

# 论媒体对女大学生形象的误读

张志刚 汪蓓蓓

(大连理工大学公共管理与法学学院)

**[摘要]**由于女大学生社会问题的增多,引发媒体对女大学生负面新闻的过度报道,这种有别于客观真实的过度再现,直接导致女大学生媒介形象的异化,也造成了女大学生社会角色的畸形,强化了传统社会性别的刻板印象。从社会性别理论的视角审视当代大众传媒,如何找到被男权媒介所遮蔽的女性话语权的表达方式,不仅是新闻媒体所要解决的问题,更是关系到社会生态平衡的一道难题。

**[关键词]**社会性别;女大学生;媒介形象

**[中图分类号]**C913.1 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1006-1789(2013)04-0071-06

## 一、社会性别与大众传媒

媒介与性别研究兴起于20世纪六、七年代的西方社会。经过女权运动的浪潮,妇女们赢得了财产权、选举权等权利,并致力于通过社会制度改革铲除女性在工作、教育领域以及法律层面和经济政策上所遭遇的性别歧视现象。然而,女性主义学者发现,女性权利的逐渐回归并不意味着她们已经摆脱了男权文化的束缚,而是这种束缚以更加巧妙的方式渗透到人们的生活之中。于是女权主义者把矛头指向了通过宣扬社会分工而塑造性别刻板印象进而影响受众社会性别意识和社会整体生活的大众传媒。在这种背景下,社会性别理论也在20世纪70年代为更好地研究男女不平等现象而被引入女性主义研究范畴。

社会性别理论将性别(sex)与社会性别(gender)作为二元对立的观念,着重分析社会性别差异对传播媒介中女性形象构建所起到的作用。美国女性主义学者坎达·斯韦斯特和唐·H·奇默尔曼撰写的文章《行动着的社会性别》对“社会性别”一词有着通俗精炼的描述:“性别是由生物学所描述的东西,如人体、荷尔蒙和生理学等,而社会性别差别并不完全是由生物学决定。”基于这一解释,我们认为,社会性别对两性角色的定位

**[收稿日期]**2013-05-08

**[基金项目]**本文系2012年度辽宁社会科学规划基金项目“辽宁文化创意产业发展和政府推理研究”的阶段性成果,项目编号:L12DXW009。

**[作者简介]**张志刚,大连理工大学公共管理与法学学院,教授,主要研究方向为公共管理研究、文化传播研究;汪蓓蓓,大连理工大学公共管理与法学学院,主要研究方向为传播理论、文化传播。

和行为方式的期待是在生物性别上所做的延伸,现有的性别观念是社会化的产物,人们可以根据社会需要来调整自身对性别的认识,逐渐形成社会多数人所认可的社会性别意识。西蒙娜·德·波伏娃在她的《第二性》一书中道出了女性主义者所熟知的那句话:“女人并不是生就的,而宁可说是逐渐形成的。”由此可见,正确的社会性别观不仅仅基于生物学上的差异,而是对公共领域内诸多社会文化现象的一种全新认识,它的核心理念是“以人为本”,即尊重个体的多样性和特殊性,赋予每一个个体平等发展的机会,接受多元化的价值观念,引导人们公正平等地对待他人,形成和谐的性别相容环境。

媒体报道是对客观现实的再造过程。这一过程不是直面的反映,由于加上了记者的主观、取舍和评价,因而可能使媒体建构的“象征性现实”与“客观现实”之间存有一定的差异,并影响着受众对客观现实的判断。女大学生作为中国女性的精英,其性别角色和整体形象,历来引起媒体的热切关注,但是这种关注近年来伴随着大学生问题的增多而发生了逆转,从最初的热捧、追逐和赞美转变为嘲讽、奚落、斥责,甚至被塑造成拜金、脑残、堕落、无道德感、无社会责任感的群体。在有关她们的报道中时常充斥着“卖淫”、“包养”、“犯罪”、“网恋”、“自杀”、“浅薄”、“迷茫”等负面词汇。媒体拿“女大学生”大做文章、吸引眼球、博点击率的同时也使这一普通词汇变得多了几分暧昧的味道。那么媒介是如何塑造女大学生形象的?在这一过程中大众媒介所体现出的社会性别意识是怎样的?我们如何增强女大学生的性别话语权力?这便使“社会性别意识”与“女大学生”媒介形象结下了不解之缘。

