

新闻传媒报道中的女性歧视及其根源

张谊

(湖南电视台新闻中心, 湖南长沙, 410000)

摘要: 通过数据分析新闻报道中出现的针对女性的歧视性语言, 可将其分为物化售卖女性、差异女性和标签或矮化女性, 比较以及考察国内排名靠前女性网站刊载的新闻报道内容, 分析了传媒对女性形象带有歧视性的塑造。认为新闻报道中出现的针对女性的歧视性语言原因主要是文化影响、社会影响和媒介渲染。消除这种隐蔽的不公正的歧视现象是今后长期的任务。

关键词: 网络传媒; 新闻报道; 女性; 性别歧视; 歧视性语言

中图分类号: G122

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2013)01-0243-06

在当今世界, 占有中国劳动力市场半数的中国妇女创造了深刻的社会变迁, 但是在有着深厚男权传统色彩的中国社会中, 女性的话语权受到限制, 传媒对女性充满了性别歧视, 女性形象没有得到真实全面的展现。在现在的生活中, 女性的地位已经日趋提高, 并且在随着社会的发展和进步, 女性自主意识日渐鲜明, 社会上典型的性别歧视行为日趋减少, 但是对于女性的性别歧视并没有消失, 而是一种以更为隐蔽的方式存在下来。

一、新闻歧视

新闻报道强调客观性, 真实性, 但是作为社会公器的新闻报道中常常会被有意或无意掺杂个人情感。这种带有个人主观情绪的情感的加入, 使新闻报道无法做到绝对客观, 而是带有一定的主观性, 不能够平等地对待分布于不同社会地位维度上的人群, 对一部分的人造成歧视。

在新闻理论界, 这种歧视被称为新闻歧视, 又称新闻偏见, 它是指传媒没有平等的对待不同社会群体的报道, 特别是指歧视弱势群体或处于社会边缘的人群。而传媒这种带有主观性的评价总是给报道客体或第三方带来不同程度的负面影响。

在国外, 对于媒介歧视的研究已经有很多。著名传播学者李普曼在1920年出版的《舆论学》是新闻领

域中对于偏见现象(李普曼的表述是“成见”)的较早表述。他认为“一篇报道是知情者和已知的事实的混合产物, 观察者在其中的作用总是带选择的, 而且通常是带想象的”。这是李普曼第一次提出了刻板印象的名称, 刻板印象即李普曼所说的“成见”, 并在心理学和传播学的后续研究中通俗化为内心的偏见, 这种内心的偏见在传播活动中表现为媒介偏见。关于媒介偏见, 格拉斯哥大学的媒介小组从1974年开始, 发表了一系列的著作, 包括《坏新闻》(1976), 《更多的坏新闻》(1980), 《真正的坏新闻》(1982), 得出的结论是“媒介并不总是像传统新闻学声称的那样客观, 也并不总是站在政府对立的立场上来反映真实”^[1]。1988年出版的《美国政治家与新闻记者》一书中, 就已经明确提出了“新闻媒介是否有偏见”的问题。

有学者^[2]对传媒歧视做了全面的分析后, 认为传媒歧视包括“传媒资源分配的不平衡”“弱势群体成为媒体的‘缺席者’和‘失语者’”以及对“对弱势群体的误读和偏见”。同时, 还有学者^[3]认为传媒歧视“剥夺了一些人获取信息和知识的平等权利和机会”, “放大了弱势群体的负面形象”。

新闻报道中的歧视表现类型有性别歧视、地域歧视、职业歧视、身份歧视以及年龄歧视、生理缺陷歧视等, 比如称呼外来务工人员“农民工”的职业歧视、物化女性为“人间胸器”的性别歧视以及称呼外来人士“乡下人”的地域歧视等。

地域歧视、职业歧视、年龄歧视等歧视现象是发

生在多数群体对少数群体的歧视,而在性别歧视中,被歧视对象为占总人数半数左右的女性,使性别歧视的现象更为普遍。

在新闻传播系统中,女性作为信息源和传媒受众的一部分而存在。新闻传媒却因各种因素常常有意无意地忽视女性甚至歧视女性。比如近几年在娱乐新闻中被经常提及的“美腿女王”“美胸皇后”等将女性物化为某种器官载体的词语,甚至包括在严肃新闻中被提及到的“女部长”“女国务卿”等,都是在新闻报道中针对女性的歧视性语言,又比如网络中大量用女性的性感部位图片来搏眼球,大量强调美貌的女性形象充斥广告也都是将女性物化消费的真实存在。

