛盾，實際上框限於私人領域。但性騷擾/性侵同時涉及到法律、制度層面的因素，舉報者的「舉報信」中提及於此的卻是少之又少。

對一些遭受性騷擾的受害者來說，事件發生時她們甚至不確定自己所經歷的是否是性騷擾，也就是說，她們缺乏制度知識框架無法定義事件。章文事件的舉報者說：「當時我甚至還沒有意識到發生了什麼……我就打電話給我一位媒體朋友，這個時候我才真的知道我遇到了什麼」。在對性騷擾沒有明確概念的前提下，走法律途徑解決事件沒有成為她們的首選，她們中的大部分在當時就選擇了沉默，或小範圍的公開事件、進行私下警告等。

縱覽可查詢的案例，歸納舉報者的訴求或者說她們寫下「舉報信」的動機主要集中在四個層面：一是提醒女性學會保護自己的安全與權益；二是希望自己的發聲能夠對被舉報人有震懾作用，以防止他對他人有傷害行為。三是希望有關機構對被舉報人做出處理；四是針對機制層面的訴求。羅茜茜在第一份公開舉報信中就提出訴求：「督促建立並出臺有效的校園性騷擾防範機制。」然而，從提及次數和比例來看，舉報者對確立性騷擾法和校內/職場內防性騷擾制度的訴求並不強烈，50 個案例中提到相關法律或者制度的文本只有 7 個，而相關的倡導性話語如「推動建立校內性騷擾防治機制，為同學們創造一個安全、可信賴的學術環境」常常只出現在文章末尾，作為一種呼喚和粗略的建議。

值得注意的是，那些明確認識到自己遭受性騷擾/性侵的舉報者來說，她們中也有極少數人選擇報警。章文事件的舉報者在事發後諮詢了律師、警察後，決定不報警，因為這種情況下報案者會面臨警察多輪細節的盤問，對於大多數受害者來說是一種摧殘和二次傷害，她還說道「我的警察朋友還給我模擬了一次詢問

的過程，我當時就崩潰了」。朱軍事件中，舉報者弦子的事發當天選擇報警，但她「在派出所唯一能得到的就是警告與規勸」，逐漸對「『立案』與懲罰朱軍的訴求逐漸變的非常消極，甚至不願意再和警方有任何接觸」。她們已經認識到個人力量的薄弱，面對傳統文化的窠臼，法律制度的落後，單靠某個個案就有所改變的想法是不切實際的，追究個人的過錯更加切實可行。這個制度現實和心理現實影響了#MeToo 運動展開的形式，即它有被實踐為一場指向個體品行道德的「獵巫」運動的風險，而容易遮蔽它的公共性、制度性和普遍主義的權益面向。

## 中介/代理者的框架擴展與「問題化」詮釋

中介/代理者主要是指在#MeToo 運動中提供觀點，聯絡事主，引導運動發展方向和建構議題框架的人，多為女性權益倡導者或者網絡志願者，他們充當著#MeToo 運動意見領袖的角色，對運動框架的調整和擴展起著至關重要的作用。他們幫助或代理舉報者進行網絡發言，鼓勵受害者向有影響力的博主投稿以便擴散的議題，同時他們還代理舉報者澄清公眾對事件真實性、合理性的質疑。他們對於運動的框架建構不同於舉報者，而是在舉報事件的基礎上著意補充法理性、文化性和知識性框架。

### I 法律制度框架：確定性的尋求與問題再詮釋

#MeToo 運動僅靠舉報者的單個個案不足以體現整體價值和社會意義，需要有行動者串聯起個案之間的連接，對運動進行意義建構，即框架擴展。框架擴展是對特定的議題或事件進行再詮釋和意義提升，使它的解釋框架更加明晰化和更具延展性。將#MeToo 運動抽離個人語境，納入法律、制度框架是提升運動目標，建立團結和動員的重要的一步。

#### (1) 法律框架

公眾號「廣州性別中心」曾梳理關於性騷擾的中國法律，認為「長期以來，我國在性騷擾防治方面的立法嚴重滯後。截至目前(2018年8月)，國家層面的立法，僅有《婦女權益保障法》和《女職工勞動保護特別規定》直接提到了『性騷擾』三個字。」在《女職工勞動保護特別規定》中，有「『在勞動場所，用人單位應當預防和制止對女職工的性騷擾』的簡要規定，將職場性騷擾問題進一步納入了企業管理責任，但並未明確用人單位若未採取適當措施，應承擔何種責任。」<sup>6</sup>中國法律對於性騷擾沒有明確定義，導致法院等有關機關在處理案件時無法可依。雖然修訂後的《婦女權益保障法》讓性騷擾受害者開放了法律救濟途徑，但這部法律沒有對性騷擾一個明確的定義，這給訴訟過程造成了很大的不確定性。這種法律上的窘境導致什麼是性騷擾似是而非，即使遭遇到性騷擾也無法經由法律確認、申訴和維權。公眾號「女泉」提出，性騷擾無法作為單獨案由立案(注：2018年12月中旬，最高人民法院把「性騷擾損害責任糾紛」增列為民事案件案由)，這是使受害者對訴訟不抱希望的重要原因。性騷擾發生場所相對封閉，行為往往具有隱蔽性，難以取證也是阻礙受害者尋求司法公正的原因。

#### (2) 制度框架

從#MeToo 運動一開始，行動者對建立防性騷擾機制的目標就十分系統和具

<sup>6</sup>廣州性別中心：關於性騷擾的最全中國法律梳理（注：該文章已被網絡刪除）

體，而且還主動調研，提出各種可行性、建設性方案。#MeToo 運動的「重災區」高校和職場，是行動者重點倡導的場域對象。高校防治性騷擾政策、職場防治性騷擾政策呼之欲出，不少文章援引美國、香港、國際 NGO 組織對性騷擾的防範機制，為中國相關政策機制的構建提供參考。比如「我聲援 | 所以校園性騷擾制度該是什麼模樣？」援引香港科技大學防治性騷擾政策，明晰了性騷擾的定義以及解決途徑。倡導活動的行動者還號召廣大網友向有關部門寄關於建立反性騷擾制度的公開信。

法律和制度框架的建立對於公眾認知#MeToo 運動有著重要影響，這引導個體受害者和公眾將性騷擾問題的出現歸因於法律滯後、制度缺失，從而抑制「受害者譴責」和「蕩婦羞辱」等等不良文化心理。這對於提升運動的意義建立新的價值認同產生積極作用。在具體行動方面，行動者和運動參與者聯合向人大代表、教育部、全國高校校長寄公開信，呼籲建立反性騷擾機制。部分人大代表和高校對此給予回應和表態，教育部也接連出臺規章制度，打擊校園性騷擾行為。

## II 社會文化框架：觀念推動與文化反思

隨著#MeToo 運動不斷深入，公眾部分言論所映射出的「強姦文化」逐漸引起主導行動者的關注，文化框架的建構成爲中介/代理者們討論的重點，文化框架意在解釋目前社會環境下的「性騷擾文化」，它闡述的是目前的性別權力結構和理想的交往關係究竟是什麼的問題。

受害人在經歷性騷擾傷害後會產生不同程度的應激反應。如何讓她們避免受到二次傷害是行動者的的議題之一。二次傷害指的是「社會對受暴者的譴責，爲施暴者開脫，模糊強姦與自願性行爲之間的界限等，造成受暴者孤立無援」<sup>7</sup>。行動者們撰文反對這種「強姦文化」，拆穿其背後是男權社會規訓女性的一種慣性思維，通過挑剔女性的「笨」與「騷」，來淡化處理性侵者的失格。這種受害者有罪論的文化環境阻礙了受害者發聲維權，陷入隱忍和沉默，甚至進行自我規訓。面對「譴責受害者」的文化，中介/代理行動者面向公眾表達：無論性侵在什麼情況下發生，都不是受害者的錯。不管受害者在性侵發生前做了什麼決定，最終犯罪的都只是性侵者。在有關#MeToo 運動的不少網文中，都可以看到這樣的文化框架對公眾觀念的宣傳和糾偏。冰冷理性的法理性框架與有溫度有關懷的文化框架從而構成了框架互補的關係，共同拓展著#MeToo 運動的智性寬度。

## III 心理學框架：認知解釋與知識普及

心理學框架的產生背景是在#MeToo 運動高潮期(2018 年 7 月前後)，被曝光的個案出現井噴現象，網友對於舉報人自述中的事件經過描述開始產生質疑，中介/代理行動者此時主動收集心理學知識回應網友的疑慮。這一行動策略有效地破除了舉報人被誤解運動意義被瓦解的後果，在公眾動員過程中起到補充和輔助的作用。

「爲什麼沒有反抗」是很多案例中都會出現的質疑。「橙雨傘」從心理學的角度發文回應說，強姦並不一定會很暴力，甚至可能沒多少反抗，強姦也經常並不對受害者造成物理創傷；另一種情況是，人在遇到極大的危險的時候，有可能會出現一種類似動物的僵死反應，渾身僵直動不了，這種情況很多女性都報告過，她們想要尖叫，想要呼救，想要逃跑，但是身體一動都動不了，渾身都是僵的，

<sup>7</sup> 橙雨傘：「那天夜裏，我接到了羅茜茜們打來的電話」。  
[https://gongyi.ifeng.com/a/20180109/44837287\\_0.shtml](https://gongyi.ifeng.com/a/20180109/44837287_0.shtml)。2018.1.

這其實是一種人體保護機制，是大腦意識到身體面臨承受不了的痛苦，所以意識開始逃離，選擇不面對眼下的事實。<sup>8</sup>志願者和中介/行動者還從施害人的角度出發，分析施害人的心理和行為模式，總結歸納侵犯者的普遍人格和心理模式，認為侵犯者往往低估自身對他人的影響；高估受害人的容忍度；侵犯者往往物化女性，使其非人化，並引用實驗結果，證明將女性與原始動物結構相關的男性在本能上更易強姦與性侵犯女性。行動者通過心理知識的傳播向公眾解釋性騷擾的發生與施害人的心理失衡有關，也與女性被侵害時的瞬時應激心理有關，而並不應該歸罪於被害人的「不反抗」，從而再次反駁受害者有罪論的文化論調。通過這種「框架位移」和「框架渲染」的努力，行動者對抗不公的公眾文化偏誤，凸顯如何認知性騷擾情境心理和理解發生機制的知識框架，從而使得#MeToo運動的公眾文化框架得到一定程度的更新。

通過這些差異化框架的建構和「問題化」詮釋，議題介入者和代理者建立個案之間的意義關聯性，深化、延伸個體化敘事，將公眾注意力從「性故事」切換到「嚴肅」的社會權力關係，從而改變議題性質，轉換和擴大了運動框架。這對於#MeToo運動的意義和價值架構至關重要。正是通過這樣的「問題化技術」，運動觸及到權力結構和制度框架，不僅再定義了事件的性質，澄清「兩性交往」的權利邊界，普及創傷心理知識，也有效動員了精英知識分子和權力部門的參與和介入，為運動的展開拓寬社會空間，凝聚共意。

代理者/介入者的框架擴展不是否定舉報者的創傷敘事和道德壓力框架，而是在前者基礎上的轉化和升華。#MeToo運動不是追求單獨個案的成功，也不是追求情緒的宣泄，而在於在理性的普遍的意義上重構社會，改造「歷史質」。正如知識分子行動者常江(2018)所指出的，熱點社會事件帶來的應激反應，或許能夠製造一些孤立的成功案例；但要使之成為一場真正意義上的「運動」，則必須預先建立起一種普遍性的知識體系，同時要訴諸國家角色的參與。對於任何社會運動，情感的喚起和捲入都是必要的基礎，也是開展社會動員，凝聚社會注意的基礎，但是理性的制度性目標的推進才是社會運動的最終目標。情感道德框架和理性的法律制度框架不是對立關係，而是互補關係，二者共同構成me too運動的認知路徑和「問題化技術」。

### 「共意」製造：框架規整、問題轉譯與倡導性行動

社會運動的框架建構過程是一場關於知識、注意力和合法性的競爭，運動行動者的框架言說和意義工作時刻面臨著外部社會、參考性公眾(reference publics)和一般公眾的「反框架」競爭，這體現了社會運動「意義工作」的使動性、鬥爭性和動態性特徵。(Snow et al.1986)社會運動本身代表和某種社會變革的觀念，意味著不同人群在某個問題上的觀念差異和衝突。在以往的社會運動中，這種框架與反框架之間的差異化競爭通常在圍繞大眾媒體的資源和話語體現出來。(甘姆森，2002)#MeToo運動主要在網絡空間和社交媒體上展開，框架競合和社會爭議也主要在網絡空間內得以呈現。對具體的網絡曝光事件，有公眾表示支持維權，也有公眾提出真實性質疑和批評。而作為「參考性公眾」的知識分子往往從問題診斷與預測、程序正義、法治等整體性框架和社會象徵互動等角度，對#MeToo運動提出辯證的批判。對這些爭議和反框架闡述進行意義整合的過程，是一個框架規整(frame alignment)的過程，也是一個製造「共意」，爭取「重疊共

<sup>8</sup>一顆青杏：那些強姦受害者為何當時不反抗不報警？

識」的意義工作過程。

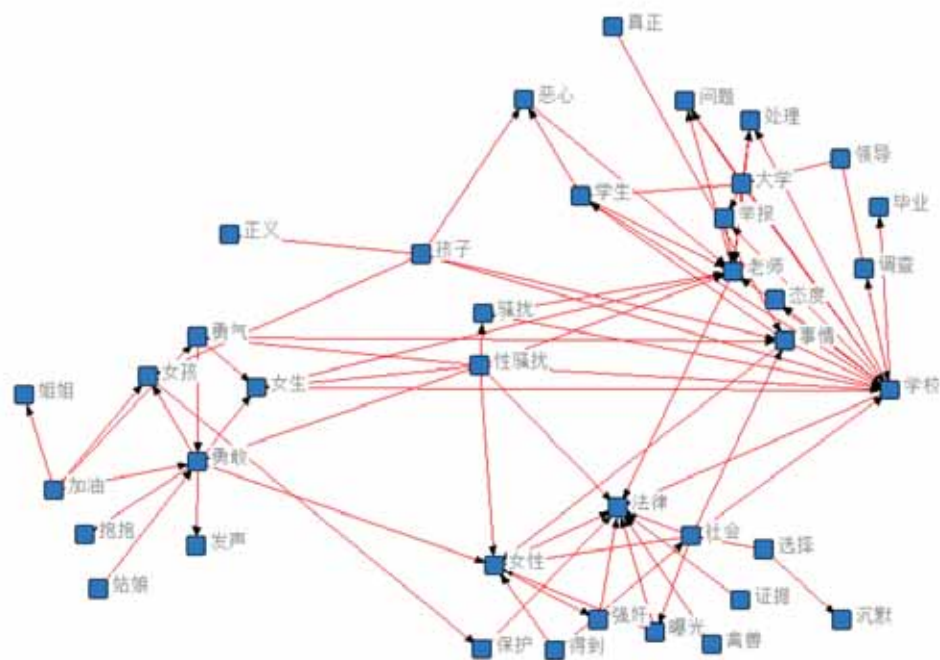
## 社會爭議

隨著#MeToo 運動的深入和全球擴散，對於它的質疑也隨之而來。在中國，#MeToo 運動也面臨巨大的社會爭議。「反對性騷擾」基本上已達成為一種底線正義和道德倫理意義上的「共意」，但關於如何保障程序正義，如何防範由社交媒體傳播所帶來的擴大化、情緒化後果以及消除對網絡「大鳴大放字報」的驚懼，則存在激烈質疑和擔憂。

### I 支持態度：贊賞行動者與批判社會

為了瞭解國內公眾對#MeToo 運動的具體態度，本研究搜集在網絡平臺「舉報信」下面所列的評論內容，研究者搜集了現存的 10 封舉報信下的前 100 條熱門評論，總計 1000 條評論(有大量微博、微信公眾號內容已被刪除)，進行詞頻分析，並得到語義網絡分析圖，如下圖：

圖三 #MeToo 運動公眾評論語義網絡圖



通過語義網絡分析圖我們可以看到公眾圍繞「騷擾」「性騷擾」展開了三個中心節點詞：「學校」「法律」「勇敢」，顯示公眾對事件的框架認知具有三個層面。首先，是個體行動者層面，公眾對站出來實名或非實名舉報的人表達支持的態度，稱贊其「勇敢」，「有勇氣」，給予她們鼓勵，「加油」是評論中經常出現的話。公眾對舉報者的遭遇抱有極大的同情，呼喚社會公平正義。同時公眾用「禽獸」「噁心」等詞匯表達對被舉報者極大的憤慨。其次，是對機構與組織層面，公眾對被舉報者所在單位的態度十分重視，學校和教育系統成為討論的熱點。公眾要求學校領導對事件展開調查，對涉事老師進行處理，同時對「老師-學生」之間的權力

關係進行探討。最後，是對制度性和文化層面，公眾對法律和社會在女性保護方面很不滿意，認為法律對施害者的懲處力度不夠，導致性騷擾犯罪成本低。學者孫金昱認為當前中國是「一個長期視女性為資源的環境，一個不尊重女性自主意願和身體邊界的環境，是一個權力太過輕易被濫用而不用付出代價的環境，是一個歸罪受害者更為普遍的環境。」(孫金昱, 2018)有部分公眾也指出社會文化中的「受害者有罪論」「帶給我們的被害人罪錯感」，導致被害人隱忍和沉默。

## II 反對態度：質疑和擔憂

與大部分公眾支持#MeToo 運動的態度不同，部分公眾對運動持謹慎的保守的態度，存在質疑和擔憂，主要包括：一是對事件真實性的質疑，二是對運動擴大化態勢的擔憂。

### (1) 質疑

對於質疑者來說，證據是他們格外看重的一點，也是他們是否選擇支持的衡量標準，這一點在上述語義分析圖的關鍵詞中也可以體現。在長春中醫藥大學的高雷事件中，舉報者的微博下有不少要求拿出證據的評論留言，如「我覺得在沒有證據的情況下，不應該聽信一面之詞。」舉報者訴諸法律需要講求證據，訴諸道德審判同樣講求證據。這部分公眾雖然對舉報者的經歷多持同情的態度，但是對於已經經歷了許多次新聞反轉事件的網友來說，證據仍然是很重要的一環。缺少證據的證言對於質疑者來說是不可信的，因此他們總體上持中立觀望態度，有的從舉報者的目的、訴求、指向性等各個方面提出懷疑，質疑事件真實性和目的性。

### (2) 擔憂

2018 年 7 月 27 日，知名學者、清華大學政治學系副教授劉瑜在網上撰文「關於 me too」並在個人微信帳號上轉發長文圖，表達她對 #MeToo 運動的看法(劉瑜, 2018)。這篇文章一經公開便以圖片轉發的方式廣泛流傳，引爆激烈爭論。劉瑜對#MeToo 運動提出諸多疑慮，並將運動形式比作「大鳴大放大字報」。她建構了一個深度「質疑」的理性框架，從文化、法制、政治三個框架對#MeToo 運動中出現的問題進行批判。她的發言代表了部分知識分子公眾對#MeToo 運動是否「過了頭」的擔憂，或者說代表了社會對「運動」形式的保留態度和保守觀點。

在具體觀點層面，以劉瑜為代表的「保守派」與女性主義，特別是與激進女性主義觀點存在顯著差異。比如她不認同女人具有不管怎麼穿，男人都沒有誤解她意圖的權利這樣激進觀點，認為現今社會已經形成某種共識，女性如果穿著暴露，就會給男性某種錯誤的信號，男方誤解則是可能出於蠢而不是壞。劉瑜作為政治學者，所採取的視角更趨近於現實主義，所依據的理論可推知為符號象徵互動論。立足於現實主義的公眾認為現代社會文化需要給男女交往以一定的「調情權」，但調情和性騷擾之間的界限不容易區分，因此應該對拙劣的性試探給予一定的寬容，才會讓兩性關係不至於「只有警覺，沒有溫情」。不過，劉瑜指責流行文化中有大量對女性形象的矮化問題，影視劇中對「一夜情」、「約炮」等行為的大量敘述，導致「easy sex」的文化氛圍，而現在卻要求對肢體接觸抱有謹慎態度，是現代社會的一種悖論。#MeToo 運動中的個案無一例外都是訴諸網絡輿論，在劉瑜等人看來，法律途徑更可取。因為很多個案都是在「有罪推定」的前提下

進行的，舉報即定罪，這種做法不符合法治精神，不符合程序正義。一旦有冤假錯案，導致的後果是被舉報人一生被貼上「性騷擾分子」的標籤。被舉報者要自證清白所需要耗費的精力也十分巨大。這些觀點得到部分公眾，尤其是男性公眾的支持。「保守派」認為#MeToo 運動走過了頭，是「大鳴大放大字報」，是一場集體性的、遠距離的、帶有狂歡性質的公審。

## 製造「共意」：溝通、辯論與問題「轉義」

社會運動要取得成功，必須形成共意動員，並在此基礎上達成一定範圍的社會共識。「共意」是在情感「共情」的基礎上的共同意識的形成，而「共識」指向理性，指的是社會經過論辯、對話等形式達成的理性的態度、意見和知識。「在社會運動中，情感是共意的基礎，情感佔居共意動員的核心地位。喜怒哀樂，愛憎恨怨，都構成一種情感的力量，奠定運動的底綫倫理。沒有情感的表達，就沒有社會運動」。(楊國斌，2009)社會動員與社會群體的情感密切相關。只有切合且迎合社會群體的情感並產生互動，才能達成實質意義上的社會動員。(易前良、程婕，2014；郭小安，2017)共意的形成和轉化要以共同體原有的共意，即一個共同體社會傳統的集體信仰作為基礎，(曾鵬、羅觀翠，2006)這個傳統的集體信仰和倫理道德底綫意義上的共意，可稱為「底綫共意」。

### I 底綫共意：道德情感和樸素的正義

MeToo 運動是一場由連續的個案推動的社會運動，它的底綫共意基礎就是公眾的同情和樸素的正義感，包括對倫理道德和公平正義的維護，對弱者的同情與關懷以及對抗爭精神的認同。

#### (1)對基本倫理道德和公平正義的維護

在部分個案中，施害者施加傷害後沒有得到相應的懲罰，反而利用個人權勢打壓受害者的情節最容易引起公眾的憤慨。這不僅觸及人們的道德底綫，而且勾連公眾對社會不公正的經驗感知，使網民公眾感到必須發出他們的聲音。在實名舉報的諸多案例中，被舉報人的「老師」「領導」身份受到諸多討伐。一些具有「長江學者」「公益達人」身份、佔有大量社會資源的人也捲入性騷擾事件，更讓公眾感到諷刺和人倫秩序的幻滅，進一步強化了民眾的怨恨情緒。因此，#MeToo 運動的個案在公眾認知中充斥著「強者-弱者」權力對峙，「性騷擾不關乎性，而是關乎權力」的觀點受到一定認同。公眾支持受害者，其實是對社會公平正義的維護，這是一種樸素的正義觀。

#### (2)對弱者的同情與關懷

在「受害者」的自述中，悲情情緒的流淌激起公眾的同情，公眾認同遭到性騷擾的受害者是受到權力欺壓的弱勢群體，並引發對弱者個人的關懷。在周詡事件中，受害人拿出了自己抑鬱症的測試結果；在雷闖事件中，當事人公開承認自己在看心理醫生；更有嚴重者因性騷擾/性侵選擇了自殺而付出生命的代價。這些事實喚起了受眾的同情心理。

在行動者和公眾的討論話語中，常常會回溯北大瀋陽事件，受害者高岩的同學在網絡舉報信中大量陳述高岩悲慘自殺的畫面以及受害者母親的悲情控訴：「高岩躺在玻璃棺材中的小小的身軀，她哥哥一夜白頭的憔悴，她母親在我們宿舍樓下的撕心裂肺的長哭(她哭喊的內容我絕無法忘記，是提醒本樓的女生保護



自己，尤其警惕沈教授)」，一個擁有大好前途的花季女孩，因被教授引誘騷擾最終選擇自殺，給人以強烈的道德震撼，激發了公眾強烈的同情心，並刺激「追剿」瀋陽的網絡話語互動，形成一場網絡事件。弱者被強者迫害的「劇目」能喚醒公眾，激發人們的道德能量，形成共意動員的民意基礎。

### (3)對抗爭精神的認同和追求社會進步

公眾也表達出了對敢於實名舉報的女性的尊敬和認同，認為她們是勇於破除偏見和耻感，維護女性權益的勇者，甚至賦予她們公民「英雄」的光環。北航陳小武被舉報事件的第一條微博熱門評論就是「這位小姐姐加油，正是因為有你這樣一個個站出來的人，女性權益才能得到更多的保障。」這種公眾認同鼓勵受害女性站出來，產生交流與表達的渴望。章文事件的舉報者曾寫道，「我希望這件事能留下一些東西。我希望能提醒社會上一些男性，讓他們在公眾場合注意，同時也想消除公眾對受害女性的印象，因為錯的不是她們」，「我是受了 MeToo 的鼓舞而站出來，我的經歷也成為 MeToo 風潮的一部分，和更多受過侵害的女性一起戰鬥，是我的驕傲。」正是這種公眾認同為個體賦能，產生利他的高尚情感，並完成從受害者女性到社會行動者的身份轉變，形成推動社會進步的力量。

## II 底綫共意與理性共識之間的張力

#MeToo 運動的展開是一種基於「同情」的政治實踐，「同情」是人類社會的情感交流機制，既指對別人痛苦的同情和憐憫，也指一種「移情」或「共情」的能力。它是人類「理解的心靈」和「擴展的精神」產生的感性基礎，也是「在別人的立場去思考」的能力的基礎。(袁光鋒，2019)因此，同情的產生是一種共同體整合的政治實踐。「同情」還包括對千百年來社會共同體所積澱的關於長幼秩序、師生倫理和性的人倫關係的共同信仰，以及建基於這種文化圖式意義上的道德、情感和精神需求。這種「同情」生成社會的底綫正義。公眾對文化生產領域內的性騷擾行為持激烈的批判態度，就是這種底綫正義和文化共鳴的結果。在這個意義上，女性受害者在對性騷擾事件進行回溯性敘事中所展示的行為細節、精神創傷和心靈損傷不僅是一種自我療愈技術，更是激發公眾同情、產生底綫共意的情感能量來源。但是，這種基於同情的底綫共意不足以支撐和引導一個社會運動的意義和價值目標，如果沒有理性的參與和引導，運動往往產生結構性偏離，甚至走向自身的反面。#MeToo 運動中的介入/代理行動者一方面促進情感動員、聚合情感能量和共同體意識，一方面又將情感能量轉化為團結、認同的力量，避免導向「反目的性」行動和博弈論困境，有意識地克服「情感正當性與情感宣泄後果」之間的矛盾與悖論，盡力促使反性騷擾行動走向問題化、公共化和理性化。

不過，無論是舉報行動者，還是中介/代理行動者都不得不面對社會對於程序正義和行動方式正當性的的質疑，正是在這一點上，公眾難以達成理性「共識」。這種底綫共意和理性共識之間的張力在全球#Metoo 運動中普遍存在。2018 年 1 月 9 日，法國著名女演員凱瑟琳·德納芙等 100 多名娛樂、出版和學術界的法國女性在《世界報》上發表公開信，公開指責#MeToo 和法國的相應運動#Balance Ton Porc(「揭發你的豬」)利用社交媒體的控訴方式並不符合社會正義，是一場矯枉過正的獵巫運動，給社會造成了一種極權氛圍。公開信發表後引發全球範圍的熱議，來自各國的女權主義者發聲譴責，認為這封信是對性暴力的縱容，以及對女性受害者訴求的否定，實質上是抨擊女性以維護男權。德國電視二台指責在某些個案報道中，新聞媒體在未經證實的情況下公開了「嫌疑人」的名字，造成無

辜者收到傷害。#MeToo 運動在目標上值得肯定和鼓勵，但是在程序上大可質疑，被指控者同樣應該有辯護的機會。這些質疑共同指向一個問題：性侵犯的界定與程序的正當性。正是這個問題上公眾難以達成理性共識。人們還注意到#MeToo 運動在不同地區的展開使得女性遭到既有性別規範性律令的反彈性打壓，造成更加嚴苛的社會處境。

底綫共意是以情感能量為基礎的樸素觀念，是一種關懷倫理和道德意識的體現，往往要求即刻踐行社會正義。而理性共識的達成卻漫長和艱難得多，它要求將道德進行客觀化，並在知識積累的基礎上論證行動的正當性、合理性和完備性。故而在行動者的公開表達和輿論動員過程中，有效的策略是在道德上、倫理上對侵害者進行鞭笞和道德瓦解，將其「現形」和去魅化，從而激起公眾的道德義憤，形成輿論勢能。相應地，公眾的底綫共意實踐指向是對犯事者進行個體化懲戒，以平息公憤，訴求正義。換言之，底綫共意也實際指向個體道德的完善，以符合社會期待和角色身份，而不是指向理性的、一般化的權利認同（無論是性別權利還是公民權）和法制建設。具備理性共識能力的行動者公眾，需要具備相關的客觀知識積累和制度框架的認知。這種認知能力和思考模式的差異是造成中國#MeToo 運動難以達成理性共識和有效的制度化推進的重要因素。

### III 尋求「重疊共識」的可能：回應質疑、論辯與「轉義」工作

社會運動是一個多方利益博弈，意見異同競合的過程。行動意義和話語策略的調整，比如延伸 (stretching)、轉向 (bending)、收縮 (shrinking) 和定位 (fixing) 等，可視為另一種形式的政治利益整合、政治協商和政治聯盟建構。(鄺菁，2018)#MeToo 運動的健康發展需要接受來自社會各個方面的質疑，在質疑、論辯的基礎上取得羅爾斯意義上的「重疊共識」，則有益於社會的發展和進步。在這方面，舉報者和中介/代理者採取積極姿態，面對公眾質疑進行合理回應，以實現框架規整和意義修補。

#### (1) 對「個案質疑」的回應

舉報者也意識到舉證的作用，部分案例中舉報者公開提供了某些證據為自己的言論提供佐證，如聊天記錄，錄音等。陳小武事件能夠得到有效解決也是因為證據足夠充足，羅茜茜方提供了三方面的證據，包括：一、受害人的證詞。二，女生 B 的錄音證據，可以還原陳小武性騷擾現場。三，陳小武被指曾導致其手下女學生懷孕，陳曾經借錢平息此事，舉報方可以提供第三方佐證其借貸過程。但是眾所周知，大部分性騷擾案例都有取證難的問題，對於舉報者在沒有充分證據可能是誣告的質疑，主導性行動者從幾個方面展開回應：第一是對「蕩婦羞辱」的回應。舉報者曝光受侵害事件後受到「蕩婦羞辱」的可能性仍然存在，有時候還比較集中，如周洪雙事件當事人在微博曝光該事件後，網友指責當事人「IQ 為負」，「不自重」，對此，行動者一一加以批駁。第二，是回應「誣告」的擔憂，舉報者列出數據表明，以個人名聲作為代價進行誣告的幾率不大，數據證明性侵/性騷擾誣告的概率與搶劫罪誣告的概率相差無幾，但公眾對性騷擾誣告的擔心卻高於搶劫罪，並不合理。第三，除了回應人格質疑以外，還須回應法律風險的質疑。2017 年北京電影學院阿廖沙在微博披露自己在校期間曾遭性侵，但隨著事態進一步發酵，阿廖沙反而以誹謗罪被起訴。#MeToo 運動中有 5 起舉報者被起訴的案例。舉報人或中介/代理者就通過當前法制缺乏的現狀、行動者的高風險性、獲益的可能性等陳述來破除這些質疑。

## (2)對「運動形式質疑」的回應與辯論

部分公眾對於運動本身存在質疑。首先是關於運動目的的質疑，當#MeToo運動到了一定的規模，關於其背後是否有組織在引導、利用，是否有境外勢力混雜的「陰謀論」這樣的觀點被提出，不少舉報者和中介/代理者也因此被質詢。如中山大學反性侵小組在張鵬事件引起輿論風波之後被校方和院系質問「是誰牽頭，背後是不是有什麼組織？」，一位小組成員發表《漩渦邊緣的局內人：我在中大人類學系如何反性騷擾？》澄清組建反性騷擾小組的目的只是出於對性別身份和身體經驗的共情和關注，希望轉化為行動。對於這些質疑，行動者一般是主動公開澄清，利用自身的話語權反擊質疑。

對於「保守派」提出的質疑，行動者與部分知識分子一進行批駁。特別是圍繞劉瑜的文章，社會形成了一場激烈辯論。有人說中國的「#MeToo」很珍貴，劉瑜無疑是在潑冷水。她們對劉瑜的觀點逐一進行反駁，為受過傷害的女性代言，捍衛她們發聲的權力。在這場社會辯論中，針對劉瑜所提到的「女生在遭到脅迫時有反抗的餘地，而不應該『半推半就』」的觀點，運動行動者指出這種選擇自由權只適用於部分職場精英女性，而不具有普適性。紀小城認為此論題是持保守主義立場的知識分子基於「理性人」和「個體自由」的假設，與#MeToo運動的舉報者、支持者提出的平權正義的要求之間產生了矛盾。他認為當「私域」中的壓迫普遍存在，就有了進入「公域」的必要性，希望借助運動的方式改變父權制下構建的公私領域的劃分方式，這是理解#MeToo運動發生的基礎。女權主義者李思磐認為經過社交媒體的連結和女權社群的培力，年輕一代要改變公私域的規則，社交媒體也已經不問公私。(李思磐，2018)學者林焱從法律角度回應「保守派」關於法治精神的質疑，認為「無罪推定」僅適用於刑事訴訟。#MeToo運動具有獨特機制，「冤假錯案」發生的可能性微乎其微。專欄作家宋石男認為「舊時代大字報式的大揭大批、大鳴大放，其本質是政治權力的遊戲，是自上而下操縱民眾完成的，而現在#MeToo的匿名或實名舉報，絕大部分是自發的，或至少是罕有被權力自上而下操縱完成的。」(宋石男，2018)常江認為，#MeToo運動體現為一種個人言論行為，不具備因具體的政治觀點或利益而結成集體身份以及「鳴放」行為的引導整合這兩個條件，因而不可能演變成黨同伐異的「大鳴大放」。相反，#MeToo議題具有一定的敏感性，建制化的權力機構避之唯恐不及，就連以保護婦女權益為宗旨的婦聯都沒有任何支持和發聲，它實際上只相當於一個「倡議」……中國#MeToo根本不存在「擴大化」的基礎。性別權力結構的強大和牢固，以及這種結構在政策制定和話語控制中的宰製性的能量，根本不是我們在未來幾年、幾十年裏可以去改變的。因此，他在發起#I'll Be Your Voice#網絡行動時，將行動的意義定位於傾訴和共情這個功能範疇，並要求舉報者「尋求法律和組織途徑去解決。」(常江，2018)紀小城在「端傳媒」發表文章「中國#MeToo大辯論：並非劉瑜導致撕裂，裂痕一直就在那裏公開」，綜合了贊同和駁斥劉瑜的兩方面觀點，將此次辯論的主要焦點「轉義」為四個框架：自由還是平權；公域還是私域，運動還是法治，共識還是共謀。

通過這些質疑與回應質疑，#MeToo的社會行動者和辯論參與者在網絡公共領域內推動了運動的視域融合和觀點溝通，有助於「重疊共識」和公共理性的生成，這正是#MeToo運動的社會意義所在。除此以外，核心行動者對運動目的、陰謀論、境外勢力操縱論等方面的社會質疑加以回應，包括接受法律人士的建議，規避法律漏洞。他們的共識是公眾政治在中國具有特定的限制，因而所有行動者

都避免觸及體制，避免形成綫下行動，而採用柔性的建設性的姿態，這是#MeToo運動能够在中國展開的條件。行動者通過這種積極回應和「自我約束」，尋求重疊共識的可能。

### 持續倡導行動：「政策窗」的開啓

#MeToo 運動是一個社會參與的過程，也是潛在的政策議程醞釀、調整和激發的過程。政策分析理論認為，政策議程設立過程是一個多源流匯合的結果，一個問題成爲公共問題，再登上政策議程，不僅是偶然性事件發揮重要作用的結果，更是問題流、意見流、政策流以及政治流多個源流共同作用的結果。當政策之窗開啓時，彼此獨立的問題流、政策流以及政治流進行匯合，行動者的問題就會被提上政策議程。政策之窗是政策倡導者提出解決辦法的機會，也是促使其特殊問題受到關注的機會。(金登，2004：52；曾令發，2007) 反性騷擾的制度性推進是#MeToo 運動的真正的目標，舉報行動者、中介/代理行動者和知識分子公衆以及普通公衆的態度、意見、論辯和參與性行動已經開闢出一個新的話語/政策空間。如何從學術研究、公共討論以及社會運動的議題和訴求，最終進入政治過程，轉化爲實踐中的政策，或者說，如何建立公共討論與政策實踐之間的連接，使兩者相互滲透、深刻互動，而非對立和對抗是一個需要持續努力的問題。(鄺菁，2018)

這個努力體現爲：第一，抓住並塑造話語機會結構，持續建構議題的努力。話語機會是信息在公共領域中擴散的機會，話語機會結構主要關注社會文化因素及話語特徵對於社會運動的塑造。#MeToo 運動的話語機會結構可以歸納爲四個方面：互聯網的技術可供性，開放性與公共性；話題的特殊傳播力；相對低的政治敏感性和灰度話語區間；公衆權利意識的增強等。第二，社會行動者(包括舉報者與代理者等各個行動主體和技術主體)還採取了多種形式和渠道與社會展開互動，以掌握運動方向，擴大影響與凝聚共意，具體包括：(一)持續建構議題，擴大社會影響：接受社會投稿，聚攏單個受害人的聲音，擴大普通人的參與渠道。投稿的主要群體由大學生、女實習生、剛入職的青年女性擴大到多個層面，出現較多農村青年女性。(二)與機構媒體展開互動，在運動的「見證邏輯」下協商運動的意義，具體舉措包括：舉報者發文，發帖後選擇性地「艾特」機構媒體；充當消息源，接受專業媒體的採訪；與機構媒體的報道進行協商互動；在議題的「媒介化」過程中，再次輸出觀點，重構性別觀念；監察媒體，評估媒體的議題建構的合理性，並揭示其遮蔽性。(三)持續發起倡議行動，推動「政策窗口」的開啓。其中一個重要形式是向人大代表、教育部、婦聯、全國高校校長寄送公開信。發動網友「向母校寄公開信」活動，向高校師生寄送性騷擾防治倡議書，開展聯名活動等。

在持續的「問題化」和倡導性行動中，「問題流」、「意見流」、「政策流」和「政治流」開始浮現並出現一定程度的匯合，促進法律法規、規章制度上的進展。反性騷擾制度建設在不同層面上得到啓動。教育部、部分高校、中小學和部分性別公益機構相繼出臺、公布了關於反性騷擾的政策、條例或規章制度。<sup>9</sup>相關法制

<sup>9</sup> 2018年1月，陳小武事件曝光後，教育部承諾將研究和出臺校園反性騷擾長效機制；2018年2月，清華大學、北京大學、北京航空航天大學分別成立反性騷擾機制研究小組。2018年7月，綠芽、黃邊站、億友等多個公益機構低調推出反性騷擾機制。2018年8月初，杭州率先聯合簽發全國首個校園反性騷擾機制，明確校園性騷擾的定義並制定報告制度。8月中旬，廣東在全省中小學、中職學校全面開展性別平等教育。11月中旬，教育部印發了高校、中小學和幼兒園三份教師職業行爲十項準則，規定嚴厲措施懲處性騷擾行爲，並將之納入教師職業資格限制範圍，還落實了學校主體責任。

建設也取得初步成效，2018年8月27日，提交全國人大常委會審議的「民法典人格權」編草案開始從法理上定義「性騷擾」為「民事責任」<sup>10</sup>。11月，《民法典》草案首次明確規定：「違背他人意願，以言語、行動或者利用從屬關係等方式對他人實施性騷擾的，受害人可以依法請求行為人承擔民事責任；用人單位應當在工作場所採取合理的預防、投訴、處置等措施，預防和制止性騷擾行為」（王曉琳，2018）。2018年12月12日，最高人民法院發布了《關於增加民事案件案由的通知》，將「性騷擾責任糾紛」列為新增案由。這意味著性騷擾案告別用「一般人格權」案由立案，而納入侵權責任糾紛，直接對應《侵權責任法》，這使得反性騷擾訴訟更具針對性和約束力，可稱為#MeToo運動所取得的最具效力的制度性成果。

## 總結與討論

社會運動是一種獨特的追求公眾政治的手段。每一場社會運動都是融合多種因素的持續性的複合體，並在具體的歷史場景和技術社會條件下展開。中國#MeToo運動經過一年時間的展示、博弈和觀點激蕩，取得了一定成功，多位性騷擾受害人受到嚴厲的行政處罰和公眾的道德譴責，聲名掃地。反性騷擾規章制度和法制建設也得以在不同層面上啟動或獲得不同程度的推進。但是#MeToo運動也是一場並不充分和成效有限的運動。本研究跟踪2018年進入公眾視線的50個案例的後續發展，發現只有大約三分之一(36%)的指控經過調查被確認為情況屬實，相關涉事人員受到不同程度的處罰，這部分案例多集中在高校；有約三分之一案例未公布調查結果或拖延、推諉公布結果；有超過四分之一的個案沒有得到任何回應；50個案例中僅有6個案例進入司法程序<sup>11</sup>。#MeToo運動的舉報人群局限在一定文化資本和階層屬性範圍內，多為受過高等教育的年輕女性人群，而性騷擾行為最嚴重的地域、階層和人群或許是在工廠、農村這些更底層的地方。這是#MeToo運動只稍微觸及到卻未能展開的議題。

互聯網是速朽、瞬逝的空間，2018年中國內地#MeToo運動如今只留下些許踪迹，大部分網絡發帖已經被刪除。除了劉強東涉嫌強姦案這樣的爆炸性事件以外，人們已經甚少關心這一場反性騷擾運動。但是正如蓋亞特裏·斯皮瓦克所說，婦女解放問題是個現代性的基本問題，歷史每一次展示「婦女」事件的細節和解決問題的偶然性，都指向通往現代性的途徑。(斯皮瓦克，2014)#MeToo運動對中國社會的意義，是在現代性和啟蒙理性的意義框架內展開的：首先，它是一場性別教育運動和知識普及運動，它展示了女性的性創傷和自我書寫的行動潛能，也展示了性別問題的社會結構性和權力關係本質，其結果不僅促進女性身份和權利意識的認同，也增加了性別交往的規範性和對公眾對性別平等的理解，有利於社會進步。反性騷擾成為普遍的現代觀念，這是社會的基本共意。其次，#MeToo運動在一定範圍和程度上推動了制度建設和法制進步，必將對改善性別處境、保

<sup>10</sup> 羅沙，楊維漢，新浪新聞：「民法典擬針對性騷擾作出規定：用人單位應預防制止」，<http://news.sina.com.cn/o/2018-08-27/doc-ihifuvph807c021.shtml>，2018.8.

<sup>11</sup> 其中兩位舉報人報警（一位被警方以尋釁滋事罪拘留，一位因微博被屏蔽未更新進程），五位舉報人以侵犯他人名譽權被起訴（其中一位以侵犯其人格權反訴）。需要說明的是，本文所研究的50個案例的後續進展並未完結，有些案例處於官方持續調查之中，其結果被陸續公布。比如在2019年5月底（5月24日—30日），中央紀委國家監委網站發布了中國傳媒大學原黨委常委、副校長蔡翔（本文案例事主之一）接受審查調查的消息。

障性自主權利起到積極作用。第三，知識分子公眾圍繞#MeToo 運動所展開的理性辯論對中國社會有深遠意義，不僅拓展深化了人們的思考框架，還將「性」(身體的「性」和權力的「性別」)問題的鬥爭「轉譯」為四個思想問題：自由還是平權；公域還是私域，運動還是法治，共識還是共謀，開拓了中國女性主義運動的思想視野。這種問題「轉義」(mediation)推動人們反思，在支持#MeToo 或反對#MeToo 的背後，更應該思考什麼，權衡什麼。普遍主義的平等正義與語境性的差異正義應該如何平衡？或者如何結合？在一個發展中國家和持續轉型的社會裏，權利與「善」哪一項應該優先？

女性主義及其運動具有往復性特點。女性的本體是什麼、性別和「婦女」是不是穩定的思想範疇這些觀念爭執使得任何一場「性別戰爭」都極為艱難。女性歷史的書寫不得不處於持續的鬥爭之中。書寫女性主義的鬥爭意味著觸及權力、階級和地位等結構性因素，也意味著歷史和社會記憶、思想遺產與現實目標之間的競爭和交織。因此須洞察關於女性的社會觀念和規範是如何強加、遺漏、重疊、置換或再生產、再強加的過程。歷史和現實中的女性運動，內部往往有不一致甚至相互抵牾的多重意涵，何為「性別平等」？「女性權益」如何理解？各自隱含了不同的政治理想和道德評價標準，但最終只有某些意涵轉變成了可行的政策話語。(鄺菁，2018)「性騷擾」是性別屬性問題，還是一般公民權問題，這是比較女性主義政策研究中的長期難題。中國在性騷擾問題上的政策議程範式，在立法依據上可歸結為一般性的「人身尊嚴」範式和個人權利範式，但在政策激發點上卻是性別屬性範式和道德情感範式。二者之間存在著實踐的鴻溝。本研究發現，無論是舉報者的創傷敘事、中介/代理者的「問題化技術」，還是公眾的底綫「共意」結果，甚至有關部門、單位組織公布的反性騷擾制度措施，都不同程度地內化了男性的主體視角和既有的性別規範性律令秩序。女性主義解放思想所提出的性別的「不可判定性」，女性的公民資格命題未能充分進入討論的中心，也未能成為權力建制在政策制定和執行中的自覺意識。

在中國情境的#MeToo 運動中，道德以及道德秩序是一個獨特的值得探討和反思的問題，道德問題(而不是權利問題)始終處於核心位置。舉報者對於性騷擾事件的敘事框架，多是個體化的「陰性書寫」，創傷和道德框架、片段式框架是主導，法律和社會框架總體上比較缺乏。究其原因，是她們認識到個人力量薄弱，單靠個案改變社會的想法不切實際而追究個人的過錯更加切實可行。代理者/中介行動者雖然極力將性道德問題延伸至現代性框架內的權利問題和和制度問題，但是其具體手段仍然是借助柔性的道德力量，激發「同情的力量」。由於網絡運動的特殊性，整個運動的理性辯論和制度推進進程很難獲得持續的注意力，而只能在道德框架和關懷倫理中尋找共意，而擱置自由主義脈絡的普遍的權利平等觀念。而運動的主導行動者，特別是中介/代理行動者為了建構一個理性、制度化框架，防止#MeToo 運動被拖進一場如何教育女性進行自保的女德運動，而刻意淡化了這些防範措施的宣傳(廣泛而詳細地告知防範措施、投訴機制、法律救濟措施、心理諮詢和療愈方法等)。結果，#MeToo 運動對於女性個體而言缺乏實際而微觀的社會支持，甚至可能造成女性的實際處境更加困難。高校等組織機構的回應，很大程度上是一種固有的單位體制思維，是從維護組織形象和利益的視角出發去解決「性醜聞」，以緩解公眾壓力為出發點，越來越遵循輿論邏輯和道德情感邏輯來處理問題，而趨於背離程序正義和制度化目標。權利平等和性別正義的理性共識被普遍忽視，這一情形離女性主義運動的價值目標相差甚遠，甚至會反向固化性別不平等。

在中國，道德問題的中心性有牢固的文化脈絡和制度結構的特殊性。「道德」不僅是一種情感存在，也與權力深度互嵌。「情感治理的合法性」(王向民，2019)、「以德治國」和「禮治」國家的傳統和師道尊嚴觀念不僅是一種倫理道德秩序，也暗含了權力秩序，而這些觀念傳統根深蒂固，並被深植於行為意識之中，這是高校成為性騷擾「重災區」的重要原因。在高校這樣的文化生產領域，性騷擾和性侵問題在人們的觀念中最突出的破壞性不是侵權，而是衝擊道德秩序和權力不平等結構，它在道德上的禁忌性和對人倫秩序的破壞比侵犯公民權和性別壓迫問題更加容易引發普遍的恐慌。正因為策略性地強調和利用這一點，中國#MeToo運動成功地實現了情感動員，但也使得運動的話語實踐不得不圍繞道德問題而展開，難以實際深入到性別平等和公民權的思想框架。換言之，#MeToo運動呈現出一種悖論性，它以身體自主權和性別平等權利為訴求，但卻以道德秩序為中心論述。它成就的是道德，而不是知識和權利，因此它實際上是一場道德文化運動。公民權問題實際被置於次要位置，甚至是被忽略的位置。

道德中心性問題體現出中國現代性和啟蒙進程中的矛盾性。「情治」傳統(王向民，2019)與「德治」傳統在中國幾乎擁有和法治同等的實踐地位。在社會文化和精神再生產領域，情治與德治傳統較為法治角色甚至更為突出，因為它來源於千百年來的秩序傳統的積累、沉澱和遺留。但是道德作為社會運動的中心話語，其局限性還在於它的模糊性、不確定性和囊括性，它的強導向性和弱分析性容易引發認識上的標籤化、極化和簡化等非理性反應。這也是社會各界擔心#MeToo運動走向非理性局面的原因。故而，2018年中國#MeToo運動雖然很有意義，但是它對權力結構的撼動是有限的。從公眾特別是男性公眾對#MeToo運動的反應來看，他們更多地採取了防禦性態度，系統性厭女症情緒更加突出。這樣的結果值得人們進一步展開反思。(李永博，2019)

#MeToo運動的展開依托並依賴於互聯網絡。可以說，沒有網絡的社會性存在，就沒有#MeToo運動。網絡對於公眾政治的塑造和影響已經超越了過去僅作為載體和工具的角色，越來越深入地中介到世界現實和人類行為的所有層面，其變化體現在：網絡已成為一種主體性生成、自我和群體展示與實踐的政治空間；網絡自身正在以拉圖爾意義上的「行動者網絡」主體身份凸顯出來，參與、型構甚至覆蓋公眾政治，其範圍包括信息、知識的生產，意義的生成，策略手段的創新與適應等。網絡日益成為集納物質、制度、權力、實踐、關係等各種因素的雜合體，而且是增殖性的網絡雜合體。中國社會的文化資源狀況因而實現了巨大的轉變，催生了集體行動劇目的創新與範式性變遷。公眾行動和集體行動不再必須借助傳統大眾媒體的報道就可以實現可見性和正當性賦權。但同時必須看到，中國國家、資本與網絡(技術平臺)在權力結構和與社會管制上的聯合越來越緊密，公眾集體行動所仰賴的網絡可能性空間越來越逼仄，網絡、國家和資本構成的「行動者網絡」正體現出對公眾行動劇目的強大反制能力和瓦解能力，即使像#MeToo這樣的相對溫和的文化運動也隨時出現強行中止議題和輿論封禁的局面，這也是第一起舉報案成功後，後續其他案例很難再超越的原因。公眾行動與「政府-網絡平臺」之間的「創新-適應-消解」漩渦使得社會運動很容易走向框架耗竭。到2019年初，京東企業總裁劉強東被爆涉嫌性侵案時，已經出現資本操縱網絡平臺，深度抹黑抗爭行動者的現象。也就是說，當今的受損害/受侮辱的女性不僅要對抗性別的建構性社會「基因」和性別強制性、生產性規範，還要對抗性別支配的「裝置」。(江原由美子，2005)這種裝置在今天已是一種網絡化的「大他者」機器，包含國家、資本、技術平臺、文化的技術界面、資源和權力的分配機構、

「單位化」群體等等。

歸根到底，反性騷擾/反性侵不僅是一種性別鬥爭，而且是一種現代意識，是關於如何構成「一個有尊嚴的人」和「如何有尊嚴地活著」的鬥爭。在國家權力、技術、資本、人與「非人」日益交融的「行動者網絡」之中，人的尊嚴和主體性價值如何還能被捍衛？去道德化的「行動者網絡」是否會滑向哈維爾所稱的「社會自動極權化(social auto-totality)」？或許這是當今及未來網絡化社會最為吊詭的挑戰。

需要反思的問題還包括#MeToo 跨國性別網絡和本土情境的話語張力問題。蓋亞特裏·斯皮瓦克(2014)指出，用統一的框架去認知不同文化情境中的女性主義運動，可能會形成「認知暴力」和對「非西方經驗和認知方式的抹消」。比如中文世界將抗爭性的、高揚女性主體性的「#MeToo」運動翻譯為「溫順乖巧」語義的「米兔」運動究竟是一種「範式誤用」還是一種深度自嘲？抑或只是一種傳播策略？進而，全球女性主義語境如何鏈接中國的具體問題和社會情境？性別正義與關懷的倫理如何在中國情境中結合和融通？這些都是值得進一步探討的問題。

## 參考文獻

### 中文部份(Chinese Section)

- 阿蘭·圖海納(1984/2008)(舒詩偉等譯)。《行動者歸來》。北京：商務印書館。
- 艾曉明(2018)。「幸存者的屈辱書寫」。豆瓣網。  
<https://www.douban.com/note/684700069/?from=author>，2018年7月。
- 安東尼·吉登斯(2016)(李康、李猛譯)。《社會的構成：結構化理論綱要》，北京：中國人民大學出版社。
- 布魯諾·拉圖爾(1993/2008)(劉鵬、安涅斯譯)。《我們從未現代過：對稱性人類學論集》。蘇州：蘇州大學出版社。
- 常江(2018)。〈米兔運動、介入式文化研究與知識分子的社會責任——《全球傳媒學刊》對話常江副教授〉。《全球傳媒學刊》，5(3)。頁73-82。
- 馮仕政(2013)。《西方社會運動理論研究》。北京：中國人民大學出版社。
- 蓋雅特裏·斯皮瓦克(2014)。〈女性主義及其批評理論〉。選自伊麗莎白·韋德、何成洲主編《當代美國女性主義經典理論選讀》。南京：南京大學出版社。頁69-88。
- 郭小安、楊紹婷(2016)。〈網絡民族主義運動中的米姆式傳播與共意動員〉。《國際新聞界》2016(11)。
- 何成洲(2014)。〈巴特勒與操演性理論〉。選自伊麗莎白·韋德、何成洲主編《當代美國女性主義經典理論選讀》。南京：南京大學出版社。頁18-31。
- 黃雪琴(2018)。〈如果我們繼續沉默，就是幫凶〉。中央人民廣播電臺「中國之聲」。2018-01-14 20:57。取自網址  
<https://xw.qq.com/cmsid/20180114A010VQ?f=newdc&from=timeline&isappinstalled=0>。
- 黃雪琴(2019)。「中國 Me Too 一周年：歷程、成績與限制」。  
<http://www.ftchinese.com/story/001080907?full=y?ccode=2G169001>。2019年1月2日。
- 江原由美子(1995/2005)(丁莉譯)。《性別支配是一種裝置》。北京：商務印書館。



- 鄺菁(2018)。〈Metoo 之後:反性騷擾政策在中國的未來〉。《文化縱橫》, (05),頁 134-141。
- 鄺菁(2018)。〈比較視野中的反性騷擾政策——話語建構、政策過程與中國政策制定〉,《婦女研究論叢》(3)。
- 李思磐(2018)。「中國式#MeToo'正在進行時」。檢索於 <http://news.yzz.cn/eyes/text-m/201807-1470376.shtml>。
- 李永博(2019)。〈#MeToo 一周年:女性的處境變好了嗎?〉。《新京報書評周刊》。2018年12月20日。
- 劉小楠(2014)。〈性騷擾的現狀及法律規制——以港臺地區性騷擾立法為鑒〉。《婦女研究論叢》,(04)。頁 41-48。
- 劉瑜(2018)。〈關於 me too〉。 <https://matters.news/forum/?post=16439143-1a75-497a-bad2-875d2fcd5d28>。2018年7月27日。
- 讓·愛爾斯坦(2019)(葛耘娜、陳雪飛譯)。《公共的男人,私人的女人:社會與政治思想中的女性》。北京:三聯書店。
- 宋建麗(2018)。《正義與關懷:女性主義的視角》。廈門:廈門大學出版社。
- 宋石男(2018)。「我沒有性騷擾,被網絡指控就死路一條嗎?」。騰訊大家。  
<http://dajia.qq.com/original/redio/ssn20180726.html>。2018.7。
- 孫金昱(2018)。「泛泛指責 #MeToo 是多數人的暴政,辜負了高高舉起的正義之旗」。端傳媒。 <https://theinitium.com/article/20180728-opinion-sunjinyu-metoo/> , 2018.7。
- 孫立平(2000)。〈「過程—事件分析」與當代中國國家—農民關係的實踐形態〉。《清華社會學評論》(第一輯)。
- 湯尼·白露(2004/2011)(沈齊齊譯)。《中國女性主義思想史中的婦女問題》。上海:上海人民出版社。
- 王思斌(編)(1999)。《社會工作概論》。北京:高教出版社。
- 王向民(2019)。〈傳統中國的情治與情感合法性〉。《學海》, (4)。
- 王曉琳(2018)。〈人格權編草案:讓你我活得更有尊嚴〉。《中國人大》,(18)。頁 28-29。
- 威廉·甘姆森(2002)。〈集體行動的社會心理學〉。《社會運動理論前沿》。北京:北京大學出版社。
- 武秀琴(2013)。〈性騷擾可致長期心理創傷,遭遇騷擾切勿沉默以對〉。《中國婦女報》,2013-08-26,(B02)。
- 熊易寒(2007)。〈「問題化」的背後——對當前中國社會衝突的反思〉。《社會學家茶座》。(2)。
- 徐小棠(2018)。〈從反叛到和解——21世紀初日本家庭片的創傷敘事研究〉。《當代電影》,(11)。頁 111-116。
- 楊國斌(2009)。〈悲情與戲謔:網絡事件中的情感動員〉。《傳播與社會學刊》,(9)。
- 易前良、程婕(2014)。〈轉型中國共意性運動中的媒介動員〉。《新聞與傳播研究》2014(1)。
- 應星, 晉軍(2000)。〈集體上訪中的「問題化」過程:西南一個水電站的移民的故事〉。《清華社會學評論》,第一輯。
- 約翰·彼得斯(2003)(何道寬譯)。《交流的無奈》。北京:華夏出版社。
- 約翰·金登(1984/2004)。《議程、備選方案與公共政策》。北京:中國人民大學

出版社。

曾令發(2007)。〈政策溪流：議程設立的多源流分析——約翰·W·金登的政策理論述評〉。《理論探討》，(3)

曾鵬,羅觀翠(2006)。〈集體行動何以可能？——關於集體行動動力機制的文獻綜述〉。《開放時代》，(01)。頁 110-123+160。

趙鼎新(2006)。《社會與政治運動講義》。北京：社會科學文獻出版社。

朱迪斯·巴特勒(2011)(李均鵬譯)。《身體之重：論「性別」的話語界限》上海：三聯書店。

朱迪斯·巴特勒(2014)。〈身不由己：關於性自主權的界限〉。選自伊麗莎白·韋德、何成洲主編《當代美國女性主義經典理論選讀》。南京：南京大學出版社。頁 25-43。

祝平燕、夏玉珍(2007)。《性別社會學》。武漢：華中師範大學出版社。

中國米兔志編輯組(2019)。《中國米兔志》。微信公眾號「回聲 huisheng」。2019年8月25日。

### 英文部份(English Section)

Benford, Robert D. and David A. Snow (2000). Framing Process and Social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*. (26):611-639.

