

研究論文

父權制、網絡厭女與女權主義的中國化 詮釋

甘麗華

摘要

網絡技術與平台的發展一方面推動了女權主義在中國的傳播，另一方面也助長了仇恨言論和厭女文化。通過對知乎平台4,440條有關田園女權問答文本的分析，本研究發現該網絡討論形成了一種對中國女權主義和女權主義者的二元對立呈現和詮釋，也即「真女權」與「偽女權」。「真女權」被賦予強調個人努力、支持男女平等、既關注女性也關注男性等特質，而作為「偽女權」的田園女權則被認為只要權利不要義務，過度強調物質，走向極端、追求特權，其擁護者缺乏女性魅力、崇洋媚外等。和中國父權制的現實實踐密切相關的彩禮、生育和孩子冠姓等問題成為討論的熱點議題。討論者對中國性別平等現狀的評價與現實相比出現較大差異，不同性別之間的相互評價偏負面。中國傳統父權制處於被解構與再建構的雙重流向之中。值得警惕的是中國女性權益運動的歷史成果面臨被消解的可能。相應的經濟、社會、文化改革才能為性別平等提供制度性保障和結構性改變。

關鍵詞：田園女權、知乎、網絡厭女、中國父權制

甘麗華，華中師範大學新聞傳播學院新聞系副教授。研究興趣：數字文化、新聞社會學、跨文化傳播。電郵：ganlihua@mail.ccnu.edu.cn

論文投稿日期：2020年2月15日。論文接受日期：2020年10月15日。

Research Article

Patriarchy, Networked Misogyny, and Interpreting Feminism in China

Lihua GAN

Abstract

Information and communication technology have both contributed to the spread of feminism in China and stimulated hate speech and misogyny. Based on qualitative analyses of the texts of all relevant questions and answers on the Chinese Q&A platform Zhihu, the findings of this study showed a binary interpretation and presentation of Chinese feminism and feminists in male-dominated online discussions, namely authentic feminism versus fake feminism. Authentic feminism is thought to focus on individual efforts, equality, and both men's and women's rights. As a type of fake feminism, Tianyuan feminism is thought to ask for rights without fulfilling gender responsibilities, as well as over-emphasizing material interests and pursuing women's privileges. Tianyuan feminists are pictured as unfeminine and subservient to foreigners, especially foreign males. Betrothal gifts, childbirth and care, and surnaming the next generation were the most frequent topics among the relevant questions and answers on Zhihu. There is a huge gap between people's, especially males' evaluations of gender equality and the real situation in China. The opposite gender is judged negatively, and Chinese patriarchy is confronted by both deconstruction and reconstruction. Further economic, social, and cultural reforms are necessary to provide both institutional support and make structural changes to promote gender equality.

Lihua GAN (Associate Professor). Department of Journalism, School of Journalism and Communication, Central China Normal University. Research interests: digital culture, sociology of journalism, intercultural communications.

Patriarchy, Networked Misogyny, and Interpreting Feminism in China

Keywords: Tianyuan feminism, Zhihu, networked misogyny, Chinese patriarchy

Citation of this article: Gan, L. (2021). Patriarchy, networked misogyny, and interpreting feminism in China. *Communication and Society*, 57, 159–190.

致謝

本文初稿曾在香港中文大學新聞與傳播學院「性別與傳媒」工作坊宣讀，感謝工作坊主辦方及與會同仁的寶貴意見。特別感謝學刊匿名評審人及編委會提出的寶貴修改意見。感謝華中師範大學新聞傳播學院馬晨雨、余佳瑾兩位研究生同學在資料收集方面提供的幫助。

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

女權主義一詞被認為在中國長期以來是一個貶義詞(Wang, 1999)。「feminism」在引入中國的翻譯過程中，曾經歷從「女權主義」到「女性主義」的轉變，弱化其積極的政治意味，回避對「女權主義」的「偏見與誤讀」(閔冬潮，2009)。網絡技術與平台的發展一方面推動了女權主義在中國的普及與傳播，年輕一代女權主義者借助市場化媒體及互聯網平台，通過諸如「佔領男廁所」、「裸照反家暴活動」等「街頭行為藝術」製造新聞、吸引眼球，推動女性權益相關議題的討論與發展(Han & Lee, 2019; Li & Li, 2017; Tan, 2017)。但另一方面網絡技術與平台的發展也助長了仇恨言論與厭女文化，再生產著貶抑、歧視婦女的文本與話語(曹晉，2015a, 2015b, 2015c; 李丹，2011; 徐智、高山，2019)。

「田園女權」是產生並流傳於網絡的專有名詞，這一具有「中國特色」的概念也帶有明顯的貶義。中國部分主張女性權利的群體被冠上這一稱呼，並被指責為「追求單邊利己的權利」、「偽女權」、「只會喊口號而沒有行動」、「盲目偏激的女權主義」。「田園女權」被視為「大傳媒時代下的無韁野馬」，「馬蹄踢踏，運力於地，似乎隨時準備出擊奔騰，毫不收斂」(杜雲飛，2017)；是女性覺醒的「誤入歧途」，中國男性在其陰影下「失聲、妥協、逃避」，「集體不作為」(郭小蘭，2019)。而在其他研究者看來，性別不平等在中國重新抬頭，「女性在過往歷史階段所獲得的種種利益，在後社會主義改革時代已經遭到破壞」(洪理達，2016: 11)，中國女權主義行動近年來變得「政治敏感」(Greenhalph & Wang, 2019)，甚至遭到壓制(crackdown)(Han & Lee, 2019)。

網絡厭女(networked misogyny)被視為「性別戰爭的新時代」，成為全球學者關注的重要議題(Banet-Weiser & Miltner, 2016; Diaz-Fernandez & Evans, 2019; Jane, 2016; Jeong, 2015; Massanari, 2017; Stoeffel, 2014; Vera-Gray, 2017)。在全球性的「網絡厭女」背景下，中國當下出現的針對「田園女權」的「網絡圍剿」是對中國爭取性別權益行動的污名與貶低，還是針對部分「偽女權主義」的糾偏？其產生和傳播呈現了何種話語邏輯與權力結構？將在何種程度上影響未來中國性別平權運動的發展？本研究將國內最流行的網絡問答社區、「田園女權」相關討論集中地——知乎平台作為研究和分析上述問題的獨特視窗，以期揭示相關討論背後的性別意涵、個體情緒與社會心理結構，幫助人們理解新

媒體技術與性別秩序建構之間的複雜互動，最終推動中國性別平等的發展。

文獻綜述

作為「雙面門神雅努斯」(Janus)的女權主義

儘管女權主義首先是女性的社會運動，但其對男性及其他性別同樣影響深遠。性別關係首先是權力關係，一方權利的主張一定會涉及另一方的生存狀態。面對女權主義的發展，男性發展出了不同的應對策略。部分男性反擊女權主義的方式之一是製造重度負面刻板印象，如女權主義者富有攻擊性、在外貌上缺乏魅力等。也有男性積極擁抱女權主義，比如上世紀80年代的「新男性」代表著一種中產階級的男性氣質塑造 (Edley & Wethrell, 2001)。

英國學者 Nigel Edley 和 Margaret Wethrell 在 2001 年的一項研究中，借用小說《化身博士》中的人物形象，把男性對女權主義和女權主義者的二元對立的呈現和闡釋概括為經典的「傑基爾和海德」(Jekyll and Hyde)：一種是好人「傑基爾」——溫和、清醒、理性、積極和中庸，追求平等的訴求本身單一、普通和合理；另一種則成為了壞人「海德」——極端、仇恨男性、缺乏女性魅力的食人怪魔，也即極端女權主義和女權主義者。這兩種相互競爭的修辭策略帶來不容樂觀的影響：暗示性別平等已經實現，從而消解了進一步政治行動的可能性 (Edley & Wethrell, 2001)。

Sarah Riley (2001) 的研究也發現男性接受女權主義價值觀，但排斥女權主義者。這種策略性割裂 (decoupling) 可被解讀為男性努力降低性別政治對當代社會的影響，弱化男性壓迫女性的歷史角色及其享受到的性別特權。這種話語實踐使得女權主義者的聲音和其社會變革倡議被邊緣化。

近年來，通過社交媒體，女權主義行動和組織的可見度得到大幅提升，在社會名流中出現一種「女權主義者化」(feministification) 現象 (Hamad & Taylor, 2015; Keller, 2015)，其中包括擁有大量年輕粉絲的

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

歌手碧昂絲、時尚博主泰薇·蓋文森、創作歌手洛兒及演員艾瑪·沃特森。不同於「壞人海德」的形象，這些女性富有、炫酷、美麗，她們讓女權主義也變得閃閃發光。

正是在上述女權主義和女權主義者(重新)進入社會主流的背景下，新西蘭學者 Octavia Calder-Dawe 和 Nicola Gavey (2016) 研究新西蘭青年群體對女權主義和女權主義者的談論與闡釋。她們的研究驗證了對女權主義和女權主義者二元呈現的存在。一種是「非理性的女權主義」話語，包含四個要素：女權主義想要凌駕於男性至上，貪婪地追求特權；女權主義已經過時，性別平等的任務已經達成，女權主義應該成為古董；女權主義者是狂熱分子，盯著一些諸如「policeman」稱呼的小事情不放，生硬拒絕男性的禮貌行為；女權主義者都缺乏女性魅力。另一種則是「合理的女權主義」話語，這一話語認為女權主義追求的是所有人的平等，既包括女性也包括男性，同時女權主義挑戰了現存的社會不平等，可以改變社會，女權主義合理且必要。但和以前的研究認為這種二元對立的呈現阻斷了政治行動的可能性不同，她們提出，「合理的女權主義」(reasonable feminism) 話語為年輕群體參與性別平等行動提供了正常化和正當化的資源，為政治行動創造了空間 (Calder-Dawe & Gavey, 2016)。

