

doi:12.3969/j.issn.1672-0598.2013.02.015

科学传播中的性别视角： 论大众媒介对女科学家形象的建构^{*}

蔡雨坤

(重庆交通大学人文学院,重庆 400074)

摘要:大众媒介对女科学家的报道将女科学家描述为科学家中的“女人”和女人中的“科学家”两种实际主体相同但侧重点不同的细分群体。从态度看,大众媒体对女科学家的描写存在着或多或少的隐性或显性歧视,尽管这种歧视在逐渐向性别平等和认同的文化道路推进,但仍然受到社会性别刻板印象的巨大影响。大众媒体对女科学家的报道于公众特别是少女建构女科学家的形象起着重要作用,这一象征模型引导孩子们对该群体的印象生成及存储,影响着少女和年轻女性的职业选择和人生规划。因此女科学家的科学生涯和贡献必须更多地纳入科学报道的历史和现状分析,媒体建构的女科学家形象应该有利于引导公众特别是少女对女科学家的正确认识。

关键词:性别与科学;大众媒体;女科学家;性别文化理论;刻板印象

中图分类号:G206.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2013)02-0102-07

大众媒体往往从工作和生活等多角度描述女科学家,这一多重角度为女科学家设定了多重的社会主体角色,并在建构女科学家形象的过程中起到了重要作用。在大众媒体的报道中,女科学家被重点描述为“女人”和“科学家”这两种从性别和职业两个不同角度而定义的社会角色,这两种角色在大众媒体对女科学家的新闻报道中既交互又竞争。根据性别文化逻辑和社会学习理论,大众媒体的报道传达并加强了社会对女科学家在社会生活中的角色和个性的文化假设,当媒体从不同的角度来报道具有典型意义的女科学家个案时,逐渐加深了关于女性的传统社会印象,并影响着女科学家的性别刻板印象的形成,那么大众媒体对于女科学家的态度是怎样的?一旦媒体将科学描述为充满阳刚之气的男性事业和男性主宰的

社会领域^[1],这些印象将在潜移默化中影响着女性在科学领域的专业追求。

鉴于此,本文希望通过对具体案例进行归纳和探讨,分析大众媒体中女科学家的形象的呈现特征、媒体的态度以及这些媒介形象对公众特别是女性青少年对女科学家认知建构产生的影响。

一、身份:女人还是科学家?

女科学家作为一个亚群体,其上一层级的群体可以被描述为以性别来区分的女人或者以职业角色来区分的科学家两种情况。基于这种区别,大众媒体对女科学家的报道也存在侧重点的不同。一方面,女科学家从事着科学家的共同行为,这就决定了女科学家具有作为科学家所具有的普

* [收稿日期]2012-12-25

[作者简介]蔡雨坤(1985—),女;重庆交通大学人文学院讲师。

遍特征,比如“追求科学真理的决心”“科研不分男女,朝7晚9工作”的辛勤态度等等。但当大众媒体将报道的重心放在“女人”这一核心问题之上,科学家身份只是女性本质的从属角色。中国长达两千多年的封建社会和儒家思想主导的社会意识形态使女性被看作特殊的社会符号,社会期待女性成为贤惠的妻子、尽职的母亲和孝顺的女儿,而这些无不在大众媒体构建的女科学家身上得到不自觉的体现。

(一)科学家中的“女人”

