

# 我国农村留守妇女媒介形象的呈现与建构

陈红梅

(江苏师范大学 传媒与影视学院 江苏 徐州 221000)

**摘要:** 本研究选定《人民日报》和《中国妇女报》四年间的92篇报道为样本对农村留守妇女所呈现的形象进行调查,发现她们呈现出政府帮扶的弱势形象、任劳任怨的劳动形象、孤独烦躁的寂寞形象等。媒体对她们的报道数量虽有所增加,但报道类型却缺乏多样性;突出政治宣传,弱化留守妇女的现实困境;媒体报道失真,扭曲了留守妇女的形象。这主要是由于社会转型期的政治宣传、多数媒体的失职报道、对留守妇女的刻板印象、话语权模式的分配失衡等原因造成的。未来全面建构农村留守妇女形象,应将政府和社会的帮扶与留守妇女的现实困境相结合,全面深入多角度塑造留守妇女形象,更多体现留守妇女群体的声音,全面呈现当代留守女性的真实面貌。

**关键词:** 农村留守妇女;媒介形象;呈现;建构

**中图分类号:** C913.68 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-5957(2017)03-0088-04

随着我国城镇化进程的加快,农村人口的流动性不断增强,成年男子成为向城市转移的主力军,而老、幼、妇女等则大都被留在户籍地,留守现象随之产生。其中,“留守妇女”即是指在丈夫外出务工后,留在户籍地负责务农、照顾老幼的农村妇女。《人民日报》2010年就指出“我国农村留守妇女已达4700万人,相当于韩国总人口数。”<sup>[1]</sup>这一问题所带来的社会影响也逐步扩大,传媒对留守妇女群体的关注度也与日俱增。

本研究是以当前媒介对留守妇女群体的关注为切入点,以《人民日报》和《中国妇女报》两份报纸中的相关报道为样本,归纳二者所展现的留守妇女形象,并结合相关现实因素对这些媒介形象进行深度思考。

## 一、我国纸质媒介中留守妇女报道统计

《人民日报》为中国第一大报,被联合国教科文组织评为世界上最具权威性、最有影响力的十大报纸之一。它是权威性和代表性的象征,以它的报道为样本调查媒介中的留守妇女形象对于受众而言具有较强的说服力。而《中国妇女报》则是全国唯一一份具有思想性、社会性和综合性的女性大报,它对农村留守妇女的报道也必将具有客观性、真实性和充满人文性等特点。

本研究以2012年至2015年间的电子版报纸为样本,通

读全文,抽取这四年间报道中以留守妇女为题材、描绘留守妇女形象的相关报道,结果发现《人民日报》上与之相关的报道有50篇,《中国妇女报》上的相关报道有42篇,两者相加总共有92篇报道。笔者采用文本分析与内容分析相结合的方法,对相关报道的具体内容进行解读,以探究我国媒介对留守妇女形象的呈现与建构。

从篇数分布上来看,《人民日报》对留守妇女的关注一直比较平稳,每年都有相关报道数篇,而《中国妇女报》则是近两年才开始集中报道,但从数量上来说,两者四年内的报道总数相当。

从报道主题来看,主要体现为四类:政党、社会对留守妇女的帮扶,留守妇女作为“家庭顶梁柱”对家庭的付出,留守妇女对知识的学习以及留守妇女自我奋斗、奉献社会。“其他”是指除这四个主题以外的其他主题。

尽管两份报纸的性质不同,但从统计可知,两份报纸有关留守妇女的报道的主题着力点基本相同。政党、社会扶助类的主题报道占绝大多数,如《中国妇女报》的《河北魏县李家口村“妇女之家”助力留守妇女增收》《促进城乡一体化为留守妇女解困》等“家庭顶梁柱”主题的报道数量次之,如《中国妇女报》的《留守妇女进城忙“调研”》;《留守妇女乐享居家灵活就业》等;而学习知识类主题如《人民日报》的《江西宜丰留守妇女争当“科技媳妇”》和《留守妇女踊跃学农技》;自我

