

女性企业家媒体形象研究——以《中国企业家》杂志微信公众号为例

刘小路

重庆巴蜀常春藤学校，重庆，401120；

摘要：近年来，女性企业家在商业领域崛起引发了广泛的关注，但其媒体形象仍受到传统性别观念、社会期待以及媒介框架的影响。由此，本文通过中国企业家杂志微信公众号对不同女性企业家的采访中提取信息，从问题的本身、企业家的回答论的走向以及网友的评论等方面获取信息，回答以下两个研究问题：（1）传统观念以及文化惯性的关联性是否还影响着人们对女性企业家的态度？（2）社会对两性的差异化评价在媒体中如何呈现？本次研究给当代的所有人提供真实的女性处境参考，同时呼吁社会通过媒介话语优化推动社会性别观念变革。

关键词：女性企业家；媒体形象；《中国企业家》

DOI：10.69979/3029-2700.26.01.051

引言

任何性别都可以为社会创造有利的高价值。现代社会，随着《中华人民共和国妇女权益保护法》的出台以及各地方妇女联合会的成立，女性地位逐渐得到重视。在社交媒体上，女性企业家常被以“双重叙事”呈现，一方面，突出其突破性别壁垒的领导力，另一方面，又往往强调其家庭角色、外貌特质，削弱其商业成就，这种形象构建表明，在当前的背景下，尽管社会对女性的态度逐渐缓和，可是依旧存在隐形的性别偏见。现有研究分别从女性主义，性别差异、社会性别、以及女性形象等方面展开叙述。

1 《中国企业家杂志》报道中的女性企业家形象

在各种资料查找和检索的过程中，我对《中国企业家杂志》进行了深入的研究和资料整理。此杂志是中国财经类期刊中创刊历史较长、且仍然保持着创新活力与市场领先地位的杂志之一。因此，《中国企业家杂志》中的内容具有十分强有力的真实性及可靠性。本研究收集了2024年2月25日到2025年2月25日的推文，运用定量分析法和文本分析法对该杂志96篇内容进行研究。

1.1 女性企业家推文月报道情况统计结果

《中国企业家杂志》平均每天的发文数在2到5篇左右，每月的发文量徘徊在一百篇上下。根据统计，被观察的这一年时间内共发表了1340篇推文，而关于女性企业家的推文占比仅有96篇，仅占总量的6%。而胡

润百富榜中显示的数据，2024年女性企业家的数量占所有企业家总数的百分之23.5。这和统计出来的女性企业家推文的占比量有很大的出入，比例不协调，这说明该杂志对于企业家的报道存在一定的男性偏好。由此可以得出以下结论：1.女性企业家目前的数量相较于男性而言数量较少，因此对于她们的关注度也不高。2.受陈旧及传统观念的影响，媒体和社会可能更关注男性的作为。3.一些女性企业家们不太愿意在媒体上过度曝光，因此相关的内容和推文较少。其次，再深入到推文本身的内容看，大部分报道都以人物专访和采访的形式呈现在互联网上。且报道的内容几乎都以正面和中性的倾向进行叙述。