## 二、女大学生——被异化与被驱逐的群体

国内学者对大学生媒介形象研究不多,蔡月亮在《传媒对大学生形象的妖魔化》一文中,以3家都市报和网络媒体为研究对象进行文本分析,得出有关大学生的新闻呈现负面化态势的结论。认为经过大众传媒的策划与报道,展现在公众视野中的是这样的大学生:性观念过度开放和放纵、暴力凶杀、冷漠世故、品质低下……大学生的精英形象正在被消解。<sup>[1]</sup>笔者也对新浪网2011年全年涉及女大学生的报道进行统计分析后发现:助人为乐、科技创新、自立自强等正面形象的报道仅有50篇,占报道总数的13.6%,而以猎奇为主的诸如自杀、性与犯罪、上当受骗等负面形象的报道有216篇,占报道总数的58.9%,另外一些没有明显性别歧视色彩,相对客观中立的报道有101篇,占报道总数的27.5%,但也不免涉及到女大学生的性别特征和与社会主流价值观相悖的物欲观念。可见,负面新闻占绝对优势,女大学生几乎被媒体塑造为异化的群体,被驱逐远离于主流社会。

### (一)被“污名化”的女大学生

所谓污名化(stigmatization)是将群体偏向负面的特征刻板印象化,并由此掩盖其他特征,在这个过程中,处于强势的一方最常采用的一种策略即“贴标签”。<sup>[2]</sup>新闻媒体由于职业的特殊性而牢牢掌握着对社会受众的“发言权”,即媒体所热衷的话题也将成为受众关注的焦点。以反映女大学生婚恋观的报道为例,一类污名化标签是“急婚女”、“毕婚族”和“恨嫁女”,如《北京特警开放日设征婚台、女大学生逃课相亲》、《部分女大学生毕业不忙就业忙相亲》等报道,在这一类报道中所描述的女大学生似乎从不关心学业,也没有职业规划,成天谈论的是“相亲”,“学得好不如嫁得好”已成为“普遍共识”。另一类常见的标签是女大学生沦为“二奶”和“小三”。这一类新闻常常因为内容极具戏剧性,矛盾冲突明显,成为人们茶余饭后的谈资,也自然成为社会新闻记者吸引受众眼球的热点素材,而女大学生也在各种被描述的过程中无奈地接受一张张被强行贴上的标签。这些引人“消费”和“娱乐”,而不供人“认知”与“判断”的报道,使部分媒体逐渐走向了新形式的“黄色新闻”道路。而“标题党”、“煽情化”、“刺激性”新闻的反复炒作,不仅大大损害了当代女大学生的良好形象,也造成整个社会对女大学生群体的误读,甚至造成一定程度的文化污染。

### (二)被“边缘化”的女大学生

约翰·哈里特认为“女性化”是后现代新闻报道的基本特征之一。<sup>[3]</sup>媒体往往也给人造成这种假象,就是女性在新闻报道中出现的频率提高了,媒体对女性的关注度也增加了,但这并不意味着女性在新闻中没有被边缘化。西方学者发现,在西方新闻报道中出现最多的女性形象基本是“娱乐界、体育界的明星、刑事案件和灾难中的受害者以及某位重要男性的家属”。这三类女性角色的定位都是以男性为坐标而产生的,她们或者是供男性欣赏的女性,或者是需要男性保护的女性。在我国有关女大学生的报道中也存在类似的现象,从

表面上看,有关女大学生报道的数量大大多于有关男大学生报道的数量,但这些报道大多集中于“性”、“不幸”等负面领域以及“婚恋”这样的私人领域,如此报道塑造出的是男性读者期待中的女大学生形象:她们的性别特质更加明显,引发男性窥视的欲望;她们柔弱易遭受伤害,暗示需要强者(男性)力量的保护;她们能力低下时常陷入困境,暗示需要男性群体的拯救。可见,这种“女性化”的真相是女性形象在男性视域里被贬压,不仅导致媒介中甚至社会生活中的女性都被进一步边缘化。

