

分 类 号 \_\_\_\_\_

密 级 \_\_\_\_\_

U D C \_\_\_\_\_

编 号 10486

武汉大学

硕 士 学 位 论 文

性别扮演与媒介镜像：  
短视频平台男性博主性别戏仿行为研究

研 究 生 姓 名：武采雯

学 号：2019201030073

指导教师姓名、职称：徐开彬 教授

学 科、专 业 名 称：传播学

研 究 方 向：网络传播

二〇二二年五月

Gender Performance and Medium Mirror  
Image: Research on Gender Parody Behavior of  
Male Bloggers on Short Video Platform

By

Wu Caiwen

May 2022

## 目 录

1 绪论.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究意义.....	2
1.2.1 理论意义.....	2
1.2.2 现实意义.....	2
1.3 研究内容和研究方法.....	3
1.3.1 研究内容.....	3
1.3.2 研究方法.....	5
2 相关概念及文献综述 .....	7
2.1 性别操演与性别戏仿.....	7
2.2 性别戏仿与扮装表演研究综述 .....	9
2.3 性别气质与性别经济研究综述 .....	13
2.4 短视频内容生产研究综述 .....	17
3 以“她”为尺:男性博主性别戏仿的行为机制.....	19
3.1 戏剧操演:女性标准形象的视觉表征 .....	19
3.1.1 发型配饰:黑长发有刘海迎合大众审美标准 .....	20
3.1.2 面部妆容:浓妆艳抹的女性象征符号 .....	21
3.1.3 服饰着装:中性偏暖色调与日常休闲的女性化穿搭 .....	23
3.1.4 体态表情:温柔妩媚动作表情凸显女性气质 .....	25
3.2 语言操演:具有性别意味的话语建构 .....	26
3.2.1 声音音色:反阳刚的温声细语与方言口音 .....	27
3.2.2 语言风格:多维女性话语协同的性别身份协商 .....	28
3.2.3 话语空间:女性作为在场的缺席者 .....	30
3.3 仪式操演:仪式般的场景情节塑造 .....	32
3.3.1 舞台设置:沉浸式实景塑造表演情境 .....	32
3.3.2 视频处理:竖屏取景与美颜技术的双重包装 .....	34
3.3.3 情节编排:反转、对比与重复三种情节结构 .....	35
4 以“她”为名:三种关系环境中的女性角色展演.....	38
4.1 亲子关系之唠叨型宝妈和专制型虎妈 .....	38
4.2 两性关系之弱势女友和强势妻子 .....	40
4.3 同性关系之塑料姐妹花.....	42
5 讨论——以“她”为镜:男性博主性别戏仿的价值审视 .....	44
5.1 男性博主性别戏仿的积极影响 .....	44
5.1.1 镜像表达:女性的自我凝视和情感认同 .....	44

5.1.2 性别越界:挑战传统二元论的性别气质 .....	45
5.2 男性博主性别戏仿的逻辑批判 .....	47
5.2.1 女性污名:戏谑狂欢下的人格丑化 .....	47
5.2.2 男性本位:性别刻板印象的再现与固化 .....	48
6 结语.....	50
参考文献.....	53
附录 1:短视频平台男性博主性别戏仿视频样本目录 .....	57
附录 2:男性博主性别戏仿视频文本和评论文本材料编码表 .....	66

## 摘 要

内容题材多样、传播即时迅速的短视频已经成为一种主流的信息传播媒介。抖音是目前中国国内最具代表性和影响力的短视频平台，拥有超过 6 亿的日活跃用户。抖音为广大用户提供了自我呈现与自我展示的平台，激励用户通过创作短视频来进行自我身份与形象的二次表达和塑造。近年来，男性博主“男扮女”性别戏仿短视频成为互联网空间中一道独特的性别文化景观。其自出现之日起，既受到广大粉丝用户的狂热追捧，也面临着挑战传统性别规范的质疑与争议。

基于此，本研究以朱迪斯·巴特勒的性别操演理论为理论框架，以抖音作为研究平台，选取 10 位高知名度的性别戏仿类男性博主的 200 条视频作为研究样本，采用文本分析和话语分析的方法，分析男性博主性别戏仿的行为机制、形象建构及其背后折射出的性别意识形态。

研究发现，男性博主性别戏仿的行为机制主要包括戏剧、语言和仪式三个维度：在戏剧维度上，男性博主从发型配饰、面部妆容、服饰着装和体态表情四方面来塑造女性标准形象的视觉表征；在语言维度上，男性博主从声音音色和语言风格两方面进行性别话语建构，但女性的话语空间仍未真正扩大，是“在场的缺席者”；在仪式维度上，性别戏仿视频注重舞台设置、视频处理和情节编排，三者共同服务于性别身份的仪式化构建。

同时，男性博主性别戏仿主要植根于三种二元关系来建构女性角色，分别是亲子关系中唠叨型宝妈和专制型虎妈，两性关系中弱势女友和强势妻子，同性关系之塑料姐妹花。总体来看，这些女性角色的展演与呈现是对女性的负面描摹与刻画，再现和强化了女性刻板印象。

最后，要辩证地认知与评价男性博主的性别戏仿行为。一方面，男性博主的性别戏仿是对男女两性的性别越界，挑战和冲击着传统二元论的性别秩序。同时，作为一种新的媒介镜像，女性实现了一种特殊的“自我凝视”，有利于女性用户产生身份认同与情感共鸣；另一方面，男性博主的性别戏仿暗含对女性人格的丑化与贬低，女性被污名化。作为一种主观的性别文化编码，男性博主的性别戏仿是基于男性本位的女性想象，女性刻板印象被再现、强调和固化，值得警惕、审视与反思。

**关键词：**男扮女；性别戏仿；性别扮演；男性博主；男性形象

## ABSTRACT

Short videos with a variety of content topics and rapid dissemination have become a mainstream information dissemination medium. TikTok is currently the most representative and influential short video platform in China, with over 600 million daily active users. TikTok provides a platform for self-presentation and self-show for the majority of users, inspiring them to create short video to express and shape their identity and image. In recent years, short gender parody videos of male bloggers pretending to be women have become a unique gender cultural landscape in the Internet space. Since its emergence, it has been fervently pursued by a large number of fans and users, but has also faced questions and controversies that challenge traditional gender norms.

Based on this, this study takes Judith Butler's gender performativity theory as the theoretical framework, and uses TikTok as the research platform to select 200 videos of 10 high-profile male gender parody bloggers as the research sample. The study uses text analysis and discourse analysis to analyze behavioral mechanism, image construction and gender ideology behind the gender parodies of male bloggers.

The study found that the behavioral mechanisms of male bloggers' gender parody consisted of three main dimensions: the theatrical dimension, the linguistic dimension, and the ritual dimension. In the theatrical dimension, male bloggers construct visual representations of standard images of women in four dimensions: hair and accessories, facial makeup, dressing and physical expressions; In the linguistic dimension, male bloggers construct gender discourse in terms of voice timbre and language style, but women's discourse space is still not really expanded, and they are the "absentees of presence"; In the ritual dimension, the gender parody videos focus on stage setting, video processing and plotting, which together serve to ritualize the construction of gender identity.

At the same time, male bloggers' gender parodies are mainly rooted in three kinds of binary relationships to construct women's roles: nagging mother and authoritarian tiger mother in parent-child relationship, weak girlfriend and strong wife in gender relationship, and plastic sisterhood in same-sex relationship. In general, these female roles are portrayed and presented as negative portrayals of women, reproducing and reinforcing female stereotypes.

Finally, the gender parody behavior of male bloggers should be dialectically perceived and evaluated. On the one hand, the gender parody of male bloggers is a

gender transgression for both genders, challenging and impacting the traditional binary gender order. At the same time, as a new media mirror, women realize a special kind of "self-gaze", which is conducive to the identity and emotional resonance of female users. On the other hand, the gender parody of male bloggers implies the stigmatization and degradation of women's personality, and women are stigmatized. As a subjective cultural coding of gender, male bloggers' gender parody is based on the imagination of masculine-oriented women, and female stereotypes are reproduced, emphasized and solidified, which is worthy of vigilance, examination and reflection.

**Key words:** Male disguised as female; Gender parody; Gender play; Male bloggers; Male image

# 1 绪论

## 1.1 研究背景

近年来,随着移动互联网的普及和社交媒体的发展,人们对新信息的接收方式正在发生改变,对碎片化信息的渴求远远超出以往。在这样的信息环境中,内容题材多样、传播即时迅速的短视频已经成为一种主流的信息传播媒介。根据《2021 中国网络视听发展研究报告》最新统计,截至 2021 年 12 月,我国短视频用户规模为 8.73 亿,网民使用率持续走高,接近 90%<sup>①</sup>,短视频已成为互联网的底层应用。

作为信息传播媒介的短视频具有两大特点和优势:一是去门槛化,操作便捷人人可参与。一方面短视频拍摄和使用方便。短视频主要通过手机等移动智能终端进行创作和传播,目前我国手机网民规模达 10.07 亿,占全国网民的 99.6%<sup>②</sup>,庞大的手机用户群体皆可通过手机随时随地拍摄和浏览短视频;另一方面短视频拍摄简单。视频时长短,不需要大量的内容素材,同时还有模板、滤镜等拍摄特效帮助用户剪辑,一键合成,降低创作门槛。二是去中心化,影像空间彰显地位平等。以抖音为代表的短视频平台,给来自各行各业的人们一个记录生活与展示自我的空间和平台,通过短则几秒长至几分钟的原创内容展示,可以窥见时代背景下不同个体的喜怒哀乐。站在短视频的红利风口,许多“草根”一夜成名。美国近代艺术家安迪·沃霍尔的“在未来,每个人都能出名 15 分钟”和“每个人都可能在 15 分钟内出名”两句经典预言照进现实。

在短视频大军中,男性博主“男扮女”的性别戏仿视频涌现成为互联网空间中的一道“性别奇观”。“男扮女”作为一种特别的社会文化现象自古有之,在中外文学小说和戏剧表演艺术中最为常见,而在现实生活中,社会大众普遍对“男扮女装”的认可度和接受度不高,且多持负面评价。梅罗维茨的媒介情景理论认为,电子媒介的发展演进会促进生成新场景,从而影响改变人们的行为,并对社会环境产生影响。随着社会文明进步、媒介环境变迁和女性主义思潮的发展,人们对男性博主“男扮女”性别戏仿行为的认知和看法已经跳脱出绝对的性别二元论观念,变得更加开放和包容。因而,短视频平台中男性博主“男扮女”性别戏仿行为,作为一种社会性别符号,其出现和发展被大众认可与接受,并在才艺表演

① 中国网络视听节目服务协会.《2021 中国网络视听发展研究报告》[R].成都:中国网络视听节目服务协会,2021.

② 中国互联网信息中心(CNNIC).第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》[R].北京:中国互联网信息中心(CNNIC),2021.



类短视频中独占一席之地。

作为一种新的短视频类型,男性博主“男扮女”性别戏仿视频曾一度在豆瓣、知乎等问答式网络社区平台引起有关性别角色、性别歧视和性别刻板印象的讨论,但学术界对此现象却少有关关注和探讨。因此,本文聚焦国内短视频平台第一梯队——抖音中男性博主“男扮女”性别戏仿短视频,试图探寻男性博主们是通过何种方式来模仿和形塑女性形象?这些“仿女”行为背后孕育了什么性别文化意义?作为第二性的女人缘何会成为男性博主借以崛起的“性别红利”?这些都值得关注和思考。

## 1.2 研究意义

### 1.2.1 理论意义

正如朱迪斯·巴特勒所言“性别是社会建构下身体不断操演的结果”<sup>①</sup>,而身体本身也是颠覆性别规范的关键。在当前数字时代的媒介背景下,网络空间中的社会性别气质已经出现了新的变化。男性博主“男扮女”的性别戏仿行为的出现和再次流行是对传统社会性别秩序的挑战与反叛,是一种新的性别秩序孕育形成的前奏?亦或是假借新的性别文化外衣,实则加深和固化性别角色,是性别刻板印象的另一种再现?这是有待进一步观察和研究的理论问题。目前,在研究主体方面,国内外对短视频平台的女性博主的关注和研究较多,而对男性博主的研究则比较匮乏;在性别戏仿方面,研究多集中在文学作品、戏剧影视作品等,缺少对新媒体环境下,新的媒介形式中性别戏仿的观察与分析。因此,本文以朱迪斯·巴特勒的性别操演理论为主,辅之以欧文·戈夫曼的拟剧论,对短视频媒介环境中男性博主“男扮女”性别戏仿行为进行分析和阐释,以期国内性别戏仿相关研究提供初步的分析语料和丰富性别操演理论的应用语境和实用价值。

### 1.2.2 现实意义

目前,对于男性博主“男扮女”性别戏仿行为,褒贬不一。在过往的研究中,学者们已经发现和意识到不仅女性是被凝视、被消费的对象,男性也同样受到传统性别观念中性别刻板印象的规训与压迫。男性博主“男扮女”性别戏仿视频作为一类具有典型性,并与社会性别规范紧密相关的社会现象,作为当代消费文化、草根文化中具有代表性的性别文化现象,具有重要的研究价值。男性博主的“男

---

① [美]朱迪斯·巴特勒著.性别麻烦:女性主义与身份的颠覆[M].宋素凤,译.上海:上海三联出版社,2009:34.

扮女”性别戏仿行为，从某种程度上是对传统性别秩序的反抗，也引发了大众关于审美与性别气质的质疑与争议。本研究希望通过探究男性博主“男扮女”这一性别戏仿行为，一方面，进一步理解媒介环境与性别解放的关系，关注性别秩序变革的潜在力量，引发对社会性别平等的思考；另一方面，男性博主“男扮女”性别戏仿短视频作为一种商业文化产品，作为一种网络营销方式，在其文化狂欢的背后仍需理性思考，进行价值审视与反思。

### 1.3 研究内容和研究方法

#### 1.3.1 研究内容

##### 1.3.1.1 研究对象

所谓“男扮女”现象的主体，在现代文化语境中有新的类型和意涵，主要划分为以下三类：第一类是变性者。这属于绝对意义上的“男扮女”，变性者一般通过医疗手术实现生理性质的性别转变，并以改变后的性别角色继续生活的人；第二类是异装癖者。这是指不期望永久变成异性，但喜欢并主动穿戴异性服饰从而得到性兴奋的一类人。在此特指喜欢穿戴女性服饰，打扮成女性的男性。这一行为往往与心理障碍、家庭环境等因素密切相关<sup>①</sup>；第三类是“超性别”表演者<sup>②</sup>。这类群体具有复数化的性别身份取向，所谓“男扮女装”是一种主观能动的“超性别”表演行为。他们将“男扮女”视为一种文化制作形式，经常通过不同角色的扮演和变装来切换自己的性别身份，越过传统的性别界限去大胆地模仿女性和建构女性形象。综上所述，本文的研究对象，即短视频中具有“男扮女”性别戏仿行为的男性博主属于第三类“超性别”表演者。

本研究选取抖音 APP 作为研究平台，抖音是目前国内最具代表性和影响力的短视频平台，拥有超过 6 亿的日活跃用户<sup>③</sup>。年轻女性用户是抖音的主要用户群体，中国 54.7% 的女性短视频用户选择使用抖音，抖音用户中年龄在 19-35 岁的用户超过六成<sup>④</sup>。抖音为广大用户提供了自我呈现与自我展示的平台，激励用户通过创作短视频来进行自我身份和形象的二次表达和塑造。因此，抖音平台中

① 万书元. 易性症与异装癖：当代艺术的身份危机——鲍德里亚对当代艺术的诊断与批判[J]. 同济大学学报(社会科学版), 2014, 25(06):82-91.

② 李进超. 身体表演的性别身份——“伪娘”现象的文化解读[J]. 兰州学刊, 2012(05):103-106.

③ 北京商报. 抖音日活跃用户数破 6 亿, 人民网, 2020 年 9 月 16 日, <http://it.people.com.cn/GB/n1/2020/0916/c1009-31863013.html>

④ 艾媒网. 短视频行业数据分析:2021 年中国 54.7% 女性用户使用抖音短视频平台, 艾媒网, 2021 年 5 月 8 日, <https://www.iimedia.cn/c1061/78440.html>

男性博主“男扮女”性别戏仿短视频，是中国移动媒体中表达性别话语和展现性别形象的重要组成部分。

本研究选取抖音中具有代表性的性别戏仿男性博主作为研究对象。根据短视频数据分析平台飞瓜数据-抖音传播指数<sup>①</sup>，选取具有性别戏仿行为的博主中排名前 10 位的男性博主（具体见表 1），详细分析其性别戏仿类短视频，并辅之对视频评论的考察。选择以飞瓜数据-抖音传播指数为研究对象的选取标准，是由于该指数是根据每位博主的粉丝数、点赞量、评论量、转发量及内容质量等综合测算得出，较好地反映出该博主及其作品的知名度、代表性和影响力的大小。

表 1 抖音性别戏仿男性博主名单及基本信息（数据截至 2021 年 12 月 31 日）

序号	博主网名	粉丝数量	作品数量
1	多余和毛毛姐	3192.1 万	426
2	青岛大姨张晚霞	2156.6 万	213
3	阿纯是反诈宣传者	1530.9 万	84
4	毛光光	1468.3 万	342
5	小李朝 ye	1073.6 万	629
6	郑丽芬 er	1018.1 万	275
7	周小闹	800.5 万	676
8	大连老湿王博文	619.1 万	635
9	战狼姐妹花	264.5 万	426
10	戏精牡丹	147.8 万	183

1.3.1.2 研究问题

从历史与媒体的视角出发，“男扮女”性别戏仿行为并非首次诞生和孕育于短视频时代，从古代的戏曲、戏剧，到如今的影视、综艺等皆可看到“男扮女装”情节的呈现。然而，不同媒介对“男扮女”形象的呈现各有特点，不同时代对“男扮女”性别戏仿行为的理解与认知也受时代环境影响而大相径庭。因而，当“男扮女”性别戏仿行为以短视频为媒介承载重回大众视野时，作为当代消费文化语境中的一种性别符号，值得关注和探究其表征、特点与影响。

基于此，本文的研究问题是：如何理解与认识短视频平台中男性博主的性别戏仿行为？具体而言，研究问题可以进一步细化和聚焦于以下三点：

Q1：短视频男性博主们是通过何种方式来模仿和塑造女性形象？

① 飞瓜数据. 抖音短视频分品类作者相关分析榜单, 飞瓜数据: 抖音短视频数据分析平台, <https://ersp.lib.whu.edu.cn/s/cn/feigua/dy/G.https/home/guideadv?chl=baidufeiigua>

Q2: 短视频男性博主们塑造和刻画了哪些女性形象?

Q3: 这些“仿女”行为的背后隐藏着当代怎样的性别关系和性别意识形态?

### 1.3.2 研究方法

质化研究(Qualitative Research),又称定性研究,是指研究者在自然情景中,通过运用观察、访谈等多种方法来收集研究资料,使用归纳法进一步整理和分析资料,以期从被研究者的角度去阐释他们的行为和意义建构的过程,获得解释性理解的一种活动<sup>①</sup>。相较于量化研究重视数据,多适用于宏观问题的调查、统计与预测;质化研究更适用于理解、分析和阐释社会现象。长期以来,质化研究方法是性别文化研究的重要手段。本文采用文本分析法和话语分析法两种质性研究范式,来研究短视频平台男性博主的性别戏仿行为。

研究材料选取方面,根据学者帕利斯的建议,相较于选取统计学意义上具有代表性的样本,质性研究中选取更能反映研究主题的样本更为重要<sup>②</sup>。据此,本文使用目的性抽样方法获取研究所需的样本。为了获得抖音中最受用户欢迎的性别戏仿短视频,首先,依据飞瓜数据-抖音传播指数,确定10名高知名度的性别戏仿类男性博主(详见“研究对象”部分);其次,选取每位男性博主点赞量排名前20的视频(剔除其中平台活动、名人合拍、公益等与性别戏仿无关的视频),共计得到200条视频。同时,筛选出200条视频评论区的热评前10条,共计得到2000条评论,作为对视频研究的辅助参考。

选择以点赞量作为筛选标准,主要有三方面的考虑:一是抖音平台的推荐传播机制。在抖音算法推荐机制中,综合指数越高的短视频,会获得时间更长的热门推荐和推广,由此可见,点赞量高的短视频的影响范围大、传播效果好;二是视频内容价值。点赞量高的视频,往往具有视频主题鲜明生动、内容详实、亮点突出等特点,具有较高的研究价值;三是用户喜爱度和认可度。点赞作为观看视频用户的“反馈”行为,直接体现了用户对该视频的喜欢与认可程度。

在研究工具选择方面,为了提高数据处理与分析的效率,本研究采用Nvivo12质性研究分析软件,对研究样本中的视频、文本等多类型材料进行系统化处理,以便从大量的样本信息中快速筛选、识别与获取有效信息,并进行编码建构、节点管理、文本分析和数据统计。

本文使用文本分析法,对所选择的男性博主“男扮女”性别戏仿短视频的文本,按照从开放式编码到聚焦编码再到主题编码的方法进行分析、比较和归类整

① 陈向明. 质的研究方法与社会科学研究[M]. 北京:教育科学出版社, 2000.10.

② Palys, T. Purposive sampling. In L. M. Given[M]. The Sage encyclopedia of qualitative research methods, 2008:697-698.

理（见附录2），归纳总结男性博主性别戏仿的形象表征、语言特征、情节构建和自我呈现方式，总结概括男性博主性别戏仿的表演策略。同时，辅之对视频评论区的文本分析，获取用户对男性博主性别戏仿的观感。

同时，本文使用话语分析法，对短视频文本背后的深层话语含义进行分析和归类，分析男性博主性别戏仿视频所传递和表达的性别意识、观点态度和协商策略，探究男性博主是否挑战了传统性别观念规范、推动性别观念的转变与融合，亦或是仍受传统性别观念规训、性别戏仿表征的背后是仍未跳脱出“男性本位”的本质。

## 2 相关概念及文献综述

### 2.1 性别操演与性别戏仿

性别操演(Gender Performativity)是美国女性主义学者朱迪斯·巴特勒于1990年在《性别麻烦：女性主义与身份的颠覆》一书中首次提出，是其性别理论的核心和基础。该理论是巴特勒通过分析并解构波伏娃、弗洛伊德、拉康等学者的经典性别理论，重新审视和思考性别与身体、权力的关系而提出的。她认为，人的性别与性征无关，性别并非是先生理性决定的，而是后天被性别规范建构的产物，是被社会演化出的观念<sup>①</sup>。

朱迪斯·巴特勒反对性别本质论，提出主体的性别身份，是身体依据社会性别规范进行持续地实践演练而构建的，性别身份的建构是流动的、不确定的，即“操演”。“操演”概念提出后，学界和大众对其含义存在一定的误读，部分人从表面意义出发，将“操演”等同于“表演”，认为性别是可供主体自由选择和建构的，宛若人每天晨起换衣服一般容易和简单，这是陷入了唯意志身份论的误区<sup>②</sup>。巴特勒在《作为表演的性别》中明确指出了表演与操演的区别。所谓“表演”，具有主动性和自由性，是先于表演者而存在的。它通常事先预设一个主体的存在，由这个主体来决定自身的性别，及其所要呈现的性别表征<sup>③</sup>。而“操演”则具有强迫性，受到性别规范和既定习俗的双重规训。操演是主体得以存在的先决条件，性别身份建构之前没有一个确定的、先在的性别主体或者性别本质的存在，性别身份来源于身体操演的反复实践和形塑。<sup>④</sup>朱迪斯·巴特勒认为主体的性别建构来自于性别操演而非性别表演。

对性别操演理论内涵的理解与阐释，主要包括以下三个维度：戏剧维度，语言维度和仪式维度。一是戏剧维度。受欧文·戈夫曼拟剧论的启发和影响，巴特勒认为主体的性别身份是具有表演性质和不稳定的，性别不是一种先天存在，而是一种行为过程。二是语言维度，主要体现在话语权的操控。基于约翰·奥斯汀的言语行为理论，朱迪斯·巴特勒重视话语行为在性别建构中的作用。主体的性别身份是在规范话语和性别意指的操演中建构而成的。三是仪式维度。性别操演

① [美]朱迪斯·巴特勒著. 性别麻烦：女性主义与身份的颠覆[M]. 宋素凤，译. 上海：上海三联出版社，2009:5-6.