收稿日期:2017-03-04

作者简介:陈红梅(1975—),女,河北唐山人,江苏师范大学传媒与影视学院副教授,硕士生导师,文学博士。

奋斗、奉献社会类主题如《中国妇女报》的《罗春兰——带领留守妇女奔小康》。其他主题则较少涉及(见表1)。

表1 2012—2015年留守妇女相关报道主题

	政党、社会扶助	家庭顶梁柱	学习知识	自我奋斗、奉献社会	其他	总计
《人民日报》	27(54%)	11(22%)	5(10%)	1(2%)	6(12%)	50
《中国妇女报》	25(59.5%)	8(19.1%)	4(9.5%)	2(4.8%)	3(7.1%)	42

## 二、留守妇女媒介形象的类型

将92篇相关报道按所展现的留守妇女形象进行分类,基本可以分为以下几种类型:

### (一) 政府帮扶、社会帮助的弱势形象

这是留守妇女报道中数量最多的一种类型。在两张报纸的92篇相关报道中,受政府、社会帮助的留守妇女形象各占相关报道数量的一半以上。

这类报道,有些是描写政府通过发布政策性文件对留守妇女大力扶持的,如《中国妇女报》的《促进城乡一体化为留守妇女解困》《江西启动留守妇女儿童关爱服务体系建设项目》等;有些是描写农村各类“留守妇女互助组”对留守妇女提供生活上帮助的,如《中国妇女报》的《重庆5.1万个互助组凝聚103万留守妇女》《人民日报》的《农民专业合作社期待跨过三道坎》等;有些则是直接描写政府、社会帮助留守妇女在经济上共同致富的,如《中国妇女报》的《“四小经济”为宁城留守妇女打开致富门》,《人民日报》的《江苏泗洪选派百名“发展书记”——专心带农民“赚票子”》等。

在这些报道中,政府的政策和社会的帮扶受到大力的褒奖,而处于弱势的留守妇女们总是以沐浴在这些帮扶下的幸福形象出现的,她们在经济上、生活中的烦恼都似乎因为这些帮助而全部得以解决。

### (二) 任劳任怨、奉献家人的劳动形象

任劳任怨、承担家庭重担的女性形象似乎一直为人所歌颂。在留守妇女的相关报道中,如《金寨驻村手记:把群众放在心上 拜人民为师》中写道“这些‘留守妇女’在家侍奉老人,照顾孩子,还要侍弄茶园、菜园,养鸡鸭鹅,忙里忙外很辛苦。”<sup>[2]</sup>《河南延津民房坍塌事件:乡村建筑队怎样保安全》中说“多名伤者反映,年轻人不愿在家打工,工钱低,但三里五村总有盖房子拆房子的,施工队人手不够,只能收岁数大的妇女了。”《留守的日子不再难》中有“清晨的鸡鸣,唤醒了沉睡的锦屏村。胡巧珍一大早就起床,喂鸡、喂猪、打扫院子……”这些对留守妇女在丈夫离家后任劳任怨、奉献家人的文字描绘频频出现。这类报道刻画了留守妇女的日常辛苦,原本作为“劳动力”的丈夫外出务工后,她们便成了家庭的支柱,她们需要侍奉老人、照顾小孩甚至需要在当地务工。她们忙忙碌碌,辛苦承担着家庭的生活重担,她们艰难地挣扎着,却往往不能为自己而活。

类似的报道不在少数。她们往往被刻画成没有知识但却是能吃苦耐劳的女性群体,终其一生都在无私地为家庭做“苦工劳力”。这一类留守妇女形象恰恰与大众心中对留守妇女“目不识丁”“家庭支撑”“吃苦耐劳”的刻板印象最为接近。此外,由于无私的劳动妇女形象是我国千百年来民间所

歌颂的女性形象之一,所以相关报道的基调也通常是对这类留守妇女的赞扬。

### (三) 孤独烦躁、焦虑压抑的寂寞形象

2014年,我国就已有5000多万留守妇女<sup>[3]</sup>。劳动强度高、精神负担重、生活压力大,是压在留守妇女头上的“三座大山”。由于这三大山的重压,孤独烦躁、焦虑压抑的寂寞形象成为女性留守群体的又一特征。

《人民日报》2012年在《农村存在着大量“准残缺家庭”》中写道,“63.2%的留守妇女经常感到孤独,42.1%的留守妇女经常或有时哭泣,69.8%的留守妇女经常感到烦躁,50.6%的留守妇女经常感到焦虑,39.0%的留守妇女经常感到压抑。”<sup>[4]</sup>留守妇女是一个特殊的群体,她们长年忍受着与丈夫两地分居的孤寂,守着家中的一亩三分地,赡养老人,照顾孩子,一肩挑起全家的重担,这个群体承受着相当大的生活压力。因此,着眼于留守妇女自身苦痛、揭露留守妇女生活重压的报道也越来越多。在这类报道中,留守妇女的形象往往被塑造造成生活上承担重任、心灵上备感压抑甚至于孤独焦虑的形象。

