当代女性农民工媒体形象的变迁

邓 倩[1]，罗 敏[2]

（1. 河海大学 公共管理学院，江苏 南京 210098；2. 暨南大学 新闻与传播学院，广东 广州 510632）

摘 要： 围绕女性主体性视角，聚焦不同属性媒体建构女性农民工形象的话语实践，探讨了新闻文本呈现女性农民工形象的总体特征和社会逻辑。通过对 2000—2019 年广东省和江苏省 4 份代表性报纸女性农民工议题新闻报道（N = 2485）的内容分析和文本分析，研究发现女性农民工的媒体形象建构呈现出“主体性缺失”和“结构性弱势”两大特点。从报道数量上看，女性农民工议题的重要性经历了高峰过后逐渐下降并趋于平稳的动态变化。较之农民工整体，国内主流报纸对女性农民工“低度再现”。从媒体形象上看，尽管女性农民工行为形象的主观能动性有所提升，但“主体性缺失”的受苦受难者和被关爱者仍占比 61.09%，价值形象总体上趋于客观平衡。党政机关报和都市报在女性农民工媒体形象和新闻结构框架上均存在显著性差异，这一差异彰显着形塑文本的社会结构性要素之间的张力。

关键词： 女性农民工；新闻传播；媒体形象；新闻框架

中图分类号： G206；C913.68 **文献标识码：** A **文章编号：** 1672－0202（2020）04－0130－10

一、引言

改革开放 40 余年，农民工是伴随我国社会经济体制和结构双重转型而出现的一个特定群体。自 2006 年首次将“农民工”写入中央政府工作文件，“农民工”作为社会身份和职业的结合，成为农村户籍在城镇异地务工群体的官方代称。2018 年我国农民工总量为 28836 万人，较上年增长 0.6%；其中女性比例 34.8%，较上年提高 0.4%，女性农民工总量持续增长[1]。女性农民工处于特定的社会角色中，既担负生计又照顾家庭，在城市－农村流动生活中承受着来自地域、阶层和性别差异的多重压力。本文以女性农民工为研究对象，在农民工总体分析之外丰富聚焦于女性农民工的经验研究。

既有的女性农民工研究主要涵盖下述范畴：一是从医学和公共卫生角度关注女性农民工的健康知识和行为状况，二是从劳动经济学角度探讨女性农民工群体的就业和社会保障等议题，三是从社会学角度解析女性农民工的社会流动、社会融入、婚恋家庭、自我认同与发展。其中，颇具影响力的研究如学者潘毅通过田野调查探讨了中国新型打工群体“打工妹”的主体形成过程。立足国家与社会关系框架，指出“打工妹”适应并抵抗着国家社会经济关系的变革和需要，同时作为性的主体（sexual subject）在日常劳动中被重新定位和规训，其身份被文化、性别和社会权力维度不平等建构[2]。澳大利亚学者杰华说明了“向城市流动如何改变了农村女性的认同、身份、与他人的关

收稿日期： 2020－03－16 **DOI：** 10.7671/j.issn.1672－0202.2020.04.012

基金项目： 国家社会科学基金青年项目（17CXW008）

作者简介： 邓 倩（1987—），女，湖南衡阳人，河海大学公共管理学院讲师，主要研究方向为传播社会学。E-mail：dengqian1012@126.com

系以及她们的归属感和在社会中的位置[3]。张鹏《城市里的陌生人》、池子华《近代中国打工妹群体研究》、吕途“农民工三部曲”之《中国新工人:女工传记》等从多个视角深描了女性农民工群体。然而,仅有少数研究讨论文学作品、影视作品和新闻报道中女性农民工的身份建构[4]。已有相关研究侧重于勾勒农民工整体形象,对女性农民工这一特定对象的关注较少。

话语与社会结构之间存在一种辩证关系,即话语实践与社会结构之间有因果关联[5]17。新闻文本及其背后体现的社会权力关系共同构成了话语实践。新闻文本作为话语,是意义世界与现实社会相互建构的表征,也是一种社会实践形式。大众媒体通过话语运作的文本再现建构着不同群体的形象,这一过程可能影响着公众对某一群体的认知、态度和情感,甚至于公共政策的走向。从女性主体性视角聚焦国内主流报纸女性农民工议题“新闻文本”,一方面呈现女性农民工在新闻文本中是如何被建构的,在报道数量、主体形象与新闻结构框架等方面有哪些特征;另一方面,比较不同属性报纸对女性农民工形象建构存在的差异,探讨女性农民工新闻文本与社会结构之间的互动关系。

二、文献回顾与研究问题

(一)女性主体性与媒体呈现

在西方哲学发展史上,主体与主体性是因对人的关注而内在包含的两个重要问题。笛卡尔通过普遍怀疑的方法将“自我意识”确立为主体,创立了第一个系统的主体性哲学。康德认为“主体”即“自我”,能够按照自我意志作出决定并付诸实践。黑格尔继承了康德的“主体性”思想,通过对主奴关系的描述,揭示了主体与客体、自我与他者之间的辩证关系。马克思的实践哲学为主体性哲学研究带来了转机,马克思在研究中突出了主体在世界、自然和历史中的重要作用。主体性是人作为主体在与客体的关系中显现出来的自觉能动性,其内涵包括人的自主性、自为性、选择性和创造性。主体性包含行动主体的自我意识和自我行动,自我意识是指个人对自己以及自己与他人关系的认知与观念,自我行动是基于自我意识而做出的行为[6]。主体性的哲学定义是抽象思辨的,在社会学语境下可将主体性表述为个体在生活世界中由自身实践行动所建构的一种个体存在状态,是个体在行动与结构互动中建构出来的。

