

体育报道中的性别偏见

闫隽

(华中科技大学 新闻学院, 湖北 武汉 430074)

摘要:“性别偏见”是社会学范畴中的一种社会现象,在新闻传播活动的过程中也有所体现。经过对《中国青年报》、《城市早报》、《体坛周报》等报纸的抽样研究分析发现,在体育报道中也存在性别偏见。这种偏见有观赏型偏见、忽略型偏见、玩狎型偏见、侮辱型偏见几种类型。造成这种偏见的原因有:(一)我国体育新闻采编队伍中男性比例极高;(二)我国传统文化的影响;(三)体育新闻的受众群以男性为主,女性为辅,且男性比例极高。

关键词:体育报道;性别偏见;男性;女性

中图分类号:G21

文献标识码:A

文章编号:1007-905X(2004)02-0106-04

体育,崇尚的是健康与健美,而体育报道,作为传播这种美的载体,不仅要有朝气蓬勃的风貌,更要有健康而充满活力的内容。但是,随着我国传媒国际化程度的加深,许多报刊的体育类报道也在模仿西方,报道风格日渐娱乐化。体育报道娱乐化最显著的一个表现就是在以不同性别的体育人物作为报道对象时,报道在整体上按照性别的区分呈现有规律的线形差异。具体地说来,就是以女性为主角的体育报道往往在版面位置、内容深度、报道数量以及报道频率上远远逊于以男性为主角的新闻报道,以女性为主角的新闻图片对画面美感的关注远远甚于新闻价值本身,体育报道过于关注女性运动员的身体而不是其运动成绩等。体育报道中女性明显被置于对象位置,而非体育报道的主体。女性在体育新闻中的地位完全是从属性的。——我们把体育报道中的上述现象称为“体育报道中的性别偏见”。

我国的体育运动成绩一向是女子好于男子,悉尼奥运会上我国夺得的28枚金牌中有16.5枚是由女运动员获得的。我国的体育报道有充分的理由重视女性,尊重女性,但事实却相反,体育报道中涉及女性的内容质量远远不及男性。本文拟通过对部分报纸体育版以及体育类专业综合报纸报道内容的分析,来验证文首提出的观点,并分析其深层成因。

一、研究方法

本文的研究对象是三份报纸:一份中央级机关报《中国青年报》,一份都市报《城市早报》^①,一份专业类的综合性体育报纸《体坛周报》。选择三份风格迥异的报纸进行研究,是为了尽可能全面地反映体育报道中性别偏见的情况。本文采用的是系统抽样的方法,抽样比例定为1/3。

本文所选样本的时间跨度为2002年1~4月,选择这个时段的原因,除了资料收集的方便外,还因为本时段男子项目与女子项目的竞赛成绩具有可比性。我国女性冰雪项目选手在2002年2月盐湖城冬奥会上获得两金,标志着中国冬奥会金牌“0”的突破,属于历史性事件;男子足球队2001年10月第一次打进世界杯决赛圈后,一直在国人热盼中备战韩日世界杯。理论上二者皆具有广泛的关注度,因此特截取此时段作为研究样本。

采用统计描述分析的方法进行深层阐述与研究,即首先通过对所掌握资料进行归纳分析,然后按照不同的维度进行测量统计,最后根据所得的数据进行逻辑分析和推论。

抽样方法:系统抽样

抽样比例:1/3

样本总量:207份

分析单位:报纸体育新闻版

变 量:自变量(性别)

因变量(报道内容)

维 度:文章体裁、文章长短、版面位置

二、数据分析

样本说明:本次研究所涉及的数据均为在样本范围中统计的结果。其中,《中国青年报》体育报道每周4~5版,每次占整版或1/2版面;《城市早报》体育版每周6版,每次占1~2个版面;《体坛周报》1~3月每周2版,改版后每周3版,每次约24个版面。数据统计以版面为单位进行计算,不再考虑报纸自身编排的差异问题。