这种歧视是隐蔽的,但是所形成的社会性的语言暴力和信息暴力的危害是巨大的,很容易给普通受众的认识指引一条错误道路,甚至导致社会偏见、习惯性歧视。本文试图就这些隐蔽存在的歧视进行初步探讨。

二、新闻传媒报道中的性别歧视

“性别歧视是历史发展中妇女的作用、地位、形象在人们心理意识上的反映。很多性别歧视、成见并非媒体故意所为,它常常处于媒体对性别问题的无意识,或是对传统成见的‘自然’反映”^[4]。

新闻报道中出现的性别歧视往往是隐蔽的,不易被察觉到的。大众对在新闻报道中经常看到的“弱女子”“婆婆妈妈”“女中豪杰”等词语已经司空见惯,并且包括女性在内外往往都不察觉其歧视意味。可是这些词语所体现出的是社会对女性的刻板印象和性别歧视:女性只是男性的依附;软弱、多舌、啰嗦是女人的本性;女性中杰出的人物才能像男人一样。正是由于大众对于社会中的一些带有女性歧视意味的词语的熟视无睹,造成了这些词语更加频繁地出现在媒体报道中,继续潜移默化地侵蚀人们的平等意识。

有数据表明,“2005年的全球媒体监测有76个国家及地区参与,涉及报纸、广播和电视新闻节目,该项目的监测结果发现,主要报道男性人物,反映男性关注的问题和男性的观点是全球新闻中普遍存在的问题。女性人物仅占被监测报道总数的21%,女性的观点仅占14%到36%;作为新闻人物,女性在很多职业领域得到的报道都与实际比例不符,出现在新闻中的专家和发言人大部分是男性(专家83%,发言人

86%);将近一半的男性新闻主题所报道的男性年龄在50岁以上,而出现在新闻中的女性将近3/4(72%)年龄不到50岁;但是,被描述为受害者的几率,女性却是男性的2倍,此外女性以家庭身份出现在新闻中的几率是男性的3倍,而且媒体更偏爱使用女性的形象,她们在照片中出现的几率(23%)大于男性(16%)”^①。下面以网络新闻为例来针对女性的新闻报道的现状,以及由此观察女性在新闻媒介中的形象。

根据Alexa网站数据库(<http://www.alexa.com>)2012年4月15日数据整理:中国女性专题网站最近三月排名前十名依次为:QQ女性、美丽说、太平洋时尚女性、OnlyLady、新浪女性、搜狐女性、蘑菇街、网易女性、YOKA时尚网、凤凰时尚。本文选取门户网站女性频道中的QQ女性、新浪女性2012年11月21日的版面分析女性网站的内容设置。

(1) 头条新闻 ① QQ女性(<http://lady.qq.com/>): a. 情感研究室 NO.21: 感恩曾经伤害过我的人; b. 有图有真相 Vol27: 时尚圈过冬忙抢“白菜价”大牌。② 新浪女性(<http://eladies.sina.com.cn/>): a. “汤唯不吃回锅肉”被吐槽 装13得讲技巧; 熟女10招增加床上自信; 口述: 老公半夜在我妹妹身上乱摸; b. 那英李宇春撞衫 干练黑夹克PK谁更霸气; 冬日丰满女星示范遮肉魔法; 赵薇滨崎步金喜善美背大PK; c. 从嘴唇到脚跟 无所不能的天造神物万用膏; 秋冬必备8款大地色系眼影; 学中外4大嫩星护肤秘诀; d. 缺胳膊少腿三腋窝 2012时尚圈PS惨案; 女星礼服失手 谁比谁更难看

(2) 首页焦点图 ① QQ女性(<http://lady.qq.com/>)的首页焦点图为: a. 霸气来袭, 秋冬那些大气配饰; b. 韩国第一美人拼尺度, 金喜善大片尽显美背长腿; c. 彩妆有温度, 今冬刮起柔暖风; d. 小宋佳风衣混搭温暖给你看; e. 灵魂娃娃与香氛的奇幻爱恋。② 新浪女性(<http://eladies.sina.com.cn/>)的首页焦点图为: a. 中日韩一姐集体大解放 赵薇滨崎步金喜善美背大PK; b. 世界裸体小姐大赛落幕 36岁脱衣舞娘夺冠; c. 情色时间 春宫表的奔放激情艺术。

