



汕头大学

SHANTOU UNIVERSITY

硕士学位论文

题目 从医患纠纷视角探究陶勇
媒介形象的自我建构与社会建构

英文题目 Self-construction and Social-construction of Tao Yong's
Media Image from the Perspective of Doctor-patient
Disputes

姓名 杨 珊 学 号 152002038

所在学院 长江新闻与传播学院 导师姓名 陈 岳 芬

专 业 新闻与传播

入学日期 2020年10月9日 答辩日期 2022年5月28日

学位论文原创性声明

本论文是我个人在导师指导下进行的工作研究及取得的研究成果。论文中除了特别加以标注和致谢的地方外，不包含其他人或其它机构已经发表或撰写过的研究成果。对本文的研究做出贡献的个人和集体，均已在论文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律责任由本人承担。

作者签名：杨珊

日期：2022年6月2日

学位论文使用授权声明

本人授权汕头大学保存本学位论文的电子和纸质文档，允许论文被查阅和借阅；学校可将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或其它复制手段保存和汇编论文；学校可以向国家有关部门或机构送交论文并授权其保存、借阅或上网公布本学位论文的全部或部分内容。对于保密的论文，按照保密的有关规定和程序处理。

作者签名：杨珊

日期：2022年6月2日

导师签名：叶晓芳

日期：2022年6月2日

摘要

2020 年 1 月 20 日，北京朝阳医院发生恶性暴力伤医事件，导致包括陶医生在内 3 名医护人员受伤，此事迅速激化长期存在的医患矛盾。事后，核心当事人陶勇的痊愈情况与心理状态备受关注，他对伤医事件的态度、医患关系的认知等在一定程度上有效缓和了医患矛盾。因此，有必要进一步探究如何借助数字化、智能化的新媒体传播平台建构医者的媒介形象，从而修复医患裂痕。

本文以陶勇的媒介形象为研究案例，以陶勇个人微博、主流媒体微博报道与网民评论作为 3 个研究对象，借助文本挖掘工具 Python 与内容分析软件 DiVoMiner，分别探究陶勇本人、主流媒体与网民各自建构的“陶勇”媒介形象、建构路径以及三种形象之间的关系。

陶勇媒介形象的自我建构。通过对陶勇个人微博“北京眼科医生陶勇”博文的内容主题、社会角色进行编码、归纳与分析，发现陶勇通过公信力、亲和力、传播力的三重构建，着重呈现其作为眼科医生与公益传播者的角色，辅以少量其它社会角色，刻意回避医闹受害者与广告牟利者的负面形象。

主流媒体对陶勇媒介形象的建构。分析主流媒体与陶勇相关的微博报道，从报道议题、报道基调、报道形式与消息来源建构类目，发现主流媒体将陶勇建构为“平凡的英雄”形象，以此巩固社会系统中对医生的正面认知，从而弥合医患关系。

陶勇媒介形象的网民建构以及三种形象的彼此关系。使用文本分析法研究发现，网民认知的陶勇形象聚焦于医闹事件中的受害者，并通过共情赋权反构陶勇自我建构与主流媒体建构的媒介形象。三种形象彼此交织，循环互构，修复负面事件产生的医患矛盾与裂痕，促进医患关系的和谐发展。

关键词：医患关系，陶勇，媒介形象，自我建构，社会建构

ABSTRACT

On January 20th, 2020, a vicious violent medical injury incident occurred in Beijing Chaoyang Hospital, which resulted in three medical staff including Dr. Tao being injured. This incident quickly intensified the long-standing contradiction between doctors and patients. Afterwards, the recovery and psychological state of Tao Yong, the core party, received much attention. His attitude towards the incident of injured doctors and his cognition of the relationship between doctors and patients effectively eased the contradiction between doctors and patients to a certain extent. Therefore, it is necessary to further explore how to build the media image of doctors with the help of digital and intelligent new media communication platform, so as to repair the rift between doctors and patients.

In this paper, the media image of Tao Yong is taken as a case study, and Tao Yong's personal Weibo, mainstream media reports from Weibo and comments from netizens are taken as three different research objects. With the help of Python, a text mining tool, and DiVoMiner, a content analysis software, this paper explores the media image of "Tao Yong" constructed by Tao Yong himself, mainstream media and netizens respectively, the construction path and the relationship among the three images.