统计说明:性别所对应的报道内容的统计原则按照所报道的主角性别进行分类,团体项目亦是如此。男篮属于“男

收稿日期:2004-01-10

作者简介:闫隽(1978-),女,河南郑州人,华中科技大学新闻学院在读硕士研究生。

性”栏,女足属于“女性”栏,依次类推;如果一文中既有男性又有女性出现,或者既谈到了男性项目又谈到了女性项目,则划归“不显著”一栏。“不显著”一栏仅为统计方便而设,与本文的主题“性别偏见”并无明显联系。阐述与分析均是在“女性”与“男性”的范围内进行探讨,将不再考虑“不显著”一栏的内容。

图表说明:为了凸现对比中性别造成的差异,本文涉及的图表单元拟采用不同字体进行标志:加粗斜体表示在双方比较中占优势的一方,黑色正体表示劣势的一方。例如,若“男性”在某一项目上的数据比例高于“女性”,那么所对应的“男性”条目下的数据将用加粗斜体表示,以示区分。

(一) 性别和体育报道中文章体裁之间的关系

从表1不难看出,九个类别的文章体裁中,仅有“花絮”一栏《中国青年报》和《城市早报》的女性报道略多于男性,其余八类三份报纸的男性报道内容均大大高于同比的女性报道内容。

统计数据表明,作为深度追踪和拓展报道的主要方式——“系列报道”,男性对女性的绝对比例都达到了所有分析单位中的最高值。《城市早报》和《中国青年报》的女性系列报道的数量都为0,而男性报道此时却达到了同张报纸各类间的最高比例:100%和50%。《体坛周报》的女性内容虽然不为0,但是仅有1条,占该类报道总数的0.91%,同比的男性报道为女性的105.89倍,差距明显。

表1 性别和体育报道中文章体裁的关系
(统计单位:篇 比例类型:百分比)

		《城市早报》体育版			《中国青年报》体育版			《体坛周报》		
		男性	女性	不显著	男性	女性	不显著	男性	女性	不显著
消息	数量	76	11	124	29	9	81	204	10	71
	比例	36.01	5.21	58.77	24.37	7.56	68.07	71.58	3.51	24.91
通讯	数量	9	4	9	20	6	6	159	8	9
	比例	40.91	18.18	40.91	62.5	18.75	18.75	90.34	4.54	5.11
评论	数量	7	2	6	25	4	6	95	2	6
	比例	46.67	13.33	40	71.43	11.43	17.14	92.23	1.94	5.83
人物特写	数量	6	3	0	19	5	5	113	9	4
	比例	66.67	33.33	—	65.52	17.24	17.24	89.68	7.14	3.17
深度报道	数量	7	0	2	19	2	6	92	2	16
	比例	77.78	—	22.22	70.27	7.41	22.22	83.64	1.82	14.55
系列报道	数量	16	0	0	5	0	5	106	1	3
	比例	100	—	—	50	—	50	96.36	0.91	2.73
图片	数量	108	99	19	21	10	8	120	25	11
	比例	47.79	43.81	8.41	53.85	25.64	20.51	76.92	16.03	7.05
图文相嵌	数量	30	13	2	3	1	0	140	12	2
	比例	66.67	28.89	4.44	75	25	—	90.91	7.79	1.30
花絮	数量	14	19	1	2	1	0	24	1	0
	比例	41.48	55.88	2.94	66.67	33.33	—	96	4	—

在男性报道占优的八种统计类别中,以“图片”栏的男女报道比例最为接近,通过对样本中图片内容的分析,发现各份报纸刊载的女性图片中观赏性的软性图片较多,风格严肃的以新闻价值取胜的图片较少。