網絡厭女 (Networked Misogyny)

厭女 (misogyny) ——對一半人類的仇恨與非人化 (dehumanization) ——可謂「世界最古老的偏見」(Holland, 2006)，甚至成為社會的「常識」(common sense)。不同時代、不同文明的歷史記錄表明：男性僅僅因為其性別而譴責、歧視女性被視為再正常不過的事情。隨著互聯網技術的發展，厭女同樣在網絡空間擴散開來。網絡厭女 (networked misogyny) 標誌著「一個性別戰爭的新時代」(Banet-Weiser & Miltner, 2016)。澳大利亞學者 Emma A. Jane (2016) 將自 2011 年以來急劇上升的針對女性的網絡仇恨稱之為「性別化電子憎恨」(gendered e-bile)，不再是個人遭遇，而成為重要的社會問題，一個「女權主義問題」。儘管「性別化電子憎恨」的媒介是新的，但其內容沒有超出「舊傳統」——這一傳

統堅持認為女性是低等的；女性的首要價值在於其性功用；女性不屬於公共領域；越界的那些女性必須回到原來的位置上，否則將受到懲罰。

對於網絡厭女的產生原因，有些學者將之歸為技術性因素或法律因素，如互聯網的匿名性、網絡平台的可供性、結構、政策等 (Jeong, 2015; Stoeffel, 2014)。部分學者尤其是女權主義學者 (Banet-Weiser & Miltner, 2016; Diaz-Fernandez & Evans, 2019; Jane, 2016; Massanari, 2017; Vera-Gray, 2017) 提醒注意網絡厭女背後的文化因素以及合法化厭女邏輯的社會情境因素。

一是有毒的互聯網技術文化 (**toxic technocultures**)，即極客文化與極客男性氣質 (**geek masculinity**)。極客文化強調專業知識和專門技能的學習、分享與傳播，尊崇智力、聰明、技藝。同時，極客文化以白人男性為中心，極客男性氣質是一種霸權男性氣質，強調智商勝過情商，但對體育缺乏興趣，且在兩性關係上表現笨拙。極客男性氣質奉行網絡自由主義 (**cyberlibertarian**) 道德觀和精英理想主義 (**meritocratic idealism**)，傾向於把女性看作性欲對象或是不受歡迎的入侵者，反對女性及其使用技術、參與公共生活。美國學者 Adrienne Massanari (2017) 研究了在社交新聞網站 Reddit 上發生的「遊戲玩家門」 (**Gamergate**) 和「明星私照洩露門」 (**the Fappening**) 兩個網絡事件，發現它們都體現了類似極客文化佔據主導的網絡平台的觀念：女性就該被羞辱，不值得享有隱私權。上述兩個網絡事件的參與者甚至認為自己羞辱女性遊戲開發者和發佈女性明星私人照片的行為很「高尚」 (**noble**)。這種文化下的平台演算法和管理使得性別歧視、厭女和反對女權主義的威脅等內容更容易被分享。

二是「網絡噴子」 (**troll**) 的出現。英文「**troll**」原本指釣魚時在水中拖動誘餌引起魚群騷亂，在網絡時代發展為指代那些對論壇的主旨抱有敵意、因而不斷製造擾亂與破壞的網絡用戶 (Herring, Job-Sluder, Scheckler, & Barab, 2002)。隨著新的社交平台 and 應用的出現，網絡噴子遍及互聯網，女權主義論壇也不例外。有學者 (Vera-Gray, 2017) 認為針對女性和女權主義的網絡噴子實質是一種網絡陌生人侵犯，延續了現實生活中的大街騷擾 (**street harassment**)。女性在網絡上遭遇暴力與騷擾的背後仍舊是社會大環境中的性別不平等。

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

三是**流行女權主義 (popular feminism) 的局限**。Banet-Weiser等認為，作為一種文化現象，流行女權主義的核心主題是女性自信，很少挑戰性別不平等背後的父權制結構 (Banet-Weiser & Miltner, 2016)。流行女權主義是一系列大眾可及的社會實踐和社會環境，如有組織的遊行、網絡話題參與行動 (hashtag activism) 和購買商品等。流行女權主義是一種「快樂」女權主義，其在電視、電影、社交媒體、甚至身體上的曝光很重要，但「經常止步於此，似乎『看見』或者購買就是在改變父權制結構」(Banet-Weiser, 2018, p. 4)，而其實質是能流行的都是那些沒有挑戰不平等深層結構的內容。與高度可見的流行女權主義並存的是流行性厭女 (popular misogyny)。當越來越多的女性被鼓勵自信和擁有高自尊時，部分男性將之看作對其在社會等級中的優勢地位的攻擊，認為女性和女權主義是男性缺少自信和賦權的元兇。

網絡技術與平台的發展一方面推動了女權主義在中國的傳播，另一方面也助長了仇恨言論和厭女文化。如洪理達 (2016: 13-17) 認為包括全國婦聯網站、新華網等網絡媒體在內的中國媒體主導的「剩女」宣傳運動中充滿了「赤裸的羞辱性言論」，將城市女性取得的巨大成就視為笑柄，是性別不平等現象大規模重現的一部分。

曹晉 (2015a, 2015b, 2015c) 研究了「綠茶婊」、「屌絲」等網絡新修辭與轉型中國性別政治的關係，認為網絡新媒體作為各社群抗爭的平台，雖然能提供另類話語和女權主義話語，但就目前轉型中國的情況來看，網絡新媒體再生產著貶抑、歧視婦女的文本。

衰落與反彈並存的中國父權制意識形態

作為20世紀60-70年代女權主義學術的主要分析框架，父權制 (patriarchy) 包括社會和家庭一整套制度秩序和系統，解釋了婦女的屈從地位。在凱特·米利特 (Kate Millett) (2000) 看來，它是一種獨特的、難以消除的社會體系，同階級與種族階層並存。

Juliet Mitchell (1966) 把婦女受壓迫機制分成四大類：生產、生育、性生活及兒童的社會化。「生產」歸於工業經濟的資本主義市場，生育、性與兒童社會化則被視為與生物社會相關的家庭私域。

父權制、網絡厭女與女權主義的中國化詮釋

有著英國教育背景的韓國學者張必和(白路、杜芳琴, 2009)提出了「亞洲父權制」概念。她把父權制分為狹義的家庭體系的父權制和較廣範圍內的社會系統的父權制。作為家庭制度的父權制, 父系制(即世系、血統或家系按照父子相承的慣例)、父居制(以父親的住所為居所)、父姓制(姓父親的姓氏)是三個基本構成。在婚姻關係中, 父權制又包括夫權制(丈夫的權力)、夫系制(丈夫家世的延續)及夫居制(妻子婚後移到丈夫的居所的規制)。作為社會制度的父權制, 分成社會組織系統、生產方式、價值體系及其運作, 如婦女被限制在家庭領域的同時, 公共領域的價值被提升, 而這些又得到法律的認可並得以鞏固, 及在生產中的勞動分工性別等級中, 婦女的工作被視而不見甚至被貶低, 因而將婦女解釋成為「天生低劣」。在價值體系中除了男性中心的權力崇拜, 還含有強烈的「厭女」成分; 精心製作的男主女從、男優女劣的範式影響著每一個出自父權家庭的個人。

父權制的變化在全世界發生, 中國也不例外。在分析中國的父權制時, 學者金一虹(2002)提出父權制包含建立在年齡、輩分和性別基礎之上的等級制, 更強調的是男性家長的權威性和專制性, 是以父系、父居和父子關係為核心; 而夫權強調的是婚姻關係中丈夫對妻子的控制和支配(包括對她的勞動、生育力和性資源的控制和支配)。她關注到一種矛盾現象: 一方面「具有父權象徵的傳統權威結構日益在消解之中」, 但同時「夫權的弱化遠沒有父權的頹勢那樣明顯」。

有研究者發現對於性別平等, 中國的男性和女性之間存在巨大分歧(dramatic divergence)(Pimentel, 2006)。1949年後不同世代的中國女性都持有性別平等的意識形態, 但持有性別平等觀念的男性比例卻持續下降。男性的這種態度反映了在女性和國家平權壓力之下的一種抵制(backlash), 對其伴侶的婚姻品質產生了顯著的負面影響。對於女性來說, 她們對於性別平等的期待高於現實的變化。同時, 在家庭和社會結構中性別平等壓力之下, 年輕世代的男性對於其妻子要求他們參與家務勞動憤恨不已, 比他們的前輩更不贊成性別平等。

還有研究者提出簡單的父權制衰弱與否不能描述中國性別結構的現實, 中國進入「後父權制時代」(沈奕斐, 2009)。在當代中國城市家庭中, 父親的權力衰弱了, 年長的男性已經無法支配家庭中的每一個

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

人，但男性的權力並沒有衰弱，從夫居向「從子居」發展。女性的地位出現既上升又下降的悖論：年輕女性也即媳婦的權力上升，整體女性的權力沒有上升，老年女性的權力下降了，年輕女性獲得權力來自年老女性的權力讓渡而並非男性。