Collins, Randall (1975). *Conflict Sociology: Toward an Explanatory Science*. New York: Academic Press.

Goffman Erving (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row.

Kemper, Herbert P.(1978). *A Social Interactional Theory of Emotions*. New York: Wiley.

Snow David A.(2004a). Framing Process, Ideology, and Discursive Fields. pp380-412 in *The Blackwell Companion to Social Movements*, edited by D. A. Snow, S.A. Soule, and H. Kriesi. Malden, MA: Blackwell Pub.

Snow, David A. et al. (1986). Framing Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation. *American Sociological Review*. (51):464-481.

Tilly, Charles (1978). *From Mobilization to Revolution*. Reading, Mass.: Addison-Wesley Pub. Co.

Tilly, Charles (2004). *Social Movement, 1768-2004*. Boulder: Paradigm Publishers.

## 附錄

#MeToo 運動舉報案例概況一覽表<sup>12</sup>

時間	被舉報人	舉報媒介	舉報性質	幾人舉報+是否實名	後續	備注
20180101	陳小武-北京航天航空大學教	知乎、微信公眾號、微博 ID : cici	性騷擾	羅茜茜(實名)及 6 位匿名女學生	校方認定情況屬實，陳小武教務資格及「長江學	

<sup>12</sup> 本表格綜合了 Matterslab, NGOMeTooMeToo, MeToo 在中國等網站對 MeToo 運動個案的記錄，筆者僅將其作為研究樣本，部分事件真實性還未得到認定，不代表研究者立場。

	授	小居士			者」被撤銷	
20180111	薛原-對外經貿大學副教授	知乎匿名網友	猥褻，長期性騷擾	1 人匿名	校方稱成立調查組後再無響應，官網顯示薛原仍在職	
20180202	謝燦-北京大學教授	微信公眾號，微博ID 趙嗷嗷本嗷	猥褻，性騷擾	1 人實名	學校約談舉報人，謝燦否認仍在職	
20180309	徐鋼-伊利諾伊大學教授	豆瓣	性侵	1 人實名 (代為舉報)	徐鋼否認，UIUC 校網站撤銷徐鋼介紹，稱其在被揭發前已計劃辭職。徐鋼後於深圳起訴舉報者王敖並索賠 295.5 萬元，而徐此前的學生亦將在美國起訴徐。	國內 MeToo 舉報人被起訴侵犯名譽權第一例
20180405	瀋陽-北京大學、南京大學教授	豆瓣、微博	性侵	多人實名 (代為舉報)	瀋陽否認，北大稱 20 年前已有行政處分，南京大學對其停職，上海師範大學終止其校外兼職教師聘任協議	反性侵犯行動演變為學生與校方對抗
20180411	顧海兵-中國人民大學教授	知乎匿名用戶	性騷擾	1 位匿名在校女學生及多位網友	校方未公開調查結果，經濟學院官網撤下顧海兵姓名	
20180413	張康之-南京大學教授	微博 ID：夜憑闌	性騷擾	1 人匿名	人大校方未公布調查結果，現任職機構南京大學其官網顯示張康之在職	
20180415	王以培-中國人民大學副教授	知乎	性騷擾	1 人匿名	中國人大認定王以培存在對學生實施性騷擾的行為，撤銷其任職資格	
20180420	梁盛煜-中國石油大學華北研究	微博不畏浮雲遮望眼 HERO_CR	性侵	1 人實名	被舉報者否認。警方不予立案，被多家律師所拒	

	生	7			絕後一家北京律所答應代理。任某現被青島公安以「尋釁滋事」拘留	
20180425	謝耘耕-上海交通大學副院長	知乎	性騷擾	多人聯名舉報	校方稱，謝耘耕在與學生接觸中，有「不當言論和不當肢體動作」，撤銷其職務，暫停安排新課和所有研究生指導工作。	
20180615	張文煜-蘭州大學教授	知乎	性騷擾	多人匿名舉報	校方未公布結果，官網顯示張文煜仍在職	
20180620	吳永厚-甘肅慶陽六中教師	慶陽市人民法院	性騷擾	1人實名舉報	經慶陽市教育局黨委會議決定，因有違師德，吳永厚被調離教育系統，並取消其教師資格。	
20180630	鄭明璋-臨沂大學文學院教授	微博 ID：你嘍啵嘍啵	性騷擾	多位匿名在校學生及畢業生	校方調查情況屬實，鄭明璋被停職	
20180708	張鵬-中山大學教授	微信公眾號「向灣礮」	性騷擾，性侵犯	五位女生實名舉報	校方指將停止張鵬教學安排，但目前其作為教授仍未被除名；國際靈長類學會將張鵬除名	高校性侵犯問題更大範圍進入公眾討論
20180710	周斌-南昌大學	微博	猥褻、性侵犯	1人實名起訴	周斌否認，南昌大學稱已將周斌免除職務，目前雙方已達成和解	首例起訴學校連帶民事責任的性侵犯訴訟
20180720	袁天鵬-議事規則專家	微信朋友圈	性騷擾	1人匿名	北京沃啓公益基金未響應未除名	
20180723	雷闖-億友公益創始人	朋友圈-樺樺/陳欣	性騷擾、性侵犯	多人匿名	雷闖對性侵犯先承認後否認，「億友公益」稱撤銷雷闖負責人職	公益圈性騷擾進入大範圍公

					務，但目前雷闖仍為法人	眾討論
20180723	馮永鋒-環保公益人	微信朋友圈 劉斌	性騷擾、猥褻、暴打	1 位實名男性	馮永鋒承認性騷擾並致歉，相關機構均暫停合作	
20180723	鄧飛-微博打拐、免費午餐發起人	微信公眾號「未遂」， 微博 ID:不要怕不要慫	性騷擾、猥褻	1 人實名多人匿名	鄧飛否認，並稱擬起訴最先刊文公眾號，2018 年 11 月鄧飛起訴文章發布者侵犯其名譽	國內 MeToo 舉報人被起訴侵犯名譽權第五例
20180724	周非-世界自然基金會中國副總幹事	微博洛女王 cheche	猥褻	1 人實名	WWF 稱未有足夠證據證實指控，王琪 10 月 10 日表示被起訴侵犯名譽權	國內 MeToo 舉報人被起訴侵犯名譽權第三例
20180724	趙秉志-北京師範大學法學院院長	未知	性騷擾	匿名	被北師大黨委予以留黨察看、免去北師大刑法學院院長、停止招收研究生等處分。	
20180725	章文-資深媒體人、《中國新聞周刊》編委	朋友圈-後在微博曝光，ID 為小精靈的戰鬥	性騷擾、性侵	3 位實名，多位匿名	章文否認強姦指控，當事匿名女生 7 月 26 日決定報警	
20180725	張弛-作家	豆瓣春樹	性侵	1 人實名	未公開回應	
20180725	孫冕-《新周刊》社長	豆瓣春樹	性侵	1 人實名	未公開回應	
20180725	熊培雲-南開大學副教授-	微信朋友圈 趙思樂	性騷擾	1 人實名	熊培雲發文否認指控	
20180725	潘杰客-為你讀詩創始人	微博 @steffi-， 豆瓣 @洗髮水女孩	性騷擾	十幾位「為你讀詩」前員工匿名舉報	潘杰客否認指控	
20180725	張錦雄-香港彩虹、	微信公號愛的征戰	性騷擾	8 位實名、25 位匿名	張錦雄承認性騷擾並道歉，受害	

	彩虹中國 創辦人			男性	者及監督群體要求 暫停活動的聯署 未有響應	
20180726	霍慶川-金 動未來創 始人	微信公號 「自絕於江 湖」	猥褻	1 位匿名	未公開回應	
20180726	信力建-信 孚教育集 團創始 人、前董 事長	何滿 Facebook	性騷擾	1 人實名	未公開回應	
20180726	朱軍-中央 電視臺主 持人	當事人朋友 圈發文後由 麥燒同學轉 發至微博	猥褻	1 人實名	朱軍起訴弦子及 麥燒名譽侵權， 弦子起訴朱軍猥 褻，兩案均進入 法律程序	國內 MeToo 舉報人 被起訴 侵犯名 譽權第 四例
20180726	朱長振-資 深媒體 人，大河 報記者	微博「我遭 遇了性別歧 視」	性侵未 遂	1 人匿名	朱長振否認，稱 將在新書推廣時 回應	
20180726	劉猛-公益 名人、原 四川省婦 女發展基 金會秘書 長	微信公眾號 新媒體女性	性侵	2 人實名起 訴	劉猛指信息不 實，相關機構暫 停合作	
20180727	肖開愚-河 南大學教 授、詩人	詩人王東東 在微信公眾 號	性騷 擾、性 侵	1 人實名， 1 人匿名	王東東等河南大 學畢業生聯名 信，指控肖開愚 性騷擾和性侵事 件共三起，並將 相關材料和證人 聯繫方式給到校 方，校方無回 應。	
20180727	謝倫燦-中 國傳媒大 學教授、 經管學院 副院長	朋友圈-微 博-湛微	性騷 擾、猥 褻	1 位實名在 讀女生及多 位校友跟帖	校方稱啓動調 查，但目前尚未 公布結果	
20180727	劉堅軍-寧 波市羽毛	微博孫孫向 你扔了只狗	猥褻	1 人實名	被控者表示自己 確有「行爲不	

	球隊總教練				端」	
20180727	張偉-寧波市羽毛球隊教練	微博孫孫向你扔了只狗	猥褻	1人實名	被控者表示自己確有「行為不端」	
20180728	王先勝-原廣東省民政廳副巡視員(副廳級)	微信公號「自絕於江湖」	性騷擾	1人實名 1人匿名	當事人未回應	
20180728	蔡翔-中國傳媒大學副校長	微博用戶@稍息_shaoxi	性侵	1人匿名	校方未回應	
20180728	宋協偉-中央美術學院設計院院長	微博清華常江	性騷擾、猥褻	1人匿名	校方未回應	
20180728	陳國昌-廣東外語外貿大學新聞與傳播學院	時代的角落 微信公眾號	性騷擾	多人匿名	黨內嚴重警告，行政記過處分，終身調離教學崗位	
20180729	周翊-北京迷笛藝術傳播有限公司前副總經理	微博我是落生/再見羅絲	性侵	1人匿名	迷笛校長張帆響應表示被指控對象已於事後兩個月辭職，但事件涉情感爭執非性侵	國內MeToo舉報人被起訴侵犯名譽權第二例
20180729	田霖-西北大學團委老師	微博@小綠剪刀	性騷擾	1人實名 多人匿名	未回應	
20180729	張曉-西北大學老師	微博清華常江	性騷擾、猥褻	多人實名	未回應	
20180729	高雷-長春中醫藥大學體育老師	微博可愛的蟲二二	性騷擾	1人實名	留黨察看處分，調離教師隊伍	
20180731	楊國強-新華社英語電視臺台長	微信朋友圈 林鱗	性騷擾	1人實名 多人回應	未回應	
20180801	釋學誠-北	釋賢啓、釋	性侵、	2人實名	釋學誠辭去中國	

	京龍泉寺住持、中國佛教協會會長、政協常委	賢佳向國家宗教事務局實名發布舉報	性騷擾		佛教協會會長一職	
20180801	任繼長-杭州文瀾中學校長	微信公號王千串	猥褻、性騷擾	夏雨(化名)及6位自稱曾目睹的校友	未回應	
20180802	熊廣基-湖南大學副教授	微博 whenyousay nothingatall 585	性騷擾	1人實名	熊廣基承認指控，被取消教師資格	
20180812	楊雄裏-復旦大學神經生物學研究所所長、中科院院士	微信公號「走夜路唱歌兒」	猥褻	1人實名	未回應	
20180929	周洪雙-光明日報記者	微博靈靈虎兒	猥褻	1人實名舉報	紀委稱無法認定指控屬實	



第三節：  
性別的想像：科技、  
社交媒體與性別形塑

# AI(愛)心爸爸中國兒童智能陪伴機器人的 男性氣質和父職焦慮

袁艷

華中科技大學新聞與信息傳播學院教授

朱琳

華中科技大學新聞與信息傳播學院博士生

## 摘要

本文採用女性主義技術研究的理論框架，從性別的角度對人工智能時代中國兒童智能陪伴機器人這項技術製品的社會建構及其價值偏向進行剖析。研究以智伴和阿爾法蛋兩個品牌的產品為個案，從符號性表徵和具身行為兩個方面對這一技術製品進行性別分析。研究發現，儘管這項技術製品的應用場景是在傳統意義上和現實生活中以女性為主導的育兒實踐，它從性格設計、育兒風格、性別分工和生產者身份幾個方面都表現出明顯的偏向家庭權威和集體責任感的男性氣質和父職訴求。這種性別偏向既源自人工智能技術自身的性別麻煩，也反映著中國當下男性因在家庭育兒中的嚴重缺席所產生的集體性焦慮。在這一性別偏向下，兒童陪伴機器人推行一種強調簡單高效、自上而下、訴諸量化和平臺的「智能育兒」的模式，否定基於父母個體化經驗、自下而上、模糊隨機的生物和社會育兒模式。這個看似先進的育兒技術實質上強化了傳統的性別分工，也無助於男性真正緩解其父職焦慮。這一發現，既挑戰了賽博女性主義認為數字和信息技術必會帶來女性解放這一過度樂觀的看法，也解構了「凡技術必男性」的本質主義理解。通過對具體技術製品的語境化實證研究，展現出技術和性別相互建構的過程中更為複雜的權力關係和其中隱藏的矛盾與張力。

**關鍵詞：**人工智能、兒童陪伴、父職、男性氣質、技術女性主義

## Abstract

This article explores the mechanism and the bias of the social construction of child-rearing robots in China from the perspective of feminist science and technology studies. It uses Zib and Alpha-Egg and two examples out of about forty brands in this newly emerged market in China since 2016, trying to identify the gender bias of this technology artifact from both symbolic and embodied perspectives. It argues that, given that child-rearing, the application context of this artifact, is both traditionally defined and realistically undertaken mainly as women's duty in most of Chinese households, there actually exist a strong masculinity and fatherhood orientation in the characteristic design, child-rearing model, gender labour division, and the social image of the its inventers and engineers. Such gender bias reflects both the particular gender trouble of AI technology and the fatherhood anxiety caused by the gap between their aspiration of the affectionate father their often absence in their children's growth. Under such gender bias, the robots also impose a smart discourse of child-rearing, featured by a top-down model that emphasizes efficiency, simplicity, controllability, quantification, promoting rearing children on platform and in cloud. This forms a denial of the bottom-up model of child-rearing based on individual parents, especially individual mothers' experiences that by nature tolerate ambiguity and improvisation. This results in the conservative notion of gender roles in household child-rearing, despite its seemingly very smart and high-tech appearance. Neither can it really remit the fatherhood anxiety under China's current system. This argument challenges the optimism of cyborg-feminism who tends to assume the advance of digital and cyborg technologies would necessarily lead to the emancipation of women. It also deconstructs the essentialist understanding of the gender bias of technology, since the masculinity in the case is different from that in many AI artifacts in other application contexts. By contributing another empirical research on a specific technology artifact that is contextualized in a particular assemblage of social and technology, it further uncovers the complexity and the tension in the power relationship in the co-constitution between gender and technologies.

**Keywords:** artificial intelligence, fatherhood, masculinity, feminist STS

## 研究緣起

清晨，小明被枕邊的機器人叫醒。睡眼惺忪中，只看到媽媽在家拖地，他去找爸爸，得到的答案是「爸爸在加班！」小明好失望，要知道，今天可是爸爸的生日呀……幸好他有機器人！機器人不僅幫助他做作業，還陪他聊天、講故事、說英語。晚上，爸爸下班回家了，小明從房間鑽出來，用剛剛從機器人那裏學來的英語對爸爸說：「生日快樂！你是我的超級英雄！」爸爸激動得熱淚盈眶……

這不是什麼科幻故事，而是 2019 年一款兒童智能陪伴機器人(阿爾法蛋 A10)的官方廣告。廣告中的爸爸像中國許多家庭的爸爸一樣，在孩子的成長中常常缺席。但是，機器人的出現讓爸爸即使身體不在場也不會錯過孩子的成長，反倒成爲孩子心目中的「超級英雄」。而廣告中的媽媽，儘管在家裏陪伴孩子、做家務，卻並沒有因爲機器人的到來而成爲「超級女英雄」。

這樣的故事似乎正在成爲許多中國家庭的理想。2016 年被稱爲人工智能走向商業應用的元年，也正是從這一年，中國開始實施全面開放的二胎政策。於是乎，中國市場開始出現類似廣告中宣傳的具有語音交互功能、針對兒童陪伴和早教的機器人，由此撬開了人工智能技術進入中國普遍家庭的另一扇大門。短短三年時間，市場上已經出現 40 多個品牌的兒童陪伴機器人。根據天貓 2019 年 4 月的銷售報告顯示，「智能機器人銷量增速高達 395%」(李劫，2019)。預計至 2025 年，早教機器人市場空間將達到 3,000 億(搜狐網，2018)。這些機器人外表呆萌可愛，完全沒有高科技的距離感；其售價從 99 元到 18,800 元不等，大有「走入尋常百姓家」的雄心。它們宣稱能夠通過語音識別、圖像識別、機器學習等技術替代父母對兒童進行情感陪伴、課程輔導和行爲培養，從此「讓親子陪伴變得更簡單」，它們要做「有愛的機器人」，「用 AI 啓迪未來新人類」，「AI FOR LOVE」……一個新的科技神話儼然擺到了中國父母的面前。

雷蒙·威廉斯(Raymond Williams)曾說，「在當代社會，新的技術總是與舊的社會形式相伴相隨」(轉引自 Silverstone & Hirsch, 2005, p.1)。人工智能技術也不例外，而且它觸及到的社會問題將會比過往的技術更爲深刻和複雜。隨著人工智能技術在中國的突飛猛進，對它的討論和關注已經成爲傳播學和媒介研究的熱門話題，但是大量的研究尚集中於這項技術在機器人新聞寫作、社交平臺、算法營銷等生產和公共領域中的運用，批判的視角也偏向於政治、經濟、道德、法治等維度。兒童陪伴機器人的出現代表人工智能開始進入人們的日常生活和親密關係之中，而這些領域在傳統的社會結構中通常屬女性無償勞動的領域，更多地受到地方文化而非正式制度的影響，主要遵循人倫而非市場的邏輯，人工智能的進入不可避免地將「性別」的維度帶入了對這一新技術的社會和文化研究之中。當機器人不僅要像人那樣思考，更要學會像人那樣去愛，而且愛的對象是那些對今天的父母來講在經濟上無用、情感上卻無價的兒童，人們不可能不追問：「AI 之愛」會像誰那樣去愛？那是我們希望的愛嗎？它如何定義「好爸爸」、「好媽媽」？如何重構親職中的性別身份和性別分工？這便本是本文要回答問題。

### 理論框架：機器人有性別嗎？——來自技術女性主義的啓示

作爲人類社會最普遍、也最深刻的制度安排，性別問題一直是媒介文化研究的重要入射角。但是縱觀傳統性別研究的各個流派，無論是針對媒介文本的性別身份表徵分析(Gauntlett, 2008)，還是基於生產領域的女性主義政治經濟學批判

(王海燕,2012),抑或是面向日常生活實踐的女性主義受眾研究和消費研究(Morley,1986; Gray,1992; Zoonen, 1992),它們大多關注的是現實生活中的男人/女人與媒介的關係。所謂「性別」,只是作為媒介技術的生產者和使用者的「人的性別」,而技術則被視作工具,外在於人的社會屬性,在本質上是中性和透明的,當然談不上有性別。即使承認技術存在著某種性別色彩,那也只是人在使用的過程中賦予給它的,其影響和作用完全取決於誰在用、出於何種意圖、實施了何種行爲,無論是出於控制還是出於抵抗。所謂「性別與技術的權力關係」通常被簡化為圍繞媒介技術使用權和控制權的兩性之爭,技術只是特定語境下性別關係的表徵和性別政治的角鬥場。這樣的女性主義研究,雖然挑戰了關於何為男人、何為女人的邊界,卻未能觸及何為人、何為技術的邊界,雖然批判了男尊女卑的傳統觀念,卻未能置疑科學技術本身的價值偏向。如果媒介技術僅僅是性別協商的工具,它應該讓男性女性普遍受益,提高女性的媒介近用權理應帶來女性賦能和解放,但為什麼當代女性在獲得更多的媒介使用權後,她們在社會和家庭中的地位並沒有得到本質性的改變(Cowan,1983; Chen, 2013)。這是否在提醒我們媒介技術的內在邏輯本身具有性別取向呢?因此,本文沒有沿著傳統女性主義研究的路徑直接觀察兒童陪伴機器人的到來對家庭親職行爲和性別分工所產生的影響,而是採用技術女性主義的範式探究這一技術製品本身的性別偏向以及社會文化形成機制。倒不是說第一個問題不重要,而是我們認為在搞清第一個問題之前,必須首先搞清第二個問題,儘管它在以往的媒介性別研究中未得到充分的重視。

技術女性主義(Techno-Feminism)也稱女性主義技術研究(Feminist Technology Study),它產生於上世紀70年代,是女性主義與科學知識社會學(Sociology of Scientific Knowledge, SSK)以及科學技術研究(STS)相結合的產物。科學技術研究一改傳統的只看到技術如何影響社會的單一綫性思維,將科學技術納入社會分析的框架,打破了技術與人、技術與社會之間的邊界,產生了以托馬斯·休斯(Thomas Hughes)(1987)為代表的「技術系統分析」、以米歇爾·卡隆(Michel Callon)和布魯諾·拉圖爾(Bruno Latour)為代表的「行動者網絡理論」(Latour, 2005)等一系列關於技術的社會建構的理論和方法,為女性主義研究打開了技術這片新的領地。同時女性主義的加持也彌補了技術建構論的「性別缺失」,糾正了其一度存在的「重行動、輕結構」的誤區(Lie and Berg,1995; Wacjman,1991)。技術女性主義與傳統女性主義最大的區別就在於,它不再把性別和技術當作既定不變、彼此獨立的存在,而是強調二者之間的滲透和相互形塑。朱迪·瓦克曼(Judy Wajcman)借用拉圖爾的行動者網絡理論指出,性別和技術同處於一張由技術製品、人、組織、文化意義和知識共同構成的無縫之網中,各種行動者之間的相互協商動態地建構著網絡的結構和每一個行動者的狀態(2004, p.106)。在這張無縫之網中,不理解技術就無法真正理解性別,反之,回避了性別問題也難以看懂技術。於是之,研究的焦點從不同性別的人與技術的互動,轉向了技術與性別之間的相互形塑,研究的問題域從「性別對技術的使用」或者「技術對性別的影響」,轉向了「性別的技術化」和「技術的性別化」。

正是在這樣的視角下,我們在觀察兒童陪伴機器人對現實生活中的父母和家庭所帶來的影響之前,首先要問「兒童陪伴機器人有性別嗎?」技術女性主義的回答當然是:有!原因很簡單,因為技術的發明、生產和使用都發生在性別化和性別不公的社會中。接下來的問題便是:什麼性別?從普遍的意義上說,這個問題的答案似乎是不言而喻的:在男權主導的社會中,技術製品的性別氣質只可能有一種,那就是極度理性化的、帶有力量的、神秘感、冷漠感的男性氣質。這

一點無論是從男性在科學、技術和工程領域所佔的比例來看，還是從科學技術所服務的父權制社會結構進行思考，都顯得順理成章。大量的研究也反復證明了這一點，不僅是那些傳統意義上由男人操縱的機器、設備和技術中體現著男性的體能優勢、工具理性、對自然的否定和對女性的排斥(Florman,1976; Noble,1992)，就連那些與女性身體和生活直接相關的生育技術、整容技術和家用電器中，也無不投射著男性對女性身體的消費、殖民和奴役(Harding,1986; Haraway,1997; Morgan,1998; Firth, 2009)

然而，這種順理成章的背後也蘊藏著風險，即將所有的技術都與男性氣質簡單地劃上等號，從技術中性論走向技術男性論，從一種本質主義走向另一種本質主義，這恰恰違背了技術女性主義社會建構論的原則。如何在談論技術的性別問題的同時避免走進本質主義的陷阱？技術女性主義學者對此一直保持著警醒。莎拉·哈丁(Sarah Harding)曾經為女性主義總結出三種認識論：關照女性經驗的經驗論、堅持性別平等立場的立場論，以及從根本上否認存在著天然的男女之別的后現代主義理論，她指出依賴其中任何一種都會走向誤區，關鍵在於在三者之間找到平衡點(Harding, 1986)。李和貝爾格(Lie and Berg)也提醒我們，儘管在等級社會中我們不得不通過男性女性的分類來談論和介入技術的政治，這並不等於承認它們之間是二元對立的。本質化地理解技術的性別與忽視技術的性別同樣糟糕(Lie and Berg, 1995, p.341)。我們在對技術中的男權進行批判的時候，還必須考慮到以下方面的複雜性：首先，技術並不天然偏向男性，芒福德關於「容器技術」和「支配技術」的分類(Mumford, 1967)、艾斯勒關於「聖杯」與「劍」的兩種技術的隱喻都說明(Eisler, 1988)，技術發展的內在邏輯中同時存在男性和女性兩種不同的氣質，即使是今天的網絡技術也與紡織、打字、通訊等女性工作存在相似之處(Plant, 1998)。今天我們看到的技術中普遍存在的男性氣質是父權制度下男性技術不斷膨脹、女性技術不斷被遮蔽和排擠的結果，而不是技術的本質使然。其次，不存在一個絕對單一的男性氣質，不同的社會文化環境會產生迥然不同的男性氣質(皮興燦, 2017)，即使是同一個社會中的男性氣質也存在著主流與邊緣、傳統與現代之間的異質性和衝突性(Connell, 2005)，反映在技術上的男性氣質也必然是有差別的。而且，男性氣質在技術製品上的表現方式也不一而同，有時是將技術男性化，很多情況下也會將技術製品設計得非常女性化(Mellström, 1999)，所以要注意區分技術內在的男性氣質和這種氣質具體的表現形式；另外，正如男人和女人不是一成不變的，技術的文化和性別意涵也存在著「闡釋的靈活性」(interpretation flexibility)(Pinch & Bijker, 1984)，同一項技術製品中的性別偏向也會隨著社會環境和使用場景的變化而變化。最後，男人不是因為掌握了權力才控制技術和機器，而是借由操縱技術和機器才成為男人、獲得性別優勢，與技術之間培養起來的認同和情感是他們建構個人和群體身份的重要資源，他們也經常會借此結成男性同盟，排斥女性(Mellström, 2002)。與某些刻板印象相反，男性也有自己的性別麻煩，他們在專業技術上實現的控制感常常反應著他們在更大的社會結構力量面前的無力感和焦慮(Downey & Lucena, 1995; Edwards, 1996)。基於以上的觀點我們認為，技術製品有性別，但不存在本質化的性別。雖然它們大多數時候表現出男性偏向，但這種男性偏向是複雜的、多元的和待建構的。一種技術製品在某一社會語境下所表現的性別偏向不能簡單地推及到另一種技術製品，也不能推及到同一技術製品在不同社會語境和應用場景的表現。女性主義技術研究要想在相對主義和本質主義之間走出第三條道路，必須依靠更多的扎根於具體社會文化環境和應用場景並聚焦具體技術製品的實證研究，這樣才能充分展示技

術與性別相互形構的多樣性和複雜性，也才能全面地呈現政治、經濟、階級、國家等其它因素在這一過程中所扮演的角色，真正做到在社會與技術共同編織的無縫之網中理解技術的性別化過程。

綜上所述，本研究不是要在一個新的技術製品上重複一個普遍意義上的男人與機器的故事，而是要深入觀察自 2016 年人工智能技術進入中國家庭育兒場景以來，來自技術、性別、社會、國家等各種因素如何共同構建了兒童陪伴機器人這個技術製品的性別偏向和性別政治。

## 研究對象和方法

根據天貓和京東兩個銷售平臺的統計，目前中國市場上的兒童智能陪伴機器人大約有四十個品牌，每個品牌又有不同系列的產品，為了讓研究更加聚焦，我們選取了廣州智伴人工智能科技有限公司生產的智伴和安徽淘雲科技有限公司生產的阿爾法蛋兩個品牌進行個案分析。其中智伴品牌機器人有 4 款產品，阿爾法蛋有 7 款產品。選擇它們的原因在於：首先，兩個產品銷售額和受歡迎程度領先於其他品牌機器人。智伴機器人作為最早的智能機器人品牌之一，在 2106 年上市之初，訂單銷量就超過百萬。在四個月時間銷量突破一個億。在 2019 年雙十一銷售的統計數據中，「阿爾法蛋品牌機器人單日產品銷量超過 3 萬台」(王爵, 2019)。在京東、天貓的智能機器人品類中銷售額連續三年第一；其次，兒童智伴機器人作為聊天機器人(Chatbots)的一種，人機交互方式主要依靠語音識別技術，而阿爾法蛋所依托的科大訊飛語音技術以及智伴機器人所使用的由蘋果 Siri 供應商提供的 nuance 系統是當下最流行最先進的語音技術。

這兩個品牌的設計在市場同類產品中也比較有代表性。從外觀上，它們設計的機器人體積都不大，可抱可握，也可放置在檯面。阿爾法蛋採取蛋型設計，智伴機器人偏圓，頭上配有精靈觸角。這些產品分有屏和無屏兩類，大多為室內環境設計，通過聯接家庭 wifi 實現上網。最近他們也分別出了兩款便攜式的產品，通過 4G 和 5G 上網，方便兒童外出時使用。大多數產品人機對話方式已經開始由語音喚醒取代按鍵喚醒，主要功能有語音對話、親子微聊、視頻通話、兒歌點播、小學初中全科輔導、AI 課堂等，內容涉及國學、英語、科學、生活、情感培養等方面。父母通過手機 APP 綁定機器人，實現後臺資源點播和與孩子的遠程通訊，同時也可通過 APP 記錄和監視兒童的聊天內容和其它使用數據。

為了在社會與技術交織的網絡中識別和理解兒童智能陪伴機器人的性別，本文主要借鑒溫迪·福克納(Wendy Faulkner)提出的性別分析框架。她認為技術的性別表現在符號和具身兩個方面，前者是關於技術的性別化聯想，以文字、圖像、聲音等符號性的方式表現；後者是技術製品所建構的行為方式和互動方式，主要通過功能和界面的設計表現出來(Faulkner, 2001, p.6)。這兩種分析路徑各有優缺點，之前分別有學者採用過，比如蘇·卡利·詹森(Sue Curry Janson)(2007)的研究採取的是修辭學分析，而凱特·博伊爾(Kate Boyer) (2018)和索菲亞·愛麗絲·約翰遜(Sophia Alice Johnson)(2014)等人則採用的是行為分析等。為了更好地體現意義和行動之間交織和互動，使兩種分析材料形成互補，本研究嘗試同時採用兩種分析路徑，以文本分析和產品功能分析兩種方法分別呈現符號化性別和具身性性別。具體而言，文本分析的對象是從 2016 年 10 月 10 日到 2019 年 11 月 20 日期間官方平臺上可見的關於兩個品牌不同產品的文字、圖像和視頻材料，主要包括官方網站與第三方銷售平臺上的視頻 34 條(其中產品廣告 21 條、品牌



宣傳片 11 條、新品發布會錄像 2 條)、官方微信公眾號的推文 675 條，以及各款產品的包裝和宣傳冊。產品功能分析包括技術系統分析、交互界面和菜單分析、語音測試和功能體驗，測試的對象是目前市場上使用較為普遍的智伴 1X 和阿爾法蛋大蛋兩款產品。

## 研究背景：當人工智能的性別麻煩遇上當代中國的育兒焦慮

從技術的角度說，兒童陪伴機器人的核心是具備語音功能的人工智能技術，爲了理解這一技術製品的文化和性別特點，我們需要首先回顧人工智能的發展歷程和它所攜帶的性別麻煩。作爲 21 世紀標誌性技術的人工智能(AI)起源於上世紀 50 年代，艾倫·圖靈(Alan Turing)在 1950 年發表的《計算機器和智能》(Computing Machinery and Intelligence) 中第一次提出「能思考的計算機」的概念，從此計算機不再只是奉命行事的工具，而是具備人的複雜思維程序，最終將超越單一個人的思維和推理能力。作爲當時美蘇軍備競賽的一個重要部分，人工智能的發展從一開始就帶有冷戰時期僵硬的社會性別分工的色彩，讓它成爲「沒有女人的世界」(Noble, 1992)。封閉、高壓和機械的工作生活環境在這些「書呆子」「黑客」們中間發展出一種科學禁欲的生活方式和極端排斥性的男性亞文化，常常用對女性的厭惡和開同性戀的玩笑自娛自樂，甚至會設立禁止婦女和外人進入的標志(Hacker, 1990, p.214)。人工智能技術精英的話語中還充滿著性和生殖隱喻，技術的無限迭代被想像成不需要依靠女人的「器皿」就可以完成的「無性繁殖」，語音識別和仿真技術也被用來創造「虛似永生」(弗拉霍斯，2019)。「技術和知識不再是人腦與自然的結合，而是男人思維與男性機器的結合……電路和芯片製造的物神代替了愛神」(詹森，2007，p.208)。通過孕育、撫養這個「超級嬰孩」，男性科學家獲得上帝造人的神力和永生不朽的想像，一群可以擺脫肉身、不再依賴女性的「不可思議的父親」(Easlea, 1987)。

當然，在這種單聲道的男權狂歡下也隱藏著不安和焦慮，焦慮的最深根源恰恰在於人工智能技術與生而來的困境。衆所周知，現代西方科技的發展是建立在笛卡爾靈肉兩分的二元論基礎之上的，經典的科學理性包含著思維對肉體的否定，它要求科學家脫離肉身和情感，站在上帝的視角對世界作出冷靜客觀的觀察和控制。科學家通過否認自身的自然和社會屬性而獲得臨駕於自然和社會之上的支配權。這種靈與肉、理性與情感、客觀與主觀之間的兩分法也同樣被用來建構男女性別的差異，男性代表理性的力量，女性代表肉身的障礙，超越肉身也就意味著對女性價值的否定。但是人工智能卻無法如此輕易地化解靈與肉的矛盾，因爲它的本質恰恰是要模仿人類的思維。它越是要把思維從肉體中釋放出來，將之植入程序中，就越是自相矛盾地要回到生物學意義上的人，回到由人體、大腦、神經系統、神經末梢以及捉摸不定的情感組織共同組成的偏自然、偏女性的生物系統。詹森將這種矛盾比喻爲「理性的夢想」(dreams of reason)(2007, p.192)，很好地切中了人工智能技術宿命中的悖論。悖論下的人工智能技術看似一路高歌，但其實充滿著分歧和彷徨，也表現出獨特的性別麻煩。一方面，當科學家既是主體又是客體、既是觀察者又是被觀察者時，他們自身的自然和社會屬性對研究可能產生更爲直接的影響，畢竟，將研究者自身的訴求和意識形態寫進編碼和程序比體現在航天飛機上要更加直截了當。另一方面，相比其它技術，人工智能中的男性氣質和技術理性更多地受到來自女性所代表的社會和自然價值的挑戰。在其半個多世紀的發展過程中，一直存在著強調「自上而下」原則的強人工智能範式

與遵循「自下而上」原則的弱人工智能範式之間的抗衡，前者聚焦於大腦的符號處理結構和頂層的模式與規則，忽視底層的物理過程。後者則試圖從生物學的角度解釋大腦的物理結構，模擬神經網絡的觀察和學習方式。雖然二者之間未必存在革命式的範式差異，但相對而言，後者對肉身的接近畢竟為女性的生命體驗、思維方式和價值體系進入人工智能領域打開了一條口子。特別是 1980 年代以後隨著冷戰的結束，人工智能在失去大量軍費資助的情況下被迫走向商用和民用，不可避免地進入家庭這一在傳統性別分工中由女性主導的日常生活空間。這就意味著原本在封閉的實驗室建構起來的科學禁欲式的男性氣質開始面臨來自現實生活中的女性和男性其它社會角色的挑戰和重構，出現更大的不確定性。之前有研究發現，以蘋果的 siri 和亞馬遜的 Alexa 為代表的家庭語音機器人普遍是以為男性提供情感服務為設計理念，因此在音色和內容上都表現出服從、溫順、性感的女性氣質(Woods, 2018)，許多機器人的外表也會突出女性的性感和美貌。但是，這些研究的對象大多是在西方語境下、為滿足成年男性的個體需求而設計，並不能代表家庭語音機器人的全貌。

相比之前的研究對象，中國市場上出現的兒童陪伴機器人面臨的是一個不盡相同的社會環境和應用場景。雖然養育兒童是每個父母的天職，但是不同的社會對何為好父母有著不同的定義。現代社會的吊詭之處在於，生活水平的提高和技術的發展未必讓育兒這件事情變得輕鬆。相反，隨著社會競爭和風險的不斷提高、兒童對家庭的情感價值的凸顯、來自各種科學育兒話語的壓力、以及核心家庭漸漸成為撫養兒童的不可替代的機構，現代社會普遍產生了比以往更為焦慮的父母(Cowan, 1983; Stearns, 2003; 澤利澤, 2018)。母親們雖然獲得了外出工作的權力，但絲毫沒有卸掉她們在操持家務和撫養孩子上的責任。相反，社會對母親在孩子身上所投入的時間、金錢、知識和情感都提出了更高的要求，使母職變得更為密集，也更受到社會的規制(Hays, 1996)。與此同時，父親的角色也有所微調，傳統社會中的理想父職多為權威型和距離型，主要承擔孩子的經濟撫養責任而免於參與孩子的日常照料和情感陪伴。進入 20 世紀後期，西方國家開始有越來越多的父親參與到年幼子女的日常照顧之中，從親子關係中獲得情感資源開始成為西方後工業社會的新興公民權利(周穗明, 2008)。雖然這從總體上這並沒有改變以媽媽為主的性別分工(宋少鵬, 2011; 金一虹、楊笛, 2015; 楊可, 2018)，但關愛父親的形象漸漸被歐美國家的主流階層所認同，為男性提供帶薪育兒假等社會文化政策也紛紛出臺。

在這一全球趨勢的影響下，中國的父母面臨著獨特的壓力。一方面，整整一代人的獨生子女制度造成了中國家庭普遍獨子少子的狀態，無疑提高了孩子對父母和家庭的血緣價值和情感價值，每個家庭都把孩子看得更重，也更「輸不起」。應試教育的高壓也逼著家長除了生活上的照料還要全面介入孩子的課業學習。進入 21 世紀以來，以「爸爸去哪兒」為代表的一系列公共討論讓西方關愛父親的理念開始走進中國，甚至成為中產階級男性的時尚和文化資本。面對所謂的「男孩危機」，父親被呼籲積極參與子女日常生活，引導男孩形成堅毅、勇敢、果斷等支配性男性氣質。但另一方面，在競爭加劇、風險自擔的市場化浪潮下，父親們在經濟上維持家庭育兒成本的壓力變得更大，甚至還要部分承擔子女成年以後的買房、結婚等大額支出，這讓他們在很大程度上仍然被困在經濟育兒的重壓下，社會對成功男人的判斷標準也主要是事業的成功和財富的多少。因此，對於大多數中產和工薪階層的父親而言，即使他們有做關愛父親的理想，仍然缺乏實現這一理想的經濟、文化和制度上的支持，造成了父親角色在中國家庭育兒中無奈或

有意的缺席，這個問題因 2013 年以後單獨兩孩政策的遇冷而變得更加突出(王向賢，2019)。一邊是理想的提高，一邊是身體的缺席，巨大的落差讓中國爸爸產生前所未有的困惑與不安。當媽媽們紛紛抱怨「喪偶式育兒」時，這個現象背後所折射的父職焦慮和男性氣質危機也同樣不容忽視。

兒童陪伴機器人便是人工智能技術的性別麻煩與中國當下的父職焦慮相遇的產物，如果能用人工智能的 AI 來實現爸爸的愛，不僅可以在現實生活中填補爸爸的缺席，也可以給技術找到肉身的依托，簡直就是一種「完美組合」。下面我們就來具體地分析機器人是如何幫助身體缺席的爸爸們實現對孩子的關愛的，技術和社會這一獨特的聚合如何再次定義機器人的性別氣質，又生產出怎樣的育兒方式、創造出怎樣的技術化父職和母職。

## 研究發現：兒童智能陪伴機器人的男性氣質和父職訴求

### 做一個為爸爸代言的男孩機器人

之前許多關於機器人的性別研究普遍認為機器人的性別設計對應著其應用場景中原有的性別分工，機械工程、貨運、控制等傳統意義上由男性承擔的工作就會按照男性形象設計，而文秘、陪護等傳統意義上由女性承擔的工作則會設計為女性(Woods，2018; Nomura, 2019)。本研究的發現證明這個結論過於簡單。如前所述，中國目前大多數家庭的現狀仍然是男主外、女主內，父親主要負責外出賺錢養家，較少在家陪伴孩子，對孩子的日常照料和陪伴主要由母親承擔，或者由隔代長輩協助母親承擔。如果按照上面的對應原則，那麼兒童陪伴機器人就應該設計為明顯的女性形象，行駛媽媽的角色和功能。但現實情況卻剛好相反。

在做出判斷之間，有一點值得注意。因為機器人具有模擬人的形象和聲音的功能，這使得它們的性徵比其它技術製品更為複雜，呈現出從外表到自我表達、再到行為特徵和性格傾向多層分布的狀態。不同層面可能表現出的性別特徵不盡相同(比如機器人有可能用男聲說話，但其應答內容和方式都表現出女性溫順和體貼的特點，而這種女性氣質的背後又是為了滿足男性的訴求)，所以有必要在分層觀察的基礎上再進行綜合分析。下面我們就按照從外到內的順序來一一分析兒童陪伴機器人的性別特徵。

首先在外貌和聲音上，兩個品牌目前上市的所有產品都是按照玩具市場中偏男童玩具的外形而設計，造形採取簡潔的球形和方形，或加上精靈觸角，頗似外星人，完全沒有女童玩具中常見的帶有女性色彩的身體曲綫、面部特徵和發飾。除少數幾款粉色和黃色外，色彩以白色和藍色為主。絕大多數產品的語音音色也接近男童的聲音。再從機器人通過語音的自我表達來看，當問道「你是男生還是女生？」有時會得到模糊的回答，比如「我們是機器人，所以沒有性別」，很多時候則都會明確地以男生自居，比如「蛋蛋當然是男生啦，這你都聽不出來嗎？」「我是保護小主人的男孩子啦！」還會用「帥氣逼人、風流倜儻」這樣形容男性美的方式形容自己。從未得到機器人表示自己是女生。為了進一步驗證這個判斷，我們對同時具有成人和兒童兩種模式的小度音箱做了輔助測試。當設為成人模式時，機器人會用「女孩子」、「萌妹子」來描述自己；一旦設為兒童模式，它馬上會說：「我是機器人，沒有性別。」也就是說，同為家庭陪伴的場景，機器人只有在服務成人時才會表現出女性色彩，面對兒童時，要麼是中性、要麼是男性。換言之，在機器人的世界裏，女性機器人要麼缺席，要麼作為滿足男性欲望的工

具。兒童陪伴機器人的性格設計也不像成人機器人那樣乖巧、服從、無微不至，反倒帶有明顯的男孩子氣，時常顯得淘氣和搞笑。比如，如果要阿爾法蛋大蛋機器人轉頭回話，它就會不耐煩地說：「唉呀我的脖子都要扭斷了！」碰到智伴機器人的眼睛，它也會說：「不要戳我的眼睛，我會生氣的！」產品的設計和營銷理念中也給了男孩子更多的關注。廣告宣傳片中男孩出現的比率遠遠高於女孩。當男孩女孩同時出現的時候，男孩往往是主角。在吳呈現方式上，廣告中的女孩一律呆在家裏學習、聽故事，男孩角色則被賦予更多的自由和空間，他們經常會離開家庭，來到公園、旅遊景點等公共空間，甚至是到外太空或某個神秘世界探險。脫離地球和超越現實的意象在機器人的人設中表現得非常突出。機器人預設的語音回答中會用「我來自阿爾法星！」「我來自遙遠的 Y 星！」「我來自未來！」描述自己的出身，有近一半的廣告和新品發布會上都採用了飛行員、宇航員、宇宙飛船、火箭發射、超人的形象。

兒童機器人不僅自身表現出明顯的男性氣質，還特別注重維護父親在家庭中的地位和孩子心目中的形象。比如，如果問阿爾法蛋姓什麼，它會回答「我和我爸爸一個姓」，重申爸爸一家之長的地位。面對爸爸經常不能在家陪伴孩子的現實，機器人會竭力將這種缺席正當化和浪漫化。幾乎所有的廣告會將爸爸描述成職場精英，有些廣告還會像本文開篇介紹的那個例子一樣將爸爸說成是「超級英雄」。當爸爸出現在工作崗位上時，孩子會通過機器人表達「爸爸我們都想你了！」總之，在機器人的性別敘事中，爸爸的缺席不僅絲毫沒有減損孩子對他們的愛，反倒讓爸爸的形象變得更為高大。

### 像工程師那樣管寶寶

兒童陪伴機器人的性別偏向不僅體現在其性別化的符號和物質表徵中，還體現在它所建構的育兒方式上。這種育兒方式看似在試圖模仿父母對待孩子的日常行爲，但是背後卻有一套區別於「自然成長」的算法。日常生活中的父母、特別是負責日常照料的媽媽對待孩子主要依靠是一套身體和情感的算法，他/她們在與孩子一對一的親身陪伴和情感互動的過程中隨機靈活地反應和決策，是一種自下而上、逐步試錯的過程，雙方身體的共同在場讓親子互動的每時每刻都充滿挑戰和驚喜，也稍縱即逝、不可複製，其中的複雜性、不確定性、個體性甚至是脆弱性正是建立親子情感紐帶的基石，這讓人類育兒在本質上是一件「痛並快樂著」的事情。機器人則剛好相反，它採取的是一種自上而下的方式，根據某些普遍規律和統計數據來設計程序，再以事先預設的計算程序來感知和處理信息，它的目標是盡可能消除個體的噪音和不確定性，讓原本複雜的事情變得「簡單高效」。因此，「所謂智能，就是將效率、安全和功利控制的理想封裝在技術中介和應用環境中」(Strengers, 2013, p.1)，這就是機器人的核心算法。當這種算法被運用在家庭育兒場景中，它便以如下幾種方式打造出一種工程師風格的育兒模式：

#### I 以技術分身實現賽博陪伴

爲了讓缺席的爸爸們實現對孩子的關愛，最直接的技術解決方案突破由肉身所定義的時空邊界，改寫缺席和在場。當然，這並不是機器人的專利，人類以往許多傳播技術都可以通過改變距離和時間，生產出某種技術化的在場作用於兒童陪伴和教育。比如通過手機通話、視頻聊天實現母子聯接，通過 ICT 技術實現所謂的「遠程母職」等(曹晉，2009；彭錮旋、黃何明雄，2012；王嵩音，2019)。

在實時連接上，兒童智能陪伴機器人更進一步，阿爾法蛋大蛋以及智伴 1X 機器人對遠方的父母的「一呼即應」不需要觸摸按鍵，直接通過語音就可以實現喚醒和連接。智能語音技術不僅識別率高，反應靈敏，如果增加了聲紋識別，還可以給聲紋進行標記。如果將聲紋標記成兒童的姓名或者「寶寶」等特定的稱謂，當孩子喚醒機器人時，機器人就會用父母設定的稱謂來回應孩子，製造一種父母在家的陪伴感。在今年 11 月，阿爾法蛋還推出了阿爾法蛋智能故事機，這台機器人可以實現「用爸爸媽媽的聲音講故事」。科大訊飛的 Voice Conversion 技術通過採集父母的聲音，完成聲音定制，即使父母不在身邊，資源庫內的的上百種故事也可以通過父母的聲音講出來。如果說 ICT 技術建立的是父母身體與孩子身體的連接，那麼 AI 智能語音技術則是製造了一個父母的數字化身體，由這個技術分身來實現賽博陪伴。

## II 隔離式和模式化的保護

外在生活環境的惡化以及大眾媒體的宣傳強化了當下父母的風險感知意識。在育兒活動中，健康和常常是父母最關心的事情。在親身的育兒實踐中，父母主要以口頭表達或是肢體動作來幫助兒童尤其是學齡前兒童遠離潛在危害。而在兒童智伴機器人身上，卻體現了一種模式化和隔離式的保護方式。首先，在兒童智伴機器人的機身設計上，兩個品牌都採用了 ABS 或 TPU 材質，宣稱無毒環保。「智伴的精靈觸角也是孩子磨牙棒的不二選擇」。(來自智伴廣告)其次，這種物理式的保護還體現在智伴機器人的傳感裝置設置上。當兒童離機器人屏幕距離過近時，阿爾法蛋大蛋會說，「靠太近了，會近視的」，屏幕上會出現坐姿提醒並自動暫停觀看內容。這種粗暴打斷、令行禁止的管束顯然比母親的嘮叨更加冷峻、果斷，使兒童不得不服從。在阿爾法蛋大蛋機器人的「健康模式」功能中除了「防近視」選項，還有「防沉迷」、「兒童模式」等選項，APP 後臺還有「生活鎖屏」和「一鍵關機」等；而在智伴機器人「智伴優學」的 APP 界面同樣有「兒童鎖」、「定時休眠」等功能設計，用來控制兒童觸網時間和觸網內容，這些設計體現了一種自上而下的、機械化、秩序化的管理規則，也體現了一種不得違背的權力秩序。最後，兒童智伴機器人的保護還體現在對思想的「淨化」和行為引導上，即幫助兒童隔離掉壞的情緒和錯誤的行為習慣，只做對的事，只說對的話。在對智伴機器人的語音測試中，關於「我不想喝水這個問題」智伴 IX 機器人的回答是，「.....但是人一天都是要喝八杯水的哦。」阿爾法蛋大蛋的回答是，「人一天要喝八杯水，你還要加油，多多喝水」。而對於「不想學英語」這個問題，阿爾法蛋大蛋的回答是，「多學一點新知識會讓自己變的很優秀哦」。總而言之，來自人工智能的保護更偏性於一種理性的、冷冰冰的保護。