由上可以看出, 这些女性网站中的具体内容大多涉及到社会主流观念中作为女性理应关注的内容, 如时尚、情感、美容、娱乐、性爱等内容, 而对于文化、社会、经济、事业等新闻内容缺乏。

综合性女性网站传达出这样几方面的信息: 首先, 以相关新闻量来说, 大量的时尚、美容资讯表达女性的外表美至关重要, 漂亮的、具有性吸引力的时尚女

性是多数女性网站对于成功女性的角色定位。其次,女性保持传统性别角色毋庸置疑。在时尚、消费信息之外的女性新闻中,多是指导女性如何料理家政,如何婆媳相处,怎样学做妻子等成为“贤妻良母”的方法。

这些女性网站折射出整个网络语境中对于时尚女性的看法:整天忙于奢华服饰、新型潮流、美容护肤、善于取悦男性。它们所构建出的女性形象与整个网络媒体、乃至整个大众传媒所塑造的女性形象也是基本一致的——具有性吸引力的、充满了消费欲望和能力的、被定型在私领域中的妻子或者母亲。

三、新闻媒介女性歧视的语言特征

“媒介歧视”一词国内最早由樊葵^[5]提出,此后媒介歧视的研究沿多方面展开,有身份歧视、媒体语言中的歧视、媒体法制栏目体现的地域歧视等。

台湾学者彭家发^[6]曾在文章指出:“塞利诺将新闻媒介中的‘隐藏偏见’归纳为十二项,包括:新闻来源中的偏见;新闻选择中的偏见;新闻省略中的偏见;访问中的偏见;刊载位置中的偏见;标题中的偏见;新闻用语的偏见;插图说明中的偏见;使用社论来歪曲事实。”下面讨论的就是新闻中针对女性的新闻用语的偏见。

有学者^[7]把国内报纸新闻报道中的性别歧视问题归纳为三个方面:“以陈腐的封建观念贬损、侮辱女性的新闻报道”,“以时髦的消费观念关注、‘售卖’女性的新闻报道”,“新闻报道中‘失语’‘缺席’的中国女性”。

其中,关于新闻报道中针对女性的歧视性语言问题,根据百度新闻的搜索结果,针对女性的新闻报道中的歧视性语言主要分为:在新闻中突出女性外表,以外在形象来物化售卖女性;当女性当事人在新闻中处于强势地位时,往往强调女性性别来差异女性;在热点新闻中,为搏取眼球而标签女性。

1. 物化售卖女性

这类新闻报道中往往把女性作为视觉感官满足的对象,观赏价值是女性最重要的社会价值。有专家认为:“在商业化的报道中,大众媒介强调的是女性的观赏价值。当女性不被看作一个包含智力、勇气等品质的完整个体,仅仅成为被看对象时,其观赏性(或漂亮程度)的高低就决定了这个女性的价值。”^[8]

在百度新闻[®]中搜索关键词“美女”找到相关新闻约13 500 000篇;搜索关键词“女+教育”找到相关

新闻约2 350 000篇。搜索关键词“走光”找到相关新闻约354 000篇。搜索关键词“胸器”找到相关新闻约41 600篇。搜索关键词“美胸”找到相关新闻约145 000篇。搜索关键词“美腿”找到相关新闻约263 000篇。搜索关键词“爆乳”找到相关新闻约172 000篇。而搜索关键词“女+科研”只找到相关新闻526篇。由此可以看出女性新闻已经成为进入了“外表新闻”的时期。相比于女性教育,媒体更关心“美女”问题。相比女性科研成果,媒体的新闻报道中更喜欢使用“胸”“腿”“爆乳”等物化女性的词语来赢得新闻爆点,搏取眼球。

女性新闻中引入了大量暴露女性身体的图片作为吸引着受众的注意与点击的方式。女性被沦为供人观赏的客体而不是具有自我思维和自我人格的主体。

2. 差异女性

在女性处于强势地位的新闻报道中,会特别强调女性的性别,而对男性性别不做强调。在百度新闻中,搜索关键词“博士”找到相关新闻约1 170 000篇;同时,搜索关键词“女博士”找到相关新闻约67 000篇。但是,搜索关键词“男博士”却只找到相关新闻221篇。与此相同,搜索关键词“部长”,找到相关新闻约1 980 000篇;搜索关键词“女部长”,找到相关新闻约15 000篇;而搜索关键词“男部长”只找到相关新闻9篇。