### (三)被“浅薄化”的女大学生

女大学生作为“受害者”的形象频频出现在公众面前,而在媒体报道中“受害者”不但没有得到应有的人文关怀,反而遭到媒体语言上的隐形歧视。在一些报道中,看似讲述的是女大学生遭遇的不幸,但在无形中将更多的笔墨用来描述女大学生自身的“无知”和“轻浮”,给读者这样的暗示:女大学生的自身因素是她们遭受骚扰的主要原因,而对实施骚扰行为的主体(男性)不但没有给予应有的谴责,反而轻描淡写几笔带过。如此一来,社会受众对女大学生群体的认识便定格在“浅薄”的阴影之下。例如在一则《女大学生求职信附性感写真集,半夜引来骚扰短信》的报道中,作者用充满挑逗意味的词语“清凉”、“惹眼”、“性感”、“火辣”来描述这位女大学生所拍摄的写真集,极力渲染写真照片的“过分”,而对于那位发短信的骚扰者则只提到“肉麻话的短信总在半夜不断传来”,没有任何谴责这位骚扰者的字眼,一味将责任推到这位女大学生的身上。报道中对男性的“宽容”,实际上是从侧面指责女性的“浅薄”,这样的双重标准反映的正是社会对女性无形的歧视,也是社会现实中男女权力不平等现象的折射。

### (四)被“模式化”的女大学生

媒介对女性的刻板印象,使得女性形象模式化地呈现在受众面前。所谓“模式化”的字面意思是“被框定”、“被定格”——她们常常被巧妙地固定在家庭之中,与琐碎的家务劳动联系在一起,是无私奉献、任劳任怨的家庭妇女,可以为了孩子和丈夫不惜牺牲自己理想、事业、健康乃至生命。她们的形象依然被囿于“传统女性美德”的领域内,女性未能借助媒体走出“家庭”这个小圈子而进入社会领域,媒体传播的内容仍旧摆脱不了男权主义视野下为女性设定的“贤妻良母”这一模式化的形象定格。

随着高学历女性的增加,另一模式化的女性形象也再一次“深入人心”,如被人调侃称之为人类第三性别的“女博士”、不食人间烟火的“女强人”。在相关新闻中,常常模式化地报道这一类女性“冷酷、严厉、事业心强、难以接近、婚恋难”等问题,如此过度报道实际上导致了将她们排斥在社会认可的主流群体之外。在女性独立意识逐渐觉醒、追求自我价值实现的当代,“知识”和“智慧”似乎变成了女性的罪恶之源,因为它动摇了男性目光的权威。从社会性别理论上,这种被模式化的女性形象恰巧也暴露出男权社会对女大学生群体的一种角色恐惧心理。

## 三、女大学生——被消费与被凝视的性别文化载体

### (一)大众传媒对女性文本的男性化篡改

大众传媒具有公开和遮蔽的双重属性。也就是说,无处不在、无时不有的传播媒介利用其广泛的覆盖性制约着受众的认知和行为,同时由于对信息的选择、加工和结构化的过程均在不为人们所了解的媒体机构内部完成,这在一定程度上遮蔽了女性文本的真实性。在媒体机构自负盈亏的商业化管理模式之下,大众传媒的这种双重属性更加明显,以追求商业利润最大化为目标,更多地站在赢得受众、刺激受众消费欲望的角度去筛选新闻素材,组织新闻语言,但传递给受众的却是被扭曲了的新闻。在传统的认识之中,女大学生是女性群体中的佼佼者,她们情操高尚而又冰清玉洁,但是这样的形象不具备市场卖点,因此,经济利益的驱使令媒体不得不追求“好看、刺激、过瘾”,使越来越多的媒体抓住发生在女大学生身上诸如“色情”、“凶杀”等小众事件大肆宣扬,将女性文本放在男性视角下诠释,满足受众的猎奇心态,同时也赚得盆满钵满。

在主流文化中,女性一直在“看与被看”模式中扮演“被看”的角色,受“美女经济”的消费主义思想影响,媒体将女大学生写成了“被看”的焦点,尤其当她们的行为与“看者”固有认识不相符时,便能轻易地点燃“看者”强烈的窥视欲望。于是乎,媒体把女大学生描绘成了供人们消费的资源,作为一种“注意力”的符号,去吸引观众的眼球,刺激消费者的购买欲望。这样做的结果不仅贬损了女大学生的社会角色形象,也使其丰富的精神内涵被肆意抽离。

