

# 媒体中的医方形象及其对医患信任的影响

汪新建 王 骥\*

**【摘要】** 作为医患沟通的桥梁之一,媒体在塑造医患关系和建构医方形象方面扮演着重要角色。我国媒体中的医方形象在不同的社会历史时期表现出不同的特征。新媒体环境下,传统媒体和自媒体形态在医方形象塑造策略上有共性也有不同。社交新媒体的大规模应用使报道诉求更加多元化,医方形象的构建呈现出多维特征。媒体为追求新闻价值和迎合大众心理,可能选择新闻来源、采取有偏好的立场选择和叙事框架,从而在医疗报道中呈现出负面的医方形象。媒体的放大和传播功能使得医患消极刻板印象得到强化,直接破坏医患关系和医患信任。改善医方形象,缓和医患关系和建立医患信任,需要媒体、公众、患方和医方都要做出各自的努力,从而带动和谐医患关系的生成。

**【关键词】** 医方形象;传统媒体;自媒体;医患信任;刻板印象

近年来,我国医疗纠纷和冲突频发,医患间的信任度急剧下降,成为困扰人们的典型的社会问题。本文拟从心理学的视角出发,尝试透过考察国内媒体对医方形象的呈现及其特点,来分析其对医患信任的影响,以更好地理解媒体在医患关系中所扮演的角色,并在此基础上提出相应的对策建议。本文中提到的“医”与“患”或“医方”与“患方”,其主体并不仅仅局限在医生个体和患者个体本身,所谓医或医方包括医疗机构、医务工作者和医学教育工作者,患或患方则包括患者及其亲属、监护人或代理人等利益群体(吕小康,朱振达,2016)。故这里关注的媒体中医方形象不仅仅是医生的媒体形象,亦包括所有医务工作者和医学教育工作者,甚至包括医院在内的医方媒体形象。

## 一、国内媒体中医方形象的演变及其特征

我国媒体对于医患关系的报道模式和特点经历了一个发展变化的过程,不同阶段媒体所塑造的医方形象带有特定社会历史烙印。过去30年间,医方的形象已经发生了明显转变。有研究者选取了10家国内报纸,对新闻报道中医方形象进行考察后发现:20世纪八九十年代,对医生的正面和中立评价高达81.89%,负面报道只有10.59%;而在2006年,正面和中立报道比例下降为45.19%,负面报道则

---

\*汪新建,法学博士,南开大学周恩来政府管理学院社会心理学系教授,博士生导师;王骥,南开大学周恩来政府管理学院社会心理学系博士研究生,讲师,300071。本文是教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目(15JZD030)的阶段性研究成果。

上升至32.59%,且负面报道呈不断增长的趋势(彭曼,2007)。医疗体制改革进程,媒体自身的发展变化,以及重大公共卫生事件的爆发使得我国媒体关于医疗报道出现了明显的阶段性特点。

从1949年新中国成立至20世纪末,我国的医患关系基本处于正面报道阶段。建国初期,在公费医疗制度下,医患关系比较和谐。这一时期的医疗报道多以正面宣传和积极引导为主,医方“白衣天使”的形象深入人心。20世纪八九十年代,医疗体制改革初期,医院面临市场化,医改中的一些问题开始显现,但媒体报道框架并没有改变,一如既往地正面宣传医疗体制改革。曾有研究者以《人民日报》为例研究媒体中的医生形象发现:从1979年到1995年,《人民日报》在报道医生相关的形象时,正面的积极报道超过了80%(孙振领,黄芳,2008)。

自2000年开始,媒体的医疗报道进入“危机”阶段。2000年2月,地方医院率先实行“完全市场化”医院改制,医疗危机凸现。媒体对医疗纠纷的关注增强,相关报道增多。孙振领和黄芳(2008)的研究发现,到2004年,在《人民日报》报道中,对医生不利的负面新闻超过一半,占52.5%;而正面积极的报道降低为37.3%。庞慧敏(2012)指出,在20世纪八九十年代,医生形象以主流政治观与专业社会贡献为主,常被誉为“白衣天使”;而到了2006年左右,新闻报道的关注点转向医疗改革话题,对医院追逐利益、医生医德缺失等方面的报道增多。

