

从“他者”走向“她者”

——智能传播时代下女性话语空间建构的新实践

高 瓔

中华女子学院文化传播与艺术学院 北京 100105

摘要：大数据算法重塑信息传播模式，为女性话语空间的建构提供了技术赋能。一方面，女性文化的传播方式得到更新，更多不同视角的女性声音也因此得以被倾听；另一方面，与以往单一的女性形象相比，女性形象不断丰富，涌现出诸多有别于以往的新形象，这些努力共同为女性话语空间建构提供了新实践。然而智能传播的高度商业化使现实生活中女性话语权的建构仍存隐忧。本文从传播视角出发，分析智能时代女性话语空间建构的新实践，并就现状提出思考，以期助力我国妇女事业及社会主义现代化事业的发展。

关键词：智能传播；女性话语空间；妇女解放

我国妇女解放事业在媒介迭代中焕发出活力，从过去符号化的女性形象与单一的女性话题，到如今传播模式的变革让女性文化传播方式愈发丰富，更多立体的女性形象得到关照，女性公共场域的话语空间持续拓宽。相比于传统媒介时代，智能传播背景下的女性话语建构的实践上出现哪些新现象？当前的实践存在何种问题？如何更好推进女性话语空间建构以助力社会和谐与发展？围绕这些问题，探究智能传播下女性话语空间建构的新实践与问题，成为本文核心关切，旨在为我国妇女事业及社会主义现代化事业发展提供助力。

一、智能化与技术性：算法控制下女性话语传播新形态

智能传播，即是把具有自我学习能力的人工智能应用于信息生产流通的新型传播方式^[1]，其技术基础是算法通过分析用户行为实现精准内容分发。受传统媒介的局限，女性话语表达在传播广度、深度以及强度上存在不足。随着智能技术融入媒介，女性话语空间构建不断迸发出新活力。

（一）传播模式的改变：线性传播走向圈层传播

算法的应用深刻变革了传统媒介的传播模式，从过去“一对多”的线性传播走向了圈层传播。在线性传播模式下，一方面内容生产的“把关权”集中在少数人手中，受传统性别观念的影响，女性视角常常陷入边缘化状态；另一方面，在线性传播“我说你听”的主导模式下，意义的生产难以向更包容多样的方向转变。然而不同于线性传播模式，圈层传播模式中的“受者”即“传者”，以每个圈层中的意见领袖为传播中心向外辐射，又形成新的互动

传播圈层，不同的传播圈层相互独立又相互影响^[2]。在圈层传播模式下，信息被有针对性的分发到具有相似行为习惯的用户，增强了女性话语传播的力度，在过去传播媒介或现实生活中处于“弱势”地位的女性群体被赋予了“被看见”的可能，同时个体与个体在圈层互动中获得“群体认同感”，增进认知的深度并反馈在不同的互动传播圈层中，又建立起新的女性话语。

（二）传播效果的改变：数据霸权与过滤气泡

算法技术的应用成为女性话语传播的技术基础，助力女性话语地位的提高和话语空间的拓展。首先多样的算法推荐机制打破了少数人控制的信息分发渠道，让小众的议题精准分发到目标群体；其次算法支持下的传播生态降低了传播门槛，普通女性借助平台媒体进行内容创造和观点表达，扩大了话语生产范围；最后算法根据互动数据将受欢迎的女性创作者及女性议题推向更大的流量池，将女性话语从“个体声音”汇聚为“群体表达”，增强话语的影响力。然而“数据霸权”和“过滤气泡”的效果也在一定程度上暴露着算法应用的局限。在后真相时代下，情绪化与主观化的内容更易获得社交平台传播的青睐，基于互动指标进行加权推荐的算法机制潜在加剧了陷入情绪化的陷阱^[3]。与此同时，媒介平台过于追求精准推送和流量至上，一个又一个拥有共同兴趣的圈层被建构的同时，受众认知也在被迫走向窄化。

算法技术在现代媒介的应用推动传播模式升级，拓展了用户权利，从属于大众文化中的女性文化传播也随之得到加强，女性话题从私人空间走向了公共空间的脚步加速，尽

管算法带来“数据霸权”和“过滤气泡”的负面影响，但从积极的一面看，如今出现的众多围绕女性人物展开的文艺创作、以女性为主角策划的综艺作品，抑或是更多性格迥异的女性成为公共话题人物，事实表明女性的话语空间和权利在算法技术应用的推动下得到了前所未有的提升。