② 杨洁. 那一个哲学家“酷儿”——管窥朱迪斯·巴特勒[J]. 兰州学刊,2008(04):167.

③ Butler, J. P. Gender Performance: An Interview with Judith Butler[J].Radical Philosophy: A Journal of Socialist and Feminist Philosophy,1994(67):33.

④ 艾士薇.论朱迪斯·巴特勒的“性别述行理论”[J].南方文坛,2011(06):79-84.

不是一种单一或单次的行为,而是一种需要持续进行、反复操演社会规范的过程。在性别规范体系的操演循环过程中,性别身份得以确认和建立。<sup>①</sup>

在父权制律法的规训下,男女二元对立的传统性别机制占据主导地位。但总有一些突破社会性别规范的性别实践存在,成为“性别麻烦”。这些非规范性的性别实践,在不断质疑和挑战传统二元的性别身份,以及异性恋制度的合理性。朱迪斯·巴特勒找到颠覆传统性别观念与制度的缝隙,提出性别戏仿的概念。

朱迪斯·巴特勒所言的“性别戏仿”不同于一般意义的“戏仿”。戏仿(Parody)一词最早进入大众视野是在文学领域,亚里士多德提出“戏仿”是一种对文学作品的滑稽模仿和改造,是一种文学艺术创作手法。在文艺复兴时期,戏仿作品被界定为“一种用夸张、嘲讽、荒谬手法描绘琐碎小事或严肃主题的滑稽模仿作品”。1598年英国学者约翰逊编著的《牛津英语词典》认为,戏仿是“滑稽模仿”,这种模仿主要是对模仿对象弱点的戏谑与矫饰<sup>②</sup>。在后现代主义时期,戏仿不再局限于文学创作领域,被应用于整个艺术创作领域,主要保留其戏谑、嘲弄、滑稽模仿的涵义<sup>③</sup>。

性别戏仿(Gender Parody)是性别操演的一种特殊形式,具有颠覆性和反常规性,它是对性别规范的“移用”和“错位”——男扮女,或女扮男<sup>④</sup>。由于性别戏仿行为与性别操演行为皆处于同一社会性别矩阵中,两者共同使用一套话语体系。朱迪斯·巴特勒认为,性别戏仿是对正常化、确定的性别身份的模仿,它所模仿的本体是性别的规范呈现,而非性别本身。但作为非规范性的性别实践,性别戏仿一直受到社会性别规范的规训与矫正<sup>⑤</sup>。

朱迪斯·巴特勒的性别操演与性别戏仿理论孕育和诞生于西方的性别文化语境,并不能直接将其运用于中国本土语境去解释性别文化现象。但该理论为国内的性别现象和性别文化研究提供理论借鉴,为解答本文的研究问题提供可参考的分析思路。如何运用性别操演与性别戏仿理论同中国性别文化现象更好地对话,仍需在实践中进一步观察与探索。

① 王娟. 多元性别身份构建中的操演和戏仿[J]. 长安大学学报(社会科学版), 2017, 19(02): 147-152.

② [英]罗吉·福勒著. 现代西方文化批评术语词典[M]. 袁德成, 译. 成都: 四川人民出版社, 1987: 193.

③ 邢立丽. 戏仿概念的历史流变和理论内涵[D]. 辽宁大学, 2012.

④ [美]朱迪斯·巴特勒著. 性别麻烦: 女性主义与身份的颠覆[M]. 宋素凤, 译. 上海: 上海三联出版社, 2009: 7-8.

⑤ 宋素凤. 《性别麻烦: 女性主义与身份的颠覆》——后结构主义思潮下的激进性别政治思考[J]. 妇女研究论丛, 2010(01): 91-96.

## 2.2 性别戏仿与扮装表演研究综述

扮装（Drag），又称变装、易装，是性别戏仿的主要方式。简单来说，扮装是指男扮女装或女扮男装的一种社会文化现象。斯帖·牛顿在《敢曝大妈：美国女性扮装艺人》一书中对“扮装”的阐释是，它是一种性别的双重“倒错”，扮装者的内在身体本质是男性，而外在装扮形象是女性；亦或是扮装者外在装扮形象是男性，而内在身体本质是女性<sup>①</sup>。受到斯帖·牛顿观点的启发，朱迪斯·巴特勒认为，扮装是一种具有颠覆性别矩阵可能的身体实践。所谓性别扮装表演，实际上是对表演主体解剖学意义上的生理性别和外在学习呈现出的社会性别之间的操演。这种内在性别本质和外在学习特征的分离、错位与割裂，反映了性别身份的内在偶然性和异性恋规范的不稳定性<sup>②</sup>。

朱迪斯·巴特勒强调，扮装不是一个完全意义上的“反叛乌托邦”。虽然扮装表演是扮装者的主动戏仿，但它仍是一种基于男女二元性别框架的角色建构行为，或者说扮装在一定程度上是对异性恋矩阵的服从性复制，因而扮装的颠覆性有限，不可把扮装作为性别颠覆行动的一个典型范例。但巴特勒认为，扮装并非没有建设性意义，扮装是一种再赋义行为。一方面，扮装实践体现身份的流动性。扮装表演中的“身体”不仅是一个社会存在主体，还是一个承载性别变化和性别表达的媒介。主体在扮装实践中建构新的性别化、外在的主体身份，以嘲弄和对比内在的“真实”性别身份。另一方面，扮装实践体现性别的移置性。通过扮装实践重新调配身体要素，并进行性别语境和意义的重塑，这使得主体性别身份“去自然化”，并可能重新定义和塑造性别话语空间。<sup>③</sup>

### 2.2.1 国外性别戏仿的实践及其研究：扮装和扮装皇后

扮装及其实践早已被国外学界关注和研究。扮装最早是作为一种演出形式和文化现象进入大众视野，其带有颠覆个体原本生理性别的意图<sup>④</sup>。早在古希腊时期，戏剧表演中已经有男女互换服饰来装扮自己的剧情。中世纪时期，人们普遍认为扮装与巫术和异端有关，基督教明确指出异性扮装是违反宗教戒律的行为，

① Esther Newton. *Mother Camp: Female Impersonators in American*[M]. Chicago: Chicago University Press,1972:103.

② [美]朱迪斯·巴特勒著. 性别麻烦: 女性主义与身份的颠覆[M]. 宋素凤, 译. 上海: 上海三联出版社, 2009:180.

③ 都岚岚. 论朱迪斯·巴特勒性别理论的动态发展[J]. 妇女研究论丛, 2010,11(06):65-78.

④ Bullough, V.L.& Bullough, B. *Cross dressing, sex, and gender*[M]. Philadelphia: University of Pennsylvania Press,1993.



被严厉谴责<sup>①</sup>。到文艺复兴时期，受宗教文化的制约和规训，女性不被允许登台演出。因而，戏剧中的女性角色皆由男性演员经过乔装打扮后饰演。随着男扮女装的表演形式被较多地应用于戏剧舞台，关于扮装的抵抗逐渐减少<sup>②</sup>。当男性演员在身着女性服饰扮演女性时，他们常常会讨论服装是如何在地板上“拖拽”（drag 本义）。后来，人们便习惯以“drag”一词表示“扮装”的意义，一直沿用至今。20 世纪 30 年代，模仿女性的扮装表演融入美国文化被归类为“杂耍”（Vaudeville），扮装表演呈现出个人娱乐化的特点，并与同性恋文化交织<sup>③</sup>。80 年代，许多艺术家将扮装的概念或艺术形式应用于电影和音乐中，扮装以其性别色彩的冲击性、颠覆性等特点与前卫艺术交汇并行<sup>④</sup>。

直到 20 世纪 90 年代，鲁保罗策划的真人秀节目《鲁保罗变装皇后秀》使扮装取得突破性发展，从一种戏剧艺术形式转变为一种独具特色的娱乐形式，即“男扮女”的扮装皇后（Drag Queen）与“女扮男”的扮装国王（Drag King）。“扮装皇后”一般不隐藏自己的生理性别，主要通过表演中饰演女性角色、强调女性刻板印象的元素来进行性别嘲弄，扮装成为一种跨性别讽刺的手段<sup>⑤</sup>。部分学者认为，扮装突破二元论的性别框架，是一种对传统性别规范的颠覆性身体实践；也有学者持反对观点，认为扮装只是一种外在的性别表达方式，其仍然受到具有监督性和惩戒性的社会规范约束<sup>⑥</sup>；其他学者则认为，扮装是对社会理想化的女性形象与女性气质的再现和延续<sup>⑦</sup>。

扮装在历史发展进程中逐步为自己赢得了广阔的展现舞台，但直到今天，社会大众对扮装的接受度与包容度大多局限在舞台表演范畴，舞台表演之外的扮装多被认为是属于“异装癖”的心理疾病或异常行为问题<sup>⑧</sup>。近年来，学界对扮装

① Tommasi. C. O. Cross-dressing as discourse and symbol in late antique religion and literature[M]. In D. Campanile (Eds.), TransAntiquity: Cross-dressing and transgender dynamics in the ancient World, London: Routledge, 2017: 121-133.

② C Mcmanus. Women and English Renaissance Drama: Making and Unmaking “The All-Male Stage” [J]. Literature Compass, 2007, 4(03): 784-796.

③ Brayshaw, E. Costume Behaving Badly: Poverty, Disease and Disgust in Early Twentieth-Century New York Vaudeville[J]. Fashion Theory-The Journal of Dress Body & Culture, 2021-10-26.

④ Wallis, C. Performing gender: A content analysis of gender display in music videos[J]. Sex Roles, 2011, 64(3-4): 160-172.

⑤ Barrett. R. Markedness and style switching in performances by African American drag queens [M]. In C. Myers-Scotton (Ed.), Codes and consequences: Choosing linguistic varieties, Oxford University Press, 1998: 139-161.

⑥ Butler, J. P. Bodies that matter: on the discursive limits of “sex” [M]. London: Routledge, 2011.

⑦ Greaf, C. Drag queens and gender identity[J]. Journal of Gender Studies, 2016, 25(06): 655-665.

⑧ Bridges, T.S. Men just weren’t made to do this: Performances of drag at “Walk a Mile in Her

的看法有所转变,认为扮装本身不是一种病态,扮装在性别关系中具有积极的调节作用。对双性恋男性而言,扮装行为构成部分双性恋男性抵抗失败的一种防御机制<sup>①</sup>。当个体遭受巨大心理创伤(如母亲突然离世等)时,扮装是个体维护理想化情境、回避现实压力和焦虑的一种暂时性心理防御机制,帮助个体渡过和克服心理伤痛;对同性恋男性而言,扮装可能成为一种有意义的职业,影响他们的身份认同和职业选择<sup>②</sup>。借助扮装的职业性,同性恋男性可以进行身份伪装,使自己主观认知的性别形象可以坦然展示,获得社会认同与自我身份认同的统一。

基于现有的研究来看,西方学界对扮装和扮装表演的研究主要聚焦在同性恋文化的扮装皇后和男同性恋上,对异性恋男性的扮装表演研究和关注较少。

## 2.2.2 国内性别戏仿的实践及其研究：性别反串

不同于西方性别戏仿的“扮装”,国内的性别戏仿有自己的发展轨迹,其沿着不同时代的媒介艺术表现形式,不断发展、丰富和更新。

国内的性别戏仿,最早可以追溯到舞台表演艺术中的“性别反串”。所谓性别反串,是指演员通过发型、妆容、服饰、声音等方面的跨性别模仿,来塑造人物形象的表演方式<sup>③</sup>。性别反串一直是我国戏剧的传统艺术创作手法,如“乾旦坤生”。在早期戏剧舞台只有“乾旦”,难见“坤生”。这主要归结为两方面的原因:一方面,性别反串是一种“被动”产生的艺术行为。受宗教礼法和既定习俗的影响与规训,女性“不宜抛头露面”,但戏剧舞台需要女性角色,这就促使男性演员承担起扮演女性的职责<sup>④</sup>;另一方面,性别反串是一种特殊的艺术表现形式。人类自身具有对异性独特的观察力与感知力,有利于异性扮演者更好地塑造与还原角色<sup>⑤</sup>。这种传统的性别反串重在呈现表演者扮演异性角色的完美舞台技巧,往往不会有意隐藏其“男扮女”的伪装表演性质,因而这类表演具有有限的性别越界能力,甚至会进一步强化性别二分观念<sup>⑥</sup>。

Shoes” marches[J].Gender & Society,2010,24(01):5-30.

① Upadhyaya M, Koren P. Cross-dressing as a defense mechanism against loss in a bisexual male[J].Journal of Gay & Lesbian Mental Health,2018,22(04):412-420.

② Morris, et al. Cross-dressing as a meaningful occupation: A single case study[J].British Journal of Occupational Therapy,2015,78(11):706-712.

③ 王蕾,朱雯文,常博.媒介中性别反串形象的塑造及社会张力研究[J].当代传播,2018(01):37-40.

④ 徐蔚.男旦:性别反串——中国戏曲特殊文化现象讨论[D].厦门:厦门大学,2007.

⑤ He Cheng zhou. Trespassing, Crisis, and Renewal. Li Yugang and Cross-Dressing Performance [J]. Differences,2013,24(2):150-171.

⑥ Chou, HL. Striking their own poses: The history of cross-dressing on the Chinese stage[J].The Drama Review,1997,41(02):130-152.

性别反串在文学作品中突破了单一的“男扮女”戏仿形式,出现花木兰、穆桂英等类型的“女扮男”戏仿人物形象,这得益于文学创作的拟态空间。文学作品中的戏仿人物形象,呈两极分化的态势,或用夸张、戏谑的手法丑化和矮化“男扮女”的女性角色,亦或通过对比、类比手法塑造“花木兰”式的女性形象。两类角色的反串与戏仿仍存在对女性主体性的退隐与消解<sup>①</sup>。这种性别叙事既是文学作品所处时代的社会性别文化结构的一种摹本,也是一种对所处社会固有性别规范的挑战和僭越<sup>②</sup>。

随着大众传媒的发展流行,性别反串成为影视作品的常用创作手法。不同于以往呈现的性别反串形象,影视作品中的反串形象体现出一种模糊两性界限的性别越界。影视创作者将性别反串视为一种超越现实生活的艺术表现手法,塑造了《霸王别姬》之“虞姬”(张国荣扮演)、《笑傲江湖》之“东方不败”(林青霞扮演)、《九品芝麻官》之“如花”(李健仁扮演)等经典的反串人物形象。这些角色在某种程度上是对现实生活的呈现和映射,亦或是在影视作品的拟态空间中实现一种性别超越的想象狂欢<sup>③</sup>。相较于过去,影视作品中的性别反串角色,是作者借以表达自身女性主义构想的载体,寄托作者支持女性解放、争取男女两性平等的愿望。

性别反串虽然在戏剧舞台、文学作品和影视作品等场景中被大众所接受,但在现实生活中社会公众对性别反串多持抵触态度,将其视为一种病态表现、异类行为。这主要是因为其违背了中国传统文化中根深蒂固的霸权男性气质<sup>④</sup>。以刘著为代表的男性扮装者随着《快乐男声》等真人秀娱乐节目正式走向公众视野,这种表演行为是对主流文化的抵抗、颠覆与反叛<sup>⑤</sup>,备受舆论热议。这一特殊的性别扮装群体被称为“伪娘”,伪娘被视作一种对传统美学反叛的亚文化现象,扮装表演也发展成为一种网络流行文化<sup>⑥</sup>。与西方的扮装皇后不同,国内的扮装表演者多是零星的个体现象,不具有鲜明的群体身份,难以破坏性别规范和性别秩序的稳定性。

如今,以男性扮装者为主的性别反串现象出现和流行于短视频平台。这种男

① 张悠哲. 大众文化中文学经典的戏仿和改编[J]. 西安工业大学学报, 2016, 36(11): 928-933.

② 徐蔚. 文本与舞台: 明清异性乔装剧的性别书写[J]. 北京工业大学学报(社会科学版), 2016, 16(06): 64-69.

③ 张乾坤. 重复·模仿·戏仿·倒置——中西戏剧精神的主要生成手法之比较[J]. 阴山学刊, 2021, 34(03): 17-23.

④ Luo, Wei. Television's "Leftover" Bachelors and Hegemonic Masculinity in Postsocialist China[J]. Women's Studies in Communication, 2017, 40(02): 190-211.

⑤ 肖俏. 平面欢愉与颠覆价值——真人秀节目“戏仿”现象的美学之思[J]. 现代传播, 2016(02): 158-160.

⑥ 王晓彤, 张悦. 性别反串再流行翦论[J]. 大舞台, 2019, 362(05): 84-87.

性扮装者不同于西方扮装皇后的同性恋身份，而是异性恋取向的男性个体，兼具复数化的性别身份<sup>①</sup>。这种性别反串不再是传统的艺术创作手法，而是一种夹杂着经济利益的商业文化产品<sup>②</sup>。男性表演者在短视频中通过扮装来模仿女性形象、吸引用户注意力、赢得用户的笑声和认可，同时他们会选择在视频作品中嵌入广告来获取酬劳与收入。但在现有研究中，多是对某一特定男性扮装者进行性别戏仿行为分析，没有运用系统的理论框架来对短视频平台中男性扮装者的行为机制及其影响进行整体探究与深入分析。

此外，在性别反串的审视和反思方面，研究主要包括版权规范和性别反串的发展和影响两方面。在版权规范方面，学者们多从宏观和中观层面审视性别戏仿所带来的问题，如著作权问题等，结合对一些西方国家保护措施的理解，对戏仿著作权保护的理论依据进行论述，并提出解决此类问题的相关建议和措施<sup>③</sup>。在性别反串的发展和影响方面，多数学者认为，性别反串的产生与兴起，是源于对传统性别观念的反抗和颠覆。随着社会的进步和性别意识的觉醒，大众的审美更加多元与包容，性别反串日益发展兴盛，但因其在中一度存在哗众取宠的低俗化趋向，性别反串现象也存在逐渐式微的可能<sup>④</sup>。

## 2.3 性别气质与性别经济研究综述

性别气质（Gender Temperament），最早是由英国社会学家安·奥克利在1972年发表的《性别、社会性别与社会》一书中提出与界定的。她认为，性别（sex）是与生俱来的，是男女两性在生物学意义上的特质与差异；而社会性别（gender）是后天塑造的，是由社会影响和建构的男性气质与女性气质。男女两性的性别气质，并不由生理性别所决定，而是社会个体受心理、文化、社会等因素综合影响的结果<sup>⑤</sup>。

性别气质的发展具有社会历史性，在不同的历史时期和社会发展阶段，性别气质呈现出不同的表征与特点。学界对性别气质的理论探讨，主要涵盖性别本质

① 王天乐. 性别表演、文化制作与消费——当下短视频中的“男扮女”现象分析[J]. 新闻界, 2020(07):88-95.

② Wen, Hui ke. “Diversifying” masculinity: super girls, happy boys, cross-dressers, and real men on Chinese media[J]. Asianetwork Exchange, 2014, 21(01):1-11.

③ 高永. 戏仿作品著作权侵权问题研究[D]. 北京: 中国政法大学, 2007.

④ 代黎明, 王蕾: 性别反串的再流行: 从“朱碧石”走红说起[J]. 中华女子学院学报, 2017, 6(3): 65-69.

⑤ Oakley A. Sex, Gender and Society[J]. Feminist Frontiers Rethinking Sex Gender & Society, 1972.

论、社会性别建构论和性别气质多元论等三个阶段。20 世纪 90 年代至今，性别气质多元论在所有性别气质观点中占据主导地位。所谓性别气质多元论，又称“雌雄同体论”，它认为人的性别气质是不稳定的、动态发展的，而非一成不变的；社会个体的性别气质具有差异性，这种差异不是简单的男女两性气质的二元对立，而是复杂多元的；在抉择自己的性别角色定位时，无论男性还是女性都应当拥有自主的选择空间<sup>①</sup>。

### 2.3.1 女性性别气质强化

男女两性性别气质的建构，往往与社会性别权力结构和社会性别关系秩序密切相关。长久以来，在父权制社会和宗教律法的压制与规训下，女性作为第二性存在，女性气质也在性别气质中居于从属地位。但女性气质不是因循守旧和一成不变的，作为社会文明形塑和建构的产物，女性气质呈现出动态化和开放性的特征。伴随女权运动和女性主义思潮的发展，女性气质也在发展中需求突破，谋求不断强化的可能。

女性自我意识的觉醒和争取平等地位与权利的抗争，是历史上女性主义三次浪潮的核心主题。女性主义的第一次浪潮始于十九世纪后半期，到一战时期发展至高潮。第一次女权主义运动发端于工业革命时期，由于社会经济结构的调整与革新，人们的思想观念发生很大转变，为两性地位的变化提供契机。此次运动的主题是两性平等与平权，具体目标是为妇女们争取平等的选举权、就业权和受教育权等三项权利。第一次女权主义运动过后，女性虽然仍受传统社会性别秩序的规约，但已经在政治、教育和就业方面获得了突破性权利，这使初步觉醒的女性更加渴望两性平等与自由独立。

二十世纪六七十年代，女性主义迎来第二次浪潮的勃兴，此次运动的持续时间较短但意义深刻。该运动将斗争目标从政治权利转向家庭权利，从追求男女绝对平等到相对平等。人们开始意识到男女平等的建立应以承认两性差异为前提和基础，女性主义在发展中逐步走向成熟。其中，最具代表性的激进女性主义流派的观点认为，不应彻底消除男女两性差异，而应通过认可女性自身的独特性，如感性、阴柔、被动等气质，来成为真正独立的女性个体<sup>②</sup>。经过第二次女权主义运动，女性主义学者和广大妇女意识到，比起成为和男性一样的女性，认可与接纳自身更为重要，女性气质在实践中得到进一步提升与强化。

女性主义的第三次浪潮孕育和诞生于后现代文化语境，主要集中在对女性主义理论的研究与探索。二十世纪八九十年代至今，女性主义学者不仅关注到男女

① 佟新. 社会性别研究导论[M].北京:北京大学出版社,2011.

② 李银河. 女性权利的崛起[M].北京:文化艺术出版社,2013:172.

两性之间的差异，也意识到女性与女性之间的差异和女性自身身份的多元性<sup>①</sup>。其中，后现代女性主义独树一帜，该流派反对性别本质主义，认为不仅男性和女性的划分，还有生理性别和社会性别的二元对立，均未跳脱出本质主义的思维框架，对社会个体性别的认知应当是多元化和差异化的。在此背景下，新时代女性具有明确的主体意识和独立的思想人格，女性个体形象更加丰富和立体。

### 2.3.2 男性性别气质弱化

社会整体是由若干个男性个体和女性个体共同构成的。男性与女性，作为相互连接的一体两面，其中一方的改变势必会引起另一方的变化。长期以来，学界将对性别研究的关注等同于女性研究，较少关注男性群体的性别特质及其变化。直到二十世纪七十年代，受女性主义思潮的发展和女权运动的影响，对男性的性别研究开始萌生。八十年代，主流的性别角色理论受到质疑与挑战，男女两性的性别气质不应是固定的，而是在社会实践中不断变化和建构的。当人们对女性性别角色的从属地位进行质疑和抗争时，同样也产生了对男性性别角色的反省与思考。当父权文化和宗教律法对女性进行压迫和规约时，其是否也同样束缚着男性性别角色和男性气质的呈现与表达。男性虽然在性别关系中居于优势和主导地位，但单一固化的男性性别“画像”能否真正地呈现所有男性的性格特质<sup>②</sup>。相对于女性性别气质的由弱渐强，男性气质的形成与发展或许存在一个与之相对的过程。

二十世纪八十年代，受女性主义第二次浪潮的影响与冲击，学界对单一支配性的男性气质进行质疑与批判，对男性气质多元化的探讨与研究拉开序幕。在《男性气质》中，美国学者康奈尔对男性气质进行分类，他认为男性气质可以划分为支配型、从属型、共谋型、边缘型等四种类型，并具体阐释每一类男性气质的具体表征和实践方式<sup>③</sup>。性别气质不是一种固定不变的状态，通常会在社会实践中因时因势而变。故不能将男性性别气质根据表征简单地定义与归类，而是要结合具体的社会情境和主体实践进行动态分析。例如，在社会实践中，当男性处于支配状态时，是主动的、有强制力的；当男性处于从属状态时，是被动的、服从性的，男性气质的建构则是在两种状态的双向流动中达到最终的平衡。

二十世纪末期，当学界对男性性别气质不断探索与研究时，在商品经济蓬勃发展的背景下，社会性别分工有了新变化——许多以女性用户为服务对象的男性工作者进入大众视野。当男性与女性、商家与顾客两种关系重合交叠时，作为秉

① 李曼琳. 国际妇女运动与女权主义的历史演进及其启示[J]. 云南师范大学学报(哲学社会科学版), 2006(04):50-55.

