

## 特别策划 “新‘两纲’观察与思考”系列⑦

编者按

当下,信息技术已成为媒介赋权的重要路径。我国十分重视妇女对信息技术的参与和利用,《中国妇女发展纲要(2021-2030年)》提出,全面提升妇女的媒介素养,提高妇女利用信息技术参与新时代经济社会高质量发展的能力。随着信息技术的普及,女性网民数量逐年提升,女性参与信息技术的主动性和能力也有较大提升,但女性在信息技术领域仍面临着根深蒂固的刻板印象。进一步推动女性参与信息技术领域,需在制度监管和教育领域多方面着力。

## 弥合性别数字鸿沟 推进女性参与信息技术

■ 王琴

网络社会中,信息技术成为媒介赋权的重要路径。在国际社会,信息技术对妇女的赋权作用被广泛认可。联合国《2030年可持续发展议程》提出17个发展目标,其中目标5是“实现性别平等,增强所有妇女和儿童的权能”。这一目标的具体内容中特别指出“加强技术特别是信息和通讯技术的应用,以增强妇女权能”。我国十分重视妇女对信息技术的参与和利用,《中国妇女发展纲要(2021-2030年)》关于妇女与环境领域的主要目标4提出,全面提升妇女的媒介素养,提高妇女利用信息技术参与新时代经济社会高质量发展的能力,强调了女性在网络社会中参与信息技术的重要性。

## 重视网络参与的女性力量

这是一个由网络连接的世界。2021年底,全球上网人口49亿,约占全球人口的63%。我国的网络普及率高于世界平均水平,2022年2月,中国互联网络信息中心发布的第49次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,我国网民数量10.32亿,占全国人口的73%。随着信息技术的普及,女性网民数量逐年提升,当前男女网民的比例为51.5:48.5,和我国总人口的男女比例基本一致。女性参与信息技术的主动性和能力也有较大提升。《2021年抖音女性创作者画像洞察报告》指出,抖音平台中短视频创作的女性人数是男性的1.52倍,科技类作品中女性的创作量是男性的近两倍。《2021年抖音女性数据报告》统计,女性用户在过去一年发布了5306万条关于女性工作的短视频,还有1320万女性通过抖音平台获得了直接收入。

第一,老年女性参与短视频创作,银发网络潮兴起。我国老年网民的数量不断提升,2020年初,我国50岁以上的网民比例为16.9%,到2022年初为26.8%,保持了持续增长。目前60岁以上老年网民数量为1.19亿,互联网普及率为43.2%。银发人群成为女性网民主要增长来源,短视频凭借其直观生动、操作简便、参与性强等特点成为最受老人欢迎的传播形态。中老年女性越来越多的参与短视频创作,出现了一批银发网红。抖音平台50岁以上的女性创作者十分活跃,她们发布作品数量是女性创作者平均值的1.8倍,在各年龄段女性中排名第一。短视频是银发人群主要的网络参与平台,出现了一批如“时尚奶奶团”“煎饼奶奶”“撸铁奶奶”,分享美食制作的“潘姥姥”,科普物理知识的“吴姥姥”等老年女性网红。

第二,青年女性成为网络舆论中坚力量与重



“银发族”风采不减,开启短视频生活。 图片来源来自网络

要发声主体。在网络舆论场,女性议题得到较多关注,青年女性在网络舆论中积极发声,争取妇女权益,体现出鲜明的主体意识。《2020微博用户发展报告》指出,微博用户群体呈现年轻化趋势,其中“90”后和“00”后占比接近80%,女性用户占54.6%。今日头条的数据显示,女性创作者占比约40%,其中“80后”女性约40%，“90后”女性约37%。第四期中国妇女社会地位调查中,18~24岁女性使用网络作为了解国内外事务主要途径的比例达91.2%。青年女性多为独生子女一代,成长过程得到家庭全力支持,既有良好的教育背景,也展现出更强的自信心。青年女性通过掌握信息技术参与网络文化,在网络传播中成为重要发声主体,积极倡导和推动妇女权益。