二、“遮蔽”到“解蔽”：女性主体性构建的新行动

“遮蔽”原指存在者的真实意义受认知局限或权力结构影响而无法显现，媒介中的女性的“遮蔽”状态体现为平面化的“贤妻良母”，或是其他带有特定含义的象征性符号。随着性别意识在新型的媒介传播中获得充分发展，丰富多面的公众女性形象得到认可，她们或勇敢或懦弱，或温柔或泼辣，女性的话语空间随着女性形象走向多元而获得开拓。

（一）他者凝视下的自身观照

波伏娃运用“他者”概念描述女性被压抑的主体性——“他是主体、是绝对，而她是他者^[4]。”长久以来媒介形象呈现多从他者的视角出发，随着智能技术在传播媒介的应用，女性借助平台媒体从自身视角出发，对早已形成的传统女性形象与话语空间产生影响，成为“意见领袖”。

Papi酱是自互联网时代兴起之初出现在媒体平台的内容创作者，她以先锋性的思想创作了众多优秀的作品，其中对女性心理及处境的把握、刻画反映了她先进的性别意识。在以“女人真是不好做”为主题的作品中，用一人分饰多角的形式表现了社会对女性的评价，犀利的呈现了女性作为第二性长期面临的困境。如果说Papi酱的内容创作是站在第三者角度对女性的观照，那么早期以杨笠、王思文、颜怡颜悦为首的女性脱口秀演员则是用“戏谑”和“冒犯”对传统媒介传播中的女性形象进行解构，表现出了传统社会分工体系与现代新女性要求之间的矛盾。杨笠、王思文等女性脱口秀演员通过调侃传统观念，解构刻板女性形象，多元的女性形象获得了观照，展现了女性的内心愿望^[5]。这一过程得益于传播平台的进步。智能技术的进步让女性的讨论从线下延伸至线上平台，扩大了讨论范围。数字技术发展打破了空间束缚，让更多人看到“改变”和“发声”的可能，迅速聚拢了一批渴望挣脱传统性别观念的女性；其次数字技术为女性议题的讨论提供更广阔的平台，众多女性在情感上相互温暖和鼓励，在议题上进一步深化讨论，推动对传统性别观念的认知发展。随着越来越多的女性认识到建构“主体性”的重要性，媒介传播中关于女性形象塑造的改变也随之而来。

（二）走向“解蔽”的女性形象

女性形象走向“解蔽”首先意味着女性形象不再是单一平面的符号化存在，开始以其自身存在的价值受到关注，同时在过去被忽略的女性人物也开始得到关注，这一实践尤以在政治、医学、教育、文艺等各个领域涌现出的杰出女性为主。

女性形象的“解蔽”有赖于各个圈层的意见领袖积极地对过往被“污名化”的女性标签进行解构，争取表达自由。一方面有以中国妇女报为首的官方媒体借助人工智能生成和算法技术进行内容创作，宣传杰出女性的先进事迹；另一方面越来越多的自媒体博主围绕女性主题进行创作，重塑对女性身份“污名化”的符号意义，如对“林徽因”形象的重塑，过往公众的焦点在于她与其他男性名人的轶事，而现在更关注她在建筑、诗词上的成就。越来越多杰出女性事迹在数字平台传播，进一步证明女性的价值不应止于私人领域，智能技术为女性叙事“插上翅膀”，加速了男女平等意识的传播。

随着算法的互动加权机制的推动，具有争议性的女性话题被作为“流量密码”进行宣传分发，将观看体验不够完美但足够真实、丰富的女性推向了公众视野，客观上在提高着公众对女性的包容度和接受度。如麦琳作为婚姻观察类综艺《再见爱人》中的嘉宾，她在节目中不修边幅的状态以及小市民的行为引得众多网友反感，但作为一位正在经历婚姻阵痛的妻子和母亲，她的破碎恰恰丰富了公众女性样本，拓宽女性生存边界。带有流量属性的女性借助算法平台获得了大范围的关注和讨论，重塑了媒介认知中的女人，女性在媒介传播中不再是扁平的符号，而成为了真实存在、有血肉的人。

女性话语空间的建构新实践不仅表现在女性媒介形象的解构与重塑，同时在女性话题上寻求了突破。女性话题长期集中在婚恋与生育，公共空间的女性议题讨论也从“容貌焦虑”、“女性欲望”的具身性困境深入到探讨社会结构性问题中去。

三、“他者”到“她者”？算法平台的“解放”陷阱

高度商业化的媒介平台让同为用户的女性拥有了越来越多的表达的可能，现代媒体形式的多样化发展，也拓展了女性表达的主阵地。然而在高度商业化、数据驱动和算法驱动的媒介平台，现实生活中女性话语权建构似乎并不如媒介表现一样欣欣向荣，反而有着隐忧。