当大众媒体重点放在“女人”上时,大众媒体往往关心女科学家关于家庭责任与工作分配的问题并将女科学家描述为“性对象”——作为男性欲望对象的“她者”。

大众媒体关心女科学家的女性特质,总是在力图表现女科学家工作分配与事业成就之间的关系。从职业身份看,女科学家最重要和最基本的身份是科学家,然而大众媒体在报道她们的事业成就时,有意无意之中的会把镜头聚焦于她们的家庭角色和私人角色,在呈现她们的科学家身份时常常加入、凸显女科学家妻子、母亲、女儿的角色,一方面是婚姻、亲子、情感题材的报道往往更能够吸引注意,另一方面也缘于一种观念,认为这样的描写将女科学家的形象塑造得“有血有肉”。在相当多的报道的事件中都有对女科学家“家庭生活”的报道,例如《女科学家王红艳的N个侧面》讲述了王红艳女士做科研严谨、做母亲周到两方面的内容,特别指出她作为女性所呈现的靓丽的妆容、光鲜靓丽的外表以及“作为母亲再忙也要陪孩子”的家庭责任感^[2];而《女科学家的核物理人生——中科院近代物理研究所研究员刘杰速写》^[3]、《女科学家告诫女大学生:干不好很难嫁得好》^[4]等文章中也纷纷出现女科学家们对儿女、家庭生活的认识。可见,大众媒体更愿意用描述女科学家是否结婚以此来反映女科学家作为妻子的角色形象,描述女科学家是否生育子女以此来反映女科学家作为母亲的角色形象。在大众媒体的描述中,女科学家要成功,比男性科学家更为艰难,因为她们很难在事业与工作之间达到平衡。除去个人的学术能力和对科学的追求不谈,他人

因素(家庭、团体的支持,特别是丈夫的支持)似乎成为了女科学家成功的必需条件。比如在《成功的女科学家:她们是如何成功的?》^[5]这一报道中,巴基斯坦卡拉奇大学遗传学研究人员 Tazeen Mohsin 认为她的成功要归功于她的丈夫一直支持她的职业并帮助她平衡她的研究、教学和家庭责任。她指出:“来自丈夫的支持是非常重要的——这就像你走进了一个全新的世界,我获得了来自我的丈夫的巨大的帮助。但是不是每个人都有这种运气。”此外,大众媒体关心女科学家的外貌,评判女科学家的穿着、发型和妆容。通常大众媒体中的女科学家形象是极具吸引力的,即使她们长相平常,但她们也一定拥有健康而充满魅力的身体和无穷的精神,即使她们穿着朴素不善于修饰,但她们都穿着合适的职业装束。《谁是世界上最美女科学家?海蒂·拉玛当之无愧》^[6]这一报道引出了一个问题,为什么当海蒂·拉玛发明扩频通讯技术(LAN和手机移动通信技术的基础)的时候并没有引起关注,而她全裸出境《神魂颠倒》等作为性感艳星的一面引起大众媒体的大量报道?在《“潜伏”在好莱坞的女科学家》^[7]一文中,另一位好莱坞女星娜塔莉·波特曼凭借在《黑天鹅》中出色的表演获得奥斯卡最佳女主角奖这一娱乐新闻被广泛报道,但其进入英特尔科学天才奖半决赛、研究将废热转变成可用能量形式的方法等关系科学的生活状态却根本缺乏媒体呈现。某种意义上,大众媒体也不能免俗,女科学家与男科学家的区别首先来源于生物学意义上“性别”(Sex)的区别。大众媒体将女科学家描述为“性对象”“性感的女科学家”,将其构建成具有科学家身份的作为欲望对象的媒体形象。比如就俄罗斯女科学家裸体与白鲸冰海中共游这一事件,媒体使用“脱去全部衣服”“赤身裸体”等语词,其意图更可能是吸引读者的眼球,而女科学家的身份退之成为了一种身份衬托以显示事件奇特而已。其他一些报道,如《英国女科学家做妓女经历》^[8]更是将女科学家与性的关系展现得赤裸裸。

当媒体更看重女科学家的“女人”特质时,女科学家的形象往往是科学家、妻子、母亲、女儿、员

工以及这些社会角色的单独或多重复复杂的组合,女科学家想要成功,一定要能够获得家庭的支持,要能合理分配工作与家庭的责任,而外貌、性身份也成为大众媒体报道的噱头。

(二) 女人中的“科学家”