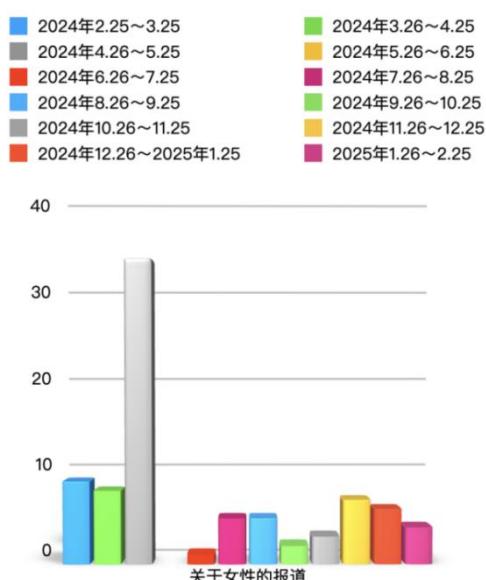


图1 关于女性企业家推文月报道情况

从图片上看，大部分时间所报道的有关女性企业家的篇目都在十篇以下。较为特殊的就是 2024 年 4 月 26 日到 5 月 25 日这个时间段，共发表了 33 篇符合调研主题的文章。总结下来共有两个可能的原因。首先，许多的企业都习惯在第二季度进行阶段性业绩总结，以及发布新的战略规划或重大业务调整。此时该企业的相关岗位员工所展示的新动向和相关成果则会更容易吸引媒体的关注。其次，由于三月八日是国际妇女劳动节，因此这个时段一般情况不了对女性的关注，同时该杂志在这个期间推出了“商界木兰”活动，并在妇女节后陆续推出相关报道。因为这个活动的主办方正是中国企业家杂志，活动数量以及各方面的控制对于主办方来说也较为灵活。办完活动之后加上文章的撰写以及修改等工序，发布时间正好是五月前后。同样比较特殊的时间段则是 2024 年 5 月 26 日到 6 月 25 日期间，其没有报道任何一篇与女性企业家有关的篇目，初步推断是由于前一个月将目光在女性身上高度集中，所以暂时将视角转向了其他方面。通过上文可见，《中国企业家杂志》在被观察期间发表女性企业家报道的频率趋于平稳，频率不高，但在妇女节前后会增加发帖数量以顺应实事及总结商界木兰活动的举办成果。

2 “《中国企业家》杂志涉及女性企业家报道的内容分析”

从表现形式来看，多以图文并茂的方式，从所观察的样本来看，近七成以上的报道都采用多图的形式对女性人物进行介绍，文章头部会附上所报道人物的工作照或正式写真照来让观众了解被报道人。文章的中后部在除了人物照片之外，少部分文章会加上概念阐释结构图或理论解释图等，使观众更好的理解报道的核心内容。从文字层面看，《中国企业家杂志》关注女性企业家全过程成长居多，往往会通过长期的跟踪报道来呈现女性企业家初期的想法萌生，起步的艰难以及后期成长阶段的运用。但此杂志在描述上也会聚焦女性企业家在特定阶段的关键抉择或高光时刻，来体现其的突出与成功。例如：该杂志对于宗馥莉的报道就覆盖了其成长的全阶段，从 1996 年出国求学开始，到归国后渐渐打拼，最终正式全面掌舵娃哈哈。而对于董明珠的报道则侧重于董明珠作为企业家的某一些方面的情况的报道，主要涉及其对于企业的管理方面。

从报道的人物年龄阶段来看，《中国企业家杂志》

所报道的女性人物中，40 至 55 岁的女性占了近 60%，这个阶段的女性完成了事业初期的挑战且逐步迈入稳定的区间，社会经验及积累开始变得丰厚。对于她们来报道既可以有充分的背景和经历阐述，又可以体现其的个性化成长以及人格，对于报道者来说是个非常优质且有效的样本。其次，30 至 40 岁和 55 岁以上的女性占比分别为 20%，这类女性相对报道较少的原因可能是前者正处于创业和事业发展的初期，变化性还很大，不足以支持某个观点和主题的完整性。而后者则大多数为发展完成的女性，遇到的挑战和变数相对较小，即可报道的事件也相对较少。

从行业分布上看占比较为均匀，主要集中在消费零售产业，新型技术科技产业，制造业以及文化创意产业四个方面，由此可见女性企业家以及各个行业的女性骨干以及达到了一定的规模和覆盖率，女性优秀从业者的数量在当今世界已经十分可观。同时也体现出《中国企业家杂志》在行业的选择及关注度方面持有客观公正的态度，没有过度关注或忽视某些领域。

从地域上看，超过一半的被观察企业总部所在地都集中在东部沿海地区，中西部地区以及各个一线城市则占 20% 左右。这与我们的国情密切相关，近年来我们一直面临着区域发展不平衡的问题，中西部地区在经济发展板块一直相对落后。各个企业也更愿意将总部建立在发展潜力更强的地区。

其次，所有文章都以正面或中性的描述和叙述方式来体现人物特质，封面的照片大多都是个人的肖像照以及工作照。在研究期限的所有报道中，宗馥莉这个角色有大量的重复报道，所研究的这一年中一共占了八篇，其中不免会提到与之相关的“娃哈哈”。其的商业影响力足够大，并且在 2024 年宗庆后去世后话题度也增加了更多。在 2024 年胡润百富榜中显示，宗馥莉的财富高达 810 亿元。同时，所研究期限的女性中，有的财富同样高达百亿，例如孟晚舟女士，但也有人的身价和她们相差甚远，甚至于是一些新兴起的行业年轻领袖，以至于名字都让大众十分陌生。说明此杂志所研究的人物还是非常具有广泛性。这同样也体现在所报道的女性来自的地域之中，她们不仅局限于一些大城市和主要中心地区，而是全国各地都有覆盖。