（一）被商品经济异化的“独立女性”形象

随着妇女的经济文化地位提升，妇女在媒介的话语权也获得了相应提高，然而随着女性在游戏、娱乐、餐饮、服装等行业所展现出的强大潜力，“女性解放”、“女性力量”也成为了部分媒介创作者吸引流量、赚取商业利益的密码，真正的“女性主义”异化为消费主义浪潮下的商品符号。

首先突出表现在影视媒介对伪“大女主”形象的塑造上。“女性力量”和“大女主”成为影视创作者营销的手段，然而其人物形象仍并未逃离窠臼，不仅仍大量围绕着爱情叙事，且始终将女性至于“第二性”。2023年暑期爆火的《长相思》将女主角小夭标榜为女性力量的代表，强调其坚韧不屈和清醒独立，然而实际上女性人物的角色弧光依赖于男性角色的庇护，甚至在“一女多男”的感情线中，小夭作为所谓独立女性也没有真正的自我决定的权力，剧情上必然服从于男性权谋。将“大女主”和“独立女性”局限于爱情叙事，并强调其在情感上的表象高位，并非真正有利于女性获得话语权的提升，这种为了获得女性观众支持而进行形式创作的行为本质上是一种不过是暂时性的商业行为。

其次是消费主义创造的虚假需求成为“女性力量”的虚假表征。鲍德里亚指出“女人之所以进行自我消费是因为她与自己的关系是由符号表达和维持的，那些符号构成了女性范例，而这一女性范例构成了真正的消费物品。”在如今高度商业化的媒介平台，“女性价值”也越来越多的同符号化的商品绑定。如“高跟鞋”同成熟的职业女性相绑定、不同的妆容同对应的女性身份相绑定，甚至将女性的身体作为“女性力量”的表征，如“蜜桃臀”、“漫画腿”等等。媒介平台以“女性力量”作为消费的口号，不仅是在异化“女性解放”的真正内涵，更是在资本逻辑下对女性思想和身体

的双层改造。

（二）被消解的“女性解放”口号

恩格斯提出：“妇女解放的第一个先决条件就是一切女性重新回到公共的劳动中去^[6]。”马克思主义妇女理论认为，女性受压迫的根源在于私有制，无产阶级解放道路是妇女解放的根本道路。从这个意义上说，妇女解放是全人类的共同目标，只有提高女性在公共事业的地位和贡献，才有可能实现妇女地位的提高。然而当“女性解放”、“女性困境”、“女性力量”成为媒介平台的流量话题，部分内容创作者借题发挥，引起不同立场的网民情绪对立，而真正的妇女解放则被湮没在大众狂欢中，削弱了它本身的意义。

算法强化了认知的对立，使得女性相关话题成为不敢轻易触及的话题，然而对于每一个个体来说，或许更应该关注身边的真实处境，从被算法裹挟中抽离，并积极改变不利于自身成长的真实处境，实现自身的成长，解放内心的枷锁并投入社会主义现代化建设才是当代中国女性主义的真实要义。

四、结语

在算法高度参与、商业化运营高度渗透的媒介时代，女性话语空间得到了前所未有的扩大，女性话题也得到了前所未有的关注度，女性主体性建构经历了从“遮蔽”到“解蔽”的转变。大数据算法虽为性别议题传播提供了技术加持，但“过滤气泡”与“流量导向”仍是亟待解决的问题。在未来，期待进一步推动算法透明化，减少流量导向和消费主义对性别议题的异化。唯有如此才能在算法时代构建起真正平等、多元的性别文化，解放社会的生产力，投入到当代社会主义现代化建设。

参考文献：

- [1]张洪忠,王袁欣.智能传播学:技术原理与应用研究[D].2023.
- [2]项国雄,刘然.圈层舆论的破圈识别、风险研判与治理范式[J].南昌大学学报(人文社会科学版),2025,56(06):159-168.
- [3]师文,陈昌凤.社交分发与算法分发融合:信息传播新规则及其价值挑战[J].当代传播,2018,203(06):31-33+50.
- [4][法]西蒙娜·德·波伏娃.第二性I[M].郑克鲁译.上海:上海译文出版社,2011.
- [5]台雪纯.脱口秀女演员的性别话语研究[D].苏州大学,2023.
- [6]王焕臣.妇女参加社会劳动是妇女解放的一个先决条件[J].中华女子学院学报,1993,(01):13-14.