## III 精於計算和方便控制的量化教育

人類活動、特別是兒童活動中的絕大多數行為都是模糊和不確定的，而人工智能對信息的採集、識別以及對內容的加工和分發都只是依賴對數字的識別，所以，要讓機器人懂得和滿足孩子的需求，一個重要的前提就是要對兒童個體信息以及家長的育兒行為進行全面的數字化和量化處理。所謂的「量身訂做」，與其說是讓機器適應孩子，不如說是讓孩子適應機器。機器人處理個體差異性的辦法將現實生活中千差萬別的孩子按照 0-6 歲、6-9 歲、9-12 歲三個年齡階段分組，根據新機注冊填報的生日和性別推送學習內容，不僅強化了性別差異，也抹殺了個體特性。在智伴推行的「365 天兒童成長計劃」中，父母可以根據「優學兒童

成長評測」結果，接受機器人經過「學習」推送的每日學習計劃，在執行計劃的過程中，父母和孩子的行為都被列成任務清單，以打卡的方式記錄下來。這種量化教育體現了一種時間上的嚴格性和計劃性。比如，在今天聽完多少個童話故事、讀完多少本英語繪本等等，學習足迹也會被記錄下來。課業學習、課外閱讀、習慣培養等各種任務精準地嵌入日常生活，家長可以根據孩子和家庭的生活節奏和起居規律為每個時間點都添加相應的任務，設置好後，每天一到任務時間，機器人就會語音提醒孩子並自動播放內容。比如，早上起床的提醒可以用一首英語啟蒙歌曲或是詩詞，晚上睡覺的提醒可以用童話故事和文學名著，孩子平時放學的時間一到，機器人就會提醒孩子做作業，家長也可遠程播放學習任務。孩子的日常作息和行為習慣在量化的教育中被固定下來。

#### IV 平臺化的「雲養娃」

進入工業社會後，人類的育兒觀念就出現一個非常吊詭的現象，一方面兒童撫養的責任越來越集中到核心家庭、特別是親身母親身上，另一方面是在育兒過程中個體經驗越來越必須服從來自醫學、心理學、教育學等各門學科的專家知識和機構，這種「科學育兒」的觀念在人工智能時代發展到一個新的階段：不僅是個體的父母要聽命於專家的意見，就連作為個體和機構的專家也開始讓位於由大數據所支撐的平臺，形成所謂「雲養娃」的模式，而兒童陪伴機器人正是這種模式的最好實現方式。像所有的雲技術一樣，兒童陪伴機器人中提供的娛樂節目、課程內容以及語音對答的方式，都不是存儲在單個設備中，而是存儲在後臺的計算中心，或是通過各種技術和商業協議所調用的網絡資源。一方面，兒童智伴機器人的「超強大腦」並沒有逃脫科學知識和現有教育體系的影響。另一方面，與早期的故事機不同，兒童智能陪伴機器人通過網絡的連接，將自己產生的數據匯入大數據之中，同時又被大數據所影響。比如在兩個機器人的雲平臺內容中，無論是英語、兒歌還是科普百科都可以看到點播的次數，一般網絡上流行的內容也會成為機器人點播的熱點。因此，無論是專家話語還是時下流行話語，都隱約透露著對親身父母個體化、直覺化的撫育方式的貶低和否定，在「90%的父母都錯了」、「別再怪小孩不愛表達與容易怯場，快收下專家支招」的話語中，父母不得不求助於雲資源上的「父母學院」和「親子育兒」欄目，通過「雲養娃」培養超能兒童和超能父母。

總結以上四個方面的表現，我們可以看到工程和計算的邏輯如何通過兒童智能陪伴機器人滲透到原本建立在生物和情感算法基礎上的育兒場景之中。如果說過去女性作為育兒責任的承擔者也在這一領域掌握相對的自主權，那麼這種「智能育兒」模式的進入無疑會帶來權力的轉移。瓦爾曼曾說(1991)，借助機械技能的體格力量和依賴專家系統的計算理性是我們可以從技術中看到的兩種典型的男性氣質。即使我們不將這種工程師管寶寶的模式一定歸為男性氣質，它至少也意味著原本女性在這一領域的主動權會讓位於設計和掌控機器人的專家和技術精英。一旦開啓智能育兒模式，就不再是誰和孩子親，誰就更會管孩子，而是，誰會設計、製造和操作機器人，誰就更會管孩子。

#### 給媽媽分工

所有的性別展演都是在男女二元結構中的展演，兒童陪伴機器人也不例外，替爸爸代言和構建有利於男性氣質的育兒模式離不開給媽媽定位。觀察發現，機

器人的確強調了父親在家庭育兒中的地位和作用，甚至在著意提高父職權威感和神聖感，這與傳統的權威型和距離型父職有所不同，但是這並不意味著減少母親在育兒上的責任和義務，只是在機器人所創造的智能模式中為母親的角色做了新的定位，重申了父母雙方在育兒和家務上的性別分工。

僅從功能上看，機器人所提供的各種功能的確是面向父母雙方的，在產品的市場營銷中對媽媽們也是包容的。但是仔細觀察就會發現，在機器人所建構的「智能育兒」模式中，爸爸才是主角，媽媽被置於邊緣的地位，儘管她們在與「智能育兒」對立的「傳統育兒」活動中仍然要扮演主角。這裏的「智能育兒」指的是只能通過機器人才能實現的「簡單高效」的遠程陪伴、量化管理以及依托雲技術和平臺資源的精英化教育。它所對應的「傳統育兒」則是「低效瑣碎」的親身陪伴和憑藉體力的日常生活照料和家務勞動。當然，沒有人能夠脫離吃喝拉撒的瑣事在一個純粹智能的環境中長大，所以機器人在宣揚「智能育兒」的同時並不能擺脫「傳統育兒」，但是要將它置於自己之下，做一個服務者。這種高低之分與性別之分相互勾連的結果，就是爸爸是前一種模式的主導，而媽媽則被留在後一種模式，承擔日常瑣碎的操勞，協助爸爸完成對孩子的智能培養。

對兩款機器人進行語音訪談，如果問爸爸去哪兒了，所有的回答都是「爸爸去小主人賺錢了！」或是「爸爸去工作了！」如果問媽媽去哪兒了，有時也會得到類似「媽媽在上班」的回答，但是近一半的回答是「媽媽在跟小主人做好吃的。」當問道「爸爸會不會做飯？」得到的答案是：「讓我們一起和爸爸找媽媽學做飯」。在視頻廣告中也存在同樣的分工。以本文開篇所提到的阿爾法蛋 A10 廣告為例，爸爸是上班掙錢的，媽媽是在家做家務的，雖然留在家裏陪伴和照顧孩子的是媽媽，但是她並不參與機器人與孩子之間的互動，孩子向機器人學習之後的結果是由爸爸來體驗的，媽媽只是旁觀者。這樣的例子在機器人的廣告中很普遍。智伴小 Y 便攜機器人的廣告中，小男孩在小 Y 的帶領下來到太空探險，收到媽媽回家吃飯的傳呼。回到家中，他與爸爸互敬軍禮，分享自己探險的快樂，媽媽也只在在一旁為父子準備晚餐。在這些廣告中，媽媽的親身在場被鎖定在傳統育兒的勞動當中，在機器人所代表的學外語、長知識、探險等智能活動中，她們是缺席的，爸爸才是這個領域的核心和領袖。而且，爸爸、兒子和機器人之間的互動帶有強烈的類似兄弟會的男性結盟色彩，在很大程度上構成了對媽媽的排斥。

智能育兒方式是有的有些功能看似中性，但是對材料進行結構性的分析才會發現其中的偏向。就拿前面討論的賽博陪伴來說，機器人廣告中顯示媽媽與孩子遠程交流的次數和爸爸與孩子遠程交流的次數一樣多，也就是說爸爸媽媽在遠程陪伴上承擔著同樣的責任。但是一旦涉及到關於親身陪伴的表徵，就可以看出差別。在 21 條廣告中，父母均不在場的有 5 條，爸爸媽媽與孩子在一起的有 4 條，媽媽和孩子在一起、爸爸不在的有 7 條(其中有 4 條爺爺或奶奶也在場)，而爸爸單獨和孩子在一起、媽媽不在的只有 2 條，其中還有 1 條是爸爸和專家與孩子在一起。很明顯，親身陪伴的責任主要是由媽媽單獨承擔，或是在祖輩的協助下承擔。比較對兩種陪伴方式的表徵，機器人所提供的賽博陪伴並沒有將媽媽從親身陪伴的勞動中解放出來，也沒有讓爸爸實質性地分擔媽媽親身陪伴的勞動，反倒是在親身陪伴的基礎上給媽媽又加上了遠程陪伴的負擔。而爸爸卻通過賽博陪伴緩解了自己因為在親身陪伴上的缺席所帶來的不安，為繼續缺席找到了藉口。

## 「智伴爸爸」和他們的「中國芯」

最後再來看一下兩款機器人設計製造者的身份表徵，從中我們可以為前面的分析找到更多的解釋，也可以對性別與其它社會因素的勾連做出反思。本文有關機器人設計者身份的研究主要基於從官方渠道獲取的文本材料，包括產品廣告、官方媒體中對兩個企業的形象宣傳文字和視頻、公司新品發布會的錄像等，儘管這些二手材料無法替代面對面訪談和生產民族志觀察所獲得的一手材料，但其中透露出的信息也足夠說明很多問題。

從現有的文本中我們看到，兩個產品製造團隊的人員結構表現出明確的性別偏向，公司總裁、設計師和工程師無一例外都是中青年男性，其教育背景絕大多數是理工科出身，少數具有商業和管理學的背景。文本中也出現了少量的女性形象，但她們主要承擔市場營銷、人事等輔助性崗位，或者參與教育內容的生產，尚未進到核心技術的設計和平臺運營之中。兩家公司對外形象所表現出的男女比例和性別分工在科技企業和人工智能行業中屬常態，這就說明，應用場景的偏女性化並沒有促使兩家企業在設計製造過程中增加女性成員的比例，女性設計和生產過程中的邊緣地位無疑會對產品的性別取向帶來直接的影響，它應該是前文分析中兒童陪伴機器人在設計理念和性格表徵中缺乏女性價值導向，最終產生母親育兒經驗被邊緣化的一個直接原因，儘管不是唯一的原因。

除了男女性別比例，本研究文本中的男性技術人員形象與已有研究中的男性技術人員的形象還存在一些特殊之處，主要表現在兩點：一是文本中的男性技術人員不僅不會掩蓋而且會或多或少地強調自己的社會角色，尤其是他們個人作為父親的角色，並將其與產品設計和創業品牌直接掛鉤。在兩款產品所宣傳的科技精英中，上鏡率最高的是廣州智伴科技公司的總裁王不凡。作為智伴機器人的發明者和企業的創始人，他在公開場合總以「智伴爸爸」自稱。在向媒體公開發明這款產品的初衷時，王不凡表示是因為自己和女兒的相處模式啟發這個創意。由於自己工作繁忙，每天通過手機和女兒視頻溝通，以至有一天他下班回家，女兒不是去門口迎接他，而是拿起媽媽的手機……(注釋)在這個品牌故事中，一個父親因為缺席所產生的焦慮並沒有讓他產生少一點加班、多陪陪孩子的衝動，而是讓他產生了設計一款機器人代替自己陪伴孩子的「創意」。這個男性設計師的情感講述巧妙地將 AI 提供的技術之愛與人類父母與孩子間的血肉之愛產生了看似自然的關聯，發明孕育一個機器人與養育自己的孩子不僅不矛盾，而且變得相輔相生。這兩種「孕育」之間的關聯在阿爾法蛋的設計中表達得更為直接。它的設計師吳玉勝表示：「『蛋』就是孕育新生命的載體，我們希望阿爾法蛋是有生命力的」。在兩個品牌的設計中，父親的角色都被賦予了雙重的涵義：人之父與機器之父，並在二者之間畫出一個完美的閉環：男人用智慧和情感設計機器人，使之不僅會思考更會愛，再由機器人去愛和教育人類的孩子，然後從孩子的成長中得到滿足，以更大的熱情投入機器的生產；或者，從孩子的問題中吸取經驗，繼續改進機器的性能。這種新型的技術化父道其實是通過對機器人設計和控制，設計和控制孩子的成長，通過機器的無性繁殖幫助男人想像一種可以超越自然和女性的自我延續方式。

第二個突出的特點是文本中流露出強烈的國族意識。男性氣質從來都不是孤立存在的，儒家傳統中的男權既是家庭的秩序、又是天下的意志，家國統一的思想在以士大夫為代表的中國男性氣質中佔有核心的地位(熊秉真，2000)。現代社會中的男性氣質和男權中心也同樣與國家身份的建構過程密不可分(Andersen



and Wendt, 2015)只是這一點在已往對技術的性別研究中尚未得到重視。在我們所分析的文本中，技術的男性氣質和父職訴求在很大程度上表現出對國家意志的借用和順從。在阿爾法蛋的宣傳片中有一個細節：研發總工王曉斐也是一個有愛心的父親，但是他周末接孩子放學以後並不是陪伴自己的孩子，而是要給某小學的孩子們上課，義務普及人工智能知識。在這個例子中，作為設計師的父親被賦予另一重角色：他們不僅要撫養自己的孩子、培植機器這個孩子，更要教育國家的孩子。王曉斐周末接上自己的孩子後再給學校的孩子上課、講的又是人工智能知識，這種「一個不能少」的處理將原本構成張力的三重父職強行地「協調」起來，一強俱強，一弱俱弱。

除此之外，兩個產品的設計製造者們非常有意識地將自己的創業之夢與國家的騰飛之夢結合在一起。在新品發布儀式上，國家關於家庭教育和科技發展的規劃文件被放在突出的位置。品牌宣傳中著意強調自己的核心技術採用的是「由中國人自主研發」的「中國芯」，他們的目標是「打造自有品牌」，並向國外布局。不僅要「讓每一個中國家庭都享受人工智能的福利」(智伴宣傳語)，更要「讓外國孩子也知道中國有一個阿爾法蛋」(阿爾法蛋宣傳語)。這些宣傳無疑可以淡化產品的商業色彩，賦予其更多的政治合法性和文化神聖感。相比傳統的「科教興國」話語，人工智能與兒童早教的結合使得「強國」「強種」「強科技」之間形成了更加緊密的三位一體關係，性別優勢、技術權威和國家意志三種力量緊密糾纏、互相助力。對於直接參與其中的男性設計師和工程師們而言，國家話語的加持無疑會為他們賦權，但也意味著個人對國家意志更加無條件的服從，對孩子的愛心陪伴必須讓位於對國家的無私奉獻，做一個「好發明家」和「好創業者」遠比做一個「好爸爸」能夠得到社會的認可，這其實正是當下的中國社會對男性的普遍期許。從這些文本形象中，我們感受到在中國家庭的父職焦慮背後，還有國家和體制給包括男性科技精英在內的個人所帶來的集體性焦慮，正是這兩重焦慮的疊加才構成了中國社會對 AI 之愛如此狂熱的信仰。

## 結論與討論

綜合以上的分析，我們可以對以智伴和阿爾法蛋為代表的中國兒童智能陪伴機器人所帶有性別偏向做出這樣的判斷：儘管這項技術製品的應用場景是育兒這一傳統意義上和現實生活中以女性為主導的社會實踐，它卻在符號性表徵和具身化行為方式兩個方面都表現出明顯的男性氣質和父職訴求。這種性別偏向既不是技術的本質使然，也不完全取決於使用者的意圖，而是技術、性別、社會多方因素聚合的產物，這其中既包括人工智能技術自身的性別麻煩，也反映著中國當下家庭育兒的獨特困境，即中產階級父親追求關愛型父職的理想在缺乏制度支持的情況下所帶來的男性在家庭育兒中的嚴重缺席，以及由此產生的集體性焦慮，正是這種獨特的技術與社會的結合使得兒童陪伴機器人的男性氣質不同於機械馬達所代表的男性在體格上的優勢，也不同於美容醫療技術和成人聊天機器人所表達的男人對色情的需求，而是表現出一種強調家庭權威和社會責任的男性氣質。

作為被這一性別麻煩和社會焦慮所建構的技術製品，機器人反過來也在建構一種不同的育兒模式，一種強調簡單高效、自上而下、訴諸量化和平臺的「智能育兒」的模式，並以這種機器所擅長的「科學模式」否定基於父母個體化經驗、自下而上、模糊隨機的生物和社會育兒模式。這也意味著，男性通過設計控制機器將自己的育兒理念強加給在現實中實施育兒責任的媽媽們，將她們的育兒理念

和自主性邊緣化。這個看似先進的育兒技術實質上強化了傳統的性別差異，也因循著技術話語中一直存在的男性作為「指令者」、女性作為「執行者」的分工模式(Harding, 1986, p.65)。它不僅沒有鼓勵父親以更多的親身參與減少女性在育兒上的負擔，而且通過提供賽博陪伴的方式為父親的繼續缺席找到藉口。同時，這種技術化的解決方案表面上緩解了爸爸們因缺席而產生的焦慮，實質上卻進一步掩蓋了產生這一焦慮的深層原因，它讓人們回避反思「為什麼爸爸周末總是加班不能陪孩子」的問題，反倒讓爸爸們更加服從於體制的安排和僵化的性別身份規制，哪怕這樣有可能讓他們更加遠離孩子和親情。

這一研究發現，既挑戰了以哈拉維、普拉特為代表的賽博女性主義認為數字和信息技術必會帶來女性解放這一過度樂觀的看法(Haraway, 1990; Plant, 1998)，也解構了「凡技術必男性」的本質主義理解。通過對具體技術製品的語境化實證研究，展現出技術和性別相互建構的過程中更為複雜的權力關係和其中隱藏的矛盾與張力。

當然，本文對兒童智能陪伴機器人的性別批判並不意味著對這項技術的徹底否定，機器人之所以有性別是因為它可以被人和社會建構，反過來看，無論它現在具有怎樣的性別特徵，也完全有可能產生。正如瓦爾曼指出的，所有的技術製品都是未成品，有待於人和社會的不斷再發明和再創造(Wacjman, 1991, p.107)。要讓機器人變得更加有利於人和社會的發展，幫助實現人的平等和解放，並非不可能，但是首先要對技術製品現有的價值導向和性別偏向有足夠清醒的認識。另外根據本研究的發現，要想平衡機器人的性別偏向，僅僅通過增加研發過程中女性設計師和工程師的比例是遠遠不夠的。因為性別問題的背後糾纏著更多的制度和文化因素，技術中的男性偏向不僅代表著男性對女性的控制，也反映著男性自身所受到的壓制。只有從更深層的文化和制度上打破僵化的性別規制，鼓勵兩性的平等對話，才能設計出真正有愛的機器人。

最後需要說明的是，本文僅從技術製品的符號和物質性表徵上分析了兒童陪伴機器人在生產和設計上的性別偏向和可能造成的社會影響，這是一種相對靜態的、偏生產端的分析，並不等於現實生活中的爸爸媽媽一定會按照機器人的算法去撫養和教育孩子，至於機器人的算法進入家庭後如何動態地與爸爸媽媽撫養孩子的生物和社會算法發生更為複雜的衝突和聚合，這將是後續研究的方向。

## 參考文獻

### 中文部份(Chinese Section)

- 李劼(2019年4月20日)。〈「帶娃神器」銷量一年增長16倍〉。取自中國新聞網，<http://www.chinanews.com/cj/2019/04-20/8815104.shtml>
- Cloud 每日聚焦(2018年6月7日)。〈教育媒介新藍海——早教智能陪伴機器人〉。取自搜狐網，  
[http://192.168.73.132/www.sohu.com/a/234356928\\_100043501](http://192.168.73.132/www.sohu.com/a/234356928_100043501)
- 王爵(2019年11月12日)。〈雙11機器人品類榜單阿爾法蛋再「稱王」 天貓京東銷售額雙冠軍〉。取自IT168互聯網頻道，  
<http://software.it168.com/a2019/1112/6087/000006087697.shtml>
- 王海燕.(2012). 對媒體商業化環境下「新聞業女性化」的質疑——探究女性新聞工作者追求性別平等的障礙. 新聞記者(12), 26-33.
- 皮興燦, 王曦影.(2017). 多元視野下的中國男性氣質研究. 青年研究(02), 85-93.

- 周穗明(2008)。《20 世紀末西方新馬克思主義》，北京：學習出版社
- 宋少鵬。(2011)。 「回家」還是「被回家」？——市場化過程中「婦女回家」討論與中國社會意識形態轉型。 婦女研究論叢(04), 5-12.
- 楊可。(2018)。 母職的經紀人化——教育市場化背景下的母職變遷。 婦女研究論叢(02), 79-90.
- 金一虹, 楊笛。(2015)。 教育「拼媽」：「家長主義」的盛行與母職再造。 南京社會科學(02), 61-67.
- 王向賢。(2019)。 轉型時期的父親責任、權利與研究路徑——國內父職社會學研究述評。 青年研究(01), 84-93.
- 曹晉。(2009)。 傳播技術與社會性別:以流移上海的家政鐘點女工的手機使用分析為例。 新聞與傳播研究, 16(01), 71-77.
- 王嵩音。(2019)。 雖遠似近—親子關係維繫與溝通管道之分析。 傳播與社會學刊 (47), 55-85.
- 彭錫旄、黃何明雄。(2012)。 信息溝通技術與母職:一項關於香港菲傭的實證研究。 社會(02).199-222.
- 熊秉真(2000)。《童年憶往——中國孩子的歷史》，臺北：麥田出版社。
- 蘇·卡利·詹森。(2007)。《批判的傳播理論：權力、媒介、社會性別和科技》(曹晉譯)上海：復旦大學出版社。(原書 Jansen, S. C[2002].Critical communication theory : power, media, gender and technology. Lanham: Rowman & Littlefield publishers, Inc.)
- 詹姆斯·弗拉霍斯(2019)。《智能語音時代:商業競爭、技術創新與虛擬永生》(苑東明、胡偉譯)北京：電子工業出版社。(原書 Vlahos, J [2019] . Talk to Me: How Voice Computing Will Transform the Way We Live, Work, and Think. UK: Random House Business Books )
- 維維安娜·澤利澤(2018)。《給無價的孩子定價：變遷中的兒童社會價值》(王水雄等譯)上海：華東師範大學出版社。(原書 Zelizer, Viviana A [1994]. Pricing the Priceless Child : The Changing Social Value of Children. Cambridge, MA: MIT Press. )

### 英文部份(English Section)

- Andersen, P. D., Wendt, S. (2015). Masculinities and the nation in the modern world: between hegemony and marginalization. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Bijker, W. E., Hughes, T., Pinch, T. (1987). The Social construction of technological systems. London: MIT Press.
- Boyer, K. (2018). Spaces and Politics of Motherhood. London & New York: Rowman & Littlefield International Ltd.
- Chen, G. M. (2013). Don't call Me that: A techno-feminist critique of the term mommy blogger. Mass Communication and Society, 16(4), 510-532.
- Connell, R. W. (2005). Masculinities. Berkeley & Los Angeles: University of California Press.
- Cowan, R. S. (1983). More work for mother: The ironies of household technology from the open hearth to the microwave. New York: Basic Books.
- Donna J. Haraway.(1990). Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature.. London and New York: Routledge.
- Downey, Gary L., & Lucena, Juan A. (1995). Engineering studies. In Sheila Jasanoff, Gerald E. Markle, James C. Petersen, & Trevor Pinch (Eds.), Handbook of science and technology studies (pp. 167-88). Thousand Oaks, CA: Sage.

- David F. Noble (1992). *A world without women: the Christian clerical culture of western science*, New York: Alfred A. Knopf.
- Eisler, R. (1988). *The Chalice and the Blade: Our History, Our Future*. Harper Collins e-books.
- Easlea, Brian. (1983). *Fathering the unthinkable: Masculinity, scientists and the nuclear arms race*. London: Pluto.
- Florman, Samuel. (1976). *The existential pleasures of engineering*. New York: St Martin's.
- Faulkner, W. (2001). The technology question in feminism: A view from feminist technology studies. *Women's Studies International Forum*, 24(1), 79–95.
- Gauntlett, D. (2008). *Media, gender and identity: an introduction*. London and New York: Routledge.
- Gray, A. (1992). *Video Playtime: The Gendering of a leisure technology*. London and New York: Routledge.
- Hays, S. (1996). *The Cultural Contradictions of Motherhood*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Harding, S. (1986). *The Science Question in Feminism*. Ithaca, NY, and London: Cornell University Press
- Johnson, S. (2014). 「Maternal Devices」, *Social Media and the Self-Management of Pregnancy, Mothering and Child Health. Societies*, 4(2), 330-350.
- Jansen, S. C. (1990). *Is Science a Man? New Feminist Epistemologies and Reconstructions of Knowledge* (Vol. 19, pp. 235-246). Kluwer Academic Publishers.
- Lie, M., & Berg, A.-J. (1995). *Feminism and Constructivism: Do Artifacts Have Gender?* *Science, Technology, & Human Values*, 20(3), 332–351.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Mumford, L. (1967). *The Myth of the Machine: Technics and Human Development*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Morley, D. (1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London and New York: Routledge.
- Mellström, U. (1999). *Technology and masculinity: men and their machines*. In *Moulding masculinities*, UK: Ashgate.
- Mellström, U. (2002). *Patriarchal Machines and Masculine Embodiment*. *Science, Technology, & Human Values*, 27(4), 460-478.
- Nomura, T. (2019). *A possibility of inappropriate use of gender studies in human-robot Interaction*. *AI & SOCIETY*.
- Pinch, Trevor, & Bijker, Wiebe. (1984). *The social construction of facts and artifacts: Or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other*. *Social Studies of Science*, 14, 399–441.
- Silverstone, R., Hirsch, E. (2005). *Consuming Technologies: Media and information in domestic spaces*. London and New York: Routledge.
- Strengers, Y. (2013). *Smart Energy Technologies in Everyday Life : Smart Utopia?* New York: Palgrave Macmillan.
- Stearns, P. N. (2003). *Anxious parents: a history of modern childbearing in America*. New York and London: New York University Press.
- Sally Hacker (1990). *The Eye of the Beholder: an essay on Technology and Eroticism*. In Dorothy E. Smith and Susan M. Turner edit *Doing it the Hard way investigations for gender and technology*. Boston: Unwin Hyman.
- Sadie Plant (1998). *Zeros and Ones: Digital Women and the New Technoculture*

- London: Fourth Estate,
- Van Zoonen, L. (1992). Feminist theory and information technology. *Media, Culture and Society* (14), 9-29.
- Wajcman, J. (2004). *TechnoFeminism*. Cambridge: Polity Press.
- Woods, H. S. (2018). Asking more of Siri and Alexa: feminine persona in service of surveillance capitalism. *Critical Studies in Media Communication*, 35(4), 334-349.
- Wajcman, J. (1991). *Feminism Confronts Technology*. Philadelphia : The Pennsylvania State University Press

社交媒體中國大陸女性網紅形象：  
「語料庫輔助」的批評話語分析

王國鳳

上海師範大學外國語學院教授

馬雪芹

上海師範大學外國語學院在讀碩士生

## 摘要

大眾媒體的女性形象是媒體研究的熱點之一，新媒體的發展使得一些女性網紅成爲現象級人物，而對於這一群體的研究則相對較少。本文選取中國大陸具有代表性的四位女性網紅，以 2018 年微博和 Instagram 網民對於她們的評論作爲語料，從批評話語分析視角出發，運用評價理論，以定量與定性相結合的「語料庫輔助」方法，探查她們在社交媒體中的形象表徵。研究發現：(1) 社交媒體女性網紅和其他大眾媒體的諸多女性形象一樣，被定位於「物」和「性」，網民關注容貌和體態，審美標準多從男性視角出發；(2) 網民的婚姻觀念受到男尊女卑的中國傳統文化和商品社會的消費主義的雙重影響，婚姻被視爲交易，妻子被視爲丈夫的附屬品；(3) 女性網紅的形象處於「類明星」狀態，網民對她們有「鏡像」感和「奇觀」感，網紅經濟效應藉此而生；(4) 中國大陸加強了對於社交媒體的管控，對於反人類、反民族話語的容忍度降低。

**關鍵詞：**女性網紅、形象、社交媒體、批評話語分析、語料庫輔助

## Abstract

Female image in mass media has been one of the hot issues in the field of media studies. Certain female Internet celebrities have become phenomenal persons with the development of new media, however, there are not much research on this group of people. From the perspective of critical discourse analysis, the paper chooses the netizens' comments on four typical female Internet celebrities as the corpus for this study, employs appraisal theory and corpus-assisted method to analyze how these female Internet celebrities are represented in social media. The findings are as follows: (1) As females are represented in other types of mass media, female Internet celebrities are viewed as "objects" and "sexuality" in social media, whose appearance and figure are much concerned by netizens based on aesthetic standards held by males; (2) affected by the traditional Chinese view that men are superior to women, the prevailing conception among netizens is that marriage between man and woman are considered as a deal and one's wife are considered as an accessory of her husband; (3) netizens see female Internet celebrities ("semi-stars" in a certain sense) both as "reflections" of their own and "spectacles" in real life, thus resulting in so-called Internet celebrity economy; (4) Internet control over social media in mainland China has been becoming tightened, with anti-mankind and anti-nation discourses not allowed.

**Keywords:** female internet celebrities, image, social media, critical discourse analysis, corpus-assisted

## 引言

隨著信息科技的進步，信息傳播不再局限於報紙、電臺、電視等傳統上以單向傳播為主的媒介，微信、微博、Instagram、抖音等社交媒介逐漸後來居上，大眾可以通過這些平臺發布信息交流互動。女性用戶活躍於社交媒體，尤其是女性網紅，成爲一種特殊類型的「媒介奇觀」。她們在現實或者網絡生活中因爲某事件或者某行爲被網民關注，因爲某種特質契合了社會大眾的審美或審醜品味，滿足了他們的偷窺、臆想等看客心理，在她們自身、網絡推手、大眾媒體、受衆心理需求等利益共同體的綜合作用下，受到追捧。

近些年來，有關中國大陸大眾媒體(包括傳統媒體和新媒體)女性形象建構的研究並不少見，大多以傳播學、社會學理論爲基礎，運用內容分析、文本分析、訪談、調查問卷等方法開展研究，以案例研究爲主(如：章東軼、王鐵波，2003；馬慧娟，2013)。研究發現，在大眾媒體的表徵中，女性的獨立意識隨著社會發展有所增強，社會角色有所豐富(洪長輝、王志敏，2015)，但是，由於中國傳統社會的男性主導力量依然強大，兼之現代的物質主義和消費主義盛行，當前中國大陸大眾媒體中的女性形象依然存在大量的刻板印象；此外，大眾媒體往往突顯女性的容貌和身材，女性是被「觀看」、被「消費」的對象。

對於女性網紅的研究則非常有限，主要從商業化和女性話語權兩個角度來探討。覃曉玲(2017)分析了「papi 醬」案例，發現女性網紅雖然以獨特的視角試圖建立自己的話語權，但受到經濟利益的捆綁，有關視頻節目插播廣告，並傳播消費主義，女性話語權受到削弱。季夫萍和李艷華(2017)則運用傳播學理論和形象建構理論分析了網絡直播中的女性形象，研究發現，儘管新媒體讓女性有了表達話語權的途徑，但是，網絡直播中那些獨立且智慧的女性依然是男性消費的「商品」。在消費主義主導的商業運作中，女性網紅是典型的商業化符號(羅哈，2018)，雖然滿足了大眾的娛樂需求，但給公衆(尤其是青少年)帶來了負面影響，比如崇尚物質、盲從潮流等(呂毅、郭寶申，2017)。

對於大眾媒體中的女性形象研究大多屬於定性分析或者觀點闡述，定性與定量相結合的分析極爲少見。Zhang 和 Jamil(2015)曾基於專用語料庫分析中國報紙第三十屆倫敦夏季奧運會中國男女運動員的報道，發現媒體將男性的成就歸結爲男子氣概，而將女性的成功歸結於其扮演的傳統角色，揭示了媒體中隱含的性別不平等意識。這個研究運用定性與定量方法相結合的語料庫語言學方法，從批評話語研究視角解構媒體對於不同性別運動員形象塑造差異，挖掘其隱含的社會因素，揭示媒體話語中的權力操控與性別不平等現象。這個研究從批評話語分析視角出發，運用定量與定性相結合的方法，探查大眾傳播領域的性別差異現象和其背後的社會文化因素，值得借鑒。

在充分研讀大眾媒體所塑造的現代女性形象相關文獻的基礎上，本文試圖借鑒 Zhang 和 Jamil(2015)的研究視角和研究方法，分析社交媒體所表徵的中國大陸女性網紅形象。以往，語料庫語言學方法主要用於分析報刊文章、學術論文、小說、政論等有一定篇幅的話語，本文將探索將此方法用於分析「碎片化」的社交媒體話語。我們認爲，大量「碎片化」的話語集結在一起，能拼接出社會大眾對特定事物的普遍感知。本文預測，女性網紅依然存在被「物化」、被「消費」現象。本文將建立專用語料庫，運用語料分析軟件探查研究者通過直覺無法觀察到的語言現象(如，詞頻、主題詞等)，證實或者證僞此預測，並將專用語料庫的顯著語言特徵放置在中國的社會文化語境中去解讀，討論女性網紅的形象特徵。



## 大眾媒體中的現代女性形象

在心理學中，形象是主體在一定的知覺方式(如，視覺、聽覺、觸覺、味覺等)對客體的感知，是對客體的整體印象。形象不是事物本身，它基於事物，但不一定和真實情況完全吻合(Boulding, 1956)。形象使人產生具體感受和情感共鳴，並經過評價形成綜合認知。這種認知受到人類的個體意識和認知過程的影響，同時，認知主體對於某事物的整體印象也會對認知主體的行為產生作用。

形象的定位通常源於「自我」與「他者」的比較(達尼埃爾—亨利·巴柔，2001)。女性的生物性別和社會性別是相對於男性而言的。女性在被生理結構決定了生物性別之後，在後天的教養之中，絕大多數被人為地賦予了屬於「女性」的社會特質，在男權文化為主導的社會裏，女性被作為男性的「他者」加以規約。這種規約是系統化、全方位的，體現在政治領域、經濟領域、文化領域、家庭生活等，在無形的規約之下，女性一代一代地處於從屬於男性的位置。

這種性別不平等的社會結構通過語言映照在媒體文本裏，並潛移默化地影響現實生活中的性別角色認定。國外大量研究發現，不管是大眾媒體塑造的女性形象，還是女性在社交媒體中所塑造的自我形象，都特別關注身材和容貌。媒體塑造的女性形象引導女性(尤其是青少年女性)的社會認知和行為規範，對女性的生活產生巨大影響。女性在身體形象方面表現出極為強烈的自我物化(self-objectification)傾向性，女性苗條身材在媒體裏的反復出現加強了女性攀比、仿效心理(Tiggemann & Miller, 2010)。她們在社交媒體上發布精修私人照片，關注他人評論，根據粉絲點贊與評論數量與他人作比較(Tiggemann & Slater, 2013; Baker, Ferszt & Breines, 2019)。研究還發現，女性越多關注臉書(Facebook)照片，對自己體重不滿意程度越高；女性越多使用 Instagram，對自己身體形象越不滿意(Meier & Gray, 2014; Fardouly, 2018)。

此外，國外研究還發現，媒體呈現的現代女性形象與實際生活存在偏差。一方面，大量擁有理想身材的美女形象雖然不切實際，但卻容易使女性對自己的身材產生不滿(Dittmar & Howard, 2004)，誤導她們節食、減肥等(Pritchard & Cramblitt, 2007)；另一方面，媒體有矮化、醜化女性傾向，研究者發現在 1963 年到 1974 年間《美國精神學雜誌》中關於影響精神活動藥物的 1,370 條廣告中，患有精神疾病的幾乎都是女性，而男性的角色多為醫生(Stockburger & Davis, 1978)。

中國大陸學術界也發現女性形象的媒體構建雖然朝著現代價值觀方向前進，但依然受到刻板形象制約，存在性別歧視(張誼，2013)。一方面，女性自我意識崛起和女性的新媒體自我展現表現出新時代女性特徵，並促進了傳統媒體和新媒體的發展。比如，年輕女性微信用戶的個人照片展現了和諧社會的新女性身份(Chang, Ren & Yang, 2016)，女性在博客中設定的自我形象集結了傳統和現代的特質(陳月華、張悅，2009)，同時將事業與家庭經營得非常成功的形象儘管受到女權主義者批評，卻深受普通受眾歡迎(蔣曉麗、劉路，2008；畢琳，2017)。另一方面，媒體中的女性形象依然存在大量偏見，甚至在原有的刻板印象基礎上增加了新的刻板印象。女性大多依然做著簡單、瑣碎的事情，且多以家庭角色為主，沒有完全擺脫傳統「男主外、女主內」的角色分工(李琦，2006；鄒琰，2008)。而商業廣告的女性形象大多含有強烈的性意味，大致可分為幼稚的女性、養尊處優的女性、馴服的職業女性和 21 世紀的「新女性」等幾類(劉蘭珍、饒德江，2005)；微電影中的女性形象也多與性相關，被「潛規則」、被「包養」、尋求「一夜情」

(韓躍武, 2014); 新型電視婚戀類節目的女嘉賓多為性感靚麗、言辭大膽犀利的都市新女性(李佩菊, 2011)。

這些刻板形象的存在有其客觀原因。中國傳統文化的理想女性形象為美麗溫柔的賢妻良母(李歡, 2013); 新中國成立後, 雖然中國政府給女性提供了諸多性別平等的權利和機會, 但是, 男性依然掌控社會話語權。而且, 近些年來, 國內在弘揚傳統思想的過程中, 封建的殘餘糟粕(比如「女德」)回溯, 「男尊女卑」的男權視角再度發酵。此外, 在商品經濟發展的過程中, 男性視角的消費主義不可避免地體現在大眾傳媒之中, 女性的媒體形象日漸性感, 與性的關聯度越來越高(盧念, 2018)。因此, 雖然社會現實和社會觀念的變革、新媒體的發展使得當今女性獲得了前所未有的話語權, 但是, 女性話語權依然相當局限(楊霞, 2017)。

在大眾媒體對於女性形象的構建過程中, 研究者需要注意傳統媒體與社交媒體的構建主體區別。在以機構為單位的傳統媒體中, 媒體機構是話語構建的主體, 在西方社會, 它們通常由財團、企業控制, 在中國大陸, 則通常由省級、地、市級以上的黨政機關所成立的媒體集團、或者為企業性的商業機構所經營。換而言之, 傳統媒體生產的是機構話語, 手中掌控的是機構權力, 甚至代表國家的政治權力(比如, 由國家或執政黨控制的媒體)。而在社交媒體中, 社會大眾則成了生產話語的主體, 發表言論的每一個體都手持「微權力」, 與社交媒體的賬號持有者互動, 與其他發表言論的個體互動; 每一個體對事物有自己的感知和判斷, 也會受到其他個體的影響。這些言論看似「碎片化」, 但是, 這些言論在特定的社會文化語境中聚合起來, 往往會產生一種或者幾種有代表性的看法或觀點, 形成公共輿論(public opinion)。本文試圖通過詞頻、主題詞等方法來鑒別出具有代表性的評論和意見, 分析社會大眾如何使用「微權力」發表評論性言論表達對於女性網紅的態度。

## 批評話語分析

上文中提到的個體「微權力」來自於米歇爾·福柯(2012)的後結構主義思想。他認為, 權力不僅為國家機器或統治階級所擁有, 而是滲透於人類生活的方方面面, 具體而細微, 構成無所不至、無孔不入的關係網絡。福柯還將話語(包括口語和書面語)看作是一種社會活動形式。這些思想為英國語言學家 Roger Flower 所吸收, 1979 年, 他出版了《語言與控制》(Language and Control)一書, 標誌著批評話語分析(critical discourse analysis, CDA)的開始。

批評話語分析本質上是一種集合了語言學、政治學、社會學、心理學、教育學等學科的跨學科研究, 它以剖析社會問題為導向, 通過分析話語中的語言結構揭示其所隱含的權力(濫用)、社會不平等現象和意識形態等(Wodak & Meyer, 2016, p. 5; van Dijk, 2001, p. 352)。批評話語學者認為, 話語事件與情境、局勢和社會結構存在互動關係; 話語塑造情境、知識對象、社會身份和社會關係; 話語維護並重塑社會現狀, 並在某種程度上改變社會(Fairclough & Wodak, 1997, p. 258)。批評話語分析被應用於各種文本的分析, 媒體文本是其中一大類。對於媒體話語的研究主要著力於揭示號稱客觀、公正的媒體話語所包含的傾向性, 分析媒體話語中所隱含的權力(濫用)和不公平現象等, 為弱勢群體爭取權利。

批評話語分析主要有三個分支, 分別為: (1)以 van Dijk(1988)為代表的社會認知模型(Social-cognitive Model), 即「話語—認知—社會」模型。他認為人類對事物的認知主要包括兩部分: 千百年來人類經過實踐沉澱下來的、包含在文化之

中的集體意識和集體無意識，以及具有獨特個體經驗的個體認知。在他看來，人類的認知是聯結話語與社會的中間界面，人類對事物的認知通過話語表達。(2)以 Wodak(2001)為代表的歷史—話語分析(Discourse-Historical Approach, DHA)，這一支特別關注政治話語，重視政治話語的歷史社會語境，並注意追蹤話語事件的歷時演變軌迹。(3)以 Fairclough(1989)為代表的三維分析模式(three-layer framework of discourse analysis)。他認為，話語分析應包括話語、話語實踐、社會文化實踐三個層面，與此相應，媒體話語分析包括三個部分：從語言學角度描述話語，最常見的是運用系統功能語言學理論，具體分析詞匯的運用、語法形式的選擇、話語結構的使用；闡釋話語與話語過程的關係，主要從語言行為、連貫性、互文性等方面著手；解釋話語過程與社會過程的關係，揭示話語所映射的意識形態、權力對於話語的控制等。

這三個分支雖然視角有所不同，但是其指向卻完全一致，它們均關注社會問題，著力於揭示話語裏所隱含的控制與不平等現象。由於網紅產生的時代並不久遠，因此本文主要分析共時層面，採用 Fairclough 的三維分析模式，從話語、話語實踐、社會文化實踐三個層面討論社會大眾在社交媒體中所建構的網紅形象，在分析過程中融入 van Dijk(1988)的「話語—認知—社會」模型，揭示人類的集體意識和集體無意識在社會文化層面的作用。

### 「語料庫輔助」的話語分析

早期的話語研究主要使用定性分析方法，但因為無法證實語言特徵的代表性而被其他人文社會研究者詬病，認為研究者的主觀性過於彰顯，而語料庫語言學方法正好能在一定程度上彌補這個缺陷。因此，近些年來，語料庫語言學方法被廣泛應用於話語分析之中。語料庫是存放按照科學方法組織起來的自然語言(書面語或口語)材料的數據庫，採用數據驅動的實證主義方法統計分析某些語言結構，探查詞匯、語法層面的語言特徵(Crystal, 1991; McEnery & Wilson, 1996)。

語料庫語言學方法在話語研究中的使用經歷了從「基於語料庫」到「語料庫輔助」的過程。Hardt-Mautner(1995)第一次運用語料庫技術進行「基於語料庫」的批評話語研究，通過搜索特定語言形式產生大量索引行，通過詞頻、詞叢(cluster)、搭配詞等觀察到超出直覺感知的語言現象(Sinclair, 1991, p. 170; 錢毓芳, 2010, p. 198)。之後，Tognini-Bonelli(2001, p. 99)區分了「基於語料庫」和「語料庫驅動」這兩種方法。她指出，「基於語料庫」的研究是利用語料庫以實證的方法證實或證偽研究假設，或者驗證已有理論，在原有基礎上修正或補充；而「語料庫驅動」的研究是以自然語言作為出發點和唯一觀察對象，觀察語料庫顯示的各種語言特徵，並進行界定和描述，總結話語的運作規律。但是，對於話語研究而言，純粹「語料庫驅動」難以實現研究目的，因為話語研究通常著眼於社會議題，其研究問題大體為話語生產者如何通過某(些)語言形式實現話語意圖，而通過語料庫驅動方法鑒別出來的顯著語言形式必須放置到具體語境進行深度解讀，定性分析必不可少。另一方面，儘管「基於語料庫」的話語研究在語料數量上有了發展，搭配的強度計算方法，如互信息值(Mutual Information score, MI值)、T值、Z值等，被認為具有較強客觀性，但是，研究者在研究之初即根據語言學理論或以往研究確定某(些)語言形式為該社會議題文本的顯著語言特徵，依然被認為主觀性較強。在此背景下，融合了「語料庫驅動」和「基於語料庫」的「語料庫輔助」方法應運而生，Partington(2004)正式提出「corpus-assisted discourse

studies」(CADS, 語料庫輔助的話語研究)。

「語料庫輔助」方法的研究設計可分為兩種：(1)研究者在研究之初沒有假設某(些)語言形式可能為顯著語言特徵；(2)研究者在研究之初假設某(些)語言形式為顯著語言特徵，但有待於被驗證，並發現更多顯著特徵。「語料庫驅動」方法在此起到兩個作用：(1)驗證假設的語言形式是否具有顯著性；(2)發現依靠直覺發現不了的語言現象。

在「語料庫輔助」方法中，「語料庫驅動」為必要環節，研究者通常利用軟件比較目標語料庫與參照語料庫(reference corpus)，生成主題詞表(keyword list)，觀察該表的顯著詞匯特點，在此基礎上修正研究問題(假設)，或者根據需要進一步補充語料。主題詞分析在很大程度上能確保語料分析的科學性和客觀性。在此，主題詞和高頻詞有所區別，主題詞是指統計學意義上特殊頻率的詞，體現目標語料庫的典型語言特徵。語料庫分析軟件(如 AntConc、Wordsmith 等)可以幫助對比目標語料庫與參照語料庫，計算對數似然率或者卡方等概率，統計詞頻，獲得主題詞表。此外，為確保信度和效度，需根據研究目標考慮目標語料庫與參照語料庫在規模、語域、時間跨度、語言變體等方面的異同(Berber Sardinha, 2000, p. 7; Qian, 2008, p. 66)。

「語料庫輔助」方法是定量和定性分析相結合的研究方法。與「基於語料庫」方法相比，「語料庫輔助」方法開放度更大，它認為是語料庫技術只是話語研究者使用的諸多方法之一，作用在於幫助獲得更為全面的分析結果(劉明、常晨光, 2018)，研究者可同時使用其他方法進行分析，或者進行「三角」驗證(Hart, 2016)。本文將使用「語料庫輔助」方法提取自建語料庫的詞頻和主題詞等，在具體語境中去深度解讀某些顯著的語言形式，獲取社會大眾對於女性網紅的普遍性看法。

## 語料收集和研究步驟

如上文所述，「語料庫輔助」話語研究方法能帶來更全面、更客觀的研究發現，為此，我們建立了專用語料庫。網紅通常依靠社交媒體與受眾直接互動，而受眾的評論可基本代表網紅在他們心目中的形象，因此，專用語料庫將收集這些評論，利用 AntConc 語料庫軟件(Anthony, 2019)，通過詞頻、搭配分析、主題詞分析等觀察社會大眾的評價。

女性網紅不計其數，有些走紅時間長，有些則如曇花一現，語料收集必須有所取捨。根據成名原因，網紅可分四類，考慮到可操作性，本文每類選取一位，分別為：(1)憑藉藝術才華為網民所喜歡，代表為 papi 醬(在微博憑藉變音器發布原創短視頻而為人熟知，表演風格張揚，毒舌吐槽時弊)；(2)通過搞怪作秀引起關注，代表為羅玉鳳(出身平凡，其貌不揚，因驚人徵婚廣告而出名)；(3)因不經意的某行為被網友通過照片或者視頻傳到社交媒體而引起廣泛關注，代表為章澤天(外表清秀，手捧奶茶意外走紅，被稱為「奶茶妹妹」)；(4)經背後團隊(網絡推手)打造而出名，代表為馮提莫(以青春活力的外表和歌聲被鬥魚平臺簽為網絡主播和歌手，屢獲大獎)。之後，我們分別收集了從 2018 年 1 月 1 日 0 點到 12 月 31 日 24 點新浪微博和 Instagram 這兩大社交平臺網民的評論。

接下來是語料清潔工作和漢語分詞工作。本文分析對象為文字文本，不包含非文字符號，共計收集到 497,680 漢字。然後，用中國科學院的漢語分詞系統 NLPIR(Natural Language Processing & Information Retrieval Sharing Platform)分

詞，並手工調整。四位女性網紅語料基本情況如下：

表一 四位女性網紅語料基本情況

	papi 醬	羅玉鳳	章澤天	馮提莫	總計
詞匯數	83 498	64 427	121 206	39 589	308 720
字數	132 805	101 060	200 971	62 844	497 680

第三步是將通過 AntConc 軟件生成這四個語料庫的詞匯表(word list)，取其前 100 高頻詞，從這些高頻詞(主要從實詞)中觀察顯著用詞特徵。第四步搜索四位主要社會角色(social actors)「papi(醬)」、「鳳姐/(羅)玉鳳」、「奶茶/(章)澤天」、「(馬)提莫」的搭配(左右各五詞)，選取 MI 值大於等於 3、且頻率大於等於 5 的搭配，從中選取具有評價意義的詞匯，應用評價理論(Martin & White, 2005)進行分析。Hunston(2002, p. 71)認為 MI 值大於等於 3 的搭配方具有統計學意義，但這種計算方式有個缺陷，某些搭配可能只出現 1 或 2 次，但 MI 值卻大於等於 3。為了避免這種情況，本文設置成 MI 值大於等於 3，並根據初步研究情況將最低詞頻設置為 5。

第五步是採用「語料庫驅動」方法，比較羅玉鳳語料庫(目標語料庫)與其他三個語料庫(參照語料庫)，生成主題詞表。羅玉鳳在容貌、氣質等方面與其他三位網紅相差極大，屬非典型網紅，本文通過主題詞表觀察鳳姐語料庫與參照語料庫的顯著差異，並檢索這些主題詞表中的某些顯著詞匯，利用檢索行在上下文中解讀，探查社會大眾對於容貌欠佳的鳳姐與容貌較佳的其他三位網紅的態度是否存在顯著差異。

## 研究發現

按照上述步驟，本部分分成三個小部分：語料庫整體高頻詞情況、社會大眾對四位女性網紅的評價、鳳姐語料庫與其他三位網紅語料庫的對比。詳細如下：

### 語料庫整體高頻詞情況

AntConc 軟件具有將多個語料庫合並檢索的功能，我們將四個女性網紅語料庫合起來生成詞匯表，選取前 100 高頻詞，之後去除代詞、副詞、介詞、連詞、助詞、嘆詞、數詞、量詞、擬聲詞，得到了表二所列的 42 個高頻詞。其中，由於一些詞匯一詞多詞性，如，「好」既可是形容詞(「非常好」)，也可是副詞(「好美」)，我們將這類詞保留在表二。

表二 四位女性網紅語料庫整體高頻詞表

序號	詞頻	詞語	序號	詞頻	詞語
1	6 635	是	22	756	沒有
2	2 633	有	23	752	美
3	2 312	好	24	749	京東
4	2 016	人	25	740	鳳姐
5	1 721	說	26	700	做
6	1 584	要	27	696	奶茶
7	1 440	看	28	691	過
8	1 421	沒	29	662	老公
9	1 185	想	30	649	加油
10	1 078	會	31	636	到
11	1 070	多	32	613	小
12	1 040	給	33	608	妹妹
13	1 027	去	34	576	愛
14	9 98	來	35	574	劉強東
15	9 16	錢	36	551	覺得
16	8 14	知道	37	532	抹茶
17	7 99	papi	38	508	事
18	7 90	大	39	469	買
19	7 86	吃	40	462	別人
20	7 67	喜歡	41	453	漂亮
21	7 63	提莫	42	452	微博

從表二可看出，主要社會角色「papi」「提莫」「鳳姐」「奶茶」的指稱都在其中，還有「美」「可愛」「漂亮」等贊美容貌、體態的詞匯和表達正面情感和鼓勵的詞匯，比如「喜歡」「愛」「加油」；還出現了和消費主義觀念相關度極高的詞匯，比如「錢」「吃」「買」。此外，表二還出現了「京東」「劉強東」，以及「老公」（可通過章澤天關聯到其夫劉強東）。這可能有兩個原因：第一，和其他三位沒有顯著社會背景的網紅相比，章澤天因嫁大陸商業巨頭京東 CEO 劉強東，其社會背景備受注目；第二，本文語料時間跨度為 2018 年，而當年 8 月，劉強東在美國涉嫌性侵，此事件受到廣大網民強烈關注。

## 社會大眾對四位女性網紅的態度

本部分主要從評價理論入手來探查社會大眾對於女性網紅的態度。評價理論是系統功能語言學的延伸和補充，它關注話語表述者通過詞匯、語法結構表達的態度和立場，最早以英語為載體進行探討(Martin, 2000)。評價理論由態度(attitude)、介入(engagement)和級差(graduation)三個系統構成。態度系統是其主體，指話語表述者的心理受到影響後對人類行為、文本/過程或現象的裁決和鑒賞(Martin & White, 2005)。

態度系統還可分為情感(affect)、評判(judgment)、鑒賞(appreciation)三個子系統，主要由形容詞、副詞、名詞、動詞、小句表達。態度系統的中心是情感子系統，評判子系統和鑒賞子系統以其為基礎。情感是情緒反應，可分為愉悅性/非愉悅性(如「高興」「悲傷」)、安全性/非安全性(如「自信」「焦慮」)、滿意性/非滿意性(如「自豪」「責罵」)、意願性/非意願性(如「要求」「畏縮」)。評判是從社會名聲和社會認可角度而做的評價。前者分常態(normality)、能力(capacity)、韌性(tenacity)三方面，「幸運」「有天賦」「可靠」這三個表達可分別與之對應；後者則從真實性和倫理規範角度判定，如「真實可信」「遵紀守法」。鑒賞則是美學意義和社會價值維度的評價，指影響力反應(如「讓人興奮」)、品質反應(如「美麗」)、結構特徵(如「勻稱」)、價值(如「杰作」)(Martin & White, 2005; Bednarek, 2008)。