② Peggy, R. Sanday. Female Power and Male Dominance[M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.

③ [美]R.W.康奈尔著. 男性气质[M]. 柳莉, 张文霞等, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2003.

承“顾客即上帝”的男性工作者，要服从并服务于女性顾客，其性别气质被不可避免地打压和弱化，单一支配性的男性气质被再次解构。男性性别气质的弱化表征，不仅是男性气质多元发展的时代产物，更是女性主义快速发展的有力证明。

### 2.3.3 性别经济与男色消费

在当代视觉消费景观和流行文化实践中，身体作为重要传播媒介被重新发现。法国社会学家让·鲍德里亚在其著作《消费社会》中曾言，身体是消费社会中最美的消费品<sup>①</sup>。男色消费是身体消费的一个至关重要的组成部分。所谓男色消费，是将男性身体作为一种商品，以图像、视频等视觉形式进行传播与展演，以换取或创造经济价值。构成男色消费的关键要素是女性、资本和男性符号，三者之间的关系是，男性符号的诞生是女性和资本双重凝视下的产物，女性与资本是男色消费产生的重要驱动力<sup>②</sup>。

女性凝视与男色消费。长期以来，作为第二性的女性，一直是“被凝视”的客体，需要在男性的“凝视”中完成自我身份的建构。如今，“她经济”时代的到来，女性的经济、政治与社会地位显著提升，男女两性的权力格局发生转变，女性从被凝视、被消费的客体，转变成为掌握视觉主动权和话语权的消费主体，在有利反击男性视觉霸权压迫的同时，可以借由权力控制男性形象的生成与重塑<sup>③</sup>。而成为被凝视对象的男性，正积极迎合女性的审美取向，一改传统男性坚毅果敢、勇猛阳刚的硬汉形象，转向俊秀帅气、阴柔化的花美男形象，如：“小奶狗”“小鲜肉”型男性偶像、女性化妆品的男性代言人等皆是当代男色消费的直接产物<sup>④</sup>。

资本凝视与男色消费。男性作为消费社会中的有机个体，早已被资本浪潮所裹挟。相较于女性凝视，资本凝视对男色消费的影响和作用，更为隐蔽却至关重要。资本具有逐利的特性。就男色消费而言，资本看重的是女性凝视背后的庞大女性市场，故选择与女性站在一侧，贴近女性审美需求来制造男色符号，试图将女性凝视转化为女性消费力。女性凝视的客体——男色被物化为资本凝视的商品。

面对女性和资本的双重凝视，男性也在进行“求新求异”的形象突围。就用户需求而言，美国康奈尔大学柯林·坎贝尔教授曾指出，消费者具有“求新成癖”

① [法]让·鲍德里亚著.消费社会[M].刘成富,全志钢,译.南京:南京大学出版社,2014.

② 朱政德,牛静.男色消费对女性凝视的隐性消解[J].东南传播,2018(09):38-40.

③ 纪莉,王燕灵.对抗性“凝视”中的“他者”——兼论20世纪80年代以来中国女性电影的反“凝视”[J].当代电影,2020(06):141-145.

④ 詹俊峰.从“小鲜肉”现象看男性身体的表征与物化[J].湖南工业大学学报(社会科学版),2016,21(05):47-52.

的特性<sup>①</sup>。突破常规框架的新奇事物往往更能满足消费者的猎奇心理，满足其视觉快感。因而，有违社会审美标准的“审丑”现象发展成一种新的社会文化景观。男性试图通过夸张、奇异、扭曲等形象，吸引用户的目光。就市场竞争而言，面对众多同性创作者，甚至是同行业创作者的红海市场，男性创作者要想突出重围，需找寻个体差异性，打造个人风格化标签。

## 2.4 短视频内容生产研究综述

有关短视频的研究始于 2016 年，到 2018 年呈现大幅度增长趋势，这与短视频行业在近年来的快速兴起和发展密切相关。纵观学界对短视频内容生产的相关研究，主要有以下发现：

一是关于短视频内容生产机制的研究。随着短视频的发展日趋成熟，学界除了关注短视频内容的基本特征和生产模式之外，更多的将研究视角转移到短视频内容发展的创新和再培育。学者彭兰认为，短视频要坚持以人为本的文化基因，并在此基础上不断探索用短视频表达与传播信息的新模式；短视频应注重优化组合主题、形式、亮点、互动、分发等五要素来提升传播力；短视频要建立 PGC 和 UGC 的协同生产机制，实现视频内容类型与移动端用户需求的有机结合，形成“微叙事”的新模式<sup>②</sup>。短视频的新发展伴随着新特征与新问题。学者王晓红认为，短视频已经成为一种公众表现自我的新渠道，这需要短视频更加注重内容生产的垂直化和专业化，并逐步走向系列化和规模化。同时，注重提高平台和创作者的自主创新意识，保证优质内容供给，提高内容创作的规范性<sup>③</sup>。

二是关于短视频在不同领域和行业中的应用研究。短视频在发展过程中逐步与各领域融合，学界关注和探讨了各行业利用短视频这种表现形式进行创新传播的情况。具体就戏仿类短视频而言，目前，学界对戏仿类短视频的关注和研究较少。在现有的研究中，侧重关注戏仿类短视频在消解严肃意义和主体价值重构方面的作用。郑天等学者将各大高校改编的“抖肩舞”戏仿短视频作为研究对象，认为戏仿类短视频不仅是一种对严肃主题进行解构和降格的狂欢，还是一种基于趣缘群体构建自我认同与群体认同的重要方式<sup>④</sup>。董玉芝则从技术与身体的关系出发，认为媒介技术赋权使得用户主体的自我呈现更加多元化，是戏仿类短视频产生和发展的动因；戏仿是一种身体传播实践，根据戏仿者需求的不同，可以划

① [英]柯林·坎贝尔著. 求新的渴望[M]. 罗刚, 王中忱, 译. 北京: 中国社会科学出版社, 2003: 272.

② 彭兰. 短视频: 视频生产力的“转基因”与再培育[J]. 新闻界, 2019(01): 34-43.

③ 王晓红, 任焱焱. 我国短视频生产的新特征与新问题[J]. 新闻战线, 2016(17): 72-75.

④ 郑天, 李文健. 亚文化视角下网络戏仿行为探析[J]. 青年记者, 2020(15): 35-36.



分为兴趣狂热型戏仿者和利益经济型戏仿者，面向不同的目标用户；最终，戏仿者通过身体表达获得自我认同与群体认同的平衡<sup>①</sup>。此外，短视频也在各个垂直领域中应用发展，如吃播、美妆、教育、游戏等，此类研究普遍是以某一类短视频或某一具体的短视频平台为例，研究此领域短视频的现状、特征、影响、问题，并提出相对应的解决措施等。

三是关于短视频内容生产的未来走向研究。学界回顾梳理了短视频的发展现状，并预测其未来的内容方向。从内容创作来看，短视频的内容制作会出现分化与融合并存的趋向，内容更加垂直化和专业化。分化体现在，一方面为满足不同用户的喜好，短视频的传播内容进一步细分和垂直；另一方面，是内容创作者与创作平台之间将逐渐分离。融合体现在随着短视频生产的流程化和专业化，线下与线上传播渠道贯通，用户同创作者之间的距离不断拉近<sup>②</sup>。从长远来看，随着技术的不断创新，智能化将成为未来短视频内容生产与传播的重要方向<sup>③</sup>。

综上所述，通过文献的阅读、梳理与归纳，可以发现：在理论应用方面，朱迪斯·巴特勒的性别操演理论诞生于西方的性别文化语境，多应用于西方大众文化文本的阐释与批判，对中国本土语境下的性别文化现象分析较少，尚未完全本土化，但可以为中国的性别文化研究提供一定的理论借鉴与参考。在性别戏仿与扮装实践方面，就媒介而言，既往关于性别戏仿行为的研究，多集中在戏剧、文学、影视、综艺等方面，或聚焦于某一特定性别戏仿主体的行为特点，对短视频平台中性别戏仿现象整体的行为机制、表征特点与影响效果的研究相对较少；就主体而言，研究聚集于同性恋文化的扮装皇后和男同性恋上，对异性恋男性的扮装表演研究和关注较少；此外，社会性别气质的流动与转向为性别戏仿提供更加自由和包容的实践空间，短视频内容生产的垂直化和专业化助推性别戏仿类短视频的发展与创新。一直以来谈及性别研究，受社会进步和女性意识觉醒的影响，学者们多将女性作为主要的研究范本，性别研究约等于女性研究，较少关注男性群体的媒介形象与自我呈现。故本研究从朱迪斯·巴特勒的性别操演理论出发，研究短视频平台中男性博主性别戏仿的行为机制、形象建构及其背后折射出的性别意识形态，这是本研究的创新点所在。

① 董玉芝. 技术赋能与身体传播: 移动短视频戏仿实践的价值重构[J]. 现代传播, 2020, 42 (11):27-32.

② 汪文斌. 以短见长——国内短视频发展现状及趋势分析[J]. 电视研究, 2017(05):18-21.

③ 黄楚新. 融合背景下的短视频发展现状及趋势[J]. 人民论坛·学术前沿, 2017(23):40-47.

### 3 以“她”为尺：男性博主性别戏仿的行为机制

男性博主“男扮女”性别戏仿是一种身体叙事与传播实践。性别戏仿不同于文学创作手法的“戏仿”，文学创作中的戏仿存在一个模仿和参照的真品，即文学作品，而朱迪斯·巴特勒认为，性别戏仿不存在模仿和参照的真品，即性别主体，其模仿的是真品的概念，是性别概念或性别表征<sup>①</sup>。作为一种颠覆性的身体实践，男性博主性别戏仿，是在生产和建构同自身生理性别相反的性别符号，多维性别符号共同构成一个完整的性别身份，即男性博主的社会性别形象。

性别戏仿作为性别操演的特殊形式，遵循和适用性别操演理论的戏剧维度、语言维度和仪式维度的三元逻辑结构。戏剧维度强调性别戏仿的表演性，男性博主呈现的性别身份是通过表演这一行为过程塑造的；语言维度主要体现为话语权的操控，规范话语在男性博主性别身份的建构中起到关键作用；仪式维度意指戏仿行为的持续性与重复性，男性博主的性别身份不是单次戏仿行为塑造的，这是一个需要持续进行和重复的过程。

本章节通过对抖音短视频平台中，10位男性博主共计200条性别戏仿类短视频进行文本分析，并采用性别操演理论的戏剧、语言和仪式三维度的逻辑框架，来分析男性博主性别戏仿行为的策略机制。

#### 3.1 戏剧操演：女性标准形象的视觉表征

受欧文·戈夫曼拟剧论的启发和影响，朱迪斯·巴特勒认为主体的性别身份是具有表演性质和不稳定的，性别不是一种先天存在，而是一种行为过程，这是性别戏仿的戏剧维度。在拟剧论中，戈夫曼将人们的社会交往实践类比戏剧表演，舞台是进行社会交往的场域，有前台和后台之分。社会个体的前台活动，离不开“个人前台”与“舞台设置”两部分。其中，个人前台是个体表演时用于表明主体身份和表演内容的传达性配件，包括外表特征和行为举止两方面<sup>②</sup>。

从拟剧论视角出发，短视频平台中男性博主们的性别戏仿实践，受手机屏幕的天然区隔而分成了前台与后台，其屏幕中戏仿建构的女性形象是前台，屏幕之外自身原本的性别身份是后台。男性博主通过戏仿女性在发型配饰、面部妆容、服饰着装、体态表情的外在性别符号，来进行个人“新前台”的创设与塑造，通

① [美]朱迪斯·巴特勒著. 性别麻烦：女性主义与身份的颠覆[M]. 宋素凤, 译. 上海：上海三联出版社, 2009:176.

② [美]欧文·戈夫曼著. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯刚, 译. 北京：北京大学出版社, 2008:19-23.

过“以形写形”来成为“女性”。

### 3.1.1 发型配饰：黑长发有刘海迎合大众审美标准

我国作为五千年文明的“礼仪之邦”，自古以来，对头发的梳理与装扮就十分重视。发式，作为一种典型的社会文化现象，其发展更迭折射出不同时期的观念习俗与道德伦理，是历史变迁与时代发展的缩影。同时，发式的性别标识特性，使其成为辨别和区分男女两性的关键要素。在中国古代，人们受“身体发肤受之父母”的儒家思想影响，不敢轻易断发，多留蓄长发，男女的发式均以髻为主，成年时还需举行“男戴冠，女配笄”的成人仪式<sup>①</sup>；清朝时期，统治者依照满族习俗实行“剃头令”，男性留辫子的发式逐渐被各族人民接受，成为独特的文化符号；辛亥革命时期的“剪辫运动”，赋予发式很强的政治意义，许多思想进步的青年男女，纷纷割辫剪发，以示拥护和支持革命的决心<sup>②</sup>。如今，发式无需承担过多的政治与历史意义，人们对发式的选择更加自由、多元。但发式仍然是性别标识的重要载体，体现个体的审美取向与性格特征。



图1 博主“毛光光”一人分饰多角

在男性博主的性别戏仿视频中，他们对女性形象发型的戏仿多以“黑长发有刘海”为主要特征。首先，男性博主对发型的塑造，无论长短与颜色，全部是通过戴假发的方式来实现。这主要是出于两点考虑：一是男性博主个人发型的局限。男性博主原本的发型多为黑色短发和寸头，需要通过假发这种特殊饰品快速实现发型长短、颜色以及有无刘海的改变；二是男性博主多元形象塑造的客观需要。

① 徐莉. 发式文化的性别标识现象研究[J]. 江南大学学报(人文社会科学版), 2005(06):48-52.

② 吴善中, 黄蓉. 浅论辛亥革命前夕狂飙突起的剪辫运动[J]. 扬州大学学报(人文社会科学版), 2022(02):9-13.

男性博主不是简单的“从男到女”的单向形象转变，往往需要一人分饰多角，具有复数化的性别身份，戴假发便于性别身份的切换和多元角色的塑造。

其次，男性博主对女性发型的戏仿有明显的取向偏好。在颜色方面，黑色、褐色等深色发型占比 68.5%，可以看到男性博主在积极尝试像红色、粉色、绿色等多元发色，但总体来看，彩色发色并未占据主流；在长度方面，男性博主对长发发型与短发发型的选择几乎是平分秋色，长发以 57% 的占比略胜一筹；在有无刘海方面，刘海通常是指垂在前额的短发，因其对脸型的修饰作用，在青年女性群体中受到追捧和欢迎，成为一种发型时尚。男性博主戏仿的女性形象中有刘海发型的占比高达 73.5%，迎合时下的发型潮流。把深色、长发、有刘海三个发型特征加总十分契合多数男性偏好的“黑长直”的女性标准发型。

此外，男性博主通过配饰来进一步修饰和突出自己戏仿的女性形象。相比于男性装扮的简洁朴素，较少使用配饰；女性装扮则更加注重配饰的搭配与运用。在戏仿的全部女性形象中，使用频率排名前三的配饰依次是发卡、耳环和项链，富有女性气质和女性色彩的配饰点缀，让塑造的女性形象更加立体与生动。

### 3.1.2 面部妆容：浓妆艳抹的女性象征符号

化妆，通常是指运用化妆品和化妆工具，对面容进行修饰，从而达到容貌形象美化的视觉效果。化妆的历史渊源悠久，最早可以追溯到古代宗教祭祀者面部涂抹的彩色颜料或者佩戴色彩明艳的面具，到秦汉时期标志性的“红妆翠眉”与南北朝时期的“额黄妆”，再到如今或清淡或明艳的多元化妆容<sup>①</sup>。化妆已然成为当今社会一种普遍的文化现象。

化妆是一种非语言行为，妆容妆面是主体性格特征与自我意图表达的视觉媒介。化妆也是一种性别文化符号，具有性别标出意义。一直以来，在父权社会的规约下，女性作为被凝视的客体，需要以色示人，容貌成为女性吸引力的重要来源。因而，化妆作为一种迎合男权审美与女性自我满足的方式被保留下来。根据符号学理论的观点，“当意义不在场时，需要借由符号表达”<sup>②</sup>。化妆者的意图是通过化妆弥合理想样貌与现实样貌之间的差距，将理想样貌的不在场变为在场。男性博主在性别戏仿时，借由化妆行为完成易换性别的身體表演，使“不在场”的女性变为“在场”，达到“以假乱真”的视觉效果。

① 贾佳.“化妆”的符号学研究[J].四川戏剧,2016(04):71-74.

② 赵毅衡.符号学[M].南京:南京大学出版社,2012:46.



图2 男性博主“浓妆艳抹”的妆容形象

化妆作为男性博主性别戏仿的典型仪式，其视频中女性形象的面部妆容以“浓妆艳抹”为主要特征，其妆容多包含具有象征意义的性别符号。具体而言，一是浓妆妆容为主，这是戏仿形象给用户最直观的视觉体验。有超过七成的博主选择浓妆出镜，这种“浓妆艳抹”较少是精致的“盛妆”，多数为刻意、浮夸的妆容，这类妆容增强了人物的戏剧性和视频的娱乐性。二是具有性别意义的妆容符号使用频率高。无论男性博主是浓妆出镜还是淡妆出镜，都会优先选择典型性和代表性的女性妆容符号，以口红、眉毛、眼影居多，总占比高达 90.35%。口红被誉为面部妆容的点睛之笔，红唇总给人以女性的遐想；眉毛和眼影则用以凸显女性形象的性格特质；三者综合呈现让面部妆容的女性化气质更加明显。部分男性博主为了提高女性形象的张力，偏向使用非日常色彩的妆容，如芭比粉的口红，绿色、蓝色的眼影等。

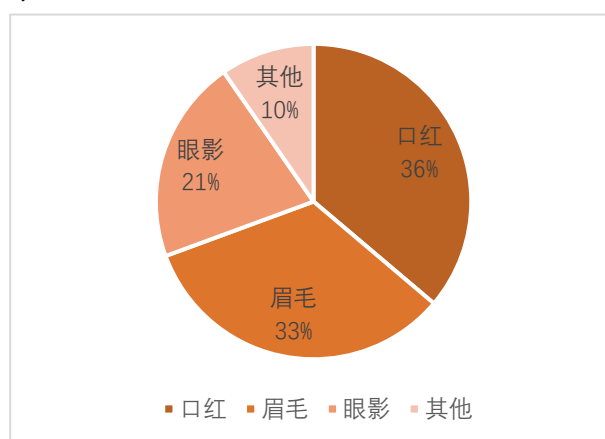


图3 男性博主性别戏仿的面部妆容类型

此外，还有一类男性博主会选择反向化妆，即通过化妆来变丑。如博主“阿纯是发诈宣传者”戏仿女性时，通过化妆手段使自己变丑，并将其与美颜滤镜加持后的美丽形象形成对比，借以反讽当代女性依托美颜技术呈现姣好容颜的虚假



性。美颜滤镜作为一种技术驱动下的容貌修饰手段，是化妆的一种当代变体。对美颜滤镜的反讽实际上暗含着对女性通过“化妆”变美的嘲讽与贬低，影射女性的肤浅性。



图4 博主“阿纯是反诈宣传者”的反向化妆对比

### 3.1.3 服饰着装：中性偏暖色调与日常休闲的女性化穿搭

服装是外表非常重要的组成部分，服饰着装的不同是两性性别差异中的一个典型表现。不同性别群体会根据大众审美标准，穿戴与自身性别相符的服装，展现不同的性别特质。由于性别的外在形象特征（服装）通常比性别的内在生理特征（身体）更直接、更具表现力，服装成为性别区分最有效的载体与符号。服装作为一种性别符号，其同样具有能指和所指两部分，“能指”是指裤子、裙子等服装实体，“所指”是指通过服装反映出的个体性别气质。主体可以借由服饰着装的变化完成性别气质，或是性别身份的重塑。

男性博主穿搭女性服装的戏剧化表演行为，属于朱迪斯·巴特勒在性别戏仿理论中所提的“扮装”概念。扮装是一场性别越界的狂欢。它通过颠覆社会性别规范的行为，来消解性别刻板印象，破除男女两性的性别区隔。扮装具有随意性和伪装性。通过扮装，男性博主们在“女性身体不在场”的情况下，“以形写形”完成女性性别角色的建构与塑造。

男性博主对女性形象的服饰戏仿主要从服装色调和服饰类型两个视觉维度进行。在服装色调方面，服装颜色总体呈中性偏暖色调，冷色调服饰的占比不足五分之一。在色彩学中，颜色可以分为暖色系、中间色系和冷色系三类。社会生活中，人们对色彩的认知，受性别刻板印象的影响而带有标签化认知。人们通常把红色、黄色这类给人温暖、柔和感觉的暖色系颜色归类为象征女性的颜色，而将蓝色、紫色这类给人以冷静、坚实感觉的冷色系颜色归类为象征男性的颜色。

男性博主戏仿女性的服装并未“一边倒”地采用象征女性的暖色调服饰，而是以中性色调为主，暖色调次之。

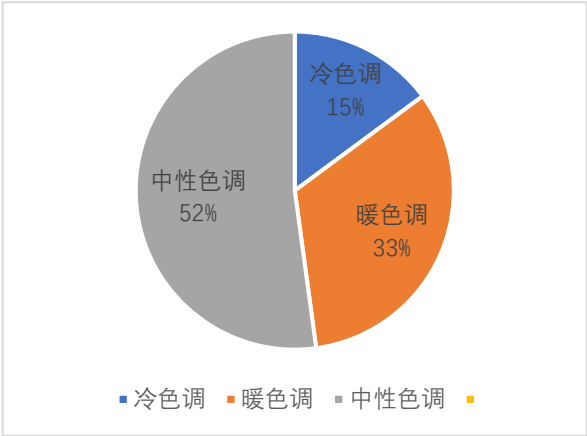


图 5 男性博主性别戏仿的服装色调

这一方面是由于男性博主自身的性别气质博弈。作为生物学意义上的男性主体，男性博主在性别戏仿时面临“双性同体”——两种性别气质与审美取向的博弈，中性色调的选择是一种折中调和的方式。另一方面则是时代发展带来的性别气质转向。随着社会发展与时代进步，性别气质呈现趋势为男性气质弱化、女性气质强化，两性性别界限日益模糊。以李宇春、周笔畅为代表的中性气质女性的出现，让性别气质更加多元化，女性视觉形象不再局限于单一的暖色调，兼容中性色调和冷色调。



图 6 男性博主戏仿女性时的服饰着装（左 2：职业化；右 2：休闲化）

在服饰类型方面，男性博主选择的服装以日常休闲的女性化穿搭为主，服饰类型的选择与视频的主题内容紧密相联。人物角色与故事场景是影响服饰类型的选择的首要因素。在 200 个样本视频中，职业化场景仅有 41 个，占比 20.5%。男性博主需要根据其塑造的女性职业角色，如空姐、柜姐、办公室职员等身份，选择与之相匹配的制服、套装等服饰。其余场景则多为私人化、家庭化的休闲场景，在这类场景中，一方面，具有女性象征意义的服饰成为首选，如裙子、花衬

衫、旗袍上衣、高跟鞋等服饰出现频率位居前列。这类具有女性色彩的服饰有利于男性博主快速建构女性形象，便于用户对女性形象的定位、标识与感知。另一方面，男性博主们多选择日常休闲类的服饰装扮，这类装扮尽可能的模仿与还原日常生活中一些人物的经典穿搭，如妈妈、外婆、大姑大姨等，其目的是为了拉近与用户之间的距离，通过“熟悉感”增加用户的亲近感。

### 3.1.4 体态表情：温柔妩媚动作表情凸显女性气质

男性博主性别戏仿所展现的体态表情，同发型配饰、面部妆容和服饰着装一起，共同构成女性角色的身体修辞与印象管理。戈夫曼在拟剧论的阐释过程中提出“印象管理”的概念。所谓“印象管理”指的是人们为了自己在他人心中的理想化印象而进行的表演行为<sup>①</sup>。人们根据自身不同的印象定位，选择不同的表演框架来塑造自己在他人面前的印象。当男性博主戏仿成“女性”面向用户沟通互动时，体态表情等肢体语言在印象管理中扮演关键角色。美国学者艾伯特·梅拉比安提出的形象沟通模型印证了这一点，他认为“有效的沟通=55%肢体语言及表情+38%语气语调+7%的言语内容”。相较于发型、妆容、服饰等静态印象，肢体语言作为动态行为符号，更有利于男性博主在戏仿女性时，突出人物形象的性格特征，使人物形象塑造更真实、更生动。

男性博主在性别戏仿时所采用的肢体动作主要包括面部表情、手部动作和身体动作三类。肢体动作的呈现比例受短视频竖屏形式和拍摄景别的影响，主要以面部和手部肢体动作为主。竖屏视频由于取景画幅的限制，重在突出人物，故对人物形象的呈现多选择腰部以上的近景镜头或特写镜头，而较少使用表现人物全身动作和场景关系的全景镜头。由此，视频中男性博主戏仿的女性角色，多呈现出面部表情和手部动作，较少有腰部动作等身体动作。但这样的取景选择增加镜头对人物的聚焦感，人物肢体动作具有更强的视觉张力。

男性博主使用手部动作和面部表情的数量占全部肢体动作数量的近九成。在手部动作方面，使用频率最高的是以翘兰花指为代表的手部妩媚动作，占比为51.99%。兰花指最初是中国戏曲以及舞蹈中的一种基本手型，后被视为具有强烈女性特质的手势。男性博主在戏仿女性时，不受场景局限，频频使用兰花指的手势来营造和凸显自身的女性气质。使用频率紧随其后的是撩头发，占比为19.6%。撩头发的动作主要出现在两类场景中，一类是同异性约会见面时，女性角色见到异性害羞，通常会撩一下头发来缓解紧张和尴尬；另一类是日常生活场景，女性角色会通过撩头发展现自己静心打扮的造型，给人以自信的姿态，又或是因为注

① [美]欧文·戈夫曼著.日常生活中的自我呈现[M].冯刚,译.北京:北京大学出版社,2008:253-257.