First, explore the self-construction of Tao Yong's media image. By using text analysis method, the content theme and social role of Tao Yong's personal blog "Beijing Ophthalmologist Tao Yong" in Weibo are coded, summarized and analyzed. It is found that Tao Yong, through the triple construction of credibility, affinity and communication power, focuses on its role as an ophthalmologist and public welfare disseminator, and with a small number of other social roles, deliberately avoids the negative image of medical trouble victims and advertising profit-seekers.

Secondly, explore the mainstream media's construction of Tao Yong's media image. This paper analyzes the Weibo reports related to Tao Yong in the mainstream media, and finds that the mainstream media constructs Tao Yong as an "ordinary

hero" image from the categories of reporting topics, tone, forms and sources, so as to consolidate the positive cognition of doctors in the social system and bridge the doctor-patient relationship.

Finally, explore the construction of Tao Yong media image by netizens, and explore the relationship among the three images. Using the text analysis method, it is found that the image of Tao Yong perceived by netizens focuses on the victims of medical incidents, and the media image constructed by Tao Yong's self-construction and mainstream media is reconstructed through empathy empowerment. The three images interweave with each other, construct each other circularly, repair the contradiction cracks between doctors and patients caused by negative events, and promote the harmonious development of doctor-patient relationship.

**Key Words: Doctor-patient relationship; Tao Yong; Media Image;
Self-construction; Social-construction**

目录

摘要.....	2
ABSTRACT.....	3
第一章 绪论.....	7
1.1 研究背景.....	7
1.2 研究对象与研究意义.....	8
1.3 研究创新点.....	10
第二章 文献综述.....	11
2.1 媒介形象.....	11
2.2 自我建构与社会建构.....	14
2.3 医患关系的相关研究.....	18
第三章 研究方法与研究框架.....	21
3.1 文本分析法.....	21
3.2 个案研究法.....	21
3.3 本文分析框架.....	23
第四章 陶勇媒介形象的自我建构.....	24
4.1 研究路径.....	24
4.2 数据分析.....	25
4.3 陶勇媒介形象的自我建构策略.....	29
4.4 小结.....	34
第五章 陶勇媒介形象的媒体建构.....	35
5.1 研究路径.....	35

5.2 主流媒体微博报道样本数据分析.....	36
5.3 媒体微博中的陶勇形象及建构路径.....	40
5.4 小结.....	44
第六章 陶勇媒介形象的网民建构.....	45
6.1 网民对陶勇形象的解读.....	45
6.2 媒介赋权：权力争夺下“陶勇”的割裂与聚合.....	50
6.3 小结.....	52
第七章 结论与讨论.....	53
7.1 以正面为导向，建构个体媒介形象.....	53
7.2 重建医患信任，跃出“塔西佗陷阱”	54
7.3 释放情绪压力，多方复原和谐社会图景.....	55
7.4 研究不足.....	56
参考文献.....	57
致谢.....	65

第一章 绪论

1.1 研究背景

20 世纪 80 年代，我国的医疗制度由公费医疗转向市场化运营。政府骤然大幅度退出医疗卫生事业，医疗机构为追逐高额利润抬高医疗成本，医患关系逐渐恶化。随着社会发展，居民生活水平迅速提升，医疗保险覆盖率不断增加，但过度市场化的医疗环境积重难返，医患矛盾愈加严重。2015 年，中国城市发展研究院发表的《城市发展报告》提出，医患矛盾已成为当前社会风险转化的九大影响因素之一。

2018 年 1 月 9 日，中国医师协会公布的《中国医师职业状况白皮书》显示：62% 的医师认为执业环境没有改善，50% 的医护人员认为工作没有得到社会认可，45% 的医师不希望子女从医。其中，有 62% 的医师发生过不同程度的医疗纠纷；在伤医问题上，66% 的医师经历过不同程度的医患冲突。暴力伤医事件不断发生：2013 年“温岭杀医事件”中，温岭市第一人民医院耳鼻喉科主任医师王云杰被 1 名男子捅伤致死；2016 年，山东省莱钢医院儿科医生李宝华被患者家属陈建利持刀砍杀；以及 2017 年的“靖江杀医案”、2019 年的北京民航总医院“杨文医生遇害案”等。