女性主体性从主体性概念引申而来,侧重于女性作为主体在现实世界进行实践的哲学意义。关于女性主体性的内涵,学界尚未形成统一结论。女性主体性指向女性作为主体存在对自身在客观世界中的地位、作用和价值等方面的一种自觉能动性,是激发女性追求独立、自主,发挥主动性、创造性的内在动机[7]。法国女性主义学者西蒙·波伏娃在《第二性》中以存在主义哲学为基础,提出了女性的“他者性”和构建女性主体性的方法,认为“女人与其说是生就的,不如说是逐渐形成的”[8]。女性在大众媒体中受到不公正待遇,已然是全球普遍存在的现象。不少经验研究表明,深受男性主导意识形态影响的媒体往往强调传统的性别角色期望,贬低某些女性的特征,参与女性性别刻板印象的再生产,将男女两性从多方面进行二元对立的划分。现代女性主义认为女性主体性是妇女解放的关键,需要解构由男性话语构成的女性主体性,让女性成为自身经验的言说者,重新建构基于真实经验的女性形象。女性农民工在城乡之间流动,生活空间的转换让她们的主体性发展有了更多的可能性。从主体性视角解析大众媒体中女性农民工的形象特征,可弥补既有部分研究对农民工群体内部差异性观照的不足。

(二)农民工媒体形象

新闻传播学者围绕传媒与相对弱势群体关系开展了丰富的经验研究,如新闻媒体与少数族

裔、女性、儿童、青年亚文化群体等。国内新闻传播学领域对农民工的研究，基本也是在传媒与弱势/边缘群体关系的框架内进行，已有研究文献主要关注三类议题：农民工的媒介话语权、农民工的媒介素养和农民工的媒体形象。关于农民工形象，有研究运用叙事分析研究当代新闻媒体对农民工群体的“再现”，认为媒体结合负面行为叙事和负面形象倾向于将农民工塑造为城市社会的“威胁”和“麻烦”[9]。有学者通过对近三十年《人民日报》与农民工议题相关的新闻话语分析发现，农民工群体在官方话语中的命名和再现方式由消极被动和具有威胁性的负面框架逐渐转变为相对正面的“新工人阶级”框架[10]。有研究指出农民工的负面行为在报道中已进行了量的控制和有意规避，农民工的“妖魔化”“污名化”的标签式报道已趋于销声[11]。还有研究从场域理论视野解读农民工社会处境再现偏向产生的原因，指出资源力量的悬殊致使农民工用于塑造自身形象的符号资本严重不足[12]。总而言之，既有研究侧重呈现农民工整体的媒体形象，考察媒体话语对农民工形象建构的影响，诠释媒体对现实世界的社会建构和类型化功能。本文在农民工总体中选取女性农民工为分析对象，嵌入女性主体性视角，在新闻内容分析的基础上呈现女性农民工的媒体形象，并探讨媒体形象建构与社会权力结构之间的互动关系。

基于上述研究视角，本文通过对女性农民工新闻文本的内容分析和文本分析，呈现女性农民工议题的新闻话语实践，阐释其与中国社会转型期社会结构和社会性别秩序的动态关联。从女性农民工新闻的报道数量、主体形象、新闻结构框架等维度出发，聚焦以下问题：

Q1：新闻报道中女性农民工角色是否出现或出现的数量？有何历时性变化？主流报纸对女性农民工的关注度较之农民工整体是否有区别？

Q2：新闻报道中女性农民工被呈现为哪些角色形象？是否有类型化偏向？显现了怎样的主体性特征？

Q3：不同属性报纸的女性农民工新闻在“报道主题”与“报道立场”上有何表现？是否存在某种结构关联？

三、研究方法与设计

“一个严谨的内容分析应该建立在有意义的类目基础上分解内容，并同时兼顾质化文本的语境因素再作细致分析，而绝对不能只局限于单一量化的数字统计。”[13]因此，本研究结合内容分析和文本分析处理新闻报道，让量化的统计数据与质性的语意材料互为补充与佐证。采用内容分析法客观、定量描述女性农民工新闻的报道数量、主体形象和结构框架等，同时扎根于新闻文本之中，将新闻文本与广阔的社会背景相勾连，用鲜活的材料呈现女性农民工媒体形象，阐释量化数据背后的深层意义和因果逻辑。