女性报道中惟一超过男性报道的类别是“花絮”:《城市

早报》的此类报道女性内容数量高于男性。体育报道中,涉及女性的内容多半是关于绯闻、性以及情感的。女性在体育报道中多是作为观赏花瓶、男性体育人物的绯闻女主角、性丑闻的主人等而存在的。这些与运动无关、与体育擦边的新闻,只能作为茶余饭后的消遣。显然,此类报道中女性新闻的数量越多,越能反映女性在体育报道中受到的歧视。

(二) 性别和体育报道版面位置之间的关系

表2的数据表明,我们所抽选的样本在版面位置的编排上,存在明显的性别偏见。无论是《城市早报》、《中国青年报》还是《体坛周报》,都在版面编排上明显倾向于以男性为主角的。在版面中占最重要位置的“头条”,三份报纸的“男性”栏都以绝对的优势高于“女性”栏,其中《体坛周报》头条中男性内容的比例更是达到了92.65%;同比的女性内容仅为总数的2.94%,不及男性的1/30。在重要性稍逊的“报眼”和“版心”中,各份报纸也都以男性内容居多。出乎笔者意料的是,在版面位置中处于边缘角色的“其他”和“报尾”类中,男性内容依然占绝大部分,只不过相对而言绝对数量有所下降。这说明,体育报道的性别偏见不仅仅体现在重要稿件位置的编排上,而且贯穿于整个版面的安排和全部稿件的取舍之中。

统计资料显示,只有“补白”一项,“女性”以微弱的优势胜于“男性”。《城市早报》中“补白”一项的男与女的比例是32.43:35.13,《中国青年报》男与女的比例是5.56:11.11。“补白”是版面编辑中重要性稍逊的一块,是在画版中为了填充版型空隙而单纯插入的没有过多意义的稿件。两份日报中“补白”一栏关于女性的内容所占的比例均高于男性,正

表2 性别和体育报道版面位置的关系
(统计单位:篇 比例类型:百分比)

		《城市早报》体育版			《中国青年报》体育版			《体坛周报》		
		男性	女性	不显著	男性	女性	不显著	男性	女性	不显著
头条	数量	46	8	17	25	1	8	189	6	9
	比例	64.79	11.27	23.94	73.53	2.94	23.53	92.65	2.94	4.41
报眼	数量	25	12	15	23	9	5	189	15	24
	比例	48.08	23.08	28.85	62.16	24.32	13.53	82.89	6.58	10.53
版心	数量	37	9	10	17	4	5	204	9	9
	比例	66.07	16.07	17.86	65.38	15.38	19.23	91.89	4.05	4.05
报尾	数量	31	10	17	16	4	9	142	2	8
	比例	53.45	17.24	29.31	55.17	13.79	31.03	93.42	1.32	5.26
其他	数量	32	12	92	64	13	55	157	8	14
	比例	23.53	8.82	67.65	48.48	9.84	41.67	87.71	4.47	7.82
补白	数量	12	13	12	1	2	15	27	3	7
	比例	32.43	35.13	32.43	5.56	11.11	83.33	72.97	8.11	18.92

可以说明体育媒体对女性的态度,“女性报道的地位不过如此”。而《体坛周报》秉承其一贯的硬朗作风,男性内容比例居高不下。

(三) 性别和体育报道中文章长度之间的关系

表3的统计数据清晰地显示,在“文章长度”一项中,无论何种长度的新闻报道,男性报道的数量与比例都占绝对优势。尤其在大幅长篇报道中,三份报纸的男性报道比例都达到了所有统计类别的最高值。女性报道内容的比例相对于男

性显得尤为单薄,尤其是《体坛周报》,所有统计项目中的女性报道所占整体报道数量的比例全部都低于4%。

表3的统计数字显示了一个规律:随着文章长度的缩短,男性报道相对于女性报道的绝对比例有减少的趋势,性别的差异随着文章长度的缩短有所减弱。按照表中设计的各个梯次,与文章长度相关的统计数据表明,由第一栏至最末一栏,男性报道的相对比例逐级减少,女性报道的比例随之增加,男女相对比例的绝对值呈下降趋势。体育报道中女性新闻的性别地位与文章长度呈隐性反比关系。