知乎平台關於田園女權的問答討論同樣形成了一種對中國女權主義和女權主義者的二元對立呈現和闡釋，對「田園女權」的相關描述和討論帶有較強的「厭女」情緒，在價值觀上強調維持中國傳統父權制的基本制度，如家務、彩禮、冠父姓等等。在上述豐富的研究文獻基礎上，本文將把田園女權相關討論置於具體社會情景之下進行詳細考察，以揭示其背後的常與變(哪些性別規範在維持甚至復興？哪些被貶抑甚至拋棄？哪些新的性別規範在出現？)、異與同(中國網絡厭女如何呼應了全球環境下的厭女？又與其有何不同？)。

研究方法

本研究使用爬蟲軟體收集了知乎平台所有針對「田園女權」的提問和回答。採集的數據主要包括兩個部分。第一部分數據旨在分析參與「田園女權」討論的主體，包括所有回答問題的用戶個人資訊，如暱稱、性別、簡介、行業、地區、教育背景、個人成就(累計獲贊數、累計收藏數、累計感謝數)等。知乎平台在基於「問題不專屬於某一個人，它們就像維基百科上的詞條一樣，是公共資源」(知乎小管家，2016)的認識之上，不顯示提問者名字，因而沒有收集提問者的個人資訊。第二部分數據為文本，即包含「田園女權」一詞的所有提問和回答。截至2019年9月11日，共收集用戶資訊3,776條，相關提問137個及回答4,440條。

選擇「知乎」平台作為本文研究數據來源的原因在於：「知乎」是中國互聯網一個龐大的深度內容聚集地，用戶基礎大且活躍，以生產和傳播知識為目標，其生產的內容相對系統、有一定深度。知乎官方數據顯示(瞭望，2019)，截至今年1月，知乎用戶數達2.2億，其問題數超過3,000萬，回答數超過1.3億。同時「知乎」平台已成為關於田園女權討論的集散地，在「知乎」搜索中經常可以看到「為什麼我不喜歡田園女權」、「田園女權作了哪些惡」、「田園女權是不是女權癌」等問題。

父權制、網絡厭女與女權主義的中國化詮釋

數據分析主要分為三個步驟。首先通過量化統計，對參與「田園女權」相關問答的用戶性別、教育背景、居住地區及其從事的行業進行分析（這部分研究發現將另文討論）。其次，利用Python及中文分詞庫Jieba2，對4,440條回答樣本進行中文分詞，並統計詞頻。剔除量詞（例如「一個」），代詞（例如「這個」、「這種」），連詞（例如「所以」、「但是」）等無實際意義詞，以及「女權」、「女性」、「男性」等因和主題相關而必然出現的詞彙後，選取詞頻最高的前50個詞作為關鍵詞，形成詞雲圖（如圖一所示）。其中「權利」（1,472次）、「平等」（1,325次）、「平權」（1,216次）、「真女權」（862次）分別位於第2、4、5、6位，「偽女權」（637次）、「利益」（572次）、「義務」（566次）、「極端」（382次）分別位於第11、12、13和23位，這一系列高頻詞圍繞「真女權」、「偽女權」形成主題和概念集合。此外，「孩子」（815次）、「結婚」（447次）、「家庭」（427次）、「彩禮」（278次）、「生育」（243次）分別位於第7、19、20、34和45位，圍繞「生育制度」形成另一個主題與概念集合。在此基礎上，研究者初步確定了知乎平台有關田園女權相關回答的兩大核心主題和概念：針對女權主義和女權主義者的二元對立呈現以及彩禮、生育及冠姓背後的性別意涵與中國父權制意識形態。最後結合回答點讚數量，篩選得到789條核心回答，導入NVivo12進行詳細編碼和分析。

圖一 知乎有關「田園女權」問答的詞雲圖



《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

在以上分析的基礎上，本研究嘗試回答以下問題：圍繞「田園女權」談論的內容主題是什麼？這樣的討論揭示了何種社會情境與意義？

中國語境下的「傑基爾」和「海德」

對於女權主義和女權主義者，人們存在兩種對立的、競爭性的闡釋 (Edley & Wetherell, 2001)。一種是偏自由主義的闡釋，直接甚至略簡化，認為女權主義者只是追求平等 (equality)。這種闡釋塑造的是女權主義的好人「傑基爾」形象：溫和、清醒、理性、積極或中立。另一種闡釋則更為複雜和具體，傾向於人格化女權主義者，涉及其外貌、性取向和對男性的態度等主題。這種闡釋建構的是壞人「海德」：咄咄逼人的食人惡魔。

在知乎關於田園女權的相關問答中，針對女權主義和女權主義者的二元對立呈現同樣存在，但與「傑基爾」和「海德」、「好」與「壞」的對立不同，它是「真女權」與「偽女權」的對立。類似下面的表述廣泛存在：

真女權：我可以做這個。

偽女權：別讓我做這個。

真女權：我們要擁有平等的權利來實現自身的價值。

偽女權：我們要擁有男人擁有的權利但我不想承擔義務和責任。

真女權：男人能做的女人也可以，甚至可以更出色！

偽女權：我能生孩子，男人不行。

在這些討論中，「真女權」/「正常的女權」被賦予如下特質：

強調個人努力：真女權主義者，「不斷提高自己，讓自己不依賴男人」、「自己能夠堅強和勤勞」、「通過做一個女強人而取得成功」、「靠身體力行為國家和民族貢獻力量」、「不服輸，不認輸」、「用自己一身本事以及拼搏的精神證明『誰說女子不如男』」。有參與問答者提出：「如果現在有個女生說，為什麼中國沒有女主席，不公平，我要從政，通過自

父權制、網絡厭女與女權主義的中國化詮釋

己的努力當上中國第一個女主席；如果現在有個女生說，為什麼馬雲、馬化騰、王健林都是男的，不公平，我要創業，憑自己的雙手當上中國首富，不是中國女首富；如果現在有個女生說，為什麼沒有中國人拿菲爾茲，我要好好學數學，成為第一個中國菲爾茲獎得主……如果你把這叫女權，我百分之百支持，我是堅定的女權主義者。」

被認為是「真女權」典範的主要有三類人：歷史人物，如平陽公主、聖女貞德等；中外女性政治人物，如鄧穎超、吳儀、宋慶齡、默克爾 (Angela Merkel)、希拉里 (Hillary Clinton)、冰島總理約翰娜·西於爾扎多蒂 (Jóhanna Sigurzardóttir)、馬拉拉·優素福扎伊 (Malala Yousafzai) 等；以及取得突出成績的現代女性，如郭鳳蓮、邢燕子、吳健雄、屠呦呦、林巧稚、董明珠、楊惠研等。

支持男女平等：「真女權」是「平等就業，責任均分，義務共擔，權利共用」；男性和女性「享有平等的權益，承擔平等的義務，以及平等的道德準則」；要做到真正的性別平等，就要「給兩性同樣豐富的選擇權並給他們同樣的基礎義務」。真女權追求的是「男女平等」，而不是「女性至上」。

這種平等甚至進一步走向了平均主義，如結婚買房時，雙方各出一半錢，產權各百分之五十，孩子一起照顧，家務分攤；雙方的經濟開支和感情付出盡量做到平等，沒有彩禮和嫁妝。有參與問答者認為：「女權是追求男女平權，是讓女人可以像男人一樣，在政治、經濟、文化、社會和家庭等各個方面享有同等的權利，負擔同樣的義務。女權主義是追求女性應有的權利 (right)，而不是權力 (power)。」

既關注女性也關注男性：「真女權」關注的不僅是女性，關注更多的是「性別的刻板印象帶來的歧視」，既要關注到女性在職場中受到的歧視、家庭主婦創造的價值不被社會認可，也要關注到男性在婚戀中處於的劣勢、被消費主義輿論綁架等不公平的現象。相當一部分回答提到女權應該和男性尤其是「普通男性」、「中下層直男」結盟：「不管是田園女權還是真正的女權，如果想要真正爭取到合法的利益，你的男性朋友都是你的同志、你的戰友，不是你的敵人。」

田園女權則被作為「偽女權」在中國的具體體現，被認為具有以下特徵：

《傳播與社會學刊》，（總）第57期（2021）

只要權利不要義務：田園女權被認為是「封建男權和西方女權相結合的怪胎」，巧妙地融合了中國傳統家庭觀念與西方女權思想，只享受傳統與現代兩種模式中的權利，而不履行兩種模式中的義務，是「雙重標準」。田園女權者被認為是「一群只想享受不想付出的人」、「懶惰的人」以及「精緻的利己主義者」。

這些討論認為田園女權想要享受的權利包括：男性賺錢養家、高額彩禮、房子、孩子冠姓權、不工作、不買單、收取節日禮物等。而被田園女權者拋棄的「義務」既包括家庭義務——女性「應盡的義務」或「傳統文化中的女德義務」，如家務、「相夫教子」、「無私犧牲前途成全家庭」、成為「賢妻良母」等，也包括社會義務，如跟男性一樣從事生產勞動，工作上的髒活累活危險活體力活、服兵役、工地搬磚、刷水泥、物流搬貨、「上陣殺敵」、「搶險救災」等等。

過度強調物質：中國女性被認為是「兩性關係裡的普遍獲利者」、「拜金主義」及「要求男方在物質方面是完美的」。網絡上的中國女權，被認為「核心只有一個『買』字」。在相親的場景下，女性被指首先關注的是男方的物質條件，是否有車、有房。在日常生活場景下，中國女性也被指要求男性為自己購買昂貴的禮物，如名牌口紅、手錶、包等。