## (二)隐藏在事实背后的男性目光

一些媒体之所以不负责任的迎合大众“猎奇”、“窥视”的欲望,亵渎女大学生的媒体形象,其实是千百年来男权文化劣根性的复活。社会的发展、媒介的进步并没有消除男权文化的某些痼疾,反而凭借多元化的媒体技术将女性形象刻画得淋漓尽致乃至暴露无遗。这是媒体角度的偏颇,也是女性角色玩偶化的悲哀。劳拉·穆尔维在《视觉快感与叙事电影》一书中,对于叙事电影是如何把女性形象客体化、对象化的过程有精辟的论述。她认为在影片中“女人往往是作为被看的形象出现,而男人则是作为观看的承担者”。<sup>[9]</sup>英国艺术评论家约翰·伯杰也指出:“女性自身的观察者是男性,即被观察者是女性。这样她将自身转化为一个客体,尤其是转化为一个视觉的客体,即一种情景。”<sup>[10]</sup>男性角色的主体化与女性角色的客体化,不仅让女性失去作为个体的主动性成为男性目光中的观赏对象,同时也成为男性欲望投射的对象,女性被媒体塑造成感性的尤物,缺乏自由思想的任由男性观赏评鉴的物品,当两性之间的关系变成一种性别品评把玩另一种性别,而另一种性别又一味向其邀宠的单向度关系时,本应相互欣赏与爱悦的平衡状态被打破,由性别意识引发的不公平现象也由此产生。

## (三)面对窥视的自我迷失

媒体的价值取向常常内化为受众的一种社会期待,一方面制约受众对外界的认识,另一方面形成受众自我培养的标准。尤其对青少年来说,他们的可塑性很强,对长期接触的某种媒介文化内容容易形成相应的观念,赞同相关的话语表达方式,并逐渐形成自己的意识和价值观。在网络媒体中,女性被“物”化了的外在价值被肆无忌惮地呈现出来,网页上不时弹出形形色色的美女图片、各类美体丰胸广告充斥着人们的眼球,各大选秀活动选出来的美女在电视荧屏上招摇过市,似乎炫耀着她们的一夜暴富。在这种强悍的媒体宣传攻势和受众畸形的审美目光之中,女大学生群体也不可避免地迷失了自我。她们开始更多地观察自己的身体缺陷,从饮食、化妆、服装等方面对自己的身体进行严格规训,使自己的外形看起来能更符合媒体所代表的男性视野的审美情趣。这无疑对女大学生形成一种误导:把外在美当成衡量自身价值的唯一标准,而忽视内在的优秀品质与良好心态的锤炼。媒体的这种宣传对于女大学生而言,正如福柯所说:“用不着武器,用不着肉体的暴力和物质上的禁制。只需要一个凝视,一个监督的凝视,每个人就会在这一凝视的重压之下变得卑微,就会使他成为自身的监视者,于是看似自上而下的针对每个人的监视,其实是由每个人自己加以实施的。”<sup>[11]</sup>

## 四、女大学生——重拾性别话语的权力

### (一)学校应适当增加女性主义教育的内容

学校是学生生活的“第二空间”,也是个体进行初步社会化的重要场所,正确的社会性别意识的形成有赖于一个能使学生对“性别角色认同,性别角色期望,性别角色行为”有正确认知的校园环境。然而,学校却在这一重要的社会角色上长期处于“失位”状态,而将责任推卸给家庭、社会、大众媒体和学生个人。在传统的教育观念中“性别意识”被等同于羞涩而谈论的“性”,使人避之不及,在“重教书,轻育人”的应试教育背景下,老师不能“因性施教”,造成教育上的性别意识盲区,抹杀学生的性别意识被等同于“男女平等”并在全社会范围内得到认同,这种对性别观念教育的有意“无视”使青少年在成长发育过程中对“性别”的理解粗浅、原始并带有“避讳、不健康”的负面色彩,这是青少年性犯罪率居高不下的根源所在。

就高校而言,目前我国只有少数的高校设立了“女性研究中心”,而开设女性学课程的高校更是寥寥无几。在高校设立女性学的相关课程,推广女性主义教育学有一定的现实意义,女性主义教育以追求两性平等,体现女性价值为教育目标,对人类社会女性受压迫受歧视等不公平待遇予以批判并寻觅其深层社会根源。女性主义教育主张平等和分享,鼓励女性在教育中自由发表观点和感受,对于培养女性的主体意识,摆脱传统男女观念的束缚起到了重要的作用。女大学生接受女性主义教育了解基本理论和观点,接触国外女性主义研究的理论前沿,让女大学生对自身有更好的认识,勇于发表自己的见解,建构独立自主的女性意识,为实现自我价值而努力奋斗。对于媒体塑造宣扬的不良女性形象应该有自己的见解与判断,而不是在这种喧嚣中迷失自我、否定自我。

### (二)媒体工作者应当以正确的社会性别观念筛选媒介内容

大众传媒是社会公器,媒体工作人员是社会公器的直接使用者,他们在一定程度上影响着受众对社会

的认知和受众本身欣赏能力及兴趣的培养。尤其对于青少年而言,缺乏足够的实践经验以明辨是非,社会需要那些可以承担引导与教育功能的媒体,为青少年营造一片文化的净土,给予他们正确的指引。