文章长度、报道体裁以及版面位置是密切相关的。版面头条的内容不可能是花絮,同样,深度报道的长度一般也不会少于500字。表3的结论与数据恰恰与表1、表2的结果相互证实。三个图表互为补充,从不同的角度证实了现阶段我国体育报道中性别偏见的存在。

表3 性别与体育报道中文章长度的关系
(统计单位:篇 比例类型:百分比)

		《城市早报》体育版			《中国青年报》体育版			《体坛周报》		
		男性	女性	不显著	男性	女性	不显著	男性	女性	不显著
2000字以上	数量	10	4	1	6	0	2	135	4	5
	比例	66.67	26.67	6.67	75	—	25	93.75	2.78	5.56
1000至2000字	数量	15	5	7	46	8	13	156	4	7
	比例	55.56	18.52	25.93	68.66	11.94	19.40	93.41	2.40	4.19
500至1000字	数量	54	19	39	64	12	32	239	10	16
	比例	48.21	16.96	34.82	59.26	11.11	29.63	90.19	3.77	6.04
500字以下	数量	68	32	96	21	8	48	260	12	35
	比例	34.69	16.33	48.98	27.27	10.39	62.34	84.69	3.91	11.40

三、结论与分析

(一) 体育报道性别偏见的分类

表格中的统计数据表明,我国部分报纸的体育版和体育类报纸存在不同程度的性别偏见问题。只不过根据报纸风格和政治地位的差异,表现的方式有所不同而已。

中央级报刊的文风比较严肃,其偏见类型近似于“大男子主义”。而都市报受自身定位和受众文化水平的制约,体育报道趋向软化,玩弄色彩较浓,风格媚俗。专业型的综合体育报纸,由于报道面宽,涵盖内容广泛,受众群体男性比例较高,其偏见主要体现为对女性运动项目的关注度不够。

通过对样本中女性形象的归纳分析,我们可以将体育报道中的性别偏见分为以下几种类型。

1. 观赏型偏见

这种观点认为女性生来就是为了取悦大众而存在的,体育运动中的女性也是如此。

许多体育版的编辑记者编发女性项目稿件的原则就是“美感与观赏度”。只要是艺术性上乘的女性图片,哪怕与运动很少关连,哪怕其运动成绩没什么报道价值,但只要美,就

会被迅速刊登。这种唯美主义的倾向,报道格调也比较健康,但是将女性的价值完全归结于她的观赏性,失之偏颇。

这些报道中的女主人公多为体坛上著名的美丽运动员,譬如我国跳水选手伏明霞、俄罗斯网球明星库尔尼科娃等。但媒体关注的并不是其运动成绩,而是她们的嗜好、兴趣、感情等“花絮”。伏明霞一直是体育新闻的焦点,但是许多媒体热中的并不是这位跳水皇后十年磨一剑的辛苦,也不是她的运动天赋和坚强意志——媒体感兴趣的只是她与梁锦松的“松霞恋”。多年前媒体将男子100米世界记录保持者刘易斯称为“飞人”,而女子100米、200米双料冠军乔伊纳的绰号并不是“女飞人”,而是“花蝴蝶”,在媒体眼中的乔伊纳服装比她的名次更引人注目。这就是观赏型偏见的典型体现。

在很多民族的习惯用语中,“女人”与“美”是等同的。正鉴于此,女人在审美活动中是可以被孤立观照的。这种习惯性的思维方式已经深入整个社会的毛孔,也就决定了现今新闻报道对女性审美意识的根本出发点。相对于自然界,女人无疑和男人一样,具有人的主体身份;但是在人类社会中,相对于男性,她却往往是被动的。