悬殊的新闻数目对比可以看出,媒体已经给予大众强势角色不做强调即为男性的观点,所以对于“女博士”“女部长”存在时,就需要特别强调女性性别。与此相同,在新闻报道中,代表有权力的、受人尊敬、人们向往的职业或社会地位如:皇帝、国王、主席、市长、部长、将军等,如果是女性任职的话,则要在前面冠以“女”以显示区别,如:女皇、女王、女主席、女市长、女部长、女处长、女富豪等等。由此可见,在人们的意识中,已经形成了这么一种思维定势,即提到位高权重、受人尊崇、或者是处于强势地位的职业或形象,就成了男性专属。

同时,作为新生名词和新闻热点的“剩男剩女”话题折射出对女性的歧视。“剩女”一词最早源于民间俗语“剩男不剩女”,意思是只有男性担心找不到配偶,没有女性嫁不出去的道理。作为新词汇,“剩女”在2006年被收录在教育部发布的《中国语言生活状况报告》中。值得注意的是,相对于传统习语中“剩女”——被别人挑剩的女性,现代“剩女”一般被解析为拥有高学历、高收入、高智商的现代都市女性,因种种原因导致婚姻上得不到理想归宿,而变成“剩女”的大龄女青年。

可是在对待大龄未婚青年的问题中,社会对“剩男”和“剩女”问题的关注程度是不同的。关于剩女而衍生出来的词汇远远多过剩男,比如“败犬女”——30岁以上,高收入、高学历、事业成功,但无感情归宿的女性。这种说法源自日本女作家酒井顺子的散文集《败犬的远吠》,认定年过三十的未婚女性,无论事业上多有成就、在职场叱咤风云,只要未婚就是人生战场上的一只败犬。这本书引发日本社会热烈讨论,“败犬”一词广获关注。“3S女”——Single(单身)、Seventies(大多数生于上世纪七十年代)、Stuck(被卡住了)——单身。更有“剩斗士”(圣斗士)、“必剩客”(必胜客)、“齐天大剩”(齐天大圣)则是各个年龄段的剩女的代称。这些五花八门的语汇都不同程度地带有嘲弄或者负面的意味。在百度新闻中搜索关键词“剩女”找到相关新闻约262 000篇。搜索关键词“剩男”找到相关新闻约134 000篇。从这些现象可以看出在媒体对大众的宣传中,“剩女”问题是远比“剩男”问题严重的。

3. 标签或矮化女性

从2011年开始的“要不要扶老人过马路”的新闻热点中,老人的形象已经不仅仅是慈祥,而是更多的被妖魔化起来。对当今社会来说,老人具有易于轻信、法律意识弱、知识辨别能力差以及可能讹人等不好的现象。但是相对于所有的老人来说,“老太太”一词被妖魔化更为明显。

在百度新闻中,搜索关键词“老人+骗”找到相关新闻约6 410 000篇,搜索关键词“老太+骗”找到相关新闻约1 020 000篇,而搜索关键词“老头+骗”找到相关新闻221篇。搜索关键词“老人+扶”找到相关新闻约7 940 000篇。搜索关键词“老太+扶”找到相关新闻约2 160 000篇。而搜索关键词“老头+扶”只找到相关新闻50篇。对比悬殊的新闻数量表明,在媒体所报道的形象中,老太太是比老头更容易受骗的,并且大众对于是否去扶老太太的问题比是否去扶老头的问题存有更多的争议。

一些封建思想或是矮化女性的内容在当今的新闻报道中也时有体现,比如“小三”“情妇”是新闻中容易引起关注的出现的高频词汇。又比如“女祸论”也是表现之一,一些媒体把官员腐败归结到官员家属身上,人民网2012年9月21日报道,“广州四会市组织开展了官员‘配偶廉政会’,会上‘官太太’每人获一本廉政读本,以便监督配偶做好官。现在社会在广泛倡导官员廉政,然而很多案件的发生却和‘贪内助’

脱不了干系”。肇庆市人民政府的官方网站也转载了此新闻,新闻末尾还有这样话语:“一个贪官的背后,往往站着一个贪婪的女人!”这样的语言实际上变相地宣扬了过去那种朝廷腐败、民风堕落归罪女性的封建观念,原本应该是正面宣传却起到了负面效应。