## 弥合网络社会的性别数字鸿沟

国际电信联盟报告《衡量数字化发展:2021年事实与数字》指出,目前全球男性网络参与的比例为62%,而女性为57%。非洲国家和阿拉伯国家的性别差距更为明显。女性在信息技术领

域面临着根深蒂固的刻板印象。科学、技术、工程、数学(STEM)领域的性别比例一直偏低。联合国教科文组织的数据显示,女生在工程专业中占28%,在计算机信息专业中占40%,女性仅占全球科研人员中的三分之一。此外,一些人工智能复制和加深了性别歧视,女性基础劳动力很难进入数字化经济产业,传媒中缺乏优秀科技女性的榜样引领。由于经济和教育资源的不足,边远地区女性在接触信息技术方面依然处于弱势地位。我国十分重视弥合性别数字鸿沟。习近平总书记在联合国大会纪念北京世界妇女大会25周年高级别会议中强调“在解决性别数字鸿沟等新挑战上有作为”。《中国妇女发展纲要(2021-2030年)》关于妇女与教育领域的主要目标8提出:大力培养女性科技人才,提高女性在科学、技术、工程、数学等学科学生中的比例。

通过信息技术赋权女性不仅需要国家层面的政策引导,还需要社会企业机构等各方力量的支持。联合国妇女署《赋权予妇女原则》(Women's Empowerment Principles, WEPs)旨在为企业赋权女性、推动性别平等的具体指

导原则。这一原则是实现《2030年可持续发展议程》中性别平等和妇女赋权目标的主要工具。《赋权予妇女原则》在中国得到积极响应。信息科技企业中,联想集团于2022“三八”国际劳动妇女节正式成为联合国妇女署WEPs全球签署企业成员,联想开展“紫领工程”,旨在培养科技领域具有实践能力和管理创新能力的复合型“紫领”人才,同时帮助偏远地区的孩子尤其是女孩获得受教育的机会,也为未来的女性科技人才发展培养后备军。这些行动和倡导有利于弥合数字鸿沟,推进信息技术领域性别平等,实现对女性的赋权增能。

## 构建性别平等的网络文化环境

良好的网络文化环境和性别平等的社会氛围对于妇女发展意义重大。推进女性参与信息技术,需在制度监管和教育领域多方面着力。

第一,完善文化传媒领域的网络监管与评估。中国妇女发展纲要(2021-2030年)“妇女与环境”主要目标3提出:健全文化与传媒领域的性别平等评估和监管机制。针对这一目标,要加强媒体平台和网络传播的监管,完善传媒监测机制。要在管理制度中融入性别视角,将性别平等评估标准纳入我国的媒体监管制度和工作措施中,开展媒体监测和媒体内容评估,提升媒体人的性别意识。同时,吸纳社会性别专家参与传媒监测活动。使媒体在报道性别议题时有政策可依,有标准可循。鼓励媒体关注女性议题,宣传男女平等。强化媒体的舆论引导责任,要在媒体传播中树立信息科技领域的优秀女性榜样,形成激励效应。通过女科学家、女性技术专家等榜样力量,鼓励女性更多参与信息技术,树立在科学信息领域的学习信心。

第二,推广妇女媒介素养教育。媒介素养教育是弥合性别数字鸿沟,推进女性参与信息技术的重要途径。《中国妇女发展纲要(2021-2030年)》关于妇女与环境领域的策略措施指出:利用妇女之家、图书馆、网络课堂等开展面向妇女的媒介素养培训和指导,加强妇女网络素养教育,提升妇女对媒介信息选择、判断和有效利用的能力,推广媒介素养教育,要针对不同的女性群体,分层分类开展教育。女性群体包含了不同阶层、地域和年龄结构的人群,不同群体对媒介素养需求有不同重点。尤其是农村妇女、流动妇女、残障妇女、老年妇女等女性群体,为她们开展针对性的媒介技能培训,通过强调参与和赋权的媒介素养教育使她们获得更多网络资源,掌握信息技术,充分享受数字化社会带来的便利。

(作者为中国传媒大学媒介与女性研究中心副主任、副研究员)