由於漢英語言差異，漢語的評價資源一般不涉及小句，而在詞匯層面，因此，本文從詞匯著手，選取以這四位女性網紅為中心詞的左右各五個、MI 值大於等於 3、且頻率大於等於 5 的搭配，按照情感、評判、鑒賞子系統分類(表三)。由於詞匯要在語境中才能得到真正解讀，所以，先通過 AntConc 的索引行功能研讀其上下文確認。

表三 社會大眾關於四位女性網紅的態度資源

網紅	情感系統(詞頻)	評判系統(詞頻)	鑒賞系統(詞頻)
	詞種數量/詞次數量	詞種數量/詞次數量	詞種數量/詞次數量
papi醬	喜歡(44)，愛(37)，抱抱(26)，加油(22)，開心(17)，快樂(31)，謝謝(9)，表白(9)，支持(9)，感謝(9)，粉絲(8)，贊(7)，笑(7)，幸福(7)，羨慕(5)，期待(5)，粉(5)	抄襲(16)，健康(9)，愛逗(5)	美(49)，好(27)，好看(21)，可愛(19)，精(10)，棒(9)，女神(8)，重要(6)，漂亮(6)，牛逼(6)，帥(6)，美麗(5)
	17/257	3/30	12/172
羅玉鳳	贊(28)，喜歡(23)，愛(18)，取關(18)，謝謝(10)，關注(10)，粉(5)，抱抱(5)，快樂(5)，恭喜(5)	假(10)，厲害(7)	老(6)，醜(6)，美麗(6)，不錯(5)
	10/127	2/17	4/23
章澤天	心疼(57)，喜歡(33)，相信(23) 加油(16)，支持(11)，原諒(17)，挺住(11)，可憐(11)，愛(8)，嫉妒(7)，冷嘲熱諷(7)，傷害(5)，黑(5)	抹茶(64)，綠茶(51)，受害者(11)，堅強(9)，綠帽子(7)，婊(6)，奶綠(6)，奶牛(6)，錯(5)，假(5)，有病(5)	美(30)，漂亮(20)，好看(13)，優秀(7)，耐插(6)
	13/211	11/175	5/76
馮提莫	愛(78)，喜歡(56)，期待(41)，支持(37)，謝謝(29)，打call(28)，開心(27)，希望(25)，恭喜(21)，注意(18)，寂寞(17)，心疼(15)，感謝(13)	佛系(45)，努力(19)，傻(18)，健康(10)，大氣(6)，皮(6)	棒(230)，美(129)，好聽(50)，可愛(16)，好(15)，甜(13)，精彩(10)，盛典(9)，萌(8)，好看(8)，漂亮(6)
	13/405	6/104	12/500



從表三可看出，大眾對這四位網紅的評價呈現出一定的共性：(1)情感系統的詞種數量最多，多為正面表達，共同詞匯有「喜歡」和「愛」；(2)鑒賞系統主要是美學方面的，表現了社會大眾對於女性網紅的體態、容貌、才藝方面的關注。

差異性也很明顯，主要表現在對四位女性網紅的態度上，通過觀察可總結如下：(1)對於 papi 醬和馮提莫，情感子系統和鑒賞子系統的相關詞匯絕大多數是正面的，只在評判子系統中各出現了一個負面詞匯，分別為「抄襲」和「傻」；(2)對於羅玉鳳，負面詞匯則明顯增加，情感子系統出現了「取關」，評判子系統出現了「假」，鑒賞子系統出現了「老」「醜」；(3)對於章澤天，負面詞匯最多，情感子系統出現了「嫉妒」「冷嘲熱諷」「傷害」「黑」，評判子系統裏只有一個正面詞匯「堅強」，其他的「受害者」「抹茶」「綠茶」「綠帽子」「婊」「奶綠」「奶牛」「錯」「假」「有病」「屌絲」均為負面，鑒賞子系統出現的「耐插」更是帶有強烈的性侮辱意味。

還需說明的是，通過研讀發現，網民對馮提莫的評價詞匯「傻」並非真正認為她笨，而是帶有溺愛性質的調侃。因此，綜合而言，網民對於馮提莫的評價最為正面，接下來依次為 papi 醬、羅玉鳳、章澤天。針對章澤天，為何出現這麼多負面評價詞匯，我們將在討論部分展開。

### 羅玉鳳與其他三位網紅的對比

羅玉鳳以出格的言論和奮力的人生軌迹吸引眼球。1985年，她出生於重慶市一小鎮，有漢語語言文學大專文憑，曾當過兩年小學教師。2008年，她到了上海，嘗試過各種工作。2009年10月，她在陸家嘴附近散發徵婚廣告，後在電視臺情感類節目上公布七大苛刻徵婚條件，受到媒體和網民關注(王海萍，2010)。2010年11月，羅玉鳳接受美國中文電視邀請赴美面試，落選後沒有回國，在紐約從事修腳工作。2018年，她在微博曬出自己拿到美國綠卡。羅玉鳳喜歡評點娛樂圈明星，指責大陸影視明星范冰冰「沒文化」(鳳凰網，2019年5月21日)；她還熱衷討論國內熱點事件，屢出非人道、反主流之語。2011年「7.23溫州動車事件」後，在舉國哀悼之時，她在微博連發三條評論，蔑視生命，其賬號被短暫關閉。汶川大地震後，她聲稱「中國人多，死些人沒關係」(快科技，2011年7月29日)，遭到網民抵制。2019年5月20日，她在微博發表評論「華為早就該垮了」，再次遭到抵制。2019年6月10日，其微博和其他國內社交媒體賬號均被注銷。

鑒於她與其他三位網紅的顯性區別，我們運用 AntConc 軟件的主題詞表功能，對比羅玉鳳語料庫與其他三位女性網紅語料庫，觀察羅玉鳳語料庫區別於其他三位網紅語料庫的顯著詞匯特徵。表四截取了其前 50 個主題詞。

表四 羅玉鳳語料庫與其他三位網紅語料庫比較後的前 50 個主題詞

序號	頻率	主題度	主題詞	序號	頻率	主題度	主題詞
1	1846	185.41	是	26	61	21.6	狗
2	1463	274.4	不	27	56	175.6	鳳兒
3	740	2326.66	鳳姐	28	54	169.33	羅玉鳳
4	698	21.29	就	29	52	163.05	鳳鳳
5	543	42.63	人	30	52	22.4	回
6	403	354.59	吃	31	50	29.04	以前
7	397	40.33	沒	32	50	29.04	關注
8	373	21.15	看	33	46	39.13	塊
9	247	775.1	鳳	34	45	27.08	裝
10	234	62.88	過	35	36	21.25	好吃
11	208	92.35	哈哈	36	35	28.16	頭髮
12	192	107.41	微博	37	33	26.5	水
13	168	180.66	賣	38	32	58.9	醜
14	148	192.1	號	39	32	24.8	腿
15	141	81.39	發	40	31	29.69	小時候
16	116	24.99	像	41	31	31.9	男朋友
17	115	68.71	美國	42	30	94.06	取關
18	95	21.6	出	43	29	34.01	國內
19	93	25.91	中國	44	28	65.55	在於
20	86	65.29	贊	45	28	20.65	故事
21	73	32.56	睡	46	26	21.59	從來
22	73	42.65	穿	47	26	36.27	肉
23	69	117.02	本人	48	24	30.29	片
24	67	139.08	自拍	49	24	75.25	阿鳳
25	63	31.73	早	50	23	54.92	範冰冰

從表四可見，除了「鳳姐」「鳳」「鳳兒」「羅玉鳳」「鳳凰」「阿鳳」這些指稱外，出現了和容貌、體態有關的「醜」「頭髮」「腿」，曾屢次被羅玉鳳批評的美貌明星「范冰冰」，與日常生活和消費主義觀念有關的「吃」「賣」「睡」「穿」「好吃」「肉」，社交媒體平臺「微博」和新潮流照相技術「自拍」，和羅玉鳳奮鬥軌迹相關的「美國」「中國」「國內」，以及致使羅玉鳳成名的徵婚廣告主題「男朋友」。除此，還有代表網民態度的「贊」「取關」等。

這些主題詞顯示出體現羅玉鳳不同於其他三位網紅的公眾形象。結合表三網民對四位網紅的評價性詞匯，可看出，「醜」和「取關」是羅玉鳳語料庫獨有的顯著詞匯(其他三位網紅語料庫沒有出現這兩個詞)，因此，可以說，「醜」是網民對羅玉鳳的美學認知，而「取關」是對羅玉鳳的行為反應。

接著，我們研讀了羅玉鳳語料庫中的 30 個「取關」的上下文，試圖找出網民取關(或想要取關)的原因。通過 AntConc 的索引行功能發現，一共為 28 句評論，其中有兩句含有兩個「取關」。網民表達的「取關」原因可分為六類：(1)沒有說明、直接表達取關的為 3 句(10.7%)；(2)要求鳳姐發自拍、證明身份、否則「取關」的為 4 句(14.3%)；(3)表示帳號非鳳姐本人運作的為 16 句(57.1%)；(4)表示微博水平不如以前的為 3 句(10.7%)；(5)要求回應、否則「取關」的為 1 句(3.6%)；(6)明確不會取關、視鳳姐為精神寄托的為 1 句(3.6%)。從上述數據來看，網民認為或懷疑微博非其本人運作而取關(或想要取關)的佔到絕大多數。網民認為或懷疑微博非羅玉鳳本人操作，是因為其微博內容與以前大相逕庭。代表性評論如下：

網民評論(1)：鳳姐的微博越來越不好看了！過去真實的你哪裏去了？現在的微博蒼白無力，水平太次。取關！

網民認為羅玉鳳微博「淪落」為和普通網民無異的小情小調和日常事務，他們想看的是為博眼球、為逃離底層、不時發出雷人言論、脫離常規的羅玉鳳。所以，當羅玉鳳的自我形象向普通人靠攏之後，這些懷有獵奇心理的網民開始失望，進而懷疑此帳號非其親自打理。從網民表露的取關原因來看，和 2019 年 6 月「國內有關方面」注銷其微博賬戶的原因並不一致。

據猜測，羅玉鳳遭到全平臺封殺可能與其在 5 月 20 日發表的不當言論「華為早就該垮了」有關，當天，蘇寧手機官微發文表示，蘇寧綫上任何平臺、綫下任何門店，從此拒絕將任何一台手機銷售給羅玉鳳女士；即便可能會引發某些「公平性」規定爭議，也在所不惜，尊嚴不容踐踏。蘇寧的表態贏來一片叫好之聲(天才小神龍最可愛，2019 年 6 月 11 日)。當時正值中美貿易矛盾重重，華為事件使得雙方矛盾更加激化，中國國內民族主義情緒激蕩，而網絡管控也處於逐漸加緊之際，羅玉鳳的多次不當言論終於使得「國內有關方面」出手，遭到全平臺封殺，一千多萬粉絲被清空。

## 討論

我們在上文中從話語與話語實踐層面分析了網民對於四位女性網紅的態度，從分析結果可看出：(1)女性網紅的容貌、體態，甚至婚姻都受到極大關注，被「物化」、被「消費」現象突出；(2)網民和女性網紅之間存在著比較強烈的情感鏈接；(3)羅玉鳳被銷號事件釋放了「國內有關方面」加強社交媒體宏觀管控的信號。從深層次分析，網民對於女性網紅的這些整體認知、「國內有關方面」對

於社交媒體的管控都是基於中國大陸特定的社會、文化、政治語境之上，並與這些女性網紅的「類明星」特徵和受眾的媒體消費心理密切相關。

網民的女性觀念、婚姻觀念受到男尊女卑的中國傳統文化和商品社會的消費主義的雙重影響。改革開放之後，西方的消費主義思潮涌入中國大陸，西方的一些生活方式逐漸被社會大眾所接受，甚至效仿，原本不甚發達的商品經濟觀念逐漸深入人心。同時，男尊女卑的傳統思想依然根植於社會大眾的靈魂深處，尤其是近幾年，中國大陸大力倡導文化自信的過程中，出現了金石俱下的局面，一些宣揚「女德」的言論又有所抬頭。在這個背景下，現代商業社會和中國傳統的「消費」女性思想混雜在一起，形成了具有中國大陸特性的女性刻板形象。諸多有關大陸女性形象的研究表明，女性角色在大眾媒體中的定位基於「物」與「性」(壽靜心，2006)。不管是賢妻良母，還是尋求自我解放，抑或職業女強人，女性的身體一直是被塑造的重點(許加彪、韓青，2012)，而男性視角是對於作為商品符號的女性身體的唯一審美標準(林素真，2015)。因此，絕大多數女性網紅和商業廣告、時尚雜誌、時尚網站中的女性一樣，摩登、性感、漂亮，形成新的刻板印象。即便如羅玉鳳這樣的非美女網紅，網民依然關注其身材和容貌；而網民對於章澤天的關注更能說明問題。我們選取其中的兩句網民評論(一正一反)為例，如下：

網民評論(2)：章澤天人美，有才華。美的天然去雕飾，和任何人站在一起基本都能把別人比下去的合影殺手。優雅知性，氣質出塵。劉強東，值！

網民評論(3)：所以奶茶每天打扮漂亮就是工作，然後被那個老男人操，操膩了，看你怎麼辦。(作者注：此句的「你」指章澤天，「老男人」指其夫劉強東。)

評論(2)為真心讚美章澤天作為女性的美貌和氣質，連續使用了正面評價詞匯(「有才華」「知性」「優雅」「出塵」)，挖掘出章澤天的內在美和外在美；而評論(3)則含有強烈的性侮辱之意。在此值得注意的是，儘管這兩個評論取向不同，但在這兩位網民的潛意識裏，女性都是為了取悅男性而存在，女性的身體是被男性消費的；在性關係和婚姻裏，男性是主動者，有錢有勢的男性更是掌握著取與舍的絕對控制權。

究其原因，在男權主導、消費文化盛行的社會中，社會大眾依然普遍持有如波伏娃(1998, p. 398)在《第二性》的觀念：「至今人們仍然同意做愛(如我們所見)是為男人提供的一種服務；他獲得他的快感，所以他應付給她一定的報酬。女人的身體是他購置的某種物品；而對於她，他是資本，她有權利用。」社會大眾認為章劉婚姻是美貌和財富的聯姻，互相利用。劉助章進入上層社會，而章為劉提供性服務，並以自己的清純形象為京東吸引流量、做推廣。劉是不可替代的，而章可以被替代。後來，劉強東被證實出軌，章澤天成了婚姻中的受害者，按照情理應該得到廣大網民的同情，但是，一些網民卻嘲笑她被「綠」、被戴「綠帽子」，污名化「奶茶」為「綠茶」「抹茶」「奶綠」(請參見表三中關於章澤天的態度資源)。這種惡意的戲謔非常直接地反映出中國大陸的婚姻觀念和網民的看客心理。

另一方面，作為看客的一部分網民通過社交平臺與網紅建立了或強或弱的情感聯繫，通過互動，滿足了自己的情感需求和娛樂需求。女性網紅具有「類明星」特質，她們本身具有明星的某些潛質，機緣湊巧，被網民普遍關注之後，成

為介於普通人和女明星之間的群體，大量網民的關注通常為其和其背後的推手或公司帶來一定的經濟效益(曹志，2017)。可以說，網民和網紅各取所需。從心理學角度來分析，部分網民看到網紅，就仿佛看到了自己的鏡像，有強烈的「代入感」，還有部分網民把網紅當成可供效仿的偶像、或者是某種意義上的親友，這種情感聯繫成為網紅和粉絲之間的紐帶。此外，網紅不同於普通人的、有明星特徵的生活軌迹拉開了和社會大眾的距離，而這段距離使得部分網民產生窺視欲。在窺探中，他們以觀眾的身份欣賞了「真人版」的媒介「奇觀」，滿足了想要脫離庸常生活的心理需求。

網紅是網絡社會特有的文化現象和經濟現象，此前中國大陸方面對此的管理相對比較寬鬆，但是，聯繫前一部分的羅玉鳳全網封殺事件，我們可以看出，「國內有關方面」的管控正在加強。可以娛樂，可以消遣，但是，不能隨意發表反人類、詆毀中華民族、損害國家領土和主權完整的言論。早年，羅玉鳳為博眼球而發表了一些完全違背人類主流價值觀的言論，「國內有關方面」有時置之不理，有時封禁一段時間。2019年6月，情況發生了變化，羅玉鳳的賬號突然全綫被封；對於此舉，「國內有關方面」並未作出任何解釋，但是，此舉所釋放出來的信號足以說明「國內有關方面」在網絡管控方面的方向和決心。

## 結語

本文運用評價理論的態度子系統，從批評話語分析視角出發，以2018年微博和Instagram中網民對四位女性網紅的評論作為語料庫，運用定量和定性相結合的語料庫語言學方法，探究社交媒體中中國大陸女性網紅的形象。本文的主要發現可概括為以下四點：(1)社交媒體女性網紅和其他大眾媒體的諸多女性形象一樣，被定位於「物」和「性」，網民關注其容貌和體態，審美標準多從男性視角出發；(2)網民的婚姻觀念受到男尊女卑的中國傳統文化和商品社會的消費主義的雙重影響，婚姻被視為交易，妻子被視為丈夫的附屬品；(3)女性網紅的形象處於「類明星」狀態，網民對她們有「鏡像」感和「奇觀」感，網紅經濟效應籍此而生；(4)中國大陸加強了對於社交媒體的管控，對於反人類、反民族話語的容忍度降低。

本研究有比較突出的長處，亦有一些缺憾。本文是以實證為基礎、以社會問題為導向的批評話語研究，與純粹的理論研究相比，與傳播學常用的內容分析和文本分析相比，定量與定性相結合的語料庫語言學方法看上去比較客觀；而且，從批評話語研究的「微權力」論來審視社交媒體中的互動，使得研究者能夠比較深入地探查社會大眾對於網紅的「影響」，或者「控制」。但是，由於篇幅和研究方法的限制，本文沒有探討女性網紅與網民之間的相互影響。此外，由於本文的語料僅限於四個類型的四位女性網紅，而且語料時間也僅限於2018年，將來若能涵蓋更長時間段的更多女性網紅，或者能做歷時的對比研究，相信會有更多發現。最後，對於網紅的研究很多偏於經濟效應(余來文、封智勇、宋晶瑩、朱召平，2017)，從本文分析的結果來看，經濟性並不明顯，涵蓋更為廣泛的語料庫(包括視頻)將能夠更為精確地反應女性網紅整體形象。

## 參考文獻

### 中文部份(Chinese Section)

- 馬慧娟(2013)。〈廣告對青年女性形象的建構作用——以 20 世紀 30 年代《申報》圖片廣告為例〉。《當代青年研究》，第 6 期，頁 12-17。
- Ma Huijuan (2013). Guanggao dui qingnian nvxing xingxiang de jianggou zuoyong—yi 20 shiji 30 niandai shenbao tupian guanggao weili. Dangdai qingnian yanjiu, 6, 12-17.
- 王海萍(2010)。〈莫做「網絡不良炒作」的推手——以「羅玉鳳徵婚事件」為例〉。《新聞愛好者》，第 17 期，頁 29。
- Wang Haiping (2010). Mozuo 「wangluo buliang chaozuo」 de tuishou—yi 「luoyufeng zhenghun shijian」 weili. Xinwen aihaozhe, 17, 29.
- 鳳凰網(2019 年 5 月 21 日)。〈羅玉鳳談華為倒閉引熱議！曾說自己美過范冰冰，還給王思聰忠告？〉。取自 <http://ent.ifeng.com/c/7mq2QkkTjoT>。
- Fenghuangwang (2019, May 21). Luoyufeng tan huawei daobi yin reyi! Ceng shuo ziji meiguo Fan Bingbing, haigei Wang Sicong zhonggao?. Retrieved from <http://ent.ifeng.com/c/7mq2QkkTjoT>.
- 盧念 (2018)。〈媒介刻板印象對女性社會形象塑造的影響研究〉。《新聞研究導刊》，第 21 期，頁 82-83。
- Lu Nian (2018). Meijie keban yinxiang dui nvxing shehui xingxiang suzao de yingxiang yanjiu. Xinwen yanjiu daokan, 21, 82-83.
- 劉蘭珍、饒德江(2005)。〈廣告傳播中女性形象的貶損分析〉。《武漢大學學報(人文科學版)》，第 3 期，頁 368-373。
- Liu Lanzhen, Rao Dejiang (2005). Guanggao chuanbozhong nvxing xingxiang de biansun fenxi. Wuhan daxue xuebao (renwen kexueban), 3, 368-373.
- 達尼埃爾—亨利·巴柔(2001)。〈形象〉。孟華(主編)，《比較文學形象學》。北京：北京大學出版社。
- Daniel-Henri Pageaux (2001). Xingxiang. In Meng Huanzhu (Eds.), Bijiao wenxue xingxiangxue (pp. 160). Beijing: Beijing daxue chubanshe.
- 許加彪、韓青(2012)。〈文化霸權視閥下女性形象的媒介建構——以 20 世紀 90 年代以來內地熱播女性本土劇為例〉。《陝西師範大學學報(哲學社會科學版)》，第 6 期，頁 21-29。
- Xu Jiabiao, Han Qing (2012). Wenhua baquan shiyuxia nvxing xingxiang de meijie jiangou—yi 20 shiji 90 niandai yilai neidi rebo nvxing bentuju weli. Shanxi shifan daxue xuebao (zhexue shehui kexueban), 6, 21-29.
- 劉明、常晨光 (2018)。〈語料庫輔助話語研究的緣起、特徵及應用〉。《福建師範大學學報(哲學社會科學版)》，第 1 期，頁 90-96。
- Liu Ming, Chang Chenguang (2018). Yuliaoku fuzhu huayu yanjiu de yuanqi, tezheng ji yingyong. Fujian shifan daxue xuebao (zhexue shehui kexueban), 1, 90-96.
- 天才小神龍最可愛(2019 年 6 月 11 日)。〈一代網紅鼻祖的隕落：羅玉鳳微博賬號被封，鳳姐徹底涼涼？〉。取自 <http://dy.163.com/v2/article/detail/EHBMVBQ405376MBF.html>。
- Wangyi tiancai xiaoshenlong zui keai (2019, June 11). Tiancai xiaoshenlong zui keai, yidai wanghong bizu de yunluo: Luoyufeng weibo zhanghao bei feng, fengjie chedi liangliang?. Retrieved from <http://dy.163.com/v2/article/detail/EHBMVBQ405376MBF.html>.
- 畢琳(2017)。〈兼具多重身份的女性科技精英的形象建構——以《科技日報》為

- 例>。《青年記者》，第3期，頁43-44。
- Bi Lin (2017). Jianju duochong shenfen de nvxing keji jingying de xingxiang jiangou——yi keji ribao weili. Qingnian jizhe, 3, 43-44.
- 米歇爾·福柯(2012)。《規訓與懲罰》(劉北成、楊遠嬰譯)。北京：生活·讀書·新知三聯書店。(原著 Foucault, M. [1991]. Discipline and punish. Harmondsworth: Penguin Books.)
- Michel Foucault (2012). Guixun yu chengjie. Beijing: Shenghuo dushu xinzhishi sanlian shudian. (Original book: Foucault, M. [1991]. Discipline and punish. Harmondsworth: Penguin Books.)
- 西蒙娜·德·波伏娃(1998)。《第二性》(陶鐵柱譯)。北京：中國書籍出版社。(原著 Simone de Beauvoir. [1986]. Le deuxième sexe. Paris: Gallimard Education.)
- Simone de Beauvoir (1998). Dierxing. Beijing: Zhongguo shuji chubanshe. (Original book: Simone de Beauvoir. [1986]. Le deuxième sexe. Paris: Gallimard Education.)
- 呂毅、郭寶申 (2017)。<新媒體時代女性網絡紅人媒介形象研究>。《科技資訊》，第25期，頁198-199。
- Lv Yi, Guo Baoshen (2017). Xinmeiti shidai nvxing wangluo hongren meijie xingxiang yanjiu. Keji zixun, 25, 198-199.
- 李歡(2013)。<關於新聞媒體中女性形象建構問題的思考>。《新聞世界》，第3期，頁45-46。
- Li Huan (2013). Guangyu xinwen meitizhong nvxing xingxiang jiangou wenti de sikao. Xinwen shijie, 3, 45-46.
- 余來文、封智勇、宋晶瑩、朱召平(2017)。《分享經濟：網紅、社群與共享》。北京：化學工業出版社。
- Yu Laiwen, Feng Zhiyong, Song Jingying, Zhu Zhaoping (2017). Fenxiang jingji: Wanghong, shequn yu gongxiang. Beijing: Huaxue gongye chubanshe.
- 李佩菊(2011)。<新型婚戀類電視節目對都市女性形象的建構>。《當代傳播》，第2期，頁72-74。
- Li Peiju (2011). Xinxing huilianlei dianshi jiemu dui dushi nvxing xingxiang de jiangou. Dangdai chuanbo, 2, 72-74.
- 快科技(2011年7月29日)。<「鳳姐」借動車事故炒作引全面封殺>。取自 <http://news.mydrivers.com/1/200/200591.htm>。
- Kuaikeji (2011, July 29). 「Fengjie」 jie dongche shigu chaozuo yin quanmian fengsha. Retrieved from <http://news.mydrivers.com/1/200/200591.htm>.
- 張誼 (2013)。<新聞傳媒報道中的女性歧視及其根源>。《中南大學學報(社會科學版)》，第1期，頁243-248。
- Zhang Yi (2013). Xinwen chuanmei baodaozhong de nvxing qishi jiqi genyuan. Zhongnan daxue xuebao (shehui kexueban), 1, 243-248.
- 李琦(2006)。<從「野蠻女友」電視廣告看女性形象的篡改與建構>。《新聞界》，第6期，頁87-88。
- Li Qi (2006). Cong 「yeman nvyou」 dianshi guanggao kan nvxing xingxiang de cuangai yu jiangou. Xinwenjie, 6, 87-88.
- 壽靜心(2006)。<呼喚女性自我意識的覺醒——大眾傳媒中的女性形象透視>。《河南社會科學》，第2期，頁35-38。
- Shou Jingxin (2006). Huhuan nvxing ziwo yishi de juexing——dazhong chuanmeizhong de nvxing xingxiang toushi. Henan shehui kexue, 2, 35-38.
- 陳月華、張悅 (2009)。<從博客看中國女性在網絡媒介中自我形象設定的特徵>。

- 《新聞界》，第3期，頁95-97。
- Chen Yuehua, Zhang Yue (2009). Cong boke kanzhongguo nvxing zai wangluo meijiezhong ziwo xingxiang sheding de tezheng. *Xinwenjie*, 3, 95-97.
- 季夫萍, 李艷華(2017)。<身份建構：人格、欲望、物化——網絡直播中女性形象的媒介表達>。《電影評介》，第20期，頁84-86。
- Ji Fuping, Li Yanhua (2017). Shenfen jiangou: Renge, yuwang, wuhua——wangluo zhibozhong nvxing xingxiang de meijie biaoda. *Dianying pingjie*, 20, 84-86.
- 林素真(2015)。<消費社會下建構的「完美」女性身體形象——基於電影《整容日記》的分析>。《新聞研究導刊》，第9期，頁33，38。
- Lin Suzhen (2015). Xiaofei shehuixia jiangou de 「wanmei」 nvxing shenti xingxiang——jiyu dianying zhengrong riji de fenxi. *Xinwen yanjiu daokan*, 9, 33 & 38.
- 羅晗 (2018)。<消費主義文化的「盜獵者」——新媒體傳播中的女性「網紅」>。《新聞研究導刊》，第16期，頁65-66。
- Luo Han (2018). Xiaofei zhuyi wenhua de 「daoliezhe」—xinmeiti chuanbozhong de nvxing 「wanghong」. *Xinwen yanjiu daokan*, 16, 65-66.
- 鄒琰(2008)。<現代傳媒中女性形象批評>。《西南民族大學學報(人文社科版)》，第4期，頁114-118。
- Zou Yan (2008). Xiandai chuanmei zhong nvxing xingxiang piping. *Xinan minzu daxue xuebao (renwen shekeban)*, 4, 114-118.
- 楊霞(2017)。<新媒體視域下女性形象呈現與話語建構>。《現代傳播》，第9期，頁159-161。
- Yang Xia (2017). Xinmeiti shiyuxia nvxing xingxiang chengxian yu huayu jiangou. *Xiandai chuanbo*, 9, 159-161.
- 洪長輝、王志敏(2015)。<《玲瓏》雜誌廣告定位策略與女性形象建構>。《文化與傳播》，第6期，頁46-50。
- Hong Changhui, Wang Zhimin (2015). Linglong zazhi guanggao dingwei celue yu nvxing xingxiang jiangou. *Wenhua yu chuanbo*, 6, 46-50.
- 錢毓芳 (2010)。<語料庫與批評話語分析>。《外語教學與研究》，第3期，頁198-202。
- Qian Yufang (2010). Yuliaoku yu piping huayu fenxi. *Waiyu jiaoxue yu yanjiu*, 3, 198-202.
- 章東軼、王鐵波(2003)。<美女文化與電視中的女性形象建構>。《杭州師範學院學報(社會科學版)》，第2期，頁64-69。
- Zhang Dongyi, Wang Tiebo (2003). Meinv wenhua yu dianshizhong de nvxing xingxiang jiangou. *Hangzhou shifan xueyuan xuebao (shehui kexueban)*, 2, 64-69.
- 曹志(2017)。《網紅粉絲經濟學》。北京：人民郵電出版社。
- Cao Zhi (2017). *Wabghong jingjixue*. Beijing: Renmin youdian chubanshe.
- 蔣曉麗、劉路(2008)。<傳媒「她世紀」的女性消費與消費女性>。《社會科學研究》，第1期，頁182-186。
- Jiang Xiaoli, Liu Lu (2008). Chuanmei 「tashijie」 de nvxing xiaofei yu xiaofei nvxing. *Shehui kexue yanjiu*, 1, 182-186.
- 覃曉玲 (2017)。<網紅時代「Papi 醬」女性話語權的建構及稀釋>。《新聞傳播》，第22期，頁6-8。
- Tan Xiaoling (2017). Wangluo shidai 「papijiang」 nvxing huayuquan de jiangou ji xishi. *Xinwen chuanbo*, 22, 6-8.



- 韓躍武(2014)。〈微電影中女性形象建構的「圍城」〉。《新聞世界》，第3期，頁124-125。
- Han Yuewu (2014). Weidianyingshichong nvxing xingxiang jiangou de 「weicheng」. *Xinwen shijie*, 3, 124-125.

### 英文部分(English Section)

- Anthony, L. (2019). AntConc 3.6.0 (computer software). Retrieved from <http://www.antlab.sci.waseda.ac.jp/> (accessed 1 January 2019).
- Baker, N., Ferszt, G., & Breines, J. G. (2019). A qualitative study exploring female college students' Instagram use and body image. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(4), 277–282.
- Bednarek, M. (2008). *Emotional talk across corpora*. New York: Palgrave Macmillan.
- Berber Sardinha, T. (2000). 「Semantic prosodies in English and Portuguese: A contrastive study」. *Cuadernos de Filología Inglesa*, 9(1), 93–110.
- Chang, J., & Ren, H. L., & Yang, Q. G. (2016). A virtual gender asylum? The social media profile picture, young Chinese women's self-empowerment, and the emergence of a Chinese digital feminism. *International Journal of Cultural Studies*, 2, 1-16.
- Crystal, D. (1991). *A dictionary of linguistics and phonetics* (3rd ed). Oxford: Blackwell.
- Dittmar, H., & Howard, S. (2004). Professional hazards? The impact of models' body size on advertising effectiveness and women's body-focused anxiety in professions that do and do not emphasize the cultural ideal of thinness. *British Journal of Social Psychology*, 43(4), 477–497.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. London: Longman.
- Fairclough, N., & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In T. A. van Dijk (Ed.), *Discourse as Social Interaction* (Vol. 2, pp. 258-284). London: Sage Publications.
- Fardouly, J. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395.
- Hardt-Mautner, G. (1995). 'Only connect': Critical discourse analysis and corpus linguistics. UCREL Technical Paper 6, Lancaster: University of Lancaster.
- Hart, C. (2016). Event-frames affect blame assignment and perception of aggression in discourse on political protests: An experimental case study in critical discourse analysis. *Applied Linguistics*, 34, 400-421.
- Hunston, S. (2002). *Corpora in applied linguistics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Boulding, K. E. (1956). *The Image: Knowledge in life and society*. New York: University of Michigan Press.
- Martin, J. R. (2000). Beyond exchange: Appraisal systems in English. In S. Hunston & G. Thompson (Eds.). *Evaluation in text: Authorial stance and the construction of discourse* (pp. 142-175). Oxford: OUP.
- Martin, J. R., & White, P. R. (2005). *The language of evaluation: Appraisal in English*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- McEnery, A., & Wilson, A. (1996). *Corpus linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Network*,

- 17(4), 199–206.
- Partington, A. (2004). Corpora and discourse, a most congruous beast. In A. Partington, J. Morley & L. Haarman (Eds.). *Corpora and discourse* (pp. 11-20). Bern: Peter Lang.
- Pritchard, M., & Cramblitt, B. (2007). Media influence on drive for thinness and drive for muscularity. *Sex Roles*, 71(5–8), 208–218.
- Qian, Y. F. (2008). *Discursive constructions around terrorism in the People's Daily and The Sun before and after 9.11*. Lancaster: Lancaster University.
- Sinclair, J. (1991). *Corpus, concordance, collocation*. Oxford: CUP.
- Stockburger, D. W., & Davis, J. O. (1978). Selling the female image as mental patient. *Sex Roles*, 4 (1), 131–134.
- Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63(1–2), 79–90.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630–633.
- Tognini-Bonelli, E. (2001). *Corpus linguistics at work*. Amsterdam: John Benjamins.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Van Dijk, T. A. (2001). Multidisciplinary CDA: A plea for diversity. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications.
- Wodak, R. (2001). The discourse-historical approach. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.). *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage Publications ·
- Wodak, R., & Meyer, M. (2016). *Methods of critical discourse analysis* (3rd ed.). London: Sage Publications.
- Zhang, L. W., & Jamil, M. B. (2015). Gender inequality in Chinese news discourse: A critical discourse perspective. *International Journal of English Linguistics*, 2, 36-46.

#### 第四節：

### 新聞生產語境中的性少數群體

內外有別：  
90年代至今《中國日報(China Daily)》  
對性少數群體的另類呈現

焦霖

北京外國語大學國際新聞與傳播學院講師

## 摘要

本文從媒介再現史的角度，運用「同性戀民族主義」的理論框架，分析 1991 年以降中國最主要的對外宣傳媒體《中國日報》對性少數人群的呈現。本研究將《中國日報》對於性少數群體的呈現分為四個階段，即少量呈現(1991-2003)、急速增長(2004-2008)，高光時刻(2009-2014)和酷兒失語( 2015 至今)。本文認為，中國的官方媒體並非是具有高度同質性的統一體，在其面向不同的受眾時，成產的內容呈現出高度差異化的「內外有別」的現象。作為中國最重要官方對外宣傳媒體，《中國日報》既要迎合英語讀者，又要顧及其對外宣傳的目標。相較於《人民日報》，《中國日報》關於性少數群體的呈現相當「另類」，顯現出一個追求自由、開放、包容的國家形象。這種另類呈現的合法性建立在「同性戀民族主義」和「建構中國形象」的基礎上。但也正是因此，也導致了性少數人群在 2015 年後的逐漸失語。

**關鍵詞：**《中國日報》、性少數群體、同性戀、同性戀民族主義

## Abstract

This paper explores the history of the representations of the LGBT group in the government supported newspaper China Daily, from 1991 to now. It divides the representations into four phases: initial phase (1991-2003), the phase of rapid growing (2004-2008), peak phase (2009-2014) and the phase of silencing (2015-now). It finds out the state controlled media are not homogeneous. When they target different groups of readers, they tend to produce completely different content. As one of the most important state media that is responsible for international communication, China Daily has to balance its readers' interests and its goal of propaganda. Comparing to People's Daily, China Daily's representation of the LGBT group is rather unconventional, which constructs a country that values freedom, openness and tolerance. This kind of representation is justified through a sense of homonationalism and China Daily's global mission of national image building. However, precisely because of homonationalism, the LGBT group became silent again after 2015 with domestic and international changes of contexts.

**Keywords:** China Daily, LGBT, homosexual, homonationalism

近 20 年來，隨著中國經濟力量的崛起，其參與改變國際傳播體系的需求日趨強烈。中國政府大力推動對外傳播力量的發展，「講好中國故事」成為了中國對外傳播媒體的責任和追求。做到這一點，要求媒體從業者採取與國內報導不同的方法，譬如不排斥負面報導、平衡官方和民間的態度、平衡贊成和反對的觀點(陸地 & 高菲，2005)。在實踐中，中國的對外傳播媒體尤其注重性別議題的討論。原因有二。其一是中國媒體認識到了文化和社會議題對於建構國家形象的作用，優於說教型地直接進行政治宣傳。其二是國際輿論環境的導引，西方媒體重視性別議題的討論，尤其近年來對性少數人群去污名化的努力變成了一種西方媒體的政治正確。本文試圖從媒介批判視角出發，以《中國日報》(China Daily)對性少數人群的再現為例來探討過去三十年間中國對外傳播媒體的媒體策略，及其發展變化。

在現有的中國國際傳播實體中，《中國日報》是影響力最大的文字媒體。自 1981 年創刊以來，《中國日報》明確定位為一份向海外傳遞中國形象的對外宣傳媒體，這一屬性決定了它要在維護中國意識形態的基礎上，以英文受眾能接受的方式推動有關中國的新聞。這個辦報宗旨決定了《中國日報》的工作任務第一是宣傳中國形象，第二是與西方媒體競爭話語權。這兩者之間的張力使得《中國日報》在選題和報導策略上都與其它官方報紙有所不同。

本研究發現，中國的官方媒體並非對與性少數群體持同一的態度。與其它官方媒體不同，早在 1990 年代，《中國日報》對同性戀的報導就在試圖將其去污名化。相較於中國性少數群體在《人民日報》中的失語，《中國日報》在 2004 年改版後，大篇幅地和大尺度地報道中國性少數人群的日常生活、生存困境，以及平權運動。吊詭的是，2015 年以後，《中國日報》對於性少數人群的報導呈銳減的趨勢。2017 年至今，性少數人群話題在該報幾乎消聲匿跡。本文通過梳理 1991 年至今《中國日報》對性少數人群的再現，及其發展變化，試圖回答以下兩個核心問題：為什麼《中國日報》對於性少數人群的報導策略與其它中文官方媒體相距甚遠？為什麼在 2015 年以後，《中國日報》的相關報導顯現出了明顯的倒退？

本文認為，《中國日報》對於性少數群體的報導僅管與《人民日報》有著巨大差別，但這種差別仍然服務與其國家媒體的宣傳屬性。受國際輿論環境的影響，對性少數人群的包容和開放一度曾是社會進步的體現，因而對其進行廣泛而有同理心的報導，有利於建構正面的國家形象，是「同性戀民族主義」的表徵。與《人民日報》的讀者定位是「人民」不同，《中國日報》因其讀者定位是英語閱讀人群，其價值傾向與開放、自由。但對這種價值傾向的追求需要被放置在歷史的時空背景下來進行考察。在全球左翼思潮的影響下，性少數人群議題是可以被利用和動員的政治及話語資源。2015 年後中國媒體空間的縮小，國際範圍內全球右翼崛起，《中國日報》中的性少數人群報導也隨之急轉直下。

綜上所述，本研究的重要性在於，在中國媒體日趨內外有別的今天，提供一個歷史性的視角，批判地分析中國官方媒體的性別再現。在中國政府和媒體共同迫切地感受到向世界說明中國，用中國態度講中國故事的輿論環境下，中國的對外宣傳機制也發生了重要的變化，例如「一國一策」的傳播策略。本文試圖從批判的話語分析視角，從性少數群體這一個案出發，來探討中國官方媒體在國際傳播中展現出的民族主義傾向。

## 文獻回顧

### 《中國日報》與國際傳播中的中國形象

作為中國 80 年代以來歷史最長、最重要的官方英文報紙，《中國日報》在中英文學界都有著廣泛的研究。其中比較重要的研究路徑可分為兩類：一為針對《中國日報》的對外宣傳屬性，探討其構建的中國國際形象，和其在爭奪國際傳媒話語權中的作用；二為以具體案例為切入點，對比《中國日報》和國際媒體在同一事件上不同的報導傾向和意見表達。本研究發現，已有研究在將《中國日報》和 New York Times、Guardians 等英文媒體相比較時，僅僅注意到了《中國日報》作為中國官方宣傳媒體的獨特之處，和基於不同政治體制而產生的中國官方的政治立場。例如，在將《中國日報》對於阿拉伯之春和 2014 年的香港遊行的報導與西方媒體報導對比後，學者發現《中國日報》通過側重報導官方立場、邊緣化運動參與者等方式，來展現中國官方的政治立場(Ha & Shin, 2019; Veneti, Karadimitriou & Poulakidakos, 2016)。

在已有的案例分析中，學者多將關注點聚焦於重大的政治、經濟事件，如昆明暴恐事件、美軍的軍事行動、中國城市的國際形象、大型災難、領導人活動、環境問題、谷歌離開中國等。學者認為由於不同的利益訴求、意識形態的差異和文化差異，在一些具有爭議性的國際事件中，《中國日報》會採取和西方重要媒體迥然相異的報導方式(鄧斯佳，2015；胡美馨 & 黃銀菊，2014；薛可 & 樂萌飛，2017；趙虹 & 李川，2013；趙雅文 & 王澤帥，2016；鐘玉蓉，2015；Liu, Zhang & Qian, 2018)。然而，已有研究忽略了《中國日報》在社會性議題上，為國際化做出的與其它中國官方媒體不同的努力。例如，《中國日報》中關於性少數媒體的社會性議題，持有和其它中國官方媒體不同的態度，進行了在數量上和態度上都頗為先鋒的報導。這也是本文探討的主題。

### 媒體與性少數人群

性少數人群的國際媒介再現。在關於媒介與性少數群體的研究中，同性戀反污名化聯盟(Gay & Lesbian Alliance Against Defamation 2017)在其媒體報告中揭示，性少數人群得到與其它人群量級極不匹配的報導數量。在有限的報導中，性少數人群在大部分情況下都被污名化。美國學者 Ann Ciasullo(2001)在其研究女同性戀的媒介呈現中發現，相較於男同性戀，女同性戀群體，尤其是帶有陽剛氣質的女同性戀人群大眾媒體中的能見度更低。基於這些研究成果，本研究將考察《中國日報》是否傾向於將性少數人群污名化，以及是否傾向於報導男同性戀群體。

關於中國同性戀群體的媒介再現研究相對較少。魏偉(2010)在其對於中國同性戀題材電影的考察中指出，中國關於性少數人群的媒介再現經歷了從無到有的過程，在有限的關於同性戀群體的再現中，主流媒體仍採用刻板印象的方式，對同性戀群體進行污名化的呈現。陸新蕾(2014)指出，80 到 90 年代，中國的官方媒體對於同性戀的報道根植於艾滋病和性變態的話語之中，表現出獵奇和否定的態度。2001 年，《人民日報》此後增加了對同性戀群體的多元化報導。在 2008 年後，同性戀更加成爲了先進社會的指向標。儘管如此，王鏡茹(2017)發現，《人民日報》幾乎未曾正面直接報道或肯定中國的同性戀群體。在《人民日報》對同性戀群體的報導中，長年來有 73%-92%的報道對象是外國同性戀群體，中國本土的同性戀群體長期處於缺席的狀態。本文認為，已有的研究忽略

了中國官方媒體中的對外傳播媒體，不能揭示中國官方媒體對於性少數群體報導的複雜性。

對新華社和中國國內官方報紙的研究發現，這類媒體對國內外同性戀議題採取「內外有別」的態度。在數量上，官方媒體傾向於更多地報導外國同性戀問題，新華社關於外國同性戀議題報導的數量，是中國議題的兩倍。在態度上，中國媒體在針對國外同性戀問題時，能做到客觀公正，反之在面對國內的同性戀問題時則或是諱莫如深、或是嘩眾取寵、或是貶低取笑，實行雙重標準(管筱璞，2011；楊倩，2011；周羽佳，2015)。本文所闡釋的「內外有別」與已有研究不同，是指中國媒體在面對不同受眾時採取不同的策略。與以中國國內的中文讀者為主的中國官方媒體相比，以英文讀者為主要受眾的《中國日報》，以更加開放、包容和樂觀的態度報導性少數人群的議題。

由於中國官方媒體對於性少數群體的迴避，學者在中國媒體與性少數人群的研究領域中，更多地關注電影、紀錄片、流行音樂和網路媒體，考察性少數群體作為參與者或社會活動者如何使用多種媒介為自身賦權。例如，網友通過對中央電視台春節聯歡晚會中曖昧的性別呈現進行「酷兒」化的解讀，建構出一個想像的酷兒世界，從而加強自我的身分認同(瀋清 & 魏偉，2014)。在年輕人中，具有同性戀意味的話語「搞基」也成為了流行文化的一部分，儘管它也許意味著年輕男性運用「搞基」的 4 事項話語來強化其異性戀身分，但它同時也說明同性戀在流行文化的話語中變得更加有可見度和被接納度(魏偉，2015)。同性戀紀錄片製作者在有限的社會和政策空間內進行電影創作和流動放映，提高了同性戀人群的公共能見度，拓展了同性戀人群的社會空間，促進了同性戀人的社群建立以及自我賦權(Bao, 2018)，也挑戰了官方對於同性戀題材的審查制度(Fan, 2015)。相比之下，本文認為，以《中國日報》為代表的中國對外傳播媒體對性少數人群的關注的根本目的是建構國家形象，而對解決性少數人群的現實賦權問題並無實際助益。

### 同性戀民族主義和酷兒現代性

Jasbir K. Puar(2017)提出的「同性戀民族主義(homonationalism)」為本文提供了理論視角。通過對 911 前後美國社會對於同性戀和伊斯蘭恐懼症的分析，Puar 認為美國社會建構了「同性戀友好」的自我形象，和「恐同」的伊斯蘭文化形象，從而將整個伊斯蘭社會他者化。這種基於「同性戀友好」的文化認同感和排他感被 Puar 稱之為「同性戀民族主義」。在美國的話語空間中，「同性戀民族主義」造成了兩個後果，其一是遮蔽了美國強大的反同性戀的宗教和文化保守勢力；其二是增強了美國社會與所謂「落後」和「愚昧」的伊斯蘭文明的對立。近年來儘管中國的非官方媒體和城市青年群體對性少數人群的態度日趨寬容，但與美國不同的是，中國官方對於性少數人群的態度並不明確，在官方話語強大的語境下，媒介話語中並未建構出以「同性戀友好」為自豪感的自我形象。因此「同性戀民族主義」並不能整體移植到對於整個中國社會的分析之中，但它對於探討《中國日報》中的性少數人群再現卻至關重要。本文認為，《中國日報》將性少數人群議題作為話語資源，對中國以外的讀者建構一個「同性戀友好」的正面的中國形象，試圖增加讀者對中國的認同。因此這裡的「同性戀民族主義」是一種對外，而非對內的民族主義。

本文提出同性戀民族主義之所以成立，根源在於「酷兒現代性(queer modernity)」的建構。Puar 一書提出，美國將同性戀等同於美國文化先進性的一



個表現，因此可以通過對同性戀或性少數人群的賦權，來實現民族主義的情感認同。「酷兒現代性」即建構起了「包容同性戀」與現代性的等同關係，這種現代性在《中國日報》的敘述中非常明確。在努力希望「向世界說明中國」的過程中，《中國日報》向著這個美國「現代」的方向進行自我呈現。

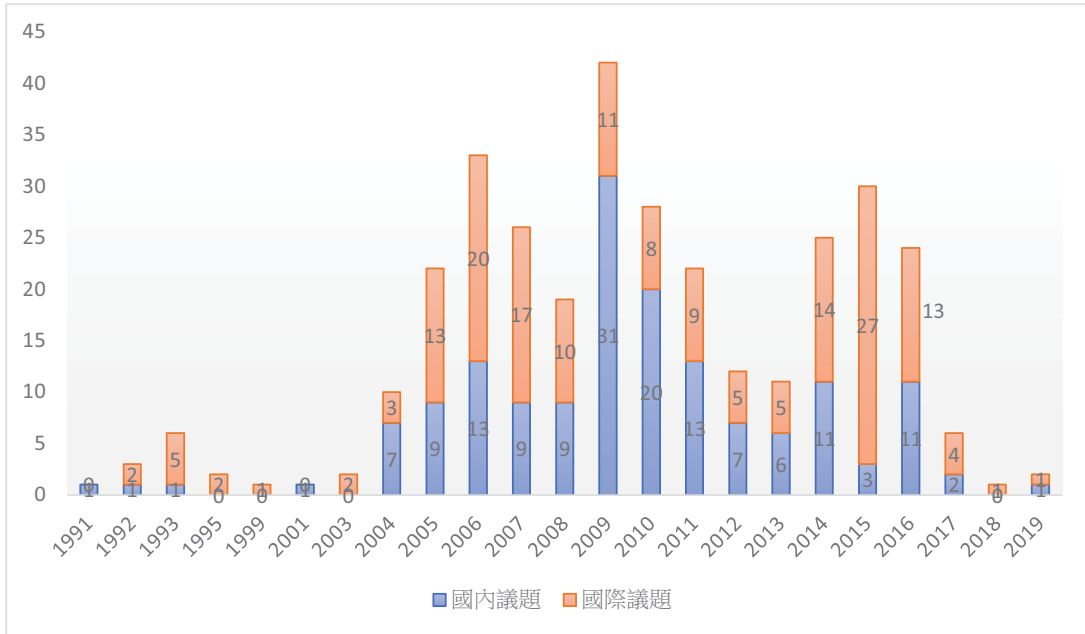
## 研究方法

本研究採用媒介批判的話語分析的方法。Fairclough(1995)指出，媒介話語可分為三個維度：文本、話語實踐和社會文化實踐。本研究將從文本和社會文化實踐的角度，在分析文字和視覺文本的基礎上，將文本所處的國內和國際社會文化語境相關聯，分析《中國日報》的性少數人群再現，並勾勒出過去三十年的發展變化圖景。作者在《中國日報》的數據庫中，搜索出標題包含 gay、lesbian、homosexual、bisexual、transgender、LGBT 等關鍵詞的文章，從 1991 年至 2019 年 10 月 10 日共 329 篇。這些文章在形式和內容上非常多樣。文章的涵蓋的領域包括宗教、科學、體育、犯罪、戀愛、婚姻、性、疾病衛生、政策制定和社會偏見等，體裁包括短新聞、特稿、評論及讀者來信，長度從 100 字至 3,000 字不等。本研究無意於對這些文章的領域、體裁和長度進行量化的分析，而更注重的是對其主題、內容和版面設計進行文字和視覺的質性分析。需要說明的是，《中國日報》對性少數人群的報導也體現了男性中心主義的傾向，其關於女同性戀的報導數量僅有男同性戀的十分之一，雙性戀和跨性別的群體得到的關注就更加有限。

基於對這 329 篇文章的分析，本研究將《中國日報》對於性少數群體的呈現分為四個階段(表一)。第一階段為 1993 至 2003 年，在這個階段中，性少數人群僅僅有少量的呈現。第二階段為 2004 至 2008 年，以性少數人群為題的文章呈急速增長的趨勢。第三階段(2009-2014)是性少數人群的高光時刻，《中國日報》中的性少數人群文章激增，並伴隨著另外一個顯著特徵，即關注中國國內性少數人群的文章遠遠超過了國際議題。其中 2009 年關注中國國內議題的文章數量是國內議題的三倍，這在中國官方媒體中實屬異類。2015 年至今為第四階段，本文稱之為「酷兒失語」。表一顯示，儘管在 2015 年性少數人群的文章總數沒有變少，但關注國內議題的文章數量顯著下降，僅為國際議題文章數量的十分之一。此外，2017 至 2019 年所有的性少數人群為題的文章加起來總共不足十篇，不足 2009 年一年文章總數的四分之一。這意味著中國酷兒議題在《中國日報》中逐漸失語。

此外，本研究將《人民日報》作為《中國日報》的參照物，反觀《中國日報》與其它中國權威官方媒體的不同之處。例如，在《人民日報》數據庫的搜索結果顯示，從 1949 到 2019 這 70 年間，《人民日報》僅有一篇文章以「同性戀」為題，與《中國日報》行程了強烈反差。上文提及，王鏡茹(2017)以「同性戀」為關鍵詞搜索出《人民日報》的文章進行研究，發現有 70%以上的議題是國際議題。相較之下，《中國日報》2009 年，有 73%的性少數人群文章是中國議題。由此可見，面對海內外的受眾，《中國日報》和《人民日報》採取了截然不同的報導方式。

表一 1991-2019 年間《中國日報》中以性少數人群為主題的文章數量



### 1991-2003: 作為「他者」的性少數人群問題

90年代到2003年間，《中國日報》對性少數人群有少量的呈現。這一階段的中國議題的報導僅僅限於中國同性戀群體調查和愛滋病防治問題，並未跳脫以《人民日報》為代表的中文官方媒體的關注領域。1991年12月10日，《中國日報》以Homosexuals為題報導了中國的同性戀數量(Wen, 1991年12月10日)，開啓了對性少數人群的關注。關注的焦點為愛滋病防治，指出男男性行為是傳播愛滋病毒的主要途徑。這一階段的國際報導主要集中於美國總統比爾·克林頓為推動同性戀人群在軍中服役的「不問不說」政策，及其為推動同性戀婚姻所做的努力。

從這一階段的報導中，可以清楚地看出，《中國日報》並未把對同性戀的接受看作是「開放」、「自由」的體現。相反，《中國日報》的作者普遍抱持一種懸置價值判斷的方式，更加關注同性戀議題在歐美政治、軍事和宗教界產生的割裂效應。例如，在關於「不問不說」政策的報導中，《中國日報》既報導克林頓一方對支持同性戀人群的游說，也報導其在黨內外遭遇的批評和阻力，強調美國在這一問題上的撕裂，和兩黨因此問題展現出的分歧和對抗(China Daily, 1992年8月11日)。因此同性戀問題是美國的一個社會問題和政治鬥爭的砝碼，而非值得追求的價值觀念。在另一例關於英國聖公會的討論文章中，文章展現出聖公會內部對於同性戀的不同態度，最終將割裂這個教派在全球的七千萬信徒(China Daily, 2003年11月6日)。將同性戀人群「他者」化的敘事模式貫穿了這個階段的報導，對同性戀議題的關注聚焦在艾滋病在本土的傳播，以及在國際社會起到的撕裂作用。