2020 年 1 月 20 日，一起恶性暴力伤医事件再次发生。北京朝阳医院眼科医生陶勇被 36 岁男子崔某手持菜刀砍伤。这一恶性伤医事件导致包括陶医生在内 3 名医护人员受伤，1 名看病群众也被砍伤。陶勇躺进 ICU，左手骨折、神经肌肉血管断裂、颅脑外伤、枕骨骨折，失血 1500ml，两周后才得以脱离生命危险。后期虽然基本能正常生活，但其手部神经坏死，无法再做手术。2021 年的 2 月 2 日，北京市第三中级人民法院宣判了该案，以故意杀人罪判处被告人崔某死刑，缓期二年执行，剥夺政治权利终身。此事迅速激化长期存在的医患矛盾。事后，北京市制定《北京市医院安全秩序管理规定》，北京全市二级及以上医疗机构基本实现安检制度全覆盖。陶勇事件迅速发酵，成为近两年网络关注量最多、涉及问题严重程度最高、社会影响持续时间最长的医闹事件。

2021 年 8 月 27 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在北京发布第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》）：截至 2021 年 6 月，

我国网民规模为 10.11 亿，互联网普及率达 71.6%，手机网民规模为 10.07 亿，网民中使用手机上网的比例为 99.6%。可见，手机网络已经成为大众主要的信息与认知来源。新媒体时代信息技术的裂变式传播，将频频发生的医患事故酝酿为剧烈的舆论风暴，愤怒、谩骂、失望等负面情绪在医护群体中不断蔓延，医患之间的信任关系摇摇欲坠。但与此同时，医务工作者也可以借助微博、微信等社交软件与网民、媒体互动，通过主动发声表态重新建构自身的媒介形象，医患关系在多元话语共建中发生积极转化。

1.2 研究对象与研究意义

1.2.1 研究对象

伤医事件后，陶勇个人微博账号“北京眼科医生陶勇”的内容从以医疗科普为中心逐渐辐射拓展至其他版块，如个人生活、健康公益、读者回信等。同时，陶勇逐渐密集地活跃于各媒体平台：接受《朗读者》访谈、参加综艺活动《脱口秀大会》、《令人心动的 offer3》等。陶勇的社会身份不再局限于专业眼科医生，伤医事件赋予其更多的社会角色：蒙冤的受害者、医疗与公益的宣传者等，逐渐呈现新的媒介形象。

从 2020 年 1 月 20 日事发至今，主流媒体对陶勇事件一直持续跟进报道：前期立足事件本身，中期跟进陶勇医治诊疗状况，后期评述宣传陶勇的乐观精神、公益形象等，由此形成陶勇的媒介形象。

在陶勇微博和主流媒体报道陶勇事件的微博之下，有众多的网民评论。2014 年美国的一项实证研究表明，读者在线阅读报道后给出的在线评论中，负面评论会对受众观念产生巨大的负面导向（Anderson et Al. 2014）。中国的网民评论对形塑陶勇媒介形象与立场观念有何影响，值得探究。

本文以微博中的陶勇事件为案例，研究其陶勇媒介形象自我建构与社会建构（包括主流媒体建构和网民建构）的路径及策略，研究样本由三部分构成：

一是陶勇的微博账号“北京眼科医生陶勇”发布的内容，选取伤医事件发生后两年（2019.11.20.-2021.11.20.）的微博内容，利用 python 收集数据，得到原始文本、图片与视频材料，分析陶勇媒介形象自我建构。

二是主流媒体关于陶勇的微博报道。选取 5 家具有代表性的主流媒体微博账号，以发布第一条陶勇信息的时间为取样起点，相关报道为：人民日报 10 条、澎湃新闻 13 条、新京报 29 条、央视新闻 19 条、中国新闻网 7 条，共计 78 条，分析陶勇媒介形象的媒介呈现。

三是上述微博的网民评论。在过滤掉无意义的词语后，分析网民言论文本中受众建构的陶勇媒介形象。以期对个人媒介形象的建构与医患关系的缓和进行反思。

1.2.2 研究陶勇媒介形象的意义

理论意义：将研究对象确定为陶勇的媒介形象，是对媒介形象研究的进一步拓展。经梳理媒介形象相关研究发现，学界多聚焦于各类单一群体的形象建构分析，对典型个体形象的探究较少。新媒体时代舆论领袖对网络舆情具有极为重要的导向作用，舆论领袖媒介形象的建构方式及建构策略有必要进一步研究。