当大众媒体将重点置于“科学家”角色时,大众媒体从社会性别(Gender)^[9]的角度将女科学家描述为具有男性特征或者中性化的女科学家。

从历史角度来看,女性由解放初期推崇的“与男人一个样”逐步向发挥女性自身特征优势转变,在一些被认为男性主宰的社会领域,比如领导者、军人、科学家等领域,许多人都较欣赏既有女性特点,又吸收男性优点的女性形象,具有男性特征或者中性化的特征会帮助女性获得更多的机会。于是,大众媒体构建的女科学家往往会带上点男性的阳刚之气,她们吃苦耐劳,可以“五加二,白加黑”的工作,她们坚强刚毅,不服输不泄气。换言之,大众媒体在积极报道女科学家的职业成就的时候,更愿意把女科学家描述为“女中豪杰”的形象。比如《女科学家的核物理人生》^[10]一文中,中国科学院兰州近代物理研究所研究员、材料辐照研究室主任、博士生导师刘杰表示:“女生在物理学界要是不投入更多的精力,没办法做出好成绩。总是把自己当女生看,那也做不出好成绩。”因此,她指出“不把自己当女生看——这就是我的秘诀。”文中描述了这位女科学家给女儿取名叫做徐晨的理由是:“女孩不能太女孩气,多少要有点男孩的气质——做事干脆、性格勇敢。”而获得“世界杰出女科学家奖”荣誉的香港大学教授任咏华则表示:“我从小就不喜欢玩洋娃娃,我的个性更像男孩子。”这些报道都是典型“女中豪杰”的例子。当媒体把科学赋予男性阳刚,这些女性则成为男性职业中的苦行僧,能承受科研工作的艰苦,不畏惧女性从事科学职业时的更困难;她们是男性职业中的另类“她者”,拥有一种类似于身份困惑的问题,却并不害怕这一问题,而不断从事着一种女性处于越界状态的工作。此外,大众媒体报道将女科学家描述为乐于处于夹缝、倾向服务的从属科学人。她们只能去寻找一些医学、生物医学等新兴、交叉的领

域,因为在比如物理、数学等传统领域找不到她们的突破口,也没有竞争力的,比如中国著名女电镜专家李方华院士曾说,“我所从事的电镜工作就是为其他学科服务的小科学”。

因此,女人中的“科学家”与“科学家”中的女人这两种不同侧重的描述,是大众媒体保有平和或者斗争态度时的不同产出。当大众媒体强调女科学家的女人身份时,媒体的描述往往更符合社会对女性的传统要求;反之,而呈现一种破茧而出的突破力道,这使得女科学家的家庭身份和社会身份在不断的交互与竞争,从这一点可以反映出大众媒体对女科学家态度的流向是从歧视逐渐走向平等。

二、态度:从歧视走向平等和认同

20世纪初,女性刚踏入科学领域时,大众媒体中鲜有女科学家的身影。当玛丽·居里获得诺贝尔奖之后,大众媒体中才逐渐出现了对女科学家的报道,但媒体一开始只是把报道的重点放在她的丈夫皮埃尔·居里身上,居里夫人被表现为一个贤内助似的女科学家,她以居里家庭成员和其丈夫的辅助工作人员的身份大量出现在媒体报道中。这反映了当时女科学家大多数是以辅助实验人员、学术妻子的身份出现在报道中的现状。多年后,当居里夫人与郎之万(Paul Langevin)传出不伦之恋的绯闻时,各种报道不约而同地将这段噱头十足的“女科学家出轨”绯闻炒得沸沸扬扬,并借此大力贬低女科学家。

相比于居里夫人的时代,当今媒体报道对女科学家公开的显性歧视已经极为少见,但一些隐性的歧视仍然存在。首先,大众媒体报道女科学家的新闻时习惯称呼她们为“女科学家”,“女科学家”这样的称谓本身就是一种被媒介建构的异化表达。因为本来科学家就可代表一个人的身份(事实上,新闻报道中就很少或者说基本不会将男性科学家称呼为“男科学家”),但“科学家”仿佛就不能用来指代女科学家,当提到这一群体时,前面总少不了加个“女”字表达某种隐喻——突出这一类科学家的性别特殊。这个词在媒体眼中成为一种吸引读者眼球的噱头,或者说媒体骨子里就认为女性成为科学家还能够做出成绩就是一