从2008年至今,我国医疗危机报道进入多元化发展阶段。2009年1月,新一轮医改方案正式出台,旨在建立健全医疗保障体系,实现基本公共卫生服务的均等化。与医患相关的议题受到社会前所未有的重视。传统新闻媒体在不断调整有关医疗危机的报道方向,从专业角度建设性报道医疗问题;与此同时,社交新媒体的大规模应用使报道诉求更加多元化,医方形象的构建呈现出多维特征。现阶段,媒体中的医方形象呈现两极分化的态势:一方面,医方作为患方在危机面前可以依赖的权威专家,不但能够做到医到病除,而且能够以患方的利益最大化作为行医宗旨。“白衣天使”、“救死扶伤”、“妙手回春”、“并肩作战对抗病魔”的医方形象在媒体报道中时有出现。但是,传统媒体呈现的正面医方形象具有明显的舆论引导意图。而随着社交媒体、自媒体等新媒体形态的出现,民间话语直接参与医方形象塑造。公众同时作为新闻的传播者而呈现出的正面医方形象更接近生活,在受众眼中的可信度也更高。“医生忍着胃痉挛巨痛坚持做完手术”、“高强度工作,医生只能躺在走廊打盹”等描述越来越多地出现在新媒体环境中,正面的医方形象也不断地进入公众视野。但另一方面,“医患沟通中的医生和医院形象却由大量医疗纠纷和医患冲突新闻事件间接塑造,呈现前所未有的负面争议。民间舆论和大众媒体话语较多指向对医院和医生的批评”(苏春艳,2015)。曾经的“白衣天使”,现在被称为“白狼”。提起医生,人们就会和收红包、吃回扣、乱开药、大处方、冷漠无情等消极印象联系在一起。这样的媒体报道在一定程度上损害了医务人员的良好形象,影响了医务人员在社会大众心目中的认知,使医务人员的职业荣誉感下降(王帅,张耀光,徐玲,2014)。

当下国内媒体呈现的医方形象并非单一结构,但消极形象占主导、负面报道多于正面报道。这其中固然有现实的医疗制度和医疗实践的自身原因,但媒体作为沟通和传播平台,其报道框架、新闻渠道、预设立场等在呈现医疗事件时,也为大众有意或无意地塑造了现如今医患关系中的医方形象。

## 二、医方形象的媒体呈现策略

医疗事件的媒体报道在媒介传播的大框架之下,首先遵循媒介传播的一般范式,其次采纳特定医疗情境和社会历史文化环境的特殊策略选择。从媒介传播的一般规律来看,公众在媒体面前与三种意义上的“现实”发生着密切联系:一是实际存在着的不以人的意志为转移的“客观现实”;二是传播媒介经过有选择地加工后提示出的“象征性现实”(即拟态环境),实际上是一种媒介语境中的社会现实;

三是存在于人们意识中的“关于外部世界的图像”的“主观现实”，这种主观现实是一种观念化了的现实（方延明，2009）。“拟态环境”理论是由美国政治评论家、媒体人沃尔特·李普曼（Walter Lippman）在《公众舆论》一书中提出，其主要看法为：其一，拟态环境不是对现实环境“镜子式”的摹写，不是“真实”的客观环境，它部分程度地与现实环境存在偏离。其二，拟态环境也绝不是与现实环境完全割裂，而是以现实环境为原始蓝本。所以，媒体受众是通过媒体建构的象征性现实作为中介了解和感知客观现实，在意识中形成主观现实，进而构建比较稳定的认知水平。

然而，媒体中的象征性现实不可能是客观现实的镜子式直接反映，而是偏离客观现实又与客观现实有着直接关系的拟态现实。我国媒体在报道医疗事件时，媒体人受到诸多利益因素和预设立场的驱使，在搭建媒介拟态环境过程中有可能并不如实反映客观现实，甚至主动偏离客观现实，那么受众就逐渐形成了有偏差的“主观现实”。当媒体偏好报道非常态不和谐医患关系，甚至预设医方失职失德为医患矛盾中的主要原因时，那么媒体就通过中介拟态环境向大众传达了似乎客观的负面医方形象。大众传媒正是通过这种范式渗透和影响了受众的主观感受和认知水平。

媒体报道中新闻来源的选择是影响新闻内容的重要因素，能够反映构建新闻的视角选择和报道背后的意识形态等（王贵斌，张建中，2004）。新闻来源决定着医疗报道的话语主体，“掌握了对事实进行定义、设定解释框架的主动权和话语权”（曾庆香，黄春平，肖赞军，2005）。在医疗活动中，患方和医方之间的医学专业知识明显不对称，患方常常被视为医患关系中的弱势群体，媒体工作者在新闻素材采集过程中更容易接触到有诉求的患者及患者家属。媒体报道倾向于选择患方作为话语主体来阐述和解释医疗纠纷和医患矛盾。医方在媒体报道中常处于失语状态或者发声很少。媒体人在新闻呈现中往往受到新闻来源的暗示。在现有的媒体话语生产机制下，患方和医方分别以怎样的姿态出场，都取决于新闻来源的选择。新闻来源直接作用于媒体再现和建构社会现实，从而引导了受众对医方和患方形象的感知。弱势群体自身的社会地位和生存状态更容易获得社会的同情，更能增加故事的戏剧性和悲剧化色彩；另一方面，患者的遭遇会使媒体受众成为“替代式参与”的对象，容易引起共鸣，对医生的负面报道迎合了大众心理（庞慧敏，2012）。