重形象管理，通过撩头发来整理自己的发型。此外，男性博主戏仿的女性还会使用捂嘴、托脸、补妆等女性特质的动作，来塑造女性神韵。



图 7 男性博主戏仿女性时使用的手部动作

在面部表情方面，嘟嘴/抿嘴唇的嘴部动作和眨眼睛（抛媚眼）使用频率位居前列。视频样本中女性角色的嘟嘴动作，一类是在表达自身的情绪，有的通过嘟嘴飞吻来向异性撒娇，有的通过嘟嘴表达对自己遭遇的委屈；一类是与化妆行为相结合，多用于涂口红时。女性角色通过嘟嘴涂口红的样子，赋予女性角色以可爱又性感的气质。眨眼睛，又被称为“wink”，是近年来网络上一种流行的面部表情，多为年轻女性所喜爱和使用，是一种撒娇卖萌的示好型动作。在视频样本中，男性博主戏仿的女性在面对异性时，多使用此动作表现她们的可爱与性感。

此外，在身体动作方面，受景别呈现的影响，身体动作的整体使用频率很低，仅为 10.06%。视频样本中呈现的身体动作主要是凸显女性身材“S”型曲线的“扭腰肢”等腰部、胯部动作。该动作主要应用于女性的走路姿态，为凸显女性的性别气质，在具体动作展现上含有夸张的成分。

### 3.2 语言操演：具有性别意味的话语建构

语言是人与人之间交往的基本媒介和工具。20 世纪 50 年代末，英国哲学家约翰·奥斯汀在《如何以言行事》中首次提出言语行为理论，该理论认为语言是人特有的一种行为方式，写字、说话等这类言语行为是人们交流沟通和意义传递的最小单位<sup>①</sup>。法国哲学家米歇尔·福柯则将研究从语言转向话语，他认为话语不同于语言学中的句子、文本等相对独立的概念，是一种具有建构作用的社会实践。

朱迪斯·巴特勒基于两者的理论观点，阐释了性别戏仿的语言维度，她重视

① [英]奥斯汀著.如何以言行事[M].杨玉成,译.北京:商务印书馆,2012.

话语行为在性别建构中的作用，认为主体的性别身份是在规范话语和性别意指的操演中建构而成的。男性博主戏仿女性时不仅需要发型、妆容、服饰、体态等外在视觉效果包装，还需要通过声音音色、语言风格等内在特质来强化人物的性别气质与个性化标签。内在与外在的双重戏仿共同建构立体真实的女性形象。

### 3.2.1 声音音色：反阳刚的温声细语与方言口音

声音音色是社会个体先天具有的生理特征，其差异性具有强烈的标识性意义。在传统的性别规范中，声音有男女之分。男性声音的特点多为雄壮浑厚、低沉有力，而女性声音的特点则是温声细语、悠扬婉转。男女两性声音形象的不同是性别二分的重要标志，也逐渐发展成为一种性别刻板印象。

人的声音与形象是互为表里的关系。在戏剧表演中，演员的声音（配音）与形象不符，往往会给观众以出戏感和违和感，造成角色形象的失真。因而对人物形象的建构与呈现，需要注意声音与形象的和谐统一。男性博主在戏仿女性时，对女性声音的戏仿是不容忽视的关键一环，其对女性声音的戏仿主要围绕语音、语调和语体三个方面进行。

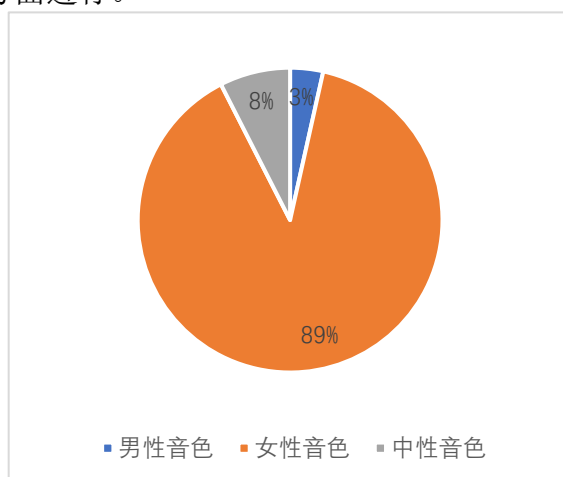


图8 男性博主戏仿女性时的声音音色

在语音方面，男性博主们大多采用温声细语的女性化声音音色，占全部视频样本的89%，中性化和男性化声音音色使用较少。女性声音的生理特征一般细而尖，而男性的则粗而低沉。为了逼真，男性博主在戏仿女性声音时，需要刻意地压嗓，隐藏自身声音中“阳刚”特征，温声细语地塑造女性音色；在语调方面，语调多样且富有表现力，贴合人物情绪。在女性的语言表达习惯中，语调随情绪起伏变化大，多使用升调，并将语气词和重点名词与动词拖长发音，即短音发成长音<sup>①</sup>。男性博主在戏仿女性声音时，受人物不同情绪（惊喜、疑问、生气、伤心等）的影响，会使用不同的音调和语气进行语言表达。如：夸张惊讶时“我

① 孙汝建. 性别与语言[M].南京:江苏教育出版社,1998:35-37.

的天哪”“我的妈呀”“真的假的”的提高音调，愤怒生气时“不要挨着我，好烦哦”“哼，真的好气啊”的加重语气，卖萌撒娇时“好不好嘛”“帮我一下嘛”的拖长音节等。

在语体方面，具有视觉特质的方言口音成为个人风格标签。相较于普通话的标准、大方和距离感，方言给人以朴实、亲切之感。男性博主戏仿女性声音时普遍采用了带方言口音的“塑料普通话”，既保证信息的有效传递，又拉近同观众之间的距离。如：博主“多余和毛毛姐”的贵州普通话、博主“青岛大姨张大厦”的山东普通话、博主“小李朝 ye”的河南普通话等。此外，方言口音与视频画面的有机结合，不仅使语言具有一种既熟悉又陌生的特殊感，还让语言具有很强的视觉特质，凸显人物形象的个性化。一方面，博主们借助方言独特的咬字发音方式，增加视频的趣味性，吸引更多的观众；另一方面，网络经典话语或博主口头禅同视频相结合，画面与语言，视与听的融合呈现，赋予语言更多的喜剧色彩，后被截图和表情包不断地改写与再现，有造梗的趋势。如博主“多余和毛毛姐”的“好嗨哦”、博主“周小闹”的“我的心一点缝也没有了”等，一度风靡网络，成为其个性化标签。

### 3.2.2 语言风格：多维女性话语协同的性别身份协商

语言是文化的重要载体与表达方式，而词汇是构成语言的基本单位。在社会性别规范的影响与规约下，汉语中的称谓语、语助词、形容词等类别的词汇对性别文化具有标识意义。对性别词汇的挪用是性别戏仿在语言维度的重要操演形式。男性博主们从语言维度戏仿和建构女性形象，需要通过对多类型女性词汇的挪用，来完成人物话语表达与视频叙事风格，进而完善女性形象的塑造。这种语言戏仿实践，是男性博主自身与其戏仿的女性角色、是男性博主与视频用户之间的一种交流、协商与博弈。在这一实践过程中，男性博主们完成对戏仿女性的身份建构与身份认同。

总体而言，男性博主戏仿女性时采用的语言风格以戏谑幽默为主。男性博主的性别戏仿视频是以人为核心的内容表达，又面向人传播，其视频叙事的语言风格和话语色彩对形象塑造、用户观感和传播效果的影响至关重要。男性博主性别戏仿视频以戏谑幽默为语言风格，主要受平台定位与作品主题两方面的影响。

就平台定位而言，男性博主的性别戏仿视频归属于才艺表演类，它是一种对原创文化类节目的解构与突破。不同于以往原创文化类节目平铺直叙、娓娓道来的温情与感动，性别戏仿视频一反常态，多用夸张、反讽的手法进行内容输出与观点传递，这种标新立异的风格让其在激烈的赛道竞争中谋得一席之地。

就作品主题而言，虽然性别戏仿视频的叙事主题多为日常生活话题，但“男

扮女”的特殊表演形式难免会涉及到对性别议题的讨论。如果采用正向叙事，视频内容对“度”的把握稍有不慎，便会引发观众的争议与反感，这对男性博主来说有很大的创作门槛。因此，男性博主们多采用轻松搞笑的话语氛围来消解或规避性别话题的敏感与严肃地带，男性博主的语言风格通常重在模仿女性，很少进行主观地改动与创新。

在具体的词汇运用方面，男性博主会使用称谓语、语助词、形容词、副词等方面具有女性标识意义的词汇，进行女性角色的话语建构。

一是称谓语的使用。称谓语是人们用来表示自己所扮演的社会角色或自己同他人的社会关系所使用的名称。查尔斯·泰勒曾在著作《自我的根源：现代认同的形成》中提出，人际交往对话中的称呼是“人的认同形成与发展的前提条件”<sup>①</sup>。巴特勒认为，主体性别身份的确立是被表达行为所操演出来的。男性博主戏仿女性身份的确立，借由称呼自己和称呼用户两种称谓语共同建构。

在称呼自己方面，这类称谓语多应用于视频内容中。男性博主使用的自称主要有两类：一类是用家庭角色代替自称，占比超出六成。如“妈妈”、“老妈”、“阿姨”、“女儿”、“小妹”等，戏仿者以家庭角色身份自称，模糊和隐藏主体自我身份，通过共性的家庭角色同用户建立联系和营造共鸣感；另一类则是使用具有鲜明女性色彩的称谓语。如用“人家”、“本小姐”和女性化名字来自称，这种称谓带有女性撒娇的意味，借以表达戏仿者对自身的性别定位。

在称呼用户方面，这类称谓语多出现在视频标题和视频末尾的互动部分。89.7%的男性博主选择以“你们”、“你”来称呼用户。使用第二人称来称呼用户，一方面，消除屏幕的区隔感，营造面对面的交流感，拉近同用户之间的距离；另一方面，回避性别性质的称谓语，模糊和消解性别界限，塑造认同感。还有10.3%的男性博主选择使用“咱女生”、“姐妹们”、“宝贝们”来称呼用户。这类男性博主将自己视为女性，属于女性群体中的一份子，同时还清楚地知道自己的粉丝以女性为主，让观看的粉丝产生身份认同感。

二是语助词的使用。根据最新的网络视听发展研究报告，性别戏仿类男性博主的用户以年轻女性用户为主，18-30岁的女性用户所占比例达75.38%<sup>②</sup>。男性博主在语言戏仿时，注重使用语助词的女性化和年轻化。在句末语气词的运用上，多使用“呀”、“哈”、“呢”、“啦”、“嘛”、“嘞”等，这些语气助词体现了女性温柔、可爱、撒娇的语气，给人以亲近感。此外，男性博主还会在语句表达中添加

① [加拿大]查尔斯·泰勒著. 自我的根源：现代认同的形成[M]. 韩震等译. 南京：译林出版社，2011.

② 中国网络视听节目服务协会. 《2021 中国网络视听发展研究报告》[R]. 成都：中国网络视听节目服务协会，2021.

英语短语、网络热词等年轻化的语言表达,如“*Oh my god!*”、“*Come on!*”、“好嗨哦”、“你叉叉”等,符合时下的话语潮流,容易引起用户共鸣。

三是形容词和副词的使用。女性语言的特质之一是,言语中多使用夸张意味的形容词与副词。男性博主在戏仿女性时使用具有浓厚情感色彩的形容词,如化妆时的“像个少女一样”、“配得起你这种名媛”,吃东西时的“我的舌头飞到了天上”“放在嘴巴里面会爆炸”等;还有使用强调语气与情感的程度副词,如“竟然”、“到底”、“简直”、“那么”、“居然”等,用以表示感叹、惊讶、疑问等语气。此外,男性博主戏仿女性时,会在句首使用惊叹词,如“亲娘来”、“我的妈呀”、“好嗨哦”、“烦死了”等词语。戏仿者在使用形容词、副词和惊叹语时,往往以高分贝、大音量来表达,凸显角色个人情感和女性性别气质。

总之,男性博主对女性的声音音色、语言风格等话语体系的建构,使其戏仿的女性角色内在与外在,声音特征与身体意象实现和谐统一。

### 3.2.3 话语空间:女性作为在场的缺席者

福柯曾言“话语即权力”,意指话语本身承载着权力和权力关系,是一种主导和支配社会实践主体的强大力量。话语权力在话语实践中予以彰显和增强。朱迪斯·巴特勒认为,性别操演的语言维度主要体现为话语权的操控,与性别身份的建构密切相关。一直以来,男女两性的话语权差异,是性别差异的一个重要表征。不同性别主体在社会及媒介环境中语言表达空间的大小,是其话语权大小的直接反映。男性博主对女性话语的操演和戏仿,是一场表面是女性在场、实则为男性在场的错位话语实践。在这场实践中,男性戏仿成为女性主体在场,但主体精神缺乏,女性仍存在被客体化的情况。女性话语空间扩大的表象背后,实际是一场被男性和资本共同操演的“女性想象”的狂欢。

片面的话语空间,女性成为在场的缺席者。男性博主在戏仿女性时,实际上是将女性作为一种文化符号进行重新地编码与制作,这种文化制作不可避免地带有男性的主观视角,主要围绕视频内容和用户观感两方面展开。

在视频内容方面,视频主题呈现和人物角色塑造仍带有性别刻板印象,限制和压抑女性的话语空间。视频主题上,男性博主性别戏仿视频多聚焦于日常生活、家庭情感类话题,多表现出女性对某人、某事、某物的抱怨、吐槽等情绪化的宣泄,将女性人物的视野局限在家长里短、茶米油盐等琐碎小事,较少反映出女性积极、稳定的情感,以及对家庭之外社会议题的关注。这种对女性话语空间的限定,是对女性在社会层面话语空间的抹杀。

同时,在人物角色上,女性一般作为家庭角色或女性化的职业角色出现。她,是孩子的妈妈,是老公的妻子,是父母的女儿,是客人的柜姐……她,不是主体,

是众多关系中的她者，映照“男主外女主内”的传统观念。更有甚者，直接选择男性旁白、女性表演的形式，女性直接“失语”成为被男性言说的对象。如博主“青岛大姨张大霞”在作品《你们有这样的同款妈妈嘛？》改编自热门歌曲《Coincidence(抖肩舞)》来形容放假后妈妈对孩子的状态变化：

“当你放假第一天回家，你会看见热情的老妈。她会“儿砸”“闺女”“香一个”“吃啥”，让你误以为自己很伟大。

当你放假三天了在家，你会看见平静的老妈，她会“把毯子给我拿来，再把碗给我刷了，想要吃啥去问你老爸”。

当你放假五天了在家，你会看见恐怖的老妈，她会“起开，还睡，和你爸一样窝囊，赶紧滚回去，别烦你老妈”。

哦，确认是亲妈。”（青岛大姨张大霞-2）

还有博主“大连老湿王博文”的《你父母的朋友圈也是这样么？》系列作品中对妈妈使用微信的形容：

“当她学会了基本的操作以后，你的噩梦就来了。首先呢，她就会设立一个家庭群，而且在名字的选择上无非就是“幸福一家”“我爱我家”“某氏大家庭”“相亲相爱一家人”。其次，你一点进去，简直就是买了一张刘老根儿大舞台的VIP票。酒杯姐、寂寞怨妇、上海滩大哥、幽怨王源，配着少喝酒，多运动，节日快乐，健康长寿的炫动文字。在国画牡丹图的映衬下，一闪一闪地亮瞎你24K的钛合金狗眼，并且每天都要在群里分享。“不转不是中国人”“震惊！99%的人都不知道的秘密”“出大事了，昨晚八点的消息，轰动中国”“在卫生间做这六件事容易致癌”等各种博人眼球的标题党链接，养生秘诀，1-3分钟不等的低俗小视频和五彩斑斓的祝福语。”（大连老湿王博文-1）

这些对女性人物形象的刻画，是一种粗糙的符号化和人格化。男性博主在戏仿和塑造女性时，较少从现代女性多元形象入手去描摹，更多的是主观选择与呈现社会公众对女性的常见“文本想象”，从而限制女性的话语空间。

在用户观感方面，用户在观看男性博主性别戏仿视频时，有一种暂时性的性别身份偏移，这种身份偏移是从女性到男性转变，女性用户也成为在场的缺席者。女性形象与女性话语的存在是为了吸引异性，也就是献媚男性<sup>①</sup>。男性博主性别戏仿视频的用户多为女性，其以女性形象或者女性话语来讨好女性用户的动机似乎并不真实。尤其是，当女性用户观看到他们以戏谑丑化的方式表演女性形象时，并不会产生抵触、厌恶和反感情绪，反而会有“能不能不要这么了解女人”“你居然把女人看得如此透彻”的评论与感叹。因而，在观看视频时，女性用户的主

① [日]中村桃子著. 语言与性别[M]. 徐微洁,译.杭州:浙江工商大学出版社, 2017:120.

体身份暂时性偏移为男性，以“凝视”的目光去观赏、评价、戏谑男性博主戏仿的女性角色，而不是站在女性的立场上去为女性破除刻板印象与偏见发声，女性的主体性和话语空间被进一步削弱和挤压。

从本质上来讲，男性博主性别戏仿视频中的女性话语权是一种资本凝视下的错觉与假象。男性博主主动选择被视为“第二性”的女性作为性别身份，从凝视的主体转为被凝视的对象，看似是男女两性的地位和权力得到了反转。事实上，男性博主通过扮演女性来取悦女性不是一种单纯地文化制作，而是一种商业营销手段，男性博主们会在自己的视频内容中穿插相匹配的化妆品、护肤品、零食等广告，部分男性博主利用自己的知名度和流量开始直播带货。因而，女性话语权显现与话语空间扩大的表象背后，资本与商品才是真正的操纵者。

### 3.3 仪式操演：仪式般的场景情节塑造

如果说性别戏仿的戏剧维度和语言维度是关于性别主体自身的建构，那么性别戏仿的仪式维度则是对性别主体赖以存在的外部情境的建构。性别主体自身与外部情境的协同配合，使得性别身份最终得以建构和确立。朱迪斯·巴特勒曾指出，扮装、易装行为本身不足以颠覆主体性别，性别戏仿非常依赖表演情境对性别身份的支撑<sup>①</sup>。同时，巴特勒还认为，性别戏仿是一种仪式性实践。它不是一种单一或单次的行为，而是一种需要持续进行、反复操演社会规范的过程。在性别规范体系的操演循环过程中，性别身份得以确认和建立。男性博主戏仿女性时，通过舞台场景搭建、视频处理加工和故事情节编排三种方式，对性别角色进行仪式化建构与传播，使人物形象更加真实和深入人心。

#### 3.3.1 舞台设置：沉浸式实景塑造表演情境

舞台（表演场地）是演员演出的主要阵地，是戏剧表演的四大基本要素之一。好的舞台搭建给演员以信念感，给观众以沉浸感和真实感。戈夫曼在拟剧论中将社会交往实践类比戏剧表演，人们进行社会交往的场域可视作“舞台”，有前台和后台之分。“舞台设置”是社会个体进行前台活动的重要组成部分，其包括布景、道具、装饰品等服务于个体舞台表演的装置和设施<sup>②</sup>。

短视频的出现和发展，引领社会进入一个全新的视觉文化时代，映照了德国

① [美]朱迪斯·巴特勒著. 性别麻烦：女性主义与身份的颠覆[M]. 宋素凤, 译. 上海：上海三联出版社, 2009:182.

② [美]欧文·戈夫曼著. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯刚, 译. 北京：北京大学出版社, 2008:19-23.