### (四) 自强不息、自我奋斗的独立形象

自强不息、自我奋斗的独立留守妇女形象是目前的留守妇女相关报道中较少出现的。在2012—2015年的《中国妇女报》和《人民日报》中,仅有少数几篇,如《罗春兰——带领留守妇女奔小康》《留守妇女争当“科技媳妇”》等,《中国妇女报》的相关报道相对而言多于《人民日报》。这或许是由于自强不息、自我奋斗是对新时期女性提出的新要求,而《中国妇女报》作为我国的女性大报,义不容辞地要担负起这一宣传职责。这一形象较少的另一个客观原因是,留守妇女群体因为知识水平和生活环境的局限,其独立能力相较于其他女性群体确有明显不足,再加上群体的被边缘化、话语权的缺失,使得其在媒介上的鲜少出现顺理成章。

## 三、农村留守妇女媒介形象所呈现的问题及原因

### (一) 报道数量有所增加,但报道类型缺乏多样性

从总量上来说,以“留守妇女”为主题的报道篇数虽远远少于以“留守儿童”“留守老人”为主题的报道,但报道数量却逐年提升,由此也可从一个方面说明我国留守妇女地位有所提高,留守妇女得到了更多的关注,她们在面对困难时自强不息的积极形象也有所体现。<sup>[5]</sup>

然而,尽管相关报道数量增加,细究这些报道的内容,其对“留守妇女”现象的挖掘却不够深入,报道视角尚欠全面,报道力度仍显不足。无论是政府帮扶、社会帮助的幸福形象,或是任劳任怨、奉献家人的劳动形象,或是孤独烦躁、焦虑压抑的寂寞形象,都是在大多数社会民众脑海中成型已久

的有关留守妇女的刻板印象,报道类型死板单一。当今纸媒的报道中对留守妇女形象刻画的片面性与类型化成为大多数留守妇女相关报道的通病。

### (二) 突出政治宣传,弱化留守妇女的现实困境

在数量颇多的有关留守妇女互助组的报道中,大多将重心放在党和政府对留守妇女的帮扶效果上,如《中国妇女报》2013年的报道《重庆5.1万个互助组凝聚103万留守妇女》中就写道,“互助组,让留守妇女生活不孤单。”

或许是为了缓解社会转型期的现实环境和社会“痛点问题”给社会大众带来的焦虑,抚慰社会大众由于地域贫富极化等现实问题所产生的不满情绪,现阶段以“留守妇女”为主题的报道在一定程度上都呈现出弱化留守妇女现实困境的趋势,相关报道着重宣传政府和社会对留守妇女群体做出的扶持努力,有意无意地弱化了留守妇女在生活中的艰辛程度。社会公众对留守妇女的真实生活现状缺乏一个全面客观的认识。

### (三) 媒体报道失真,扭曲留守妇女的形象

在大多数的媒介报道中,留守妇女群体多是以贫苦、弱势、等待救助的形象出现的,有的甚至缺乏起码的生活意识与常识。如报道《台风灾害防御仍有短板》中写道“她们安全意识比较薄弱,居住条件简陋,防灾避灾和自救互救能力差,容易受到灾害侵袭。”在现实生活中,留守妇女由于处于被边缘化的境地,其话语权缺失严重,无法因自己的形象受损而为自己发声、为群体正名。因此,留守妇女形象就这样在媒体的长期报道中被定型,甚至被扭曲化,形成了公众对于留守妇女群体印象的思维定势。

其实,现阶段媒介报道中立意于政党宣传下的留守妇女的生活状态与现实中之真实的生活状态相比存在较大的偏差。尽管也有描述留守妇女承担家庭生活重压的报道,但这些报道更重要的是为了体现留守妇女任劳任怨、奉献家人的品质。兼顾政治宣传与留守妇女现实困境的报道少之又少。

通过以上分析发现,媒介对留守妇女形象的展现是不全面的,究其原因有以下几点:

首先,社会转型期的政治宣传。改革开放以来,我国从农村到城市先后进行了一系列重大体制的改革,在转型期,各类“疑难杂症”并现,贫富差距、城乡差距、地域经济差距等问题都成为当今社会的热点问题。

留守妇女是一个相当特殊的群体。随着经济的快速发展和城市化进程的加速,大量农村剩余劳动力向城市转移,由于我国城乡二元结构体制以及农民工自身经济条件的限制等原因,农民工的父母、妻子、子女只能被迫选择留守在农村生活。留守妇女群体的特殊性使其集各种社会痛点问题于一身,自然引起了社会大众极大的关注。

为了缓解社会大众对痛点问题的疑虑担忧,政府通过对留守妇女问题的关注与扶持来抚慰大众的心理就显得极为重要。政府通过下达各类政策来保障留守妇女的生存与生活,媒体及时对留守妇女享受政府良好政策后的幸福生活进行报道渲染,党和政府的良好形象无形之中就在公众心中树立起来了。因此,对“政府帮扶、社会帮助”的这一主题的相

关报道重在突出社会各界尤其是政府对于留守妇女所提供的帮助,以便于营造致力于解决社会痛点问题的政府形象以及社会环境有所改善的和谐社会氛围。

其次,部分媒体的失职报道。长久以来,对于绝大多数社会受众而言,媒体是其获取信息的主要渠道,而其中又以纸媒在受众心中的公信力和权威性最强。然而随着媒介融合趋势的增强,新媒体因其时效性强等优势在与传统媒体的竞争中越发彰显其优势。在严峻的竞争态势下,许多传统媒体多选择压缩新闻生产的时间、缩短应有的流程来出品新闻,媒体的片面、失真报道也时有所见。由于生产新闻时间的有限,媒介往往只关注一些个案,却忽略了该群体中更具普遍性的人和事,忽视留守妇女的真实生存状态和实际困难,在一定程度上扭曲了留守妇女的形象。<sup>[6]</sup>

再次,对留守妇女的刻板印象。目前,纸媒对于留守妇女形象的刻画大多来源于其对留守妇女的刻板印象。由于留守妇女群体的特殊性,这种刻板印象又包含地域刻板印象、性别刻板印象以及对留守群体的刻板印象等诸多方面。“留守群体”大多产生于经济较不发达的农村地区,因此,以农村为生存根基的留守妇女群体也自然带上了相应的标签。

第四,话语权模式的分配失衡。由于我国城乡分割的二元制度,产生了“城市人”与“农村人”的级别划分,媒介话语权的分配模式也因此产生显著变化。相比较而言,“农村”因消费号召力的缺乏,购买能力的薄弱,在经济、社会地位和媒介资源的占有使用上都处于弱势地位,他们的媒介话语权与“城市人”相比也处于失衡状态,而“农村留守女性”则成为弱势中的弱势。作为“农村人”中的一个特殊分支,妇女的话语权相对于农村男性,也处于劣势地位,贴上“女性”“农村”等标签的留守妇女群体自然处于话语权极度缺失的状态,她们中的大多数人由于客观现实环境及自身教育水平所限,没有办法为自己的真实状况发声,更不能准确地为自己代言立命,于是,她们只能处于主流媒体现实观照的“边缘地带”,在主流媒体上鲜少看到她们为自身争取平等话语权,这就使得留守妇女群体的真实形象在主流媒体上几乎销声匿迹,她们要么越来越淡出公众关注的视野,要么就是这个群体中的极少一部分僵化的形象被刻板定型。

## 四、建构农村留守妇女的媒介形象

鉴于留守妇女媒介形象刻板化、类型化的状况,笔者认为留守妇女的媒介形象还具有很大的提升和完善的空间。

第一,应将政府、社会的帮扶与留守妇女的现实困境相结合。农村留守妇女媒介形象失实的原因之一是其过分迎合社会转型期的现实环境,希冀通过弱化留守妇女的现实困境、大肆宣传政府和社会的帮扶来取得缓和社会痛点的效果。所以,现阶段我们应转变观念,正视现实,只有将政府、社会的帮扶与留守妇女的现实困境相结合,才能提升并完善留守妇女媒介形象。为此,媒介在报道时应直面留守妇女所面临的现实困境,不刻意片面地去营造留守妇女的幸福形象,在对留守妇女现实困境进行真实描述的基本前提下,再自然而然地插入政府、社会对其爱护与帮扶的行动,正确宣