2. 忽略型偏见

这种观点认为女性只是体育运动的业余参与者、陪衬与调剂,男性才是体育的主角。

持这种观点的报刊一般文风严肃、受众层次也比较高。无论何时何地女性新闻总是处于次要位置,报道的内容多是“男性,男性,足球,足球”。偶尔报道一些女性体育项目,也只是轻描淡写、一笔带过。

在这种报道基调中,“女性的”表达与其说是处于一种“第二性”的位置,不如说体现了一种弱者的祈求与吁请,显现的是以一个弱者的姿态所尝试的对中心和主流的僭越与冒犯^[1]。

3. 玩狎型偏见

持这种观点的报刊多为都市报,受众文化层次相对较低。

它们把女性当做花瓶、娱乐对象、“性”的化身、品赏玩狎的尤物。正鉴于此,体育界健美迷人的女性就成了它们品评的对象。几乎每张都市报都有自己的娱乐体育版,依靠“艳情体育”来吸引眼球。《城市早报》在2002年3月12日8版的报尾是一幅约占整个版面1/4面积的穿着暴露的美女持足球的照片——《看看上海滩的足球宝贝》。

英国社会学者艾华说:在近来的性形象爆炸中,一个突出主题是女性身体,其表现方式既富视觉感又形诸文字叙述……无论背景多么刻板,这些表现中的妇女,都显出被男性注视的样子,无论实际上观看者是男是女。由于被剥夺了自主性,这类图像中,妇女的表现强调了女性作为男性行动的依赖者身份,等待着被男性赋予完美性,甚至被赐予生命^[2]。

4. 侮辱型偏见

《城市早报》在2002年1月23日有关澳网的图片报道中,提及曾获得过温布尔登网球公开赛冠军的大威廉姆斯时,配发的小标题是“大威的衣服穿在别人身上会更好看”;而配发在连一次大满贯冠军都未得的网坛美少女库尔尼科娃照片下的文字是“库娃的小蛮腰比任何比赛都具有吸引力”。这种评论公然出现在大众传媒上,不能不说是一种遗憾。

1997年10月31日中国足球队兵败卡塔尔,痛失世界杯决赛入场券。11月10日的《广州日报》8版“怡神曲”专栏发表了署名文章《祸起女人乎》,将国家足球队战败的原因归结于东方大厦的一名女副总经理不合时宜的出现。《祸》文可以说是体育新闻侮辱女性的明证。中央电视台的孙秋萍曾经指出,目前媒介对妇女报道中存在着严重的边缘化、地摊化、泡沫化的问题,这是对女性人格的侮辱,也是社会审美道德的庸俗化的表现。

(二) 偏见存在的原因

体育报道中之所以仍旧存在比较严重的性别偏见,不仅与体育报道本身的特点分不开,还与社会环境、传统观念等有着千丝万缕的联系。

1. 我国的体育新闻采编队伍中男性比例极高

众所周知,我国各种媒体体育口的工作人员几乎都是清一色的男性,从记者、编辑到美工、校对,从制片人到版面策划,乃至播音员、灯光师、摄像、导播等,庞大的男性制作队伍,不可避免地使作品的内容以及编排都带上了浓厚的男性的审美观和价值取向。以男性为主的“把关人”群体使得其编发的体育新闻散发着厚重的男性气味:男性对女性体育形象的理解、男性对女性美的认识,男性对女性运动形象的审视角度等,在字里行间表露无疑。

2. 我国传统文化的影响

在我国的文化形态中,男性秩序具有深远的根基,它已深深融入社会结构和人们的意识形态当中,成为一种根深蒂固普遍有效的规则。在这种秩序中,女性主体身份的被剥夺与强化女性的客体化趋势是同时进行的。千百年的文化传统认为,女性应该是“温柔”、“顺从”的,女性如果表现得过于刚强和勇敢,就会被认为没有女人味。“男女所扮演的性别角色并非由生理所决定,而是由社会文化所规范的”^[1]。