新媒体环境下，多元媒体形态的出现有可能改变传统媒体下的医方形象表达。随着互联网技术的发展和移动网络的普及，以微博、微信为代表的自媒体形态越来越多地参与到了媒介传播。自媒体具有互动性和开放性的特点，人们可以便捷、自由地通过自媒体接收和发布信息。自媒的传播者不再局限于职业的传统媒体组织，普通民众在任何时间、地点都可以利用自媒体传播信息，可以说正是自媒体的出现打破了传统媒体一家独大的信息垄断局面（夏亮，2012）。

当前，一种新旧媒体交融的传播环境正在形成。传统媒体在医疗报道中受预设立场和新闻来源的影响，在新闻关注度的驱动下，更多地关注了非常态的医疗纠纷和医患冲突。医疗报道呈现给大众的是医患矛盾亟待改善的社会现实和不完善的医疗体制下不令人满意的医方形象。在传统媒介点对面的传播模式中，受众的主动性很难体现。而在新媒体环境下，点对点、一对一的小众传播模式凸显优势，受众由传统的单一信息接受者变成了传、受一体的双重身份，心理认知的主观性得以显现（刘芳，2015）。新媒体赋予公众更多的话语权，满足和促进了公众表达的愿望。自媒体的传播主体来自各行各业，这相对于传统媒体从业人员处于单一行业的认知能力而言，覆盖面更广。相较于传统媒体人，自媒体传播主体带有更少的预设立场和偏见，集中受到利益驱使的可能性较小。他们在新媒体环境下的新闻传播中主动偏离客观现实的动机不明显。

自媒体在呈现医方形象时表现出异于传统媒体的几个特征：第一，同一事件的多视角多渠道解读，有益于接近并还原客观的医方形象。第二，医务人员参与度增加。来自医方的表达让公众有机会从专业角度了解医方的工作和艰辛。医务人员通过自媒体平台直接参与媒体医生形象建构，弥补了



传统媒体新闻来源选择不均衡的缺陷。第三,高时效性和参与感,第一时间反映医疗事件中的医方形象。自媒体的便捷性使得医患事件有可能即时直观地呈现在公众面前。第四,存在情绪化表达代替事实分析的倾向。自媒体传播主体作为事件的参与者难免带入主观立场,有时情绪宣泄成主导,无法从整体进行事实分析。自媒体主体水平参差不齐,且难于监管是不可忽视的不足之处。第五,转发功能提高了医方媒体形象的传播性。不管是正面形象还是负面形象,弥漫性传播力量不可小觑。新媒体环境下,自媒体在塑造医方形象的媒体力量中分量越来越重,值得重视。

### 三、公众对医方形象的感知及其对医患信任的影响

媒体塑造的医方形象在信息传播过程中直接或间接地影响公众对医方形象的认知,而公众对医方形象的感知则直接影响医患关系和医患信任的建立。但是大众媒体往往带着一定的报道偏好和预设立场选择新闻来源和叙事策略,经由媒体建构的医患关系和医方形象具有一定的主观性和倾向性。同时,公众对媒体信息的解读存在个体差异,与其已有认知水平有关。

从舆论学的视角看,新闻事实是表达意见的材料。同类事实数量的积累,是造成某种意见的基础,同类事实传播、积累的数量越大,也就越容易形成意见。当公众从新闻媒介中多次接触同类的事实,自然会由这些事实的共性作出同一判断,对现实问题得出一致的结论(刘大颖,2006)。医患冲突作为现如今主要社会矛盾之一受到媒体的高度关注,大量医疗纠纷事件频繁出现在媒体报道之中,形成公众对于医方形象感知的信息基础。而出于对新闻价值的追求,媒体往往聚焦于有影响力的典型医患事件,并赋予代表性意义,再通过报道描述继而发生的同类相似事件,唤起公众的相关记忆,建立不同事件之间的联系,将医疗事件类型化,从而强化大众对医患关系和医方形象的认知。