## 2004-2008：艾滋病與現代性纏繞的話語空間

2004 年成爲了《中國日報》關於性少數人群的敘述的一個轉折點。從 2004 年開始，報導的數量、內容和態度都與前時期都了巨大的差異。關於性少數人群的話語，《中國日報》展現出了與《人民日報》大相徑庭的態度。除了關注國際性少數人群的問題外，《中國日報》對於中國國內的性少數人群問題的報導數量有顯著上升。僅管關於性少數人群尤其是男同性戀人群的報導，仍然和愛滋病與性犯罪緊密相連，也有相當多的報導描述這個群體在日常生活中遭遇的歧視和不公，從而呼喚爭取性少數人權利的重要性。類似的報導傾向在中國的官方媒體中幾乎不可見，卻是一些市場化媒體會選擇的視角。

這個轉變，是由《中國日報》內部變動、中國的國家政策變化、以及世界局勢的變遷共同形塑的。在中國國家的層面上，1997 年，《刑法》將雞姦非罪化，2001 年頒布的《中國精神障礙分類與診斷標準》根據世界衛生組織的政策和自身調研的結果，正式將同性戀剔除在了精神病範圍之外，同性戀實現了非罪化和去病理化。世界範圍內，二十一世紀初是同性婚姻合法化的世界性的轉折點。除卻丹麥在 1989 年將同性婚姻合法化外，荷蘭、比利時、西班牙、加拿大、美國部分州都在 2001 至 2005 年間實現了同性婚姻合法化。新世紀後，同性婚姻已儼然成爲國際人權事務中的晴雨錶，衡量一個國家是否能夠賦予公民平等的公民權利。在探討美國加利福尼亞州的同性戀婚姻法案時，美國民主黨人士用「寬容、平等、公正」來形容同性戀婚姻權在一個社會中的意義(China Daily, 2005 年 9 月 8 日)。

自 2005 年始，《中國日報》刊登了一批報導同性戀人群的文章，此類文章有三個特點。一是講述同性戀人群在日常生活中遇到的困境，二是說明同性戀人群的境遇比此前已有了很多的進步，三是將這種進步和現代性聯繫在一起。刊登於 2005 年 8 月 17 日四版的一篇評論文章，以復旦大學高燕寧教授開設的「同性戀健康社會科學」課程爲引子，探討了中國同性戀人群的社會處境。高燕寧教授的這門課程最初與 2003 年開設，而《中國日報》的評論距課程初設已有兩年的時間。這兩年的時間裏，高教授的課程仍然持續開課，且出現了一座難求的盛況。這一現象被文章開宗明義地解讀爲：「這門課程的熱門程度是一個積極的訊號，中國社會正變得更加包容」。文章結尾又提出「我們的社會必須學會尊重現代世界的多樣性，21 世紀中國人的心態需要包括寬容和接受」(China Daily, 2005 年 8 月 17 日)。在另外一篇相關報導中，高燕寧教授對於當下同性戀人群的評價被引用：「當今的中國同性戀人群更加嚮往自由和幸福」(China Daily, 2005 年 10 月 10 日)。文章將對同性戀的包容等同於國際上的現代性，因而展現出的對同性戀歧視話語的批評，也就是展現中國的「包容」和「現代」。相較之下，《人民日報》則對復旦大學這門新課的開設隻字未提。

這一時期的《中國日報》開始關注同性戀人群在中國的艱難處境，呼籲社會做出改變，並強調中國社會的觀念已經開始變化。一篇評論認爲中國人仍然將同性戀人群等同於愛滋病患者，是不合邏輯的。同性戀人群在職場、家庭和社會領域中仍然被歧視，他們生活在恐懼之中，有很多人存在著自殺傾向(China Daily, 2005 年 8 月 17 日)。雖然中國對待同性戀人群仍有歧視和偏見，但這篇文章也強調中國取得了長足的進步，而這個進步則是現代性的突出表現。同性戀人群建立了自己的網站、酒吧，北京和上海開設了同性戀教育諮詢熱線，相較於農村同性戀的落後，居住在大城市的同性戀人群享有更多的包容和理解。文章還突出了性學家李銀河對同性戀婚姻合法化做出的努力，文章展示彼時全

球僅有零星幾個國家和美國的幾個州實現了同性戀婚姻合法化——以反襯李銀河行動的先鋒性(China Daily, 2005年8月17日)。另外一篇由國際評論員 Ravi s. Narasimhan 撰寫的關於兩會評論，還提到李銀河提案的爭議性，以此來反駁外媒對中國兩會的「平淡乏味」以及都是「事前精心設計」之感(Narasimhan, 2006年3月15日)。儘管李銀河的提案常常被《中國日報》提及，因為它「在全國範圍內都引起了注意」(Liang、Xiao, 2006年5月11日)，與之形成對比的是，《人民日報》從未提及李銀河為同性戀合法化的提案。

從《中國日報》刊登的讀者反饋來看，同性戀議題也確實贏得了海外讀者的正面反饋。一位來自紐約的讀者 George Jochowitz 發郵件讚賞了《中國日報》刊登的同性戀議題的文章。他寫道：「中國古話有言：『不怕慢，就怕站』……中國經濟在迅速發展，也許大眾對動性戀的接受程度也會隨之高速進步」(Jochowitz, 2007年8月23日)。因此《中國日報》借性少數人群這一議題，自我彰顯出其自由、寬容、開放的現代性，意圖挑戰國外媒體對中國的刻板印象，以期提升中國的國際形象。

### 2009-2014：「同志之年」開啟的高光時段

在 2009 年年底，《中國日報》使用了一個整版來敘述一年中同性戀群體的大事，並稱 2009 年為「中國的同志之年(year of gay China)」(圖一，Laskowski, 2009年12月28日)。在這個階段裏，《中國日報》在保持對國際性少數人群的關注外，還報導了形形色色的中國性少數人群的議題，包括男同性戀選美(Laskowski, 2010年1月11日, 2010年1月16日; Shan, 2010年1月15日)、同性戀婚禮(Huang & Zhang, 2010年1月13日)、同性戀情侶參與接吻比賽(Balazovic & Li, 2011年2月14日)、同志電台開播(China Daily, 2011年3月22日)、同妻(Shan, 2012年2月3日)、同性戀主題戲劇(Mei, 2012年2月17日)、同性戀親友會(China Daily, 2013年7月2日)、跨性別人群(Xu & Cheng, 2012年7月4日)、性少數人群面臨的校園霸凌(Xu, 2013年1月6日)、職場歧視(Yu, 2013年12月30日)、同性戀「治療」(Shan, 2014年8月1日)等。視覺上這一階段也是性少數人群的高光時段，《中國日報》多次用整版的篇幅和在頭版醒目的位置上刊登性少數人群的相關文章，也大量使用性少數人群的圖片——這些圖片在《人民日報》和其它中國國家級官方報刊中是不會出現的。這一階段的《中國日報》致力於塑造中國的「酷兒現代性」，「同性戀民族主義」在這一時期的《中國日報》中體現得尤為鮮明。《中國日報》不斷地強調，中國的輿論和社會環境已有明顯的好轉，對性少數人群的態度的轉變凸顯了中國社會的進步。

### I 構建全球性少數文化地圖和線性進步的中國

《中國日報》這一時期對國內外性少數人群的報導，建立起了一個有著等級優劣秩序差異的全球性少數文化地圖。在這個序列中，同性戀等同於現代性和西方化，而恐同則是東方和傳統文化的標誌。儘管中國在歷史上對同性戀更加寬容，因為中國並不像基督教國家一樣對同性戀要處以死刑，但在近幾十年來，中國對於同性戀的態度已經落後於西方了(Han, Gan, Shi & Xu, 2013年1月6日)。由於處於落後地位，中國要在性少數人群問題上不斷向現代性和西方化靠攏，使得其社會發展與經濟發展相匹配。在報導中，印度被定義成一個傳統的東方的保守國家，在描述印度新德里將同性戀非罪化時，《中國日報》引用印度的性健康機構負責人的說法：「我們終於進入了 21 世紀」(China Daily, 2009

年 7 月 3 日)。中國的同性戀運動，被稱作是「追逐遙不可及的彩虹」，這個追逐的對象是美國，之所以「遙不可及」一是因為中國有著文化和社會的多重壓力，二是因為美國人也花了超過四十年的時間來進行鬥爭(Gibson，2010 年 6 月 18 日)。

由於落後帶來的壓力，迫使《中國日報》要從「中國在不斷進步」這個角度來描述性少數群體的發展狀態，這種「線性進步」式的描述即是「同性戀民族主義」的體現。這裡本文以「世界同志運動會」(World Outgames)的報導為例來進行說明。第一屆「世界同志運動會」與 2006 年在加拿大的蒙特利爾舉辦，當年只有兩名中國人參與到了相關的文化活動中。在參與者之一 Xu Bin 回憶中，蒙特利爾那次經歷讓他/她感到非常難堪，因為那意味著「我的國家那時並不能開放地面對同性戀人群」。三年後的 2009 年 8 月，「世界同志運動會」在丹麥的哥本哈根舉辦了第二屆，而這一次，中國共有十五名男女同性戀者參與，其中有四位作爲了業餘運動員商場。這個參與本身並未受到官方的背書，整個活動是由同性戀群體籌款支持的。但是，Xu Bin 認爲，在運動會開幕式上，有十幾位中國人走過哥本哈根的市政廳前，「表現出中國正在變的更加開放，我們對我們的性取向身份更加有自信了」。一位在中國同性戀網站的工作人員 Eva Lee 也奔赴哥本哈根擔任記者，認爲此次運動會上中國隊伍的出現能夠「讓世界更加理解中國，讓他人知道中國也有很多有趣的人」(Mei，2009 年 8 月 27 日)。因此，《中國日報》借世界同志運動會的參與者之口，表達了一個這樣的觀念，對於性少數人群的接受，能夠使中國贏得更多的國際好感，也是中國正在不斷取得進步的一個標誌。

## II 打破傳統和禁忌的普通人

在《中國日報》關於性少數人群的敘述中，出現了一群敢於打破中國傳統和禁忌的普通人。這些人存在的本身，就是酷兒現代性的表現。例如，傳統上中國有「不孝有三，無後爲大」的觀念，認爲養育後代是每個人——尤其是每個男性——的責任。據學者統計，中國有 90% 以上的男同性戀者已經與女性結婚，或與女同性戀者「假結婚」，或認爲自己無可避免地會結婚，來逃避家庭的壓力(劉達臨、魯龍光，2005)。然而，也有一些同性戀者認爲這樣的選擇是不道德的，甚至是沒有社會責任感的，不僅僅因為這會傷害到不知情的配偶，一位名叫 Mu Lin 的男同性戀者反問道：「爲什麼男同性戀者總要妥協？我們應該創造一個能夠接受同性戀的大環境」(Shi，2009 年 11 月 6 日)。在同性戀者受到的所有壓力中，來自父母的壓力最讓人難以承受。而《中國日報》也關注那些敢於挑戰這個禁忌的父母，報導了一位公開支持同性戀兒子的母親，她開設同性戀親友熱線，也在大學給學生們做相關的講座(Shi，2009 年 11 月 6 日)。

在報導同性戀群體受到壓制時，《中國日報》傾向於關注那些能具體做出行動的社會組織。2009 年年末，有近十家同性戀內容的網站被勒令關閉。《中國日報》並未採訪相關的政府部門，而將視線放在了爲同性戀提供法律援助的無政府組織上。律師 Lan Yujiao 說道，他們的機構可以爲這些被關閉的網站提供免費的律師服務(Yang，2019 年 12 月 25 日)。通過這些訪問，《中國日報》塑造了一個活躍的中國社會，在這裡社會力量可以對官方行爲進行制衡。

## III 塑造更加多樣化的政府形象

與中國其它官方媒體傾向於報喜不報憂，對各類新聞事件進行正面報導的

傾向不同，《中國日報》在性少數人群的問題上，塑造的政府形象是多樣化的。《中國日報》對雲南大理的一個同志酒吧的報導，就講述了地方政府因對媒體環境和社會環境的錯誤估計，導致了好心辦壞事的一幕。2009年，在雲南大理防艾促進會負責人張建波的主導下，一家新的同志酒吧計畫在大理開業。酒吧開業的初衷在於製造一個同性戀人群的空間，並在此進行預防愛滋病的教育。不同尋常之處在於，這個同志酒吧獲得了當地政府的支持，因而以「中國政府支持的第一家同志酒吧」而聞名。然而事與願違的是，「政府支持的同志酒吧」驟然掀起了媒體熱情的關注，導致酒吧無人問津不得不推遲營業。張建波顯然對於媒體的高度關注措手不及，他懊悔道：「如果早知道，我絕對不會告訴媒體媒體」(Guo & Shan, 2009年12月2日)。因此，官方因對問題考慮的不周導致的計畫落空，顯示了政府在主導類似事件時的經驗不足、計畫不周的問題。

針對大理事件，《中國日報》事後給出了進一步的反思，認為政府應該採取更加自由主義的態度來面對同志酒吧。Zhang Tianwei 的文章認為，政府應該允許同志酒吧的「灰色」地位，政府事必躬親也許會適得其反(Zhang, 2009年12月3日)。該報還刊登了一封讀者來信支持這一觀點，這位名為 Robert Chao 的讀者，自稱來自中國以外的國家，但認為中國政府需要更加自由地對待男性同性戀，因為男同性戀的問題可以解決中國性別比失衡的問題(Chao, 2009年12月10日)。這種對於政府作為的反思和批評，是都市媒體和西方媒體的寫法，顯然不是《人民日報》採用的策略。

大理酒吧最終在12月的第三個周末秘密開業了，這條新聞佔據了《中國日報》2009年12月21日頭版左下角的位置(圖二)。當日頭條是胡錦濤談及經濟發展的問題，二條是中國經濟問題。將同性戀酒吧與國家政治經濟要聞並置在頭版，是不可能出現在《人民日報》的版面安排中的。然而，這樣的版面設計恰好說明瞭同性戀民族主義在《中國日報》中的運作方式。將整個版面放在一起閱讀，頭條是帶有強烈政治和經濟意義的，二條是經濟新聞，第三條關於同性戀酒吧的新聞可以歸為社會新聞。在向英語讀者展現中國的國家形象時，《中國日報》力圖將政治經濟這些「硬新聞」，和軟性的、(他們設想中的)高端英文讀者喜愛的新聞結合在一起，展現出一個正在迅速發展進步的一個中國形象。在這一中國形象的版圖中，性少數人群的社會地位，是中國是否「包容」、「開放」和「現代」的一個指標。

然而中國官方對性少數人群「不支持、不反對、不提倡」的態度，決定了《中國日報》的報導策略有時不能達到塑造「開放、寬容」的中國形象的效果。在其它案例中，《中國日報》中關於同性戀的報導並不能充分達到建構一個現代、包容的國家的目的。2010年1月，一場同性戀選美大賽即將在北京舉辦，比賽聚集了來自不同省份的八位同性戀角逐者，競爭去奧斯陸參加世界同性戀選美大賽的候選人資格。這次選美比賽的組織者 Ben Zhang 希望通過選美大賽，讓中國公眾看到男性同性戀群體是「健康、性感、時尚」的(Laskowski, 2010年1月11日)。在後續報導中，《中國日報》援引青島大學教授張北川對這次活動的評價。儘管張北川對於選美是否是掃除偏見的最佳選擇抱有疑意，他還是認為這個活動是社會進步的一個訊號，「反映了國家對同志群體舉辦這樣的活動持有更加開放和包容的態度」。張北川還嘗試從國家的角度來理解同性戀去污名化的好處。他說：「在一個沒有歧視的社會，同性戀將對國家發展做出更多貢獻，因此每個人都是受益者，不論異性戀還是同性戀者」(Shan, 2010年1月15日)。然而僅僅一天後，選美比賽就在開場前一小時被北京的執法部門勒令停止。寫

文總結 2009 為中國的「同志之年」的記者 Laskowski 詢問世界同志選美大賽在菲律賓區的代表 Dennis Sebastian：「你認為這是中國的一個巨大的退步嗎？」Sebastian 回答說：「類似事件也發生過。不是退步，但也絕對不是進步」（Laskowski，2010 年 1 月 16 日）。類似的事件頻繁出現，使得「同性戀民族主義」式的敘事受到了限制。

當新聞的發展不能符合綫性的歷史敘述時，《中國日報》的報導會力圖選擇報導批評的聲音，以顯示性少數人群的處境並非在退步。其中一件讓人驚訝的事是，杭州一個出版社出版的性教育讀本中寫道「同性戀是不正常的性關係」，並在杭州的中小學發行。這個讀本的寫作者顯然不瞭解中華醫學會精神病學分會早在 2001 年就將「同性戀」排除在「性變態」之外了。針對此事，《中國日報》的稿件將重點放在了十八位同性戀家長的抗議公開信上，這封公開信要求出版社立刻停售，召回已經發行的書籍，並在新版中修改和同性戀相關的部分。聯名信的作者之一 Fan Xiyun 是一個同性戀男性的母親，親歷了兒子在中小學中受到的霸凌後，她對這本書的作者憤怒又不解。Fan 憤怒和不解的地方需要進行進一步的解讀，作為一個 56 歲的老人，她認為自己年輕時，社會對同性戀的第一是可以理解的，但是在當時的社會，教育應該有進步和變化(Shi，2012 年 9 月 7 日)。這位母親將綫性進步的歷史觀應用在了同性戀問題上，然而發現其並不能解釋現實問題。《中國日報》對這位母親的疑問的引用也可達到雙重目的，第一質疑這本書籍的合法性，第二仍從一個側面肯定了綫性進步的歷史觀念。

《中國日報》也能展開對政府的尖銳批評。2009 年 6 月 7 日至 14 日，上海舉辦了中國第一屆「驕傲周」活動。這一活動在中國國內媒體上幾乎沒有任何報導，然而卻醒目地出現在了《中國日報》的頭版。然而活動進行到第五天，就有多個場地被強令關閉，或禁止放映，《中國日報》對此也進行了報導。記者並力圖採訪到發布禁令的官方部門，但卻徒勞而返，最終只能引用中國政法大學的一位研究者的話來找到活動受阻的原因：「儘管官方不能直接說『禁止同性戀組織類似活動』……但他們仍然以他們的方式介入了，這暴露出官方對這個群體的歧視」(Qian & Wang，2009 年 6 月 12 日)。在後續報導中，Chen 寫道：「一些中國政府官員不能體認和接受性少數人群(LGBT)是正常人，否認他們應有的尊嚴和平等的權利」。Chen 認為，對於上海這個號稱開放進步的城市來說，干涉驕傲周的活動是個「真正的恥辱」。政府的幹預發出了一個錯誤的信號，表明性少數人群不能享有基本的公民權利。如果上海不能接受、包容、理解性少數人群，那麼它更無法應付 2010 年的世界博覽會(Chen，2009 年 6 月 16 日)。除了用詞激憤外，這個評論將問題指向了上海市和上海政府。性少數人的權利不僅是基本的公民權，而且是中國邁向更加成熟、包容的現代化國家中重要的一步，而作為全國最重要的經濟中心上海，卻也未能做出讓人亮眼的舉措，實在讓人憤怒失望。在關於性少數人群的議題上，用詞立意如此激烈的官方媒體，恐怕只有《中國日報》一家。

#### IV 綫性歷史敘事的視覺呈現

《中國日報》不僅僅在文字報導中塑造了一個在性少數人群問題上綫性進步的國家，同時也用視覺語言來表達這個意象，這一部分將試舉幾例進行說明。《中國日報》在視覺和文字上非常大膽的是一篇以「Nothing's same now, Comrade」為題的評論文章和其配圖(圖三)。2010 年 6 月初，北京公交集團發布了一份新的服務指南，告知服務人員在稱呼乘客時，不再使用「同志」這個稱

呼，取而代之的是「先生」和「女士」。文章以這一事件為引子，評述了「同志」一詞如何喪失了革命的光暈，變成了同性戀的代稱。讓人頗感大膽的是，作者稱這一舉措是對「已死的理想主義的最後一擊」。作者追溯了「同志」在法國大革命中的起源，和孫中山領導的國民黨，以及隨後共產黨在革命中對這個詞的使用。然而，作者認為，50年代以後全民無差別性地使用「同志」作為稱呼，象徵了一種全民無理性的狂熱。也正式因為「同志」在全民中無差別地使用，使它喪失了最初的革命意涵。在作者的記憶中，「同志」不是全民無間的粘合劑，而是一個冰冷又疏遠的正式稱謂。而後，「同志」一詞被香港和台灣的年輕人挪用，成為同性戀的代名詞，也被大陸青年廣泛使用，這給官方帶來了巨大的話語麻煩。作者認為，讓十幾億人口都有「同志」的認同是不現實的。「正如所有的生鮮產品都有下架日期，『同志』也應該留給歷史博物館了」（Zhou，2010年6月4日）。文章的漫畫配圖幾乎佔據了半個版面（圖三），圖左是一對革命同志雙手交握。從長袍馬褂的穿著可以看出，他們所處的時間段是1949年以前，他們所處的地點不是在解放區，而是在國統區。作為青年知識分子，他們受到了革命思想的鼓舞和紅星的照耀，萌生了革命友誼。圖右是一對當代「同志」，一位長髮披肩穿著背心和寬腿褲，肌肉健碩，一位頭髮吹得筆挺，戴著項鍊，穿著花短褲和框威球鞋。兩位外表時髦的年輕人在一顆閃閃發光的紅心前牽手，超越性別的愛情是二人牽手的理由。時光流逝，革命者的紅星被同性戀者的紅心所替代，象徵著一個全民革命的國家正在被自由化和世俗化的價值所取代。這張圖一方面展現了這個階段《中國日報》辦刊的大膽，一方面也預示著日後性少數人群在《中國日報》中的失聲。

《中國日報》還運用了將個人歷史與家國歷史相結合的方法，凸顯同性戀人群的境遇在過去幾十年中發生的變化。2010年，一位記者採訪了北京一位72歲老年男同性戀者的生日宴會，並採訪了他的人生故事。這位化名為Ba Li的老人，16歲起就發現了自己是一名同性戀。1977年在他年近40歲的時候，因雞姦被判入獄三年。隨後的80年代，他又陷入了四年的牢獄之災。Ba Li在獄中受盡了歧視和凌辱，甚至考慮過自殺。但當他1986年出獄後，他發現人們對同性戀的態度已經開始轉變。他後來以賣北京地圖為生，並派發預防愛滋病的小冊子——儘管經常被警察以「淫穢」之名查沒。他有一位穩定的伴侶，和大多數他們同輩人的選擇一樣，他的伴侶有妻子和孩子。歷經坎坷後，Ba Li在吹滅生日蠟燭後，還是感慨道：「我這一生有悲傷也有快樂，如今大家終於不再認為我是一個做壞事的人，我也終於可以抬起頭做人了」。在《中國日報》的解讀中，中國自90年代以來在同性戀問題上日漸寬容，Ba Li的故事就是一個例子（Cao，2010年2月24日）。以Ba Li的故事為引子，中國日報再一次動用整個版面來敘述中國同性戀人群過去幾十年的遭遇，以及取得的進步。版面標題用醒目的巨大字體表示：「中國的同性戀權利：通向尊重之路」，標題右下方是Ba Li在生日宴會上追思過往感嘆當下時激動流淚的照片，標題之上是一張同性戀情侶在前門拍攝婚紗照的照片（圖四）。兩相對照，「通向尊重之路」的一端是老人Ba Li不堪回首的過往，另一端是當代先鋒、自由、開放的女同性戀情侶。往事不可追，Ba Li老人的圖像雖然佔據了視覺的中心點，但卻是一幅小圖，象徵著那些不得不去回顧的過去。而象徵者通往未來之路的當代女同性戀，則佔據了版面更加標誌性的位置，起到了向未來宣言的作用。通過語言和視覺的敘事，《中國日報》塑造了一個不斷在進步的歷史進程，在這個進程裏，雖然有人經歷了苦難，但最終的結果一定是同向光明和開放的。



版面上這對女同性戀情侶的婚紗照，是 2009 年情人節在前門附近拍攝的。當時一同拍攝的，還有一對男同性戀情侶。這兩對情侶當天的照片，在《中國日報》中反覆出現在醒目的位置(圖一，圖四，圖五)。在中國並沒有實現同性戀婚姻合法化的前提下，這幾張高調的照片可以從不同的角度來解讀。照片的主人公選擇前門這個高度公開的場所，並吸引到大量路人圍觀，增加了同性戀人群的公共空間能見度。另外，前門位於天安門廣場最南端，是中國政治象徵的中心，在這裏拍照也無疑帶有政治意涵，敦促政府正式同性戀婚姻問題。儘管同性戀在中國歷史中並不少見，但中國文化的主流是異性戀大家族主導的。前門則是這種傳統文化的象徵符號，而在前門前做出同性戀婚姻宣言，也無疑挑戰了這一傳統文化的權威性。

迄今互聯網上還能找到多張兩對情侶當天的照片。《中國日報》刊登的這兩張照片(圖四，圖五)，是經過精心挑選的。第一，這兩張照片都以同性戀情侶佔據視覺中心點，前門或被縮小到一個小遠景，或是一個不太能認出來的園拱門，降低了視覺上的挑戰性。同時增加了另一重含義，即傳統與現代的融合。正如另一位同性戀者在另一篇文章中表達出的對兩對情侶的欽佩。作為一個不敢「出櫃」的同志，Xiao Yi 目睹了前門這次婚紗拍攝，深覺兩對情侶十分有勇氣(Yang, 2010 年 2 月 12 日)。因此，經過選擇的圖片，淡化了視覺上的「挑戰」，而更加強調當事者的「勇氣」。

這種綫性的進步的敘事框架不僅僅限於同性戀議題，也延伸到了跨性別群體。2012 年 7 月 4 日，《中國日報》佔用了兩個版面，來探討中國的跨性別人群(圖六)。文章配圖幾乎佔據了一半的空間，為一幅兩面人的剪影，剪影中的右側人像為男性面孔，左側面孔睫毛長而上翹，頭髮長而卷，是一位女性的面孔。剪影中心以巨型字體寫出文章標題：「轉變中(In transition)」。結合文章閱讀，這個「轉變」有雙重含義，一是指跨性別人群從男性變成女性的「轉變」，二是指中國在經歷一個對性少數人群由排斥到包容的「轉變」。文章以一個河北青年 Xu Hui 的悲劇故事開場，在這個故事中，農村青年 Xu Hui 因為從小就認為自己是女性，被父母關在一個磨坊裏，他們請來了驅魔人、心理醫生和針灸師，為他「治療」，而治療的結果卻是 Xu Hui 幾乎不能呼吸，並喪失了行動的自由。儘管如此，文章仍援引了大量中國學者的研究和數據，以及生活在大城市中的跨性別人的故事，來說明「青年人正在引導全社會對性少數群體更加寬容」(Xu & Cheng, 2012 年 7 月 4 日)。

### 2015-2019：酷兒失語

自 2015 年以來，《中國日報》中的性少數人群類別的報導銳減，幾乎在報紙的主要內容中消失。在文章總量減少的情況下，關注的重心向國際性少數人群傾斜，中國國內的議題變成單一化的聚焦於同性戀與愛滋病這個議題上(圖七)。在 2019 年上半年度，《中國日報》沒有刊登一篇以性少數人群為標題的文章。

這個消失，本文稱之為酷兒失語。本文通過對《中國日報》的內容、國內外輿論環境的考察，來粗略判斷這個失語的原因。近年來，中國內部的輿論環境日趨保守，主流媒體會歸於傳統的性別角色的定義(Wei, 2018, p.9)。從 2015 年開始，官方的對於同性戀等議題的媒體政策逐漸收緊。2015 年 12 月 31 日，中廣聯合會電視製片委員會和中國電視劇製作產業協會聯合制定了《電視劇內容製作通則》，通規定不得製作「渲染淫穢色情和庸俗低級趣味」的內容，其中

包括「展現和展示非正常的性關係、性行爲，如亂倫、同性戀、性變態、性侵犯、性虐待及性暴力等」(中國電視劇製作產業協會，2019年8月20日)。2017年6月30日，中國網絡視聽節目服務協會發布了《網絡視聽節目內容審核通則》，禁止「表現和展示非正常的性關係、性行爲，如亂倫、同性戀、性變態、性侵犯、性虐待及性暴力」等(央視網，2017年6月30日)。這一審核通則下達後，很多中國的同性戀網站和網路社群都受到了影響(Wei, 2018, p.9)。更讓人不安的是，兩個通則都將同性戀和性變態、性侵犯、性虐待和性暴力相提並論，不僅僅在電視劇和網絡審核中產生了負面效應，其它類型的媒體產品也受到了衝擊，本文認為《中國日報》也因此對性少數人群的議題更加審慎。

世界性的政治環境「向右轉」同樣也對酷兒現代性產生了挑戰。隨著2016年英國公投脫歐和2017年唐納德·特朗普上任美國總統，歐美政治經歷了向右急轉向的過程。特朗普自2015年下半年參加總統競選以來，以其種族主義和性別歧視的言論贏得了部分民衆的支持。特朗普上任後，又接連任用了多位對公開歧視性少數人群的官員(Moreau, 2018)。在這個環境下，性少數人群和現代性之間的連結遭到了挑戰。

自2005年超級女生李宇春走紅後，中國的音樂領域出現了多位酷兒人物，學者王黔認為政府有限度地允許酷兒音樂人的存在，原因之一就是酷兒文化在全球的重要性(Wang, 2015)。隨著歐美國家右翼政治的興起，全球性範圍內酷兒文化都遭到了挑戰，酷兒在《中國日報》的失語也是由此環境催生的。

「綫性進步」這樣的報導策略在這一階段中逐漸失靈。2016年年初，《中國日報》報導了兩位湖南的男同性戀起訴當地政府，因當地政府不允許二人注冊結婚，侵犯了他們的公民權利。他們的辯護律師 Shi Fulong 認為，「一些國家已經在法律上認可了同性戀的婚姻權。也許對中國來說還早，但我希望這個案件能够引起公衆的關注並推動改變」(Zhou & Feng, 2016年1月7日)。預料之中的是，法院判決二人敗訴。在國內環境不斷收緊、國際政治向右轉、綫性進步式的敘事方式不再有效的情况下，「酷兒」在《中國日報》徹底失聲，2017至2019年一共只有不到十篇文章以此為題。

## 結語

近些年來，隨著中國政府對對外宣傳能力的重視與建設，一批有影響力的多語種媒體獲得了長足的發展。但值得注意的是，在其對外宣傳的目標指導下，這些媒體的內容也許與本土官方媒體有相當大的差異。綜觀《中國日報》的關於性少數人群的報導，經歷了由少量呈現到數量增多，再由高度關注到徹底失聲的過程。造成這一歷史進程的原因，是國內國際因素的合力。儘管《中國日報》對性少數群體曾有開放、包容、先鋒的報導，但這些報導策略是基於對國際形勢的判斷和「講述中國故事」二者平衡的結果。《中國日報》曾一度以綫性進步的方式描繪中國性少數群體的發展狀況，以迎合英文讀者的喜好，建構了以「酷兒現代性」為基礎的「同性戀民族主義」。爾當全球右翼政治崛起後，由於意識到歐美政治的保守性，對性少數人群的報導就響應銳減。因此，作為官方的對外傳播媒體，《中國日報》對性少數人群的再現始終是高度有選擇性的，最終為其「建構國家形象」這一目標而服務。隨著「一國一策」這樣的宣傳政策的出臺，中國官方媒體的地圖正在日趨複雜。本文認為中國官方媒體並非鐵板一塊，但同時官方媒體的多樣性也需要批判地被審視。

## 參考文獻

### 中文部份(Chinese Section)

- 中國電視劇製作產業協會(2019年8月20日)。《電視劇內容製作通則》。上網日期：2019年10月12日，取自  
<http://www.ctpia.com.cn/index/sousuo/detail?id=178&isid=6&isflag=1>
- 央視網(2017年6月30日)。〈中國網絡視聽節目服務協會發布《網絡視聽節目內容審核通則》〉。上網日期：2019年10月6日，取自  
<http://news.cctv.com/2017/06/30/ARTIm9a7zMhtdUHKCE0OqlfP170630.shtml>
- 周羽佳(2015)。《中國報紙媒體同性戀群體新聞報道研究》。浙江大學傳媒與國際文化學院碩士論文。
- 胡美馨 & 黃銀菊(2014)。〈《中國日報》和《紐約時報》態度資源運用對比研究：以美軍在利比亞軍事行動報道為例〉。《外語研究》，第4期，頁24-30。
- 楊倩(2011)。〈國內媒體對同性戀報導現象的分析〉。《新聞愛好者》，第2期，頁54-55。
- 趙虹 & 李川(2013)。〈從語類結構看中美災難純新聞報道的態度表達——以《中國日報》和《紐約時報》突發空難報道為例〉。《中國礦業大學學報(社會科學版)》，第15卷第1期，頁137-144。
- 趙雅文 & 王澤帥(2016)。〈中美媒體「2015 習近平訪美」報道的主題差異分析——以《中國日報》與《紐約時報》為例〉。《新聞大學》，第4卷第11-18期，頁148-149。
- 管筱璞(2011)。《同性戀者在中國的媒介形象與表達：新華社六十年同性戀報道研究(1951-2010)》。中國人民大學新聞學院碩士論文。
- 鄧斯佳(2015)。〈中美關於我國突發事件編譯比較——以CNN與《中國日報》關於昆明火車站「3·01」暴恐事件的新聞報道為例〉。《解放軍外國語學院學報》，第38卷第3期，頁112-118。
- 劉達臨，魯龍光(2005)。《中國同性戀研究》。北京：中國社會出版社。
- 薛可 & 欒萌飛(2017)。〈中美新聞框架下的上海形象建構——基於《紐約時報》與《中國日報》的對比研究(2007-2016)〉。《新聞記者》，第3期，頁63-70。
- 魏偉(2015)。《酷讀中國社會：城市空間，流行文化和社會政策》。桂林：廣西師範大學出版社。
- 瀋清 & 魏偉(2014)。〈國家與市場共同形塑的性別多元再現：「酷讀」2013年央視春晚〉。《國際新聞界》，第1期，頁76-89。
- 鐘玉蓉(2015)。〈中美紙媒環境新聞對比研究——以《China Daily》與《Washington Post》對中國霧霾報道為例〉。《西部廣播電視》，第5期，頁24-25+46。
- 王鏡茹(2017)。《他者的再現：〈人民日報〉的同性戀形象研究》。重慶大學新聞學院碩士論文。
- 陸新蕾(2014)。《從話語再現到身份抗爭：大眾媒介與中國同性戀社群的互動研究》。復旦大學新聞學院博士論文。

### 英文部份(English Section)

Bao, H. (2018). Queer comrades: Gay identity and tongzhi activism in postsocialist

- China. Copenhagen: NIAS Press.
- Balazovic, T. & Li, J. (2011, February 14). Couples target mall's kissing contest to promote gay rights. *China Daily*, p.25.
- Chao, R. (2009, December 10). Be more liberal on gay bars. *China Daily*, p.8.
- Chen, W. (2009, June 16). Gay festival teaches tolerance. *China Daily*, p.8.
- China Daily (2005, August 17). Gay college course start of nation's lesson, p.4.
- China Daily (1992, August 11). Gay politics gains steam this year, p.4.
- China Daily (2011 March 22). Gay radio station finds acceptance, p.20.
- China Daily (1992, November 17). Gay rights divide US military.
- China Daily (2003, November 6). Gay row hurting Anglican unity, p.4.
- China Daily (2005, September 8). California backs gay marriage, p.6.
- China Daily (2005, October 10). Lesbians, gays gaining acceptance on mainland, p.2.
- China Daily (2005, October 28). South: gay citizens march for tolerance, p.5.
- China Daily (2010, July 9). Gay man told blood challenge has stalled, p.26.
- China Daily (2013, July 2). 'I was tired of fooling my parents', p.5.
- Fan, P. (2015). Challenging authorities and building community culture: Independent queer film making in China and the China queer film festival tour, 2008-2012. In Engebresten, E. L. & Schroeder, W. L (eds.), *Queer/Tongzhi China: New perspectives on research, activism and media culture* (pp. 81-88). Copenhagen: NIAS Press.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Gan, T. (2009, June 23). Crowds throng to gay film festival. *China Daily*, p.20.
- Gibson, L. (2010, June 18). Chinese gays are chasing the elusive rainbow. *China Daily*, p.29.
- Ha, J. S. & Shin, D. (2019). Portraying China as an alternative to U. S. hegemony: The China daily's framing of the arab spring. *Atlantic Journal of Communication*, 27(3), 200-215.
- Han, B., Gan, T., Shi, Y. & Xu, L. (2013, January 6). Beijing gay in China. *China Daily*, p.3.
- Huang, Z. & Zhang, A. (2010, January 13). In a 'first', gay couple tie the knot. *China Daily*, pp.1-2.
- Jochnowitz, G. (2007, August 23). Progress toward gays. *China Daily*, p.11.
- Laskowski, C. (2009, December 28). Year of Gay China. *China Daily*, p.16.
- Laskowski, C. (2010, January 11). First Mr Gay China pageant unveils contestants. *China Daily*, p. 26.
- Laskowski, C. (2010, January 16). Inaugural gay pageant ordered to shut down. *China Daily*, p.2.
- Liang, Q. & Xiao, J. (2006, May 11). New hotline to offer help to gay people. *China Daily*, p.3.
- Liu, L., Zhang, C. & Qian, J. (2018). Discourse interaction in *The New York Times* and *China Daily*: The case of Google's departure. *Critical Arts*, 32(5-6), 68-86.
- Mei, J. (2009, August 27). Crossing the finish line. *China Daily*, p.20.
- Mei, J. (2012, February 17). What a gay day for Alice. *China Daily*, p.20.
- Moreau, J. (2018). Trump in transnational perspective: Insights from global LGBT politics. *Politics & Gender*, 14, 619-648.
- Narasimhan R. S. (2006, March 15). What's tame about gay marriages and euthanasia? *China Daily*, p.4.
- Puar, J. (2017). *Terrorist assemblages: Homonationalism in queer times*. Durham and London: Duke university press.
- Qian, Y. (2009, June 10). Shanghai hosts first gay pride festival. *China Daily*, p.1.

- Qian, Y. & Wang, H. (2009, June 12). Gay party starts to lose its sparkle. *China Daily*, p.2.
- Shan, J. (2010, January 15). Gay pageant contestants want acceptance, not hype. *China Daily*, p.6.
- Shan, J. (2012, February 3). Millions of wives wed to gay men: expert. *China Daily*, p. 5.
- Shan, J. (2014, February 21). Activist for gay rights sues after NGO requests denied. *China Daily*, p.4.
- Shan, J. (2014, August 1). Lawsuit challenges alleged gay ‘cure’. *China Daily*, p.4.
- Shan, J. (2014, November 24). Gay-dating app finds financial boost. *China Daily*, p.1.
- Shan, J. (2016, April 14). Same-sex marriage case lost. *China Daily*, p.5
- Shang, B. (2010, February 24). Court favors gay partner in pioneering property dispute. *China Daily*, p. 6.
- Shi, Y. (2009, November 6). Fake marriage a real option for gays, lesbians. *China Daily*, p.4.
- Shi, Y. (2012, September 7). Booklet tells parents to ‘prevent’ homosexuality. *China Daily*, p.4.
- Veneti, A., Karadimitriou, A. & Poulakidakos, S. (2016). Media ecology and the politics of dissent: representations of the Hong Kong protests in *The Guardian* and *China Daily*. *Social Media + Society*, July-September, 1–13.
- Wang, Q. (2015). Queerness, entertainment, and politics: Queer performance and performativity in Chinese pop. In Engebresten, E. L. & Schroeder, W. L. (eds.), *Queer/Tongzhi China: New perspectives on research, activism and media culture* (pp. 153-178). Copenhagen: NIAS Press.
- Wei, W. (2018). The normalization project: The progress and limitations of promoting LGBTQ research and teaching in mainland China. *Journal of Homosexuality*, DOI: 10.1080/00918369.2018.1530883
- Wen, J. (1991, December 10). Homosexuals. *China Daily*, p.6.
- Wu, W. (2010, July 1). Gay man sues over blood donation. *China Daily*, p.25.
- Xie, C. (2006, November 9). Beijing opens nation’s first free clinic for gays. *China Daily*, p.3.
- Xu, J. & Cheng, A. (2012, July 4). In transition. *China Daily*, pp.18-19.
- Xu, L. (2013, January 6). LGBT students deal with bullying. *China Daily*, p.4.
- Yang, W. (2009, December 25). Gay websites closed due to pressure. *China Daily*, p.25.
- Yang, W. (2010, February 12). Gay couple tells of love and fears for Valentine's Day. *China Daily*, p.14.
- Yu, R. (2013, December 30). Openly gay still taboo in China’s workplaces. *China Daily*, p. 4.
- Zhang, T. (2009, December 3). More liberal approach needed for gay bars. *China Daily*, p. 27.
- Zhihua. (2013, December 1). Forum for gays just a click away, p.4.
- Zhou, W. & Feng, Z. (2016, January 7). Gay men ask court for right to marry. *China Daily*, p.5.
- Zhou, R. (2010, June 4). Nothing’s same now, Comrade. *China Daily*, p. 18.

## 附錄：圖片

圖一 同志之年



圖二 大理政府支持下同性戀酒吧開業的報導

# 中国日報

# CHINA DAILY

THE NATIONAL ENGLISH LANGUAGE NEWSPAPER

**Diver sets world record in waterfalls**  
Page 10

**New catches, big expectations for Alan Ky**  
Page 12

**A quandary over fossil fuel**  
China Business Weekly

---

## China seeks to clear up summit deal

**By Xu Jun**

China headed the Copenhagen Summit, leading it in negotiations and setting the agenda. It also set the tone for the summit, emphasizing the "pledge" mechanism. In the aftermath of the summit, however, it has been reluctant to accept a "pledge" mechanism, which would be binding on all nations. China's foreign ministry has said it will continue to work with other countries to reach a common understanding.

China's position is clear. It will continue to work with other countries to reach a common understanding. It will continue to work with other countries to reach a common understanding.

**President Hu Jintao (right) talks with Fernando Quiroga, Mexico's new chief executive, during the groundbreaking ceremony for the University of Mexico's new campus on the island of Xucumanhuitan in Mexico City, Guaymas province yesterday.**

## Hu urges diverse growth

**► Mexico casino boom has lifted region's economy but has led to income inequality**

**By Deanna Jin**

MEXICO President Hu Jintao today urged Mexico to diversify its economy, warning that the country's over-reliance on tourism and exports could be a major risk. He said that the country's economy has been booming since the start of the year, but that it is still heavily dependent on tourism and exports. He urged the government to diversify its economy and to improve its infrastructure.

---

## Govt-backed gay bar opens

**By Xu Jun**

China's first government-backed gay bar has opened in Beijing, marking a milestone in the country's LGBT rights. The bar is located in the heart of Beijing and is the first of its kind in the country. It is owned and operated by a government-owned company. The bar is open to all LGBT individuals and is a popular destination for the community.

**Dancers perform 'The Red Ribbon' at the grand show celebrating the 10th anniversary of Mexico's return to the mainland on Saturday.**

**► Mexico's new leader**

**By Xu Jun**

MEXICO'S new leader, Fernando Quiroga, has taken office, promising to continue the country's economic growth while addressing social issues. Quiroga is a member of the Institutional Revolutionary Party (PRI). He has a long history in Mexican politics and has served in various government positions. He is expected to continue the economic reforms initiated by his predecessor, Felipe Calderón.

---

**Malindang sends sympathy to Taiwan after earthquake**

The Malindang government in Taiwan has expressed its sympathy for the victims of the recent earthquake in Taiwan. The government has offered financial aid and other forms of assistance to the affected areas. The Malindang government is committed to helping the people of Taiwan in their time of need.

**In this issue:**

- China's new leader
- Malindang sends sympathy to Taiwan
- Govt-backed gay bar opens
- Hu urges diverse growth
- China seeks to clear up summit deal
- Mexico's new leader
- Dancer performs 'The Red Ribbon'
- Malindang sends sympathy to Taiwan

資料來源：China Daily, 2009年12月21日，頭版

圖三 評論《同志，現在一切都不同了》

life

CHINA DAILY 中國日報 CHINADAILY.COM.CN/LIFE

Tomorrow  
Bring on the brinjal  
While this humble vegetable is known  
to cultures across the world, it is in  
China that it comes into its own.



FRIDAY, JUNE 4, 2010 PAGE 18



Going to take a snapshot of her father's home in Shanghai.

Return of a screen goddess

By LUI WEE  
JULIA BOND  
Going to be the star of a hit film...  
The actress...  
The actress...  
The actress...

Pity the poor word '同志', once the great equalizer it now has the connotation of official pomposity or a wink-wink reference to gay-friendly community.



Nothing's same now, Comrade

Early this week I had a report of that the Beijing Public...  
The word '同志' (Comrade)...  
The word '同志' (Comrade)...  
The word '同志' (Comrade)...



XIAO YI

'Comrade' was once cool, but anything so ubiquitous will eventually lose its appeal...  
The word '同志' (Comrade)...

...and the word '同志' (Comrade) is now...  
The word '同志' (Comrade)...

Readers in a flap over new issue of revered magazine

By XIAO YI  
The magazine...  
The magazine...  
The magazine...

...and the word '同志' (Comrade) is now...  
The word '同志' (Comrade)...



XIAO YI

Readers...  
The magazine...

資料來源：China Daily，2010年6月4日，18版



圖四 《中國的同性戀權利：通往尊重之路》



# Gay rights in China: ROAD TO RESPECT

► Pensioner's life shows the shift in attitudes towards homosexuality in China but experts say challenges still lay ahead. Cao Li reports

**T**he world's oldest gay and lesbian, Liu Li, has been named as the first Chinese citizen to be named in the Guinness Book of Records. Liu, 102, is a pensioner who has lived in Beijing for 40 years. She is the first Chinese woman to be named in the Guinness Book of Records.

The pensioner, who said she is 102, has been named in the Guinness Book of Records as the first Chinese woman to be named in the Guinness Book of Records. She is the first Chinese woman to be named in the Guinness Book of Records.

In 1972, Liu was named as the first Chinese woman to be named in the Guinness Book of Records. She is the first Chinese woman to be named in the Guinness Book of Records.

**Teaching tolerance**  
A survey of 1,200 gay men in Chengde, Jinan, Changsha, Wuhan, Lanzhou and Fuzhou found:  
- 75% believe it is necessary to have a partner  
- 65% believe it is necessary to have a partner  
- 55% believe it is necessary to have a partner

Her partner, who said he is 102, has been named in the Guinness Book of Records as the first Chinese man to be named in the Guinness Book of Records. He is the first Chinese man to be named in the Guinness Book of Records.

**A junior high school textbook printed in 2005 taught children about not discriminating against homosexuals.**  
SHANG BICHANG  
A teacher at Qinghai University

In 1972, Liu was named as the first Chinese woman to be named in the Guinness Book of Records. She is the first Chinese woman to be named in the Guinness Book of Records.

**One night my mother sneaked into my bedroom when she thought I was sleeping and checked my body for abnormalities.**  
SHI LI  
A gay teacher in Beijing

China's gay rights are still in their infancy, but the country's oldest gay and lesbian, Liu Li, has been named as the first Chinese citizen to be named in the Guinness Book of Records.

Above: A lesbian couple poses for photos during a gay rights festival in Shanghai, China. Left: An evangelist Shi Li wearing his 17th birthday party in Beijing.



China's gay rights are still in their infancy, but the country's oldest gay and lesbian, Liu Li, has been named as the first Chinese citizen to be named in the Guinness Book of Records.

**One night my mother sneaked into my bedroom when she thought I was sleeping and checked my body for abnormalities.**  
SHI LI  
A gay teacher in Beijing

China's gay rights are still in their infancy, but the country's oldest gay and lesbian, Liu Li, has been named as the first Chinese citizen to be named in the Guinness Book of Records.

China's gay rights are still in their infancy, but the country's oldest gay and lesbian, Liu Li, has been named as the first Chinese citizen to be named in the Guinness Book of Records.

Above: A lesbian couple poses for photos during a gay rights festival in Shanghai, China. Left: An evangelist Shi Li wearing his 17th birthday party in Beijing.

China's gay rights are still in their infancy, but the country's oldest gay and lesbian, Liu Li, has been named as the first Chinese citizen to be named in the Guinness Book of Records.

**A junior high school textbook printed in 2005 taught children about not discriminating against homosexuals.**  
SHANG BICHANG  
A teacher at Qinghai University

In 1972, Liu was named as the first Chinese woman to be named in the Guinness Book of Records. She is the first Chinese woman to be named in the Guinness Book of Records.

**Teaching tolerance**  
A survey of 1,200 gay men in Chengde, Jinan, Changsha, Wuhan, Lanzhou and Fuzhou found:  
- 75% believe it is necessary to have a partner  
- 65% believe it is necessary to have a partner  
- 55% believe it is necessary to have a partner

China's gay rights are still in their infancy, but the country's oldest gay and lesbian, Liu Li, has been named as the first Chinese citizen to be named in the Guinness Book of Records.

資料來源：China Daily，2010年2月24日，7版

圖五 同志婚禮照



Zhang Yi (left) and his partner pose for "wedding" pictures at Qianmen Gate south of Tian'anmen Square on Valentine's Day. Courtesy of Beijing Tongyu Group

資料來源：China Daily，2009年4月16日，頭版

圖六 跨性別人群的正版報導：《在變化中》



資料來源：China Daily，2012年7月4日，18-19版

圖七 新的艾滋病檢測法將男同性戀作為目標人群

HEALTHCARE

# NEW HIV TESTING PROJECT TARGETS GROUPS MOST AT RISK

Experts say faster testing methods and earlier treatment are essential to curb an epidemic spreading among young gay men, as **Shan Jun** reports.

**A** little over a year ago, the first cases of HIV were reported in Beijing. The 30-something gay man was usually looking for a casual sexual encounter, but he developed the virus before he even knew he was engaging with a sex partner. He was not alone.

Although the number of young gay men seeking the quick, multi-test kit for the virus is steadily rising, the city health authorities have been slow to respond. The Beijing Center for Disease Control and Prevention says that the number of HIV cases has risen sharply since last year.

The 2015-2016 survey of 10,000 gay men in Beijing found that 1.5 percent were HIV positive. The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive.

The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive. The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive.

The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive. The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive.

The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive. The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive.

The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive. The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive.

The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive. The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive.

The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive. The survey also found that 40 percent of those who regularly visit the public bathhouse, known as the "laundromat," are HIV positive.



John Barnes, a gay rights activist from the United States, has a HIV test kit in a mobile testing vehicle sponsored by the US-based AIDS Foundation of Maryland on Park in Beijing on April 11, 2016. (China Daily photo)

## Living with HIV

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

Living with HIV is challenging, and the risk of contracting another infection is high. It is important to take steps to protect your health and the health of others.

## Early intervention crucial in anti-AIDS battle, experts say

**By SHAN JUN**  
The battle against HIV/AIDS is far from over, and experts say that early intervention is crucial to curb the epidemic. The Beijing Center for Disease Control and Prevention says that the number of HIV cases has risen sharply since last year.

The battle against HIV/AIDS is far from over, and experts say that early intervention is crucial to curb the epidemic. The Beijing Center for Disease Control and Prevention says that the number of HIV cases has risen sharply since last year.

The battle against HIV/AIDS is far from over, and experts say that early intervention is crucial to curb the epidemic. The Beijing Center for Disease Control and Prevention says that the number of HIV cases has risen sharply since last year.

The battle against HIV/AIDS is far from over, and experts say that early intervention is crucial to curb the epidemic. The Beijing Center for Disease Control and Prevention says that the number of HIV cases has risen sharply since last year.

資料來源：China Daily，2016年4月21日，6版

如何性別化？  
臺灣紙媒新聞產製性別化的歷程分析

方念萱

台灣政治大學傳播學院新聞系副教授

## 摘要

本研究探討臺灣平面媒體在數位匯流、廣告市場日縮的當前，新聞從業人員新聞產製過程與性別相關報導的交織關係。臺灣在 1999 年出版法廢除之後，平面新聞媒體再現性別的爭議未見減少，然而，歷經威權統治的社會對於新聞媒體與政府管制的關係高度敏感，因此，如何避免動輒引用法律監管而能促進媒體自律與他律，始終是近年政府制訂性平與新聞媒體政策時的主要考量。本研究採取過往少研究進行的新聞產製決策過程與再現性別的交織分析，研究分析數次報業公會兒少新聞自律會議會議紀錄以及多位目前於臺灣紙媒或報系新聞網服務的新聞從業人員的報導作品，其後對 20 位新聞工作者與性別 NGO 主要負責人進行深度訪談。訪談資料顯示，不同紙媒因其數位化進程快慢，目前分別採取不同的報版與數位新聞內容分流、因終端有別，產生不同的把關作法，性別相關新聞遂有不同樣貌。各報內部 KPI 的配比制訂也影響第一線記者在收集資料、尋找議題、下標入文、報導角度各方面與性別有關的文圖安排，而在部分紙媒強調社會責任、報導求深求議題化的同時，新聞室內論起即時與推播新聞，記者論其點閱而主管少以「新聞」稱之，看重的是數位新聞所帶進的點閱數據，可以據以精準化競爭目標與手法，但是論及數位新聞的性別再現表現，則多半以「紙媒為標誌」帶過。在紙媒市場日益萎縮的此時，紙媒的副刊家庭等素來與性別有深厚關係的版面固然傳統讀者仍在，第一線的記者編輯亟思轉化版面上與性別有關的家庭關係想像而亟思新作法、帶進新讀者，與此同時，也引起性別議題與紙媒數位讀者群上、新舊衝突的新挑戰。從時間符擔性(temporal affordance)的角度分析，再現性別與新聞產製過程中組織因應時間符擔性而生的要求有著密不可分的關係。

**關鍵詞：**性別平等、性別主流化、時間符擔性、數位匯流、新聞

## Abstract

Debates about the role of news media and gender equality in social change are central to the discipline of gender studies, yet advances in our understanding are hampered by the lack of studies focusing on the process of news production. The transformation is speedy and the framework of analysis aiming at gender performance is to be developed. This study is an exploratory work based on the in-depth interviews with the journalists, the press and digital editors, and gender-based NGO workers, aims to analyze the gendered process in the newsrooms and enhance the understanding of how the news (especially news released online) are gendered.