哲学家海德格尔的预言“世界被图像把握”。短视频丰富多彩的动态影像，不断给予用户视觉消费的快感，用户对短视频内容的观赏性要求在逐步提高。这要求以身体叙事为主的短视频创作者，需要更加精心地制作视频内容，打造沉浸式视频观感。为了给予用户更好的视觉消费体验，男性博主性别戏仿视频中的舞台设置，会以契合故事主题内容为先，并多选择室内实景，具体有以下三个特点：

一是实景场景多，假扮场景少。在全部视频样本中，使用实景场景的视频占比为 81%。实景场景在视觉信息的传达上更直接，能快速表明故事发生的地点，突出人物角色个性，帮助用户建立对戏仿女性角色的身份认知，从而提高人物角色的可信度。而在假扮场景中，男性博主需要利用更加丰富的语言表达和肢体动作来进行信息传递，以表明人物身份和所处环境，这类场景往往会削弱戏仿者的演出效果以及视频的传播效果，因而使用频率低。

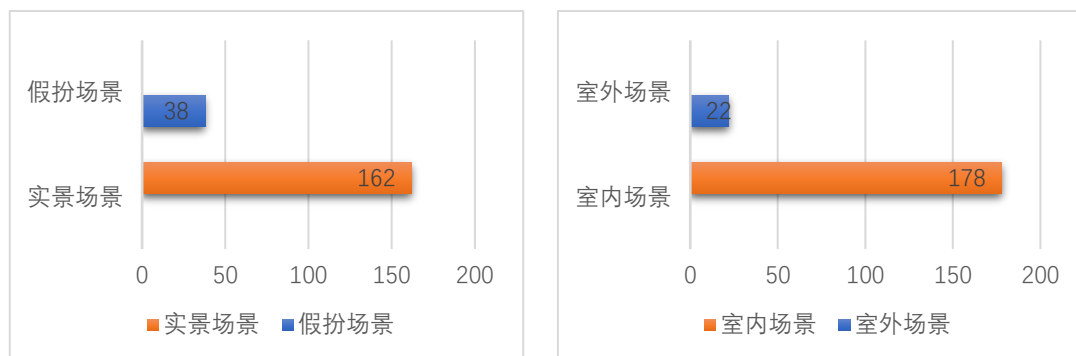


图9 男性博主性别戏仿视频的场景分布情况（实景 VS 假扮；室内 VS 室外）

二是室内场景多，室外场景少。男性博主性别戏仿行为是一种反常规的性别操演，是一种非常态化的表演行为。这种现象和行为有违社会主流认知，视频创作中需要塑造额外的场景与空间，使得人物行为和故事情景成立。室内空间相对于室外空间是一个好的选择。室内场景具有封闭性和限定性，场景布置相对容易且不易穿帮，可以摆脱现实规则的约束，对戏仿视频中的夸张和超现实情节的包容度高。因而，89%的视频选用了室内场景作为故事的支撑和依托。

三是以家庭生活场景为主，学校场景和职业场景次之。符合视频主题是场景选择的前提与标准。男性博主的性别戏仿视频多聚焦家庭关系、两性关系等，45%的视频选择用家庭生活场景来承载。除了契合内容主题外，选择家庭生活场景，对创作者而言，场景布置较为简单，制作成本低、门槛低；对用户而言，场景的熟悉感和亲近感，更容易让用户对视频内容产生情感共振，给用户以身临其境的沉浸感。学校场景和职业场景的使用频率紧随其后，占比分别为 21%和 14%。教室、宿舍等常见学校场景，主要应用于青春怀旧主题的视频；在职业场景中，化妆店、美甲店等女性化职业场景居多，职业场景的选择与呈现暗含性别刻板印象。



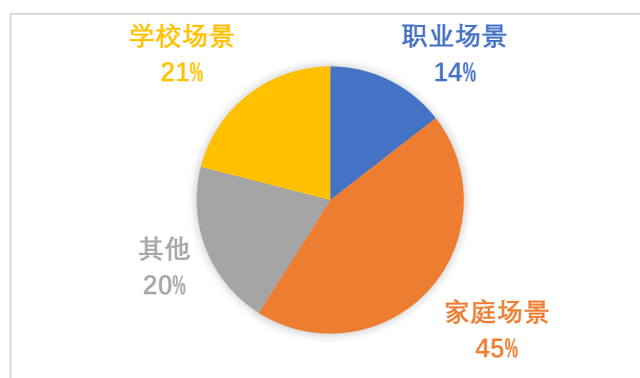


图 10 男性博主性别戏仿视频的各场景类别占比情况

### 3.3.2 视频处理：竖屏取景与美颜技术的双重包装

内容是视频的核心，而制作是视频的关键。好的视频内容需要好的制作包装，实现“锦上添花”的效果。对视频作品的制作，要以视频形式为基点，注重拍摄、剪辑、后期等各个环节。

短视频的出现带来视觉审美范式的革命，主要体现在视频成像模式和图像处理技术两个方面。短视频打破传统横屏视频的纵横比，使用契合手机屏幕的竖屏视频形式，重新定义视频成像比例和用户观看模式；短视频有与之相匹配的剪辑工具，美颜、滤镜等图像处理技术，降低视频剪辑门槛，丰富视频处理效果。男性博主对性别戏仿视频的制作与处理，主要采用竖屏取景和美颜技术的双重包装策略。

一是竖屏取景的客观需要与效果加成。由于短视频平台采用契合手机的竖向信息流模式，和用户“刷”视频的使用习惯，男性博主性别戏仿视频在制作时采用竖屏视频形式。竖屏取景改变了传统横向取景的视频拍摄模式，在人物塑造、画面调度和镜头处理方面有新的拍摄特点和效果呈现。

在人物塑造方面，多采用近景、特写镜头来聚焦人物，凸显女性角色的人物形象。竖屏取景时，视频画面的横向空间狭窄，承载的画面信息有限。视频画面从原来横屏拍摄时注重人与环境关系的反映，转向竖屏拍摄时关注和突出人本身，主体人物占据全部画面的四分之三，视频画面中一些非必要的视觉元素被摒弃。同时，使用近景和特写镜头聚焦女性角色，对人物的仪态姿势和表情细节具有放大作用，增加女性角色动作的张力，突出女性角色的人物形象与性格特质。

在画面调度方面，以蒙太奇手法为主，几乎不使用长镜头。竖屏取景模式，限制了视频画面中的人物调度。相较于横屏视频中人物关系的左右调度，竖屏视频中人物关系需要上下调度，而这种调度方式因不符合视觉常理被舍弃。所以在性别戏仿短视频制作时，多采用蒙太奇手法，将单次画面单个人物的众多镜头按

逻辑顺序剪辑拼接，较少在同一画面中出现多个人物，也几乎不使用长镜头拍摄手法。

在镜头处理方面，多使用故事中某个角色的主观镜头来进行叙事，较少使用第三人视角的客观镜头。短视频的画面与用户虽有屏幕区隔，但其具有天然的社交属性和互动基因。用户观看视频画面时，宛若在同视频主角进行面对面的交流。在性别戏仿视频中，多使用与女性角色进行互动的人物的主观视角作为叙事镜头。这种镜头处理，给同处于镜头视角的用户一种置身其中的互动感与沉浸感，是一种“缺席的在场”。

二是美颜技术的低门槛和强包装。在视频图像主导的视觉文化时代，人们对自我形象的建构有着更高的要求，用户也对视频内容的观赏性有更高的期待。性别戏仿视频虽然不是“以色列人”的视频类型，但从视频观感角度出发，需要对视频原材料进行二次编辑处理，常用的方式是美颜、滤镜等。美颜技术是一种类似化妆效果的数字仿真技术，对人脸的容貌有修饰作用。通过美颜技术的使用，男性博主五官特征的“阳刚之气”被削弱弱化，让其“肤白貌美”更女性化；滤镜的使用，则是提升视频画面的色彩饱和度 and 对比度，增强视频整体的视觉效果。

### 3.3.3 情节编排：反转、对比与重复三种情节结构

巧妙的故事情节设计是短视频引人入胜的关键。短视频具有时长短、篇幅小等特点，受这些客观因素影响，短视频在内容编排和情节处理方面与长视频有所不同。短视频为了在有限的视频篇幅中完成故事主题表达和人物形象塑造，其较少采用平铺直叙的方式，注重使用多元创作手法设计故事情节、加快叙事节奏，从感官上刺激用户神经，吸引用户观看。

男性博主性别戏仿短视频在塑造女性形象、模仿女性话语、完善舞台场景的同时，还注重对故事情节的设计与编排，主要体现在视频的叙事形式和创作手法两方面。

在视频叙事形式方面，性别戏仿短视频可分为系列主题短剧和不定向主题表达两类。一是系列主题短剧。这类短视频通常围绕一个设定的话题或情境展开，同一系列的多个视频在内容上具有连续性，如博主“周小闹”的“十年前的地下商场”系列、博主“战狼姐妹花”的“普通餐厅和高档餐厅的区别”系列、博主“大连老湿王博文”的“你父母的朋友圈也是这样的吗”系列等。二是不定向主题表达。一方面，博主们会从亲情、爱情、友情等情感关系以及日常生活中挖掘能够引起用户共鸣的主题内容进行表达，如博主“多余和毛毛姐”的“减肥”“学车”、博主“戏精牡丹”的“相亲”、博主“郑丽芬 er”的“学生时代”等；另一方面，博主们会选择时下热门话题进行演绎或者对网络热曲进行二创，如博主“青

岛大姨张大霞”的对热门歌曲《Coincidence(抖肩舞)》改编的作品《你们有这样的同款妈妈嘛?》、博主“戏精牡丹”反讽“学生会官威事件”的《学生会的名义》等。

在内容创作手法方面,性别戏仿短视频主要采用反转、对比和重复三种方式进行情节设计。

首先,反转是一种逆向叙事,是性别戏仿视频中最常使用的创作手法,主要有事件走向反转和人物状态反转两类。在事件走向反转类视频中,故事情节通常朝相反方向发展,结尾出其不意,戏剧化效果强烈。如博主“战狼姐妹花”的作品《借钱?这事儿得问我男朋友》中对“拒绝借钱”的巧妙回应:

“嘉姐:向姐,能不能借我100块钱?

向姐:100块,你要这么多钱干什么?

嘉姐:我想买两杯星巴克。

向姐:我得找我男朋友商量一下。

嘉姐:你不是没有男朋友吗?

向姐:所以这事没得商量。”(战狼姐妹花-9)

在人物状态反转类视频中,故事中的人物状态在某一节点开始反常态化,通过打破用户的心理期待,给用户以惊喜感。如博主“多余和毛毛姐”视频中对女生分手后“心口不一”状态的刻画:

“旁白:分手当天

毛毛姐:今天晚上哈不醉不归,和这个渣男说再见,哈哈哈哈哈,分手快乐哈,喝!

旁白:第二天酒醒后

毛毛姐:(独自走在大街上,痛哭流涕,垂头丧气)”(多余和毛毛姐-6)

其次,性别戏仿视频中常使用对比手法。通过将不同人物对比、或是同一人物的不同状态对比,人物形象在比较的反差中更加鲜明突出。在不同人物对比类视频中,故事通过表现不同人物在同一情境中的状态与行为,来凸显其中一方的人物形象。如博主“小李朝ye”的作品《电视剧里的妈妈和现实中妈妈的区别》中就不同妈妈对“打孩子”一事的态度和行为进行对比,体现理想与现实的巨大反差,进一步凸显现实妈妈的“强势”形象:

“电视剧里的妈妈

妈妈:(一巴掌打孩子)

孩子:咦?你打我。

妈妈:天哪!我做了什么,妈不应该打你。妈刚就是忍不住了,孩子我不是故意的。

孩子：我讨厌你！

妈妈：孩子，我的孩子。

现实中的妈妈

妈妈：（一巴掌打孩子）

孩子：咦？你打我。

妈妈：打得轻！打你还得挑日子？你再给我犟嘴，恁爸俺俩一块打你。”（小李朝 ye-5）

在同一人物不同状态对比类视频中，同一人物角色在遇到不同的人或事时，通常会呈现不同的状态，在比较中体现该人物的形象特质。如博主“毛光光”在其作品《柜姐的区别对待》中，主角“吴桂芳”作为一名化妆品柜姐，没有对所有顾客一视同仁，而是非常势利地提供区别对待与服务。在面对贵妇许太时，工作细致，殷勤服务，满脸堆笑；而在面对普通少女时，则工作消极，态度冷漠与不屑。在人物状态的对比中凸显吴桂芳的“势利眼”和拜金主义倾向。

最后，使用重复手法帮助戏仿者确立性别身份和塑造性别角色。重复，又称反复，是在故事叙事中有意地重复某个语句或反复出现某个角色，起到强调和突出作用，从而帮助用户加深对角色的印象。朱迪斯·巴特勒认为，重复对性别身份的确立具有重要作用。性别戏仿者通过对某个角色的重复操演，来确立一个明确一致的性别身份<sup>①</sup>。男性博主性别戏仿视频中主要采用角色重复和情节重复两种方式。就角色重复而言，男性博主在戏仿女性时，虽然经常会一人饰演多角，但每位博主都有一个固定的女性主体身份，这个女性角色贯穿于全部视频当中，其每次出现都有固定的发型妆容和服饰装扮，从而加深观众对女性角色的认知与印象，帮助男性博主们建构其女性身份；就情节重复而言，为赋予女性角色更鲜明的形象特征，故事叙事中会给女性角色设计标志性的动作和话语，塑造女性角色的记忆点。如博主“青岛大姨张大霞”的视频作品结尾，总是出现张大霞戴着拳击手套“出拳”的动作；博主“多余和毛毛姐”的“好嗨哦”和博主“周小闹”的“我的心真是一点缝都没有了”等口头禅作为女性角色的经典话语，在视频中反复出现与使用，这些符号化设计有助于强化用户对女性角色的身份认知。

① [美]朱迪斯·巴特勒著. 身份之重：论“性别”的话语界限[M]. 李钧鹏，译. 上海：三联书店，2011:2.

## 4 以“她”为名：三种关系环境中的女性角色展演

戈夫曼重新阐释了社会学中“角色”的概念，认为“角色”是社会个体的主动角色扮演，而非只是单纯的一种符号。“角色他人”对角色扮演具有重要意义，社会个体的角色身份是通过同“角色他人”进行一系列面对面交往的社会情境中建构和确立的。社会个体扮演什么角色很大程度上依赖于其所扮演角色的特定情境<sup>①</sup>。男性博主从戏剧、语言、仪式三个维度对女性进行性别戏仿，其共同服务于女性角色的建构和女性身份的确立。通过对 200 个视频样本的梳理归纳和综合分析发现，男性博主性别戏仿建构的女性角色主要植根于三种二元关系：亲子关系、两性关系和同性关系；在此基础上建构了三类女性角色：母亲，妻子/女友，姐妹。在本章节中，主要分析男性博主性别戏仿的女性角色是如何被建构的，具有什么特征，每种女性角色及其关系环境背后反映出怎样的性别意识形态。

### 4.1 亲子关系之唠叨型宝妈和专制型虎妈

亲子关系是男性博主性别戏仿视频中最常使用的二元人物关系，男性博主以“母亲”作为主体性别身份进行戏仿和演绎。在我国社会中，“男主外女主内”的传统性别角色观念一直占据主流，普遍认为女性在家庭领域里扮演着重要角色，而在社会领域中则扮演辅助性角色。对于女性来说，她的家庭角色身份优先于她的个人身份和社会身份，她先是“母亲”，然后才是“她自己”。在男性博主的性别戏仿视频中，“母亲”角色仍未跳脱和破除这一传统思想观念，反而强化了对母亲的刻板印象。母亲多以俗气的烫发造型、浓艳的妆容和朴素老旧的服饰等外貌形象示人，母亲在家庭中的价值和作用，主要体现为尽心尽力地养育孩子。男性博主戏仿的“母亲”角色主要可以归纳为唠叨型宝妈和专制型虎妈两类。

所谓唠叨型宝妈，是慈母形象，多出现在母女关系的视频中。这类母亲具有操心、爱唠叨和管闲事的性格特点，如博主“周小闹”的作品《大学室友初次见面的时候，你也是这样尴尬么》中的母亲坚持要亲自送女儿到寝室，并帮忙收拾床铺，还主动打听女儿同寝室室友的家庭状况和学习情况，最后临走前母亲不忘反复嘱咐女儿对学业的重视和对人际关系的把握与维护。相较于单纯质朴的女儿，母亲更显精明和老成。

同时，这类母亲不仅操心孩子的生活琐事，还更加关注女儿的情感和婚姻问题。在博主“戏精牡丹”的作品《有些女人不是不想要结婚，只是想嫁给爱情》

① [美]欧文·戈夫曼著. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯刚, 译. 北京: 北京大学出版社, 2008:12.

中，母亲急于撮合女儿凯丽和男同事在一起，盼望女儿早点结婚成家：

“妈妈：凯丽，你告诉妈妈，你为啥不想结婚了？你不想找个人照顾你，还是有啥难言之隐了？”

赵凯丽：妈，这种事不能勉强，我和他根本没有感情啊。

妈妈：感情不是慢慢培养了，你给我付出一点情，我给你付出一份爱，这感情不就好啦。

赵凯丽：妈，可是我现在过得真的很开心啊。

妈妈：你那是现在开心了，那等你等到七老八十了，病了，妈妈也不在了，那谁照顾你呀。你说，那妈妈能闭了眼？”（戏精牡丹-14）

在这类视频中，相较于“望女成凤”，母亲更期盼的是“望女成婚”，认为女儿只有结婚组建家庭，才能获得世俗意义上的圆满与幸福。“母亲”自身成为“女性应以家庭为重”等传统观念的传播载体，并对女性进行规训与说教。

所谓专制型虎妈，是严母形象，多出现在母子关系的视频中。这类母亲所处的母子关系通常较为紧张，呈对立态势，一面是专制强横、脾气暴躁的母亲，一面是胆小软弱、躲避欺瞒的儿子。母亲在母子关系中占有绝对的管控权和话语权，往往不信任孩子和不听孩子解释。如博主“青岛大姨张大霞”的《我妈今天究竟是怎么了》中，母亲自顾自地评价孩子的生活状态和表达不满，却不听孩子解释：

“妈妈：图图，下来帮妈妈拿点东西。

孩子：好的。

妈妈：叫你干个活磨磨蹭蹭的，真是什么都指望不上。

孩子：不是，妈妈，我刚打完电话一起身，你就上来了。

妈妈：一天到晚就知道和我犟嘴，有这功夫不知道去扫扫地啊。

孩子：好的，妈。

妈妈：我就是这个家里的保姆，就累死我算了。你看你懒得，叫都叫不动，杵在那跟个木头似的。

孩子：不是，我刚想过去你就……

……

妈妈：你居然这个态度跟妈妈说话。

孩子：妈我今天觉得我稍微有点委屈……”（青岛大姨张大霞-5）

同时，这类母亲对孩子有“望子成龙”的强烈期盼，十分关注儿子的学业成绩，但儿子往往会“阳奉阴违”，同母亲进行着“猫鼠游戏”式的对抗。在学习过程中，儿子往往会有“偷改成绩”“伪造奖状”“假装学习”等欺骗行为，但母亲总是火眼金睛地看穿儿子的小伎俩。

作品《我以为孩子发烧了，结果却是……》很好地映证了这一点。视频中，儿子为了逃避学习假装发烧，母亲担心不已外出给孩子买药。儿子在窗边使用望

远镜确认妈妈已离开走远后，自己去往网吧打游戏。但妈妈外出不久后，觉得不对劲“刚才摸他脸，没有那么高的温度”，准备转身回家再次确认儿子是否发烧。儿子接到同伴“你妈回家了”的消息，匆忙跑回家继续装病。然而妈妈却发现儿子的白球鞋“沾满了泥土”，并对其进行了一系列化验分析，得出一份土壤分析报告“采样来自：球鞋，土壤来源：网吧，新鲜程度：五分钟内”，证明儿子撒谎。母亲非常生气，戴着拳击手套一拳头朝儿子打过来。这种母亲与儿子斗智斗勇的剧情，看似诙谐幽默，是现实生活的一种调侃，实则体现了母亲专制强横的形象。母亲重视成绩而忽视儿子的心理健康，“咄咄逼人的话语”“拳击式动作”都是母亲对儿子进行着言语和身体的双重暴力的象征。

最后，无论是唠叨型宝妈，还是专制型虎妈，两者皆以孩子为主，将自己的人生价值寄托在儿子的学业和女儿的婚姻上。“母亲们”忘却自我，忽视自身的主体性。此外，在亲子关系的视频中，父亲经常缺席或隐身，母亲主导的“丧偶式育儿”暗含了对女性家庭角色的再度规训。

## 4.2 两性关系之弱势女友和强势妻子

两性关系作为常见的社会关系，是性别本质和性别角色的直观体现，在男性博主性别戏仿视频中被大量地刻画和描绘。视频中呈现的两性关系以不平等为主要基调，是对现实生活中男女关系的延伸与演绎。男性角色通常是正常的、理智的，而女性角色则是反常态的，其言语和行为往往被戏剧化处理与呈现。男性博主性别戏仿视频中以婚姻为界重点塑造两种女性角色：弱势女友和强势妻子。

一种是迎合男性凝视的弱势女友角色。在男女两性关系处于恋爱阶段时，两性关系呈现“男强女弱”的态势。女友角色多以柔弱、单纯的年轻女性形象出现，但这种形象是女性借由身体伪装进行的一种印象管理，迎合多数男性对女友的设想。视频中的女友角色会使用肢体动作来增强自身的女性魅力，以吸引男性的注意力，如初次见面的低头颌首、捂脸偷笑，展现魅力的撩头发，保持良好形象的化妆等。她们还通过表现自己的脆弱无助来凸显自己的女性气质，如在电影院看恐怖片时，和女性朋友一起表现的镇定自若“三姐，你不要怕，这些都是拍给人看的，都是假的”，但同男友一起则表现的胆小害怕、惊慌失措“啊！我不敢看，好恐怖啊。今天晚上我不敢一个人回家了，你陪我吧”。部分女友角色还主动接受男性凝视，进行自我物化，如佯装“不能喝酒，一喝酒就上脸”的乖乖女，和“经常晚上都不吃东西，只吃一个水果”的饭量小等，不敢在男友面前展现真实的自己。

这种女友角色的塑造，本质上是以男性为中心，是女性依附男性的不平等。

在博主“多余和毛毛姐”的作品《女孩子如果说分手不是真心的，是不是都这样》中，毛毛姐在主动同男友提出分手后，虽然表面上说着“这一回我心里面很平静的，就像什么事情都没发生过一样”，但内心却十分后悔和不甘心，一直期待男友可以“发微信、打电话”来主动找她。在等待的过程中，毛毛姐不停地翻看手机，心情从最初的平静到生气到愤怒再到伤心难过，还不停地安慰自己“毛毛你不要哭，你是最坚强的女人哈”，但她始终没有放弃等待男友。最后，毛毛姐忍不住给男友打电话，男友接电话说“在外面喝酒呢，一会儿就回来啊，乖，别闹了啊”，毛毛姐立刻就收起之前的情绪不再生气，和男友重归于好，情绪转变十分戏剧化。女友看似占据分手主导权，实则仍是以男友为重，男友决定着两人的情感关系走向。

另一种是激发厌女情绪的强势妻子角色。在男女两性关系处于婚姻阶段时，两性关系呈现“女强男弱”的态势。不同于婚前的弱势与依附，妻子角色多是以强势、控制的形象出现，居于主导地位；而丈夫则处于弱势一方，呈现出沉默、顺从、包容的姿态。妻子角色主要有两种表现：一是妻子的前后“变脸”体现行为的无端。博主“多余和毛毛姐”在作品中描绘了妻子婚前婚后的转变与区别。在结婚前，妻子非常依赖丈夫、觉得自己很孤独，主动要求丈夫每晚睡觉前给自己讲故事；而结婚后，丈夫在看电视时不小心碰到妻子，妻子立马把丈夫手推开，烦躁地同丈夫说可不可以离自己远点，“能不能给彼此留一点空间啊”。在对比中妻子的“变脸”反差大，更显行为无端。丈夫则全程无言，显得十分无辜。

二是妻子的当众“指责”有违常理人情。妻子角色在两性关系中是支配丈夫的主导者，时常以胜利者的姿态指责丈夫。如博主“戏精牡丹”在《“你爸没出息”——父母的抱怨，该不该当着孩子的面》中刻画了这样的一个妻子向孩子抱怨丈夫的场景：

“弟弟：全是素菜呀？我长身体呢，你给我弄点好吃的嘛。

妈妈：你不要给我霍霍了哈，我告诉你，要怪就怪你爸没出息哈，你爸要是能挣回来钱，那山珍海味妈妈变着花给你们做。

.....