美国学者尼尔·波兹曼曾在《娱乐至死》一书中这样说道:“文化成为一场滑稽戏,等待我们的可能是一个娱乐至死的美丽新世界,在那里,人们感到痛苦的不是他们用笑声代替了思考,而是他们不知道自己为什么笑以及为什么不再思考。波兹曼说:“如果文化生活被重新定义为娱乐的周而复始,那么这个民族就会发现自己危在旦夕,文化灭亡的命运就在劫难逃。”<sup>[7]</sup>当人们沉溺于一场场扭捏作态、粗鄙恶俗的娱乐节目时,思考也变得毫无意义可言,人们可以毫不费力地从那些电视节目中获得“意想不到的精彩”,有情情节狗血的家庭纠纷,有令人血脉喷张的美女选秀,还有各种装疯卖傻以博观众一笑的主持人和演员。2012年年底,江苏教育频道将“一脱走红”的干露露母女三人邀请到该频道的《棒棒棒》节目,节目毫无教育内容,着装暴露,脏话连篇,播出后即遭到国家广电总局的停播整顿处理。一家承载社会教育功能的电视台,却请来靠低俗、丑闻出位的人来吸引观众眼球,谋取经济利益,令人所不齿。这种投机取巧、庸庸媚俗的作法背后隐藏的是电视台“唯收视率论”这个指挥大棒的威力,而这种以“脱”成名的艺人则成为收视率的最佳保证。它像一只无形的手,为低俗文化的泛滥推波助澜,将文化的舞台推向媚俗逐利的深渊。在精彩纷呈的电视荧幕前,观众像上帝一样享受着社会媒体工作者“绞尽脑汁”奉上的娱乐大餐,而不知道这些娱乐将把我们带向何方。

因此,媒体人要增强自身的社会责任感,在选择媒介内容的过程中遵循一定的社会价值标准,而非单纯的“唯收视率论”,迎合部分受众的低级趣味。从业人员树立正确的社会性别观,可以尽最大努力的还原客观环境,不偏视、不媚俗、不贬损、不亵渎。依据媒体“把关人”理论,强调全面、客观、公正地呈现女性形象,对女大学生群体而言,能够在传播过程中充分体现对她们的人文关怀,给予更多关注在女大学生的智力、学识和能力发展方面,尊重女大学生话语权的表达,将女大学生作为独立自主的个体,为她们提供平等的参与传播活动的机会,女大学生的形象将有质的转变。

### (三) 女性媒介应当避免娱乐化、低俗化的价值取向和审美情趣

国际传播研究多次提出以“妇女的替代性媒介”作为妇女媒介的概念,它是指由妇女个人或妇女组织(大都是 NGO,非政府组织)来控制、经营的媒介。它主要包括妇女出版物、妇女视听材料、录像和电影、妇女电台、妇女通讯社、妇女信息网和资料库等。<sup>[8]</sup>可以说,这是国际妇女运动的产物,它们从更强烈的社会性别意识出发来维护世界妇女权益。但是,在我国,由于没有西方那样激进和大规模的妇女解放运动,所以国内的女性媒介多指一些关于女性的专业化节目或栏目(是频道细分化或栏目细分化的一种),即妇女的替代性媒介,也称为女性媒介,以期站在男女平等的立场,反映女性生活、工作、情感等一切与女性有关的事情。然而在这些为数不多的女性媒介中,我们不难发现,大部分内容依然跳不出传统的窠臼,还停留在解决感情纠纷、吃穿玩乐这些方面。格调不高、视野狭窄成为女性媒介普遍存在的现象。

在大众化、市场化、商业化的浪潮侵袭之下,女性媒介也难免出现娱乐化、低俗化的倾向,那么究竟该怎样面对受众,是引导媒体受众还是迎合受众?这成为女性媒介发展必须解决的问题之一。作为参与市场竞争的普通大众媒体,为了赢得发展空间而被动迎合受众是一种生存策略,然而一味的迎合某些受众的低级趣味,那么女性媒介也失去了帮助女性监测环境的“社会雷达”功能,女性媒介的思想性和文化内涵也将逐渐被消融。重新正确定位女性媒介的定义,实现张扬女性意识的社会理想,需要媒体将重心放在关注女性的生存状况,发展途径以及协调女性与外部社会关系的内容上来,做到以女性独立的视角来观察和记录女性真实的生活状态,因此,女性媒介引导的不只是生活领域的时尚,还应该是女性观念上的时尚,走出迎合受众的固有思维模式,勇敢地担当起引领受众的角色,才能实现女性在传媒领域的话语权力。