（一）样本选择

本文选取了广东省《南方日报》和《南方都市报》、江苏省《南京日报》和《扬子晚报》2000—2019年间的女性农民工报道作为研究对象。广东和江苏分别是珠三角、长三角地区外来务工人口流入大省，农民工监测调查数据显示，2018年在长三角地区务工的农民工5387万人，增长1.5%；在珠三角地区务工的农民工4722万人，下降0.9%[1]。在对报纸进行样本选择时，考虑到中国大陆报纸群的内在差异性，分别选取了党报类的《南方日报》《南京日报》和都市报类的《南方都市报》《扬子晚报》四份不同类型、各具代表性的报纸。之所以选取2000年为时间起点对女性农民工新闻报道展开历时性分析，是因为21世纪以来我国城市化进入快速发展阶段，第五次人口普查（2000年）中，中国的城市化水平突破了三分之一。

本研究使用慧科新闻全文数据库对以上四份报纸以“女性农民工”“女农民工”“流动女工”“外来女工”“外来务工女”“打工妹”为关键词进行检索,为提高检索的准确性,把检索范围设定为标题和内文,检索时间为 2000 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。通过进一步筛选,排除内容与女性农民工无关的报道,同时也排除评论、文字类广告等,共获取 2485 篇新闻,其中《南方日报》770 篇,《南方都市报》1416 篇,《南京日报》126 篇,《扬子晚报》173 篇。本研究的类目编码分析基于这 2485 篇有效样本进行。以单篇新闻报道为分析单位,如一篇报道中出现多个符合要求的人物形象,则选取形象最为鲜明的一个作为样本。

(二)类目建构

基于前人研究的成果和对样本报道的通读,本研究的类目编码围绕以下三个部分:

1. 报道数量及分布

描绘《南方日报》《南方都市报》《南京日报》和《扬子晚报》2000—2019 年间女性农民工报道的数量分布,结合四份报纸近 20 年农民工新闻数量,说明女性农民工报道在农民工议题新闻报道总体中的占比情况。这一部分内容较为确定,无需经过特殊编码,呈现主流报纸对女性农民工议题的关注程度。

2. 新闻主体形象

指女性农民工作为主要被报道对象被塑造的形象,细分为“行为形象”和“价值形象”两个维度。根据报道描述的不同行为将“行为形象”操作为 6 类(见表 1):(1)受苦受难者;(2)被关爱者;(3)行为失范者;(4)能人为善者;(5)主动维权者;(6)其他。依据报道对新闻主体行为所作的价值判断,将“价值形象”设定为:(1)正面(赞扬、肯定、认同、同情);(2)负面(批评、贬低、反对、质疑);(3)中立,分别代表大众媒体对女性农民工社会生活中的行为或处境的一种肯定、否定或不置可否的评价。

表 1　女性农民工的行为形象编码表

行为形象	内容编码
受苦受难者	(1)婚姻不幸(2)工作、生活艰辛(3)职业病/工伤(4)权益受损
被关爱者	(1)政策关怀(2)社会关怀(3)教育管理
行为失范者	(1)违法犯罪(2)道德败坏
能人为善者	(1)敬业乐业(2)打工/创业致富(3)创作成才(4)乐于助人(5)服务社会
主动维权者	(1)讨薪维权(2)工伤维权(3)侵害维权
其他	(1)生活现状(2)个性突出

3. 新闻结构框架

包括“主题框架”和“立场框架”两个部分。主题框架是对新闻报道的核心内容与思想的高度归纳,用以把握新闻报道描述对象或事件的角度。经过归纳,主题框架可概括为以下类别:(1)社会关怀框架;(2)政策导向框架;(3)个体励志框架;(4)暴露问题框架;(5)其他。社会关怀框架描述了社会各界对女性农民工的同情、帮助与支持。政策导向框架是宣导国家或政府在女性农民工问题上的立场、政策和作为。个体励志框架展现了女性农民工个体在家庭、情感、职业等方面的正向生活经历。暴露问题框架则关注女性农民工社会生活中遭遇的困境或负面问题。此外,依据对新闻报道立场的预判,将“立场框架”划分为:(1)政府本位;(2)企业本位;(3)农民工本位;(4)市民本位。

(三)信度检验

本研究内容分析部分的类目编码工作由两位作者共同完成。完成编码之后,对课题组两名本

科生展开编码培训,从有效样本中随机抽取200篇新闻报道分别独立进行编码。运用斯科特π系数公式检验主要变量的编码员间信度(inter-coder reliability),数据显示每个编码类目的编码员间信度均达到0.8以上,达到绝大多数内容分析所要求的信度水平。

四、研究发现

(一)新闻报道数量变化

通过对四份报纸2000—2019年女性农民工新闻报道数量统计,我们发现2000年以来四份报纸女性农民工历年报道总量除个别年份外,整体分布态势具有相对一致性(见图1)。《南京日报》和《扬子晚报》女性农民工报道量均于2002年达到峰值,2002年后报道总量在升降反复中趋于回落。《南方日报》和《南方都市报》报道量均于2007年达到峰值,此后报道总量除个别年份外整体趋向下降。其中,2003年四份报纸的女性农民工报道量均大幅度显著下滑,可能与SARS疫情爆发有关。总体上看,2012年之前四份不同类型报纸的女性农民工年报道量差异较明显,2012年起四份报纸的年报道数量接近,均在25篇以下。从四份报纸女性农民工报道量的历年分布可以看出,2000年以来,女性农民工议题的重要性经历了高峰过后逐渐下降并趋于平稳的动态变化。21世纪初,国务院连续发布了一系列与农民工议题相关的行政指导性文件,新闻报道数量的变化与最高层领导采取一系列政策行动直接相关。宏观政策因素对大众媒体女性农民工议题设置的影响依然明显。