种奇异的现象。将女性科学家特殊称呼为“女科学家”是一种称呼上的潜在歧视,是一种普遍的现象。对于女科学家群体来说,大众媒体对女科学家的歧视更多地表现在对后备女科学家人群的污名化建构上。理工科女大学生特别是女博士是未来女科学家的后备生力军,但大众媒体对这些女性的呈现更显著地透着歧视。首先,媒体对“男理工女人文”的大学专业性别隔离问题报道得很多。传统的性别偏见认为,女性的智力和思维不适合科学研究工作,或者仅适合从事某些领域的科学研究工作。这些偏见在社会上、工作场合中普遍存在,并在媒体的推波助澜下广为传播,不仅在很大程度上阻碍了有潜力的女生填报理工科专业,也成为理工科优秀女生就业时进入一流科研机构的障碍。其次,大众媒体对女研究生特别是女博士的报道在态度上存在歧视。在《凸显与遮蔽:媒体中的女研究生形象研究》^[11]一文中,作者指出:在男性话语霸权和意识形态的作用下,媒体对女研究生群体的报道以负面信息为主,“第三性”“弱者”“受攻击和伤害的对象”“高学历”“情感盲”词语的选用充满了歧视和偏见,女性研究生最重要和最基本的职业身份是学生,而不是恋人、妻子、女儿,但媒体中被动、感性、情感、柔弱、温柔的女性形象再现和强化女研究生的性别刻板印象,使得女研究生被客体化,其公共角色已经私人化。在《科技领域女性高层人才成长状况与发展对策》^[12]一文中,一位博士生导师说:“现在一说到女博士,就是(另类)。世界上有三种人,女博士就是第三种人。”网络文章《女博士裸死学校教研室》^[13]、《我是女博士,感情路上有着太多坎坷崎岖》^[14]等使网络新媒体成为将女博士塑造成“第三种人”“灭绝师太”角色的助推器。应该说,大众媒体包括新媒体在一定程度上对女科学家以及女科学家的后备力量进行了“污名化”的报道,媒体的呈现使得成功的女科学家难以发挥榜样的力量,而女子“无才便是德”、质疑女性的专业精神,认为她们无法承受科研工作的艰苦等性别刻板印象的存在和传播,在一定程度上影响了女科学家的社会形象。

因此,大众媒体对女科学家的报道应该持有

更为平等的态度,科学中传统的性别文化的逻辑必须被指认,必须改写科学属于精英男性这一概念。这是“社会性别平等”的要求。“性别平等”是指两性个体在人格上、两性关系、家庭生活、社会生活和法律面前是平等的。社会要求性别平等,而国家政策也在努力促进平等,这种趋势应该反映在大众媒体对女科学家的报道中。平等也是“科学性别平等”的要求,这一理论已经逐渐被认可。因此媒体应该倡导科学的多样性和性别平等的要求,在国家政策的指导下,将平等反映在对女科学家的报道中。首先,大众传媒对女科学家的报道应尽量全面地反映这个群体的生存状态以及对社会发展的贡献,将女科学家真实的、丰富的工作和生活现实呈现出来,努力减少不相符的错误报道。其次,从侧重点来看,媒体对女科学家的报道应将关注的重点放在女科学家的科学事业以及科学成就上或者说将事业和家庭放在同等重要的层面上,在科学地位上强调女科学家的科学研究中的领导者或者核心工作人员的地位而不仅仅是女助手和女实验员,在对女科学家的报道中表达对女性参与科学研究工作的信心、对科学信息平等的信心并鼓励更多的女性参与到科学研究中来。如《女科学家的机器人梦——记中国科学院自动化所机器人理论与应用研究团队负责人乔红教授》^[15]一文中,乔红教授被赋予绝对可信的专业能力、科研能力和领导团队执行科研任务的能力;而另一些报道中,女科学家指出:“就科学研究而言,女性和男性没有区别”^[16];“科学需要女性,否则人类就浪费了一半的才华”^[17]等言论呈现都反映了大众媒体对女科学家更加平等的态度。