体育运动对健美、力度的追求,充满了激烈的对抗与大幅的身体摆动,这与传统文化对女性的要求是格格不入的。从这个角度来看,体育是女性的天然禁区。虽然如今受众思想发生了一定的改观,但是,受到广泛认同的女性体育运动项目也仅限于“软对抗”的一些项目,如体操、跳水、网球、射击、花样游泳等,这些项目观赏性强、对抗不激烈、“美”。而像女足、女篮、女曲等对抗性较强的项目,虽然媒体也会对其辉煌战绩加以认真报道,但是广大受众包括媒体在内,并不认为女性应该从事这类运动。殊不知,越是“不美”的项目,越需要女性运动员在生理和心理上克服更多的困难、付出更大的代价才能获

得成功,我们有更多的理由赞美和敬重她们。

同样是奥运冠军,媒体偏爱刘璇和伏明霞,而陈中、杨霞、林伟宁、王丽萍等的名字如昙花一现,很难再见诸报端。也许这些现象并非媒体刻意为之,但媒体必须认识到,自己担负着舆论引导的作用,自己的一言一行都会对受众产生深远影响。媒体只有具有高度的社会责任感,才能促进整个社会的健康发展。

3. 体育新闻的受众构成是以男性为主女性为辅的受众群,而且男性比例极高

体育新闻一直是由男性一统天下的领域,只是这些年才出现了一小部分女性受众。由于男性的性别偏见,“基于商业化基础的大众媒介必然会追求商业化认同”^[2]。但是与受众队伍的“扩招”不相适应的是,体育新闻的报道宽度与报道技巧并未发生实质性的改变,依然在沿袭过去的报道思路。

体育记者、编辑在设计报道内容、策划报道重点的时候,主要考虑的也是男性受众的喜好。媒体围绕男性受众做文章的这个思路并没有错,但在信息需求多元化的今天,媒介的发展趋势将是个性化、多层次的。媒体应该根据信息业发展的趋势及时调整报道侧重点,以不同的内容吸引不同受众群,这样才能在今后激烈的竞争中取得一席之地。

一个国家观念更新的最后“死角”往往是对妇女价值的审视观。正如马克思所言,“社会的进步可以用女性的社会地位来精确地衡量”。而大众传媒作为社会舆论的引导者,具有很大的优势与潜力来推进男女平等,促进社会思维环境的健康发展。本次研究的目的在于单纯的统计数据,而是想通过对体育报道中性别偏见的分析,来唤起广大媒体对女性报道的尊重和重视,从而使得我们的社会成为一个真正意义上的平等和谐的社会。

责任编辑 宋淑芳

注释:

①《城市早报》现已并入《大河报》。

参考文献:

- [1]叶舒宪.性别诗学[M].北京:社会科学文献出版社,1999.
- [2]李小平,等.平等与发展[M].北京:三联书店,1999.
- [3]王政.“女性意识”、“社会性别意识”辨异[J].妇女研究论丛,1997,(1):14-20.
- [4]刘伯红,卜卫.中国电视广告中的女性形象[A].剑一虹,刘伯红.世纪之交的中国妇女与发展[C].南京:南京大学出版社,1998.226.

The sexual bias in the sports reports

Yan Jun

(News Institute, Huazhong Science and Technology University, Wuhan 430074, China)

Abstract: “Sexual bias” is one of the social phenomena of the sociology. And it is also to be shown up in the course of mass communication. Sex bias was also existed in the sports reports through the newspapers sample analysis to “China Youth News”, “Urban Morning Newspaper”, “Sports Circles Weekly”, etc.. This kind of prejudice has several kinds, such as viewing and admiring type bias, neglecting type bias, dallying with type bias, insulting type bias, etc.. The reason to cause this kind of prejudice is as follows: The first is that the male proportion is relatively high in the sports news gathering and editing team of our country; The second is the influence of our country’s traditional culture; The third is Audience group of sports news rely mainly on man while making women subsidiary, and the male proportion is extremely high.

Key words: sports report; sexual bias; man; woman