The blanket generalizations should not be made from the study's findings and yet, behind the not-so-evil representations of gender-oriented issues, the gendered-process of news production demands more in-depth analyses so to build the more gender-friendly infrastructure of news production.

**Keywords:** gender equality, gender mainstreaming, temporal affordance, digital convergence, journalism

## 研究背景與目的

性別平等法之法制完備後，方可整合法律、自律、他律之三律共管機制，於性平基本法尚未制定前，為避免引起媒體質疑思想審查與箝制言論自由，不宜由文化部訂定平面媒體報導性別相關內容指導規範，文化部不似國家通訊傳播委員會之相關法規及換照評鑑機制，作為要求媒體強化自律之法源依據，宜採「鼓勵」而非「監督」角度。

(出自中華民國文化部研商促進媒體自律及他律策進作為專案會議會議資料，2018年2月26日，頁4。)

以上這段文字，出自中華民國文化部為促進平面新聞媒體自律與他律所舉辦的專家諮詢會議。會議資料中的這段文字具體而微地點出當前臺灣就平面新聞媒體而言，在處理性別平等(之後以「性平」稱之)議題上，傳播機構、傳播者、受眾、與行政機關之間相對權力位置的思考。臺灣在1999年廢除出版法之後，平面新聞媒體再現性別的爭議未見減少，然而，歷經威權統治的社會對於新聞媒體與政府管制的關係高度敏感，因此，如何避免動輒引用法律監管而能促進媒體自律與他律，始終是近年政府制訂性平與新聞媒體政策時的主要考量。一般民眾在上段文字中看似隱而未現，實則，三律共管中被寄予厚望的「他律」就是訴諸一般民眾。在快速變化的新聞環境裡，平面新聞媒體與性別平等的關係是否因著三律共管有所不同？除了實踐三律中法律他律的行政機關與公民之外，自律實踐深受關切的新聞媒體變化劇烈，有目共睹。然而，若論及巨變中的新聞媒體的性平表現，根據發行至今已逾二十載、在評估臺灣新聞表現上最能反映性別平等角度的網氏/罔市女性電子報年度性/別新聞分析，2018年台灣的新聞媒體表現被認為是「假新聞無所不在」，嚴重影響性別人權的一年。主流媒體在性與性別相關報導的標籤、迷思、與污名化，一如過往，不減反增。然而，從社會大眾到政府官員，論及新聞媒體與性別表現，通常聚焦終端文字影音，極少從產製歷程思考分析性別化的新聞，是怎麼產生的？

今年五月出刊的新聞研究期刊 *Journalism* 中，Matt Carlson 與 Seth Lewis 執筆，探討新聞變化加快、新聞研究似乎也必須快轉，課題與時俱變。然而，兩位作者開頭提到，當新聞改變既快且大，新聞研究的研究者要如何能分辨稍縱即逝的現象與意義重大的發展與變化，進一步以後者為新聞學的研究課題？他們在文中力主當採批判式思考，必須判斷當前變化，是與過往不同，實為歷史轉捩？還是實為既存狀態的延續？又或是某種折衷的形變(middle-ground mutation)？Carlson 與 Lewis 以「時間上的反身性」(temporal reflexivity)強調從事新聞研究時將課題放在時間軸線上審視延續與變化的重要性。時間加快、變化加劇，但是重要的是在時間向度裡看待今昔的變與不變，找出意義重大的發展與變化。Carlson

與 Lewis 時間反身性的概念，對於觀察思考巨變中新聞媒體性別平等的表現別有意義。首先，近年世界不同地區都面臨新聞媒體(不)再現性平的挑戰。歐盟在 2018 年出版的《媒體部門的性別平等》(Gender Equality in Media Sector)報告中，就指出「要如何不破壞基本自由而能促進媒體內容的性別平等」(how to promote gender equality in media content without undermining fundamental liberties)實為一大挑戰。Sarikakis 和 Nguyen(2009)的研究指出，歐盟以性別主流化(gender mainstreaming)<sup>1</sup>為依歸，從自身組織結構做起，納入性別平等專家，力求媒體政策符合性別平等。然而，Sarikakis 和 Nguyen(2009)依其觀察，認為新聞媒體產業展現的卻宛如「性別歧視的文化霸主」(a cultural dominance of sexism)一般，而歐盟也一再承受罵名，認為執行委員會能做的只是軟柔地獎勵媒體非性別歧視性的報導，而非直接要求新聞媒體不得加碼再現性別歧視；歐盟呼籲新聞媒體以反性別歧視表現為義務，而立法管束。回看台灣的新聞媒體表現，與歐盟相較，同樣面臨性化的新聞再現、女性相對隱身噤聲(蕭蘋，2017)，政府同樣採取鼓勵而非強力監督。若引用 Carlson 與 Lewis「時間反身性」的概念觀之，當前新聞媒體與性別平等關係的樣態舉世皆然，然而，這是延續過往、經年累月的發展？正經歷轉變？抑或是揉雜的形變？對這三者的分辨與思考，才能掌握問題核心。

若從歷來新聞與性別相關的研究來看，2019 年出版、由 Cynthia Carter、Linda Steiner 與 Stuart Allan 合編的《新聞學、性別與權力》(Journalism, Gender and Power)一書中，編者群開宗明義講到自二十年前《新聞、性別與權力》(News, Gender and Power)一書出版至今，探究性別關係與新聞實做互相形構的研究變化甚大。三位編者遍數兩本作品都分析了女性新聞從業者的環境與條件變化、新聞再現性別相關議題的常與變、新聞室組織文化與報導中性平表現的關係等，2019 年書中各章分析顯示各個國家、地區在三個面向上仍有不小的差別，只是，在《新聞學、性別與權力》一書前言最後，三位編者指出真正可能成為轉捩點、揭示新聞媒介與性平新關係新頁的是 2017 年開始，全球各地陸續出現的有關性別暴力的新聞報導，最具代表性的就是自該時起以#Me Too 廣見於各國新聞媒體上有關歐美、乃至當地的犯罪新聞與分析。Carter、Steiner 與 Allan 認為，這看似與女性新聞從業人員職場性騷擾有關的提問，其實是觸及、攪動了新聞室內長久以來少見動搖的新聞、性別、與權力的動態關係。就這三位長期關注新聞、性別、與權力關係的學者而言，若由她們就「時間的反身性」來考量新聞與性別的關係變化，她們在前言中主張的研究視角當也是以轉捩點視之。

臺灣也在 2001 年開始從性別主流化的角度進行公私部門再造，以行政院性別平等處通過的「性別平等政策綱領」為本，要求國家通訊傳播委員會與文化部等中央機構制訂相關規範，然而，在地傳播與性別的交織還涉及性別文化腳本、新聞媒體組織的內外環境與文化、以及新聞再現性別上相關三律(法律自律與

---

1 根據黃淑玲(2017)引述 1997 年 6 月聯合國經濟及社會理事會定義，性別主流化是指在各個領域和各個層面上評估所有有計畫的行動(包括立法、政策、方案)對男女雙方的不同含意。作為一種策略方法，它使男女雙方的關注和經驗成為設計、實施、監督、與評判政治、經濟和社會領域所有政策方案的有機組成部分，從而使男女雙方受益均等，不再有不平等發生。納入主流的最終目標是實現男女平等。



他律)踐履與否所凸顯的政府、傳播者(機構)、以及受眾的拉拒。(方念萱, 2018) 我們看似與歐盟和其他社會面臨新聞再現性別上類似的挑戰, 但是在地因素的層層轉譯(translation)正是型塑當前臺灣新聞媒體如此的原因。就以 Carter、Steiner 與 Allan 以之為轉捩點的性別暴力報導為例, 由歐美社群媒體、與紙媒聯手挖掘、報導的#Me Too 運動, 在臺灣就沒有引發類似的效應。臺灣新聞媒體在 2017 年的報導方式是以自國外傳播而來的關鍵字「#Me Too」取代原本報端的「性騷擾」、「性侵犯」等字詞, 而婦女團體為了 希望更多人響應#Me Too 運動, 數個團體聯合設立專線, 鼓勵檢舉。(林良齊, 2018) 婦權團體與女性數位媒體紛紛發言、撰文, 傳播應尊重女性主體性。在 2018 年 4 月時, 臺灣雖然已經陸續有包括體操教練、現任閣員、立院資深助理遭指控性侵或性騷, 但是當時一切仍在偵辦中, 相關受害者並未現身、沒有產生帶動其他受害者一同站出來揭露的效應(楊綿傑, 2018)。新聞媒體轉述勵馨基金會執行長紀惠容的話表示, 台灣的#Me Too 運動可說「還沒有開始」。也是在那前後, 在臺灣長年推動反性騷擾性侵犯的勵馨基金會執行長紀惠容就探問何以國際風起雲湧, 而臺灣遲遲沒有#Me Too 運動。歐美研究新聞與性別的學者視為轉捩點的#Me Too 運動在臺灣、在亞洲遲未出現, 臺灣新聞媒體在報導性別暴力上, 甚且還有如罔氏電子報等所發現諸如在性別暴力新聞上以「完美受害人」角度撰寫社會新聞的趨勢。新聞媒體產業變化加快、性別表現惹人非議的樣態更加複雜, 這與產業變化的關係為何?

聚焦女性與新聞、2013 年出版的《The Palgrave International Handbook of Women and Journalism》一書就提到了深入探究新聞產製與決策過程的重要性。該書類似前述《新聞學、性別與權力》一書在二十年前後兩個版本所涵蓋, 集結以歐亞非美澳以及中東等多國各地新聞與女性(新聞專業從業與新聞再現女性)的關係分析。編者 Carolyn Byerly 強調, 時至今日, 報業一如其他產業, 媒體集團水平與垂直整合、資本集中、勞力密集, 當前各國新聞表現中女性的邊緣化與性別不平等又有了新貌。她指出, 在一路變化的過程中, 少有研究聚焦分析有違性平的新聞再現的產製與決策過程。歷來著眼於新聞再現、新聞從業者的研究並不見少, 過往至今年出版有關新聞與性別的合集就是集結了各國分析, 然而一如 Byerly 呼籲的、以分析有違性別平等的新聞再現產製與決策過程的研究則似闕如。簡而言之, 這些加深性別化(gendered)的新聞過往已然、而今尤烈, 與性別暴力相關的新聞表現層出不窮, 從時間反身性的角度看來, 出現轉捩點, 但是, 這些新聞是如何生產出來的?

綜合前述, 我的論文旨在探究臺灣報紙新聞再現性別化現象的產製過程與再現之後的思考與評斷, 而這過程的思考與決策所受到的國內國際政策規範、商業競爭、性別腳本、從業資源等多端因素的拉拒分析, 這樣的分析正足以顯現台灣的新聞與性別的交織之為一特例, 也正有其在當代從國家、資本、新聞媒體、與性別秩序切入探看的重要性。臺灣以其力推性別主流化、簽署聯合國大會通過的「消除對婦女一切形式歧視公約」(簡稱 CEDAW), 以其檢視國內法, 隨之修訂, 力行性別主流化, 以符合國際潮流與標準, 而每四年臺灣提出消除對婦女歧視國

家報告，2018 年的國家報告審查中，國際審查委員特別提出媒體性別刻板印象持續的現狀。也因此，以人權表現為躋身國際社會(公約開放給所有國家(state)簽署加入，不限於聯合國會員國)條件的臺灣，在鼓勵新聞媒體再現性別的自律與他律機制上，特別著力，然而在數位媒體興起、新聞媒體廣告市場急遽萎縮的此時，挑戰更甚。本研究藉由研究者於 2018 年年底在台北市報業公會進行的演講與講後討論為觸媒，分析該時多位平面媒體與新聞網主管發言提問的言說，由之發展深度訪談架構，進而約訪平面新聞媒體的路線記者、數位與平面編輯、包括召集人、主任、與法務室經理、總編輯等主管二十多人，經由深度訪談，收集從業者在其各自包括紙媒與即時新聞在內的新聞報導作品中與性別相關的處理思考、經驗、決策互動過程、以及判斷評價等，進一步分析臺灣當前新聞產製過程與報導中性別人權表現的關係。引用 Carlson 與 Lewis(2019)的概念來看，若要在時間向度裡看待今昔的變與不變，報端、新聞網、行動載具終端新聞 app 裡性別表現的惡化似乎自昔即是，於今尤烈，然而載具變了、新聞產製傳散的方式與路徑變了，經由快速變化的流程產製、上傳到時時更新的載具上，供讀者觀看，那麼這與形式共生的性別化(gendered)內容，似也不能單以延續既存(性別)秩序視之。性別與產製共生，紙媒新聞經驗數位匯流而生變，研究變化中的新聞裡的性別，必須探看這時點上的產製與性別秩序的拉扯。

## 文獻綜述

本文並非針對台灣平面媒體的新聞報導進行系統性的內容分析或是言說分析，然而，即使全球性別與新聞的相關研究仍然持續進行有關新聞媒體再現性別的分析，本文文獻聚焦過往文獻分析臺灣紙媒再現性別差異的研究，有助於建立對於臺灣近年來性別化(gendered)新聞表現的理解，便於其後進一步掌握再現與產製的關係。當代速度優先的新聞產製是研究者認為與社會上性別文本交織而產生、維持當前性別化新聞再現的脈絡因素，因此，文獻的第一部分聚焦處理轉變中的臺灣新聞產製，將整理分析針對數位匯流轉變前後以及至今臺灣新聞媒體新聞產製的相關研究，文獻第二部分將聚焦以臺灣紙媒新聞性別表現為題旨的研究。

### 速度優先、數位優先

新聞記者與時間賽跑，這在新舊媒體嬗遞、位元到數位時代都是如此。但是我們要如何理解、掌握數位時代新聞工作者從業時環境變化肇致的新聞產製流程改變、終而可能影響的新聞表現？Tenenboim-Weinblatt 與 Neiger(2018)以「時間符擔性」(temporal affordance)為框架，以瞭解評估新科技與新聞記者敘事實踐的關係，他們希望提出的架構正是要能探看與時間相關的可能與限制如何與新聞產製的物質條件以及科技面向產生連動，從而在新聞敘事上表現出來。時間符擔性採用生態心理學代表人物 James Gibson(1979)創造的名詞「符擔性」(affordance)，

Gibson 主張「物體」會告訴、給出、提供行動者應該如何使用它們、與其互動，物體有其依循自身特質所能承擔的互動方式，此即「符擔性」。符擔性早於使用者的需求，先已存在；不論行動者是否察覺它，符擔性都在(蘇柔郡與吳筱玫，2018)。社會學家 Ian Hutchby 延伸了符擔性概念，據以避去科技決定論和社會建構論之後，用以研究科技。符擔性因此成了框架，一方面這理論概念依然保有因著物的特性而召喚特定互動形式的核心，一方面 Hutchby 的符擔性框架也納入了影響科技實際使用的文化、社會、與設計因素。Tenenboim-Weinblatt 與 Neiger(2018)認為先前符擔性用以研究數位化時代的科技變化，往往聚焦在空間中的網絡生成、忽略了時間面向，此外，過往運用符擔性研究科技，常常聚焦在科技，而非使用者置身的更廣大的生態體系及其物質條件，凡此種種都是兩位研究者要以時間符擔性重啟新聞從業研究的原因。他們定義新聞產製中的時間符擔性為「新聞產製與傳散的科技面向和物質條件當中，有著與時間相關的可能性與限制。這些『與時相關』的可能性與限制，鋪陳、召喚了特定的新聞產製與傳散方式，而也在新聞敘事的時間特質上顯現出來。」(頁 39)。他們所指認的六種時間符擔性包括了即時性(immediacy)、現場直播(liveness，記者在事件發生當下同步報導)、準備時間(preparation time，記者得以花在新聞報導發展的時間量)、暫時性(transience，線上新聞故事的時時更新、時間層疊)、時間停駐(fixation in time，紙媒報版新聞的定時出刊、報導問世)、延展的可擷取性(extended retrievability，記者可以輕易近用大量原生自不同時點的資料與文本，用以建構當下新聞敘事)。兩位研究者雖然在研究裡探究時間符擔性，但是在結語處依然強調，本不具有決定性、全然限制的時間符擔性必須與記者的角色認知與行動、專業與文化常規、商業考量、政治取向、以及對於閱聽眾的觀察與感知一併考量，而時間的符擔性也會隨媒體生態而改變。

同樣研究時間秩序的影響，王淑美(2018)並未採用符擔性概念，但是將網路速度帶入時間結構的研究中，王淑美亟思理解時間與新聞從業之間的關係；她從網路速度介入新聞工作的影響入手，想要瞭解掌握除了網路加快新聞生產節奏之外，還改變了哪些新聞價值。王淑美主張需要一併思考科技帶來的正負影響，而非僅聚焦於零碎化的負面結果，她的研究採 Lauer(1981)分析時間結構的五個概念——包括韻律、節奏、同步、歷時、與順序——看到了記者必須因應跨平台的內容需求，要加快新聞節奏，新聞必須更快更新，幾與發生中的事件趨於同步。新聞的準備時間仍然要由事件本身、消息來源的可得性等多方決定，而查證、確認、報導等多工實踐挑戰記者因應策略。新聞組織過度強調即時，導致新聞內容品質低落，記者們也批判、不滿。王淑美研究的受訪記者表示，「網路時代應有的新聞價值，應是發揮新聞專業的獨特之處」，認為記者「自主尋找不被主動揭露、甚至被忽略的題材」(頁 92)，這會是真價值所在。

王淑美研究所發現記者的左支右絀，似乎是愈演愈烈、發展經年的趨勢。早於王淑美 2018 年研究的 Anderson 在 2011 年的研究就呼應其後發現。許多傳播研究者都說過，新聞工作者的日常工作正產生天翻地覆的變化，然而新聞工作者

的實作卻少成為研究主題。探詢新聞工作者他們遭遇的變化才能掌握這究竟如何影響他們的日常工作(Dickinson, Matthews & Saltzis, 2013, Hanusch, 2015)2010年前的研究在掌握網路閱聽眾如何影響傳統新聞媒體發展上的發現似乎有限，然而在 2010 年之後的研究就開始發現新聞媒體的網路數據分析影響新聞室的決定(Anderson, 2011)。總體而言，編輯資源的縮減、工作量的增加、利潤取向的決定、閱聽眾數量掌握、以及煽色腥加料的運用等等都影響了新聞的產製。Anderson(2011)訪問 474 位年資五年以下的新聞記者，記者們認為社群媒體、閱聽眾自製的內容、閱聽眾的互動與參與對其工作影響最大。Anderson 認為，雖然整體而言，閱聽眾的互動未必居影響新聞工作之首，但是回饋立即而明顯，因此也可理解何以記者對此感知最深。這份研究另一重要發現是記者對新聞品質的憂心。大部分受訪記者認為新聞室內倫理標準日低，煽色腥程度上生而新聞的信譽普遍下降。Anderson 在這份針對澳洲記者的研究最後，強調在科技變化快速的當代，要理解與時間競走的新聞從業，分析變化如何影響新聞業的文化實為必要，而在調查資料勾勒了大全景之後，深度訪談可以進一步探看特定變化與從業經驗的關係。

國內有關新聞從業人員在數位匯流、速度優先的環境裡經驗與感知的研究為數不少。位明宇(2012)訪問中央社與聯合報系的記者編輯，因為 2012 年該時在台灣的媒體當中，只有中央社和聯合報系，在匯流的作法上不是以跨平台的合作為主，而是以自有記者或平面記者，生產不同媒體形式的新聞。位明宇深度訪談兩家新聞媒體的主管，嘗試盤點分析台灣媒體，在面對數位匯流挑戰的策略。她的研究發現，當時還是平面媒體創造影音媒體的分流階段，要說「匯流」，就是記者本身，因為記者往往必須自我訓練使己成為全方位記者，發影音、兼拍照，同時寫文字稿、要上網路詢問交談等等。如此多工，記者感受到的正是「過勞」。位明宇的論文結論提到，

國外執行媒體匯流的個案，與台灣的個案，幾乎都產生相同的問題：看不到獲利的匯流未來、沒有一個標準方法或是典範可遵循、媒體各異的操作方式、記者工作的變革、新聞室的改變、文化的衝突、獎金或榮譽心的解決方法等等。相同的問題，產生在一樣的發展過程中(頁 22)。

在距今已有 7 年的 2012 年，當時媒體匯流喊得震天價響，但是位明宇的研究顯示，該時新聞室內記者最大的質疑還是在於品質，「公司到底要什麼？在影音內容需求的大軍壓境下，對於原本職業的認同與榮耀感，是否已經消失？」(頁 19)當時連受訪的主管們也認為報紙內容品質確實下降，但是報版新聞品質下降是否與記者必須發佈影音新聞有直接關係，無人給予肯定答案。研究並沒有針對特定新聞價值、文化價值進行更深一層的研究分析。

與位明宇的數位匯流風潮下新聞媒體轉型研究發表時間相去不過兩年的潘

俊宏的研究，與數位匯流沒有關係，然而他的研究標題開宗明義指出「趕新聞」這遊戲之下，攝影記者的勞動處境與專業焦慮。這是國內少有的由專業記者執筆進行研究分析而發表的期刊論文，研究者潘俊宏自承在與速度賽跑、勞動環境不佳的情況下，他要探問的是工作價值究竟是來自新聞專業意理還是組織科層要求的工作倫理？使攝影記者甘願投入新聞生產的價值又是什麼？而他從攝影記者勞動過程與其相對應的社會關係來探究。這篇研究同樣沒有企圖要構連新聞產製過程(或是勞動過程)與新聞再現，但是，研究者採用 Burawoy(1979/林宗弘等譯，2005)所言資本主義式勞動過程使勞動者對於原本宰制他們的資本主義制度心甘情願順服，據以分析臺灣新聞媒體中攝影記者勞動過程，為要研究數位時代鑲嵌在銳意求變的媒體組織中的新聞從業者日常工作提供了另一種視角。

劉蕙苓(2017)結合量化與質化多元方法探究強調速度、即時的數位環境下，台灣記者工作狀況以及影響。從潘俊宏的「趕新聞」到劉蕙苓的「趕工儀式」，新聞記者的工作在劉蕙苓的研究中造就了 3L 生活——即時發稿(Latest)、隨時用 Line 工作(Line)、即時在社群媒體直播(Live)。2017 年，數位匯流已經不是新趨勢，但是研究發現，產業依然在轉型、專業從業者始終在慣習與常規都來不形塑的行業裡不斷調適，而一人多工，媒體少聘用新記者，新聞內容趨向膚淺零碎，記者適應並不容易。劉蕙苓的研究發現，記者總是即採即發、一心多用、公私不分、永不關機，而這形塑出來的競逐速度的新趕工儀式務求最快最新，記者每日工作中最重要的兩個面向——溝通與報導——都已經因為新的、變動中的「常」規受到影響。

逐漸興起的常規包括使用新的數位工具以完成日常新聞工作。記者編輯使用社群媒體消息對新聞從業的影響或許並非本研究探究焦點，但是過往以此為題的研究的發現中，觸及數位匯流時代新工具的出現與運用如何證成記者自己所認定的工作要務，則與本研究有關。以劉蕙苓與羅文輝(2017)的研究為例，從數位匯流的角度研究記者使用社群媒體如何影響他們的新聞從業工作。如果將社群媒體進入記者常態工作也視為新科技對其從業的影響，研究發現記者在社群媒體中最常進行的活動為「查看其他媒體正在報導的新聞」，其次是「查閱最新消息」，最不常做的是「回應讀者或觀眾評論」而這也證明雖然之為終端的數位社群強調互動與交流，但是記者依舊認為採訪才是首要任務，新聞工作所需的資料收集、同業表現的監看等等基本常規，並沒有因為數位匯流而有太大改變。研究發現，女性、年紀較輕、在地方工作的記者使用社群媒體的比例較高，論文作者表示這有關記者社群媒體使用的性別與年齡偏向近似針對一般民眾與記者所進行的他國調查結果。何以地方分社記者使用社群媒體工作的時間較長？研究者認為在中央採訪的記者駐守政府與機構單位，時時駐守、親至各處室造訪消息來源，面對面採訪；地方中心的記者固然也跑警政消防社會，資訊與素材的取得過去要靠口耳相傳，現在則可以經由社群網站上成立的地區性社團取得，資訊豐富多樣，地方記者使用社群媒體動機大增。

前述文獻多為在追分趕秒(陳百齡，2016)的新聞工作中新聞媒體或是新聞從

業者的新聞產製工作流程與工作內涵的變化。這樣的變化如何牽動性別相關的新聞從選題、選擇面向切點、選擇消息來源、呈現資訊、敘事鋪陳等各方面的表現？該當如何思考變化中的新聞媒體新聞室與再現性別議題的關係？回應 Carolyn Byerly(2013)以及 Tenenboim-Weinblatt 與 Neiger(2018)的研究提醒，這樣的構連實為當前應該從事的研究分析。

## 臺灣紙媒新聞性別表現

傳播與性別研究學界有關新聞媒體再現女性議題的研究不勝枚舉，隨著全球性別人權議題與運動的推進、倒退、變化，相關媒體再現的研究就陸續出現。本論文此處文獻整理將聚焦在臺灣紙媒新聞上性別表現的分析，俾以與之後深度訪談新聞媒體從業者的言說構連、得以進一步思考探看。

過往扣連新聞媒體、新聞記者新聞產製與媒體再現關係的研究為數甚少。孫嘉穗 2016 年發表的〈原住民新聞中的性別與族群議題〉論文聚焦於原住民電視新聞中的性別呈現，因著族群文化中與性別相關的各種禁忌規範與新聞室內新聞製作的常規交織，研究從對原住民電視台族語新聞的各族主播、記者、與製作人的訪談中，探索性別因素如何影響各族群新聞產製。研究發現，原住民記者多認為應該增加性別議題的相關報導，而且應該以更具有性別意識的角度產製新聞。從業者認為採訪規範的制訂有助於原住民記者在進入採訪現場的時候能持守既尊重部落傳統、又盡力提升性別意識。同時，從業新聞記者也提出現代社會文化轉變，部落裡形成桎梏的性別禁忌也應該經由反思再行檢視，部落中性別平權的落實是重要目標，記者認為報導中性別議題的呈現非常重要，族群部落文化延續固然要緊，但是在正視自己族群身份之際，也希望以新聞落實部落的性別平權。

蕭蘋(2004)研究媒介組織對女性記者與其報導的影響，也是臺灣少數幾篇扣連新聞組織與報導關係的作品。2004 年的研究顯示該時受訪的女性記者宣稱自己擁有自主的新聞採訪空間與報導空間，可以以「中立客觀」的方式報導女性政治人物，但是研究者也出矛盾在於受訪人又表示自己常以私領域、軟性筆調呈現主角人物。受訪的資深女性記者「接受並內化了一套主流的新聞專業意理，都強調要以『去性別化』、『中立』的角度來評價和報導她們的採訪對象」(頁 110)。受訪的女性記者看不到自己在新聞從業的結構中、報導對象在政治結構中所遭遇的限制，但是她們都承認她們會依據讀者的設想與報社的政策來對女性政治人物的外貌和私領域事務著力描繪。江斐琪(2014)的研究立基在勞動與性別研究傳統之上，開頭就指認該時女性在工作場域一直被邊緣化、弱勢化，因為勞動一直被建構為「男性的」勞動之故。即使就女記者跑的新聞路線而言，已經跨足傳統男性記者的新聞場域，但是，報社中仍然有著素有「女性貧民窟」之稱的婦女版，江斐琪就針對媒體組織中性別區隔最明顯的婦女版進行研究，研究發現，媒體組織將婦女版這類軟性新聞版面塑造造成男性不願涉足的場域，而維持著水平隔離。這研究的發現似也意味著在副刊、婦女版的版面出現的議題也偏向軟性，而在性別人權議題紛起的臺灣，副刊等版面如何塑造新的議題、如何藉由議題的營造與

文章的多元留住原有讀者又能開拓新讀者(而不衝突?)，這是這研究對於在科技與價值都變動日劇的此時臺灣要進行性別與組織的相關研究時，可以進一步思考的。

與性別和新聞有關的文獻，為數較多的是新聞再現分析的作品。在相關文獻中，發表時間較早的新聞再現性別研究裡，有幾篇都與女性運動員的再現有關。安碧芸與駱碧蓮(2009)分析臺灣紙媒報導在臺舉行的女子壘球與男子棒球北京奧運資格賽的性別偏向，同樣是輸了賽事時紙媒用以形容不容生理性別的運動員的用語表現就大相逕庭。分析顯示，報紙描述男性選手的哭泣以「痛哭失聲」、「淚崩」、「激動痛哭」等詞彙形容，而在呈現女子選手於賽中落淚的情形時，報紙用的是「含著淚水」、「哭成淚人兒」這些呈現女性柔弱特質的符號。同一篇分析中發現紙媒習以強調「愛美/在意外表」凸顯女選手看重外表、「無妝容則擔心難以上鏡」為報導角度。呈現男女選手外表形貌與運動成就的時候，紙媒在描述男選手的比重上，運動成就高於外貌；媒體對於女性選手則不然，有關外貌的陳述與形容總多於球技。這篇論文單純聚焦臺灣報紙運動新聞報導中的性別意涵，發現兩項奧運資格賽的呈現上隱含多項性別刻板印象，陳述女子壘球運動選手的出路時，「找不到工作」與「交不到男友」並列為女性面對的挑戰，但是少對臺灣體育選手培育制度與運動員發展的環境多置一詞。2011年蔡明河與謝靜瑜分析99年四家臺灣平面媒體(蘋果日報、中國時報、聯合報與自由時報)報導全國大專院校運動會時的性別化現象，研究發現報導中女性相關的報導面積、則數多於男性，但是在重視程度、性別取向、與身體外貌描述則無區別。2014年姜穎研究臺灣平面媒體報導巴西世界盃時對於女性、女性足球迷的再現上，以西方中心的角度再現了異性戀男性主窄的球迷實踐與認同形式，男性就是理所當然的足球迷；在臺灣社會這四年一次嘉年華式的足球迷實踐中，即使臺灣在當時世界足球排名上，女子足球排名全世界第39名、男子足球排名第179名(頁106)，臺灣新聞媒體的相關報導但凡觸及女性，就是被高度性化的球員妻子、女友、性工作者。這些表現或許與平面媒體報導採擷材料大量來自西方世界有關，因此臺灣的相關報導也複製了西方男性宰制的視角，「男人是先驗的『真球迷』，女人仍是次於男性、不懂越位、迷戀C羅的『附屬球迷』」(頁106)。

杜娟娟2010年發表於《台大社工學刊》的研究與其他研究不同之處在於她分析的是電子報上的390則名人婚暴報導，研究發現媒體報導中的主流論述框架是「人際互動歸因」，新聞報導中，婚姻暴力的主要原因成了夫妻雙方溝通互動技巧不良，而報導中也有不少譴責被害人的迷思。但是即令如此，研究者認為名人婚暴案的新聞性高，這使得新聞媒體願意提供較多篇幅(空間)刊載婚暴相關新聞，新聞報導中記者給予各種行動者發言權。性別與社福團體除了提供協助資訊與資源、倡議法制改革，新聞論述中也出現婚暴防治教育的資訊。新聞的消息來源甚至也有有受暴經驗的婦女。研究者總結認為，名人婚暴的媒體報導發揮社會教育的功能。蔡雁雯與蘇蘅(2016)研究的也是性別暴力的一種，她們的研究聚焦性侵報導中的強暴迷思與轉變。研究以2003年《蘋果日報》進入台灣為分水嶺，

比較《蘋果日報》進入台灣的前後十年(2002年的《聯合報》、《中國時報》，以及2013年的《聯合報》、《中國時報》、和《蘋果日報》)的性侵新聞，研究希望檢視報紙是否長期存在強暴迷思、十年前後有何不同。研究發現，因為蘋果頻繁使用示意圖「重建現場」，而圖像化方式強化事件細節的報導手法，影響了紙媒報導此類新聞的方式。同時，研究發現臺灣性侵報導的「加害者」強暴迷思更甚於受害者強暴迷思——報導將加害者描述為心理不正常、毫無人性的怪物，這之後，報導就將責任加諸加害人個人。另一方面，這樣的報導足以達到令女性震怖的目的，「達到愈恐懼愈多媒體曝露的刺激銷售效果」(頁124)。研究最後，研究者建議未來研究者可進行媒體組織產製過程研究，以真正瞭解媒體選取新聞的過程、標準、與媒體再現方式。

蔡雁雯與蘇蘅(2016)的這研究對於本研究特別重要，原因在於本研究開始之初，正是進入臺灣已達十六年的《蘋果日報》開始推行付費制的時候，2019年4月在臺灣的蘋果日報正式推出內容訂閱機制。會員登記制推出10天，蘋果日報新聞網的粉絲人數就少了幾乎10萬人(今週刊，2019/4/22)，一方面，其他紙媒電子報紛紛覬覦搶食蘋果日報原本的讀者，另一方面，大眾與媒體分析者也緊盯動向，想要知道八卦報紙能否說服網友付費。台灣媒體觀察家黃哲斌在今年5月6日的天下〈獨立評論〉中，寫了〈蘋果日報學《紐時》付費，八卦報也能成功？〉一文，其中他提到，

《蘋果日報》尚未公布數位收費方案，現階段來看，該報準備循國外媒體模式：一、先要求讀者免費登錄會員，收集個人資料，尤其是珍貴的電子郵址；二、透過外購流量分析平台，爬梳讀者習性偏好及族群，擬定收費方案；三、做好流量衝擊準備，拿掉網頁上的點閱數字，佈局規劃各種專欄及評論，試圖進攻深度報導等獨特內容，累積訂閱價值。

如果蘋果日報下一步確實是要進攻深度報導、擺脫過往迅即吸睛的八卦新聞而力求轉型，那麼今年年中之後的蘋果日報、乃至於台灣其他紙媒與性別相關的新聞表現，就更值得關注了。

因此，本研究所要探究的研究問題為：

- 一、性別化(gendered)新聞報導的新聞產製過程為何？
- 二、當前臺灣性別化(genjdered)新聞報導現象實為過往狀態的延續？折衷、折衝的形變(middle-ground mutation)?亦或是性別化新聞報導的轉捩點？



## 研究方法

研究方法設計上，我先以台北市報業公會兒少新聞自律委員會歷屆各次委員會議記錄為本，進行質性分析，從中梳理平面媒體專業從業者與性平 NGO 代表、法律代表，在爭議報導案件上拉拒所凸顯的性平觀點。目前分析可知臺灣紙媒幾以兒童及少年福利與權益保障法(簡稱兒少法)為度，有關性別平等的理解與操作，以不違背兒少與隱私為底線，「觸法與否」是爭議事件的討論焦點。本研究經由反映、綜整多家報紙新聞主管根據爭議事件的對話、共識達成的過程，掌握當前報社新聞主管對爭議性高的性別化新聞處理的辯稱，從中分析新聞從業者在面對新聞性別化現象的基本立場。此為回答研究問題一二的部分答案。

研究的第二步驟為選擇各紙媒從業人員，進行深度訪談。本研究以深度訪談為主要的研究方法，訪談於 2019 年 5 月到 10 月間進行。訪談對象以目前任職於臺灣幾家紙媒以及報系新聞網站的記者編輯與主管為主，採滾雪球方式處理，一一邀請受訪者，目前訪談人數為 20 位。研究者先以受訪者姓名上網自各紙媒資料庫搜尋受訪者報版報導作品、google 搜尋受訪者網路即時新聞作品，研讀分析之後，列出受訪者與其路線、報導相關的訪談大綱，擇日面訪，訪談時間約為 2 到 3 小時，其後再以電子信或電話請教，補足面訪時未盡問題與相關資訊。每一位受訪者訪談開始之前，都由研究者出具訪談同意書，由受訪者過目，簽名同意之後，分由研究者與受訪者收執一份，同意書中載明日後研究論文呈現研究結果的時候，受訪者的身份、辨識線索都將刪除或予以轉化，以保障受訪者權益。

受訪者年齡約在 28 歲到 60 歲之間，在媒體服務的工作資歷為 2 年到 30 多年不等。為了保護受訪者，本研究以匿名方式處理受訪資料。又因為受訪者提供的從業經驗深具脈絡性，如果在曝露其服務的單位、屬性、地區的情形下，比對其提供的從業經驗，受訪者的身份可能輕而易舉地顯露，研究者難以維護受訪者權益，有違研究倫理。因此，本研究在一一臚列受訪者的職稱、媒體屬性與工作內容時，在不影響分析的有效性的情況下，將刻意模糊特定受訪者的身份，以降低受訪者身份曝露的可能性。過往相關研究中，江斐琪(2014)在研究特定紙媒婦女版的女性從業者的學術期刊論文〈女性貧民窟的長存：臺灣報業組織的女性化〉一文中，亦採取同樣處理方式以保障受訪者權益。

表一 受訪者資料

編號	職務	新聞媒體 服務年資	服務媒體	工作內容
A01	法務	30	A 報紙	
A02	主任	30	B 報紙	
A03	記者	27	A 報紙	
A04	記者	3	E 報紙	科技
A05	記者	3	A 報紙	警消社會
A06	記者	12	C 報紙	教育
A07	記者	10	D 報紙	教育
A08	編輯	4	B 報紙	副刊
A09	數位編輯	20	A 報紙	社會
A10	記者	15	A 報紙	文化
A11	記者	3	A 報紙	地方
A12	主任	20	A 報紙	社會
A13	主管	30	A 報紙	決策
A14	記者	25	C 報紙	地方
A15	記者	5	A 報紙	教育
A16	NGO 秘書長、 新聞自律諮詢、 委員會委員			民間社團
A17	NGO 執行長			
A18	記者	10	C 報紙	
A19	數位編輯	20	A 報紙	
A20	新聞網小編	3	F 新聞網	
A21	新聞網小編	3(已離職)	F 新聞網	

## 資料分析

### 兒少新聞自律委員會與性平座談會內容分析

本文資料分析第一部分以台北市報業商業同業公會兒少新聞自律委員會第三屆的兩次委員會議記錄為主，分析其中攸關性別議題部分的討論重點，以之觸發接下來深度訪談問題設計與分析。台北市報業商業同業公會制訂有「台北市報業商業同業公會防止刊載有害兒童及少年身心健康內容自律規範及審議辦法」，依辦法規定，公會會員報代表、兒少團體代表、新聞學者、法律專家等十一人組成兒少新聞自律委員會，在每兩個月召開一次的會議中，審議民眾及政府相關主

管機關移送舉發案。這辦法基本上是依據兒童及少年福利與權益保障法第四十五條訂定，也就是說，以台北市報業商業同業公會運行的方式、審議的案件而言，紙媒在不觸法的前提下進行報導，而因為民間社團長年奔走遊說的結果，臺灣紙媒在所有報導中與性別相關的議題上，特別針對兒少權益保障制訂有法規、自律機制以回應社會要求。

本文分析 2016 年年底(第三屆第 9 次)與 2017 年年初(第三屆第 13 次)兩次兒少新聞自律委員會會議紀錄，其中第三屆第 9 次會議中審議的案件之一為「社團法人台灣少年權益與福利促進聯盟」於 105 年 11 月 09 日舉發自由時報 105 年 11 月 09 日「性侵堂妹 作愛姿勢逼 2 選 1」報紙標題及內文一案，提案單位認為新聞標題與報導內容過度描述性侵害犯罪細節，並轉述加害者言論，可能導致被害人二度傷害，及兒少讀者不良的身心影響，要求審議。在會議討論新聞表現的過程中，

出席會議的自由時報執行長表示，

我們盡了很大的努力在作各方面的約制跟處理了，像這個稿子中很多字眼我們都用 X 字來處理掉了……可以看出我們在編輯作業的過程，有在努力去消除一些不雅的字眼……至於「作愛姿勢逼二選一」這個有猥褻還是什麼，他就是個恐嚇嘛！恐嚇的手段是這樣，我們可以說以後再多注意，但這個案子我是覺得如果這樣還過不了關，這樣以後會不知如何作，我會耽心恐怕會無限上綱……我們用最少的文字來提醒一下，因為很多人都知道性侵的對象經常都是你熟識的人，這個案子是堂哥性侵堂妹，很多家長父母團體都在提醒大家要小心，所有的新聞從正面來講大家會覺得有什麼不好，但從反面來講，其實也都是在做提醒，小心你親近的人可能對你做不禮貌的行為。

由紙媒的答辯可以看出，主管認為第一，報導上已經將當事人惹爭議的口語中動詞置換、報導中並未出現；第二，媒體主管強調「意在提醒」，因此，為了要讀者小心、要發揮警醒作用，報導呈現近人性侵的事件、採用如是手法報導。會議中各方代表聚焦兒少法第 45 條第 1 項第 2 款強調的「不得過度描述色情細節」，討論案例中報導是否過度描述。此外，也有與會代表提出，雖然「髒字眼」已經去除、目前報導並不嚴重，但是，「有些段落是否必要？」而答辯的紙媒所稱報導是為了「要注意小心親近的人」，但是報導當中並沒有就此著力呈現。答辯的紙媒表示為了提醒近親性侵而「有必要提到」，這似是以媒體守望的功能說明報導敘事的必要性，然而會議代表就此提出質疑，亦即報導呈現了近親性侵的細節，但是「提醒」功能闕如，但是，會中並沒有就「為發揮守望功能，報導如何敘事才合理」進一步討論。與會代表指出這報導「不至於渲染或過度誇張」，

而在沒有進一步定義「過度」的情形下，咸認「並未過度描述色情細節」。就此案而言，會議上達成不予處置的決議，但提出了包括「用字遣詞仍宜注意」、「為履行媒體社會責任，類似新聞處理時應提醒讀者性侵對象常是身邊之人，宜將警示及提醒部分納入新聞中」的兩點建議。

兩次會議紀錄中其他案件同樣事涉過於描述(繪)強制性交行為細節、涉違反兒少法第 45 條規定而為人檢舉，而在會中答辯的新聞媒體也多以「案例罕見」、「為了警示」說明作法合情合理。會中不乏多家紙媒因為同樣的社會案件而為人檢舉，顯示在處理呈現性侵案件時各家紙媒對於細節的描繪勾勒引發社會不滿。然而，被檢舉的兒少相關報導的審議過程中，屢見媒體以「經由這樣的報導，我們提供的是預防防範之道，可以發揮媒體守望預警的功能，所以我認為這樣報導的尺度是屬於合理的範圍」的說法回應檢舉與指控。「描繪呈現侵犯細節」是否就是「預防防範之道」？會議中的討論略觸及此，但是並沒有深入討論什麼樣的報導算是警示、得有積極意義。

在「再現被侵犯的細節」時，受害人與讀者一如事件發生當下的狀況，處於被動、接受(暴力或訊息)的狀態；在閱讀「警示與建議」時，端視報導提出的警示的性質與方向，讀者可能因著媒體報導的強暴迷思而接受馴化的話語，自認受害者有責、自認自己理當管束自己衣著言行，但是媒體的警示與提醒也可以是增加讀者能動性、建議行動與政策方向。蔡雁雯與蘇蘅(2016)的研究就顯示，與國外性侵報導研究發現相較，國外以「受害者強暴迷思」居多，臺灣報紙則有更高比例的「加害者強暴迷思」，也就是將加害者描繪為可怖的怪獸、狼人等，如此一來，新聞報導就將犯罪個人化，而不必深究結構、社會的責任，而同時這樣的報導敘事方式加深了習得無助感、女性看得愈多愈恐懼。

台北市報業商業同業公會於 2018 年 11 月 30 日舉辦性別平等與媒體報導座談會，研究者主講性別平等與媒體報導，演講之後的討論紀錄分析也顯示紙媒從業者在網路世界資訊俯拾即是的現在，新聞媒體與數位世界資訊競勢的態度，首先，紙媒強調自律在於「能跟風而不跟」，例如，蘋果日報網路中心執行副總編輯提到，

像剛剛提到的 XXX 案，我想所有媒體基本上都有收到這些照片，我們連一張照片、甚至連打碼的照片都沒有用；李宗瑞案，那時候性愛影片網路上已傳翻天，根本不用求載點，就能取得來源，我們連影片截圖都沒有做，這是我們在處理這類新聞上的一個自律。

主流媒體以「可得可用而不用」來標示自己與一般網路媒體之別，也回應社會大眾與民間社團對於媒體自律的呼籲。

其次，從業者在當時與之後我的深度訪談中，一再表示電子報、新聞網與報版、紙媒的不同；後者是座談會當場與深度訪談現場從業人員自我標示、身份認同的核心，即使從事數位編輯的從業人員也不例外。座談會上新聞記者、主管開口就說「你講的例子是網路即時新聞、不是報紙新聞」；深度訪談時，已任主管的 A12 回憶去年座談會的交流時表示「誠實說到你所講的很多是新聞網上、即時新聞，不是報版新聞。這也是刻板印象嘛，我們報紙並沒有做。妳們對我們的刻板印象也不見少。」由此可知，在我訪問的紙媒新聞從業人員即使在面對各

報系均將即使新聞點閱率納入個人每季 KPI 計算、甚至逐步提高佔比的現在，講起即時新聞，仍然以「不是報版新聞」、「不是紙媒新聞」的說法標示自己對於「新聞」的認定與認同，以「要論新聞，應該討論報版新聞」的立論校正研究者。這在其後的深度訪談中更顯著。受訪的記者編輯並不是否認即時新聞的存在與影響力，但是從業者隱隱然傳遞了「賺取點閱率」與「以正視聽」之別，後者是他們並未或忘的社會責任。至於前者的性別化表現，往往是以「組織產製流程致使如此，不得不然」來說明。

## 深訪分析

研究者在進行深訪之前，先行查詢各受訪者新聞作品，並且區分出紙媒平面報導作品與即時新聞作品，選擇其中主題、新聞標題、敘事行文、用詞用典與性別有關的報導，在深訪時據以請教，以之觸發更多有關新聞產製流程中、撰寫呈現時、以及報導後續、讀者回饋互動上與性別有關的討論。

首先，研究者從新聞從業者對於臺灣近年推動的性別主流化的認識與回應開始，不同路線記者或因為其採訪對象的中央與地方部門推動主流化，而在新聞線索、事件上看出端倪。然而，與此同時，報端網路再現的性別主流又是什麼樣？其次，政府與婦運推動性別主流化之外，新聞媒體競逐數位與速度，在此趨勢下，產製過程如何產出性別化的新聞？這與新聞媒體建立 KPI 制度，以之要求記者編輯以之自評、檢視工作表現。力求 KPI 符合組織規定的當下，不同記者編輯如何思考與操作新聞表現中的性別、如何在與時間競速的環境中處理與性別有關的新聞，這也是重點。一方面，新聞媒體力求以數據掌握讀者眼球，由是不但強化性別化的新聞與版面吸睛處理，在網站上另闢情慾新聞專區，另一方面，有心改變的老版面也力圖爭取新讀者，然而新舊讀者喜好有別、對性別與家庭的想像殊異，挑戰編輯在性別秩序呈現上的拿捏。最後，有關新聞室對於網路與紙本數紙分離或合一的觀視、定奪、價值觀的拉拒，決定了新聞產出在網尚在紙上性別化的表現、程度、以及下一步的可能。

### 性別主流化與務求吸睛的新聞報導

性別主流化(gender mainstreaming, 簡稱 GM)是要藉由在公共政策的環境結構與制訂過程注入具性別觀點的實踐與規範來使得性別平等的目標制度化(黃淑玲, 2017)。因此，推動性別主流化的臺灣，在不同政策領域都要推動性別平等，也因此，報導公共政策的新聞媒體採訪報導時，是有可能經由路線裡的中央部會與地方機關辦理的活動與政策方向而接觸當前這項性別平等策略。在受訪的二十位新聞從業者當中，聽聞、瞭解性別主流化相關概念的從業者約有五六位，他們多半是從跑線的經驗中接觸得知。以 A4 為例，我發現她的新聞報導作品中有高比例從性別平等角度出發的報導，例如從部會網站資料庫中撈取資料，寫出具有性別角度的報導<sup>2</sup>等等，主跑科技的她提到中央主管機關科技部時，主動強調，

我覺得那個是跟我的路線有關……因為同時又跑科技科學、又跑教

---

<sup>2</sup> 例如 STEM 領域人數逐年遞減，但是理科女生人數創新高等報導

育，那這兩個搭在一起，第一個是政府在推，政府他們在很多的活動，他們都會去強調說，現在那個從事科學，從事科技的女生是、就是會強調 STEM(按：Science Technology Engineering & Mathematics，科學技術工程數學)、要我們注意女性這方面……政府在推，科技部的記者會有講過。

這是深度訪談中受訪者講述採訪報導經驗時，少數一兩次曾經提到臺灣推動性別主流化的議題成了路線中機關部會耳提面命的業務重點。這當然與採訪路線有關，然而，這也與主跑記者所在新聞媒體以及個人的從業經驗、過往學習有深厚的關係。記者 A4 在受訪中，不只一次提到「我覺得這也跟前面工作有關。」她之前任職雜誌，據她估計，該雜誌的目標讀者中至少有七成是女性讀者。這樣一份雜誌，A4 表示，「就是要跟女生說，其實妳可以這樣子。」她提到曾經經手的專題聚焦女性企業，而每年五月搭著母親節熱潮必做的女性專輯讓她反覆思考女性視角。當我詢及就現在報社的目標讀者而言，顯然並非只鎖定女性族群，這是否就限縮了她的取材，A4 表示，

我這一份工作常常把性別挑出來做話題，是因為我覺得這個對他們來說是新鮮的，或是不一樣的，很獵奇。(所以你的出發點是你覺得你做性別，你的讀者他們會覺得新鮮想看?)對，他們看到會覺得顛覆他們印象，因為他們的印象跟傳統的性別刻板印象太接近了。(你不會擔心價值上，他們覺得的不是新奇、而是冒犯，你不會擔心?)也還好，因為……讀者何其多……有時候是一個你對讀者的，也不是想像，或是可能是一點點認識加上一些想像這樣。

就 A4 而言，她隸屬的生活中心、她服務的報紙對此都沒有意見，她提出的與性別有關的議題從來沒被否決過。主跑機關看重 STEM，而她自己可以以新奇有趣的切點包裝相關議題。在「吸引讀者」的思考下，A4 看似做來得心應手。她並沒有宣稱她的採寫是呼應什麼樣的性別優先的價值；她強調的依然是吸引讀者。跑線資歷尚淺的她坦承人脈有限，這反而促使她一再以挖掘資料庫中資料來寫新聞。她覺得她找到有意思的切點，而這與性別有關。A4 目前採寫報導的經驗似乎就呼應了時間符擔性(temporal affordance)這概念中的延展可擷取性，就是因著近用在不同時點產出而已數位典藏的資訊，現在的記者充分利用時間所提供的資源，完成報導。A4 一篇又一篇近用教育部統計資料而生的報導正是例子。A4 今年十月於現場即時報導科技部主辦的吳大猷先生紀念獎，她是今年唯一即時報導此項學術研究榮譽活動的紙媒新聞記者，文中導言提到 45 名得獎學者中有 13 名女性，人數 10 年來最多。該篇點閱率六百多，A4 表示女性科技相關新聞點閱率有限，該則也未獲自家平台網路推播。

A7 主跑的也是教育，但是，即使 A7 對於中央部會或是機關團體傳來的採訪通知上強調重點是科學技術工程與數學(STEM)的消息也不陌生，他對於

這一類的活動別有看法，

有時候他們在發場合通知，然後就……他們有時候也會講說，這個女生很厲害怎麼樣的。那或者是他們有時候會介紹一些、頒一些甚麼年輕科學家獎。然後只要大家看到的，就是裡面長的最漂亮的那一個。

A7 特別舉教育線上採訪校園相關新聞時，以他服務報紙來說，像是要採訪高中優秀考生時，A7 表示，「我可以講得比較粗俗一點，就是女的比正、男的比慘」，一群教育線的記者到了學校、要採訪，學校找來一群人，記者對這一大群學生一無所知，他形容在現場抓瞎，「很像那些跑去買東南亞新娘一樣的那種感覺。」

身為生理男性的 A7 雖然明白道出媒體規則，但是，他自己對於他在現場的提問、報導的角度，很有想法，

那不過有時候問到一些女科學家的時候，有時候其實我對他們蠻不好意思，就是大家都會問說甚麼，你要甚麼怎麼調整家庭跟工作……假設男生(按：男性科學家)人家問我說甚麼，那個我感謝我老婆，她都幫我把小孩子家裡都照顧得好好的，那我們就會寫說那個甚麼，某某某他的老婆非常賢慧，把家裡都掌握得好好的，所以讓他可以在外面毫無後顧之憂甚麼之類的，都想像得到。那如果假設有一個女生就說，那個我都靠老公、感謝我老公特地幫忙怎樣的，我們就會寫說，他的老公「非常特別」地支持他，並且主動分擔家務。我想說，那不是一人一半？其實家務其實就一人一半，所以我覺得問這問題……後來我們就不愛這樣問，因為我覺得這樣問那個，這樣問就是對那個男生或女生都不太公平。

A7 吐露的，正反映了不少記者在採訪現場即使面對女科學家，但是訪談提問仍硬生生地將女性塞回女性理當「操持家務、照管子女」的框架中。然而 A7 代表的也正是性平意識不同於前的這一輩記者。

記者 A7 服務的媒體看重報端女性出現的比例，原因在於女性吸睛，吸睛的女性會帶來點閱率。因此，女性在報中露出、出現，不是問題，但是出現的女性通常必須符合組織報導的潛規則。報系、媒體的文化中介、影響了特定議題的樣貌，尤其是涉及性別的時候。A7 明白媒體要求報導在性別露出上的「準則」，因此，即令「美女」就是採訪準則，他仍試著在女性受訪時以合乎兩性平等的方式提問，清楚排除提問中對於家務分工的傳統性別刻板印象。

就以主跑校園、科學的個別新聞記者而言，深度訪談以及對於個別報導的檢視分析，都可看出記者在工作上對於性別平等已經具有一定敏感度。然而，就以性別主流化力推的提升女性在 STEM(科學科技工程與數理)領域參與的議題而

言，即使記者到了現場，見報的新聞或許仍舊與各家紙媒對於性別相關議題的想像與操作有關。以臺灣每年為培育青年研究員投入研究而頒發的吳大猷先生紀念獎相關報導為例，2018年5月28日蘋果日報即時新聞就出現「173公分超正教授 最年輕吳大猷紀念獎得主」標題。該則新聞導言寫出獲獎的年輕科學研究者所屬院校、姓名、與獲獎研究作品等資訊，但是在為了吸睛、滿足搶眼要求的新聞網標題上只有研究者外型特徵、稱頌外貌年齡的讚語入標。這就是某些紙媒主流的性別化手法了。