### (四) 民众应当逐步增强媒介素养

在信息扩张的时代背景下,提高全民的媒介素养尤其是青少年群体的媒介素养成为当务之急。然而,我国公民的媒介素养教育起步晚,目前尚未形成完善的体系,还处于摸索学习的初级阶段。以日本为例,日本政府将媒介素养教育的着力点从原来的学校教育转为社会学习,力图构建一张各社会主体相互协作的媒介素养社会协力网络。这个网络是由日本各级政府组织、非政府组织、学界、企业界等各个主体共同构筑的媒介素养教育与实践的“社会行动者网络”。在媒介素养的社会活动中,社会组织充当主体作用,其中 FCT 媒介素养研究所是其中影响最大也最活跃的社会组织。他们组织围绕“儿童、青年与媒介”、“性别与媒介”、“老年

人与媒介”、“媒介社会与市民”、“媒介伦理”等研究领域积极而广泛地开展的各类社会活动,普及市民媒介使用知识。政府、企业界和学术界则联手助力,为其提供资金场所、设立科研项目、组织讲座等公共活动。相比较而言,我国推动媒介素养教育和实践的中坚力量还是以科研人员为主,他们在引进、学习和发展媒介素养方面作了充分的准备,但整个社会的“社会行动者网络”还远未形成。

随着信息技术的不断革新,媒介素养对人们来说已经不再是一个生僻的概念,它使人们正规合理的享用大众传媒提供的文化资源,并用习得的知识、经验完善自我,回馈社会,同时它也是一种能力,是人们对各类媒介信息解读、判断和适应社会发展的能力。具备一定媒介素养的受众,可以在更短的时间内获取更多有用的信息,辨识媒体所营造的“象征性现实”与客观现实的区别,对不良媒介内容有自觉抵制的意识,这对青少年来说尤为重要,在媒体行业还缺少法律管制与行业监督的情况下,提升青年群体的媒介素养可以从根本上解决不良媒介形象和低俗媒介内容对青少年的侵害。

正如美国社会学家威廉·奥格本的“文化堕距”(Culture Lag)理论所言,性别观念作为一种深层文化,它的改变落后于作为表层文化的物质层面的改变。我们应该着力促成在文化变迁过程中,各层面演变的协调性。大众传媒只有具有两性平等的性别意识,认真倾听和记录当代女大学生的声音,才能塑造出自信的、独立的女大学生形象,才能创造没有“歧视”与“偏见”的社会文化。

#### 参考文献:

- [1] 蔡月亮.传媒时代大学生形象的妖魔化[J].青年记者.2006(1):43—44.
- [2] 雷小艳.网络媒体对女大学生形象再现的内容分析[J].华章.2007(12):142.
- [3] 黎信译、载马戎、周星.文化自觉与跨文化对话[M].北京:北京大学出版社,2001:245—246.
- [4] 劳拉·穆尔维著、周传基译.视觉快感和叙事性电影[M].选自《外国电影理论文选李恒基、杨远婴主编.上海:文艺出版社.1995:572—576.
- [5] 多米尼克·斯特里纳蒂.通俗文化理论导论[M].商务印书馆.2004:205.
- [6] Ramazanoglu, C.(ed.) Up against Foucault, Explorations of some Tensions Between Foucault and Feminism[M].Routledge, London and New York.1993:143.
- [7] 尼尔·波兹曼著.章艳译.娱乐至死[M].广西师范大学出版社出版.2011:2.
- [8] 韩贺楠、张健.女性学导论[M].北京:教育科学出版社.2005:167.

### Misreading of the Media Image on the Female College Students

—Based on the Perspective of Gender Theory

Zhang Zhigang Wang Beibei

(Faculty of Humanities and Social Sciences, Dalian University of Technology)

**Abstract:** An increase of social problems of female college students caused media's excessive coverage of female college students' negative news which is different from the excessive reproduction of objective truth. It directly led to alienation of female college students of media image, caused deformities of female college students' social role and reinforced traditional gender stereotypes. Examining the contemporary media from the gender perspective and finding the way of expression of feminine discourse covered by male media are not only to resolve the issue by the media but also to be related to the social-ecological balance.

**Key words:** Social Gender; Female College Students; Media Image

责任编辑 裘晓兰