有回答者提出，在互聯網上，中國女權是「販賣給女性看的」生意。類似微信公眾號運營者咪蒙的網絡大V產生了非常惡劣的影響，寫的文章讓人看了「一時爽」，自己掙夠了錢，但「禍害了一批沒什麼心眼，沒什麼城府，沒什麼自我判斷能力的人」。行銷號試圖用田園女權取代女權，把田園女權當成女權的唯一標準。

還有回答者將互聯網女權定義為商品化的「泛女權」：販賣焦慮，收割利益，通過製造兩性對立而獲取流量變現。「你負責掙錢養家，我負責貌美如花」、「嫁個把你當女兒寵的男人」、「他愛不愛你，看購物車就知道了」、「送兩百塊錢的禮物，不如送她自由」等網絡行銷號製作及傳播的標題及觀點，激起了比較明顯的反對意見。

走向極端，追求特權：田園女權被認為變成了一種「強調群體的對立、強調仇恨思想和行動上的對抗」的極端意識形態——追求的不是男女平等，而是追求「凌駕於男權之上」，宣揚「女尊男卑」；追求的不

父權制、網絡厭女與女權主義的中國化詮釋

是平權，而是「高人一等」、「女性事事優先」的「特權」。田園女權被指走向極端，其具體表現包括：製造對立和矛盾，「一味地煽動、慫恿、販賣焦慮」；仇男，把部分男性的犯罪行為推廣至所有男性，號召對騷擾女性的男性實行化學閹割；忽視男性權益，如反對為男性被家暴者發聲。

不少回答者聲明，自己不是反女權，而是反田園女權，希望用「平權」代替「女權」。

圖二 網絡配圖



信奉田園女權的人缺乏女性魅力：田園女權人士被刻畫為「失敗人士」、「處於社會底層的可憐人」、「腦殘女」及「下等人」等。她們被指在外貌上缺乏女性魅力，「微胖或肥胖，身高149至168，年齡26至40，比較油膩，圓臉，身材臃腫，顏值4分以下」；在情感上，或者有過婚史、受過情傷，或者缺乏追求者而長久單身；在學歷方面，學歷中等，大部分「沒有受過良好教育」；生活上沒有好的工作，處處遭受排擠，因而心懷不善；在知識方面，沒有獨立思考能力，「被公眾號毒雞湯洗腦」。這些女性被認為因自身條件差無法得到男性和社會的優待，所以將自己的悲慘歸因為「男權壓迫」，進而產生了「敵視男性的反社會型人格」。

崇洋媚外：田園女權還被指貶低中國男性、抬高外國男性，尤其是白人男性，宣稱「中國男人配不上中國女人」。田園女權被指對國內男性無底線貶低，包括其外貌、衣著、基因、能力、性格等，卻鼓勵

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

女性和外國男人談戀愛結婚，宣揚「只要嫁給外國人，就能擺脫一切婚姻的困擾」。不少回答者給田園女權甚至中國女權貼上了「逆向民族主義」的標籤：「以外國男人為榮，以本國男人為恥」。

上述針對女權主義和女權主義者的二元對立呈現具有豐富的性別意涵，揭示了中國進入市場化、全球化後，從過去以國家主宰的平等神化為特徵的社會性別到被新的市場導向的社會性別話語的轉向，以及國家、市場和傳統文化三種力量相互交疊、合作與制衡的複雜性別秩序與權力結構(曹晉，2015a)。

首先，表達對所謂「真女權」支持的背後是「平等」概念的模糊與失焦。有研究者(Edley & Wetherell, 2001)提出，針對女權主義和女權主義者二元對立話語的背後是男性的認同工作(identity work)——強化自己支援性別平等、作為理性模範的形象。認為女權主義者只是追求平等的話語，旨在強調其正常，暗示女權主義者和其他普通女性並無差異。平等被認為是文化上的老生常談(commonplace)、無需質疑的原則性觀點。這使得溫和女權主義被吸收進社會的多數派中，變成一個普通女性和普通男性都可以使用的身份。令人樂觀的方面是，這意味著男性至少接受了女權主義運動的核心信條之一，也即男性和女性生來平等，應該享有同樣的機會。悲觀的方面則在於，在平等概念之下，男性發展出了「絕對」(total)平等、「完全」(complete)平等概念，使得平等原則變成了充滿灰色地帶的模糊概念。知乎平台針對田園女權的相關討論把「平等」置換成「平均」，如結婚買房時，雙方各出一半錢，產權各百分之五十，孩子一起照顧，家務分攤；雙方的經濟開支和感情付出盡量做到平等。但現實與「平均」相去甚遠，如官方公佈的數據顯示，2010年職業女性用於家務的平均時間為男性的2.5倍至3倍；51.7%的已婚男性擁有單獨房產，而已婚女性單獨擁有房產的比例僅為13.2%(第三期中國婦女社會地位調查課題組，2011)。

其次，對「偽女權」也即田園女權的批評可視為女性再生產責任的強化。2012年，曾任美國政策規劃司司長的Anne-Marie Slaughter在《大西洋雜誌》上發表了一篇題為〈為什麼女性還是不能擁有一切？〉的文章。這篇文章在美國激發了熱烈的討論，成為《大西洋雜誌》史上閱讀最廣泛的文章。不久後，Facebook公司的首席運營官(COO)謝麗爾·

桑德伯格出版了女權主義宣言書——《向前一步》，迅速成為《紐約時報》最暢銷書籍。這種過去不曾發生的上層權勢女性公開宣稱自己為女權主義者的現象促發學者 Catherine Rottenberg (Rottenberg, 2013, 2014, 2017, 2018) 對上述文本進行研究，發現女權主義傳統上的相關詞彙——「獨立、權利、自由和社會正義」被「幸福、平衡和往前一步」所取代。她將之稱為新自由女權主義：高度個體化，強調女性自我照顧和為自己的狀態負全責，核心是工作-家庭的幸福平衡。平衡 (balance) 被當作理想的女權主義典範，同時出現在主流媒體和通俗媒體上。

新自由女權主義強調不以家庭為代價的職業成功和經濟成就。在女性依然承擔大多數再生產勞動的情況下，這其實增加了女性的負擔。在知乎平台有關「真偽女權」的討論中，我們同樣可以看到新自由女權主義的影子——強調女性個人努力，把決定女性生活狀態的責任全部放置在女性個體之上，不承認造成性別不平等的社會經濟和文化等結構性因素，且把所有形式的再生產勞動（對人的生產、養育、照料、陪護等與生命再生產相關的勞動）的責任放在了女性肩上。女性被要求承擔的「義務」既包括再生產勞動——如家務、相夫教子、做「賢妻良母」等，也包括社會勞動，如跟男性一樣從事生產勞動，工作上的髒活累活危險活體力活、服兵役、工地搬磚、刷水泥、物流搬貨、「上陣殺敵」、「搶險救災」等等。

再次，市場經濟與全球化帶來的跨國新自由資本主義與消費邏輯，對中國的性別關係和性別秩序具有重構作用。儘管有學者提出向社會灌輸「中國女性極度貪婪，而且追求物質享受」是媒體和房地產等商業力量的合謀（洪理達，2016：46），但不可否認在資本主義擴張邏輯的驅使下，消費邏輯成為統治邏輯，進而成為社會評價的唯一標準。男性與女性都成了消費文化的犧牲品。一方面，新自由主義經濟倫理滲透於國家對個體的控制，醫療、教育和住房等三大公共產品的商業化侵蝕並再造了中國社會各階層的分化，導致中國底層民眾普遍處於去福利化、無產化的困境。另一方面，消費社會中女性權力的遞升，女性在社會領域、職業領域、家庭領域的崛起給男性帶來相應壓力和焦慮。上述雙重危機進一步削弱了中國傳統男性氣質，但悖論的是與此同時出現了父權制內核的固化（曹晉，2015b）。

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

最後，對女權主義和女權主義者的二元對立呈現揭示了「網絡厭女」情緒在中國社交網絡平台的彌漫與散播。其具體表現有：一是通過對女權主義者的個人性別特徵，如外貌、身材、情感經歷、生活條件、知識水準等的負面評價，最小化女性價值，合理化和維持女性對男性的從屬地位；二是放大一些女性的某些特質，將這些特質等同於女性的全部，在原來基於生物性差異的歧視標籤如女性感性、軟弱、愚笨、不潔等等之上，加上了新的女性嫌惡話語，如拜金主義、追求物質、貪婪、懶惰等標籤；三是製造女性之間的衝突與「自我嫌惡」，有表明女性身份的參與問答者毫不掩飾自己對女性的厭惡：「我覺得女性和女性交往是最累人的事，我希望我以後如果只要一個孩子的話是男孩……從小到大我最不喜歡的事就是和女同學玩耍：各種耍心眼……我這輩子被傷得最狠的還是家裡血緣最親的那幾個女人。所以我挺討厭女孩的。」還有回答者將女性區分為「女權」和「傳統女性」兩個群體，認為作為「好女人」的「傳統女性」應該得到社會的補貼。上野千鶴子(2015)認為厭女症——女性蔑視處於二元制性別秩序的核心位置，如同物體的重力一般彌漫在這個秩序體制之中，因為「太理所當然而使人幾乎意識不到其存在」。社交網絡平台迎合了社會的厭女症情結，甚至助長了厭女症的發展，調侃、惡搞、攻擊等「變本加厲展現」的背後，是對女性自我的貶低和傳統性別規範的強調(李丹，2011)。作為一種「內化的性別歧視」，女性間的嫌惡情緒也從「一種潛在的、隱秘的心理感覺」發展為一種公開言說的「話語」(徐智、高山，2019)。