本研究在媒介形象理论的基础上，以媒介形象建构的三个衡量标准——公信力、亲和力、传播力——作为主要框架¹（脚注《媒介形象学导论》），从医患纠纷视角分析并揭示陶勇媒介形象的自我建构和社会建构的特征、方式和策略，丰富国内媒介形象理论的实证研究，丰富个人媒介形象建构的相关研究。

实践意义：陶勇事件成为医患矛盾短时间内迅速激化的导火索。作为新闻当事人，陶勇的诊疗治愈情况与言论行为一直为大众和媒体所关注。陶勇借助自身经历引导舆情，发表言论抚慰医学生及其亲属的职业担忧，引导受众关注新手医生的成长……；与此同时，主流媒体通过舆论导向将这一负面社会新闻转化为正面报道，将医患矛盾的恶劣影响最小化。陶勇逐渐成为缓和医患关系的标志性符号与典型人物。

本研究试图探索陶勇媒介形象的自我建构与社会建构，透视医患矛盾的社会现实、深层原因以及缓和矛盾的可能与路径，为媒介形象建构及医患关系的良性发展提供借鉴，优化健康传播的医患关系。

¹ 栾轶玫. 媒介形象学导论[M]. 中国人民大学出版社,2007.

1.3 研究创新点

本选题具有如下独到之处：

研究对象的创新。关于媒介形象，近年来学界与业界的研究对象多聚焦于某类群体，如幼儿园教师、失独者、空巢老人等，对新闻事件当事人媒介形象的建构及其变迁关注较少。关于陶勇事件，学界与业界大多聚焦于医患群体与事件本身的舆情分析，较少关注陶勇媒介形象的建构。本研究与其他医患矛盾议题的区别是：陶勇从新闻当事人逐渐转化为话题发起者，社会角色从医生拓展至舆论领袖，对主流媒体的相关报道及受众认知、改善医患关系呈现出积极的意义和正向影响的作用，具有独特的研究价值。

研究视角的创新。关于媒介形象的研究，学者们多选择框架理论研究媒体的相关报道，即“媒体建构”。本研究从陶勇形象自我建构、媒体建构与网民建构三方面展开，特别关注受众认知中的陶勇形象及其发展变化，聚焦媒介形象的多面向建构，从健康传播与医患纠纷视角全面立体地解析陶勇媒介形象。

第二章 文献综述

2.1 媒介形象

2.1.1 国外媒介形象的研究

媒介形象理论最早源于 20 世纪 20 年代美国学者李普曼在其著作《公众舆论》中提出的“拟态环境”假说²。该理论认为，人们通过新闻媒介认知的客观事实，是媒介营造、修饰过的景象，而非客观事实的直接投射。这一理论开启了媒介形象研究的土壤。此后，学者格伯纳将电视营造的媒介环境视为“象征性环境”，分析其对大众认识和理解客观世界的作用，以及主观认知与媒介传播对客观实际的反向建构与形塑过程。梅罗维茨将麦克卢汉和戈夫曼的理论相结合，创造性地提出“媒介情境论”，丰富了媒介形象理论。该理论认为社会情境的塑造形态受到媒介不同的传播形式的影响，并在潜移默化间改变人们对客观实际的认知，“地点和媒介共同为人们构筑了交往模式和社会信息模式”。麦奎尔的媒介观则将媒介看作建构社会关系与行为的“中介”，受众基于此与客观环境交流与沟通，其认知与实践均会受到媒介的左右。

20 世纪 60 年代，媒介形象被作为学术概念引入实践研究，相关研究多集中于政治领域。约瑟夫·特雷纳曼和丹尼斯·麦奎尔（王朋进，2010）分析英国大选期间政治人物的电视形象研究媒介形象的传播效果，发现很多选民会选择投票给与媒体宣传相反的政治人物，接触媒体宣传的人比未接触者的态度更容易发生改变，这证实了媒介形象对受众认知的影响。此后，乔姆斯基等人将媒介与政治、经济等系统结合，批判性地探究社会权力的建构与从属，强调大众传播在政治、经济的张力下小心运作，媒介形象传播是控制与加强权力的手段。