## 數位匯流、速度優先與性別化

一如之前分析兒少新聞自律委員會以及性平相關座談中新聞從業者所言，平面媒體新聞主管咸認紙媒是紙媒、網路新聞是網路新聞，二者不可混為一談。然而，訪談發現，新聞從業者避而不談的網路新聞處理邏輯正就是影響新聞產製「一路而來」的新聞表現的重要因素。訪談的20位新聞工作者中有5位曾有或是現在分別擔任包括總編輯、主任、組長、召集人等相關管理職。其中A13表示這幾年新聞組織的變化，「我們要把人往數位那邊移動，所以……我們把編輯部改成新聞部」，她表示，

所有的內容其實就都是內容長管，所有內容的產製。內容出來，到網站，就是新聞網去使用；到手機，就是手機去使用。報版就是總編輯決定，要做哪些議題、做哪些相關的搭配……我們分「端」跟「流」。新聞進來，到了不同端，就是不同的產品；產品有手機、有報紙、有紙本、有網站。然後有社群，各取所需……現在要瞭解你的使用者到底是誰。

就每則新聞產出的流程而言，

我們現在分很多中心，但是我們有一個任務編組的，叫做數位編輯台，數位編輯台裡面的，也是我們的資深內勤的主管，是屬於產製內容的這一段的主管。記者的報導，如果今天是個即時新聞，他進了上稿系統之後，那個數位的編輯看了以後，如果沒有什麼大的問題，他就直接把他給出去，直接可以到新聞網上面。然後報版這邊，可能會是到了四點編輯會議再選擇或者是兩、三點的時候選擇到報版。

A13講起新聞內容要走比較「策略型的規劃」，指的就是導入數據，依照數據顯示讀者的偏好來製作新聞，

每年都訂有一些目標，比如說我們今年有一些目標是數據導入，要



根據數據來產製我們的內容……像我們傳統做報紙，其實我們根本不知道我們讀者是誰、他的樣貌是什麼，可是你現在數位的環境裡面，你就會可以知道他的行為、他的人口變項是什麼、哪寫人喜歡看哪些內容，然後他喜歡看那些內容的哪一些部分。因為我們可以算停留時間等等……比如說我們設定了一個題目以後，我們會先去請我們報系的數據部門去撈資料，就是去撈關於這個議題的使用者，他大概喜歡看哪些內容……平常看這些、注意這些新聞的使用者他注意哪些、這些議題下面他還關注更細的東西是什麼，然後我們根據這些數據所呈現出來的那個內容的樣貌，來產製我們的內容……那我們為什麼要這樣做？是因為這樣可以更對準我們的使用者他的需求。

A13 講起數位優先，**digital first**，指的就是從數位世界裡面撈取集結而成的數據，依此發展。A13 講起他報目前加重「即時新聞」在個別記者 KPI 上的佔比一事，她表示，「我們報其實已經過了 XXXX(按：他報報紙名稱)那個階段。」她表示因為自己報紙的數位匯流開始的早，那個時候記者要拍影音要發即時，而當時「這個即時新聞的 KPI 是很重要」。但是，A13 表示，從去年開始自己媒體已經不再將流量當成唯一的、同仁最重要的 KPI 了，她表示報社希望記者能夠多產生原生議題，今年重點是調查報導。不希望將 KPI 加在個別記者身上，因此，「我們會用一個中心來看，看中心主任。」

因為有些同事他的路線，就沒有辦法發很多，會很高點閱的，因為高點閱有時候，妳也知道，他的標題黨的性質很濃。或者他某些議題，那再加上某些網站的特性，或者怎麼樣，因為這個流量問題就會，我們發現一個問題就是說，記者為了搶這個點閱，通常，比如說有人在臉書上 po 了一個東西，很多記者都搶著去發，包括很資深二、三十年的記者，因為他知道這個有流量，可是對我們來講你這個資深二、三十年，你應該去寫一些別的東西，去吸引人家，而不是……至少是自己原生的東西，而不是這種，所以我們就開始覺得這種現象不能讓他再下去。所以我說我們已經過了那個階段……我們甚至覺得那個階段其實有一些偏差出現，所以我們這兩年想趕快把他導回來，就是八二，我們我為八二法則，就說你可能八成東西還是大家網路上大家喜歡看，可是至少我們有兩程式我們自己要、自己原生，然後要有深度的東西這樣子。

A13 講到今年蘋果日報開始實驗實施付費機制，流量逸出、分散到各個新聞媒體，因此自家新聞網就已經好幾個月都新聞網站第一名。這些數據似乎都支

持她所提到自家媒體已經過了那個只想靠流量來穩定的階段了。但是，根據我的觀察，A13 任職的新聞媒體新聞網站上，「社會新聞」一類下分多類，除了固定的社會萬象、法律前線、焦點事件等大項之外，另有固定的「情慾犯罪」一項，其下新聞標題無不聳動<sup>3</sup>，並且每則新聞均搭配以非新聞照片而多為凸顯女性身體的示意圖。這樣的類別、新聞標題，看似為了吸睛、增加點閱率，而這與 A13 所表示「已經過了那階段」似乎有所衝突。我以這現象與具體新聞網新聞範例請教，A13 表示，這種分類「可能是從社會新聞延伸來的」。依據新聞媒體目前決定方式、訊息內容製作基準，「如果照我們來講，他一定就是發現那個……會有效」，

但是他從他的數字點閱去看，他可能把他再詳細做了一些分類這樣子，那就是讓方便想看這些內容的人，他直接就找到了這樣，對，那他肯定是因為有點閱……如果你是在網站上的話，那個網站上的小編是有權利去改標題的……比如說社會記者他發了即時出來以後，稿上了系統，然後到數位編輯台，基本上這階段還是屬於我們新聞部的，他(按：數位編輯)看了內容沒什麼問題，標題沒有，他就出去了，可是到了新聞網，上到了新聞網之前，他的小編如果覺得什麼樣的標題，他更吸引人，他是可以把他改掉的。

之前 A13 所言，「凡事問數據」表現在即時新聞即刻問世的版圖上，有一塊名為「情慾新聞」的區塊總等著即時新聞入座。通常這媒體的新聞網站上，在「情慾新聞」類目下總有 7、8 則即時一字排開。A13 解釋如此呈現的話語中，明白區分「我們新聞部」與「新聞網」，雖然如此，她表示，今年媒體內部在嘗試一個計劃，「就是讓新聞網的小編跟我們數位編輯台，至少是新聞部的同事，一起合作，然後看看對內容有一些什麼樣的一致的標準」。只是，按照 A13 的觀察，實驗到現在並不理想，「我覺得就是新聞網的小編，覺得就是他們比較懂網路的市場」。這所謂「網路的市場」正就是選什麼題材、標題改成什麼樣，才可能在網路裡取勝。

以 A13 所服務的新聞媒體而言，媒體目前朝「報網合一」的方向走，總編輯也是新聞網總編輯，希望是一個流程，然後走到不同端點。然而，不同端點，「未必是新聞」，A13 這樣強調。即使媒體自覺已經走過了特定階段而現在應該要往深處去，但是論及第一線紙媒報版與走一個流程而之後上數位網、被小編推播到社群媒體或是手機 app 上的新聞異同以及媒體集團維持營運的方式時，此處所提到的「不一定是新聞」所指，更形清楚，

(數位與報版)這兩個產品他本身的特性就是不同。那再怎麼講，我

---

<sup>3</sup> 「基隆出現襲臀之狼 民眾怒罵路那麼寬還這樣走過去摸」、「女病患趴著復健 慘遭物理治療師摸下體又抓胸」(2019 年 12 月 15 日)「台鐵痴漢見妙齡女熟睡 竟解開她上衣扣子性騷擾」(2019 年 12 月 4 日)

覺得你在報紙上白紙黑字登出來的東西。他就是要代表報社、要有一定的品質的那個……那網站，至少在目前為止網站就是點閱率，因為他，那是他整個廣告的，就是收入的很重要的一個指標，（問：要談到不管是性平，或者是各種平權這些處理，這兩邊是不是就不太可能對話？）有點難，因為兩個的，他的訴求或者說他的目標，其實是不一樣，我覺得有一點難，對，就是……甚至很難。

A13 反覆強調記者都以新聞上報版為榮，「我們的同仁現在還是會覺得說，東西登在報紙上，他是一個比較有影響力的」，數位很快，「他就是流量而已」，A13 強調，「人家不會說今天 XX 新聞網發了一個什麼」；但是做在報紙上，經過排版整理，呈現出來，「他當然的影響力是不一樣」。講到對於現在看報紙的人、自家報紙讀者的想像，A13 承認讀報與網路上的閱聽眾的年紀世代之別，大概最明確，至於性別、對於性別議題的立場等等，她認為這就很難掌握。

包括 A13、A12、A11 等受訪者都曾提及報社在性別相關的表現上的原則，其實與高層的態度、宣示，很有關係。他們都曾提及在會議上，總編輯就曾強調像是「正妹」、「韓女」這種用語就不應該出現在報紙的標題上。總編輯會強調「這與新聞有什麼關係呢？」放在報版上，他們標題很喜歡講正妹，你完全失焦了。」(A13)但是，大家都強調這是指報版，A13 也直接表示，「你因為即時新聞已經，你就這樣去吸睛好了，大家都點。那你報版上，我們要討論議題，而且報版的版面很少，都會做議題，那你就不要讓他失焦。」

報版新聞旨在討論公共議題，相對而言，新聞網站就是吸睛、要點閱，然而受訪者認為即使要吸睛，媒體內部也是要把關，只是近期嘗試讓數位編輯與新聞網小編合作溝通，這並不成功。至於第一線記者如何受到即時新聞、推播點閱的影響，這從受訪的主管看來，記者依然是以新聞上報版為榮。新聞室內將報版新聞與線上新聞當成「兩個不同的產品」，「區隔」是目前最有力的策略，而目前即時新聞的管控上，只要沒有很大的錯誤、影響人家商譽，「我們基本上就會讓他就是去」(A12)。即時新聞的流量與則數是非常重要的依據。

我覺得因為整體新聞就是說在這個傳統媒體裡的，慢慢的式微，然後整個都是在數位的新聞上面，現在各家其實都是在數位的新聞上面，包括電視台偶爾都是這樣，所以我覺得導致性別的議題在這個內容提供的過程當中，坦白講他很難被有一個平等的對待。

A13 表示即使目前不再給記者流量、KPI 等指標，但是經過這幾年的要求，即便現在管理階層努力想把風氣轉回來，並不容易。A13 就說，「但這也是我們的責任……就說因為我們在過去那段時間，就是告訴他要以即時新聞為優先，那要點閱率，我們每個人，每個都賦予他一定的流量的 KPI」。

因為我們也發，我剛前面提到，我們也發現了問題的所在，對，但

是對於一個網站來講，就是他從數字上來看就是這些，聳動的標題或者一些性別的一些突出的一些新聞，他就是有點閱，對，那就媒體的經營來講，我覺得有，是有，是很難的……就說其實，我們現在已經有這麼多流量，那我們是不是可以在這麼多流量之下，我們做一點改變，就說有些議題，我們捨掉，或者說有一些標題，我們給他不同的那個，那我覺得這個要內部要很有共識才行，因為網路上的這，就說網站，我們在網站上的經營，不像報紙的內控是已經有一些既定的流程。

A13 的這段話道出紙媒目前面臨的挑戰。

### KPI 與紙媒網路的新聞性別表現

從事採寫報導近 9 年的 A6，他論起臺灣新聞媒體的品質變化，A6 認為台灣的新聞煽色腥很大一部分是蘋果日報帶進來的，「蘋果進來之後，我們家才特別成立社會中心去對抗蘋果日報」。他特別提到他服務的新聞媒體在兼有紙媒與新聞網情形下，採取了攻勢，

好像是去年還是前年？以前在 B 落，為的是要防禦、要打擊蘋果日報的腥羶色新聞，就往前面打攻擊戰，他的標他的下法什麼的，也受到蘋果的影響，人家辣你要比他更辣，我們比他更「深入」……

而就下標的管控流程而言，

我們需要下標去吸引內勤看我們這條稿單……如果我們的標下得好，即時中心會處理會採用，他就直接用，因為他也沒什麼時間。即時中心也還是有一個核稿，因為他整天下來上百條的上千條的新聞，他可能沒空。

A6 提到太陽花學運時，報社政策直接派記者去現場二十四小時論班，隨時發即時新聞，而因為運動也是從網路從臉師開始發酵，因此，「那個時候所有的新聞可能都會再回到 PPT、再回到臉書，然後去發酵。」那時本有即時新聞的獎金，但是太陽花學運時候報社發的即時新聞獎金總額非常高，那筆錢發下來之後，政策改變，即時新聞一則 200 元獎金取消了，由點閱率來計算，「單則點閱率要達多少的量，他才發一筆獎金，可能有三個級距這樣」。組織上，即時中心也擴編，正是成立中心。A6 說今年五月開始報社將點閱率正式納為記者的 KPI；以前記者的 KPI 評量是不包含網路即時的，「以前就算一則兩百，你賺很多，但是對於你的一個工作表現、態度評價什麼，沒有影響、不影響你考績。」今年五月以後，就不一樣了，點閱率直接佔月評量分數的一半。

我們家的政策之前都是紙本跟即時都要顧。那我們長官給我們的觀念就是那你一邊不行，至少另外一邊要行，所以他也不會特別強迫你。對。但是到今年開始正式的宣布說即時要……對我們其他同仁的表現，我不是很確定，但我自己的表現，因為這樣的月評量方式改變之後，我的名次直接下滑。教育部的新聞點閱率真的很難衝，平常一則這種這個跟政治有關還好...我們的讀者不像 XXXX(按：他家媒體名)那樣重視這塊，教育。

媒體的點閱率計算也並非直接轉換為分數，而是總計之後，記者大家排行，排行出來，依照名次給予計分，因此，一旦記者在中心名次落後，分數就不理想。A6 也表示，

我們原本我的習慣是留在紙媒寫，那登上報紙之後就可以貼我的那個原來的月評寫「紙本獨家」，賺分數。現在他們說你這個分數可能還比不上你即時新聞的名次的一個往前。所以，更進一步，所以他們現在反過來，把紙本的獨家、原本要留在紙本寫的獨家，提前放在即時新聞就去寫……這樣一來，紙本就不會是獨家了，他就放棄紙本的獨家，也放棄紙本的一個評分的機會，但是他要賺點閱率、賺網路點閱率，然後去爭取排名，然後往前一步就多得五分。就是這個是適應，就是你待職場上的一個適應跟一個互動的關係這樣子。

新聞媒體內部評量考績的制度轉變，記者隨之想方設法地保障顧全自己考績，因此，生存之道也就在報版與網路即時新聞的重要性重新配置，而以入標、內容口味吸引點閱的作法不變，性別相關新聞的表現也就每下愈況。A6 受訪時主動提到當時表演工作者、被媒體統稱為天后的蔡依林在她自己臉書上提問「以 G 奶作為標題的系列文章，對閱讀者來說，你們接收到的性別教育意義是什麼??」一事。A6 沒有多說，只講起這新聞，建議我可以進一步分析這現象。今年 9 月下旬的相關報導除了呈現蔡依林臉書文字之外，有的媒體但引述其他常上新聞媒體的名人回應，例如，「媒體只是想吸引讀者而已，安慰要她無須在意」，而多數新聞也都引述教育部小編在臉書專頁上就此而發的言語(「需要重補修性別教育，而且要超過兩小時」)，並且補上諸如「網友笑翻，認同表示：『這才是正解!』」的語句。我並沒有在 A6 自己的報導作品中看到任何因為性別再現而值得深究之處，而且 A6 過去報導的性別平權新聞量多，他自承長官很專業，從來不會刻意操作、指示方向，但是受訪時，新聞資歷近 9 年的 A6 頻繁提及在現在 KPI 底標要超過 12 萬才不會被檢討的工作環境裡，「沒達標的時候會很緊張」，就會趕快想辦法多發一些、「多發一些新聞去賺點」。A6 承認這個是對他很巨大的改變。

A8 是地方的社會記者，新聞資歷近三年。她現在在台北以外的都會擔任社會記者，平日沒有特定的稿量規定，遇上週末，則有一天 6 則新聞的壓力。她提到平日重大的判決當天報導，但是一般判決書 7 天之後出來，這時候她為了因應稿量需求、考量表現，就會有些策略，

然後我假日就缺稿，所以那一天我就是，在收集我的稿子，然後我就去判決系統裡面去查，我那天查甚麼奇怪的關鍵字，我就會丟一些奇怪的關鍵字去碰運氣，這一條(按：深訪時研究者以一則 A8 報導的即時新聞請教)，這條我好像是關鍵字搜「懷孕」，然後就搜到(問：你為什麼會用「懷孕」這詞?)因為懷孕有時候會牽扯到一些賠償、或者是一些醫療法、或者是夫妻糾紛，或者小三之類的，對，這個關鍵字，他會涵蓋蠻多東西(問：以特定關鍵字詞搜尋時，是因為那些字詞、那些涉及到那些面向是重要的?)是有點閱率。(問：是有點閱率的?)是。

A8 受訪時一再強調「存稿」、「手頭上鬆一點」。她認為「你的點閱率只要有達標」就是不是單純為了點閱率，而是「要讓這個月好過」、「手頭上鬆一點」。KPI、點閱率帶給第一線記者的壓力如影隨形，即使 A8 表示要達呈現在一季 83 萬點閱率未必困難，但是就是如影隨形。A8 的報導與標題中，仍然不時會有強調生理性別、性別認同的指稱，像是「女老闆」、「同志伴侶」等等，而以「同志伴侶」入標的新聞為例，在即時新聞中如此呈現，而同一則新聞進入報版，紙媒新聞的標題就去除了「同志」二字。當我詢及何以如此的時候，A8 表示社會中心的主任曾經特別對她使用像是「馮嫌」的指稱，直接來電提醒，囑其改為「馮女」，因為生理性別會是讀者想知道的。至於後者、「同志伴侶」一例，A8 表示這是為了同婚通過之後的社會案件可以發揮教育意義、讓民眾理解同婚關係也依然有各種可能衝突，因此加上。對於報版新聞標題改變，A8 表示理解報版考量不同。同樣跑社會新聞的 A5 當被詢及 KPI 時一度弄不清楚數值，這反映他說的「KPI 就是參考值，就是給主管看。」他也提及組織改制度，要求記者今年這一季的 KPI 要超過去年同季，但是，「去年 11 月有普悠瑪啊。」目前 KPI 的計算包括了即使點閱數值、數位與報版專題數目、工作態度自評、完成上級交辦任務情況等等，一季一回的評分制度下，A5 強調，就是主管在意的工作評比。比起 KPI，A5 續講他持續報導的私娼問題，他顯然較有興趣與精神。A5 持續從執法、法治、性專區、到性工作者權益保障的角度寫出不同新聞，他表示「那一篇專題我覺得我做得很過癮，但是，結束了得到的表面上也是這樣。」A5 所指他得到的回應是在他上網的新聞報導底下，網友留下諸如「記者要先寫小說了，那個掰一篇好過年」、「我也很慘我單親媽媽我怎麼沒有想過我要出賣自己身體」這一類負面評語。

跑科技教育的 A4 表示組織對她們一個月的 KPI 要求是 32 萬，「等於一天一萬多，這還沒算休假。」A4 表示新聞網上後台有個記者人人都可查知的流量紀錄，每個人可以看到 24 小時之內、3 天之內、一個月、半年來的總流量。「公司的流量要求是一個上修的過程。」A4 表示她的因應之道，就是「慢慢找到我

覺得一定會熱的題材」，像是學測、指考。A4 表示，她知道可以如何操作、點燃戰火，她也表示確實就會從標題開始操作，但是，「我從來都不會用性別去當作我操作點閱率的方式」。她表示將自己路線裡部分議題寫得比較「獵奇」，可能對點閱有益，但是「我也不用靠這個賺點」，所以觸及同志的議題，她不會從賺點的角度處理，A4 認為她所在的組與主管也不是會從賺點閱的角度做決定，但是對她而言，點閱率確實就是最直接的、從讀者來的回應。同樣跑教育的 A7 則表示，KPI 對他沒什麼影響，「其實就是領死薪水」，他強調 30 天扣去週休等於 22 天，「我寫 22 條跟我寫 220 條，我拿薪水是一樣的。」A7 表示主管扛 KPI，主管也可能拿出來說說今天點閱率誰誰如何，但是個別記者看不到這種東西。A7 提到，「在公司裡他們有個螢幕，叫什麼『現在最熱門前十新聞』」，但是，鎮日在外跑新聞的 A7 表示，「其實我們在外面是看不到數字的。」然而，不受 KPI 影響的 A7 對於公司在「採訪必須有美女現影」的報導原則上一清二楚。

記者之外，擔任數位編輯的 A9 也要擔 KPI，因為列編生活組的她，從組長那兒來的 KPI 是即時新聞一個月 32 萬，點閱率 32 萬。A9 表示，這種點閱率指的就是她要「到處抄」的新聞。A9 新聞經驗豐富，一天 8 小時的工作時間裡，除了核稿工作，她自己要憑藉自己過去跑新聞的路線經驗，從網路上相關的專家臉書、爆料公社，找到事件，問問自己過去採訪路線的單位真相如何，發自己的即時新聞。

值得一提的是訪談中發現受訪的社會記者提到為了確保一日必出稿量、為了點閱率等而有的「存稿」做法。「存稿」固然是個別記者為了保障自己工作達標而採取的方法，但是，留存在新聞報導中，反覆出現的資訊，也可能正就是為了吸睛、爭取點閱率。不少性化的新聞報導由是產生。舉例來說，今年 10 月 9 日自由時報的一則以「SOD 是真的？男友就在旁邊……按摩師性侵女大生被起訴」為標題的新聞，報導的是發生在一個月前(9 月 9 日)的社會事件。自時在事發一個月之後，以「即時新聞」方式在新聞網刊出此一報導，在近 700 字的新聞中僅有最後兩行寫出「檢察官認為，阮男與女大生根本不認識，不可能就這樣發生性關係，因此認定阮男性侵犯行，今依強制性交罪將他起訴」，報導中大部分文字環繞在犯罪發生當下現場無他人在側的性侵犯罪細節。若以「即時」而言，最新發展應為「起訴」，但是除了標題與最後一行，報導全文與犯罪事件發生之後數日、聯合新聞網於 9 月 13 日以「SOD 是真的！男友在布簾外，女大生按摩被越南按摩師性侵」為題的即時新聞內容相似，俱皆細描加害人與被害人互動話語動作；距離事發一個多月之後自由時報即時新聞的描寫尤甚。事實上，以「SOD 是真的」此一網路風行用語入即時新聞標題的情況，愈演愈烈。SOD 本為日本成人影片集團公司，製作發行的 A 片受人矚目。本為 ptt 鄉民用語的「原來 SOD 是真的」為記者編輯用來入標，指稱在日常生活中目睹與 A 片中相關情節出現。標題用語如此，削減了犯罪事實、建立了以消費 A 片方式閱讀詮釋的框架。

### 版性、路線與「忠實」讀者的挑戰

A7、A8 對於自家性別化的版性表現的經驗，剛好成為對比。A7 不諱言地提及自家從天氣新聞到社會實錄版面上都一定以美女照片吸睛，也為受訪 NGO 負責人論及的「今日我最美」照片處理，本意就在吸睛，即使一而再、再而三地

被人批評「最美」主角因為版面安排，往往被誤以為是版面上旁邊社會事件的主角，有誤導讀者之嫌，此一設計少有更動。報紙內部鋤報分析就曾有「因為近期普遍不美」，致使原本設計做為版上吸睛之用的這安排「成效不佳」等批評。動用性別化的版面安排以吸引讀者，這做法一向如此。

此前擔任媒體高層的 A13 以及任主管職的 A9、A12 都曾表示像是「正妹」一類的用語不該再出現於報端，但是，跑社會線的記者 A5 就以自己主跑的警政消防為例，他受訪時對我拿出的好幾則由他、他的同儕、以及他報記者執筆的都有「正妹」「暖警」入題的社會新聞，給出了不同於高層主管的解釋。A5 說明在今年上半年臺灣全國司法會議之後，警界三令五申「偵察不公開」的原則，以公文以宣導、甚至以公布處罰來警示一線警員警官。A5 表示，所謂去到警局，翻查檔案文件這類訛傳，早就不是社會記者跑線的方式，社會記者憑藉的是與一線警員的好交情與互信；現在面對嚴守律令、只能對他苦笑警察兄弟，他表示，「又不能沒有就此沒有新聞沒有報導」，所以，警察提供的多是拾獲失物、帶迷路老人返家一類的正面新聞。記者既要維持關係、又要新聞吸睛、不能碰觸近日嚴正聲明的律令（「偵察不公開」），於是，近日就有大量以「正妹」「暖警」為標的新聞出籠了。其他受訪的社會記者有此感，但是也曾跑社會的記者 A12 對此說法則不以為然，她認為事在人為，偵察不公開的原則一向如此，是否必須接受警察提供消息而一味以「正妹」入題，這大有思考空間。只是，搜尋網路上數位即時新聞可以發現，紙媒報版的新聞裡少了「正妹警察」的新聞，但是網路世界的這類新聞比比皆是。

位居媒體高級主管職務的 A13 受訪時曾說報社內部調查顯示報紙的讀者百分之八十是不會看自己媒體新聞網的東西的，然而除了像是在報版上向來不在前面版次的社會新聞到了新聞網上明顯採取吸睛作法爭取注意之外，特定的版面像是副刊、家庭版，也會因為網路與紙媒的互動而遭到挑戰。新聞編輯 A8 的從業資歷約 10 年，在目前擔任編輯的家居版約 4 年左右。但是，她的版面在報紙長久的歷史中已經培養、擁有了一群忠實的讀者，據 A8 描述，她的版面的忠實讀者可能與她服務的報紙所養成的讀者群接近，多為是保守、對家庭居家有固定想像的一群人。今年 9 月 A8 在她的版面上推出了同志家庭的專題，邀請不同作家撰文分享，這個版面一推出，報社立即接到不少抗議電話。A8 在描述這回與性別相關的爭議事件與處理時，她的說明觸及她的新聞媒體在數位時代、在價值交替轉換衝突的當下，在面對面、經由傳統書信、利用社群媒介經營、鞏固、培養不同讀者時面臨的衝突，而這些潛藏久的衝突與策略考量，都在這一次因著同婚的專題版面爆發了出來，

居家版，應該說，我們報的讀者本來就是傳統的讀者群多，然後，其實這一次，就是這一次，那個同志，同志的那個邀稿，臉書上，因為我們的副主任他是作家嘛，他轉貼了。轉了之後，就突然好多人按讚，好奇怪，就有一堆人突然要加我，但我都沒有加，我就想說，到底都是誰，就希望大家認真看文章就好了嘛，而且我後來就在想一個問題，就是我有點意外，有那麼多人轉分享跟來按讚，但是，他們會回頭去看我們報紙我的版面嗎？

A8 亟思在維持住老讀者的情況下，藉由文章議題、新寫手的加入，轉換紙媒居家版上對「家庭」的想像，但是，相當不易，以這次推出的同志家庭的專題



而言，固然在臉書上因著副刊主編作家自己的推薦而帶進大量點閱與按讚，但是紙媒這版專題一出，立刻接到來電抗議。A8 表示，在新聞網的頁籤安排上，居家版的文章、專題，都不是在第一層頁面就可以看到的，平日她也沒有感受到必須藉由經營較吸睛的議題來賺取點閱與讚數，但是以她主編的版面屬性而言，要依循舊路平穩無事，或許是一種策略，但是對於銳意改變的 A8 而言，想要建立對於性別平等不同的想像、建立對於家庭的不同想像，她認為她經驗到代價，也在思考。對於副刊、居家版這樣的挑戰，另一位自己所跑的路線也與平權有關的受訪記者 A10 就表示，「她的那個版面就屬性而言，就不適合做那樣的題目啊，她的讀者……」。在求新求變、亟需兼顧報導的質與閱讀的量的時候，性別相關的處理安排對於在不同位置、不同資歷、不同經驗的記者來說，輕重緩急的考量似乎完全不同。

## 報版、網路，一家非家

受訪的記者編輯主管，不論隸屬哪家媒體，在訪問中提到自家線上即時新聞、新聞網、推播出去的平台新聞，都有著「非我族類」的特定描述。像是記者 A03，講起報系裡的新聞網，

基本上，新聞網的人，他們也不覺得他們是我們報的啊。(你是說，他們自己的認同上也是這樣嗎?)對，因為他們自己是一個上櫃公司。而且他們自己，就是自己營運嘛，所以新聞網的同事，他們不會覺得說，他是我們報的人，他會覺得說，我們是，我們跟你們不是，不是一起的喔，可是但是我們在報社的人就變成，就會覺得說，對啊，我們就是，我們就是一起的嘛。

A3 的說法相當反映深訪中我所體會的現況，紙媒出身的記者編輯對於新聞網的即時新聞表現即或避而不論，在終究需要講述分析的時候，總是表示賺取流量，但是希望漸漸標準一致，但是受訪的新聞網小編、以及介於報紙和數位平台中介的數位編輯，則在觸及不同議題時，對於如何界定數位新聞產品，講起是否要以一般新聞標準視之，有著難以言明的困難。也因此，當我以一則在不同報紙的即時新聞出現而時間相距近月的社會新聞請教不同媒體不同單位記者主管的時候，受訪者大都默然不語，因為這是一則顯然以標題聳動取勝(「SOD 是真的！男友在布簾外，女大生按摩被越南按摩師性侵」)的即時新聞，標題示意方式取自網路慣用語，指稱的是色情媒材特殊文類，而標題開頭說法正是網路上引人閱讀某種怪奇性交情境的說法。相隔近月，而都以即時新聞的方式首次出現在各自的新聞網站上，「即時」非即時，但是這類型的新聞出現，也就具體而微地點出當前臺灣數位與紙媒在端與流產製過程中「賺流量、成就紙媒」的作法。然而，性別相關的新聞固然在紙媒版面上較前進步，但是就賺取流量的運作而言，不論是第一線記者為取得定量點閱率以自保，還是在新聞網推播手法運作而有驚人標題、新聞分類，時間符擔性對於性別表現而言，似乎新聞表現的進退還難定論。

## 結論

根據兒少新聞自律委員會的會議紀錄分析，首先平面媒體從業人員(尤其主管)強調的是「依法行事」，而平面媒體最為謹慎自視的莫過於兒童及少年福利與權益保障法。會議紀錄顯示新聞從業者針對引發爭議、民眾投訴的表現手法都強調「意在提醒」，要發揮警醒作用，因此著力報導呈現近人性侵的事件。然而，面對兒少法第 45 條第 1 項第 2 款強調的「不得過度描述色情細節」，當備詢及「有些段落是否必要？」時，答辯紙媒堅稱報導為了「要注意小心親近的人」、「有必要提到」，即使報導當中並未有此對近人侵犯的警示提醒，「提醒」功能闕如。紙媒似乎認定「報導事故發生細節」，即收提醒之效。

紙媒呈現性別相關社會事件的做法與報業自律委員會面對爭議案件的回應，都顯現了傳統報業從業者認為報導「發生了什麼(what)」乃天職。比對深度訪談中社會記者基於績效評量、週間週日 KPI 點數要求，而必須查詢判決書系統、找尋判決資料抄錄報導，社會事件的細節描述、受害過程披露既有資料佐證、又有新聞專業上的判斷支撐(為警示而供細節)，當前新聞產製性別化的關鍵因素由此可知。

本研究深度訪談觸及的新聞產製過程中的挑戰、影響性別平等表現的關鍵，實與即時性(immediacy)、現場直播(liveness，記者在事件發生當下同步報導)、準備時間(preparation time，記者得以花在新聞報導發展的時間量)、暫時性(transience，線上新聞故事的時時更新、時間層疊)、時間停駐(fixation in time，紙媒報版新聞的定時出刊、報導問世)、延展的可擷取性(extended retrievability，記者可以輕易近用大量原生自不同時點的資料與文本，用以建構當下新聞敘事)有密切關係，而臺灣紙媒(與其新聞網)在眼見 2019 年蘋果日報開始施行收費會員制之後，一方面希望承接過往蘋果日報閱聽人，希望自蘋果日報「出走」的讀者可以轉而青睞自家數位新聞，另一方面，多家紙媒與其新聞網也摩拳擦掌地打算實驗會員制。有的媒體加重自家記者在報導即時新聞之後點閱率的權重，以其決定個別記者工作績效(KPI)，這自然直接影響線上記者對於博得讀者即時注意的新聞的採編寫，這也影響了與性別有關的新聞的呈現，即使有的記者堅持他總能找到既吸睛又不佔性別便宜的做法。當然，記者在職場，這都要看主管、報社、數位新聞網的決定與做法；「正妹」與其他看似能立時吸引讀者關注的字詞表現依然一再出現，媒體從上到下，似乎樂此不疲。有的媒體主管宣稱靠四處張羅吸睛消息、只看點閱率的時代已經過去，自家開始強調深度、調查，然而，分析網路新聞，著眼情色的新聞反而有固定欄位，主管與從業者也不得不承認台後大數據顯示，是有與傳統紙媒不同的閱聽人特別青睞，而只要能增加點閱率，還是非常重要的。強求時時更新(數位編輯隨時張望其他線上媒體有無同款或簇新的新聞上線，一有就動手裁剪上線)、在不觸法的邊緣盡可能地發揮爭取點閱的手法，記者準備時間少、編輯同時間要處理大量流入流出的即時新聞，因此，除了銳意嘗試不同性別角度的記者(訪談中處理私娼議題的社會記者、著力報導女性 STEM、女科學家的幾位文教記者、力圖改寫制式「家庭」形貌的副刊編輯等)之外，紙媒與其網路新聞所呈現的圖像並不樂觀，而如受訪的社會記者表示，新聞披露之後底下網友留言，對於非主流的性別報導角度(被剝削的私娼)的謾罵嘲諷，記者認為這就是社會本色，也就持續以報導與其對話。

從設題、資料蒐尋、新聞面向開展、即時新聞一路上線、歷經召集人、數位編輯、網路小編在各個位置的框架，新聞是在數位化的過程中拼搏完成，歷時甚短，也因此過程的因襲值得探究分析，因為，過程與經手的每一個從業者才是型塑性別化新聞的做手。

## 參考文獻

### 中文部分(Chinese Section)

- 方念萱(2014)。〈前世紀臺灣鏡像中的國家與個人：平面媒體再現柴契爾訪臺、柴契爾主義、與臺灣〉。《文化研究雙月報》，第 144 期，頁 16-31。
- 方念萱(2018)。〈第三章：數位性別現身〉。黃淑玲，游美惠(編)，《性別向度與台灣社會》(頁 57-83)。高雄：巨流圖書公司。
- 王淑美(2018)。〈網路速度與新聞：轉變中的記者時間實踐及價值反思〉。《中華傳播學刊》，第 33 期刊，頁 65-98。
- 安碧芸，駱碧蓮(2009)。〈「認同」與「尊重」：臺灣報紙運動新聞報導之性別意涵分析〉。《體育學報》，第 42 期第 1 卷，頁 83-99。
- 江斐琪(2014)。〈女性貧民窟的長存：臺灣報業組織的女性化〉。《社會分析》，第 8 期，頁 1-45。
- 位明宇(2012)。〈媒體匯流的策略、操作與衝突：以中央社與聯合報的個案研究〉，「2012 年中華傳播學會年會」論文，台中。
- 杜娟娟(2010)。〈名人婚暴案電子報報導之分析：婚暴迷思？防治教育？〉。《台大社工學刊》，第 21 期，頁 55-114。
- 林翠絹(2018)。〈數位優先新聞室：海峽時報網路新聞匯流與轉型分析〉。《傳播與社會學刊》，第 43 期，頁 73-102。
- 邱林川(2018)。〈變幻的世界、不變的問題〉。《傳播與社會學刊》，第 43 期，頁 v-viii。
- 姜穎(2014)。〈2014 巴西世界盃臺灣平面媒體的女性再現與性別意涵〉。《體育學報》，第 50 期第 1 卷，頁 95-112。
- 康庭瑜(2014)。〈首相宅邸裡的瑪丹娜？英國報紙如何再現柴契爾與女性主義之間的關聯化〉。《文化研究雙月報》，第 144 期，頁 32-45。
- 陳之馨，劉昌德(2014)。〈朦朧的巫婆，永遠的鐵娘子：媒體的柴契爾訃聞與新自由主義再現〉。《文化研究雙月報》，第 144 期，頁 3-14。
- 陳百齡(2016)。〈追分趕秒：新聞組織的時間結構化策略—以報社圖表產製為例〉。《新聞學研究》，第 127 期，頁 75-117。
- 黃淑玲(編)(2017)。《性別主流化：臺灣經驗與國際比較》。台北：五南圖書。
- 網氏(2019 年 1 月 4 日)。〈「假」新聞無所不在：2018 年度性/別新聞整理與回顧〉。取自自網氏/罔市女性電子報，  
<http://bongchhi.frontier.org.tw/archives/39373>。
- 劉蕙苓(2018)。〈台灣記者的 3L 人生：數位時代的工作狀況與趕工儀式〉。《傳播與社會學刊》，第 43 期，頁 39-71。
- 劉蕙苓、羅文輝(2017)。〈數位匯流的新工具採納：記者的社群媒體使用與影響評價〉。《新聞學研究》，第 132 期，頁 107-150。
- 潘俊宏(2010)。〈趕新聞遊戲下的「真實」：攝影記者的勞動處境與專業焦慮〉。《新

- 聞學研究》，第 105 期，頁 247-275。
- 蔡明河、謝靜瑜(2011)。〈99 年全國大專院校運動會報紙報導性別呈現之分析〉。  
《休閒與社會研究》，第 3 期，頁 105-114。
- 蔡雁雯、蘇蘅(2016)。〈性侵報導的強暴迷思與轉變〉。《新聞學研究》，第 128 期，  
頁 85-134。
- 蕭蘋(2004)。〈新聞專業中的性別政治：媒介組織對女性記者及其報導的影響〉。  
《新聞學研究》，第 81 期，頁 86-123。
- 蕭蘋(2017)。〈第五章：媒體中的性別平權〉，行政院性別平等處(編)，《性別：教  
育、文化與媒體(性別意識進階教材系列叢書)》(頁 127-157)。台北：行政  
院出版。
- 蘇柔郡、吳筱玫(2018)。〈高中女生使用 Instagram 之日常美學：符擔性觀點〉。  
《新聞學研究》，第 135 期，頁 139-191。
- 蘇蘅(2018)。〈新聞專業的新視野：媒體實踐與台灣的問題〉。《傳播文化》，第 17  
期，頁 16-51。

### 英文部分(English Section)

- Anderson, C. (2011). Between creative and quantified audiences: Web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms. *Journalism* 12(5), 550-566.
- Angela M. Lee (2015) Social Media and Speed-Driven Journalism: Expectations and Practices, *International Journal on Media Management*, 17(4), 217-239.
- Byerly, C. (2013). Conclusion: Journalism and Women's Broader Struggle. In C. M. Byerly (Ed.), *The Palgrave International Handbook of Women and Journalism* (pp. 451-460). Palgrave Macmillan, London.
- Carlson, M., & Lewis, S.,(2019). Temporal reflexivity in journalism studies: Making sense of change in a more timely fashion. *Journalism*, 20(5), 642-650.
- Carter, C., Steiner, L., & Allan, S. (2019). *Journalism, gender and power*. London & New York : Routledge.
- Carter, C., Branston, G., & Allan, S.(1998). *News, gender, and power*. London and New York : Routledge.
- Dickinson, R., Matthews, J. & Saltzis, K.,(2013). Studying Journalists in changing times: Understanding news work as socially situated practice. *International Communication Gazette*, 75(1), 3-18.
- Hansch, F. (2015). Transformative times: Australian journalists' perceptions of changes in their work. *Media International Australia*, 155, 38-53.
- Lucht, T., & Batschelet, K. (2019). "That Was What I Had to Use": Social and Cultural Capital in the Careers of Women Broadcasters. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 194-214.
- Malliga Och (2018) The local diffusion of international human rights norms – understanding the cities for CEDAW campaign, *International Feminist Journal of Politics*, 20(3), 425-443.
- Morgan, J. & Simons, M. (2018). Changing Media Coverage of Violence Against Women. , *Journalism Practice*, 12(9), 1165-1182.
- Sarikakis, K. & Nguyen, E. T. (2009). The Trouble with Gender: Media Policy and Gender Mainstreaming in the European Union". *Journal of European*

- Integration*, 31(2), 201-216.
- Shor, E. (2019). Political Leaning and Coverage Sentiment: Are Conservative Newspapers More Negative Toward Women? *Social science quarterly*, 100(1), 307-319.
- Singer, J. (2010). Journalism ethics amid structural change. *Daedalus*, 139(2), 89-99.
- Tameling, K., & Broersma, M.(2013).De-converging the newsroom: Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice. *International Communication Gazette*, 75, 19-34.
- Tenenboim-Weinblatt, K., & Neiger, M.(2018). Temporal affordances in the news. *Journalism*, 19(1): 37-55.
- Tumber, H. & Zelizer, B. (2019). Special 20th anniversary issue: The challenges facing journalism today. *Journalism*, 20(1), 5-7.

第五節：  
性別政治與媒體報導

# 台灣性騷擾事件新聞報導之趨勢分析

王嵩音

台灣中正大學傳播系暨電訊傳播研究所教授

## 摘要

性騷擾現象在任何社會都是存在以久的問題，只是一直未受到重視。#MeToo 運動掀起全球的矚目，也讓過往許多被塵封以及隱忍的事件一一浮現。本研究以量化的方式觀察媒體報導性騷擾事件的趨勢，尤其著重於比較在#MeToo 運動前後新聞媒體報導性騷擾事件報導內容以及「性騷擾迷思」的差異情形。本研究以過去十年(2009-2018)《聯合報》與性騷擾有關的報導為對象進行內容分析。分析結果顯示「缺乏證據」為最常出現的事件迷思，「喜歡對方」以及「穿著暴露」則是最常出現的加害者迷思與受害者迷思。研究也發現#MeToo 運動確實為重要的關鍵。#MeToo 運動之前以報導性騷擾發生在「公共場所」的比例佔大多數，而在#MeToo 運動之後則以發生在「工作場所」的比例最高。此外在#MeToo 運動之後報紙媒體在報導性騷擾事件的新聞文本中不僅不再詳細描述性騷擾的過程，也不再隱含任何性騷擾的迷思。

**關鍵詞：**性騷擾，#MeToo 運動、新聞報導、性騷擾迷思

## Abstract

Sexual harassment has been one of the most serious social problems at all time, but it has not been taken seriously until the #MeToo movement which has set off the world's attention. This study tries to examine Taiwanese newspaper coverage of sexual harassment, and compare news coverage of sexual harassment and “sexual harassment myths” endorsed in the news stories before and after the #MeToo movement. A content analysis was conducted by using the sexual harassment coverage of the United Daily News in the past decade (2009-2018) as the sample. The results of the analysis showed that “lack of evidence of harassment”, “attackers motivated by courtship” and “victims wearing revealing clothes” are three most prominent sexual harassment myths. This study also found that the #MeToo movement is indeed an important landmark. The percentage of reported sexual harassment in “public places” was the highest before the #MeToo movement, and the highest percentage occurred in “workplaces” after #MeToo movement. In addition, after the #MeToo movement, the newspaper not only did not elaborate on the details of sexual harassment in the news, nor did it imply any myths of sexual harassment.

**Keywords:** sexual harassment, #MeToo movement, news coverage, sexual harassment myths



## 前言

2017 年美國爆發好萊塢著名製片人溫斯坦(Harvey Weinstein)長期性騷擾女演員事件。而女星米蘭諾(Alyssa Milano)在推特上倡議以“#MeToo”(我也是)作為主題標籤(Hashtag)鼓勵性騷擾受害人站出來。其實數年之前社會運動人士柏克(Tarana Burke)就已經使用此短語鼓勵受害人站出來譴責性騷擾行為。其後全球掀起一股反性騷擾浪潮，且至少有 85 國家使用該標籤。2018 年台灣勵馨基金會曾舉辦了一場首次的#MeToo 大遊行，支持該運動。然而學者(彭秀玲，2017)也指出台灣社會對於“#MeToo”運動只有少量的回應，且對於性侵以及性騷擾的態度是冷漠的。

根據台灣教育部的統計，校園性騷擾通報案件從 2006 年的 145 件到 2016 年的 4,207 件，增加了 29 倍；校園性侵害則在 2012 年達到高峰 2,491 件後開始減少，2013 年至 2016 間，則維持在 1,600 件左右，相當於全台平均每天發生 4.4 起校園性侵害(楊舒晴，2018)。有研究針對國中女生調查發現 35.7%(陳淑雲，2014)或 46.9%(簡苑珊，2010)至少有一項性騷擾的經驗。另外也有針對大學生的調查發現有 43.8%的女性大學生在過去一年內受到性騷擾，猥褻則為 9.7%，而有 6.2%的大學女生在過去一年曾遭受企圖性侵或是完成的性侵(江文玉，2017)。

至於在職場上，有研究針對公家機關員工進行調查發現 21.9%女性員工曾有過被性騷擾經驗(陳家琳，2008)。而國籍航空公司之女性空服員中，則有將近 50.7%確實認定自己曾遭受性騷擾，並以來自於乘客之性騷擾最多(許睿娟，2007)。另針對國際觀光旅館餐飲外場員工進行之調查也發現 12.5%之受訪者在工作期間確認自己曾經遭受性騷擾，以男性騷擾女性狀況為多(林玥秀，2006)。而護理人員甚至高達 57%曾經發生性騷擾情事，又以語言方面的性騷擾最常見(林秀美，2005)。上述研究雖然多非隨機樣本之調查，然而所揭露的性騷擾比例值得重視，也顯示性騷擾問題在台灣社會對於女性而言是共通的經驗。

台灣「性騷擾防治法」之主管機關為衛服部，受理公共場所與大眾運輸工具上的性騷擾行為，依據衛服部的統計，性騷擾申訴案件逐年增加，而最常見的性騷擾樣態為「趁機親吻、擁抱或觸摸身體部位」，兩造關係則以陌生人居最多(鄧桂芬，2017)

既然性騷擾議題在台灣社會具有重要性，而媒體就是呈現社會問題的場域。透過觀察媒體如何呈現性騷擾事件，可以反映台灣社會對於這個議題的認知與態度，也可以顯現其背後所隱含的性別意識。因此本研究主要的目的就是長時間的觀察台灣報紙媒體是如何報導性騷擾事件。並特別比較在#MeToo 運動前後的媒體報導是否呈現差異。除此之外，性暴力相關新聞報導常出現所謂「強暴迷思」的偏差論述，媒體報導性騷擾事件是否也會出現「性騷擾迷思」？值得進一步探究。

## 相關理論與文獻探討

### 性騷擾定義

性騷擾(sexual harassment)一詞最早起源於 1975 年美國康乃爾大學女性員工 Carmita Dickerson Wood 因遭受其主管經常上下其手決定辭職，但是校方認定她是自願辭職不予以補償，因而引發訴訟。協助她尋找律師的女權團體率先提出性

騷擾之詞作為主張(Eisaguirre, 1993)。

台灣則是在 1980 年代開始討論這個現象。1988 年發生了華航性騷擾案，其後引發台灣社會開始逐漸重視這個議題(黃曬莉、畢恆達，2002)。

何謂性騷擾？本研究援引台灣性騷擾防治法第 2 條規定：「本法所稱性騷擾，係指性侵害犯罪以外，對他人實施違反其意願而與性或性別有關之行為，且有下列情形之一者：一、以該他人順服或拒絕該行為，作為其獲得、喪失或減損與工作、教育、訓練、服務、計畫、活動有關權益之條件。二、以展示或播送文字、圖畫、聲音、影像或其他物品之方式，或以歧視、侮辱之言行，或以他法，而有損害他人人格尊嚴，或造成使人心生畏怖、感受敵意或冒犯之情境，或不當影響其工作、教育、訓練、服務、計畫、活動或正常生活之進行。」又根據台灣性別平等教育法，任何不受歡迎且具有性意味或性別歧視的言辭或行為，即對當事人構成騷擾的條件。因此性騷擾認定相當強調當事者的主觀感受。(引自法務部全國法規資料庫)。

性騷擾與性侵害雖皆屬與「性」有關之侵害他人權益之行為，但兩者有著侵害程度之差異。再者，性侵害通常會對被害人之身體造成一定傷害，因此較有客觀條件來認定加害人是否確有對他人為性侵害之行為；反之，性騷擾則係以被害人之「主觀感受」為判斷，較缺乏客觀標準因而產生難以認定之困擾。

在實證上，Fitzgerald & Hesson-McInnis (1989)將性騷擾行為視為連續體，依輕重分為五等級：1. 性別騷擾(gender harassment)，包括一切詆毀女性的性別歧視語言或行為；2. 性挑逗(seducing behavior)，包括一切帶有性引誘的書面、口頭或肢體行為；3. 性賄賂(sexual bribery)，以利益交換性行為；4. 性要脅(sexual coercion)，以強迫方式要求性行為；5. 性侵害(sexual assault)，為攻擊性的性暴力及性行為。學者陳若璋(1995)則將性騷擾依嚴重程度區分為三級：第一級是輕微的口語猥褻，也就是言語騷擾；第二級是碰觸隱私處或生殖器；第三級則是性侵害。

「兩性工作平等法」及「性別平等教育法」外，以及「性騷擾防治法」，可稱是台灣的「性騷擾三法」。處理性騷擾案件時，須視當事人身分，分別適用三種法律，再由不同主管機關受理。

「兩性工作平等法」於 2002 年公布，適用之範圍為與職務有關之性騷擾。例如：雇主對受僱者或求職者性騷擾，以及受僱者在執行職務時被任何人性騷擾皆屬之。

「性別平等教育法」於 2004 年制定公布，適用於校園性騷擾事件，即性騷擾事件之一方為學校校長、教師、職員、工友或學生，他方為學生者，包括發生於不同學校間之校園性騷擾事件。

至於「性騷擾防治法」則於 2006 年公布實施，適用之範圍則為不適用兩性工作平等法及性別平等教育法者。例如：公共場所、大眾運輸工具上的性騷擾行為；發生在工作場所的非雇用關係人員。

## 性騷擾迷思

學者通常將性侵害與性騷擾同等看待，因為兩者都屬性暴力的類型。而且以性別的觀點而言，性騷擾加害者通常為男性，而受害者為女性。性侵害與性騷擾事件反映了文化中性別的權力結構(Burt, 1980)。而性暴力的行為總是出現各種的迷思。

Leidig(1981)提出針對性騷擾出現的各種迷思包括有：女性也需要對於成為受害者負責、女性喜歡被性騷擾、性騷擾的男性通常是不正常的、女性會說謊等。Sandler 與 Shoop(Sandler & Shoop, 1997)也指出校園性騷擾的迷思包含了：1. 對性騷擾說「不」就可以制止；2. 不理會性騷擾自然就會停止；3. 女性多注意自己的穿著就不會被騷擾；4. 性騷擾不是什麼太嚴重的事；5. 抗議性騷擾的女性不是沒有幽默感就是不知如何應付別人的愛慕行為；6. 好男人不可能會性騷擾別人。

Lonsway 等學者(Lonsway, Cortina, & Magley, 2008)回顧相關的文獻提出性騷擾迷思的定義如下：「性騷擾迷思是一種錯誤的態度或看法，作為否認或合理化男性對於女性所犯下的侵犯行為。」進一步的分析也發現無論是強暴迷思或者是性騷擾迷思都傾向於將性騷擾事件刻意淡化處理，且將責任歸因於受害者一方，譬如受害者「樂於」被騷擾，或是加害者只是無心的，而且認為性騷擾相對於性侵害對受害者而言傷害並不大。Lonsway, Cortina, & Magley(2008)修正原本的強暴迷思量表(Rape Myth Acceptance, RMA)提出包含 20 個項目之性騷擾迷思量表(Sexual Harassment Myth Acceptance, SMMA)，並區分為四大面向：1. 性騷擾是被捏造或誇大；2. 控訴性騷擾背後隱藏別的動機；3. 性騷擾是一種自然的性行為；4. 受害的女性要負責任。

性騷擾迷思的意涵常常隱含於媒體文本當中，成為協助社會大眾理解性騷擾的觀念，甚至產生錯誤的認知。因此有必要檢視媒體中的性騷擾迷思。過往國內外均沒有針對媒體報導中的性騷擾迷思進行研究。本研究參考國內外相關文獻與資料，也參考有關強暴迷思的相關研究，試圖從三個面向提出性騷擾迷思。第一個面向是有關性騷擾事件的迷思，包括 1. 性騷擾不如性侵害嚴重，不必大驚小怪；2. 性騷擾背後隱藏了其他動機；3. 性騷擾缺乏證據很難成立。第二個面向是加害者迷思，包括 1. 只是少數變態男人；2. 不像是會性騷擾的人；3. 只是一時衝動；4. 是因為喜歡對方。第三個面向是受害者迷思，包括 1. 穿著暴露才被騷擾；2. 沒有嚴詞拒絕，讓人誤會；3. 把事情搞大，背後有陰謀；4. 只是過度敏感。

## 媒體報導性騷擾事件相關文獻

騷擾案件通常案情錯綜複雜，當事者常各說各話，真實的情況即使以司法之調查亦難辨明。而一般民眾多由媒介之報導獲知相關資訊。因此媒介所建構出的案情便成為重要的「真實」依據。

國內外相關文獻多以個案分析為主。例如美國學者分析各大報紙報導著名的非裔希爾教授(Anita Hills)控告非裔大法官提名人托馬斯(Clarence Thomas)性騷擾聽證會事件(Black & Allen, 2001)。研究發現該案件確實為美國政壇性騷擾之里程碑案件，並深深影響媒體與大眾對於性騷擾的看法。研究也建議學界應該進行長時間媒體報導性騷擾事件的觀察。另一研究也是分析澳洲五個性騷擾案件在媒體報導中所呈現的樣貌(Judd & Easta, 2013)，並從司法審判的角度觀察媒體報導與審判結果的關聯性。該研究發現媒體將性騷擾案件之報導焦點圍繞在控訴(被害)方的可信度，而戲劇化的報導方式也強化了性別刻板印象。所以媒體在性騷擾案的報導上是建構了與客觀真實不符合的媒體事實。