彩禮、生育及冠姓背後的性別意涵與中國父權制意識形態

費孝通(2005)把包括求偶、結婚和撫育在內的「從人種綿續的需要上所發生的活動體系」稱為「生育制度」。在知乎平台有關田園女權的問答討論中，彩禮、生育及冠姓等和「生育制度」密切相關的議題成為討論的重點和意見分歧的焦點。這一方面和知乎用戶的年齡特點有關。根據2017年的統計，知乎平台處於25-35歲的用戶高達61%，24歲以下的佔比22%(北京鬥牛士文化傳播有限公司，2017)。婚育是上述兩個年齡段群體的核心關注點。另一方面，這些議題與中國父權制，尤

其是家庭父權制的現實實踐密切相關，成為觀察當下中國父權制複雜現狀的一個窗口。

彩禮背後的性別意涵嬗變

從上世紀30、40年代開始，中國共產黨就認為收受彩禮是買賣婚姻的手段，在法律上明文廢止。1949年後的《中華人民共和國婚姻法》均未出現「彩禮」一詞，亦未規定相應的彩禮制度。但作為一種民間習俗，彩禮一直存在於現實生活中，且在近年出現「天價彩禮」現象，從幾千元漲至十幾萬元、二十幾萬元(李霞，2008)。

在知乎平台關於田園女權的討論中，彩禮成為一個重要話題，且討論者表示了較為一致的反對、「反感」態度，尤其是高彩禮。如有回答者提出：「彩禮是一個展示的機會，本身也可以接受，但是一定要在現實財力的基礎上提要求，(不能)沒有20w就不嫁。」

彩禮被認為是「傳統文化中方便女性佔便宜的習俗」、「滿身封建氣」、「(女性)自己物化自己」。田園女權被指選擇性地保留甚至擴大這些習俗，只講權利不講責任，「既要東方的彩禮又要西方的自由」。有回答提出，傳統社會裡，男方支付的禮金數量有限，如自己的姥爺當時的禮金只是三隻羊，「在老一輩傳統中嫁閨女是賠錢的」，而現在的女性「受了毒雞湯的洗禮」，「越來越變本加厲」。彩禮的多少不應該成為男女平等的評判標準。

有回答提出，在高房價、高物價的當下，彩禮完全讓男人背負既「不公平」，也「不合理」，因為部分地區給女方的彩禮不返還給兩人的小家庭，法律對彩禮缺乏保護。女方家庭應該準備價錢相匹配的嫁妝。鼓吹高彩禮，「會讓那些好不容易找到一個相濡以沫的配偶的好姑娘去要彩禮，撕破臉皮要錢，最終這段感情走到盡頭，雙方反目成仇。」

要房要車還要高額彩禮，被視為「貶低生產力價值抬高生育價值」、「貶低男性抬高女性」，女性單方面只考慮自己的風險利益，不考慮對方的承受能力或者承擔風險的公平性。彩禮意味著現在「男人的社會地位低下」。從標誌著「女性的被交換」(金一虹，2015)，到意味著

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

「男性社會地位低下」，人們對彩禮的性別意涵認知呈現一種顛覆性的改變。

彩禮在中國具有悠久的歷史，可追溯至西周的「六禮」，是「父母之命、媒妁之言」的聘娶婚制的產物。《禮記·坊記》曾記載「男女無媒不交，無帛不相見」。費孝通(2001)認為彩禮是男方家對女方家勞動力喪失的一種經濟補償。弗里德曼(Freedman, 1966, 1979)認為訂婚的彩禮具有三大功能：一是感謝女方家的養育之恩；二是標誌女性的權力在群體(家庭)之間的轉換；三是體現出男方家庭經濟條件比女方家優越。因而，彩禮既是男家對女家的一種經濟補償，也是女家衡量男子體能與智能的替代標識。還有研究者(蔡玉萍、彭鋼旒，2019)提出，彩禮和中國父權制的根本結構——從夫居相關，使得女性在自己的原生家庭中是臨時成員，在其夫家也是永遠的外人，她們在兩個家庭都無法獲得資源和權力。

彩禮在當下中國的性別秩序建構中意涵更為複雜。一方面，婚戀市場的女性稀缺一步步推高彩禮的數量。據媒體報導，中國出生人口性別比從上世紀80年代初開始就一路走高，並持續高位徘徊，最高峰的時候高於120(以女性為100)，一度成為全世界出生性別比最高的國家之一。人口學專家根據多次全國人口普查的數據，推算出從1980年到2010年這30年間，中國出生的男性為2.9億，女性為2.54億，男性比女性多出大約3,600萬。如今，那些在出生性別比最高的年代誕生的孩子正在陸續進入婚齡(劉世昕、何林磷、楊海蘭、天鳴，2016)。數千萬可能在婚姻競爭中失敗的男性面對房、車及高額彩禮時的焦慮與無力感不容忽視。

另一方面，女性是否從彩禮中獲利尚有待討論。有經濟學家指出，彩禮的提高有利於女性地位的提高。部分地區的女性甚至直接參與了彩禮的議定，並且掌握了對彩禮的支配權(閻雲翔，2006)。但也有研究者(上野千鶴子，2020)認為彩禮或聘金只是從丈夫的男性親屬手中轉移到妻子的男性親屬一方，還是在男性成員之間分配，並未改變女性和男性之間的地位。性別不平等結構反而因彩禮而被固化。女方主動索要高價彩禮，本身還不能視為婦女權利的完整擁有。父系制家庭是迄今為止婚姻交換過程中的「最大獲利者」(金一虹，2015)。

生育與冠姓：利益還是責任？

在知乎關於田園女權的討論中，生育被認為成為女性「要脅」男性（「動不動就說有本事你來生小孩」）、「訛詐男性」（「要男人買房買車給彩禮換取她們生育」）、「馴化」男性（「比較聽話的就有生育權，不聽話的就沒有生育權」）的工具。田園女權被指宣揚「不婚不育」，將生育責任作為討價還價的籌碼，貶低、仇恨「生育的女人和家庭和睦的女人」。

在參與討論者看來，屬於田園女權的女性具有一種受害者心態，「將生育理解為別人強加給女性的責任，將自己定義為受害者、被剝削者」；在此心態之下，生育成了交換的仲介——換取「男人買房買車給彩禮」、「換取更好生活」，追求自身利益最大化。有回答者提出：「一部分好逸惡勞的女性，發現可以將自己的生育資源變現，因此自我物化。」

在生育權是不是女性獨享方面，參與問答的知乎用戶產生了分歧。同意者認為生育權是女性特有的，因為「子宮女性獨有，生育能力女性獨享，生育帶來的風險女性獨立承擔」。反對者則援引法律規定證明生育權男女共有，女性可以選擇生或不生，也能選擇為誰而生，男性對此沒有選擇權，親子鑒定是男性維護自己生育權「最後的武器」。

不少回答用戶認為女性生育的難度和價值被誇大，提出高房價之下，生孩子的壓力明顯低於買房壓力；妻子獨自生育痛苦，丈夫獨自工作同樣痛苦。

在孩子冠姓方面，參與問答者對於女性「爭孩子的冠姓權」表達了較為強烈的不滿情緒，認為這部分女性把「想要孩子跟自己姓的男人渲染得跟家暴男一樣十惡不赦」。回答者提出的反對理由包括：雙方對婚姻的貢獻度不同，男方貢獻度更大，應該隨父姓，否則「女方出房子出彩禮」；大多數國家地區姓氏制度都是隨父姓，都是父權社會的產物，反傳統「不方便」，甚至帶來誤解——跟著媽媽姓的孩子容易讓別人以為父母離婚了；「財雄勢大」的女性想擁有冠姓權，可以招上門女婿。有回答者明確表示：「憑什麼孩子跟母姓啊，反傳統多不方便啊？或者跟女方姓也行，女方出房子出彩禮。」

《中華人民共和國婚姻法》第二十二條規定：「子女可以隨父姓，可以隨母姓」。儘管法律確認父母對子女擁有平等的冠姓權，但在現實中

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

形成了父親獨佔子女冠姓權的習俗。在當代社會，父親獨佔子女冠姓權的傳統開始發生變化，通常的做法有二：把母親姓嵌入孩子的名字中，使父母的姓氏同時出現於子女姓名內；隨著中國二胎政策的實行，多子女家庭實行子隨父姓，女隨母姓(郭旭紅，2011)。

生育和冠姓不是簡單的繁衍後代和給孩子命名的問題，其背後是中國父權制的根基之一父系繼承制。中國父權制的根基之一父系繼承制通過子女冠姓權的慣例得以代代相傳。子女冠父姓無形中降低了妻子的家庭地位和社會地位。「不孝有三，無後為大」，父系繼承制也導致了中國家庭對男孩——家族血脈的繼承人的偏愛(李慧英，2012)。中國女性的成功與幸福在很長時期內依賴其生育能力，尤其是生育男孩的能力，成為「被租用的子宮」(白馥蘭，2006：217)。在廣州、山東等地區，女性從其原生家庭遷移到夫家的真正標誌是第一個孩子的出生，而非婚姻(白馥蘭，2006：263)。中國和韓國等亞洲國家實施夫妻不同姓制，孩子屬於男方一目了然，孩子冠父姓意味著把母親標記為外人(上野千鶴子，2020：76)。