更进一步分析,大众媒体对女科学家平等的报道态度还需要进一步提升为对女科学家认同的态度,当然这一过程需要足够时间与不断的实践。

三、影响:对公众特别是少女的影响

未成年少女及年轻女性是女科学家群体的后备力量,这个力量的表现将决定女学生、女青年是否能够脱颖而出成为现实的女科学家的重要一环。因此,研究女科学家媒体形象的目的是为了研究这些形象角色是如何塑造少女对女科学家的

认知以及少女对女性从事科学事业认识之类相关问题的。

女科学家在大众媒体中的出场率远远低于男科学家,笔者在百度搜索栏中搜索关键词“科学家”和“女科学家”的新闻标题,发现2 990 000篇涉及科学家的新闻,而只有28 600篇涉及“女科学家”的新闻,这表明女科学家在大众媒体中的宣传很少,其实这正反映了实际生活中女性科学工作者远少于男性科学工作者的现状。数据显示,科技领域女性高层人才数量较少、所占比例较低,存在着比较明显的“5%”现象,中科院和工程院两院院士中女性仅占5.6%,国家“863”计划专家组中,没有女性成员;“973”计划选聘的首席科学家中,女性仅占4.6%等等^[18]。但相比之下大众媒体对女科学家的报道比例显然更少。

女孩子在媒体中看到女科学家角色模型的机会少之又少。当女科学家出现时,媒体的描述通常在加强性别刻板印象,通过贬低女性的专长、关注女性平衡工作与家庭生活的困难、展现女性比男性更年轻有吸引力,显示女性缺乏处理科学难题的能力,甚至隐藏着女性科学研究者会使得男同事分心的描绘。或者说,这些描述都在显示她们与其从事的科学职业的价值观是不兼容的,科学职业将导致家庭问题,科学生活的模式不吸引人的表达十分明显。年轻女性从她们喜欢的大众媒体中看到很多不同的女性形象,这些形象是媒体构建的象征性女性肖像,代表着媒体对女科学家的态度和被社会文化环境所定义的社会中认为适当和被普遍接受的女性形象。儿童每天与媒体接触的时间在延长,他们对媒体信息的依赖程度在不断增加,女孩在充溢着强化女性文化规范形象的富媒体环境中成长,当她们希望从父母处独立时,他们更可能学习媒体上的基于特定主体对他们具有显著代表性的“生活课程”,比如发展性别角色认同,学习和异性相处,选择职业和其他生活角色等等。当她们开始定义自己的个人身份和建立对自身未来角色的期盼时,他们可能看到多如牛毛的强调女性气质和鼓励符合传统刻板印象的女性媒体形象,于是她们就自然而然地抛弃了成为女科学家的人生追求。

当直接接触真实生活中的角色并不现实时,媒体是用以了解女科学家的重要途径。作为体现性别角色的潜在的象征性模型,这些形象可能有效、积极地提供间接接触的形象。作为象征性的模型,这些图像有可能塑造少女对性别角色和自己的未来角色的看法,包括科学家和工程师;她们对科学和工程事业的兴趣的看法,比如当女孩子被暴露在展现科学是男性主导领域的文化呈现中时。媒介发展了性别架构使人们把这些职业看作是男性职业,这一刻板印象限制了女孩和年轻女性的职业愿景,使她们自动地将自己排除在科学领域的更高学习层次之外,并避免在数学和科学领域更高的职业地位。应该说,传统媒体中的女性形象加强着社会和文化强加给女性的形象和传统工作角色。虽然这些媒体形象已经有所变化,但是女性刻板印象在大众媒体中仍然随处可见。青春期的少女,在从孩子到成人时丧失了对科学职业的信心转而喜欢流行、苗条、具有吸引力和浪漫情怀。