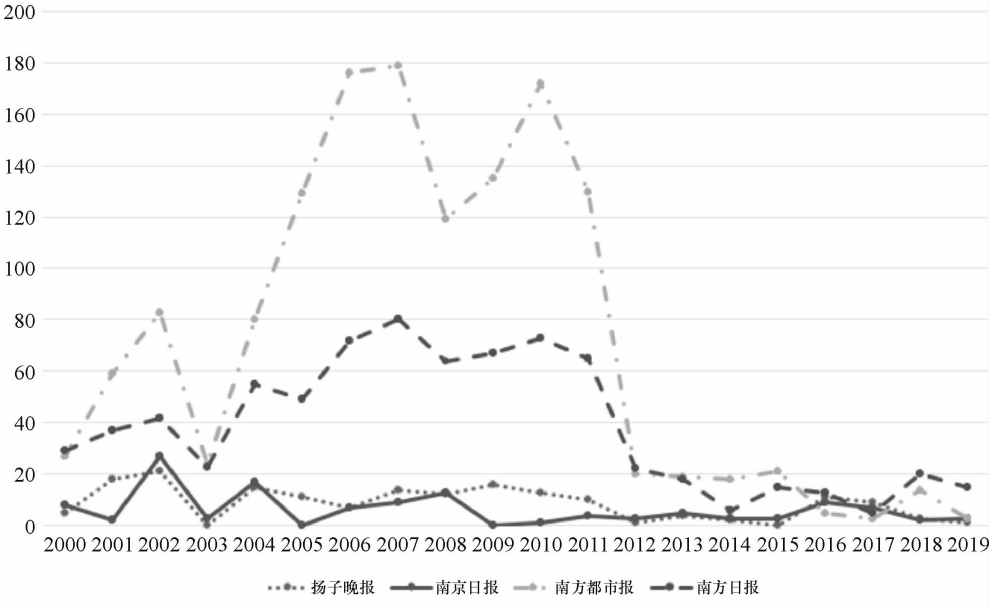


图1 女性农民工新闻报道的历年分布(2000—2019)

分析四份报纸2000—2019年女性农民工报道在农民工新闻总体中的比例可知,近20年《南方日报》和《南京日报》女性农民工报道占比分别为10.41%、5.46%,《南方都市报》和《扬子晚报》相关报道在所有农民工新闻中占比分别为20.55%、10.78%。较之农民工议题整体,国内主流报纸对女性农民工群体的关注度相对偏低。相较于党政机关报,都市报对女性农民工议题更感兴趣。

(二)新闻主体形象呈现

从女性主体性视角来看行为形象,可将不同的女性农民工行为形象归为三类,即受动者(受苦受难者、被关爱者)、施动者(能人为善者、主动维权者和行为失范者)与其他。就女性农民工行为形象而言,2485 篇新闻样本中受苦受难者数量最多,占比 39.36%,其次是能人为善者,占比 22.54%,而受苦受难者和被关爱者所占比例之和高达 61.09%。女性农民工多被塑造为被伤害、被同情的受动者,传递着男性视角的权威和城市市民的优越感。自主能动性突出的施动者仅以次要行为形象出现,部分新闻文本描绘了农民工群体中追求进步的标兵模范式人物,如"从建筑工地小工到集团中转大户"、"从饭店勤杂工到农家乐山庄老板"、"因创作成名的育儿嫂范雨素"等。

从新闻主体价值形象来看,新闻报道中女性农民工正面、负面和中立的价值形象均有涉及。虽然呈现最多的是负面形象(923 篇,37.14%),但三者数量较为接近,整体上四份报纸对女性农民工的价值判断无明显偏向。价值形象数量上的相对持平一定程度上了显现女性农民工媒体形象建构的客观性。然而,结合对新闻报道的文本分析,诸多细节却难以体现其平衡的价值判断。主流报纸从职业、家庭、情感等方面建构女性农民工形象时有侧重性的使用了特定词汇,用词虽褒贬不一,但整体上呈现出女性农民工群体的刻板化性别角色和弱势地位。如在学习工作层面多展示女性农民工为了脱离贫困、贴补家庭或改变命运做出的努力和牺牲,对家庭的责任是女性农民工进城的一大动力。在家庭和情感层面多描述对儿女的母职、对父母的孝道、对婚姻的渴望与忠贞、对爱情的盲目与冲动,女性农民工的"感性"展露无遗。从社会处境来看,多数女性农民工在经受不公正待遇时忍气吞声、胆小怕事,而自我保护意识和法制观念的缺失又加重了这种悲惨遭遇。媒体通常将受苦受难原因归结于女性农民工自身的负面因素。

表 2　女性农民工的行为形象(2000—2019)