传政党在社会转型期做出的努力。只有这样,才能真实客观地反映农村现实,维护新闻的真实性,同时达到提升政府形象的目的。无论新闻传播有怎样良好的出发点,客观真实都是新闻的第一要义。

第二,应全面深入,从多角度塑造留守妇女形象。留守妇女新闻报道所暴露的最严重的问题就是其形象塑造的单一性、刻板化,留守妇女形象也因此被定型甚至扭曲。因此,这就要求媒介抛弃以往对留守妇女群体的思维定势,摒弃“想当然”的采写方式,多深入农村实际,多接触各种类型的留守妇女,在报道之前尽可能做到前期准备工作充足、资料收集充分、采访提纲制定科学、对问题的分析理性深刻,使报道的内容准确、客观、全面,报道的语言要富有生活气息,以此来塑造丰满而多样化的留守妇女形象。

第三,应体现留守妇女群体的声音,为留守妇女保留话语权。传媒向来被冠以“社会公器”的名号,既然是“公器”,当然人人都有使用的权利,而现今的媒介报道缺乏真正能够体现留守妇女“自己”声音的话语,代之而起的是将所谓“上面”的声音或是其他群体的,在众声喧哗中,留守妇女群体自己的声音被淹没。媒介作为反映社会现实的“镜子”,要有为弱势群体发言的意识和勇气,要努力为每一个群体留有发言发声的渠道,这既是公民的权利,也是媒体的社会责任所在。而媒体因其特性,必当成为农村留守妇女对公众发言、扩大影响力的重要平台。因此,媒介要让留守妇女群体有机会发出她们自己的声音,因为,她们是社会和谐发展不容忽视的一个群体。

第四,树立多样性的妇女形象。把享受爱与遭受磨难的形象相结合,把勤劳能干与文化素质兼备的形象相结合,把

照顾“小家”与面向“大家”的形象相结合,把传统认知与独立自我整合的形象相结合。

通过对《人民日报》和《中国妇女报》上92篇留守妇女相关报道的分析可以发现,媒介上现有的留守妇女形象带有刻板性和片面性,远远没有反映出农村留守妇女的真实样貌。因此,丰富并且重新建构媒介上的留守妇女形象,意义在于为她们争取更多的话语权,促使她们更加自主有效地表达自身主体的体验,从而扩大这个群体的社会声誉,同时也能够使公众全面、客观地了解我国农村留守妇女群体的真实生活现状。在留守妇女形象获得提升的同时,也进一步营造和谐的社会氛围,缩小社会各群体之间的差距,进一步向着和谐社会迈进。

参考文献:

- [1] 赵俊峰. 我国农村留守妇女4700万人,相当于韩国总人口数[N]. 人民日报, 2010-7-13(10).
- [2] 李斌. 把人民放心上,拜人民为师[N]. 人民日报, 2012-8-15(5).
- [3] 方格子. 中国农村留守妇女[EB/OL]. [http://news.ifeng.com/a/20140513/40264256\\_0.shtm](http://news.ifeng.com/a/20140513/40264256_0.shtm), 2014-05-13.
- [4] 李彤. 农村存在着大量“准残缺家庭”[N]. 人民日报, 2012-3-16(8).
- [5] 邓晓旭, 张坤. 留守妇女媒介形象分析——以《中国妇女报》为例[J]. 新闻知识, 2010(10).
- [6] 董小玉, 洪亚星. 农村留守妇女的媒介形象建构[J]. 当代传播, 2015(5).

## Presentation and Construction of China's Rural Left-Behind Women's Media Image

CHEN Hong-mei

(Media and Film and Television Institute, Jiangsu Normal University, Xuzhou, Jiangsu 221000, China)

**Abstract:** This study selected from *People's Daily* and the *China Women's News* in four years ninety-two reports as the corpus to investigate images of the rural left-behind women. It was found that they presented an image of the weakness needing the government support, hard working image and lonely and anxious image, etc. Media reports are numerous, but the report type lacks varieties. They projected political propaganda, but ignored the current difficulty of left-behind women. Thus they distorted the left-behind women's image. This is mainly due to political propaganda in the social transition period, dereliction of most media reports, stereotypes of left-behind women and distribution imbalance of discourse pattern. To fully construct rural left-behind women's image, government and social support should consider their reality.

**Key words:** the rural left-behind women; media image; presentation; construction