同時，生育及其隨之而來的育兒工作將婦女固定在家庭中，其承擔的勞動處於較低評價和無酬狀態，是對女性的一種制度性剝削。避孕工具的發明、醫學技術的發展讓女性能夠控制是否受孕、生育，被視為對女性的解放，賦予女性選擇權和自主權。在生育負擔過重的情境下，女性會選擇少生育或不生育。在現實中，中國生育率繼續走低，2016年僅為1.62，低於維持世代更替水準需要達到的2.1(財新數據，2018)。

在日本學者上野千鶴子(2020：75)看來，「生育、不生育是女性的權利」是女權主義運動的焦點之一，也是讓男權者最為憤怒之處。對子宮的統治是圍繞出生嬰兒的歸屬之爭，也是父權制的核心問題。在知乎平台針對田園女權的相關討論中，我們能感受到男性對於對女性生育開始失去控制的「憤怒」以及對女性包括生殖、養育等再生產勞動的持續貶低，認為女性生育的難度和價值被誇大。「宣揚不婚不育」被認為是田園女權的核心「罪狀」，受到強烈指責。

因各種變遷力量的楔入，支撐中國父權制的三大支柱父系/父姓、從父居/從夫居和父權/夫權已出現各種「裂隙」，如父家長權力衰落，

父權制、網絡厭女與女權主義的中國化詮釋

父子軸向被夫妻軸向取代；男系偏重的單系制向雙系制發展，姻親權重加重，女兒與兒子共同承擔起贍養父母的責任；婦女在家庭中的地位提升，構成對夫權的挑戰。但父權制依然頑強地存在著（金一虹，2015）。

這些「裂隙」同樣在上述相關議題的問答討論中可以找到。在高房價、高物價等經濟壓力之下，傳統父權制下的種種「理所當然」開始搖動。但知乎有關田園女權的討論所體現的主流觀點還是著力於維護「男高女低」、「男強女弱」的價值判斷，維護父權制——一種「保證男性統治和婦女從屬地位」的性別秩序——的基本架構，對於試圖改變父權制的行動與觀念表現了強烈的不滿和反彈。

討論與結論：新男女有別還是男女無別？

知乎關於田園女權的討論存在針對女權主義和女權主義者的二元對立呈現和闡釋。這種中國語境下的「傑基爾」和「海德」表現為「真女權」與「偽女權」的對立。「真女權」被賦予強調個人努力、支持男女平等、既關注女性也關注男性等特質，而作為「偽女權」田園女權則被認為只要權利不要義務，過度強調物質，走向極端、追求特權，及其擁護者缺乏女性魅力、崇洋媚外。同時，和中國家庭體系的父權制密切相關的彩禮、生育和冠姓等問題成為討論的熱點議題。這些討論對彩禮尤其是高額彩禮表現出較為一致的反對、「反感」態度，對於女性「爭孩子的冠姓權」也表達了較為強烈的不滿情緒。生育則被認為成為女性「要脅」男性、「訛詐」男性、「馴化」男性的工具。

在上述主題分析的基礎上，研究者提出以下四點值得進一步研究的結論與討論：

一、討論者對中國性別平等現狀的評價與現實相比出現較大差異。不少討論者認為「中國可以算是世界上女性地位最高的國家之一」、「舊社會的不平等已經被打破」。但根據〈全球性別差距報告2018〉（World Economic Forum, 2018），中國性別平等的排名逐年下降，2018年已降至世界第103位。中國出生人口性別比近年來持續下降，但是整體水準依然偏高，如2017年出生人口性別比為111.9（以女性為100），

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

仍高於國際標準的上限水準(國家統計局, 2018)。中國女性勞動參與率超過70%，居世界第一。其中，25到55歲的中國女性參與率高達90%。而中國男性家務參與率世界倒數第四，僅好於日本、韓國、印度。一個家庭中，無償的家務勞動主要由妻子(65%)和老人(23%)承擔(新浪財經, 2019)。

二、不同性別之間的相互評價偏負面。在這些討論中，中國女性被認為只想享受傳統與現代兩種模式中的權利，而不履行相應的義務，要求男性既要賺錢養家、支付高額彩禮、準備房子，又要承擔家務、懂得穿衣打扮、送出貴重禮物等，同時自己卻放棄了家務、相夫教子，和男性一樣從事生產勞動的女性「應盡的義務」。認為田園女權宣揚「中國男人配不上中國女人」的討論也意味著性別競爭的國際化，以及隨之而來的男性焦慮。在經濟壓力增大的背景下，原有的性別規範遇到挑戰，呈現雙性別或多性別的「氣質危機」。

從討論中可以發現，包括「男主外，女主內」在內的傳統性別規範已經遭到衝擊，但中國男性對這種衝擊的調適尚未完成，家庭內的妥協和協商亦未完成。自2003年起，中國離婚率已經連續15年上升，2018年全國結婚登記1,010.8萬對，離婚總對數是446.1萬對，離婚率是3.2‰(張晶晶, 2020)。有研究者提出(Pimentel, 2006)，女性婚姻滿意度的缺乏，加上其收入、責任和自主性的提高可能導致家庭關係走向不同的方向。如果男性繼續抵制性別平等，讓女性獨自面臨「雙重負擔」，女性會走向家庭衝突和離婚。另一個方向則是通過夫妻對話和國家支持發展更為性別平等的家庭。具體走向哪個方向取決於雙方的共同努力。

三、警惕女性權益的倒退。在新中國成立初期，破除男女不平等就被確立為重要的革命目標，幾十年來中國女性在教育、職業、經濟等方面的權益得到逐步提升。2016年，女權主義組織和個人呼籲多年的《反家庭暴力法》正式實施。但不利已婚女性維護財產權利的法律條文、大多數女性被排除在巨額房地產財富積累之外、傳統性別規範的捲土重來、「網絡厭女」的彌漫與擴散以及女性就業率的日益降低，都在事實上造成中國女性在社會地位和物質財富相較於男性呈下降趨勢，女性權益運動的歷史成果可能被消解(洪理達, 2016: 11)。

四、結構性改變何以可能？無論是新自由女權主義還是流行女權主義，它們都依附於新自由資本主義之上，不僅沒有批判和挑戰新自由資本主義以及與其同構的媒體平台的霸權，反而促進了這種霸權的正當化和必然化 (Banet-Weiser, Gill, & Rottenberg, 2019)。「你負責掙錢養家，我負責貌美如花」、「他愛不愛你，看購物車就知道了」等消費主義的話語實質是對女性的矮化與貶低。「買買買」並不意味著父權制結構的改變。有研究者 (Greenhalgh & Wang, 2019) 認為，從過去到現在，中國大多數女權主義者都相信自己的議程和官方長期政策及憲法保障的「男女平等」是一致的。不同於西方女權主義者的抗議和遊行，中國的女權主義者採用了更溫和的策略，很少直接批評政府的政策。還有研究者 (Li & Li, 2017) 以 2012 年為節點，把中國女權主義行動者分為兩代。「世婦會一代」受 1995 年北京世界婦女大會影響而產生，善於和政府合作，長於發動體制內資源，實施了諸多和婦女問題相關的社會實驗和改革專案。「年輕一代」女權主義者相比之下則缺少社會資本、網絡和專業資質。這一代更多付諸公共動員，借助市場化媒體及互聯網平台，通過諸如「佔領男廁所」等「街頭行為藝術」製造新聞、吸引眼球，推動女性權益相關議題的討論與發展。但溫和不等於溫順，「吸引眼球」顯然遠遠不夠，我們需要思考的是如何通過較大幅度的經濟、社會、文化改革，為性別平等提供制度性保障和結構性改變。

目前，本研究基於對知乎平台有關田園女權問答文本的分析，其研究結果僅限於現有平台，不能隨意推廣。未來研究可以考慮對參與討論用戶進行深度訪談，一方面可以對本文研究發現進一步驗證和補充，另一方面有助於深入了解討論背後的個體經歷與社會心理結構。本研究另一局限在於沒有專門剔除行銷帳號的影響。行銷帳號既迎合受眾現有的情緒和心理，同時又創造著新的社會情緒和心理，在一定程度上影響甚至參與形塑社會性別議題討論的內容與走向。未來研究可將其作為專門的議題，探討基於流量經濟的行銷帳號作為獨特的「主體」，如何參與乃至形塑性別議題的討論。最後，本研究受限於網絡問答社區使用者個人資料披露的有限性、選擇性及虛擬性，尚無法將參與討論者的年齡、經濟狀況、社會地位、地理位置等因素和其觀點、態度進一步勾連。未來研究可以發掘新的分析工具，如社會網絡分析