行为形象	南方日报	南京日报	南方都市报	扬子晚报	合计
受苦受难者	204(26.49%)	33(26.19%)	661(46.68%)	80(46.24%)	978(39.36%)
被关爱者	265(34.42%)	45(35.71%)	206(14.55%)	24(13.87%)	540(21.73%)
行为失范者	11(1.43%)	1(0.79%)	174(12.29%)	20(11.56%)	206(8.29%)
能人为善者	242(31.43%)	40(31.75%)	250(17.66%)	28(16.19%)	560(22.54%)
主动维权者	33(4.28%)	5(3.97%)	89(6.28%)	10(5.78%)	137(5.51%)
其他	15(1.95%)	2(1.59%)	36(2.54%)	11(6.36%)	64(2.57%)
合计	770	126	1416	173	2485

注:$df=9$, $P<0.001$

表 3　女性农民工的价值形象(2000—2019)

价值形象	南方日报	南京日报	南方都市报	扬子晚报	合计
正面	347(45.06%)	56(44.44%)	355(25.07%)	44(25.43%)	802(32.27%)
负面	120(15.59%)	21(16.67%)	698(49.29%)	84(48.56%)	923(37.14%)
中立	303(39.35%)	49(38.89%)	363(25.64%)	45(26.01%)	760(30.59%)
合计	770	126	1416	173	2485

注:$df=6$, $P<0.01$

比较两类不同属性报纸可知,《南方日报》和《南京日报》呈现最多的是作为被关爱者的女性农民工(34.42%、35.71%),最少被提及的是行为失范者形象(1.43%、0.79%)。而《南方都市报》和《扬子晚报》呈现最多的女性农民工形象是受苦受难者,所占比例近五成(46.68%、46.24%),其中性侵害的受害者出现最多。两份都市报的被关爱者、行为失范者和能人为善者三种形象的报道数

量较为接近。此外,从两类报纸的女性农民工价值形象看,《南方日报》和《南京日报》以正面形象为主(45.06%、44.44%)。《南方都市报》和《扬子晚报》则是负面形象所占比例最多(49.29%、48.56%)。通过列联表分析和卡方检验发现,类属于党政机关报和都市报的四份报纸在女性农民工行为形象和价值形象建构方面均存在显著差异($df=9, p<0.001$;$df=6, p<0.01$)。

(三)新闻结构框架分析

如表4所示,在报道主题维度,2485篇女性农民工报道中以"暴露问题框架"作为主题框架的新闻最多(1141篇,45.92%),这部分报道主要包括女性农民工遭遇各类权益侵害或自身行为失范等。报纸将问题的产生归源于两个方面:一是社会发展衍生而来的风险因素,如《义乌地下工厂黑心棉造卫生巾》(《南京日报》,2004年7月18日)等;二是女性农民工自身存在的不足,如《胆怯无知打工妹 受辱不报吞苦果》(《扬子晚报》,2001年6月4日)等。以"社会关怀框架"展开的报道有594篇,占比处于第二位23.9%,多是体现社会各界对女性农民工群体的同情与关怀。"政策导向框架"比例为15.77%,"个体励志框架"的报道占比为12.56%。在立场框架维度,整体上看以农民工自身视角展开的新闻报道最多,共计1613篇,比例达64.91%。其次是基于政府的立场和视角的报道,多描述和肯定政府围绕女性农民工议题的政策举措和行为(418篇,16.82%)。从企业和市民角度出发的新闻报道共同占比18.27%。

表4 女性农民工新闻的主题框架(2000—2019)

报道主题	南方日报	南京日报	南方都市报	扬子晚报	合计
社会关怀框架	240(31.17%)	40(31.75%)	282(19.92%)	32(18.50%)	594(23.90%)
政策导向框架	229(29.74%)	37(29.37%)	113(7.98%)	13(7.51%)	392(15.77%)
个体励志框架	127(16.49%)	20(15.87%)	149(10.52%)	16(9.25%)	312(12.56%)
暴露问题框架	156(20.26%)	25(19.84%)	855(60.38%)	105(60.69%)	1141(45.92%)
其他	18(2.34%)	4(3.17%)	17(1.20%)	7(4.05%)	46(1.85%)
合计	770	126	1416	173	2485

注:$df=8$, $p<0.01$

表5 女性农民工新闻的立场框架(2000—2019)

报道立场	南方日报	南京日报	南方都市报	扬子晚报	合计
政府本位	248(32.21%)	37(29.37%)	121(8.55%)	12(6.94%)	418(16.82%)
企业本位	136(17.66%)	22(17.46%)	80(5.65%)	11(6.35%)	249(10.02%)
农民工本位	340(44.16%)	58(46.03%)	1081(76.34%)	134(77.46%)	1613(64.91%)
市民本位	46(5.97%)	9(7.14%)	134(9.46%)	16(9.25%)	205(8.25%)
合计	770	126	1416	173	2485

注:$df=7$, $p<0.001$

列联表分析和卡方检验显示,类属于党政机关报和都市报的四份报纸在女性农民工新闻"主题框架"选择上存在显著差异($df=8, p<0.01$)。党政机关报《南方日报》和《南京日报》更常采用"社会关怀框架"(31.17%、31.75%)和"政策导向框架"(29.74%、29.37%),女性农民工成为社会各界帮助和政府部门扶持的对象,如《劳动部门出谋划策,杨同英创业梦想受到关注》(《南京日报》,2002年12月24日)。都市报《南方都市报》和《扬子晚报》则以"暴露问题框架"居多(60.38%、60.69%),侧重描述女性农民工自身缺陷、弱势处境、权益受损等及其引发的一系列社会问题。同时,不同属性报纸在"立场框架"方面的差异显著($df=7, p<0.001$)。