随着理论与实践契合度的不断拓展，学者的注意力从政治领域逐渐转向社会学、人类学、传播学，学界出现了一批针对某类人群媒介形象的描述性研究。英国学者丹尼尔·哈姆克塔研究《卫报》等四家英国大报对南非的报道，证实报纸建构的南非恐慌、动荡等形象对该地区旅游业造成负面影响。阿尔卡坦尼以 9.11

² （美）沃尔特·李普曼.公众舆论[M].阎克文，江红译。上海:上海人民出版社，2002:13:31-32

事件后阿拉伯人、伊斯兰教徒和穆斯林的媒介报道为研究样本，对比分析两家美国媒体对这三类人群的形象建构。莫菲特（王朋进，2010）以20世纪90年代英美媒体关于黑人男运动员的报道为研究对象，发现该群体的媒介形象正逐渐由传统认知中的负面标签转向“富有”等正面色彩词汇。

2.1.2 国内媒介形象的研究

国内媒介形象理论及相关研究紧随媒介发展脚步，虽晚于国外但崛起迅速。截至2021年11月，在知网搜索关键词“媒介形象”得到2580条结果，其中硕博论文1106条，期刊论文1367条。主流研究方向为媒介形象理论的发展与丰富、媒介形象呈现的描述性和应用性研究两方面。

第一，媒介形象理论。此类研究在继承国外媒介形象理论的基础上展开，一是对媒介形象的定义、内涵、特征、未来发展趋势等的认知。栾轶玫（2006）分析了各类学术文章对媒介形象的定义，将其归为三类：媒介形象是公众对媒介所持有的观点和看法；是媒介的表现与特征在受众心目中的反映，即受众对媒介的整体评价；是社会公众与内部员工对传媒组织的整体印象与评价。她将媒介形象定义为：媒介在社会交往中形成的能够吸引注意力的品相，是受众对媒介组织的印象集合，并强调其有价、技术表征及唤起联想等特点，是媒介符号化的社会特征。王朋进（2010）提出媒介形象研究的三个未来走向：媒介形象作用机制等基本理论层面的深入研究；评价指标等媒介形象评估的应用性研究；研究技术路径的扩展和突破，如引入心理实验法、内容分析法等。此外，学者们创造性地将其他理论与学科视角引入媒介形象呈现的研究。贺建平、赵珊（2021）基于多元无知理论视角探讨老年群体的自我认知与他者认知，研究发现由于敌意媒介效果，老年群体对中青年群体的态度偏向消极负面，存在显著的认知偏差。刘桂茹（2020）运用芝加哥学派的“场景”理论，探讨文创街区文化符号的形态内涵，发现“再场景化”可以成为文创街区形象建构与传播的可行性路径。栾轶玫（2006）强调将媒介形象与媒介品牌相区隔，从布迪厄的资本理论切入，提出媒介形象是媒介组织的经济资本、文化资本和社会资本。

第二，媒介形象呈现的描述性与应用性研究，涉及研究对象媒介形象的建构、变迁、问题、对策等方面。国内关于媒介形象最早的表述是1989年刊载于《新

闻记者》的《探讨传播媒介的形象问题——苏美中三国新闻学者聚会莫斯科》一文,这次新闻学会议中苏美中三国学者分析了本国媒体在塑造他国形象存在的变化、问题和原因。

从研究对象来看,近年关于媒介形象建构与传播的研究主要分为两方面:

一为对传播者媒介形象的研究,多聚焦于借助新媒介打造某国家、某地区、某城市品牌的符号形象的行为与效果研究。宦晓渝(2011)以央视2010年上海世博会开幕式直播为例,从媒介仪式角度分析该活动直播的风格定位、节目编排、舞台设计等内容,探析国家形象的对外传播与呈现。赵轶鑫(2021)以西安市政府官方政务新媒体“西安发布”微信公众号为研究对象,从政治、经济、文化、民生四个维度解析其对西安城市形象的构建模式。