爸爸：（在外应酬后醉酒归家）

妈妈：我怎么这么倒霉了，嫁了个这货了。

女儿：妈妈，我觉得爸爸还挺好的呀。

妈妈：你爸但凡有一点出息，咱们家哈，不至于过成这样。”（戏精牡丹-11）

视频中，作为家庭主妇的妻子不理解丈夫在外工作的辛苦，当着孩子的面指责丈夫，抱怨丈夫没有出息，伤害丈夫的自尊心，引起孩子对父亲的反感。在这类视频中，妻子是一种不讲道理、无理取闹的存在，女性性别角色被扭曲和丑化；



丈夫则被描绘成“正常人”，丈夫的默默忍受和寡言少语，往往更能引发观众对丈夫的同情，产生对妻子角色的反感。这种对两性关系片面、曲解地描绘，加深观众对女性的刻板印象，进一步催化和放大社会的厌女情绪。

此外，女性身体被消费主义所裹挟，加剧两性的不平等。在两性关系中，妻子/女友默许和接受着男性另一半对自己身体的“凝视”，并主动物化自己的身体——保持良好身材和维持美丽容颜，以保持自己对男性的吸引力。如博主“毛光光”的作品中，化妆品柜姐吴桂芳的重视顾客是贵妇许太，其经常大量购买化妆品，却被嘲讽是不是为了留住老公“一出新品就来买，晓得的以为你爱保养，不晓得的以为你怕老公跑了嘞”。这类主题视频中往往穿插有化妆品、护肤品的广告，其不仅是一种商业营销手段，也暗含着对女性消费者身材和容貌的规训。

### 4.3 同性关系之塑料姐妹花

同性关系，主要指女性间的友谊，是继亲子关系和两性关系之后，性别戏仿视频中呈现最多的主题内容。在女性同性关系中，关系好的女性朋友称为“闺蜜”，关系虚假的女性朋友则称为“塑料姐妹花”。在传统观念和刻板印象中，男性之间的友谊是真诚的和坚固的，而女性之间的友谊是肤浅的和虚假的。男性博主的性别戏仿视频延续了对女性友谊的刻板印象，对女性友谊的描摹整体呈负面倾向，并将故事情境设定在校园生活与社会生活两类场景中。

在校园生活情境中，女性朋友间情感的虚假主要表现为学习竞争。作为学生的她们，主要矛盾是学习，她们互相欺瞒自己的学习努力程度和复习进度，试图在表面营造一种不努力不学习的假象，实则在复习中“各显神通”，自己想要“弯道超车”取得好成绩。如博主“郑丽芬 er”的作品《寝室里的内卷，朋友之间也要这么卷吗》中还原了这一情景：

“郑小芬：明天就考试了，你们复习没有啊？”

室友们：没有复习啊。

郑小芬：我也没有复习。哎，我们真是好姐妹啦！

室友 2：无所谓了，我玩手机了。

室友 1：那我看电视了。

室友 2：你们以为我在玩手机吗？其实，白天在教室，我早就把明天要考的复习提纲拍了下来，卷死你们。

室友 1：假装看电视，实际在刷题。不复习，这辈子都不可能不复习。

郑小芬：我假装拉肚子，其实我在厕所里偷偷刷题，卷死你们。”（郑丽芬 er-8）

在社会生活情境中，女性朋友间情感的虚假主要表现为容貌和金钱竞争。社会生活中的她们，重视容貌的价值，认为容貌不仅有利于彰显自身魅力，还对异性具有很强的吸引力。女性难以摆脱容貌焦虑，被男性凝视所规训。不仅如此，女性角色对容貌的追求，通常希望在同性竞争中胜出，实现独自美丽。如博主“战狼姐妹花”在作品《昔日好姐妹今日竟然这样对我……》中呈现了两姐妹一起熬夜看剧，但其中一人偷偷敷面膜的情节：

“一起通宵追剧后

嘉姐：啊？你皮肤状态怎么这么好，明明我们俩一起熬夜的，你说你是不是涂了什么东西？

向姐：我哪有用那些东西啊，我没有啊，我没有！

向姐：（心想：千万不能被她发现，我昨天晚上偷偷用了熬夜急救面膜。）

向姐：那是因为我天生丽质啊。”（战狼姐妹花-17）

而在金钱竞争方面，女性角色往往流露出拜金主义和物质主义倾向，表面上大方，实际上自私和爱占小便宜。女性角色重金钱轻情感，将金钱利益置于同性友谊之上。在《每一次结账，都是一次战争》视频中，向姐和嘉姐两姐妹在饭店吃饭，到了结账时，向姐假装提出要买单，在和嘉姐两人几番争抢“买单”后，嘉姐说“那你来吧”。这让内心并不想买单的向姐愣住了，她开始各种找理由推脱，包括“手机没电”“没有 POS 机不能刷卡”“拿出公交卡”等，试图逃避买单，但都被嘉姐见招拆招，一一化解，向姐最终只好付款买单。

男性博主性别戏仿视频中呈现的女性友谊，往往是虚假的和不真诚的。女性角色在同性关系中戴着虚伪的面具，多工于心计，而缺少相互信任与情感支持。这类带有戏谑嘲讽意味的剧情背后，隐藏着对女性个性的丑化和贬低，再度加深观众对女性的刻板印象。

## 5 讨论——以“她”为镜：男性博主性别戏仿的价值审视

男性博主“男扮女”性别戏仿视频已然成为互联网空间中的一道“性别奇观”。在前面章节中，研究运用朱迪斯·巴特勒的性别操演理论和戈夫曼的拟剧论，对男性博主性别戏仿的行为机制和角色塑造进行梳理分析，了解与认识男性博主性别戏仿的逻辑规律。但男性博主性别戏仿行为本身一直具有矛盾性与争议性，加之消费文化对其的裹挟和影响，男性博主的性别戏仿不是单纯的一种文化景观，其背后暗含的性别意识形态值得警惕与省思。本章节将以拉康的镜像凝视理论为切入点，重新审视和思考男性博主性别戏仿的行为表征与内在逻辑之间的关系，从正负两方面分析其价值和影响。

### 5.1 男性博主性别戏仿的积极影响

#### 5.1.1 镜像表达：女性的自我凝视和情感认同

男性博主“男扮女”性别戏仿短视频是当代女性形象的一种新的媒介镜像。女性作为视频观看主体，在观看视频时实现一种特殊的“自我凝视”，并对男性博主戏仿的经典女性形象和现实生活类话题产生情感认同与共鸣，有利于扩大两性交流的话语空间。

雅克·拉康提出的镜像凝视理论认为，主体需要从他者的反馈中找到并确认自我身份，建立自我认同。随着时代的发展，这一理论被延伸进媒体领域，将各类媒体的“屏幕影像”视为一种新的镜像。借由镜像理论，女性用户观看男性博主“男扮女”性别戏仿视频，属于女性凝视“女性”的行为，视频中呈现的女性角色是一种特殊的女性“自我镜像”，也是照见女性自我意识与自我价值的一个窗口。女性用户比较“实际自我”和“镜像自我”的差异中，再次确立对自己性别身份的认同和性别形象的认知，是一种特殊的自我审视。正如劳拉·穆维爾所言，“凝视”是一种性别权利关系<sup>①</sup>。女性用户在观看性别戏仿视频时，其实是对屏幕中男性博主的一种凝视。女性从被男性凝视的客体转为凝视男性的主体，实现性别权利关系的倒置，获得一种反凝视的视觉快感。

男性博主的性别戏仿视频并不是一种单纯的娱乐搞笑视频，男性博主在创作

① [英]劳拉·穆尔维著. 视觉快感和叙述性电影[M]. 范倍, 李二仕, 译. 北京:世界图书出版公司, 2012:522.

过程中，关照社会现实，重视挖掘女性在亲情、爱情、友情等方面的情感故事和家庭、校园、职场等场景的生活故事作为视频主题。视频内容主要是对人们习以为常的人物形象、生活情景以及场景对话，进行夸张化的表达与演绎。对女性用户来说，熟悉的人物关系和生活情景以戏谑夸张的方式进行重新诠释，既引发用户的情景联想，又给用户以新鲜感和趣味性。并且，当看到视频中女性角色说出自己心中所想或按照女性的行为逻辑处理问题时，女性用户会产生强烈的情绪共振与情感认同，如她们在评论区所说“妈耶好真实简直一模一样”、“能不能不要这么了解女人”等。男性博主们“比女人还懂女人”形象呈现，赢得了女性用户的心理认同与情感认同。

此外，男性博主们不仅关注对日常生活情景的描摹，还会主动以女性角色的身份积极进行正能量价值观的输出。如博主“多余和毛毛姐”的作品中，毛毛姐看到有人插队时，怒斥插队者，会用大喇叭360度全方位告诉插队者“一个成年人要有素质，请你排队，不要插队！”。这类故事情节不是对生活情景肤浅地娱乐调侃，而是对社会不良风气的讽刺与批判，视频中的女性角色通常是正义的化身，敢为常人所不敢为，给女性用户以良好的印象。男性博主不是一味地通过模仿女性、讨好女性来获得女性认同，更通过塑造正义女性形象来赢得女性认同。

男性博主用女性形象包装自己，通过展现自己理解女性与认同女性，来走近女性和亲近女性。借由这种性别戏仿的方式，男性博主在获得女性认同的同时，也为男女两性交流开拓一个新的对话方式，扩大两性交流的话语空间。

### 5.1.2 性别越界：挑战传统二元论的性别气质

性别戏仿是一种反常规的性别操演，是一种具有颠覆性的性别实践。男性博主性别戏仿行为挑战传统二元论的性别观念，是对性别气质的越界与反叛。男性博主的性别戏仿实现了对男女两性、美与丑、异与同三重边界的跨越。

一是对男女两性性别边界的跨越。男性与女性在传统性别二元论中是彼此对立的状态。盖尔·卢宾最早提出“社会性别”的概念，冲击和瓦解着传统性别观念。人的生理性别是与生俱来的，是男女两性在生物学意义上的特质与差异，而社会性别是后天塑造的，是由社会影响和建构的男性气质与女性气质。如男性要具备“阳刚之气”，女性具有“阴柔之美”等。相较于生理性别的难以改变，社会性别受性别主体的操演可以实现性别转变与性别越界。就如卡尔·古斯塔夫·荣格所说，无论男性还是女性身上，都踟居着一个异性形象<sup>①</sup>。男性博主由性别戏仿建构的女性角色，实质上是一次对男女两性性别边界的跨越。这些戏仿的女性角色，没有刻意地回避男性和女性中的任何一方，在“她们”身上可以看到女性

① [瑞士]卡尔·古斯塔夫·荣格著. 心理学与文学[M]. 冯川等, 译. 南京: 译林出版社, 2011:78.

特征，也可以看到男性特质。如博主“戏精牡丹”塑造女性角色“张牡丹”，既如同女性一般用细而尖的嗓子说话，不时翘起“兰花指”，又具有“络腮胡”等特征鲜明的男性性别符号。随着人物形象塑造的深入，用户逐渐产生“张牡丹应该有胡子”的观感。诸如此类，男性博主在戏仿女性时，将两性性别特征融于一体，带给用户戏剧化冲突的视觉快感，是对传统性别秩序的挑战与越界。

二是对美与丑边界的跨越。性别戏仿视频作为视觉消费文化的产物，其服务于用户审美或是审丑的需求。回顾既往由性别戏仿塑造的经典形象，有以审美取向为主，塑造良好的角色形象和呈现美好的表演效果，如戏曲艺术中的“乾旦坤生”；也有以审丑取向为主，通过人物形象的性别反差的来塑造滑稽的丑角，营造戏剧感和诙谐感，如影视作品中的搞怪角色“如花”。男性博主性别戏仿塑造的女性形象不同于以往“审美”或“审丑”取向塑造的角色形象。如果说以往性别戏仿角色是戏剧化的、超现实的，那男性博主性别戏仿塑造的女性角色则是日常的、现实的。这些女性角色没有刻意地扮美或是扮丑，形象塑造是基于对日常生活中典型女性形象的观察与还原，虽表演夸张但不显故意做作，自然生动的语言表达和肢体动作，让女性角色更加真实可感。男性博主对女性角色的塑造突破了审美与审丑的既定框架，重在凸显人物性格特质而非容貌。

三是对异与同边界的跨越。移动互联网时代带来了信息的海量化与碎片化，短视频行业快速发展已进入红海市场，如何在海量的信息和庞大的创作者群体中抢夺用户的注意力是短视频创作者立足的关键。选择性别戏仿的男性博主们，没有营销自己作为男性的阳刚、帅气等特质，反其道而行之，选择戏仿女性的“异类”形象，借由塑造的女性形象与自身形象的反差感，突破异同边界的重围，博得用户的关注。同时，男性博主在戏仿女性时，会塑造一个贯穿视频始终的女性主体角色，用户和女性角色一同经历人物情感的喜怒哀乐，而被塑造的女性角色渐渐成为用户心中一个完整而独立的存在。这使得男性博主戏仿的女性角色不再是异类的存在，被用户逐渐接受与认可，视为是“同类”。男性博主戏仿的女性角色改变了用户对“异类”与“同类”的认知界定，这是对异同边界的再一次跨越，或者说异同界限本身被模糊化。

当“男扮女”的性别戏仿不再是社会公众眼中的“异类”时，属于广义概念上的“男扮女”的变性者、异装癖等性少数群体，同样渴望公众收起异样的目光，得到理解、认可与尊重。他们的存在是对单一支配性男性气质的挑战与突破，是对传统性别二元论的越界与颠覆。无论是“男扮女”的性别戏仿，还是变性者、异装癖等性少数群体，“她们”的存在，体现出性别气质的个体差异性，为社会带来多元化的性别形象，是对性别本质的越界与突破。

## 5.2 男性博主性别戏仿的逻辑批判

### 5.2.1 女性污名：戏谑狂欢下的人格丑化

为了在竞争激烈的短视频行业中占据一席之地，男性博主注重“求新立异”，在戏仿女性角色时追求的不是“美”与“真”，而更多的是“奇”与“异”。男性博主多使用戏谑、夸张、恶搞等手法来塑造女性角色，这种娱乐狂欢的背后暗含着对女性人格的丑化与贬低，其塑造的母亲、妻子、女友、姐妹等众多女性角色都被污名化，大致可以分为两类：女性自身的虚伪性和女性形象的非常态。

一是女性自身的虚伪性。就女性自身而言，男性博主在性别戏仿中对女性的重新解读与诠释，暗含着潜在的“男性凝视”，其将用户的视线更多的聚焦在女性的外貌上，并诱导用户认为女性的美貌是一种“假象”。如博主“阿纯是反诈宣传者”，他将自己设定为网络美女打假的正义使者，个性签名设为“网络颜值虚假，请大家珍惜身边人”。“阿纯”重在突出其所扮演的女性角色在上妆、美颜前后形象颜值的巨大反差。在视频中，“阿纯”扮演的女性角色会以素颜出镜，甚至还有反向化妆、做丑陋表情来进一步丑化自己，然后借助旁白或背景音乐来转场，视频画面加入了美颜、滤镜等特效，女性角色在原有装扮下变成拥有美丽容颜和妩媚姿态的形象，提醒和警示大家“网络交友要慎重”。这类视频看似是一种对女性使用美颜滤镜现象的娱乐调侃，但实际上男性博主在戏仿过程中向用户传达女性美貌的虚假和女性需要“以貌示人”的肤浅性，是一种对女性的隐形批判。

二是女性形象的非常态。在性别戏仿视频中，男性博主具有复数化的性别身份，他们往往一人饰演男女数角，但其呈现的男女角色形象差异很大，有明显的常态与非常态的对比关系。比较常见的关系类型有“疯狂”母亲与“正常”儿子、“母老虎”妻子与“宽容”老公、“野蛮”女友与“温柔”男友等等，这种男女两性关系的对立，默认将男性视为正常的，而女性则是非常态的。同时，当男性博主在视频中扮演回男性时，这些男性角色往往具有外表俊朗、性格温和等美好特质，并有正常的为人处事逻辑；而女性角色则多以夸张、滑稽的形象出现，承载着视频中的笑料与包袱。男性博主借由男性角色的外表与性格进一步吸引用户，给用户一种“明明有颜值，偏要靠才华”的对比和反差之感。用户对男性博主的认同似乎暗含着这样一个逻辑：这个男性博主不仅具有出色的男性特质，还很懂女性和愿意为女性发声，女性用户将男性博主视为是知己与同伴。殊不知，在这种观念的影响下，男性博主对女性角色的人格丑化与贬低被悄然掩藏。

由此可以看出，男性博主虽然是性别戏仿的主体，是女性角色的扮演者和呈

现者,但从本质上来说,其戏仿和塑造的女性角色才是引发大众狂欢的直接诱因。女性仍然没有摆脱“被凝视”的命运,是在舞台中央供大众凝视的客体,而男性博主则是这场性别表演中退居幕后的旁观者。用户对视频的调侃戏谑式回应,看似是对男性博主性别戏仿的评价,实则是对女性的一种嘲讽与审视。视频中,女性角色所代表的文化依旧是低俗的,这种负面的女性形象借由网络传播的“乘数效应”加以放大,进一步引发和激化社会中的厌女情绪<sup>①</sup>,即对女性的偏见与嫌恶。男性博主“男扮女”性别戏仿视频作为一种独特的内容形式,在短视频赛道中占有自己的一席之地,也被越来越多的用户所接受与喜欢,但其视频内容中所呈现的对女性形象扭曲、贬低的污名化内容,是一种对女性的性别抑制,值得重视、警惕和省思。

## 5.2.2 男性本位：性别刻板印象的再现与固化

男性博主性别戏仿塑造的女性形象,是一种主观的性别文化编码,承载着男性对女性的想象与认知。从表面上看,这是男性主动迎合与讨好女性的行为,似乎喻示着女性主体地位的提升;然而,从本质上来说,这是一种基于男性本位的女性想象,男性博主在戏仿实践中悄悄转换了“凝视”的主体,女性仍然没有改变“被凝视”的客体地位。这种女性形象在男性视角中的二次建构与塑造,是对女性刻板印象的再现与固化,甚至是对女性的再度规训。

从男性博主角度来说,男性博主通过“凝视”女性,获取对女性的主观印象,并对女性形象进行戏仿和呈现,以提高自己“被凝视”的价值。男性博主的性别戏仿,属于男性视角的女性行为,其不可避免地带有男性的主观色彩和行为烙印,是一种“男性本位”意识的隐含。朱迪斯·巴特勒在对性别操演理论进行阐释时,指出性别操演或性别戏仿,不是对性别简单地模仿与再现,而是对主体性别身份的重新建构。遗憾的是,男性博主的性别戏仿看似颠覆了男女两性的性别界限,但其对女性形象的描摹与塑造是一种粗糙的性别符号,是对日常生活场景中女性刻板印象的不断提取和复刻。男性博主的性别戏仿,不仅没有打破传统异性恋框架中两性规范的约束,还使得既有的女性刻板印象被再现、强调和固化。

从女性用户角度来说,男性博主的性别戏仿转换了女性用户“凝视”的主体视角,女性用户囿于“看”与“被看”的视觉矩阵中,自身的主体性再次被消解。男性博主在性别戏仿时,其自身的生理性别是男性,但其所呈现的社会性别符号是女性。女性用户在观看性别戏仿视频时,表面上是在“凝视”男性博主,实际上是在“凝视”男性博主戏仿的女性角色。这意味着女性仍没有摆脱“被凝视”

<sup>①</sup> 徐智,高山.网络女性自治区中的性别歧视内化——自媒体美妆视频中的女性嫌恶现象及批判[J].国际新闻界,2019,41(06):147.

的客体身份，只是在观看视频时将自己代入“男性视角”，体验男性的性别优势，暂时性获得一种主动凝视他者的视觉快感。男性博主的性别戏仿是一种获得女性认同的性别伪装，女性不但没有告别“被凝视”的客体地位，反而在父权审美体系中，其自身被定义，其行为被规训，其价值被剥夺。

从性别戏仿行为本身来说，在商品经济和消费主义的裹挟与影响下，男性博主的性别戏仿行为，不仅是兴趣驱动，更多的是经济利益驱动。从本质上来说，性别戏仿视频是一种文化消费品，是一种披着性别外衣的商业营销手段。男性博主通过“男扮女”性别戏仿博得女性群体的认同与关注，进而在视频中穿插与主题内容相匹配的广告，或是以直播带货的形式将流量变现。在经济利益驱使下，“男扮女”性别戏仿的视频题材在越来越多男性博主账号中出现和演绎，其成为一种视频创作套路，内容同质化倾向明显。因而，男性博主性别戏仿的重点是在表演，而不是性别。男性博主的性别戏仿行为，从表面上看是男性将权力让渡给女性，甘于屈居“被凝视”的客体地位。但从深层次来讲，性别戏仿行为并未从本质上改变和突破传统性别规范，男性博主不过是媒介和消费主义的“傀儡”，商品和资本才是真正的幕后操纵者。



## 6 结语

媒介是社会发展的一面镜子，而媒介镜像是指媒介所呈现出的图像，是媒介对现实社会的一种映射<sup>①</sup>。媒介镜像是一种具有强烈隐喻色彩的符号，其存在的价值与作用是服务于意义的生成与传播，帮助人们认知自我、他人以及所处的社会。短视频快速崛起与发展，已经成为一种主流的媒介形态。其中，男性博主“男扮女”性别戏仿短视频成为互联网空间一道独特的性别文化景观，是对当代社会男女两性性别关系和性别权力的一种映射。本文选取抖音平台中 10 位具有影响力和代表性的男性博主的 200 条视频作为研究样本，以朱迪斯·巴特勒的性别操演理论和欧文·戈夫曼的拟剧论作为理论基础，采用文本分析和话语分析的研究方法，探寻短视频平台中男性博主性别戏仿的行为机制、形象建构、以及这一行为表征的背后所暗含的性别关系和性别意识形态。

本文围绕着朱迪斯·巴特勒性别操演理论的戏剧、语言和仪式三个维度对男性博主性别戏仿的行为机制进行分析。在戏剧维度上，男性博主的性别戏仿具有表演性，打造女性标准形象的视觉表征是不可或缺的“个人前台”设置。男性博主戏仿女性时主要采用了黑长发有刘海的发型和发卡、耳环、项链等经典女性配饰，使用口红、眉毛、眼影等符号打造浓妆艳抹的妆容，服饰着装方面则以中性偏暖色调和日常化的女性穿搭为主，同时善于使用具有女性特征的手部动作、面部表情等肢体语言来模仿女性的神韵。

在语言维度上，话语对主体性别身份的建构具有重要作用，男性博主戏仿女性形象不仅需要外在视觉效果的包装，还需要对女性声音音色、语言风格等内在特质的塑造。男性博主戏仿女性时，在语音方面，多采用压嗓的方式模仿女性的温声细语；在语体方面，选择使用方言口音的“塑料普通话”给用户以朴实、亲切之感，并打造个人风格标签。同时，男性博主挪用称谓语、语助词、形容词、副词等多类别性别词汇，借以在话语中完成主体女性身份的协商与建构。然而，男性博主的话语实践营造了一种女性话语空间扩大的假象，实际上是一场由男性和资本共同操演的“女性想象”的狂欢，女性成为在场的缺席者。

在仪式维度上，男性博主性别戏仿不仅需要性别主体自身的建构，还需要对性别主体赖以存在的外部情境进行搭建。在舞台场景设置上，性别戏仿视频多选用室内实景场景，给用户以真实、沉浸的视听体验，场景类别以家庭生活场景为主，学校场景和职业场景次之，多选用家庭生活场景既降低制作成本，又容易引发用户情感共振；在视频处理加工上，男性博主性别戏仿短视频属于竖屏视频，

① 霍一雯. 论媒介镜像及其对意义的建构[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2021,51(02): 160-166.