四、新闻传媒中针对女性的歧视产生原因及其影响

美国学者塔奇曼认为,受众是媒介运转的必备条件,为了吸引更可能多的受众,媒介必须反映社会的价值标准,因此新闻传媒中所传递出来的女性形象其实是有着强大的市场需要的,它折射着整个社会对女性的看法。出现在新闻媒体中的这种针对女性的歧视产生原因是复杂的,归纳来说,可以分为:文化影响、社会影响、媒介渲染等原因。

(一) 文化影响

我国有着两千多年的封建社会历史,男尊女卑、男主女从、夫为妻纲等传统观念早已渗透到社会生活的各个领域,内化成人们的道德观、审美观,积淀成一种心理定势和潜在意识。社会对男女有着不同的规范和要求。对男子的期望是“光宗耀祖”“建功立业”“封妻荫子”“大丈夫顶天立地”;而对女子则要求“女子无才便是德”“三从四德”“夫唱妇随”。

“报纸新闻报道中体现出的女性歧视和价值偏向,在社会文化体系中并非独立地存在,它与社会的政治、经济、文化、历史等各方面因素均有千丝万缕的联系。”^[9]媒体通过报道来呈现给受众的拟态环境仍然是当前社会现实的一种延续和发展,在男权社会中对女性形象的塑造其中一个方面就是将女性形象物化,使新闻报道中的女性呈现出完美化和“性对象”化。在新闻报道中,女性身体各部位可以从整个身体中游离出来,成为新闻报道中女性所展示的重点,大幅图片将男性对女性的关注集中在女性身体的各个部分上,头发、眼睛、嘴唇、大腿……报道中的女性很少说话,而是用更直观的图片被刻画成“天使的脸蛋加魔鬼的身材”的完美形象。这些经过处理的画面所呈现的女性形象在更大程度上是男性所幻想的、所期待的女性形象。

(二) 社会影响

中国社会由计划经济到市场经济的急速转型造成了消费主义观念的盛行。波德里亚认为,“消费社会突出了社会形态从以生产为中心向以消费为中心的模式

的转变。消费社会的理论范式强调欲望的文化、享乐主义的意识形态和都市的生活方式”^[10]。

大众传媒的公众性、趋众性和通俗性的特点使之易于迎合大众心理,传播含有性别歧视的语言和信息。比如中国目前盛行的“美女经济”,不仅主办方认为是找到了新的经济增长点,而且媒介也推波助澜,最常见的有:报道车展,焦点集中在报道衣着暴露的车模;报道影展或者影视节,焦点集中在走红毯的女星的服饰和身材。在这样的女性新闻中往往将整体女性形象分解为部分器官特征加以强调突出,美胸、美腿、玉背这样仅只强调女性某一器官的形容词以对女性夸奖的形象出现。但实质上,这种唯美是用的女性报道是对男性权力的又一次确证,对美肤、美腿、美发的评选完成着一个又一个对女性身体具象化的制模。女性成为了受众潜意识里供人欣赏的“美的载体”。女性的外在形象却逐渐取代内在特质而成为标准化的性别符号,甚至成为判断女性的价值标准。

(三) 媒介渲染

一些新闻媒介中塑造了符合众多男性审美的女性形象,并且通过种种煽惑性的宣传,把美貌与成功、贤惠与幸福等联系起来。这样的新闻报道在潜移默化中使受众形成这样的观点:女性就应该出现在文艺表演中,用形体美愉悦观众,男性关注的都是政治、军事,而作为对比的女性往往伴随着偶像剧和娱乐新闻出现,而这却是十分不公正并且片面的。而这种对于女性和男性明显的差别待遇在报道中是司空见惯的。但是对于广大受众来说,这也是受众所习惯的报道方式,没有或很少有人认为这样的报道方式和语言的使用是对女性的歧视。

大众传媒对现代社会生活有重大的影响,已经成为人们信息接收和观念形成的主要来源。而作为社会观念层面的性别角色观念,也同样深受大众传媒的影响。现实生活中,性别歧视和偏见正以各种形式渗透到我们社会生活的各个方面,而新闻媒体则在很大程度上充当了这种性别歧视和偏见的传播器。