五、研究结论与讨论

(一)“低度再现”与“主体性缺失”的形象

本研究通过对四份不同属性报纸 2485 篇新闻报道的内容分析和文本分析,呈现传统媒体建构女性农民工形象的特征及话语策略。研究表明:2000 年以来女性农民工议题的新闻数量在 21 世纪初达到高峰后逐渐下降,2012 年之后趋于平缓。政策环境对媒体关注度的影响较为明显。女性农民工在大众媒体新闻中并未缺席,但较之农民工整体,主流报纸对女性农民工群体“低度再现”,并未给予足够的注意力。在新闻文本生产过程中势必包含一系列的选择,首先面对的选择即是存在(presences)还是缺席(absences)。费尔克拉夫和梵·迪克都曾指出:哪些人或事应该现身存在,还是消失,固然是文本生产者当下的选择,却也是一种意识形态的操作[14]。

就女性农民工媒体形象建构而言,四份报纸对女性农民工行为形象的再现较集中于两个“形象群”:“受苦受难者”和“能人为善者”。尽管女性农民工中不乏努力寻求自我发展的主观能动者,但总体上被伤害、被关爱的受动者形象依然比例最高。从价值形象的分布来看,尽管负面形象略多一些,但三类价值形象占比基本相当。从一个侧面说明了媒体价值取向的相对客观与平衡,较之早年过度呈现负面色彩的“贴标签”和“污名化”报道有所变化。结合文本分析可以发现,四份报纸在建构女性农民工形象时总体上较多地采用“受难 + 负面”的混合叙事,叙事的主角是女性农民工,故事情节是遭受磨难与侵害,共同构成情感化表达。受难叙事具有强大的道德感召力和情感渲染力,在一定程度上能激发社会公众对女性农民工的同情,对促进女性农民工群体获得城市社会的理解和认可具有积极意义。但这种混合叙事中女性农民工被塑造为缺乏主观能动性和合法维权意识的受苦受难者,从一个侧面消减了纯粹受难叙事可能产生的社会同情,拉开了女性农民工与城市市民的理解距离,弱化其情感动员效果。大众媒体倾向于以“刻板化”的惯性认知方式,借助男权文化和城市主流价值观的象征性符号将女性农民工定义为同情和审视的对象。这一新闻文本生产与结构性的社会性别歧视共同作用,使女性农民工无法跳脱出“主体性缺失”的媒体形象。正如斯图亚特·霍尔所言:新闻所运用的特定叙事根据人群角色定位的不同而安排,而这种角色安排往往对应着特定的“再现”方式,并产制某种特定的形象[15]。

(二)“结构性弱势”的媒体建构

话语生产远不是个体的产品,它同时是一个组织以及政治经济的产物[16]。将女性农民工议题话语生产置于受多种力量制约的“新闻场”中考察,结合四份不同属性报纸女性农民工新闻报道的比较分析,可以解读新闻文本生产与社会权力结构的可能关联。统计分析显示党政机关报和都市报在女性农民工媒体形象和新闻结构框架层面均存在显著差异。《南方日报》《南京日报》描绘最多的女性农民工是受到社会各界特别是政府部门关怀的群体,以正面形象为主;《南方都市报》和《扬子晚报》笔下的女性农民工则处境堪忧常以受苦受难者身份出现,负面形象居多。在新闻结构框架上,党政机关报侧重以“社会关怀框架”和“政策导向框架”展示社会温情和政府施政能力,都市报更倾向采用“暴露问题框架”来描述女性农民工迥乎常规的行为或境遇。同时,党政机关报以政府本位和企业本位为立场报道略多于都市报。

这一差异与不同属性媒体的新闻生产常规及其实践中的制约因素有关,透视出大众媒体所处的社会结构对新闻话语实践的影响。党政机关报倾向于从政府立场看待女性农民工议题,较集中叙述“政府 - 女性农民工”这一对关系,以“社会关怀框架”和“政策导向框架”的正面报道居多,侧重突出主流意识形态。另一方面,都市报作为市场指向型媒体,获取目标读者注意力并将其转化为广告效益是主要的市场竞争策略。都市报将城市市民视为目标读者,多以展现女性农民工陌生

化境遇的“暴露问题框架”来迎合市民趣味,而少量“社会关怀框架”和“个体励志框架”的运用则与之形成平衡。由此可见,围绕女性农民工议题的新闻话语实践不仅是新闻生产者的个体选择,而且是处于社会结构中“媒体组织”的选择和行为。文本是大众媒体进行话语生产的载体,结构是形塑文本的重要根源,文本则使结构得以显现。不同属性报纸在女性农民工新闻报道中有所侧重地选择了两种差异的框架进行文本生产,这一框架对立或争夺彰显着政治权力与市场资本之间的张力。加之社会结构对女性农民工现实处境的影响,大众媒体对女性农民工的形象建构难以避免地陷入“结构性弱势”的困局。