公众的认知水平和心理预期也影响着媒体中医方形象的感知和再传播。公众的认知水平在这里是指公众对于媒体表达的认识、判断以及评价能力。公众的认知水平是媒体受众在选择媒体、解读媒体信息、以及信息再传播过程中的决定因素。公众的认知水平差别很大,这与每个人的生活经历、教育背景、社会经验直接相关。认知水平高的受众,能够主动选择媒体、筛选信息、理性判断,批判性地接受媒体建构的内容。相反,认知水平不高的受众,大多被动接受媒体信息,容易被媒体的立场左右,受媒体的偏好影响,对新闻事件洞察不够全面,甚至产生理解偏差。另一方面,公众在接受新的媒体信息之前,对类似事件的已有认知会让公众产生一种心理预期,这一心理预期会影响对新的媒体信息的接受程度。美国心理学家卡尔·霍夫兰德(Carl Hovland)最早采用心理实验方法进行大众传播研究,其研究发现传播效果受到诸多因素影响,其中包括受众最初的态度和观点以及心理预期(霍夫兰德,2015)。当医疗纠纷事件出现,公众更倾向于接纳与自身立场相近的信息,甚至排斥观点不一致的内容,即和已有认知相近的媒体塑造更容易被公众主动选择并产生强化认知的效果。

在医患关系紧张的现实社会环境下,媒体为了追求新闻价值和迎合大众心理,往往会采取有偏好的立场选择和叙事框架,媒体中的医方形象多呈现出负面形象。广为传播的“收红包”、“大处方”、“冷漠无情”的负面医生形象让患者在进入医院和医生打交道之前就产生消极的心理预期,形成对医方消极的刻板印象。媒体报道医患纠纷的事件后,患者及公众在不确定医生是否有错之前,就会产生对医生比较一致的不满与指责,形成对医生的消极刻板印象或使原有的刻板印象更极端(瞿晓萍,吴菁,叶旭春,2012)。

媒体的放大和传播功能使得医患消极刻板印象得到强化,直接影响医患关系和医患信任。一项在

北京和合肥进行的调查发现,新媒体的使用没有促进医患传播质量的提升,反而降低了对医生的信任程度(郑满宁,2014)。医患信任“在人际水平上是指医患双方在互动过程中,相信对方不会做出不利于自己甚至有害于自己行为的一种预期判断和心理状态,此外,还包括医患双方对整体医疗体制的信任,以及群际信任、即医患群体之间的态度预期与刻板印象”(汪新建,王丛,吕小康,2016)。作为潜在患者的公众,在尚无就医经历的情况下,受消极刻板印象的影响参与或关注“他人”的医患纠纷事件,很容易产生有偏差的判断,歪曲夸大医患冲突的严重程度,这就极容易强化患者群体对医生群体的不满和怨恨,造成医患群际信任的恶化。同时,由于医院管理不善和医疗体制改革相关的负面新闻的不断刺激,患者及其家人很可能在进入医院之前其负面的刻板印象就已经被激活,就诊中对医生医疗决策的意图动机持怀疑的态度,阻碍了正常的医患沟通,损害了患者和医生之间的信任。由此可见,媒体塑造和传播的负面医生形象,造成并加强了大众对医方的消极刻板印象,对作为医患关系核心的医患信任起到了负面的影响。

#### 四、结语

新闻来源的选择不平衡和有偏见性的预设立场使媒体在医疗报道中建构了负面的医方形象,从而导致了医患信任关系的恶化。在当今多元化媒体时代,医方、患方、新闻工作者和普通民众都可以成为信息建构者。自媒体的传播主体可能来自各行各业,职业背景和受教育程度差别很大,对于同一医患事件的解读容易呈现碎片化和情绪化的特征。此外,公众的认知水平和心理预期也会影响医方形象的再塑造。因此,若要改善医方形象,提升医患关系和建立医患信任,媒体、公众、患方和医方均需付出各自的努力。这主要包括以下三个方面。

第一,就媒体(当然也包括自媒体)而言,需承担起自身的社会责任。媒体应把握好新闻价值与社会价值的关系,不宜以渲染炒作的方式处理具有重大社会影响的医患关系问题。面对具体的医患冲突事件,尽可能坚持不偏不倚的公正立场,从多渠道获得新闻来源,客观全面地揭示事件原委,而不是依据预设立场做出判断和结论,从而为医患信任关系的提升营造积极的舆论氛围。