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

方法，對參與討論的使用者資訊進行深度挖掘，亦可了解具體議題之下的不同群體觀點與態度之異同。

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 上野千鶴子 (2015)。《厭女：日本的女性嫌惡》(王蘭譯)。上海：上海三聯書店。(原書Ueno, C. [2010]. *Onnagirai: Nippon no misogini* [Woman hater: Japanese misogyny]. Tokyo: Kinokuniya Shoten.)
- Shangye qianhezi (2015). *Yannü: Riben de nüxing yanwu* (Wang Lan, Trans.). Shanghai: Shanghai sanlian shudian. (Original book: Ueno, C. [2010]. *Onnagirai: Nippon no misogini* [Woman hater: Japanese misogyny]. Tokyo: Kinokuniya Shoten.)
- 上野千鶴子 (2020)。《父權制與資本主義》(鄒韻、薛梅譯)。杭州：浙江大學出版社。(原書Ueno, C. [1990]. *Kafuchosei to shihonse: Marxshugi feminism no chihei*. Tokyo: Iwanamishoten.)
- Shangye qianhezi (2020). *Fuquanzhi yu ziben zhuyi* (Zou Yun, & Xue Mei, Trans.). Hangzhou: Zhejiang daxue chubanshe. (Original book: Ueno, C. [1990]. *Kafuchosei to shihonse: Marxshugi feminism no chihei*. Tokyo: Iwanamishoten.)
- 白路、杜芳琴 (2009)。〈一個觀察世界的新視角——女性主義男權制理論在中國的傳播與運用〉。《江西社會科學》，第4期，頁179–185。
- Bai Lu, Du Fangqin (2009). *Yige guancha shijie de xin shijiao——Nüxing zhuyi nanquanzhi lilun zai Zhongguo de chuanbo yu yunyong*. *Jiangxi shehui kexue*, 4, 179–185.
- 白馥蘭 (2006)。《技術與性別：晚期帝制中國的權利經緯》(江湄等譯)。南京：江蘇人民出版社。(原書Bray, F. [1997]. *Technology and gender: Fabrics of power in late imperial China*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.)
- Bai Fulan (2006). *Jishu yu xingbie: Wanqi dizhi Zhongguo de quanli jingwei* (Jiang Mei et al., Trans.). Nanjing: Jiangsu renmin chubanshe. (Original book: Bray, F. [1997]. *Technology and gender: Fabrics of power in late imperial China*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.)
- 北京鬥牛士文化傳播有限公司 (2017年10月)。〈知乎發佈用戶報告：用戶群體多元化，認為知乎專業、真實、原創〉。取自百度網，<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1581762309457478822&wfr=spider&for=pc>。

父權制、網絡厭女與女權主義的中國化詮釋

- Beijing douniushi wenhua chuanbo youxian gongsi (2017, October). Zhihu fabu yonghu baogao: Yonghu qunti duoyuanhua, renwei Zhihu zhuanYe, zhenshi, yuanchuang. *Baidu wang*. Retrieved October 20, 2017, from <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1581762309457478822&wfr=spider&for=pc>.
- 李丹 (2011)。〈從木子美到小月月：社會厭女症的網絡表達探析〉。《東南傳播》，第8期，頁64–65。
- Li Dan (2011). Cong muzimei dao xiaoyueyue: Shehui yannüzheng de wangluo biaoda tanxi. *Dongnan chuanbo*, 8, 64–65.
- 李慧英 (2012)。〈男孩偏好與父權制的制度安排——中國出生性別比失衡的性別分析〉。《婦女研究論叢》，第2期，頁59–66。
- Li Huiying (2012). Nanhai pianhao yu fuquanzhi de zhidu anpai—Zhongguo chusheng xingbiebi shiheng de xingbie fenxi. *Funü yanjiu luncong*, 2, 59–66.
- 李霞 (2008)。〈民間習俗中的彩禮及其流變〉。《民俗研究》，第3期，頁253–262。
- Li Xia (2008). Minjian xisu zhong de caili ji qi liubian. *Minsu yanjiu*, 3, 253–262.
- 沈奕斐 (2009)。〈「後父權制時代」的中國——城市家庭內部權力關係變遷與社會〉。《廣西民族大學學報（哲學社會科學版）》，第31卷第6期，頁43–50。
- Shen Yifei (2009). “Hou fuquanzhi shidai” de Zhongguo—Chengshi jiating neibu quanli guanxi bianqian yu shehui. *Guangxi minzu daxue xuebao (zhexue shehui kexueban)*, 31(6), 43–50.
- 杜雲飛 (2017)。〈大傳媒時代下的無疆野馬——「中華田園女權」解讀〉。《創作評譚》，第3期，頁30–33。
- Du Yunfei (2017). Da chuanmei shidai xia de wujiang yema——“Zhonghua tianyuan nüquan” jiedu. *Chuangzuo pingtan*, 3, 30–33.
- 金一虹 (2002)。《父權的式微：江南農村現代化進程中的性別研究》。成都：四川人民出版社。
- Jin Yihong (2002). *Fuquan de shiwei: Jiangnan nongcun xiandaihua jincheng zhong de xingbie yanjiu*. Chengdu: Sichuan renmin chubanshe.
- 金一虹 (2015)。《中國新農村性別結構變遷研究：流動的父權》。南京：南京師範大學出版社。
- Jin Yihong (2015). *Zhongguo xinnongcun xingbie jiegou bianqian yanjiu: Liudong de fuquan*. Nanjing: Nanjing shifan daxue chubanshe.
- 知乎小管家 (2016年4月13日)。〈為什麼知乎的問題頁面不強調顯示提問人的名字？〉。取自知乎網站，<https://www.zhihu.com/question/19550674?sort=created>。

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

- Zhihu xiaoguanjia (2016, April 13). Weishenme Zhihu de wenti yemian bu qiangdiao xianshi tiwenren de mingzi? *Zhihu wangzhan*. Retrieved April 13, 2016, from <https://www.zhihu.com/question/19550674?sort=created>.
- 洪理達 (2016)。《剩女時代》(李雪順譯)。廈門：鷺江出版社。(原書 Hong, L. F. [2014]. *Leftover Women*. London: Zed Books.)
- Hong Lida (2016). *Shengnü shidai* (Li Xueshun, Trans.). Xiamen: Lujiang chubanshe. (Original book: Hong, L. F. [2014]. *Leftover Women*. London: Zed Books.)
- 財新數據(2018年9月)。〈財新數據 | 推行計劃生育後 中國生育率快速下降〉。取自財新網，<http://economy.caixin.com/2018-09-12/101325211.html>。
- Caixin shuju (2018, September). Caixin shuju | Tuixing jihua shengyu hou Zhongguo shengyulu kuaisu xiajiang. *Caixin wang*. Retrieved September 12, 2018, from <http://economy.caixin.com/2018-09-12/101325211.html>.
- 徐智、高山 (2019)。〈網絡女性自治區中的性別歧視內化——自媒體美妝視頻中的女性嫌惡現象及批判〉。《國際新聞界》，第41期，頁145–163。
- Xu Zhi, Gao Shan (2019). Wangluo nüxing zizhiqu zhongde xingbie qishi neihua——Zimeiti meizhuang shipin zhong de nüxing xianwu xianxiang ji pipan. *Guoji xinwenjie*, 41, 145–163.
- 郭小蘭 (2019)。〈失聲、妥協、逃避：「田園女權」陰影下男性的集體不作為〉。《檢察風雲》，第5期，頁14–15。
- Guo Xiaolan (2019). Shisheng, tuoxie, taobi: “Tianyuan nüquan” yinying xia nanxing de jiti buzuowei. *Jiancha fengyun*, 5, 14–15.
- 郭旭紅 (2011)。〈男女平等分享子女冠姓權的思考〉。《山東女子學院學報》，第3期，頁54–58。
- Guo Xuhong (2011). Nannü pingdeng fenxiang zinu guanxingquan de sikao. *Shandong nüzi xueyuan xuebao*, 3, 54–58.
- 第三期中國婦女社會地位調查課題組 (2011)。〈第三期中國婦女社會地位調查主要數據報告〉。《婦女研究論叢》，第6期，頁5–15。
- Disanqi Zhongguo funü shehui diwei diaocha ketizu (2011). Disanqi Zhongguo funü shehui diwei diaocha zhuyao shuju baogao. *Funü yanjiu luncong*, 6, 5–15.
- 曹晉、徐婧、黃傲寒 (2015a)。〈新媒體、新修辭與轉型中國的性別政治、階級關係：以「綠茶婊」為例〉。《新聞大學》，第2期，頁50–59。
- Cao Jin, Xu Jing, Huang Aohan (2015a). Xinmeiti, xinxiuci yu zhuanxing Zhongguo de xingbie zhengzhi, jieji guanxi: Yi “lüchabiao” weili. *Xinwen daxue*, 2, 50–59.

