

· 女性文化研究 ·

## 性别议题的媒体表达研究

——以9家媒体对屠呦呦获诺贝尔奖的报道为例

张敬婕,王雪琪

(中国传媒大学,北京 100024)

**摘要:**运用内容分析法和性别研究的框架,对人民网、新京报网、南方网、凤凰网、中华女性网、新浪、网易、搜狐、腾讯这9家媒体对屠呦呦获诺贝尔奖的报道情况进行性别分析发现,这些媒体尽管对屠呦呦获奖的报道有一定的重视,但是从社会性别角度对报道内容进行议程设置的却并不普遍。媒体对性别议题的表达存在着多元化的话语设置方式,既有从性别平等和性别公正角度出发设置的报道议程(即具有性别敏感的报道),也有从一般性的新闻报道程式进行的议程设置(即性别不敏感的报道),也有从歧视性和差别性的视角出发设置的议程(即性别歧视性报道)。除了中华女性网之外,其他媒体对性别议题的报道均存在着性别不敏感的问题,对女性被报道对象的性别凝视,使得媒介对屠呦呦的外貌、衣着、家庭关系过度关注,这种媒介生产与传播模式暴露出媒体对从社会性别角度设置性别议程的重要性还不够重视,也比较缺乏对性别议题予以“性别化”设置议程的意识和能力。

**关键词:**性别议题;媒体表达;性别敏感

中图分类号:G122

文献标识码:A

文章编号:1008-6838(2018)02-0062-05

### 一、研究意义与事件背景

我国女科学家屠呦呦于2015年10月凭借发现青蒿素获得该年度诺贝尔生理学或医学奖。她是首位获得科学类诺贝尔奖的中国人,同时也是第一位获得诺贝尔科学奖项的中国本土科学家,第一位获得诺贝尔生理医学奖的华人科学家,其所获奖项是中国医学界迄今为止获得的最高奖项。屠呦呦获诺贝尔奖不仅是对她个人及团队科学研究成果的肯定,更是对中国女性群体

的极大肯定和鼓励。

在屠呦呦获奖之后,各类媒体争相对其进行采访与报道,但一些报道并未聚焦在其获奖对于肯定中国妇女发展和妇女对社会贡献的意义上,而是将议程设置为对其私人生活和外貌着装的关注,一些争议性报道缺乏性别平等意识,这在一定程度上削弱了屠呦呦获诺奖所应引发的正面作用。

本文以对屠呦呦获诺奖的报道为例分析

收稿日期:2018-01-02

基金项目:中国广播电视学会研究项目“媒介性别议题中的‘中国故事’话语研究”(项目编号:2016ZGLH020)

作者简介:张敬婕(1979—),女,中国传媒大学媒介与女性研究中心副研究员,博士,主要从事性别传播、跨文化传播研究;王雪琪(1994—),女,中国传媒大学传播研究院硕士研究生,主要从事性别传播、跨文化传播研究。

发现,媒体在报道性别议题时,存在着对“成功女性”的刻板化报道模式,有些报道存在着一定程度的性别歧视。这些报道不仅不利于妇女的媒介呈现与媒介利用,也不利于社会文化的和谐发展。本文希望通过对该案例的分析,归纳当前媒体对性别议题报道的问题,提出促进性别议题报道的相关建议。

## 二、媒体报道的议程分析与话语研究

### (一) 报道数量

本文选取了人民网、新京报网、南方网、凤凰网、中华女性网 5 家有代表性的融媒体和新浪、网易、搜狐、腾讯四大门户网站这 9 家媒体,对其 2015 年 10 月 5 日至 2016 年 1 月 31 日间有关屠呦呦获诺奖的报道作为样本进行分析<sup>①</sup>,共收集

表 1 9 家媒体对屠呦呦获诺贝尔奖新闻报道的数量统计表

媒体名称	人民网	新京报(网)	南方网	凤凰网	中华女性网	腾讯	网易	新浪	搜狐	总计
报道数量(条)	187	14	204	151	49	85	96	150	232	1168