在当下新闻传媒表现出的话语体系中,女性丰富的人性内涵被抽掉了,而沦为被物化成供人欣赏的商品和载体的形象,或者在眼球经济的时代中成为注意力经济的手段。女性的外貌和私生活成为娱乐大众的话题,而其领导才能、处事能力或者学习过程等方面的能力却常常被淡化或忽略。

现代社会中,女性的自主能力和选择性在经济自主的进程中大大增强,逐渐获得了经济独立的女性,

正一步步向着自主、自由的方向发展。但是,在大众媒介所呈现出的媒介现实中,女性整体形象却与这一进步趋势相悖,也与大众传媒理应承担起的社会责任不符。

“歧视性语言是一种语言暴力、信息暴力,一经媒体刊出,伤害的就可能不是当事者一两个人,而是一个团体、一个阶层,也可能会造成恶劣的社会影响”^[11]。性别歧视不仅仅是一个简单的语言现象,也是一个社会文化现象。一个民族和社会的文明程度和语言性别歧视现象是成正相关的,因此我们可以通过打破传统观念和束缚、解放人们的头脑来消除语言和社会上的性别歧视现象,而这仍是一个长期艰巨的任务。

注释:

- ① 全球媒介监测项目由 WACC(The World Association for Christian Communications)的女性项目发起,旨在持续跟踪新闻报道对两性的刻画与其中反映的性别意识变化,分析全球新闻中女性的参与。全球媒介监测项目是目前惟一在全球范围内系统地监测新闻对女性和男性报道的项目。自 1995 年以来,每隔 5 年举行一次。1995 年 1 月 18 日,第一次全球媒介监测项目有 71 个国家和地区参与。2000 年 2 月 1 日,第二次全球媒介监测项目有 70 个国家和地区参与。2005 年全球媒介监测项目共收到了 76 个国家的各个团体提供的数据,总共监测了电视、广播和报纸的 12 893 条新闻。中国从 1995 年开始参加这个全球媒介监测项目。2005 年全球媒介监测项目数据资料来自数百个组织的志愿者收集而成。
- ② 百度新闻的新闻源为新华网、人民网等 80 家专业新闻网站和地方信息港,和讯网、国研网等 84 家专业及行业网站,商务部、外交部等 47 家政府及组织网站,北京日报、城市信报等 187 家报刊杂志及广播电视媒体。

参考文献:

- [1] 约翰·埃尔德里奇. 获取信息: 新闻、真相和权利[M]. 张威, 郑天颖, 译. 北京: 新华出版社, 2004: 8.
- [2] 赵志立. 传媒歧视: 正在倾斜的社会公器[J]. 广告大观(媒介版), 2006(6): 20-22.
- [3] 石月平, 张健琪. 试析“传媒歧视”对构建和谐社会的负面影响[J]. 视听纵横, 2007(3): 16-18.
- [4] 李腊花. 新闻媒体语言中的性别歧视[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2004(3): 75-78.
- [5] 樊葵. 当代信息传播中的传媒歧视[J]. 当代传播, 2003(5): 51-53.
- [6] 彭家发. 新闻客观性原理[M]. 台北: 三民书局, 1994.
- [7] 吕碧兰. 国内报纸新闻报道中的女性歧视问题研究[D]. 暨南大学, 2003.
- [8] 卜卫. 大众传媒中的性别歧视——兼谈女性的社会性别[N].

光明日报, 2000-7-6.

学版), 2001(2): 29-35.

[9] 罗文. 报纸新闻报道中的女性歧视探论[J]. 新闻三昧, 2007(8): 41-43.

[11] 张正其. 浅析新闻报道中的歧视性语言现象[J]. 新闻世界, 2010(4): 43-44.

[10] 周宪. 视觉文化与消费社会[J]. 福建论坛(人文社会科

Media and It's Roots Discriminational Language Against Women in News

ZHANG Yi

(News Center of Hunan TV Station Golden Eagle TV & Film Culture Center, Changsha 410000, China)

Abstract: This paper, based on the data of a news research, divides the discriminational language against women in news media into three categories: the materialization of women, the differentiation of women, and the labeling and lowering of women. Comparing and examining news reports on well-known websites for women in China, it also analyzes the mass media's discriminational portrait of women, and concludes the roots for that as cultural influence, social influence and media publicity. It will be a long-term task to eliminate this covert and unjust discrimination.

Key Words: news coverage; women; gender discrimination; female; discriminational language

[编辑: 汪晓]