从篇幅来看，所呈现的字数分布可以了解到，《中国企业家杂志》对女性被报道者的刻画符合深度化和长篇化的倾向，超一半的报道有 5000 字及以上的超长篇

幅，其远远超过了常规商业报道的平均长度。而加上中篇长度的文章 3001 到 5000 字的篇幅后，这两类已经占到了总篇目的百分之八十。说明该杂志对于女企业家及领导的刻画和研究十分充分。表现出对女企业家的深度价值的认可，有意识地利用深度报道的力量塑造有影响力女性榜样的同时启迪读者。经过分析可以了解到，《中国企业家杂志》在报道中基本避免了刻板印象的问题，女性企业家们家庭和生活经历在除了必要信息的提供以外不会再被刻意强调，更没有刻意强调女性身份。着重聚焦她们商业决策和应对变革的能力。在叙述的用词和视角上也完全尊重了女性企业家本我的特质，没有将她们作为第二性别或者客体去叙述。完美叙述了她们的专业能力和独立人格。

3 结论

本文通过对《中国企业家杂志》进行研究，发现该杂志虽然已经较为关注女性企业家这个群体，篇幅上对于人物完整性以及形象的塑造较为深入，且《商界木兰》活动定期举办也给予了女性企业家们更多获得关注的机会。但女性企业家在此杂志上的曝光度却不足，仅占被调研期间所有篇目的 6%。同时报道的时间也较为集中化，妇女节后一个月的发帖量占到了被观测的这一年的 34%，女性企业家们这个议题有被压缩为季节性话题的倾向，缺乏持续性关注，报道方式也较为单一。未来可提升女性企业家报道的总体比例，并均匀分配时间和周期，使女性企业家可以得到持续的关注度。报道的呈现形式也可以更加多样化，避免大量单一的第二人称视角对被报道人的叙述。

参考文献

[1] 马静雯，*《三联生活周刊》封面故事的女性形象建构研究*，西北大学，2022.

- [2] 贺怡萌，*《宁夏日报》对地方女性形象对媒体建构——基于 2013-2018 年新闻报道的统计分析*，成都理工大学，2022.
- [3] 温晓梅，*自我呈现与媒体报道中的女大学生形象对比研究——以抖音为例*，西南交通大学，2022.
- [4] 新时代中国农村妇女形象塑造研究——以《中国妇女报》（2013-2021）为例，周晓北.
- [5] 张滢；曹榛，*从转述动词看新闻报道中的性别偏见——以《中国日报》连续五天的叙事类新闻报道为例*，2013，南京师范大学外国语学院，香港中文大学文学院.
- [6] 方遐思，*新闻叙事视角下对女性新闻的社会心理研究*，江西师范大学传播学院，2017.
- [7] 廖香兰，*《中国妇女报》农村妇女媒介形象研究（2016-2020）*，云南师范大学，2021.
- [8] 王蔚蔚，*新疆少数民族女大学生媒介素养调查与研究*，浙江大学传媒与国际文化学院，2013.
- [9] 吕品，*《伦敦奥运特刊报道中的女性形象解读——以〈华西都市报〉〈成都商报〉为例》*，成都体育学院，2015.
- [10] 刘峰，*体育新闻报道中性别偏见研究*，郑州工业应用技术学院，2017.
- [11] 周圆圆，*《体坛周报》女性运动员报道分析（2008-2013）*，黑龙江大学，2016.
- [12] 陈彦西，*广州亚运会报道中女性运动员形象研究——以《体坛周报》为例*，成都体育学院，2013.
- [13] 林子江，*中美奥运报道的女运动员形象比较研究——基于中美报纸、电视与网络对北京 2008 奥运会报道的内容分析*，上海外国语大学，2010.
- [14] 尹丽娜，章龙飞，*电视体育报道中的性别偏见对体育事业的影响——以美国地方电视台为例*，华中师范大学体育学院，军事经济学院，2006.