到 1168 条报道文本(见表 1)。

为了更明确地呈现出媒体对性别议题报道的问题,本文对这 9 家媒体报道莫言获诺贝尔奖

的情况进行了对比性统计。9 家媒体在 2012 年 10 月 5 日至 2013 年 1 月 31 日间对莫言获诺奖的报道<sup>②</sup>,共有 2613 条报道文本(见表 2)。

表 2 9 家媒体对莫言获诺贝尔奖新闻报道的数量统计表

媒体名称	人民网	新京报(网)	南方网	凤凰网	中华女性网	腾讯	网易	新浪	搜狐	总计
报道数量(条)	942	74	204	497	17	177	126	229	347	2613

屠呦呦和莫言所获奖项属于不同领域,但是二人获奖对于中国都是意义非凡的。对比 9 家媒体对屠呦呦和莫言获诺奖的报道可以发现,媒体对莫言的报道总量是对屠呦呦报道总量的两倍多。人民网对莫言的报道达到 942 条,对屠呦呦的报道只有 187 条。凤凰网对莫言的报道量达到 497 条,对屠呦呦的报道只有 151 条。腾讯、网易、新浪、搜狐几家门户网站对两人的报道数量同样存在着较大的差别。巨大的数差背后体现的是媒体对这两位获奖者重视度的差异,其中媒体的性别态度和性别意识在背后起到了不容忽视的作用。

### (二) 报道类别与话语分析

各媒体对屠呦呦的相关报道主要集中于对其研究成果及个人事迹的关注和挖掘,包括对其多年的努力和贡献的回顾,以及其私人生活和成果署名等带来的争议性,对青蒿素研发背景及其成果意义的报道较少。

分析发现,众媒体报道的同质化程度较高,各网站共一千多条报道中仅标题为“屠呦呦:奖金不够在北京买半个客厅”的新闻就达 101 条之多,不仅是标题的同质化,内容上也存在着严重的同质化现象,一篇人物专访被多方截取挪用,

有的甚至没有注明原报道的出处。

从总体上看,媒体对屠呦呦获诺奖的报道内容主要可分为以下八类:第一类是关于屠呦呦获奖的事实性报道及专访(包括社会各界对其的祝贺、屠呦呦的研究历程、获奖经过、获奖演讲内容、赴瑞典的领奖行程安排等);第二类是关注屠呦呦获奖与中医药的关系(围绕“屠呦呦获奖是否是中医的胜利”的论争);第三类是关于屠呦呦的“低调”所引起的争议(包括其获奖与黄晓明大婚所引起的关注度差异的争议,屠呦呦乘机避开 VIP 候机通道、避开领导所引起的争议);第四类是围绕屠呦呦“三无科学家”身份的论争及其落选最高科技奖的争议;第五类是关于屠呦呦获奖的个人与集体之争(围绕“青蒿素的研发是国家集体项目,而诺贝尔奖颁发给屠呦呦个人是否公平”的论争);第六类是有关屠呦呦私人生活(包括其家庭成员、旧居等)的相关话题;第七类是与屠呦呦外貌与衣着等相关的话题;第八类集中在对屠呦呦女性身份的关注。

第一和第二类报道总体上符合媒体对这类报道内容进行议程设置的普遍模式,即围绕屠呦呦获奖的相关信息以及该奖对中医和中国的意义而展开。第三至第五类是各种争议性报道。

第六至第八类报道集中在对屠呦呦个人生活、家庭、衣着和性别身份的关注。

1. 对屠呦呦获奖的事实性报道及专访。对屠呦呦获奖的第一波报道高峰出现在2015年10月5日至10月15日,内容主要有党和国家领导人对其给予的祝贺与关注,从国家层面对科学进步的关怀、支持等正面评价,表明我国对于科学突破的关注与重视,对于优秀科学家的支持和鼓励,媒体一致表现出正面积积极态度。同时也有大量报道呈现了屠呦呦艰苦卓绝的研究历程,描述了青蒿素这一研究成果被诺奖评委会接受和认可的过程。此外,屠呦呦在获奖后接受了部分媒体的访问,也有大量报道来源于这些访问材料,对其研究经历、成果与获奖感受进行了报道,在访谈中屠呦呦表示“看电视才知道自己获奖”,对获奖“抱以平常心,认为得诺奖是意外也不意外”;并称奖项属于集体。第二波报道高峰出现在2015年12月屠呦呦启程赴瑞典领奖时期,大量媒体报道了屠呦呦一行的行程安排和获奖演说等内容。