二为对被传播者媒介形象的研究。一类以群体为单位,其中关于女性、老年与特殊群体的研究较多。王施施(2021)在《媒介话语批判视角下真人秀节目中的女性形象建构研究——以<乘风破浪的姐姐>》中,对综艺《乘风破浪的姐姐》填补的中年女性媒介形象空白展开研究,从性别资本与文化工业视角切入,反思女性在当前社会中的生存图景,揭示其女性崛起媒介表象下的父权与消费主义内核。吴炜华、姜保(2021)则对短视频平台的银发网红群体展开研究,探索液态媒体语境下老年up主族群的生成机制及其与媒介技术、社会文化之间的关系。卢恺瑄(2021)以《人民日报》及其微博、微信的留守儿童报道为样本,研究发现不断发展的新媒体技术并没有赋予留守儿童更大的媒介话语权,而是由其家人或名人专家代替儿童本人发声。且其媒介形象逐渐由传统媒体略略而言的负面、弱势形象转向正面、积极。李丹滢(2021)选取《中国青年报》和《新京报》2019年关于“00后”群体的报道分析该群体的媒介形象,研究发现主流媒体建构的“00后”媒介形象也正在摘除“手机控”、“娇生惯养”的负面标签,转向“敢于拼搏、能吃苦、开放新潮”等正面形象。此外,还有针对官二代、小镇青年、剩女、幼儿园教师等群体的形象建构研究。少部分则从典型的个体形象切入,呈现该群体或特殊现象的发展趋势,予以实践指导。申林、史文思(2020)以央视主持人康辉的Vlog为例探究融媒体环境下时政新闻主持人如何改变其严肃、单一、刻板化的媒介形象,研究发现时政主持人可以通过隐私生活“公开化”、跨媒介叙事、个性特征IP化、播报语言“网感”化等方式调整建构媒介形象,消

时新闻与年轻受众群的差距。本文属于此类研究，笔者试从陶勇个例入手，探究其个人形象如何建构与变迁，以及对受众关于医患院系的认知影响。

综上所述，当前关于媒介形象的理论性研究正在不断拓展，但与其他学科理论的结合研究不足，相较具体的描述或应用性研究发展较慢。另外，关于后者的研究方法理论与多集中于文本分析与框架理论，内容分析、话语分析、模型建构、实验法等量化方法还有较大的发展空间。

2.2 自我建构与社会建构

2.2.1 自我建构的研究概述

自我呈现概念出自社会学与心理学，后进入传播学领域，具有交叉学科的性质。美国实用主义心理学创始人威廉·詹姆斯（William James，1890）从多重自我视角出发，指出“自我”具有二元性，分成“主体我”和“客体我”³。“主体我”是主动的自我、进行中的意识流；“客体我”是作为思维对象的自我，包括一个人所持有的关于他自己的所有事物、知识与信念。在此基础上，库利（Charles Horton Cooley，1909）提出“镜中我”理论，认为“自我”基于社交互动产生⁴。米德⁵（G.H.Mead，1934）在威廉·詹姆斯的基础上，基于个体自我在现实社会互动中展示的结构与功能，提出主我与客我理论：主我是互动过程中的客我在个体意识中的反映；客我则是主我在互动过程中寻求的对象。与威廉·詹姆斯相较，米德打破了“自我”的主、客体二元构成模式，建立以社会化自我为核心的新理论。戈夫曼（Goffman. E.，1959）⁶首次提出自我呈现的概念，并使用拟剧理论将人际互动比喻为舞台表演，认为“自我”由制度化的“前台”表演与自发性的“后台”准备共同构成，且二者互相转化。鲍迈斯特（Baumeister et al，1982）⁷认为自我呈现是指一系列影响他人形成印象的行为，并在自我呈现理论模型中将

³ 威廉·詹姆斯.心理学原理[M].北京:北京大学出版社,2013

⁴ [美]查尔斯·库利著，包凡一、王浚译：《人类本性与社会秩序》，华夏出版社 2015 年版。

⁵ G.H.Mead, Mind, Self and Society[M].北京:中国传媒大学出版社, 2015:199, 194, 177.。

⁶ Goffman. E. The presentation of self in everyday life[M], Garden City. NY: Doubleday Anchor Books. 1959.

⁷ 张亚辉，靳媛，王昭. 自我呈现研究综述. [J]. 中文科技期刊数据库（全文版）社会科学[2019-06-28].