第二,就医方而言,需理性、全面地理解媒体的社会功能和作用。媒体的报道虽然必不可免有自身的局限,如对事实进行有选择的、甚至更偏向不利于医方的报道,但其所涉及的医患冲突的事实仍然是存在的、至少是部分存在的。因此,医方应该将媒体报道作为一种警示,反思和改进自身工作中的不足之处。另一方面,在自媒体已有充分发展的今天,医方并非仅是在舆论环境中被动接受检视的角色,医院、医生和其他医务工作者都可以合理运用自媒体发出自己的声音,而积极的双向沟通可以起到极好的增信释疑作用。

第三,就患方和普通民众而言,需要逐渐学会带有一定批判性地接受媒体的声音。患方是医患关系中的弱势一方。在医疗过程中,患方与医方权利是不对等的,所以在医疗过程中出现疑问、效果不佳、乃至医疗事故时会感到无助和恐惧,这恰恰是造成患方不信任医方的关键所在。因而对患者和普通公众来说,广泛获取相关信息和知识,摒除偏见,善意而宽容地对医方的治疗决策和行为,为医方创造一个更加积极和良好的工作环境,推动和谐医患关系的生成,得益的将是医疗过程中的所有参与方。

#### 参考文献:

方延明,2009:《我国媒介传播中的悖论问题》,《南京社会科学》第10期。

卡尔·霍夫兰德、欧文·贾尼斯、哈罗德·凯利,2015:《传播与劝服:关于态度转变的心理学研究》,张建中

等译,北京:中国人民大学出版社。

刘大颖,2006:《破解医患关系难题中的媒体责任》,《传媒观察》第7期。

刘芳,2015:《微时代受众认知心理对媒介传播的影响》,《传媒》第9期。

吕小康、朱振达,2016:《医患社会心态建设的社会心理学视角》,《南京师大学报》(社会科学版)第2期。

庞慧敏,2012:《论媒体在平衡社会身份与社会公正中的作用——以“医患报道”为视角》,《现代传播》第4期。

彭曼,2007:《我国近期报纸医生的传媒形象研究》,硕士学位论文,华中科技大学。

瞿晓萍、吴菁、叶旭春,2012:《刻板印象的研究进展及其对医患关系研究的启示》,《护理管理杂志》第4期。

苏春艳,2015:《当“患者”成为“行动者” 新媒体时代的医患互动研究》,《国际新闻界》第11期。

孙振领、黄芳,2008:《媒体视野中医医生形象变化与医患关系研究》,《湖南学院学报》第1期。

王贵斌、张建中,2004:《媒介、社会真实与新闻文化的建构》,《当代传播》第1期。

王帅、张耀光、徐玲,2014:《第五次国家卫生服务调查结果之三——医务人员执业环境现状》,《中国卫生信息管理杂志》第4期。

汪新建、王丛、吕小康,2016:《人际医患信任的概念内涵、正向演变与影响因素》,《心理科学》第5期。

夏亮,2012:《论现代大众媒介传播主体的转变》,《中国出版》第24期。

曾庆香、黄春平、肖赞军,2005:《谁在新闻中说话——论新闻的话语主体》,《新闻与传播研究》第3期。

郑满宁,2014:《缺位与重构:新媒体在健康传播中的作用机制研究》,《新闻记者》第9期。

Lippman, W., 1997, *Public Opinion*, New York: The Free Press.

(责任编辑:蒋永华)

## Image of Medical Personnel in News Media and Its Influence on Doctor-Patient Trust

WANG Xin-jian, WANG Ji

**Abstract:** As one of the channels for the communication between doctors and patients, news media play an important role in building doctor-patient relationship and constructing the public image for the medical personnel. The images of medical personnel in China show different characteristics in different historical periods. In a new media environment, traditional news media and self-media have similarities as well as differences in constructing the public image of medical personnel. The expansive use of new social media has led to the multiplicity of media images. Broadly speaking, news media present a negative image of medical personnel in medical reports: due to their pursuit of newsworthiness and their effort to meet the public psychological expectation, they tend to intentionally select news sources and subjectively adopt their narrative frameworks. News media have helped create the negative stereotypes of the relationship between doctors and patients, which are so reinforced that both doctor-patient relationship and doctor-patient trust are highly damaged. News media, the public, the patients and the doctors ought to work together devotedly so as to construct a more positive image of the medical personnel, ease the tension in doctor-patient relationship and improve doctor-patient trust. Only in this way can a harmonious doctor-patient relationship be promoted and expected.

**Key words:** image of medical personnel; traditional news media; self-media; doctor-patient trust; stereotype