2. 屠呦呦获奖与传统中医药的关系。绝大部分报道认为屠呦呦获诺奖是中医药对于现代医学和人类健康的重大贡献,并以此反思应如何进一步促进中医药的发展;极少数人持不同意见,认为青蒿素的提取纯粹是依靠现代科学的成功。屠呦呦本人表示提取青蒿素的方法灵感来源于中药古籍,并说“中医药是个宝库,但古典中医药不是拿来就能用”。诺贝尔生理学或医学奖评选委员会主席齐拉特也表示“中国传统的中草药也能给科学家们带来新的启发。”显然,全盘否认中医药对屠呦呦获奖起到的作用并不客观。在所选样本的全部1168条新闻中136条涉及屠呦呦获奖与中医药的关系,其中仅有3条认为青蒿素的提取纯粹是依靠现代科学的成功,全面否定了中医药的作用。

3. 屠呦呦的“低调”所引起的争议。涉及这一议题的新闻报道数量不多,但引起的网络讨论较多,在所选样本的全1168条新闻中涉及这一议题的共有26条。主要包括屠呦呦获奖与黄晓明大婚所引起的关注度差异的争议和屠呦呦避走

VIP候机通道、避开领导这一举动所引起的争议。媒体对这类争议的报道引发了公众对于科学家尤其是女科学家难以被媒体聚焦的深层次思考,认为不论报道对象的性格是否低调,媒体都不应该忽视对这一群体的关注。

4. 屠呦呦“三无科学家”身份的论争与其落选最高科技奖的争议。所有报道中有79篇与这一话题相关,报道集中于对屠呦呦以“三无科学家”(无院士头衔、无留洋背景、无博士学位)身份获诺奖以及她落选2015年度国家最高科技奖(该奖被称作是中国科技界的最高荣誉,2016年1月8日揭晓的2015年度该奖项获奖人空缺)的事实,并以此展开对中国人才选拔、奖励制度的质疑和反思。媒体报道的舆论焦点是衡量科研的价值应与科学家外在头衔名气无关,与其出身背景无关,与其发表论文的数量无关,最关键的应该是其研究成果给人类带来的价值。媒体呼吁国家进一步改善科研机制。

5. 屠呦呦获奖的个人与集体之争。在所有新闻样本中,与这一议题相关的新闻有25条。内容主要是围绕“青蒿素的研发是国家集体项目,诺贝尔奖颁发给屠呦呦个人是否公平”的论争。其中个别声音(4条)认为,这项浩大工程参与人数众多,对于这项成果,需要记住和表彰的人太多了,仅仅奖励一个人有失公允。

6. 屠呦呦私人生活(包括其家庭成员、旧居等)的相关话题。在所有新闻样本中涉及屠呦呦私人生活的报道有256条,数量较多。主要包括对其家人、旧居、日常个性的报道。对其家人的报道主要是围绕其丈夫展开,将其丈夫塑造为一个关怀、贴心、在“成功妻子背后默默付出”的顾家的男性形象;并有部分对其年轻时夫妻两人工作繁忙,因此曾将大女儿寄养在别人家、小女儿送回老家的报道;也有许多深挖屠呦呦家族故事,报道其亲属及故居的新闻。

媒体有意或无意地将其丈夫塑造为屠呦呦的“生活秘书”,一个“成功女人背后的男人”,强调这一点的反常及“可贵”,这样的报道模式落入了“成功女性”报道的惯用套路。与媒体对莫言获诺奖的报道进行对比不难发现巨大的差异。