相比于传统的横屏视频，竖屏取景在人物塑造、画面调度和镜头处理方面发生很大改变，更聚焦主体人物、弱化场景环境；在故事情节编排上，性别戏仿视频采用系列主题短剧和不定向主题表达两种叙事形式，并多使用反转、对比和重复三种手法来设计故事情节，加快叙事节奏，吸引用户观看。

然后，在分析男性博主性别戏仿行为机制的基础上，进而探究了男性博主性别戏仿塑造的女性角色的类型和特点。男性博主性别戏仿主要植根于三种二元关系来建构女性角色，分别是亲子关系中唠叨型宝妈和专制型虎妈，两性关系中弱势女友和强势妻子，同性关系之塑料姐妹花。从总体上来看，这些女性角色的展演与呈现，是对女性的一种负面的描摹与刻画，强化了对女性的刻板印象。具体来说，亲子关系中的母亲具有慈母和严母两种形象，母亲在家庭中的价值和作用主要体现为尽心尽力地养育孩子，女性的家庭角色身份优先于她的个人身份和社会身份；两性关系中的女友和妻子则是与男性角色构成强弱二元对立的关系，在视频中呈现的两性关系以不平等为主要基调，男性角色通常是正常的、理智的，而女性角色则是反常态的、戏剧化的；同性关系中的塑料姐妹花，则通过描绘校园生活和社会生活两种场景中的女性友谊，重在突出传统观念和刻板印象中女性友谊的虚假性和肤浅性。

最后，任何事物都有两面性。对男性博主性别戏仿行为的认知与评价，不能全盘肯定或全盘否定，要用辩证的眼光去看待。就积极影响而言，男性博主性别戏仿视频是当代女性形象的一种媒介镜像，女性实现了一种特殊的“自我凝视”，既有利于女性用户产生情感认同与共鸣，又有利于扩大两性交流的话语空间。同时，男性博主的性别戏仿实现了对男女两性、美与丑、异与同三重边界的跨越。对男女两性的性别越界，挑战和冲击着传统二元论的性别气质；对美与丑边界的跨越，实现对审美与审丑取向的平衡与突破；对异与同边界的跨越，是市场竞争的需要，是对用户性别感知的重塑。但其仍存在负面性，男性博主的性别戏仿在娱乐狂欢的背后暗含对女性人格的丑化与贬低，是一种对女性的污名化。同时，男性博主的性别戏仿是一种主观的性别文化编码，是基于男性本位的女性想象。它没有突破传统两性规范的约束，还使得既有的女性刻板印象被再现、强调和固化。性别戏仿视频存在的负面性和消极影响值得我们警惕、审视与反思。

男性博主性别戏仿行为，是一种主观的性别扮演，难免会在实践中打上男性主观色彩和行为烙印。但其作为一种颠覆性的性别操演，在一定程度上实现了对既有性别规范和性别观念的越界与突围。在未来，希望男性博主的性别戏仿视频不要单纯地被资本和商品所裹挟，不将女性形象视为牟利的工具。男性博主对女性形象的戏仿与展演，从认同和认可女性出发，以尊重和还原女性本来面貌为先，亦或有突破女性刻板印象的新诠释，以期两性交流对话营造新的空间，为性别

气质塑造赋予新的可能。

本研究还存在一定的局限性和不足之处。在研究样本选取上，主要采用的是人工筛选样本并进行样本处理，受本人自身能力的限制，对研究样本的选取不够广泛和全面。在研究视角设定上，本研究主要关注男性博主性别戏仿的行为机制和角色呈现，没有对性别戏仿视频的用户感知和传播效果进行关注和探索。希望今后的研究可以从更多元的视角对男性博主性别戏仿行为进行分析和解读，尝试运用其他理论框架对这一现象进行诠释与注解。同时，事物是动态发展的，男性博主性别戏仿行为在动态发展中会呈现出新的特点与表征，值得对这一现象进行持续性、深入的观察与追踪，以期获得新的、有价值的发现。

## 参考文献

- [1] [美]朱迪斯·巴特勒著.性别麻烦:女性主义与身份的颠覆[M].宋素凤,译.上海:上海三联出版社,2009.
- [2] 陈向明.质的研究方法与社会科学研究[M].北京:教育科学出版社,2000.
- [3] [英]罗吉·福勒著.现代西方文化批评术语词典[M].袁德成,译.成都:四川人民出版社,1987.
- [4] 佟新.社会性别研究导论[M].北京:北京大学出版社,2011.
- [5] 李银河.女性权利的崛起[M].北京:文化艺术出版社,2013.
- [6] [美]R.W.康奈尔著.男性气质[M].柳莉,张文霞等,译.北京:社会科学文献出版社,2003.
- [7] [法]让·鲍德里亚著.消费社会[M].刘成富,全志钢,译.南京:南京大学出版社,2014.
- [8] [英]柯林·坎贝尔著.求新的渴望[M].罗刚,王中忱,译.北京:中国社会科学出版社,2003.
- [9] [美]欧文·戈夫曼著.日常生活中的自我呈现[M].冯刚,译.北京:北京大学出版社,2008.
- [10] 赵毅衡.符号学[M].南京:南京大学出版社,2012.
- [11] [英]奥斯汀著.如何以言行事[M].杨玉成,译.北京:商务印书馆,2012.
- [12] 孙汝建.性别与语言[M].南京:江苏教育出版社,1998.
- [13] [加拿大]查尔斯·泰勒著.自我的根源:现代认同的形成[M].韩震等,译.南京:译林出版社,2011.
- [14] [日]中村桃子著.语言与性别[M].徐微洁译.杭州:浙江工商大学出版社,2017.
- [15] [美]朱迪斯·巴特勒著.身份之重:论“性别”的话语界限[M].李钧鹏,译.上海:三联书店,2011.
- [16] [英]劳拉·穆尔维著.视觉快感和叙述性电影[M].范倍,李二仕,译.北京:世界图书出版公司,2012.
- [17] [瑞士]卡尔·古斯塔夫·荣格著.心理学与文学[M].冯川等,译.南京:译林出版社,2011.
- [18] 万书元.易性症与异装癖:当代艺术的身份危机——鲍德里亚对当代艺术的诊断与批判[J].同济大学学报(社会科学版),2014,25(06):82-91.
- [19] 李进超.身体表演的性别身份——“伪娘”现象的文化解读[J].兰州学刊,2012(05):103-106.
- [20] 杨洁.那一个哲学家“酷儿”——管窥朱迪斯·巴特勒[J].兰州学刊,2008(04):165-169.
- [21] 艾士薇.论朱迪斯·巴特勒的“性别述行理论”[J].南方文坛,2011(06):79-84.
- [22] 王娟.多元性别身份构建中的操演和戏仿[J].长安大学学报(社会科学版),2017,19(02):147-152.
- [23] 宋素凤.《性别麻烦:女性主义与身份的颠覆》——后结构主义思潮下的激进性别政治思考[J].妇女研究论丛,2010(01):91-96.
- [24] 都岚岚.论朱迪斯·巴特勒性别理论的动态发展[J].妇女研究论丛,2010,11(06):65-78.
- [25] 王蕾,朱雯文,常博.媒介中性别反串形象的塑造及社会张力研究[J].当代传播,2018(01):37-40.

- [26] 张悠哲.大众文化中文学经典的戏仿和改编[J].西安工业大学学报,2016,36(11):928-933.
- [27] 徐蔚.文本与舞台:明清异性乔装剧的性别书写[J].北京工业大学学报(社会科学版),2016,16(06):64-69.
- [28] 张乾坤.重复·模仿·戏仿·倒置——中西戏剧精神的主要生成手法之比较[J].阴山学刊,2021,34(03):17-23.
- [29] 肖俏.平面欢愉与颠覆价值——真人秀节目“戏仿”现象的美学之思[J].现代传播,2016(02):158-160.
- [30] 王晓彤,张悦.性别反串再流行翦论[J].大舞台,2019,362(05):84-87.
- [31] 王天乐.性别表演、文化制作与消费——当下短视频中的“男扮女”现象分析[J].新闻界,2020(07):88-95.
- [32] 代黎明,王蕾.性别反串的再流行:从“朱碧石”走红说起[J].中华女子学院学报,2017,6(03):65-69.
- [33] 徐莉.发式文化的性别标识现象研究[J].江南大学学报(人文社会科学版),2005(06):48-52.
- [34] 吴善中,黄蓉.浅论辛亥革命前夕狂飙突起的剪辫运动[J].扬州大学学报(人文社会科学版),2022(02):9-13.
- [35] 贾佳.“化妆”的符号学研究[J].四川戏剧,2016(04):71-74.
- [36] 李曼琳.国际妇女运动与女权主义的历史演进及其启示[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版),2006(04):50-55.
- [37] 朱政德,牛静.男色消费对女性凝视的隐性消解[J].东南传播,2018(09):38-40.
- [38] 纪莉,王燕灵.对抗性“凝视”中的“他者”——兼论 20 世纪 80 年代以来中国女性电影的反“凝视”[J].当代电影,2020(06):141-145.
- [39] 詹俊峰.从“小鲜肉”现象看男性身体的表征与物化[J].湖南工业大学学报(社会科学版),2016,21(05):47-52.
- [40] 汪文斌.以短见长——国内短视频发展现状及趋势分析[J].电视研究,2017(05):18-21.
- [41] 黄楚新.融合背景下的短视频发展现状及趋势[J].人民论坛·学术前沿,2017(23):40-47.
- [42] 彭兰.短视频:视频生产力的“转基因”与再培育[J].新闻界,2019(01):34-43.
- [43] 王晓红,任垚娣.我国短视频生产的新特征与新问题[J].新闻战线,2016(17):72-75.
- [44] 郑天,李文健.亚文化视角下网络戏仿行为探析[J].青年记者,2020(15):35-36.
- [45] 董玉芝.技术赋能与身体传播:移动短视频戏仿实践的价值重构[J].现代传播,2020,42(11):27-32.
- [46] 吕鹏,王明漩.短视频平台的互联网治理:问题及对策[J].新闻记者,2018(03):74-78.
- [47] 李修齐.短视频内容引导与版权保护体系[J].中国出版,2017(16):17-21.
- [48] 李彬,关琮严.空间媒介化与媒介空间化——论媒介进化及其研究的空间转向[J].国际新闻界,2012,34(05):38-42.

- [49] 何习文,汪筱兰.短视频营销的受众心理分析——以抖音为例[J].现代营销(信息版).2020(01):246-247.
- [50] 徐智,高山.网络女性自治区中的性别歧视内化——自媒体美妆视频中的女性嫌恶现象及批判[J].国际新闻界,2019,41(06):145-163.
- [51] 霍一雯.论媒介镜像及其对意义的建构[J].西北大学学报(哲学社会科学版),2021,51(02):160-166.
- [52] 邢立丽.戏仿概念的历史流变和理论内涵[D].辽宁大学,2012.
- [53] 徐蔚.男旦:性别反串——中国戏曲特殊文化现象讨论[D].厦门:厦门大学,2007.
- [54] 高永. 戏仿作品著作权侵权问题研究[D]. 北京:中国政法大学, 2007.
- [55] 夏德元.电子媒介人的崛起—社会的媒介化及人与媒介关系的嬗变[D].复旦大学,2011.
- [56] 中国网络视听节目服务协会.《2021 中国网络视听发展研究报告》[R].成都:中国网络视听节目服务协会,2021.
- [57] 中国互联网信息中心(CNNIC).第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》[R].北京:中国互联网信息中心(CNNIC),2021.
- [58] 北京商报. 抖音日活跃用户数破 6 亿, 人民网,2020 年 9 月 16 日, <http://it.people.com.cn/GB/n1/2020/0916/c1009-31863013.html>
- [59] 艾媒网.短视频行业数据分析:2021 年中国 54.7%女性用户使用抖音短视频平台,艾媒网,2021 年 5 月 8 日, <https://www.iimedia.cn/c1061/78440.html>
- [60] 飞瓜数据.抖音短视频分品类作者相关分析榜单,飞瓜数据:抖音短视频数据分析平台, <https://ersp.lib.whu.edu.cn/s/cn/feigua/dy/G.https/home/guideadv?chl=baidufeigua>
- [61] Palys, T. Purposive sampling. In L. M. Given[M]. The Sage encyclopedia of qualitative research methods,2008.
- [62] Esther Newton. Mother Camp: Female Impersonators in American[M]. Chicago: Chicago University Press,1972.
- [63] Barrett. R. Markedness and style switching in performances by African American drag queens[M]. In C. Myers-Scotton (Ed.), Codes and consequences: Choosing linguistic varieties, Oxford University Press,1998.
- [64] Butler, J. P. Bodies that matter: on the discursive limits of “sex”[M]. London: Routledge,2011.
- [65] Bullough, V. L. & Bullough, B. Cross dressing, sex, and gender[M]. Philadelphia: University of Pennsylvania Press,1993.
- [66] Tommasi C O. Cross-dressing as discourse and symbol in late antique religion and literature[M]. In D. Campanile (Eds.), TransAntiquity: Cross-dressing and transgender dynamics in the ancient World, London: Routledge,2017:121-133.
- [67] Peggy, R. Sanday. Female Power and Male Dominance[M]. Cambridge: Cambridge University

- Press,1981.
- [68] Greaf, C. Drag queens and gender identity[J].Journal of Gender Studies,2016,25(06):655-665.
- [69] Butler, J. P. Gender Performance: An Interview with Judith Butler[J]. Radical Philosophy: A Journal of Socialist and Feminist Philosophy,1994(67):33-37.
- [70] C Mcmanus. Women and English Renaissance Drama: Making and Unmaking “The All-Male Stage”[J]. Literature Compass,2007,4(03):784-796.
- [71] Brayshaw, E. Costume Behaving Badly: Poverty, Disease and Disgust in Early Twentieth-Century New York Vaudeville[J]. Fashion Theory-The Journal of Dress Body & Culture,2021-10-26.
- [72] Wallis, C. Performing gender: A content analysis of gender display in music videos[J]. Sex Roles,2011,64(3-4):160-172.
- [73] Morris, et al. Cross-dressing as a meaningful occupation: A single case study[J]. British Journal of Occupational Therapy,2015,78(11):706-712.
- [74] Bridges, T.S. Men just weren’t made to do this: Performances of drag at “Walk a Mile in Her Shoes” marches[J]. Gender & Society,2010,24(01):5-30.
- [75] Upadhyaya M, Korenis P. Cross-dressing as a defense mechanism against loss in a bisexual male[J]. Journal of Gay & Lesbian Mental Health,2018,22(04):412-420.
- [76] He Chengzhou. Trespassing, Crisis, and Renewal. Li Yu gang and Cross-Dressing Performance[J]. Differences,2013,24(2):150-171.
- [77] Chou, HL. Striking their own poses: The history of cross-dressing on the Chinese stage[J]. The Drama Review,1997,41(02):130-152.
- [78] Luo, Wei. Television’s “Leftover” Bachelors and Hegemonic Masculinity in Postsocialist China [J]. Women’s Studies in Communication,2017,40(02):190-211.
- [79] Wen, Hui ke. “Diversifying” masculinity: super girls, happy boys, cross-dressers, and real men on Chinese media[J]. Asianetwork Exchange,2014,21(01):1-11.
- [80] Oakley A. Sex, Gender and Society[J]. Feminist Frontiers Rethinking Sex Gender & Society, 1972.
- [81] Flavio Figueiredo, Jussara M, Almeida, Fabrício Benevenuto, Krishna P. Gummadi. Does content determine information popularity in social media?[P]. Human Factors in Computing Systems,2019.

## 附录 1：短视频平台男性博主性别戏仿视频样本目录

### 一、多余和毛毛姐

1. 这是雷总的那台小金刚，我想怎么摔都没问题～（点赞 308.1w）  
<https://www.douyin.com/video/6644528985076141319>
2. 你的闺蜜是不是总在你减肥时劝你吃东西？（点赞 285.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6628516726478736644>
3. 对于插队的朋友你会劝阻吗？#不许插队不许插队（点赞 275.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6683769387662527751>
4. 你每天都找什么借口熬夜？#熬夜（点赞 274w）  
<https://www.douyin.com/video/6649762571094215950>
5. 城里人和我们蹦迪的不同（点赞 271w）  
<https://www.douyin.com/video/6615200132180741379>
6. 这种怀旧的 mv 你们有看过吗？#怀旧 mv 翻拍（点赞 269.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6670077517887491341>
7. 女孩子如果说分手不是真心的，是不是都这样？（点赞 263.9w）  
<https://www.douyin.com/video/6635463875867184397>
8. 你出过这种乌龙吗？其实各行各业都不容易，大家多一份理解。（点赞 262.9w）  
<https://www.douyin.com/video/6642119162736938254>
9. 你们和男朋友看电影是啥样？（点赞 261.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6644697149848161550>
10. 《毛毛姐相亲记》你们和喜欢的男生第一次吃饭是不是这样？（点赞 253.4w）  
<https://www.douyin.com/video/662776726564867332>
11. 《毛毛姐学车记》你学车时是学渣还是学霸？#学车（点赞 250w）  
<https://www.douyin.com/video/6659295696723823885>
12. 欢迎乘坐本次航班，请自觉！#这个视频有点长（点赞 243.9w）  
<https://www.douyin.com/video/6729385119334911245>
13. 宝宝们！男孩子有女闺蜜，还特亲近正常吗？（点赞 240w）  
<https://www.douyin.com/video/6639244955288079623>
14. 刁蛮婆婆遇上泼辣媳妇，有遇到过吗？（点赞 236.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6631855369461173511>
15. 我们一起来合拍吧！发挥你们的想象力！预备，开始！#合拍（点赞 218.6w）  
<https://www.douyin.com/video/6632566524068498695>
16. 快过年了，年终奖收到了吗？（点赞 216.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6650985828652797191>
17. 你以前属于哪种学生？你的同桌你还记得是谁吗？#这个视频有点长（点赞 214.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6737575755011607821>
18. 你害怕听到随便这个词吗？#吃什么（点赞 214.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6652524938215345416>
19. 听说还钱婚后是有区别的，是这样的吗？#毛毛姐的飙戏时间（点赞 214.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6711669415747800327>
20. 如果陪女生去逛街，哪怕她说一点喜欢，请记住一定要买下来！（点赞 212.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6638040881335110915>

### 二、青岛大姨张霞

1. 我妈今天到底是怎么了？#山东爸妈请出道 #我要上热门 @DOU+小助手（点赞 371.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6785392742018075918>
2. 你们有这样的同款妈妈嘛？#山东爸妈请出道 #在家无聊（点赞 310.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6790207033397316868>



3. 我这个天衣无缝的计划，我妈是怎么识破的？#我要上热门 #搞笑 @DOU+小助手（点赞 308.1w）  
<https://www.douyin.com/video/6786499108350774532>
4. 山航：按时到达就是延误！#山东人眼里的山航 #山东航空有多硬核（点赞 284.5w）  
<https://www.douyin.com/video/6986084378187173127>
5. 我妈今天究竟是怎么了？（点赞 274w）  
<https://www.douyin.com/video/6784701815872130318>
6. 我说我是个学霸…我妈怎么就不相信我呢…#青岛大姨 #我要上热门（点赞 242.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6819224531165646091>
7. 这场智力测验，我最终还是输给了我妈…#破壳魔法 show#青岛大姨（点赞 211.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6862988611776711948>
8. 我妈做的饭里，竟然还放了这个…#我要上热门 #山东爸妈请出道（点赞 200.6w）  
<https://www.douyin.com/video/6795033949971303687>
9. 万万没想到，我妈最后还是…#我要上热门 #搞笑（点赞 197w）  
<https://www.douyin.com/video/6787237050937609479>
10. 万万没想到，我妈竟然在冰箱藏了…#山东爸妈请出道 #我要上热门（点赞 193w）  
<https://www.douyin.com/video/6802040598334393614>
11. 我以为图图发烧了，结果竟然是…#搞笑 #戏精 #山东爸妈请出道（点赞 189.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6782464767719181582>
12. 糟了！我妈新增超强助手，竟然是…#我要上热门#搞笑@DOU+小助手#山东爸妈请出道（点赞 186w）  
<https://www.douyin.com/video/6783892649590983943>
13. 我妈这个逻辑鬼才，竟然…#欢乐抖包袱 #一分钟画李诞（点赞 185.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6798385353368620301>
14. 明明是我妈让我说实话，怎么还是…#山东爸妈请出道 #我要上热门（点赞 184.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6793177820139916557>
15. 糟了！这下我妈可让我把脸丢大了…#镇厂之宝 #该省省该花花会省会花上特价（点赞 175.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6854834461893250312>
16. 我妈居然在我上网课的时候…#我要上热门 #山东爸妈请出道（点赞 170.1w）  
<https://www.douyin.com/video/6794624596046810382>
17. 到底发生了什么…我妈要把我送走…#青岛大姨 #我要上热门（点赞 169.1w）  
<https://www.douyin.com/video/6816683306164292876>
18. 为了不让我妈参加家长会，我也是煞费苦心…#我要上热门 #青岛大姨（点赞 163.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6814685002379332867>
19. 我只是想问一道题，我妈为什么要这么对我…#在家办公为国加油 #抗击肺炎（点赞 163.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6791307881867119885>
20. 我妈为了通关游戏，居然对我…#兔兔好声音 @游戏达人推广 @抖音小游戏（点赞 163w）  
<https://www.douyin.com/video/6826932194787740932>

### 三、阿纯是反诈宣传者

1. 教大家如何成为网红，其实很容易，只要有抖音就可以了@抖音小助手 你说是不是呀（点赞 635.5w）  
<https://www.douyin.com/video/6515374307869199623>
2. 女神怎么来的呢？请保存后，发给你男朋友，让他认清现实，谢谢（点赞 354w）  
<https://www.douyin.com/video/6636531281477766403>
3. 好害羞，第一次穿这种比基尼，有点仙（点赞 285.3w）  
<https://www.douyin.com/video/6681155195969228045>
4. 把这个视频发给你的好朋友的话，他第一句回你什么呢？（点赞 234.6w）  
<https://www.douyin.com/video/6652900395901308171>
5. 谁才是抖音第一女网红？是不是我？（点赞 223.1w）  
<https://www.douyin.com/video/6570239158655126798>
6. 不忘初心，方得始终，谨以此片致敬所有人。（点赞 198.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6741621593249729800>

7. 请问网上的小姐姐们，本人到底长什么样？ #来自天堂的魔鬼（点赞 180.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6697860434478779662>
8. 少女、御姐、萝莉、我都有，你想要哪个？（点赞 155.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6662634642736155916>
9. 美颜后，颜值轻微提升（点赞 145.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6641745569314245895>
10. 这个安琪拉能不能一打二？（点赞 144.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6711616266550971659>
11. 如何成为清纯系女网红？一定要有平口的衣服才行（点赞 133.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6560589995701177613>
12. 我今年 43 岁了，打开美颜后，网上的小哥哥们，依然对我投怀送抱，很开心（点赞 127.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6696473099220667661>
13. 千万不要点右下角的原声（点赞 121.5w）  
<https://www.douyin.com/video/6772441182732684551>
14. 你在网上喜欢的小姐姐，可能叫沈建钢#315 一起来打假（点赞 121.3w）  
<https://www.douyin.com/video/6668172284747926796>
15. 只是稍微 ps 一下，让我的颜值轻微提升，相亲对象竟然说我不是本人？生气气（点赞 120.6w）  
<https://www.douyin.com/video/6661898806885420296>
16. 新买了一套比基尼，好害羞呀～（点赞 114.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6681881076304006404>
17. 找女网红当女朋友是一种什么体验？（点赞 109.9w）  
<https://www.douyin.com/video/6788518732353391872>
18. 老爸喜欢的网红美女，竟然是自己的儿砸！#阿纯阿纯（点赞 106.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6792034431726046471>
19. 我叫祯祯，最近在学习炒茶，我这有上好的大红袍。十万一斤，很便宜吧（点赞 104.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6669352531761663236>
20. 虽然我从来不化妆，但有你们和美颜的装饰就足够啦！还有好多没编完呢，就差你啦（点赞 103.3w）  
<https://www.douyin.com/video/6659643933821373704>

#### 四、毛光光

1. 买的就是开心。#百亿剧好看计划 #吴桂芳 #周雅琴（点赞 214.6w）  
<https://www.douyin.com/video/6812096021594688768>
2. 留住贵妇常来柜台的“秘密神器”。#吴桂芳（点赞 214.5w）  
<https://www.douyin.com/video/6816606161899506944>
3. 啧啧，这么多粉丝，竟然是这么个素质。#吴桂芳 #百万赞演技大赏（点赞 202.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6847030897389161743>
4. 你尽管买，其他的交给我吴桂芳。#吴桂芳 #花式不脱妆（点赞 191.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6826992845107334400>
5. 欺负我可以，不准欺负贵妇姐姐。#吴桂芳（点赞 189.9w）  
<https://www.douyin.com/video/6830713040896478479>
6. 没想到平时大大咧咧的婆娘，也有内心敏感的时候。#吴桂芳（点赞 187.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6842552063675698432>
7. 利益当前，我芳姐还是讲义气。#郑梦婷 #吴桂芳（点赞 185.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6834787723060972815>
8. 姐，原来你是在给我冲 YJ 啊？#吴桂芳 #郑梦婷（点赞 181.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6833322652992556303>
9. 贵妇够贴心，婆婆也是够不客气的。#吴桂芳（点赞 173.3w）  
<https://www.douyin.com/video/6828114046710058240>
10. 土大款和贵妇姐的 Battle，还真的有点看头！#吴桂芳（点赞 172.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6817715576417291535>