动机分为公众自我构建与取悦观众，从而在受众群体中形成传者所需的媒介形象。综上，自我呈现是指社会互动过程中影响他人或自己认知和管理自我印象的行为，其呈现可能是有意识地自我建构，也可能是无意识地社会化过程。

“自我建构”是心理学概念“自我”的一个发展分支，心理学家 Markus 和 Kitaymam⁸（1991）在分析文化因素对个体社会化的影响时提出，并将自我建构类型区分为两种：独立型与依存型。前者追求独立自主，注重呈现个人特质、偏好与能力；后者倾向与他人建立联系，在人际传播背景下建构自我。Brewer 等人(Brewer&Gardner, 1996; Sedikides&Brewer, 2001)⁹进一步发展自我建构理论，将独立型与依存型融合再分为个体自我（独立型自我建构）、关系自我（关系倾向的依存型自我建构）与集体自我（团体倾向的依存型自我建构）；同时指出情境会影响类型建构的偏向。近年有学者提出，三种自我并不能涵盖个体自我的表征系统，还需进一步划分。

国外学者大多将“自我建构”视作研究其他变量的测量工具，较少关注社会群体自我建构的方法、自我建构的特征。Singelis¹⁰（1994）最早制定了“自我建构量表”，分为两个测量维度：独立型与依存型。每个维度包含 12 个测查项目，共 24 个项目。虽然有学者对这一量表的信度与效度存疑，但并不影响其广泛应用于实际。随后，Gudykunst¹¹（1996）等人对量表进行优化升级，将每个维度的测量项目增为 14 个，共计 28 个，在信度和效度方面有很大提升，但应用范围非常有限，仅适用于跨文化研究。Cross 等人¹²（2000）编制的“关系倾向的依存型自我建构量表”区分效度和聚合效度有所优化，但适用范围单一。目前还没有出现能够同时测量三重自我建构的量表工具，为实证研究的开展带来了局限。

考虑到中西文化对个体认知的差异，国内自我建构的研究，吴信训、李晓梅

⁸ Markus H R, Kitayama S. Culture and the self: implications for cognition, emotion, and motivation. [J]. Psychological Review, 1991, 98(2): 224- 253

⁹ Brewer M B, Gardner W. Who is this “we”? Levels of collective identity and self representations. [J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1996, 71(1): 83- 93

¹⁰ Singelis T M. The measurement of independent and interdependent self- construals. [J]. Personality and Social Psychology Bulletin, 1994, 20(5): 580- 591

¹¹ Gudykunst, W. B., Matsumoto, Y., Ting-Toomey, S., Nishida, T., Kim, K., & Heyman, S. (1996). The influence of cultural individualism-collectivism, self-construals, and individual values on communication styles across cultures. [J]. Human Communication Research, 22, 510-543.

¹² Cross S E, Bacon P L, Morris M L. The relational-interdependent self - construal and relationships. [J]. Journal of Psychology and Social Psychology, 2000, 78(4): 791- 808

(2007) 最早从社会性别视角研究博客中的女性表达和自我建构,发现网络中的女性形象仍然难逃原有性别观念的框架,在某种程度上迎合了男性目光,这反映出网络媒体与女性自身性别意识的欠缺。截至 2021 年 11 月,在知网以“自我建构”为关键词检索,并限定学科为“新闻与传媒”,可得到硕博论文 72 条,期刊论文 145 条,研究内容主要聚焦于以下三方面:

宏观层面,自我建构研究理论正通过与其他学科融合而不断丰富。如王婷、刘乾阳(2019)从社会学视角切入,运用布尔迪厄场域理论及爱德华·索亚"第三空间"理论探究青年女性亚文化中的自我建构与身份认同问题。研究发现网络视频直播并未帮助女性建构新自我以获得独立的身份认同,而是在资本和市场引导下,通过维持媒介刻板形象满足男性凝视,以达到获取金钱和作为草根明星认同感的目的。中观层面,学者们基于不同文化背景差异探讨不同族群的自我建构。李贤、王亚军(2018)以新疆纪实纪录片和民族电影为案例,探究民族形象如何通过影视剧进行"他者塑造"和"自我建构"。微观层面,学者们倾向关注某类群体,或由某一现象聚集的成员的自我建构。戴福、蒋淑媛(2018)从符号互动论视角研究微信朋友圈中大学生的自我建构,通过深度访谈 30 名在校大学生与 312 份问卷调查,研究发现大学生会通过设置朋友圈可见时间、发布内容、分组可见等功能选择性表达自我,这并非是一个有意识的双向互动过程,而是在自我设想与美化的基础上呈现自我形象。