虽然媒体也有涉及莫言私人生活的报道,如《诺奖是文学奖不是政治奖?我是有批判性的》中提及“昨晚,莫言和家人一起在家包饺子庆祝。‘他最喜欢吃饺子了,今晚打算给他包牛肉葫芦馅。’莫言的大嫂王梅棣说。”但整体数量非常少,并没有针对其妻子儿女作大量的报道,并且在报道其获奖的事实性报道中几乎没有对其家人和私人生活状况的描述。媒体在报道成功人士时的差异性的议程设置模式值得深思。

7. 屠呦呦外貌与衣着等相关话题。媒体普遍会报道屠呦呦的外貌、衣着等外在形象。在1168条新闻中涉及这一方面的新闻有128条,超过全部报道的1/10。很多媒体报道其获奖的事实时都会“不经意地”提及屠呦呦年轻时“长相清秀,梳麻花辫”。媒体还热衷于使用屠呦呦年轻时的照片用于报道配图,这体现了媒体对女性报道对象外在形象的一种“凝视”,带有明显的性别刻板意识和性别歧视色彩。

反观媒体对莫言获奖的报道,虽然也有部分关注其发表演说及领奖时的服饰,如提及莫言在发表获奖演讲时着中山装,参加颁奖典礼时着西式燕尾服等。但媒体的关注点更多在于莫言的中山装服饰是否代表了“民族形象”,而其穿燕尾服是否不伦不类等。在其他对莫言的个人专访中极少出现对其外貌的评价。

8. 对屠呦呦女性身份的关注。1168条新闻中的50条报道的关注点是屠呦呦的女性身份。报道立场主要是屠呦呦作为一个女性科学家在性别不平等的环境下取得成就的不易和对女性能力并不弱于男性的充分肯定。在各类媒体中,中华女性网从这一角度的报道较多较全面,并倡导全社会对女性发展给予关注与鼓励。

### 三、简要结论与建议

量化分析的结果显示,9家代表性媒体对屠呦呦获诺奖的新闻报道同质化程度较高,新闻报道的内容可以大体分为事实性报道、女性私人生活报道、争议性报道三大类,报道的模式和偏向呈现出一定的性别盲点和性别歧视。

首先,在事实性报道中,对屠呦呦获奖的报道数量远少于对莫言的报道,数量上的差异本身

在某种程度上就是“重男轻女”观念的体现,即男性的成就更易受到媒体的认可与关注。同时,在对屠呦呦的事实性报道中夹杂了许多对其相貌及家人的报道内容,这些内容体现了社会对女性外表和私人生活的“凝视”和物化,即使是已年逾古稀的“成功女性”屠呦呦也不能例外,无论其成功与否、年轻与否,被报道女性对象始终难逃媒体的性别凝视与性别审视。其次,在关注屠呦呦私人生活的报道中,议程设置的模式延续了传统的性别分工和性别观念。新闻报道将其丈夫塑造为一个为工作繁忙的妻子“补位”,细心体贴、担负起家庭责任、为家庭牺牲的“居家好男人”形象;有大量报道提及其曾寄养女儿、因工作原因与女儿关系不好,塑造甚至歌颂了屠呦呦作为一个“女强人”献身工作、疏忽家庭的形象。当然,男性对家庭的贡献固然值得鼓励与肯定,但是这种“居家好男人”报道模式凸显的却是对屠呦呦没有承担好妻职、母职的责备,强化的依然是女性应该为家庭牺牲的价值观;也复现了女性只有家庭与事业并重才是真正成功的观念。最后,在对屠呦呦获诺奖的报道中出现了许多具有争议性的报道,这些争议的背后体现的正是对女性作为知识生产者、价值生产者的质疑。诺贝尔奖作为一个知名度极高、声誉极佳、运作成熟的世界级奖项,在选择和颁发奖项时已经对候选人及其研究成果作了大量的调查,奖项的颁发即是对获奖人的充分肯定。而屠呦呦获奖之后的争议性报道或许恰恰反映了社会基于其女性身份而对其能力的质疑。这些具有性别歧视倾向的报道在一定程度上转移了公众对此事件的关注点,弱化了屠呦呦获诺奖本应产生的积极影响。