尽管媒体对女科学家的报道趋于平等,但一定程度上加强了一种隐性的二元对立结构。一方面,大众媒体在对杰出女科学家的事迹进行报道时,往往强调女科学家女中豪杰的角色以及对年轻女性以及女性从事科学事业的鼓励;另一方面,大众媒体同时也在反复强调女科学家在从事科学研究时所遇到的困难,在比例上与机会上的不均等,甚至强调空间能力的“男女差异”,并在此基础上表达这些女科学家突破这些问题之后获得的突出成果。这样的报道立场表明女科学家从事科学研究的现状仍然相当的艰辛,而女科学家的反复告之与鼓励实际上又加强了对这种艰辛现状的肯定,表明女科学家的意志、决心和吃苦的精神就显得更为重要,最终表明女科学家要获得科学研究的成功十分困难,这将进一步使女学生心生胆怯,这对于培养年轻一代女性科研生力军是不利的。实际上,媒体对女科学家的报道应该强化对女孩子和女青年的教育,鼓励和倡导她们热爱科学、刻苦奋斗、积极向上、独立自主,而这种类似广告学中“恐惧诉求”的表达方式存在一个低度、中度和重度的区别。实验表明,低度的恐惧更有效。

这表明媒体在报道女科学家的成长困难时需要把握一定的度。

当然,也有一些媒体中建构的女科学家形象是反刻板印象的,这些报道并不否认女科学家获得的职业成就并且大力宣传这些成就,这些女科学家并非单身,她们都已经结婚生子,或者说,她们的主要角色还是一个工作的母亲,一个并非家庭主妇的工作人,这些女科学家形象的建构将有助于对科学性别的更好的理解,将有助于加强鼓励女孩子进入科学研究领域的效果。我们需要进一步做一些定量研究来确证什么样的女科学家特点、什么样的女科学家形象的描述更可能引起女孩子的兴趣,最有效地改变女孩子对职业生涯设定的态度等等,这都是进一步研究的方向。

中学教育是一个起点,学生从此按部就班、亦步亦趋地接受数学和其他科学课程的系统训练,经过大学、研究生教育直至入职,这一过程女性从事科学研究的态度形成有很大的影响,因此女性在大众媒体中报道数量及质量的不足不能单纯的怪罪于媒体本身,但大众媒体中的女科学家形象的报道的确传达和加强了关于女性在科学、工程和技术领域的角色文化和社会假设,加强了女童及年轻女性对从事科学事业的不安感。

四、结论与建议

数年来的媒介内容分析显示,有很多论著中关于各类媒体中女性刻板印象的研究,虽然近年来有所改变,但很多仍然关注女性性格、外貌和浪漫,而不是学术和事业。尽管媒体形象在描写女孩和女人的坚强性格,表现他们独立、聪明、诚实、直来直去的干练,有能力去解决他们自己的问题,但更多的媒体形象还是在加强传统的刻板印象,反映女人依赖性强、被动和情绪化特征。

要使这一问题得以改善,大众媒体关于女科学家报道的数量和质量都应该有变化:首先,大众媒体应该加大对女科学家的报道。即要增加各种报道数量,特别是加大对女科学家典型案例的报道力度,使公众特别是少年儿童能从媒体中看到成功的女科学家形象。其次,有一种论调认为,量变不一定产生质变;增量不等于增权,因此,数量上的增加还需要有好的质量为后盾。因此,女科

学家对科学的贡献必须更多地纳入科学报道的历史和现状分析,要指认性别文化逻辑的不足并对其提出挑战。在报道时,其报道重点应考查女科学家的专业经验、能力和成绩,减少对女科学家生活角色的注视,不要再进一步地为加强针对女性的刻板印象而工作。建立对女性(女孩)友好的科学报道态度^[19]和性别自由的科学报道规则十分必要。

上述论述只是大众媒体对女科学家形象建构的基础描述,什么形象是最适的女科学家媒体形象,怎样的形象能够最有利于女童对女科学家的认识,怎样的媒体报道数量方能达到持续效果等等都还需要更多定量定性的分析。因此,对于大众媒介对女科学家形象的建构还有诸多问题有待更进一步的研究。

[参考文献]