## 研究视窗

## 《低生育背景下家庭支持政策的工具组合与策略选择》

作者:满小欧 刘嘉桐

低生育率危机下西方政府普遍将家庭支持政策作为策略选择。本文以“家庭化”与“去家庭化”为理论视角,运用fsQCA对经济合作与发展组织(OECD)36个成员国2000~2018年家庭支持政策的政策工具组合与生育率变化的关系进行分析,尝试为我国应对生育危机提供策略选择。研究表明,根据“托育与早教的注册率”核心条件的存在与否,实现生育率提高共有五条有效路径。母亲假是影响生育率提高的必要条件,家庭税收减免是关键要素。我国应从科学配比时间政策、发挥经济政策的杠杆作用、构建“混合照顾”体系等策略出发,注重组合运用政策工具,建立整体性与包容性的家庭支持政策体系。

来源:《人口与发展》2022年第4期

## 《当代青年女性“容貌焦虑”的社会机制分析》

作者:李升 李敏

当前社会中出现的“容貌焦虑”成为困扰青年女性群体的重要社会心态问题。基于质性研究方法,从身体社会学视角出发探究青年女性“容貌焦虑”形成的社会机制。本文发现,青年女性“容貌焦虑”的社会因素关联了构建亲密关系与寻求社会认同的双重维度,为此青年女性既要接受社会性别的审美审视,又需通过身体消费实践以拒绝“容貌焦虑”。信息网络媒介的发展使女性有了更为开拓的自身呈现空间,却也强化了社会审美文化和消费社会文化,加之媒介宣传中对身体形象标准的强化与身体消费误导的制造,从而使青年女性陷入“社会审美-容貌焦虑-身体消费”的循环往复的社会场景之中。

来源:《中国青年研究》2022年第4期

## 观点秀场

## 从承诺到亲密:两代女性家庭叙事的比较

阅读提示

对不同代际的女性来说,倾听她们的家庭生活叙事,可以勾勒出性别实践的动态图景。本文作者对年轻代女性和老年代女性在婚姻生活中的性别化体验进行了分析,发现年轻代女性在亲密关系冲突中需求的是安全式的感情——内敛、隐忍,强调付出和顾家;老年代女性在亲密关系冲突中需求的是自我式的感情——自己的权益是起点,自己的成长是过程,自己的满足是结果。

■ 刘洁

对不同代际的女性来说,倾听她们的家庭生活叙事,可以勾勒出性别实践的延宕与多元,亦得窥探制度语境的型塑效应。笔者通过访谈法和文献法获取了年轻代女性(以“50后”“60后”为代表)和老年代女性(以“80后”“90后”为代表)在婚姻生活中的性别化体验,并将之嵌入集体化到个体化的历时态轴线,以作为解读女性家庭经验的线索。

## 两代女性对待家庭的情感与认知

告别了家族本位的制度化设计,中国家庭呈现出规模小型化、结构核心化、功能网络化的马赛克式特点,这样传统与现代杂糅的形态也体现在年轻代和老年代两代女性对待夫权式家庭的情感与认知中。

概括地说,其一,两代女性都认可并实践了夫妻轴的重要性,出于对亲密关系的珍视和维系,夫妻之间“再大的吵闹都应该得到化解和抵消”“家里的争吵似乎总是可以被相相爱

的家庭生活抵消”。其二,两代女性对理想夫妻的定义未脱离传统性别模板,同时又融入了女性拥有事业和男性顾及家庭的期许,“好的妻子要能够体贴家人,培育孩子,同时做好家庭后勤工作”“好的丈夫肚量大、懂退让、有担当”,同时“好的妻子也要有自己的事业”“好的丈夫还能兼顾教育孩子,帮助妻子分担一点家庭琐事”。其三,两代女性在家中生活中都具备赋能自我、因应危机的自信与能力,她们在男女平等的想象中建立了核心家庭,又通过自主意识提高、获得收入保障等避免了对伴侣的依赖共生,从而使对主体地位和能动性的争取既可欲亦可能。“吵架的时候,你不仁我不义。如果丈夫极度伤心,死钻牛角,就包容忍让,等丈夫安静了,再和气的沟通,另一方面自己也要多想对方的优点”。