从性别议题的媒体表达的角度本研究发现:第一,媒体对性别议题的表达存在着多元化的话语方式。既有从性别平等和性别公正角度出发设置的议程报道(即具有性别敏感的报道),也有从一般性的新闻报道程式进行的议程设置(即性别不敏感的报道),也有从歧视性和差别性的视角出发设置的议程(即性别歧视性报道)。第二,无论融媒体还是新媒体,对性别议题的报道均存在着性别不敏感的问题,暴露了媒体普遍对性别

议题缺乏专门设置议程的意识和操作模式。第三,对被报道女性对象的性别凝视常常被演绎为对其外貌、衣着、家庭关系等的过度关注,这种现象正暴露出媒体对性别议题报道时比较缺乏性别观念和性别议程设置能力。

本文建议应加强对媒体的深度研究和有效监管,倡导传媒的性别监测与批评,构建正确的性别意识。具体包括:第一,媒体从业者应在媒体文本制作与传播过程中落实“男女平等”基本国策;积极传播妇女对社会作出的贡献,凸显妇女发展面临的困境与挑战,调动各方力量推动建立促进妇女发展的立法与公共政策;第二,媒体从业者要培养自身的社会性别意识,在进行新闻报道、编辑和转载新闻时都带着社会性别的视角和性别敏感,拒绝使用具有歧视性的新闻内容;第三,媒体机构应建立对性别议题的报道规则,将“性别平等”作为与“新闻真实”同等重要的报道准则加以落实,停止对女性私生活的“凝视”;

避免突出女性单一的角色身份,避免对女性因工作而“牺牲”家庭的赞扬或责备,警惕对“超人妈妈”兼顾家庭与工作进行歌颂的话语。第四,持续不断提高新闻管理层中的女性比例,充分发挥女性传媒工作者制作好性别议题、传播好性别故事的潜力。相关部门要给女性传媒工作者提供更广大的平台,使其能够更好地发出性别观察的声音,推动建立和谐美好的媒介生态和文化舆论环境。

注释:

- ① 屠呦呦在2015年10月5日获得诺贝尔奖,12月7日正式在瑞典发表获奖演说,12月10日参加颁奖典礼。媒体对其的相关报道主要集中在这一时间段内。
- ② 莫言在2012年10月5日获得诺贝尔文学奖,12月11日正式在瑞典领取该奖项,媒体报道时间主要集中在这一时间段内。

## Media Representation of Gender Issues: A Case Study of Nine Chinese News Agencies' Reports on Tu Youyou as Nobel Prize Laureate

ZHANG Jingjie, WANG Xueqi

(Communication University of China, Beijing 100024, China)

**Abstract:** This article analyses online news reports on Tu Youyou's receiving the Nobel Prize from nine media (including People.cn, the Beijing News, News Guangdong, Ifeng.com, Women of China, Sina, NetEase, Sohu, Tencent) using content analysis under the framework of Gender studies. The research found out that although these media did pay attention to the fact that Tu Youyou won the Nobel Prize, few of them have covered the story and set the agenda from the perspective of gender. In general, the media set the agenda of gender issues in a diversified way. Some of them covered the story from a perspective of gender equality and gender justice (news reports with gender sensitivity) while some of them covered the story following a normal journalism way (news reports without gender sensitivity). Moreover, some of the media set the agenda in a way of discrimination and gender differences (news reports with gender discrimination). The research found out that all media except Women of China covered Tu Youyou's story without gender sensitivity. Media pays too much attention to Tu Youyou's appearance, clothing and family relationship because of the gender "gazing" towards women. This mode of media content production and dissemination show that the media didn't pay enough attention to agenda-setting of gender or "sexualization" of gender issues.

**Key words:** gender issues; media representation; gender sensitivity

(责任编辑 赵莉萍)