- [1] Andre et al. 1999; Barman 1997; Newton and Newton 1998; Song and Kim 1999.
- [2] 张春铭. 做科研严谨,做母亲周到——女科学家王红艳 N 个侧面 [EB/OL]. http://news.xinhuanet.com/edu/2011-03/10/c_121171999_2.htm.
- [3] 郑千里,刘丹. 女科学家的核物理人生 [EB/OL]. http://news.ifeng.com/gundong/detail_2011_06/23/7193438_0.shtml.
- [4] 雷宇. 女科学家告诫女大学生:干不好很难嫁得好 [EB/OL]. http://news.xinhuanet.com/edu/2009-09/11/content_12032389.htm.
- [5] Joel D. Adriano, Hanan El-Kiswany, Smriti Mallapaty, Zoraida Portillo, Yojana Sharma, Suhail Yusuf. 成功的女科学家:她们是如何成功的? [EB/OL]. <http://www.ebiotrader.com/newsf/2011-6/201162417-3709688.htm>.
- [6] 古木. 谁是最美女科学家? 海蒂·拉玛当之无愧 [EB/OL]. <http://tech.qq.com/a/20110307/000130.htm#p=1>.
- [7] 森堡. “潜伏”在好莱坞的女科学家 [EB/OL]. <http://news.163.com/11/0311/16/6USM5GN00014AED.html>.
- [8] 赵菊玲. 英国女科学家曝光自己沦为应召女郎经历 [EB/OL]. <http://news.eastday.com/w/20091210/u1a4870053.html>.
- [9] Kirkpatrick, S. A. and Locke, E. A.. Androgyny and

- Leadership: do Traits Matter? [J]. *Academy of Business Ethics*, 1991(9):283-293.
- [10] 郑千里,刘丹.女科学家的核物理人生[EB/OL]. http://news.ifeng.com/gundong/detail_2011_06/23/7193438_0.shtml.
- [11] 刘梦,廖敏利.凸显与遮蔽:媒体中的女研究生形象研究[J]. *西南大学学报(人文社会科学版)*, 2007: 126-131.
- [12] 全国妇联女性高层次人才成长状况研究与政策推动项目课题组.科技领域女性高层次人才成长状况与发展对策——基于五省市定性调查研究报告[R]. *妇女研究论丛*, 2011:31-38.
- [13] 林霞虹.女博士教室内被奸杀 父母状告学校一审败诉[EB/OL]. <http://news.qq.com/a/20110713/000108.htm>.
- [14] <http://lady.163.com/11/0609/18/764IM5B800264-IIU.html>[EB/OL].
- [15] 徐嫦泽.女科学家的机器人梦[N]. *科学时报*, 2011-07-01.
- [16] 何涛.就科学而言,女性与男性没有区别[N]. *东方早报*, 2008-12-04.
- [17] 曾毅.于吉红:“世界需要科学,科学需要女性”[N]. *光明日报*, 2010-02-07.
- [18] 全国妇联女性高层次人才成长状况研究与政策推动项目课题组.科技领域女性高层次人才成长状况与发展对策——基于五省市定性调查研究报告[R]. *妇女研究论丛*, 2011:31-38.
- [19] Sue Vilhauer Rosser. *Female-friendly science: applying women's studies methods and theories to attract students*[M]. Pergamon Press, 1990.

(责任编辑:石泳)

Gender Perspective in Science Communication: On the Construction of the Image of the Female Scientists in the Mass Media

CAI Yu-kun

(*School of Humanities, Chongqing Jiaotong University, Chongqing 400074, China*)

Abstract: The image of the female scientists in the mass media is described as the “women” in scientists and the “scientists” in the women, the two kinds of subgroup focus on different points respectively. With regard to the altitude, there is more or less implicit or explicit discrimination on female scientists by the mass media, although such discrimination is gradually approximate to the culture of gender equality and recognition, the discrimination is still enormously affected by the gender stereotypes. The image of female scientists constructed by the mass media plays an important role in the public image, especially in young girls, this symbol of the model guides the children to generate and store the impression of the group, which affect girls and young women's career choices and life planning. Therefore, the research experience and contributions of the female scientists must be largely integrated into historic and current analysis of scientific reports, and the image of the female scientists constructed by the media should be helpful to shaping the public, especially young girls, to correctly understand the female scientists.

Key words: gender and science; mass media; female scientists; Gender Schema Theory; stereotype impression