(三)从媒体形象塑造到身份认同

诺曼·费尔克拉夫指出:“话语与社会结构存在一种辩证关系,一方面话语被社会结构所构成,并受到其限制;另一方面话语又在身份、关系和观念层面发挥社会建构作用。”[5]125基于女性农民工议题的新闻话语实践,新闻文本作为一种文化资本介入社会分层实践,可成为身份建构的一部分。传统媒体笔下的女性农民工依然是城乡流动之间的“边缘人”,“主体性缺失”的个体经验向群体特征泛化,并逐渐凝固为对女性农民工群体刻板的印象。大众媒体在建构女性农民工形象的同时也在形塑“社会意见”,媒体形象影响着社会公众对这一群体的认知和态度,并构成了女性农民工的社会身份。同时,面对“我是谁”、“我是怎样的”的问题,社会生活经验重建的考验、“显著性他者”(significant others)[17]的影响让女性农民工难免陷入身份的焦虑。就自我身份认同而言,大众媒体的形象建构也将作用于女性农民工的自我身份建构。女性农民工不单纯是相对弱势的劳动力群体,而是一个有多元利益诉求的社会群体,应赋予她们更多自我言说的机会。新生代女性农民工的生命际遇应该有多样化、多视角的表述。

从“盲流”、“打工妹”到“女性农民工”,社会对这一群体称谓的变化也反映出其在城市化进程中流动的状态。本文仍使用“女性农民工”指代农村户籍在城镇异地就业的女性人群,有学者批判性地指出这一命名本身就是权力的控制,媒体在一定程度上对所命名的称谓发挥了合法化的功能。因研究条件所限,笔者尽管对党政机关报和都市报的女性农民工报道进行了比较研究,但作为个案研究做出上述推论仍需保持足够的谨慎。未来研究可进一步扩大媒体样本的种类和数量,积累更广泛和多样观察来解析大众媒体与女性农民工群体的关系。本文聚焦于主流报纸新闻如何建构女性农民工形象,是以文本为中心的研究,未来的研究可从新闻社会学路径出发,考察女性农民工议题如何在新闻机构中被生产出来。

参考文献:

[1]国家统计局. 2018年农民工监测调查报告[EB/OL]. (2019-04-29)[2020-03-16]. http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201904/t20190429_1662268.html.

[2]潘毅. 中国女工:新兴打工者主体的形成[M]. 北京:九州出版社,2011:36.

[3]杰华. 都市里的农家女:性别、流动与社会变迁[M]. 吴小英,译. 南京:江苏人民出版社,2006:25

[4]吴小军,刘小霞. 中国女性农民工在海外当代纪录电影中的呈现与表达[J]. 新闻与传播研究,2013(7):66-79.

[5]诺曼·费尔克拉夫. 话语与社会变迁[M]. 殷晓蓉,译. 北京:北京大学出版社,2003.

[6]杨金海. 人之存在的主体性三题[J]. 中州学刊,1995(5):38-42.

[7]赵小华. 女性主体性:对马克思主义妇女观的一种新解读[J]. 妇女研究论丛,2004(4):10-15.

[8]西蒙·波伏娃. 第二性[M]. 陶铁柱,译. 北京:中国书籍出版社,2004:25

[9]李艳红. 新闻报道常规与弱势社群的公共表达——广州城市报纸(2000—2002)对农民工报道的量化分析[J]. 中山大学学报(社会科学版),2007(2):116-123.

[9]黄典林. 从“盲流”到“新工人阶级”——近三十年《人民日报》新闻话语对农民工群体的意识形态重构[J]. 现代传播,2013(9):42 - 48.
[10]李道荣,袁满. 我国农民工媒介形象的建构现状分析[J]. 河南大学学报(社会科学版),2016(3):130 - 137.
[12]朱清河. 场域理论视野下弱势群体媒介势弱的形成及其救助[J]. 新闻大学,2010(1):135 - 141.
[13]JENSEN K B,JANKOWSKI N W. 大众传播研究方法——质化取向[M]. 唐维敏,译. 台北:五南图书出版公司,1996:176.
[14]倪炎元. 再现的政治:解读媒介对他者负面建构的策略[J]. 新闻学研究,1999(58):85 - 11.
[15]斯图亚特·霍尔. 表征——文化表现与意指实践[M]. 徐亮,陆兴华,译. 北京:商务印书馆,2003:237.
[16]TUCHMAN G. Making News: A Study of Social Construction of Reality[M]. New York:Free Press,1978:16.
[17]KAUFMAN P. Learning to Not Labor : How Working - class Individuals Construct Middle - class Identities[J]. The Sociological Quarterly,2003(44):481 - 504.