台灣相關的研究非常稀少而且年代久遠。有研究分析新聞媒體如何報導強暴個案(林芳玫, 1995)。該研究主要探討新聞文本所顯示的意識形態運作機制。

透過比較分析師大案新聞報導、師大案評論、以及反性騷擾遊行新聞報導，發現報紙報導中的強暴論述默許男性行為自由度的擴張，而同時將限制自己、抗拒男性的行為責任加諸女性身上，形成兩性關係上行為自由與行為限制分配之不對等。而王嵩音(1995)則分別使用文本分析與調查法探討強暴新聞的報導內容與閱聽人解讀。研究發現報紙報導強暴案均詳細描述過程，並以戲劇化手法呈現，隱含了男性宰制女性的意涵，也模糊了強暴為一犯罪行為的嚴肅性。而調查結果則顯示多數受訪民眾將強暴的發生歸因於女方(例如行為不檢或穿著暴露)，明顯與強暴的事實不符合。顯然民眾觀看強暴事件有如一場戲，且對於強暴行為存在錯誤觀念。另有研究針對「彭婉如案」進行分析，發現媒體將女性受暴的原因歸因於歹徒的變態心理，扭曲了性侵的問題癥結(陳裕文，1997)。而江淑琳(1998)分析報紙報導性騷擾的社會建構，發現個案中出現的意識型態機制有「名詞化」、「私人化/特殊化」、「主題模糊」、「錯置」、「反轉」、「懷疑/責備受害者」、「主體化」、「中立客觀」、「形式對等/分配不對等」。

近期的研究則探討在《蘋果日報》進軍台灣前後，報紙媒體報導性侵案的風格與質量是否產生轉變。研究發現「強暴迷思」一直出現在媒體的報導中，而性侵新聞特別重視以權力不平等角度，強化「加害者」野獸化形象和「受害者」的順從(蔡雁雯、蘇蘅，2016)。另有研究探討校園性騷擾案件，發現報社記者多參考起訴書內容去改寫師生不倫戀與性事過程，並將人物、時間、情景以及性愛過程描繪得鉅細靡遺，猶如情色小說報導文學。而此種劇情化和娛樂化的寫作方式，力求內容煽情都是為了吸引讀者閱讀(汪子錫，2016)。

經過文獻檢閱可以發現台灣對於媒體報導性騷擾相關議題之研究乃鳳毛麟爪。因此欲藉此研究以彌補文獻上的缺失。而過往研究均以個案分析為主，因此本研究將進行跨年代的分析，試圖觀察長期的變化，特別在#MeToo 運動之後的媒體報導是否呈現差異？以及報導是否含有「性騷擾迷思」？這些都是本研究關切的議題。

## 研究問題

依據上述，本研究提出下列四個研究問題如下：

研究問題一：台灣報紙媒體如何報導性騷擾事件？報導趨勢為何？

研究問題二：台灣報紙媒體在#MeToo 運動之前後對於性騷擾事件之報導有無差異？

研究問題三：台灣報紙報導性騷擾事件是否含有性騷擾迷思？

研究問題四：台灣報紙媒體在#MeToo 運動之前後報導在性騷擾迷思上有無差異？

## 研究方法

### 分析對象

本研究運用量化的內容分析法觀察台灣報紙媒體長期以來如何報導性騷擾事件。有鑑於台灣新聞資料庫的特性，本研究選擇以平面媒體作為資料蒐集之對

象，並以報紙內容進行分析。台灣目前四家主流報紙包括《聯合報》、《中國時報》、《蘋果日報》與《自由時報》。其中以《聯合報》之長期資料較為完整，因此以《聯合報》自 2009 年以後之新聞作為母體。總計從 2009 年至 2018 年十年間所有性騷擾事件的報導共 320 則，全部加以分析。

## 類目設計

在類目設計方面包括：性騷擾類型、主題類目、發生地點類目、發生場域類目、消息來源類目、加害者與受害者關係、性騷擾次數、報導型態類目、是否詳細報導過程、性騷擾迷思等。

### I 發生地點

該則性騷擾事件新聞發生的地點，包括六個選項：1. 國外 2. 北部 3. 中部 4. 南部 5. 東部 6. 離島

### II 報導類型

報導類型包括 1. 純新聞 2. 社論或評論 3. 專題 4. 投書

### III 性騷擾類型

本研究參考國內外文獻對於性騷擾的分類，並參酌性騷擾相關法則內容以及實際新聞報導內容將性騷擾行為類型(排除性侵害行為)區分為以下類型：1. 性挑逗(強行摟抱、電話追求、口語性暗示)2. 猥褻(摸身體敏感部位、強吻)3. 網路性騷擾 4. 單純言語騷擾 5. 其他

### IV 被騷擾次數

受害人被性騷擾次數為：1. 一次性 2. 歷程性 3. 不明

### V 性騷擾發生場域

依據性騷擾相關的法規，分別處理在學校、工作職場以及公共場所等地點所發生的性騷擾事件。本研究據此分類發生的場域，再加上私人住所以及醫院和軍中這兩個較為特殊的場域。因此性騷擾事件發生的場域包括：1. 私人住所 2. 公共場所 3. 學校 4. 醫院或診所 5. 軍中 6. 工作場所 7. 網路 8. 其他

### VI 加害者與受害者關係

加害者與受害者關係包括：1. 陌生 2. 相識為主管與部屬關係 3. 相識為師生關係 4. 相識為同儕關係 5. 相識為親屬關係 6. 醫病關係 7. 公眾人物與粉絲 8. 其他

### VII 是否詳細描述過程：1. 非常詳細 2. 部分詳細 3. 輕描淡寫 4. 完全沒有

以同樣為醫院性騷擾事件報導中，其中「非常詳細」的描述是將性騷擾的過程鉅細靡遺地報導，如以下報導：

「林醫師竟將病患衛生衣自褲中拉出，手伸進衣服最內處繼續在被害人右胸處聽診…右手並伸入被害人胸罩內觸摸乳頭…」(2009 年 5 月 8 日)

而「部分詳細」的描述是將性騷擾過程中的部分情節描述詳細，如以下報導：

「一名妙齡護士為病患生殖器敷藥，病患「興奮」後又兩次要求塗抹，護士感覺很不舒服…」(2012 年 4 月 27 日)

「輕描淡寫」的描述則是在報導中並未對於性騷擾情節多做描述，如以下報導：

「林姓教師...疑似對學生有不洽當身體接觸，索取電話號碼以及臉書帳號並約吃飯，讓學生感到不舒服」(2015年9月18日)

「完全沒有」的期況則是在報導中完全沒有描述性騷擾過程。

### VIII 報導主題

報導主題包括：1. 事件發生過程 2. 訴訟過程 3. 判決結果 4. 社會輿論 5. 受害者控訴 6. 加害者反駁

### VIII 消息來源

消息來源包括：1. 當事人加害者 2. 當事人受害者 3. 利害關係人家長 4. 利害關係人親屬 5. 利害關係人律師 6. 事件處理人主管相關人員 7. 事件處理人司法相關人員 8. 事件處理人警察相關人員 9. 知情者 10. 其他

### X 性騷擾迷思

本研究綜合國內外研究，統整出性「騷擾迷思」的三個面向，建立以下類目：

- (1)性騷擾事件迷思，包括：1. 性騷擾不如性侵害嚴重，不必大驚小怪；2. 性騷擾背後隱藏了其他動機；3. 性騷擾缺乏證據很難成立。
- (2)性騷擾加害者迷思，包括：1. 只是少數變態男人；2. 不像是會性騷擾的人；3. 只是一時衝動；4. 是因為喜歡對方。
- (3)性騷擾受害者迷思，包括：1. 穿著暴露才被騷擾； 2.沒有嚴詞拒絕，讓人誤會； 3. 把事情搞大，背後有陰謀； 4. 只是過度敏感。

### 信度檢測

在正式編碼之前，三位編碼員(包括研究者)隨機抽取 20%的樣本，共 64 則進行編碼員信度測試。程序為先計算編碼員之相互同意度，再計算信度係數值。各項類目信度分別為：發生地點 1.0、報導類型 1.0、性騷擾類型 .95、被騷擾次數 .96、性騷擾發生場域 .95、加害者與受害者關係 .97、描述過程 .89、報導主題 .93、消息來源 .96、性騷擾迷思 .88，整體信度值為 .95，達可信的程度。

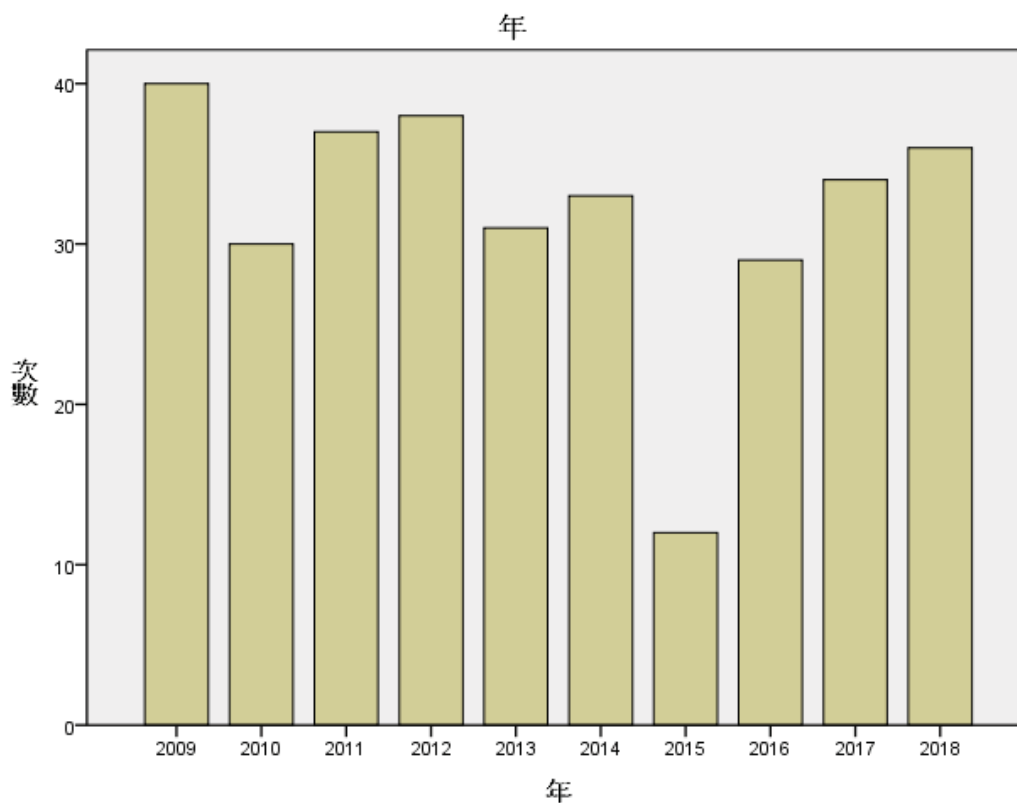
## 資料分析結果

研究問題一：台灣報紙媒體如何報導性騷擾事件？報導趨勢為何？

### 類目描述分析

從 2009 年起到 2018 年十年間，關性騷擾事件的新聞報導數量以 2009 年為最多，有 40 則，佔 12.5%，其次為 2012 年，有 38 則，佔 11.9%，以及 2011 年，有 37 則，佔 11.6%。數量最少的為 2015 年，僅有 12 則，佔 3.8%。各年的報導數量詳見圖一。

圖一 性騷擾新聞報導歷年數量分布



在性騷擾事件發生的地點方面，以台灣北部地區為最多，達 176 則，佔 55.0%，依次為國外有 84 則，佔 26.3%，南部地區有 33 則，佔 10.3%。其餘地區則數偏低。

在報導類型方面以「純新聞」為最多數，達 283 則，佔 88.4%，社論或評論有 16 則，佔 5.0%，讀者投書有 15 則，佔 4.7%，專題則有 5 則，佔 1.6%。比較特殊的是有一則照片圖說，外籍男子在飛機上性騷擾女乘客過境台灣遭逮捕。

在性騷擾類型方面以「猥褻」的類型佔最多數，有 135 則，佔 42.2%，其次為「性挑逗」，有 130 則，佔 40.6%。網路性騷擾事件則僅有 6 則、言語騷擾 3 則、其他 2 則。

在性騷擾次數方面以「歷程性」的則數最多有 141 則，佔 44.1%，其次為「一次性」有 128 則，佔 40.0%，「不明次數」僅有 11 則。另有 40 則並未報導性騷擾次數。因此報紙報導之性騷擾事件較多屬於非一次性之性騷擾行為。

至於在性騷擾事件發生的場域方面，報導則數最多的是「公共場所」有 121 則，佔 37.8%，其次為「工作場所」有 71 則，佔 22.2%。發生在「學校」以及「私人住所」均為 37 則，各佔 11.6%。其他為「軍中」有 12 則，佔 3.8%，「醫院」有 10 則，佔 3.1%，以及「網路」有 4 則，佔 1.3%。如前述歸類於網路性騷擾事件有六則，但是其中二則是發生在「軍中」，因此發生場域仍歸類於「軍中」。

性騷擾加害人與被害人之間的關係中以「陌生」為最多，有 91 則，佔 28.4%；依次為「主管與部屬」有 85 則，佔 26.6%；「同儕」有 57 則，佔 17.8%；「師生」有 24 則，佔 7.5%；「其他」有 20 則，佔 6.3%；「醫病」有 9 則，佔 2.8%「公眾人物與粉絲」有 4 則，佔 1.3%；「親屬」有 2 則，佔 0.6%。

新聞報導內容對於性騷擾事件的描述過程以「部分詳細」為最多有 150 則，佔 46.9%；其次為「輕描淡寫」有 66 則，佔 20.6%；「完全沒有」描述過程有 57 則，佔 17.8%；「非常詳細」有 6 則，僅佔 1.9%。

性騷擾事件新聞報導的「主題」類目與「消息來源」類目均超過一項以上，因此以複選方式登錄。

在報導主題方面，以報導「過程」的次數最多有 218 次，依次為「受害者控訴」有 204 次，「判決結果」有 110 次，「加害者反駁」有 105 次，「訴訟過程」有 54 次，「其他」為 32 次，「輿論」則有 17 次。

消息來源方面則以「受害者」次數最多，依次為「加害者」113 次，「主管機關」92 次，「司法機關」92 次，「警察機關」42 次，「其他」39 次，「知情者」36 次，「家長」13 次，「親屬」6 次。

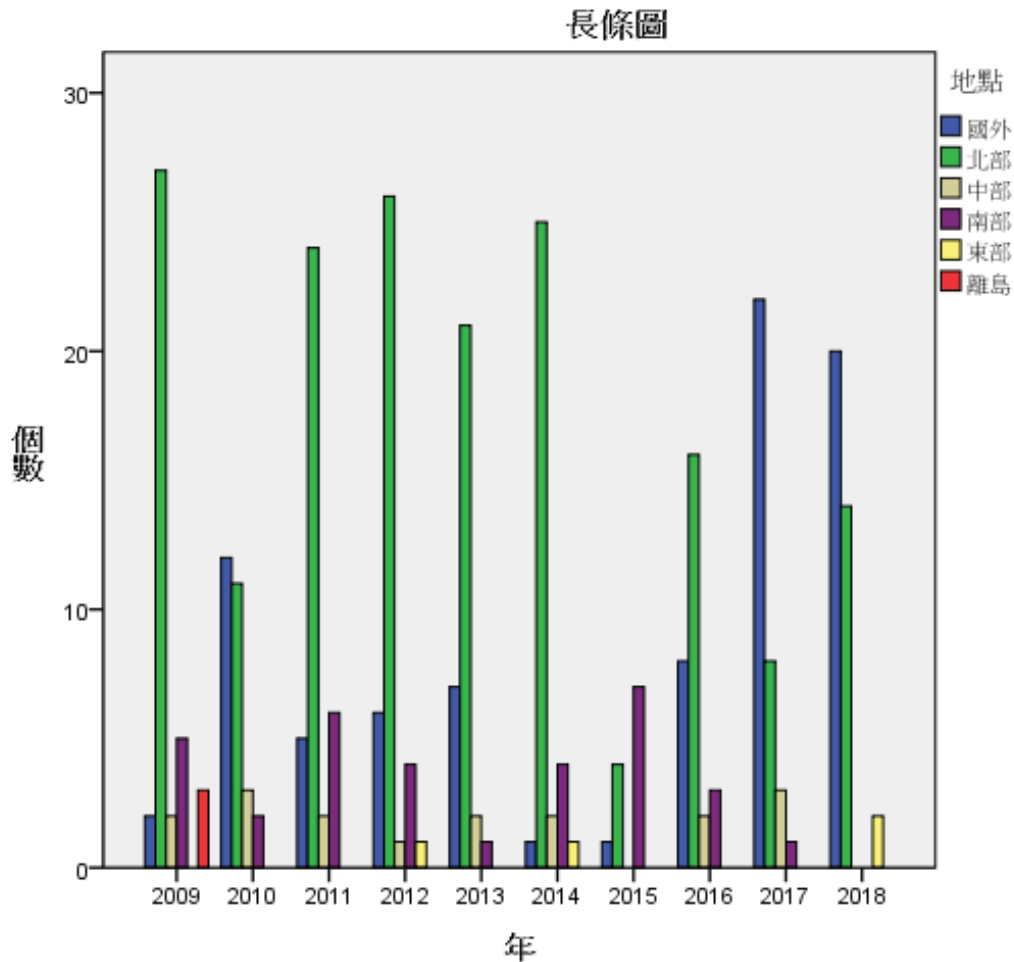


## 報導趨勢分析

本研究進一步觀察各個類目逐年分布的情況並進行交叉分析。結果顯示報紙報導性騷擾事件在「發生地點」、「性騷擾類型」、「發生場域」、「性騷擾加害人與被害人之間的關係」以及「描述過程」方面均出現顯著差異。以下分別以長條圖示顯示結果。

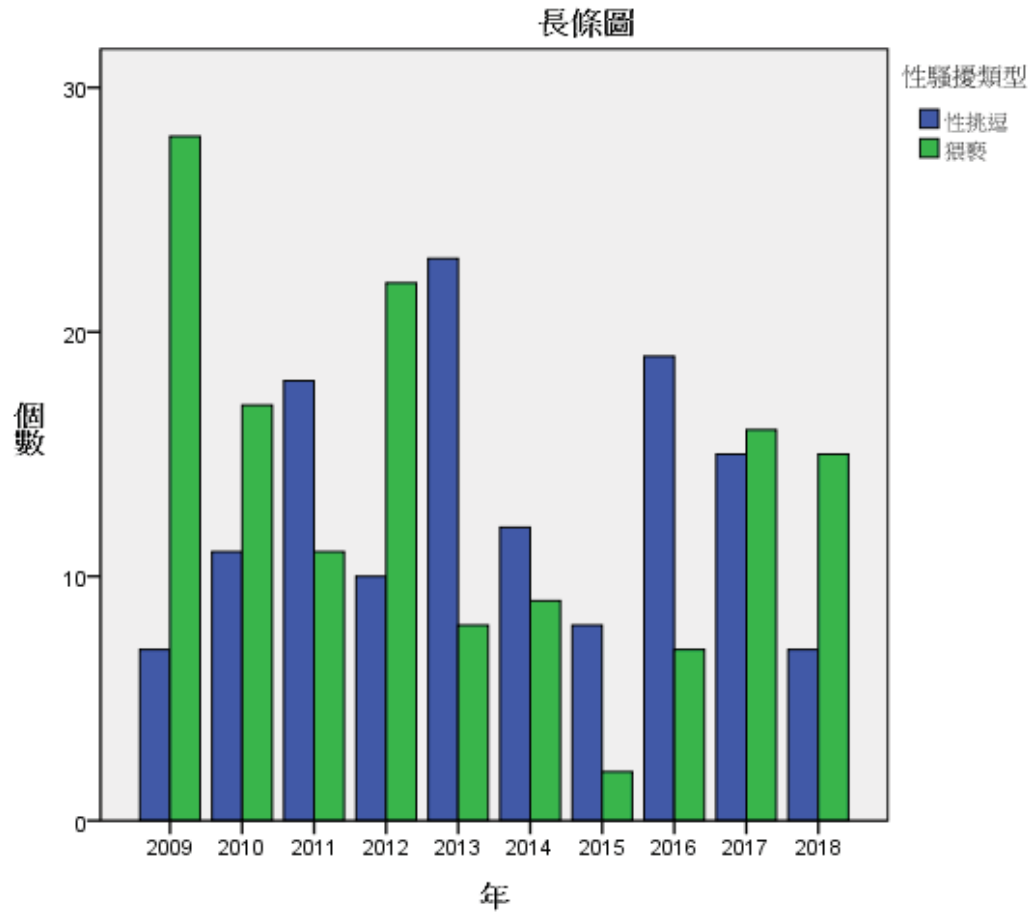
在報導發生地點方面，圖二顯示 2009 年(69.2%)、2011 年(64.9%)、2012 年(68.4%)、2013 年(67.7%)、2014 年(75.8%)、2016 年(55.2%)均以發生地點在「北部」地區佔最高比例。而 2010 年(42.9%)、2017 年(64.7%)、2018 年(55.6%)三年則以發生地點在「國外」的比例最高。2017 和 2018 兩年的報導主要因為全球性 #MeToo 運動之興起，國外演藝界性騷擾案件紛紛爆出有關。歷年僅有 2015 年之報導發生地點在「南部」(58.3%)較高( $\chi^2=140.70$ ,  $p<.001$ )。

圖二 性騷擾事件發生地點報導趨勢



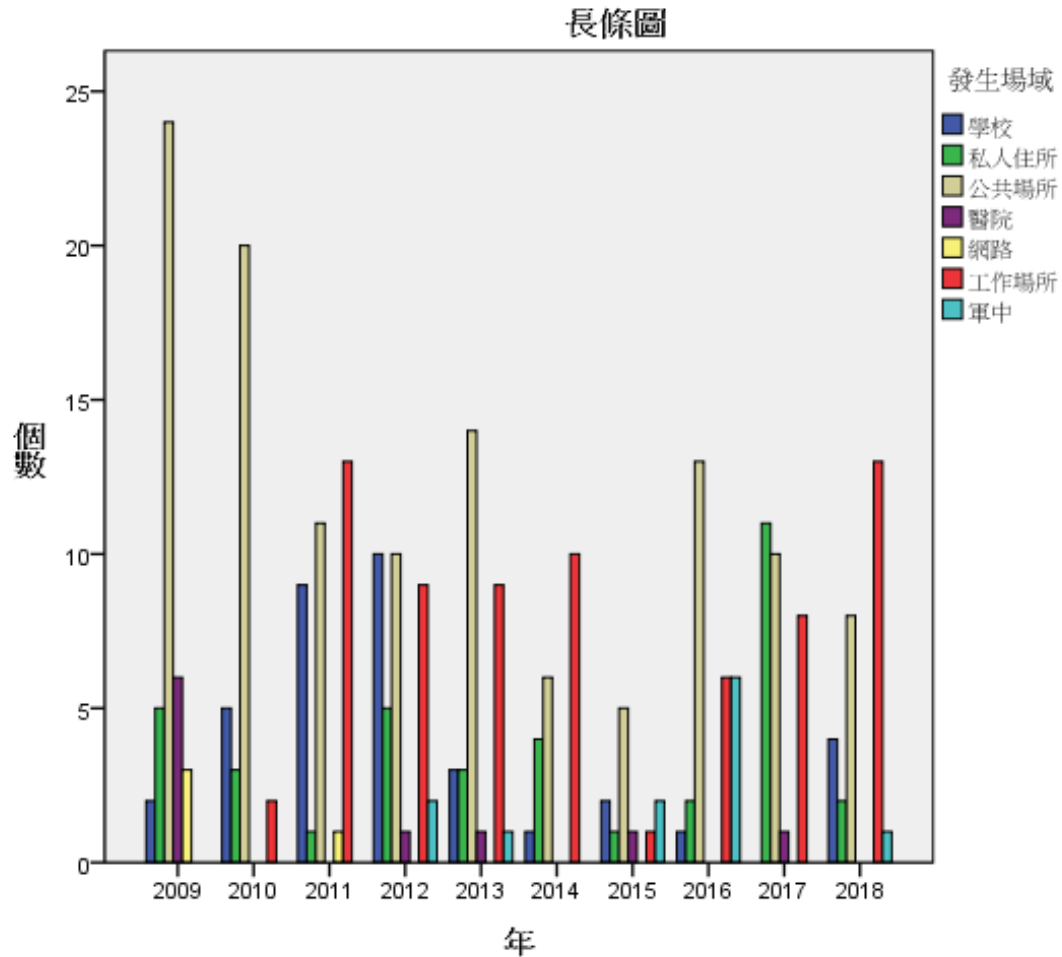
在報導性騷擾類型方面，圖三顯示 2011 年(62.1%)、2013 年(74.2%)、2014 年(57.1%)、2015 年(80.0%)以及 2016 年(73.1%)等五年以「性挑逗」的騷擾類型佔最多比例，其餘五年 2009 年(80.0%)、2010 年(60.7%)、2012 年(68.8%)、2017 年(51.6%)、2018 年(68.2%)等五年則以「猥褻」的騷擾類型佔最多比例( $\chi^2=39.76$ ,  $p < .001$ )。

圖三 性騷擾類型報導趨勢



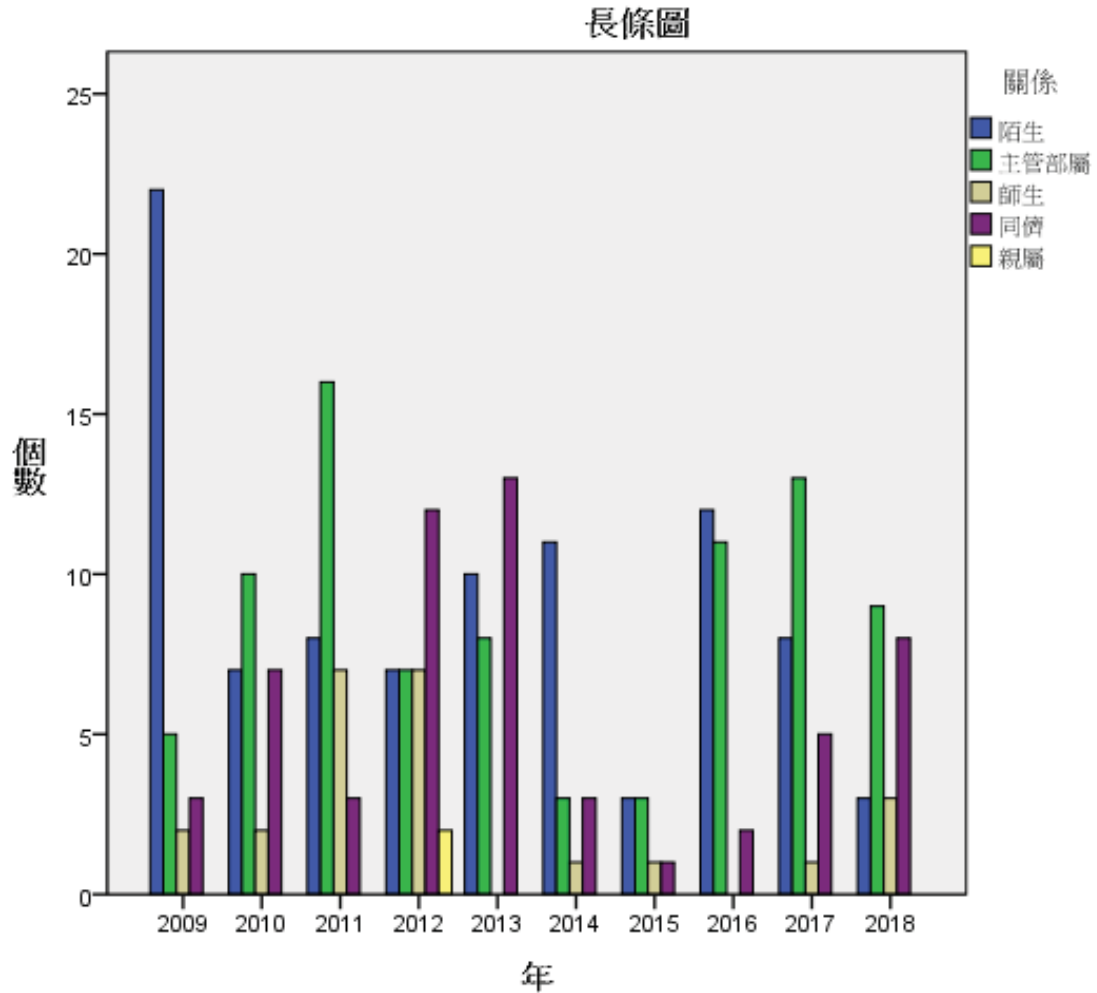
在報導性騷擾發生的場域方面，圖四顯示 2009 年(60.0%)、2010 年(66.7%)、2013 年(45.2%)、2015 年(41.7%)以及 2016 年(46.4%)等五年以發生在「公共場所」的比例佔最高。而 2011 年(37.1%)、2014 年(47.6%)、2018 年(44.4%)等三年則以發生在「工作場所」的比例最高。2012 年的報導以發生在「學校」和「公共場所」的比例並列最高(27.0%)。比較特殊的是 2017 年的報導以發生在「私人住所」的比例最高(36.7%)( $\chi^2=147.87$ ， $p<.001$ )。

圖四 性騷擾發生場域報導趨勢



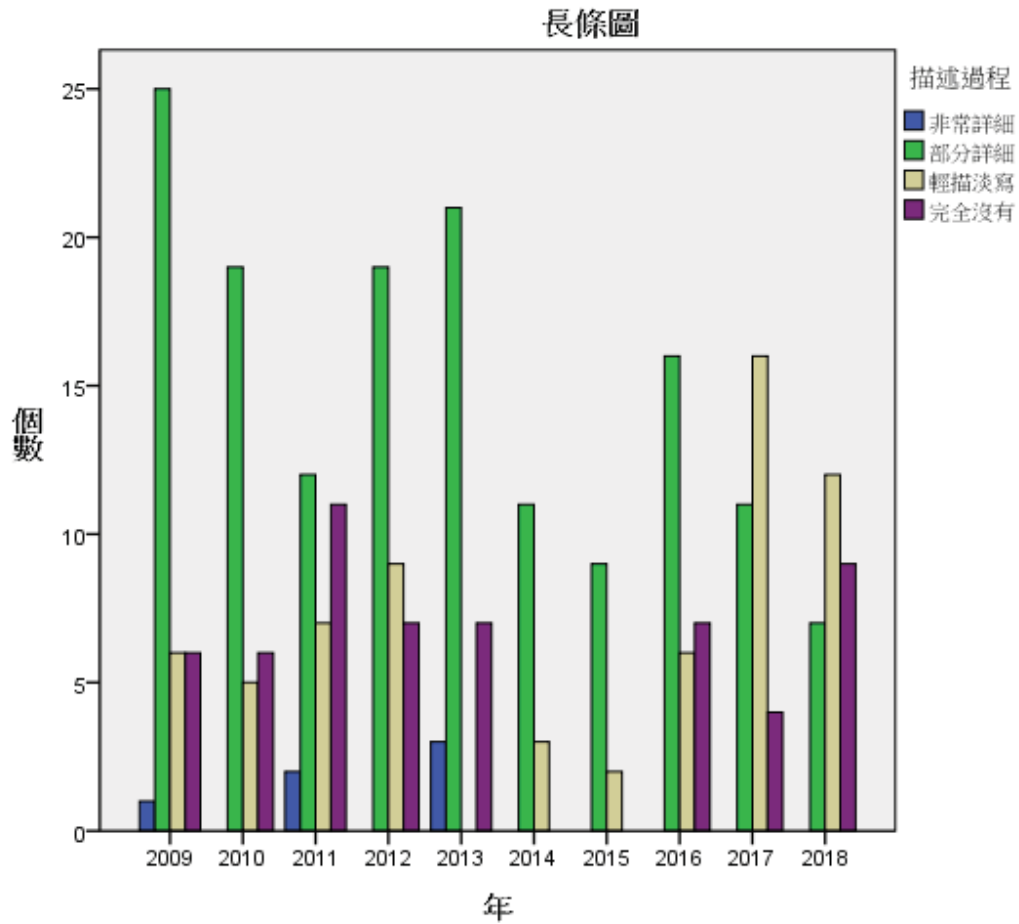
至於在性騷擾加害人與被害人之間關係的報導趨勢方面，圖五顯示 2010 年(38.5%)、2011 年(47.1%)、2017 年(48.1%)、2018 年(39.1%)等四年之報導以關係為「主管部屬」的比例最高。而 2009 年(68.8%)、2014 年(61.1%)和 2016 年(45.2%)三年之報導則以關係為「陌生」之比例最高。2012 年(34.3%)和 2013 年(41.9%)則以「同儕」的比例最高。2015 年的報導則數最少，以「陌生」和「主管部屬」兩類關係平分秋色，各佔 37.5%( $\chi^2=81.59$ ,  $p<.001$ )。

圖五 加害人與被害人之間關係報導趨勢



最後在性騷擾「過程描述」的報導趨勢方面，圖六顯示從 2009 年起至 2016 年之八年間都以「部分詳細」的比列佔最高(分別為 65.8%、63.3%、37.5%、54.3%、67.7%、78.6%、81.8%、55.2%)。至於 2017 年以及 2018 年則以「輕描淡寫」的報導數量為最多，分別佔 51.6%和 42.9%。值得注意的是 2011 年「完全沒有」描述性騷擾過程的比例也很高，佔 34.4%( $\chi^2=63.73$ ， $p<.001$ )。

圖六 性騷擾過程描述報導趨勢



## 研究問題二：台灣報紙媒體在#MeToo運動之前後對於性騷擾事件之報導有無差異？

本研究將報導以#MeToo 運動作為分界點，將媒體報導區分為「之前」與「之後」兩階段，並與其他類目作交叉分析進行檢驗，結果發現「之前」與「之後」的報導在「描述過程」以及「發生場域」類目上的比例分布上有顯著差異。

在「描述過程」方面，#MeToo 運動之前以「部分詳細」的比例達六成，佔最多數；而在#MeToo 運動之後則以「輕描淡寫」的比例最多，接近五成。在#MeToo 運動之前有 2.7%的報導「非常詳細」地描述性騷擾過程，而#MeToo 運動之後則完全沒有報導會「非常詳細」描述性騷擾過程。詳細數據見表一。

表一 #MeToo運動前後與「描述過程」類目之交叉分析

	之前 n=220(78.9%)	之後 n=59(21.1%)
非常詳細	6(2.7%)	0(0.0%)
部份詳細	132(60.0%)	18(30.5%)
輕描淡寫	38(17.3%)	28(47.5%)
完全沒有	44(20.0%)	13(22.0%)

$$\chi^2=27.15, p<.001; \text{Cramer's } V=.31, p<.001$$

在「發生場域」方面，#MeToo 運動之前以發生在「公共場所」的比例佔最多數有 44.0%；其次為「工作場所」，佔 21.4%；「學校」，佔 14.1%；「私人住所」，佔 10.3%。而在#MeToo 運動之後則以發生在「工作場所」的比例最高有 36.2%；其次為「公共場所」，佔 31.0%；「私人住所」，佔 22.4%；「學校」，佔 6.9%。詳細數據見表二。

表二 #MeToo運動前後與「發生場域」類目之交叉分析

	之前 n=220(78.9%)	之後 n=59(21.1%)
學校	33(14.1%)	4(6.9%)
私人住所	24(10.3%)	13(22.4%)
公共場所	103(44.0%)	18(31.0%)
醫院	9(3.8%)	1(1.7%)
網路	4(1.7%)	0(0.0%)
工作場所	50(21.4%)	21(36.2%)
軍中	11(4.7%)	1(1.7%)

$$\chi^2=16.03, p<.05; \text{Cramer's } V=.23, p<.05$$

### 研究問題三：台灣報紙媒體報導性騷擾事件是否含有性騷擾迷思？

本研究將性騷擾迷思區分為三個類目，即「性騷擾事件迷思」、「性騷擾加害者迷思」和「性騷擾受害者迷思」。所有報導中含有性騷擾迷思的數量約 70 則 (21.8%)。以下依序呈現分析之結果：

性騷擾事件迷思的次類目中，以「缺乏證據」的比例(57.5%)為最高，其次為「事件背後有其他動機」(30.0%)，以及「性騷擾不嚴重，不必大驚小怪」(12.5%)。

「缺乏證據」的案例如 2009 年 10 月 21 日一件醫師性騷擾案之報導：

一審法官認為缺乏積極證據證明當天許姓牙醫親吻女病患行為有…性騷擾意圖

又如 2010 年 6 月 16 日一件同事間性騷擾案之報導：

一名已婚男子在 PUB 對女同事搭肩、摟腰…二審認為肩、腰並非隱私處無罪

「事件背後有其他動機」的案例如 2010 年 12 月 2 日一件校長性騷擾女教授案之報導：

對方誣指他性騷擾，就是要逼他下台，離開校長職務

又如 2011 年 7 月 32 日有關遠東航空公司主管性騷擾案之報導：

對身陷性騷擾疑雲，他心情愉悅地說：「我從頭到尾被設局」

至於「性騷擾不嚴重，不必大驚小怪」的事件迷思案例如 2009 年 10 月 28 日女星爆被警察臨檢口語性騷擾一事之報導：

警方用詞不當，但立刻道歉，只是一般臨檢，所以沒什麼事

性騷擾加害者迷思的次類目中，以「喜歡對方」的比例(38.1%)最高，依次為「不像是會性騷擾的人」(33.3%)，「一時衝動」(14.3%)等。其餘迷思則非常少數。

「喜歡對方」的加害者迷思案例如 2009 年 6 月 17 日標題為「女追女 要抱抱 愛過火吃官司」的報導：

李姓女同性戀者狂追女同事…強塞早餐，趁機強抱…雖被送辦仍繼續騷擾

又如 2013 年 3 月 19 日標題為「性騷擾女助理 博士生不懂愛」報導：

郭姓博士生被研究室女助理指控伸鹹豬手摸腰，郭辯稱自己只會念書，因愛慕女方又不懂男女相處之道才犯錯

「不像是會性騷擾的人」的加害者迷思案例如 2011 年 12 月 15 日有關醫師在圖書館性騷擾的報導：

和他同診所的同事也質疑「找錯人了吧？」並說他「看診時和藹可親」，不像是會性騷擾的人

又如 2014 年 11 月 28 日有關師鐸獎女教師被控性騷擾的報導：

她強調，自己有高學歷及多次得獎，不可能性騷擾學生

至於「一時衝動」的加害者迷思案例如 2009 年 8 月 17 日標題為「高一男生沉迷襲胸難自拔」之報導：

謝姓少年在警局害怕得顫抖，承認犯下三起襲胸摸臀案，供稱是因對性好奇才會衝動犯案

性騷擾受害者迷思是三種迷思中出現次數最少的迷思。其次類目中以「穿著暴露」為最多，佔 33.3%，而「沒有嚴正拒絕造成誤會」、「背後有陰謀」以及「過度敏感」各佔 22.2%。

「穿著暴露」的受害者迷思案例如 2012 年 9 月 21 日標題為「抱狗抱到裸睡女」之報導：

寵物店老闆王姓男子，到女客戶家帶貴賓狗回店洗澡，見客戶裸睡色心大發，趁機摸胸與腿

「沒有嚴正拒絕造成誤會」的受害者迷思案例如 2009 年 8 月 17 日有關計程車乘客騷擾運將之報導：

搭著司機肩頭找話題閒聊，司機以為陳個性熱情加上酒意發作而不以為意。陳姓男子誤認司機也有意思，雙手開始不安分

「背後有陰謀」的受害者迷思案例如 2009 年 10 月 16 日標題為「女法官控性騷擾 法院院長喊冤」之報導：

法院院長趙文淵被女法官指控性騷擾...趙昨天強調自己是清白的，反控女法官因和書記官不當來往被他處罰，挾怨報復

「過度敏感」的受害者迷思案例如 2013 年 3 月 1 日標題為「公車狼敢偷襲」之報導：

40 歲陳姓男子說，乘客間擦碰在所難免，埋怨女方太敏感；他說不是故意的

**研究問題四：台灣報紙媒體在#MeToo 運動之前後報導在性騷擾迷思上有無差異？**

經資料分析後發現，在#MeToo 運動之後的性騷擾事件報導完全沒有出現任何隱含性騷擾迷思的內容。

## 結論與討論

性騷擾現象在任何社會都是存在以久的問題，只是一直未受到重視。#MeToo 運動掀起全球的矚目，也讓過往許多被塵封以及隱忍的事件一一浮現。



過往國內外研究性騷擾新聞相關文獻非常稀少，且都以個案分析為主。本研究率先以量化的方式觀察近十年來報紙媒體報導性騷擾事件的趨勢，尤其著重於比較在#MeToo 運動前後新聞媒體報導性騷擾事件報導內容以及「性騷擾迷思」的差異情形。以下討論主要的研究發現。

首先從描述性資料顯示性騷擾新聞明顯以北部居多，高達五成五，尤其又以都會區為主。這顯示了所謂媒體報導「空間偏差」的問題(蘇蘅，2002)。性騷擾案件會出現在新聞報導中通常是被起訴或者被判刑，因此可歸類於犯罪新聞的一種類型，而根據犯罪新聞的報導特性會呈現「偏差」(deviance)形式(Pritchard & Hughes, 1997)。性騷擾新聞以北部居多反映了媒體新聞價值的判斷以及對於不同地區重視的程度。長期下來可能會造成對於非都會區的性騷擾事件的忽略。

整體而言，在性騷擾事件新聞報導所發生的場域中以「公共場所」佔最多數，而加害人與被害人之間關係也以「陌生」關係為最多。其實性騷擾中兩造關係為陌生人也是性犯罪迷思之一(Patscheck & Shears, 2008)。透過媒體的報導，性相關犯罪事件常被大眾認為發生在陌生人之間。實際上性騷擾事件也常發生在熟識之人。再經由跨年度的趨勢觀察則發現近幾年的報導中，性騷擾發生在「工作場所」的比例逐漸增加，而加害者與受害者之間關係為「主管部屬」的比例亦增加。本研究進一步將新聞報導區分為#MeToo 運動前後進行交叉分析，結果發現#MeToo 運動之前以發生在「公共場所」的比例佔最多數，其次為「工作場所」；而在#MeToo 運動之後則以發生在「工作場所」的比例最高，其次為「公共場所」。自從#MeToo 運動爆發之後，越來越多的女性勇敢地揭露她們在工作職場上受到性騷擾的經驗，並提出控訴，因此媒體也特別會去報導相關的新聞。不過若仔細觀察這些新聞，也發現多數新聞中的性騷擾受害者為演藝圈的女星。#MeToo 運動就是從好萊塢的女演員控訴遭受性騷擾所引發的，自然會引發台灣演藝圈對於性騷擾現象的關注。演藝人員為公眾人物也特別會受到媒體的矚目，使得相關新聞爆增。

然而除了演藝圈之外的工作職場仍然有許多性騷擾的案例是值得關注。本研究發現所分析的《聯合報》在 2012 年 12 月份開闢了「向職場性騷，說不」的專欄，藉由過來人的經驗，讓讀者了解性騷擾的態樣，並提供因應之道。該專欄連續九日提供案例並強化一些職場性騷擾的概念，譬如開黃腔、摸手搭肩、上司要求穿著清涼等都屬於性騷擾行為；而同性之間毛手毛腳也算是性騷擾。專欄也提供相關申訴管道與法規。媒體協助推廣大眾對於職場性騷擾的正確觀念值得稱許。

本研究發現另一個在#MeToo 運動前後在報導上的差異是性騷擾的「過程描述」。#MeToo 運動之前以「部分詳細」的比例佔最多比例；而在#MeToo 運動之後則以「輕描淡寫」的比例最多；而且在#MeToo 運動之後完全沒有「非常詳細」描述性騷擾過程之新聞。由於媒體市場競爭激烈，新聞內容逐漸以市場獲利為依歸。媒體常在報導中鉅細靡遺地描述犯罪過程，而性犯罪相關新聞更為膾炙人口之代表，以求吸引大量閱聽人的目光(Los & Chamard, 1997)。例如一則公司負責人對其女職員性騷擾的新聞描述過程，包含當事人舉止與對話，彷彿戲劇般情節：

黃假借示範電話廣播，從背後貼近女職員，隔著衣服握住她的左乳房約三、四秒，還笑稱「還不小嘛！」並故意碰觸她的肩膀、下巴...(聯合報，2011.6.7)。

不過在#MeToo 運動之後，報紙就再沒有出現上述之報導內容。顯然社會上對於性騷擾行為的重視也影響了媒體對於性騷擾事件報導的內容。

至於在性騷擾迷思方面的分析結果顯示，性騷擾事件迷思的次類目中，以「

缺乏證據」的比例為最高，其次為「事件背後有其他動機」以及「性騷擾不嚴重，不必大驚小怪」。如果對照台灣報紙媒體中強暴事件的迷思，是以「強暴控訴令人懷疑」的比例最高，其次為「淡化強暴後果」以及「案件成立缺乏武力或暴力證據」(蔡雁雯、蘇蘅，2016)，可以發現報紙媒體無論是針對強暴事件或性騷擾事件都持著懷疑的態度以及有著淡化事件的傾向。

性騷擾迷思中有關加害者迷思方面，本研究發現以「喜歡對方」的比例最高，依次為「不像是會性騷擾的人」以及「一時衝動」。這三種迷思似乎都含有對於加害者情有可原的藉口。事實上，性騷擾加害者在任何社會階層皆可見，並不因為學歷高或社會地位高就不會性騷擾。受害者也可能在此種迷思之下失去戒心，反而容易受害。再者，性騷擾的行為很多是發生在有預謀或加害者找到合適的時機情況下施行，並非一時衝動。因此不應因為加害者不像是會性騷擾的人或是因為喜歡對方或一時的衝動就合理化其行為。

在受害者迷思方面，資料顯示以「穿著暴露」為最多，其次為「沒有嚴正拒絕造成誤會」、「背後有陰謀」以及「過度敏感」。同樣地對照台灣報紙媒體中強暴事件的迷思(蔡雁雯、蘇蘅，2016)，可以發現相同的受害者迷思為「穿著暴露」。這種「責怪受害者」的迷思是將遭受騷擾結果歸因於受害者的高風險行為，尤其是女性受害者，卻漠視了在父權社會縱容男性性侵害行為的文化機制(羅燦煒，1999)。

本研究發現#MeToo 運動確實為重要的關鍵。在#MeToo 運動的影響之下，報紙媒體在報導性騷擾事件的新聞文本中不僅不再詳細描述過程，也不再隱含任何性騷擾的迷思。該運動讓反性騷擾的風潮席捲全世界，不論受害者是女性或是男性都勇敢站出來，也在性別平權路上邁出了一大步。期望此運動能繼續發揚至社會各角落，且發揮最大的影響力，降低甚至消除任何性騷擾的事件的發生，真正建立一個性別平權的理想社會。

最後本研究發現出現在報導中的性騷擾事件歷年均以肢體性騷擾為最大宗。實際上，如前所述性騷擾著重的是「被騷擾人的主觀感受」，也就是被害的一方覺查到加害者以帶有性意涵的方式做出「不受到自己歡迎」的行為，無論是口語、肢體、信件、簡訊等，只要是讓當事人感到不舒服或不受尊重都屬於性騷擾的範圍。再以實際申報的案例比較，譬如依據新北市公布 2014 至 2016 年依性騷擾防治法受理案件統計分析，「羞辱或騷擾的言詞態度」分別佔各年度的 40.4%、36.5% 以及 25.6%，僅次於「肢體猥褻」(新北市政府社會局社區發展及婦女福利科，2017)。實際的數據與媒體報導所產生的落差值得關注。這方面也有待社會各相關單位加強宣傳，以建立對於性騷擾正確的認知與態度，並進一步採取因應的行動。

在研究限制方面，由於新聞文本資料庫的取得不易，本研究之分析對象侷限於單一報紙《聯合報》，因此研究之結果無法推論至其他報紙媒體而受到影響。建議未來能針對所有主流媒體，甚至包含影像媒體以及網路媒體進行分析，將能獲致更完整的面貌。

## 參考文獻

### 中文部分(Chinese Section)

- 王嵩音(1995)。〈性暴力新聞文本解讀分析〉，王嵩音等(著)，《性、暴力、新聞眼》，頁 9-31。台北市：碩人出版社。
- 江文玉(2017)。《大學生性騷擾與性侵害之盛行率、風險因子與通報概況》，國立台灣大學心理學系碩士論文。

- 江淑琳(1998)。《從報紙報導看性騷擾議題的社會建構》，國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 汪子錫(2016)。〈校園性侵害、性騷擾或性霸凌事件危機公關案例探討〉，《警察行政管理學報》，第 12 期，頁 122-139。
- 林秀美(2005)。《護理人員遭遇性騷擾之研究--以高屏地區為例》，樹德科技大學人類性學研究所碩士論文。
- 林玥秀(2006)。《餐飲職場性騷擾與工作滿意、組織承諾與離職傾向之相關研究-以國際觀光飯店餐飲外場員工為例》，國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。
- 林芳玫(1995)。〈師大強暴「疑」案報紙報導之分析：誰是加害者？誰是受害者？〉，《新聞學研究》，第 54 期，頁 33-55。
- 法務部全國法規資料庫。法規類別。上網日期：2019 年 6 月 1 日，取自 <http://law.moj.gov.tw/LawClass/LawClassList.aspx>。
- 許睿娟(2008)。《女性空服員遭遇性騷擾之研究》，中國文化大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文。
- 新北市政府社會局社區發展及婦女福利科(2017)。《新北市 103 年至 105 年依性騷擾防治法受理案件之統計分析》。上網日期：2019 年 8 月 19 日，取自 <https://social.ntpc.gov.tw/swj2/ge/fileDownload/ebc6e54f-6a5c-4223-a1bd-a96d23c44cd3.pdf>
- 鄧桂芬(2017 年 1 月 22 日)〈性騷擾申訴比例低得離譜？專家這麼說〉，《聯合影音網》。上網日期：2019 年 8 月 20 日，取自 <https://video.udn.com/news/632000>
- 陳若璋(1995)。〈性傷害之影響—以大學生為例之研究(一)相關文獻回顧〉，《台灣性學學刊》，第 1 期第 1 卷，頁 69-92。
- 陳家琳 (2008)。《交通部所屬工程機關員工工作場所性騷擾經驗、認知與回應》，台北大學犯罪學研究所碩士論文。
- 陳裕文(1997)。〈暴力、女性與新聞媒體—從「彭婉如事件」談性暴力的媒體論述〉，《中華傳播學會 1997 年會》，台北：中華傳播學會。
- 陳淑雲(2014)。《女性國中生校園性騷擾被害影響因素模型之研究》，中央警察大學犯罪防治研究所博士論文。
- 黃曬莉、畢恆達(2002)。〈當西方菁英碰上本土原生：校園中性騷擾之定義與申訴案件處理之社會文化脈絡〉，《女學學誌：婦女與性別研究》，第 13 期，頁 91-139。
- 楊舒晴(2018 年 6 月 6 日)。〈校園性侵、性騷擾案件十年增 16 倍 師對生佔比高達 7%〉，《台大新聞 e 論壇》。上網日期：2019 年 6 月 2 日，取自 <https://www.facebook.com/ntujournal/>
- 蔡雁雯、蘇蘅(2016)。〈性侵報導的強暴迷思與轉變〉，《新聞學研究》，第 128 期，頁 85-134。
- 簡苑珊(2010)。《基隆市國民中學在學學生性騷擾受害經驗與因應方式、身心適應之相關探討》，中山醫學大學公共衛生系碩士論文。
- 羅燦煥(1999)。〈性別暴力與性別歧視〉。王雅各(編)，《性屬關係(上)—性別與社會建構》(頁 57-99)。台北：心理出版社。
- 蘇蘅(2002)。〈新聞裡的罪與罰—報紙與電視新聞如何再現青少年犯罪〉，《新聞學研究》，第 70 期，頁 59-96。

### 英文部分(English Section)

- Black, A. E., & Allen, J. L. (2001). Tracing the legacy of Anita Hill: The Thomas/Hill hearings and media coverage of sexual harassment. *Gender Issues, 19*(1), 33-52.
- Burt, M. R. (1980). Cultural myths and supports for rape. *Journal of Personality and Social Psychology, 38*, 217-230.
- Eisaguirre, L. (1993). *Sexual Harassment: A Reference Handbook*. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO.
- Fitzgerald, L. F., & Hesson-McInnis, M. (1989). The dimensions of sexual harassment: A structural analysis. *Journal of Vocational Behavior, 35*, 309-326.
- Judd, K., & Eastaer, P. (2013). Media reportage of sexual harassment: The (in)credible complainant. *The Denning Law Journal, 25*, 1-17.
- Leidig, M. K. W. (1981). Violence against women: A feminist-psychological analysis. In S. Cox (Ed.) *Female Psychology* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: St. Martin's.
- Lonsway, K. A., Cortina, L. M., & Magley, V. J. (2008). Sexual harassment mythology: Definition, conceptualization, and measurement. *Sex Roles, 58*, 599-615.
- Los, M., & Chamard, S. E. (1997). Selling newspapers or educating the public? Sexual violence in the media. *Canadian Journal of Criminology, 39*, 293-328.
- Patscheck, S., & Shears, S. (2008). The effects of acquaintance versus stranger rape and gender on rape myth acceptance and attitudes toward rape in college students. *Modern Psychological Studies, 14*(1), 57-67.
- Pritchard, D., & Hughes, K. D. (1997). Patterns of deviance in crime news. *Journal of Communication, 47*, 49-67.
- Sandler, B. R., & Shoop, R. J. (Eds.). (1997). *Sexual harassment on campus: A guide for administration, faculty, and students*. Boston: Allyn and Bacon.

# 記者在前線：示威報導和性別暴力

閻丘露薇

浸會大學傳理學院助理教授

## 摘要

針對記者在採訪示威活動中的肢體，語言以及網絡攻擊在全球正出現上升趨勢。而這些針對前線記者的暴力行為，導致示威報導的數量和質量下降。針對記者的暴力來社會各界，存在於民主以及威權國家和地區。當記者在採訪涉及民族主義，排外主義以及反政府示威中，遭受到來自示威者，反示威者以及警察的各種攻擊。本項研究針對 2019 香港反送中條例示威中的前線記者，透過問卷調查以及訪談，探討記者遭受到的攻擊，是否存在性別暴力，以及是否因性別而影響職業表現和機會。

**關鍵詞：**性別暴力、新聞記者、示威、社會運動、香港、性別

第六節：  
圓桌討論與總結