2.2.2 社会建构的研究概述

多种因素共同构成人们对社会现实的认知,包括社会互动、角色认知等。美国修辞学家肯尼斯·伯克(Kenneth Burke, 1935)首先从解构哲学视角提出“现实是可以建构的”这一概念,认为任何符号的使用都是某一视角与其他视角之间的竞争,目的在于使其自身被人们当作客观现实来接受¹³。基于此,特·李普曼(W Lippmann, 1956)从传播学角度在其作品《舆论》(Public Opinion)中提出“拟态环境(Pseudo-Environment)”这一概念,认为大众对外部世界的认知与概念是由媒

¹³Chesebro, James W. Kenneth Burke and Jacques Derrida[A]. Bernard L. Brock. (ed) Kenneth Burke and Contemporary European Thought[C]. Tuscaloosa: University of Alabama Press, 1995: 166-206.

介建构的¹⁴。

对媒介建构论影响最大的学者是现象学社会学的代表人物阿尔弗雷德·许茨 (Alfred Schutz, 2001)¹⁵。他提出“日常生活世界”的社会学分析,认为人们在社会交往中接触的一切典型人群或社会结构均会积累间接经验,这些经验帮助人们将客观世界建构为认知中的日常生活世界。彼得·伯格 (PL Berger, 1966) 在《现实的社会建构》(The Social Construction of Reality)¹⁶中讨论客观现实与主观现实的关联,认为客观现实无法独立于人类认知的主观意识而存在,所谓日常现实是被社会建构出来的主观现实。哥拉斯菲尔德 (Ernst von Glasersfeld, 1989)¹⁷提出现实互动建构模型,认为媒介建构的现实是媒介制度内外的行动者与其媒介环境互动的结果,互动形式为语言、文字等文化符号。江根源 (2012) 以媒介工具观为参照理论,进一步挖掘媒介建构观的理论内涵,认为参与者不再是媒体或受众,而是积极行动、建构与解释符号意义的行动者,“现实”是在与媒介参与者的互动过程中建构而成,传播内容是意义而非信息。

有学者将当前关于媒介建构现实的相关研究归纳为三类:一是知识社会学传统,基于媒介建构的虚拟现实和社会现实二者的互动关系,以社会现实为理论核心;二是社会心理学传统,基于媒介建构的虚拟现实与个体感知之间的互动关系,以个体心理为理论核心;三是基于媒介建构的虚拟现实展开研究的批评性话语分析传统。

总体而言,媒介建构理论已经发展成为一种区别于传统媒介研究体系、具有全球性普遍价值的思潮。但其相关研究仍然局限于对社会学、语言学、心理学等领域的大量借鉴,迄今为止还未出现专属的学术领域,相关概念还未区隔明晰,传播学者在理解媒介建构思想时仍然存在模糊地带。

新媒体赋权之下,网民通过微信、微博等社交媒体平台聚合,频繁发酵与扩散网络维权、网络互助、网络反腐等网络事件,利用权力转移重新构建政府与媒体建构的社会现实,注入自身观点与立场。网民建构在一定程度上有效配合了媒

¹⁴ W Lippmann.Public Opinion[M].New York:Macmillan, 1956:15.

¹⁵ [美]阿尔弗雷德·许茨著,霍桂恒,索昕译:《社会实在问题》,北京:华夏出版社 2001 年第 1 版.

¹⁶ Light D W , Berger P L , Luckmann T . The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge[J]. Sociological Analysis, 1966, 131(1):400-403.

¹⁷Glasersfeld E V . Knowing Without Metaphysics: Aspects of the Radical Con-structivist Position.[J].1989.

体对社会各界的舆论监督，但其往往伴随着高突发性、高混杂度、高关注度的网络舆情事件，处理不当可能造成较大的社会混乱。

目前国内外关于网民建构的研究较少，相关理论集中于对反向议程设置概念的发展与延伸。基于受众对“BP 石油案”的评论意见，Matthew W. Ragas, Hai L. Tran 和 Jason A. