

大众传媒符号化的性别与女性主义： 评罗萨林·吉尔《性别与传媒》

程丽蓉

作者：Rosalind Gill

书名：*Gender and the Media*

出版社：Polity Press

出版时间：2007年

ISBN：0745612733

性别研究理论方法和途径很多，从批评理论到文化研究，从结构分析到民族志观察，从形象分析到阅听人研究，从文本分析到行动研究，从质性研究到量化研究，从后现代主义、后结构主义到后殖民主义，人文社会科学多学科运用的理论方法都在这里各有其领地。尽管如此，符号学研究仍毫无疑问在其中占据了重要地位，尤其在性别与传媒研究领域，符号学理论和方法几乎总是贯穿于其中。符号学研究将被剥离了历史语境、被非政治化了的言语重新政治化，从而揭示出符号意义的社会建构真相。正是在这一点上，符号学理论与当代性别研究有着根本上的一致，后者正是建立在性别乃是社会建构而非自然现象这一基础上的。正因如此，20世纪90年代后大量出现的性别与传媒研究著作彰显出与符号学研究之间的密切关联。^①

1994年，著名荷兰传媒研究学者凡·祖伦（Liesbet van Zoonen）出版了《女性主义媒介研究》^②（*Feminist Media Studies*）一书，这是第一部系统化的女性主义传媒研究专著，比较全面地介绍和分析了符号学在女性主义传媒批评中的运用。她将后结构主义理论、文化研究理论和美国大众传播学家约翰·费斯克的《传播符号学理论》一书的符号学理论框架结合起来，灵活地

^① 参阅拙文《奥兰多之路：性别符号学》，《西南民族大学学报》，2012年第9期。

^② 中国大陆译作《女性主义传媒研究》，台湾张锦华等译作该名。笔者参阅的是张译版本，因用此名。

运用到性别与传媒研究领域，用以分析包括刻板印象、色情与新闻意识形态、广告、电影与电视的男性气质、族裔、流行文化等多方面论题，特别从传播符号学角度，阐明“性别乃是透过大众媒体的性别技术来表达和重建的各种论述，媒体建构了一套‘再现真实的符号’”。^①此后，对于性别与传媒的符号学研究如潮涌动，覆盖范围广及广告、时尚、电视新闻、电影、音乐光碟、网站、漫画、肥皂剧、电子杂志、男色杂志、女性杂志、报纸、游戏、社交网络、虚拟空间等大众传媒领域，以致玛丽·科苏特2012年编辑出版《性别与传媒百科全书》时，专门将符号学和符号学与性别研究列为重要词条加以阐释。不过，遗憾的是，这些研究成果多为专注某个领域或三两个领域的个案研究。有的学者将这些成果中的代表之作编辑成书，促进了这类研究成果的世界性传播，如辛西亚·卡特、吉尔·布朗斯顿、斯图亚特·阿兰合编的《新闻·性别·权力》（1998），辛西亚·卡特和琳达·斯戴娜合编的《批判性读本：性别与传媒》（2004）。直到2007年，英国伦敦大学教授罗萨林·吉尔的《性别与传媒》一书推出，方可以说是对性别与传媒80余年研究历史的一次重要回顾、总结、深思和反省，也是在此历史积淀之上对于该领域研究存在的争议与挑战、困惑与困境的一次充满活力和智慧的深入探究。正像作者坦言的：“全书中许多方面都致力于探讨这些性别与传媒之间的变化和当下关系。正是这些争论、困境和矛盾使得这个领域如此困难重重又充满挑战，然而又如此有趣和刺激。”^②

是什么造成了性别与传媒研究的这种局面呢？

因为研究领域、主题与话题层出不穷？吉尔梳理了20世纪60年代以降传媒中的女性表现以及与此相关的不确定的意义传达、传媒快感、编码解码与阐释、受众愉悦、矛盾的主体（女性主义者的文化批评）、作为（家庭内部）沟通技术的传媒等研究主题，考察了女性主义自身的发展变化，特别是黑人女性主义和男性气质与传媒研究给女性主义发展带来的冲击和启迪，讨论了女性主义和所谓后女性主义的文化政治与行动主义及其他文化策略。在该书主体的五章中，她分别以广告、新闻、脱口秀、杂志、罗曼司等代表性女性主义传媒研究领域为关注点，结合典型个案，对比女性主义第一波和第二波在相应领域内的研究成果，解读在这些传统女性主义研究领域里后女性主义的演变轨迹及其文化政治影响。尽管这些主题与话题在表现与技术手段

① [荷]凡·祖伦：《女性主义媒介研究》，张锦华、刘容玫译，远流出版公司，2001年，第120页。

② Rosalind Gill. *Gender and the Media*, Cambridge: Polity Press, 2007. p. 41.