11. 人事经理是怎么做到一直微笑的? #百亿剧好看计划 #吴桂芳 (点赞 172.3w)  
<https://www.douyin.com/video/6819207727680654607>
12. 态度好, 我买。态度不好, 我买给你看。#百亿剧好看计划 #吴桂芳 (点赞 172.1w)  
<https://www.douyin.com/video/6809176671652957440>
13. 现在的柜姐怎么都这样! #吴桂芳 #女孩子的想象力 (点赞 166.3w)  
<https://www.douyin.com/video/6986128360766229790>
14. 芳姐灵魂拷问: 你见过紫色吗? #吴桂芳 #周雅琴 #挑战不脱妆 (点赞 166.1w)  
<https://www.douyin.com/video/6815866420698664192>
15. 只要姐你愿意买, 我就还是那个吴桂芳。#吴桂芳 (点赞 158.4w)  
<https://www.douyin.com/video/6824780768695422208>
16. 成年人的崩溃只在一瞬间。#百亿剧好看计划 #吴桂芳 #周雅琴 (点赞 157.3w)  
<https://www.douyin.com/video/6809950255073758464>
17. 吴桂芳在柜台一天, 销冠就不可能让人! #吴桂芳 #郑梦婷 #周雅琴 (点赞 156.8w)  
<https://www.douyin.com/video/6852954947424767246>
18. 虽然看不惯你, 但不允许别人欺负你。#太累了 #郑梦婷 #吴桂芳 (点赞 153.3w)  
<https://www.douyin.com/video/6825510397659843840>
19. 不给化全妆, 也不给卸妆, 看你买不买。#百亿剧好看计划#笑声加速计划#周雅琴#吴桂芳 (点赞 152.4w)  
<https://www.douyin.com/video/6807335987383946511>
20. 啥子都好, 就是吃了英语的亏。#百亿剧好看计划 #周雅琴 #吴桂芳 (点赞 148.5w)  
<https://www.douyin.com/video/6818468222078160143>

## 五、小李朝 ye

1. 当你上网课时! 哈哈姐妹们最近开始上网课了么? (点赞 291.3w)  
<https://www.douyin.com/video/6790274513926999303>
2. 在学校跑操时😂名场面再现... 你是视频中的哪个? (点赞 271.8w)  
<https://www.douyin.com/video/6724594839486303502>
3. 开学第一天! 😂...哈哈视频里有你么? (点赞 263.8w)  
<https://www.douyin.com/video/6724224957464775950>
4. 听说要上网课时的你! 姐妹们开心么? (点赞 261.4w)  
<https://www.douyin.com/video/6791008860011334919>
5. 电视剧里的妈妈和现实中妈妈的区别😂... 这是真的么? (点赞 225.1w)  
<https://www.douyin.com/video/6719291191315189000>
6. 放学后最后一分钟😂你是视频里的哪个? (点赞 209w)  
<https://www.douyin.com/video/6724964463730183432>
7. 开学第一天名场面又来了! 你们渴望开学么? (点赞 200.6w)  
<https://www.douyin.com/video/6793982115835940103>
8. 小时候的你 VS 现在的你, 我现在还没明白咱女生小时候为啥这样哈哈 (点赞 199.6w)  
<https://www.douyin.com/video/6801427622971706638>
9. 学校生活中每个班里都有这样类型的人😂你是视频里的哪一个? (点赞 190.4w)  
<https://www.douyin.com/video/6726455355380911367>
10. 假如你的闺蜜是女明星时! 你有没有这样想过? 哈哈 (点赞 188.4w)  
<https://www.douyin.com/video/6822181766632082691>
11. 暑假第一天 VS 最后一天😂你们的作业都写完了么? (点赞 180.6w)  
<https://www.douyin.com/video/6723850031343897863>
12. 过年在家闲出 P 时的你... #我的平淡假期 #春节 (点赞 177.2w)  
<https://www.douyin.com/video/6786922650603212046>
13. 惊! 露西妮逆袭舞鞋姐的秘密#就咬这样唱 @你的爱抖乐事 (点赞 174.6w)  
<https://www.douyin.com/video/6857908549285137678>
14. 当你谈恋爱被老班抓到时... 哈哈还记得你当年喜欢的人么? (点赞 169.5w)  
<https://www.douyin.com/video/6792866547015634189>

15. 早晨的第一节课。姐妹们你们想到了什么？哈哈（点赞 169.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6795473565517892878>
16. 那些年遇到的监考老师，你的监考老师是这样吗？（点赞 165.1w）  
<https://www.douyin.com/video/6799547475469323528>
17. 当有人要找你事时...切勿惹事生非（点赞 159.3w）  
<https://www.douyin.com/video/6794720457091239182>
18. 在班里上早自习时😂名场面再现!!! 你是视频里的哪个？哈哈（点赞 158.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6727937553623764232>
19. 当你的闺蜜开导你感情时！你想到了身边的谁？哈哈（点赞 156.6w）  
<https://www.douyin.com/video/6796208030661856525>
20. 你们班举行过元旦晚会么？（点赞 154.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6777287756499488007>

## 六、郑丽芬 er

1. 你喜欢上铺还是下铺？#学生时代#宿舍日常（点赞 265.2w）  
<https://www.douyin.com/video/6820687575913614605>
2. 像不像做作业时的你？@DOU+小助手 #学生时代 #搞笑 #四川云毕业（点赞 244.9w）  
<https://www.douyin.com/video/6786914805015006468>
3. 坐过最后一排的同学举个手#学生时代（点赞 239.6w）  
<https://www.douyin.com/video/6806213926099897613>
4. 你考完试发卷子时是什么心情？ #学生时代（点赞 237w）  
<https://www.douyin.com/video/6822912479635442956>
5. 留堂背书的感觉你还记得吗？ #学生时代 #四川云毕业（点赞 217w）  
<https://www.douyin.com/video/6827365195342597387>
6. 新年开启学霸模式！欢迎大家来到黄金屋！#2021 新春日记（点赞 216.9w）  
<https://www.douyin.com/video/6929049019691945229>
7. 你们老师给你们放过什么电影呢？#学生时代 #模仿 #四川云毕业（点赞 211.1w）  
<https://www.douyin.com/video/6818459786841967876>
8. 第5集 | 寝室里的#内卷 越来越激烈了#寝室里的内卷 #朋友之间也要这么卷吗（点赞 210.6w）  
<https://www.douyin.com/video/7024402921366342925>
9. 一人一句老师的经典语录@抖音小助手#学生时代 #搞笑 #戏精（点赞 201.6w）  
<https://www.douyin.com/video/6779125666559446285>
10. 这种事情有在你们班发生过吗？ #学生时代（点赞 201.1w）  
<https://www.douyin.com/video/6837753577683881230>
11. 激动的心，颤抖的手，放假咯！ #学生时代（点赞 200.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6878596142788021511>
12. 计算机课你们都会玩什么呢？#学生时代（点赞 197.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6814746604008951043>
13. 老师上网课时发生的不同状况#网课（点赞 192.9w）  
<https://www.douyin.com/video/6801018727828671751>
14. 公开课上的老师都会变得温柔#学生时代 #模仿（点赞 192.3w）  
<https://www.douyin.com/video/6796564240376302862>
15. 当轮流背书时，每个人都是“名侦探”#学生时代 #模仿（点赞 190.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6799534620267318541>
16. 每次家长会都是暴风雨前的宁静#学生时代（点赞 185.9w）  
<https://www.douyin.com/video/6831813818763529483>
17. 第3集|《学生时代》第3集 毕业前的最后一天#抖音短剧新番计划#2021 高考@冬凡Sonic(点赞 183.3w)  
<https://www.douyin.com/video/6969841886399860004>
18. 老师盯着你读书是什么体验？ #学生时代（点赞 176.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6931632057110072583>

19. 考试前的晚自习你们都干过啥呢? #学生时代 #模仿 (点赞 170.7w)

<https://www.douyin.com/video/6812893311955651847>

20. 你们坐第一排的感受是什么呢? #学生时代 (点赞 167.3w)

<https://www.douyin.com/video/6805471124067994888>

## 七、周小闹

1. 我妈买衣服时的经典台词, 你的妈妈也一样么? (点赞 207.8w)

<https://www.douyin.com/video/6771330970336365831>

2. 第 2 集|十年前地下商场, 做美甲的你, 是不是也有过同样经历? (点赞 146.5w)

<https://www.douyin.com/video/6800274618532809991>

3. 大学宿舍你遇到过, 帮忙带饭不给钱的人吗? (点赞 125.4w)

<https://www.douyin.com/video/7015853316403989790>

4. 大学宿舍, 睡前都会讲这种吓人的故事吗? #JBL 哈曼卡顿#哈曼卡顿-乐享品质生活#京东数码 11 (点赞 125w)

<https://www.douyin.com/video/7027176039730121991>

5. 大学遇到有人表白, 你也是这种看热闹的状态么? (点赞 123.2w)

<https://www.douyin.com/video/7012168418476494087>

6. 十年前地下商场, 老板娘中午是如何吃饭的, 你们知道么? (点赞 119.5w)

<https://www.douyin.com/video/6777267748121627917>

7. 大学生活, 男生是如何追女生的? #唱吧 k 歌宝 (点赞 119.2w)

<https://www.douyin.com/video/7028139353171971336>

8. 第 50 集|十年前地下商场, 精神小妹做美甲, 你身边有这样的朋友么? (点赞 118.7w)

<https://www.douyin.com/video/6830269722911591683>

9. 第 28 集|十年前地下商场, 做美甲和图片不一样时, 你会怎么办? (点赞 115.4w)

<https://www.douyin.com/video/6811336305704750343>

10. 第 33 集|十年前地下商场, 当美甲师心情好时, 你见过这画面么? (点赞 106.8w)

<https://www.douyin.com/video/6813633978998721796>

11. 大学室友初次见面的时候, 你也是这样尴尬么? (点赞 106.2w)

<https://www.douyin.com/video/7004407885576949028>

12. 第 22 集|十年前地下商场, 做美甲粘钻时, 你遇到过这种事情么? (点赞 98.5w)

<https://www.douyin.com/video/6808809839985265934>

13. 当大学室友吃宵夜时, 你也是这样的么? (点赞 97.3w)

<https://www.douyin.com/video/7010058137654791460>

14. 大学宿舍, 上铺同学都是怎么麻烦下铺的? #1020 双 11 预售 #双 11 省亿点 (点赞 96.9w)

<https://www.douyin.com/video/7018857435905494303>

15. 第 43 集|十年前地下商场, 美甲师结婚时, 你会送她什么祝福呢? (点赞 96.9w)

<https://www.douyin.com/video/6817715825743564035>

16. 大学宿舍, 早上不起床的人, 你遇到过吗? (点赞 95.9w)

<https://www.douyin.com/video/7034571507053432095>

17. 大学宿舍, 女生都会偷偷在床帘里面做什么? #新三九胃泰#好胃好舒服 (点赞 92.7w)

<https://www.douyin.com/video/7011732956439907615>

18. 你们大学宿舍, 也有一个爱玩游戏的同学吗? #萌猫公园#picopark #一局 APP (点赞 92.3w)

<https://www.douyin.com/video/7011420143033093407>

19. 第 31 集|十年前地下商场, 做不了喜欢的美甲时, 你会怎么办? (点赞 90.1w)

<https://www.douyin.com/video/6812891704912317703>

20. 第 1 集|十年前的地下商场姐妹情, 你们那里也这样么? #抖 in 畅聊 (点赞 87.6w)

<https://www.douyin.com/video/6775783259176488206>

## 八、大连老湿王博文

1. 你父母的朋友圈也是这样的吗? (1) (点赞 140.1w)



- <https://www.douyin.com/video/6511971120185347332>
2. 春节串门套路重磅来袭！再也不怕七大姑八大姨的追问了！赶紧收藏起来吧！（点赞 127.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6555983148461591821>
3. 大学谈恋爱被家人发现是一种怎样的体验？（点赞 107.9w）  
<https://www.douyin.com/video/6723872484426321166>
4. 你的老师平时上课和公开课也是差距这样大吗？（点赞 80.5w）  
<https://www.douyin.com/video/6604944519269977352>
5. 上学时你的数学老师说过这些话吗？简直一摸一样了！（点赞 72.5w）  
<https://www.douyin.com/video/6531680602595265805>
6. 你的数学老师也说过这些话吗？（点赞 71.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6600122569557282052>
7. 在北方办升学宴，你的七大姑八大姨也是这样给你塞红包的吗？（点赞 67.6w）  
<https://www.douyin.com/video/6592730759096700163>
8. 你的数学老师上课的时候是这样的吗？（点赞 58.3w）  
<https://www.douyin.com/video/6606088969518058765>
9. 上学时，你的老师也是这样监考的吗？（点赞 52.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6512600582593711364>
10. 过年时走亲访友的日常，你经历过这样的撕吧吗？#过年必做的10件事情（点赞 49.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6653300419286109444>
11. 春节防七大姑八大姨追问攻略重磅来袭！赶快背下，这个春节稳了！（点赞 46.5w）  
<https://www.douyin.com/video/6650091500296342797>
12. #一起学老师叫 各位老师教师节快乐!!!（点赞 41w）  
<https://www.douyin.com/video/6599554556789525774>
13. #我们一起学老师叫 你们的语文老师也说过这些话吗？（点赞 39.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6599853802419916046>
14. 你的妈妈买东西讲价也是这样的吗？看完后简直神还原了!!!（点赞 39.1w）  
<https://www.douyin.com/video/6511525218865908996>
15. 你的老师监考是这样的吗？（点赞 34.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6624614994921131272>
16. 高考前你的语文老师是这样叮嘱你的作文吗？（点赞 34.3w）  
<https://www.douyin.com/video/6531501425124445444>
17. 你父母的朋友圈也是这样的吗？（3）（点赞 34w）  
<https://www.douyin.com/video/6619068626014047491>
18. 你的老师平时上课和上公开课区别也是这么大吗？简直笑死人了！（点赞 32.5w）  
<https://www.douyin.com/video/6535401614314835203>
19. 去某底捞吃饭刚进餐厅是不是这样的？简直神还原！#海底捞（点赞 32w）  
<https://www.douyin.com/video/6903493445587979527>
20. 南北方买菜差异到底有多大？北方同学：你可能无法活着走出菜市场（1）（点赞 32w）  
<https://www.douyin.com/video/6510376934965251342>

## 九、战狼姐妹花

1. 每一次结账，都是一次战争！@抖音小助手（点赞 148.8w）  
<https://www.douyin.com/video/6670416101064707339>
2. 这样的同事你还讨厌的起来吗？！（点赞 61.3w）  
<https://www.douyin.com/video/6754258882220035332>
3. 第1集|你会要求餐厅开花🌸吗？#百亿赞演技大赏（点赞 57.4w）  
<https://www.douyin.com/video/6860684608346836239>
4. 真的是一山更比一山高！#搞笑 #猜猜我是谁 @抖音小助手（点赞 55.7w）  
<https://www.douyin.com/video/6664871014360550670>
5. 想知道高级餐厅地址的扣111#百亿赞演技大赏（点赞 51.5w）

<https://www.douyin.com/video/6868555663119764751>

6. 第5集|在餐厅你还遇到过哪些奇葩行为? #百亿赞演技大赏 (点赞 48.1w)

<https://www.douyin.com/video/6853265175831678223>

7. 姐妹花不同年代的拍照姿势, 了解一下~ #轻颜相机 #你是几零后 (点赞 42.8w)

<https://www.douyin.com/video/6673918430392913155>

8. 你们猜, 嘉姐到底有没有还我钱? @抖音小助手 #还钱还钱 #战狼姐妹花 (点赞 38.6w)

<https://www.douyin.com/video/6647407254595177731>

9. 借钱? 这事儿得问我男朋友! #战狼姐妹花 #借钱 @抖音小助手 (点赞 36w)

<https://www.douyin.com/video/6662618144051301645>

10. 你这小算盘打得还真精, 就知道欺负我善良是吧? (点赞 35.4w)

<https://www.douyin.com/video/6714095610959580420>

11. 上班和不上班的最大区别就是“上班不带脑子” #上班 @抖音小助手 (点赞 34.9w)

<https://www.douyin.com/video/6688204209558392071>

12. 我的天哪, 向姐和嘉姐迟到的模样也太好看了! #每帧都是表情包#戏精@抖音小助手 (点赞 32.8w)

<https://www.douyin.com/video/6643704613759356168>

13. 柠檬精到底是怎么练成的? #战狼姐妹花 #柠檬精 @抖音小助手 (点赞 31.8w)

<https://www.douyin.com/video/6661944651123035399>

14. 吓死我了, 差点就被逮到了! (点赞 31.5w)

<https://www.douyin.com/video/6801444254070672640>

15. 嘉姐的硬核拍照要求也就只有我能满足了! #是时候放大招了 @OPPO (点赞 31.1w)

<https://www.douyin.com/video/6697138336429116676>

16. 听说最近流行这样走着说话@抖音小助手 #搞笑 (点赞 31w)

<https://www.douyin.com/video/6737943460470377740>

17. 昔日好姐妹今日竟然这样对我... (点赞 28.9w)

<https://www.douyin.com/video/6857072154501057805>

18. 这大概就是女孩子梦想中的神仙男友吧#男友力 (点赞 28.6w)

<https://www.douyin.com/video/6697581837830638856>

19. 女生的秘密你能秒懂吗? #内容过于真实 (点赞 27.4w)

<https://www.douyin.com/video/6957177618286382370>

20. 什么? 你在北京有“快递”? ! (点赞 27w)

<https://www.douyin.com/video/6703803450519489805>

## 十、戏精牡丹

1. 大学里的虚荣心: 女儿为了攀比骗父母钱购买名牌 结尾有彩蛋 (点赞 201.5w)

<https://www.douyin.com/video/6727185764112780555>

2. 每一个非独生子女都思考过的问题: 妈妈到底是爱我还是爱Ta多一些呢? (点赞 100w)

<https://www.douyin.com/video/6758691774459383047>

3. 小时候吹过的哏~ (点赞 69.2w)

<https://www.douyin.com/video/6572537668440165635>

4. 学霸三部曲—学霸的爱情 (点赞 44.1w)

<https://www.douyin.com/video/6676399466943188236>

5. 第一次来那个~ (点赞 36w)

<https://www.douyin.com/video/6536034674379066637>

6. 女生的爱恨就在一瞬间 (1) (点赞 30.2w)

<https://www.douyin.com/video/6806120393217215752>

7. 当你和老人一起生活时 (点赞 26.5w)

<https://www.douyin.com/video/6720032605762227463>

8. 你自卑吗? (点赞 26.4w)

<https://www.douyin.com/video/6711569055360306444>

9. 古风女相亲爱炫耀海归男 谁更奇葩? (点赞 20.4w)

<https://www.douyin.com/video/6722733985392233740>

10. 学生会的名义（点赞 18.2w）

<https://www.douyin.com/video/6969806536709262623>

11. “你爸没出息”——父母的抱怨，该不该当着孩子的面？（点赞 17.6w）

<https://www.douyin.com/video/6765782399134584075>

12. 钱上你会自卑吗？（重发。不知道为什么被屏蔽了又没有广告嗨呀）（点赞 16w）

<https://www.douyin.com/video/6602222944422726916>

13. 无（点赞 14.1w）

<https://www.douyin.com/video/6517135034409815300>

14. 有些女人不是不想结婚 只是想嫁给爱情 结尾就一个字：甜！（点赞 11.6w）

<https://www.douyin.com/video/6773953544669138190>

15. 中外仙人的施法方式的不同（点赞 11.6w）

<https://www.douyin.com/video/6541918025241595150>

16. 震惊，fiona 的真实面目（点赞 10.3w）

<https://www.douyin.com/video/6583623105824951566>

17. 我被“绿”了（点赞 10.1w）

<https://www.douyin.com/video/6793563725392579847>

18. 好朋友突然谈恋爱，你会吃醋吗？（点赞 10w）

<https://www.douyin.com/video/6746870799665253639>

19. 当去普通朋友家过夜 vs 去闺蜜家过夜 @罗莱家纺（点赞 9.7w）

<https://www.douyin.com/video/6750143899760626947>

20. 那些年错过的青春和大雨（点赞 9.6w）

<https://www.douyin.com/video/6591787433803648264>



附录 2：男性博主性别戏仿视频文本和评论文本材料编码表

一级节点	二级节点			参考 点数	参考点文本示例
戏剧操演	发型配饰	发色	黑色/深褐色	287	视频画面
			彩色	132	视频画面
		长度	长发/中长发	239	视频画面
			短发	181	视频画面
		曲直	直发	200	视频画面
			卷发	204	视频画面
		刘海	有刘海	300	视频画面
			无刘海	108	视频画面
		配饰	发卡	88	视频画面
			耳环	76	视频画面
			项链	50	视频画面
	面部妆容	眼影		113	视频画面
		口红		195	视频画面
		眉毛		179	视频画面
		其他（腮红等）		52	视频画面
	服饰着装	色调	中性色调	291	视频画面
			暖色调	184	视频画面
			冷色调	83	视频画面
		日常 休闲 服饰	裙子	125	视频画面
			花衬衫	33	视频画面
			旗袍上衣	36	视频画面
			高跟鞋	49	视频画面
		职业化服饰		53	视频画面
	体态表情	手部 动作	兰花指等	326	视频画面
			撩头发	123	视频画面
			捂嘴	52	视频画面
			托脸	65	视频画面
			补妆	34	视频画面
		面部 表情	嘟嘴/抿嘴唇	26	视频画面
			眨眼睛	27	视频画面

		身体	扭腰肢	59	视频画面
		动作	腿部动作	16	视频画面
语言操演	声音音色	语音	男性音色	7	视频音频
			中性音色	15	视频音频
			女性音色	178	视频音频
		语体	普通话	20	视频音频
			方言口音	180	视频音频
		语言风格	称谓语	自称	43
	称呼观众			97	你、你们、姐妹们、宝宝们等
	语助词		/	呀、哈、呢、啦、嘛、哎呦等	
	感叹词		/	亲娘来、我的妈呀、烦死了等	
	副词		/	竟然、到底、简直、居然等	
	话语空间		女性角色		全部
		男性角色		77	人物角色和话语量统计
仪式操演	舞台设置	场景	实景场景	162	视频画面
			假扮场景	38	视频画面
		场景	室内场景	178	视频画面
			室外场景	22	视频画面
		场景类型	家庭场景	89	视频画面
			职业场景	29	视频画面
			学校场景	42	视频画面
			其他	40	视频画面
	视频处理	竖屏		186	视频画面
		横屏		14	视频画面
		美颜滤镜		105	视频画面
	情节编排	反转	事件走向反转	50	视频情节
			人物状态反转	25	视频情节
		对比	不同人物对比	18	视频情节
			不同状态对比	33	视频情节
		重复	角色重复	全部	每个博主都会塑造一个主体女性形象，贯穿其全部视频
			情节重复	49	视频情节
	用户观感	喜欢与信任			65

	内容真实	情景真实	187	妈耶好真实简直一模一样[微笑][再见][再见]啊哈哈哈哈哈好细节[泣不成声]
		形象真实	70	这位戏精,不让您恼,客气地问一句:您是跟中学老师有仇吗?把他们演绎得如此入木三分。
	人物形象	外貌美丽	77	不断解锁各种新人物,关键是还都那么好看!绝了[灵机一动]
		虚假美丽	10	谢谢你让我们见识了特效有多么重要 妈呀,再也不相信网上的女的了
	性别认知	难分雌雄	53	看久了你们的视频我觉得你们就是女的,这气质绝了
		了解女性	15	能不能不要这么了解女人呀
		女子不如男	13	你比女人还有女人味,比女人更漂亮,美啊,我居然不如一个男人