在后家庭时代,伴随第二次人口转变与婚姻去制度化的助推,夫妇式家庭的脚本经历了从需求共同体到选择性亲密关系的变迁。与此同时,生育与婚姻的捆绑仍然存在,因而剖析年轻代女性和老年代女性对待子女的态度和做法,也是理解她们家庭生活的一条线索。

调查发现对两代女性而言:其一,孩子始终是定义女性生活世界的关键要素,她们在家庭中的争执、忍耐和坚持多与子女有关,“离婚后怕孩子受委屈,就没考虑再婚,这样的生活一过就是二十多年,终于熬到孩子工作,然后就认识了现在的老伴,我们觉得子女都有自己的工作,也不方便照顾我们,找个老伴还可以相互扶持,交往一年多后就结了婚”。其二,践行母职时,亲子关系在从单一性的必然转变为个性化的可欲。年轻代女性对家庭的重视离不开对孩子的记挂,她们在抚幼时的无私付出与在养老中的责任伦理所流露出的坚持,不同于在自我和儿女之间摇摆的年轻代女性。这一特质或许与两代女性的社会化环境有关:集体化时期强调家庭的公共属性,女性的角色扮演相对固定;在后集体化时期,年轻代女性浸润于渐趋蔓延的个体化,年轻代女性与子女的关系复杂而多变。

## 年轻代女性家庭生活的特点

进一步考察今日年轻代女性的家庭生活,我们至少可以发现三个特点:

其一,强调自我满足导致冲动型矛盾增多。在注重“为自己而活”的个体化时代,青年女性对家庭生活的理解和行为更多地是从自我满足的维度出发,她们重视自我诉求与个人感受,“我”的情感和权利是家庭生活的起点、载体和归宿。当夫妻发生冲突,青年女性更可能任性而为,甚至是不计后果地去发泄怨气和怨恨,“一对小夫妻,因闹矛盾发生口角,双双饮酒后,沿老万堤往家走,中途女子赌气跳到了河水里”,“由于这对小夫妻产生矛盾,母亲一气之下便将小孩带到商业街,丢下后自己离开了”。

其二,经济因素的重要性凸显。在市场经济语境下,消费成为定义地位、赢得认可、建构日常的变量,消费压力的陡增使年轻代女性既依赖彼此的经济支持,又要谋求人格和权力上的独立,这样的矛盾也成为年轻代女性爆发家庭冲突的一个因素。“婚后发现很多事情和恋爱时是不一样的,婚前他说我的工资用于我个人开销就好。婚后发现他的工资承担了房租和水电煤气费后就不剩什么了,他认为我的工资应该用于日常开销,最近因为这事又起了争执。虽然后来他认错说他负责家庭开销我们也和好了,但我对未来却还是很焦虑”。

其三,娘家的意义突显。娘家被认为具有“家内有家”和后台空间的性质,娘家通过向已婚的女儿提供经济、情感和劳务等方面的扶助,与小家结合成了资源互惠的家庭网络,女性作为家人的角色期待使娘家父母对青年女性之小家庭的倾心具有合法性及必然性。年轻女性表示“姑娘肯定和妈亲近”“对婆婆来说咱是外人”,即女儿对娘家是忠诚的、热爱的、付出的,对婆家则多了几分勉强、克制和忍让,从而塑造出青年女性亲娘家而疏婆家的立场与态度。

综上所述,对年轻代女性而言,集体主义观念的影响使她们在亲密关系冲突中需求的是安全式的感情:内敛、隐忍,强调付出和顾家;对年轻代女性而言,个体主义意识的塑造使她们在亲密关系冲突中需求的是自我式的感情:自己的权益是起点,自己的成长是过程,自己的满足是结果。女性的性别角色演绎杂糅了传统和现代话语,两代女性的性别实践在“杂糅”的婚姻生活中总体呈现出从家庭主义向个体主义的转化,也即从“承诺”向“亲密”的转型。

(作者单位:太原科技大学人文社科学院)

(刘天红 整理)