父權制、網絡厭女與女權主義的中國化詮釋

- 曹晉、徐璐、許一凡 (2015b)。〈網絡媒體「更年期」修辭與轉型中國的市場經濟〉。《陝西師範大學學報(哲學社會科學版)》，第3期，頁144–152。
- Cao Jin, Xu Lu, Xu Yifan (2015b). Wangluo meiti “gengnianqi” xiuci yu zhuanxing Zhongguo de shichang jingji. *Shanxi shifan daxue xuebao (zhexue shehui kexueban)*, 3, 144–152.
- 曹晉、徐婧 (2015c)。〈網絡新修辭與轉型中國的性別秩序重塑及階層關係重構——以「屌絲」為例〉。《當代傳播》，第5期，頁26–31。
- Cao Jin, Xu Jing (2015c). Wangluo xinxiuci yu zhuanxing Zhongguo de xingbie zhixu chongsu ji jiecheng guanxi chonggou——Yi “diaosi” weili. *Dangdai chuanbo*, 5, 26–31.
- 國家統計局 (2018年11月)。〈2017年《中國兒童發展綱要(2011–2020年)》統計監測報告〉。取自國家統計局官網，http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201811/t20181109_1632517.html。
- Guojia tongjiju (2018, November). 2017 nian Zhongguo ertong fazhan gangyao (2011–2020 nian) tongji jiance baogao. *Guojia tongjiju guanwang*. Retrieved November 9, 2018, from http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201811/t20181109_1632517.html.
- 張晶晶 (2020年1月20日)。〈民政部舉行2020年第一季度例行新聞發佈會〉。取自中華人民共和國民政部網站，<http://www.mca.gov.cn/article/xw/mtbd/202001/20200100023083.shtml>。
- Zhang Jingjing (2020, January 20). Minzhengbu juxing 2020 nian di yi jidu lixing xinwen fabuhui. *Zhonghua renmin gongheguo minzhengbu wangzhan*. Retrieved January 20, 2020, from <http://www.mca.gov.cn/article/xw/mtbd/202001/20200100023083.shtml>.
- 凱特·米利特 (2000)。《性政治》(宋文偉譯)。南京：江蘇人民出版社。(原書 Kate, M. [1977]. *Sexual politics*. London: Virago Press.)
- Kaite Milite (2000). *Xing zhengzhi* (Song Wenwei, Trans.). Nanjing: Jiangsu renmin chubanshe. (Original book: Kate, M. [1977]. *Sexual politics*. London: Virago Press.)
- 費孝通 (2001)。《江村經濟——中國農民的生活》。北京：商務印書館。
- Fei Xiaotong (2001). *Jiangcun jingji——Zhongguo nongmin de shenghuo*. Beijing: Shangwu yinshuguan.
- 費孝通 (2005)。《鄉土中國·生育制度》。北京：北京大學出版社。
- Fei Xiaotong (2005). *Xiangtu Zhonggu shengyu zhidu*. Beijing: Beijing daxue chubanshe.

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

閔冬潮(2009)。《全球化與理論旅行：跨國女性主義的知識生產》。天津：天津人民出版社。

Min Dongchao (2009). *Quanguohua yu lilun lixing: Kuaguo nüxing zhuyi de zhishi shengchan*. Tianjin: Tianjin renmin chubanshe.

新浪財經(2019年4月1日)。〈中國女性勞動參與率世界第一「她經濟」消費市場預計5萬億元〉。取自新浪財經網，<https://finance.sina.com.cn/roll/2019-04-01/doc-ihsxncvh7217406.shtml>。

Xinlang caijing (2019, April 1). Zhongguo nüxing laodong canyulu shijie diyi “ta jingji” xiaofei shichang yuji 5 wan yi yuan. *Xinlang caijing wang*. Retrieved April 1, 2019, from <https://finance.sina.com.cn/roll/2019-04-01/doc-ihsxncvh7217406.shtml>.

蔡玉萍、彭錫旒(2019)。《男性妥協：中國的城鄉遷移、家庭和性別》(羅鳴等譯)。北京：生活·讀書·新知三聯書店。(原書Choi, S. Y.-P., & Peng, Y.-N. [2016]. *Masculine compromise: Migration, family, and gender in China*. Oakland: The Regents of the University of California.)

Cai Yuping, Peng Yinni (2019). *Nanxing tuoxie: Zhongguo de chengxiang qianyi, jiating he xingbie* (Luo Ming et al., Trans.). Beijing: Shenghuo dushu xinzhishanlian shudian. (Original book: Choi, S. Y.-P., & Peng, Y.-N. [2016]. *Masculine compromise: Migration, family, and gender in China*. Oakland: The Regents of the University of California.)

劉世昕、何林磷、楊海蘭、天鳴(2016年2月23日)。〈剩下3000萬——中國農村剩男現象調查之一〉。《中國青年報》，第1版。

Liu Shixin, He Linlin, Yang Hailan, Tian Ming (2016, February 23). Shengxia 3000 wan——Zhongguo nongcun shengnan xianxiang diaocha zhiyi. *Zhongguo qingnian bao*, p. 1.

閔雲翔(2006)。《私人生活的變革：一個中國村莊裡的愛情、家庭與親密關係(1949–1999)》(龔小夏譯)。上海：上海書店出版社。(原書Yan, Y. [2003]. *Private life under socialism: Love, intimacy, and family change in a Chinese village, 1949–1999*. Stanford: Stanford University Press.)

Yan Yunxiang (2006). *Siren shenghuo de biange: Yige Zhongguo cunzhuang li de aiqing, jiating yu qinmi guanxi (1949–1999)* (Gong Xiaoxia, Trans.). Shanghai: Shanghai shudian chubanshe. (Original book: Yan, Y. [2003]. *Private life under socialism: Love, intimacy, and family change in a Chinese village, 1949–1999*. Stanford: Stanford University Press.)

父權制、網絡厭女與女權主義的中國化詮釋

瞭望(2019年4月28日)。[〈知乎：下一步構建特色社區生態【新浪微博博文】〉](#)。

取自新浪微博，<https://m.weibo.cn/1718493627/4366167035031683>。

Liaowang (2019, April 28). Zhihu: Xiayibu goujian tese shequ shengtai (Xinlang weibo bowen). *Xinlang weibo*. Retrieved April 28, 2019, from <https://m.weibo.cn/1718493627/4366167035031683>.

英文部分 (English Section)

Banet-Weiser, S., & Miltner, K. M. (2016). Masculinity so fragile: Culture, structure, and networked misogyny. *Feminist Media Studies, 16*(1), 171–174.

Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Durham, NC: Duke University Press.

Banet-Weiser, S., Gill, R., & Rottenberg, C. (2019). Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation. *Feminist Theory, 21*(1), 3–24.

Calder-Dawe, O., & Gavey, N. (2016). Jekyll and Hyde revisited: Young people's constructions of feminism, feminists and the practice of "reasonable feminism". *Feminism & Psychology, 26*(4), 487–507.

Diaz-Fernandez, S., & Evans, A. (2019). "Fuck off to the tampon Bible": Misrecognition and researcher intimacy in an online mapping of "lad culture." *Qualitative Inquiry, 25*(3), 237–247.

Edley, N., & Wetherell, M. (2001). Jekyll and Hyde: Men's constructions of feminism and feminists. *Feminism & Psychology, 11*(4), 439–457.

Freedman, M. (1966). *Chinese lineage and society: Fukien and Kwangtung*. London: Athlone Press.

Freedman, M. (1979). *The study of Chinese society*. California: Stanford University Press.

Greenhalgh, S., & Wang, X. (2019). China's feminist fight: #MeToo in the Middle Kingdom. *Foreign Affairs, 98*(4), 170–176.

Hamad, H., & Taylor, A. (2015). Introduction: Feminism and contemporary celebrity culture. *Celebrity Studies, 6*(1), 124–127.

Han, L., & Lee, C. (2019). Nudity, feminists, and Chinese online censorship: A case study on the anti-domestic violence campaign on SinaWeibo. *China Information, 33*(3), 274–293.

Herring, S., Job-Sluder, K., Scheckler, R., & Barab, S. (2002). Searching for safety online: Managing "trolling" in a feminist forum. *The Information Society, 18*(5), 371–384.

Holland, J. (2006). *Misogyny: The world's oldest prejudice*. U.S.: Running Press.

Jane, E. A. (2016). Online misogyny and feminist digilantism. *Continuum, 30*(3), 284–297.

《傳播與社會學刊》·(總)第57期(2021)

- Jeong, S. (2015). *The Internet of garbage*. New York: Forbes Media.
- Keller, J. (2015). Girl power's last chance? Tavi Gevinson, feminism, and popular media culture. *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*, 29(2), 274–285.
- Li, J., & Li, X. (2017). Media as a core political resource: The young feminist movements in China. *Chinese Journal of Communication*, 10(1), 54–71.
- Massanari, A. (2017). Gamergate and the Fapping: How Reddit's algorithm, governance, and culture support toxic technocultures. *New Media & Society*, 19(3), 329–346.
- Mitchell, J. (1966). The longest revolution. *New Left Review*, 40, 11–37.
- Pimentel, E. E. (2006). Gender ideology, household behavior, and backlash in urban China. *Journal of Family Issues*, 27(3), 341–365.
- Riley, S. (2001). Maintaining power: Male constructions of “feminists” and “feminist values.” *Feminism & Psychology*, 11(1), 55–78.
- Rottenberg, C. (2013). The rise of neoliberal feminism. *Cultural Studies*, 28(3), 418–437.
- Rottenberg, C. (2014). Happiness and the liberal imagination: How superwoman became balanced. *Feminist Studies*, 40(1), 144–168.
- Rottenberg, C. (2017). Neoliberal feminism and the future of human capital. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 42(2), 329–348.
- Rottenberg, C. (2018). *The rise of neoliberal feminism*. New York: Oxford University Press.
- Stoeffel, K. (2014). *Women pay the price for the internet's culture of anonymity*. Retrieved August 12, 2014, from <http://nymag.com/thecut/2014/08/women-pay-the-price-for-online-anonymity.html#>.
- Tan, J. (2017). Digital masquerading: Feminist media activism in China. *Crime, Media, Culture*, 13(2), 171–186.
- Vera-Gray, F. (2017). “Talk about a cunt with too much idle time”: Trolling feminist research. *Feminist Review*, 115(1), 61–78.
- Wang, Z. (1999). *Women in the Chinese enlightenment: Oral and textual history*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- World Economic Forum (2018, December 17). *The global gender gap report 2018*. Retrieved December 12, 2019, from <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2018>.

本文引用格式

甘麗華 (2021) 。〈父權制、網絡厭女與女權主義的中國化詮釋〉。《傳播與社會學刊》，第57期，頁159–190。