The Changes of the Media Image of Contemporary Female Rural Workers

DENG Qian[1], LUO Min[2]

(1. *School of Public Administration*, *Hohai University*, *Nanjing* 210098, *China*;
2. *School of Journalism & Communication*, *Jinan University*, *Guangzhou* 510632, *China*)

Abstract: From the perspective of female subjectivity, this paper focuses on the discourse practice of constructing the image of female rural workers in various media. It also probes into the overall characteristics and social logic of the news text in presenting the image of female rural workers. According to the content analysis and text analysis of four representative newspapers (N = 2485) in Guangdong Province and Jiangsu Province on the topic of female rural workers since 2000, it finds that the media image construction shows two features—“lack of subjectivity” and “structural vulnerability”. In the aspect of quantity, it can be seen that the importance of the issue of female rural workers has gone through a dynamic change—a peak followed by gradual decrease and then stable. Compared with the images of rural workers as a whole, the mainstream newspapers have “a low rate for the reappearance” on images of female rural workers. In the aspect of media image, the behavior image of female rural workers is mostly portrayed as the victims and the cared ones of the “lack of subjectivity”, in which the value image tends to be objectively balanced on the whole. Besides, it exists significant differences in the media image and news structure framework of female rural workers between the newspapers of party and government offices and metropolis, which highlights the tension between the social structural elements of the text.

Key Words: female rural worker; journalism and communication; media image; news framework

征稿启事

《华南农业大学学报》（社会科学版）创办于2002年，为国内外公开出版发行的社科类综合性学术期刊。本刊现为CSSCI来源期刊、全国中文核心期刊、中国人文社会科学A刊核心期刊、RCCSE中国权威学术期刊，2019年被评为“全国高校社科名刊”。

为了进一步打造国内一流的学术品牌，本刊编辑部热忱向广大人文社会科学研究领域专家、学者征稿。

一、各栏目重点选题

【农业可持续发展】以“习近平有中国特色社会主义理论与实践”为中心主题，探讨中国农业可持续发展进程中的相关议题，重点关注生态文明、相对贫困、农民增收、现代农业、农村基层改革等领域的具有较高创新性、理论性的研究。

【农民问题】关注当下农民问题的热点课题。从多学科角度对有关农民问题及其引发的深层次问题进行理论反思、学术研讨。重点关注新形势下农村扶贫、农村留守人员、农业人口转移、农民教育等社会热点。

【经济与管理】主要刊登经济学与管理学的理论型、应用型的学术研究文章。重点关注农产品贸易、粮食安全、“一带一路”等研究领域的学术成果。

【城乡社会】强调问题意识，扎根中国经验，重点关注城乡融合发展机制、城乡社区治理、城乡公共服务、城乡人口流动、城乡经济社会变迁等民生、文化领域有创新的研究成果及其他引起各方面广泛关注的热点、难点问题。

【传统与现代】注重转型期各类社会思潮的理论研究。重点关注社会进程中传统与现代的碰撞，及其在文化、政治和社会生活中衍生的冲突与矛盾。

【文史研究】关注在文、史、哲等领域的最新研究成果，欢迎跨文化、跨学科的交叉学科研究。

二、来稿要求

1. 来稿文责自负。本刊倡导并欢迎独立作者的来稿，作者署名必须为文章的实际撰写者，反对随意挂名，凡随意挂名者一律不进入审稿流程。稿件进入审稿流程后不得变更相关责任人信息。为便于联系，作者务必在投稿系统注明详细的通讯地址、电话以及E-mail地址。

2. 请登录在线投稿系统（http://xuebao.scau.edu.cn/sk/ch/index.aspx）投稿，投稿后作者可在投稿系统查询稿件处理进展。本刊反对一稿多投，凡一稿多投者一律不进入审稿程序。来稿初审周期一般为一个月，如超过一个月未显示初审结果可与编辑部联系。

3. 来稿需严格遵守学术规范和本刊体例。本刊编辑部有权修改编辑加工文稿，如不同意删改者，请在来稿中注明。

4. 本刊所有刊载文章均进入中国期刊全文数据库、万方数据库、中文科技期刊数据库、国家哲学社会科学学术期刊数据库等国内大型数据库，如无特别约定，向本刊投稿即被视为作者将该稿的信息传播权授予本刊。

5. 本刊坚持以质取文，不收取任何费用。来稿一经刊用，即赠样刊2册，优稿优酬。

三、本刊体例

1. 来稿字数不限。文稿应依次包括：文题、作者、单位、邮编、中文摘要300字左右、关键词4-7个，英文标题、摘要及关键词，正文，参考文献（按顺序在文内相应位置用中括号加数字依次标出）。另在篇首页地脚末行附作者简介。如系基金项目，则在篇首页地脚第一行列出，并注明其项目编号。

2. 正文标题应言简意赅，以15字左右为宜；二级标题应简短明确，可不编号；如需编号，各层次一律用大写数字连续编号，依次为：一、（一）、1、二、（一）、1等。

3. 作者简介包括：姓名（出生年—），性别（民族——汉族可省略），籍贯，单位，职称，主要研究方向。

4. 注释是对论著正文中某一特定内容的进一步解释或补充说明，用数字加圆圈标注于当页地脚；本刊参考文献按顺序编码制著录，写作时所参考的文献书目，请参照中华人民共和国国家标准GB/T 7714—2015《信息与文献 参考文献著录规则》规范，按在正文中出现的先后次序列表于文末，并用数字加方括号注。同一文献只用一个编号。

联系方式

联系地址：广州市五山华南农业大学学报（社科版）编辑部　　邮政编码：510642

电话：020-38675026；020-85281673；020-38632429

本刊编辑部