层面上随时代科技发展而有所变化，但其内容实质却几乎相同。就像汽车广告那样：“从被动到主动，从浅靥微笑到撅嘴生气，从低眉顺从到富有权力，汽车与性感女性之间的关联并未切断，只不过在 21 世纪被涂上了一层光亮而已。仍然是性感‘宝贝们’在卖汽车。”^① 脱口秀及其研究虽然使“抵抗”话语、边缘人群进入到主流流行文化之中，重新定义了公共与私己之分，但却仍然是以忍受不断重复的言语虐待为代价的。^② 罗曼司女主角从单纯天真到性感复杂的形象变化并没有改变这种传媒类型在某些关键要素上的因循守旧或者复古重生，比如其传统的浪漫情节、对女性身体的规训与消费等等，21 世纪俨若 20 世纪之初，仿佛绵延一个世纪的女性运动根本就没发生过。^③

抑或因为性别与传媒研究理论方法多样且不断演变，“不同视野造就关于传媒的不同知识，更简单地讲，它们使得世界以不同方式为人所知”^④？吉尔梳理了性别与传媒研究中运用的各种理论方法，如内容分析、意识形态批评、福柯式话语分析、后现代主义、后殖民主义和酷儿理论等等，特别是以较大篇幅阐述了符号学结构主义方法与广告研究之间的密切联系。符号学思考和观察贯穿全书，并总是与其他理论方法融合在一起，使得该书对于文本的阐释都非常注重透过文本符号的指示意义、隐含意义与迷思（myth，神话）来揭示出其中包含的意识形态和权力政治。《广告与后女性主义》和《杂志中的性别》两章重在解析后女性主义时代广告和杂志中的性别形象、性别关系及其意识形态；《新闻·性别与新闻业》一章分析性暴力（sexual violence）新闻，特别是新闻报道中的强奸迷思（神话）；《后女性主义罗曼司》结合《欲望城市》、《布里吉特·琼斯的日记》等代表作，分析人物形象的符号意义、身份象征以及权力关系。《脱口秀：电视中的女性主义》则将符号学更多地与后殖民主义、意识形态理论和酷儿理论方法结合在一起。

前述二者或许是答案的一部分，但在吉尔看来，至关重要的问题在于：“与早期传媒批评的坚定与自信相比，今天的女性主义传媒研究学者更多试验性而更少确定性。她们拥有较之以前更安全无虞的制度基础和丰富的理论话语，却对什么应当是其批评目标——不管是什么——更少把握。”^⑤ 同时，从传媒文化中的性别问题本身来看，“今天，传媒文化具有显著的后女性主义之

① Rosalind Gill. *Gender and the Media*, Cambridge: Polity Press, 2007. p. 112.

② Rosalind Gill. *Gender and the Media*, Cambridge: Polity Press, 2007. p. 179.

③ Rosalind Gill. *Gender and the Media*, Cambridge: Polity Press, 2007. p. 248.

④ Rosalind Gill. *Gender and the Media*, Cambridge: Polity Press, 2007. p. 72.

⑤ Rosalind Gill. *Gender and the Media*, Cambridge: Polity Press, 2007. p. 271.

感，围绕选择、赋权、自我监督、性差异以及反讽性的认知接纳表达等等提法而形成，其中，女性主义既被视为理所当然，同时又遭到排斥否定”^①。在今天的西方，绝大多数的女性主义都发生在媒体之上，且对于绝大多数人来说，他们对女性主义的经验也完全是媒体化了的，是真正“亲媒体的”（media-friendly），就像书中第一章提及的鸦片香水广告事件。女性主义、性别与媒体的关系之变化已成为传媒话语的一部分，它本身就不断制造出各种关于整合、复原和反挫（backlash，反冲）等的不同阐释和争论。正因如此，性别问题和性别与传媒问题本身就具有非常重要的新闻价值和消费价值，它话题不断，发展翻新，可以长期持续地吸引受众的关注（消费）兴趣，形成新闻业和娱乐业的长期收益，因而也备受新闻传播业界关注，甚至得到业界的推波助澜。

如此看来，无论性别、女性主义，还是性别与传媒的关系问题，都已经被后资本主义消费社会的大众传媒完全符号化了。在性别和女性主义与难以计数的大众传媒产品之间，能指与所指总是借助各种传媒文类形式（genre），借助人们的想象与联想，借助各种经济、政治、历史、社会、文化的权力而相互关联起来，穿上千差万别的戏装。激进也罢，复古也罢，反冲也罢，创新也罢，在后女性主义者那里都变成一抹反讽的微笑，在符号的游戏里，性别与传媒越发扭结得紧。于此背景之下，以话语再政治化为己任的性别与传媒符号学研究更加重任在肩，罗萨林·吉尔所做出的研究努力，对于当今面临大众传媒符号化高风险的广大读者也显得更具辨析价值和辅助意义，这也就难怪吉尔的这本《性别与传媒》自2007年出版以来深受欧美性别与传媒研究者欢迎，于2008、2009、2010年不断被重印，在英美国家产生了非常广泛的学术影响，被著名学术期刊《性别与教育》誉为继凡·祖伦1994年出版的《女性主义媒介研究》之后，女性主义传媒符号学领域又一力作。

作者简介：

程丽蓉，文学博士，西华师范大学文艺与传媒教授，美国马里兰大学访问学者，主要从事文艺、性别与传媒跨学科研究以及现代叙事文学比较研究。

Author:

Cheng Lirong, Ph. D, Professor of China West Normal University, Visiting Scholar of University of Maryland, her main field is transdisciplinary study of gender, literature and media, and comparative research into modern narrative literature.

Email: lilianhw66@gmail.com

^① Rosalind Gill. *Gender and the Media*, Cambridge: Polity Press, 2007. p. 271.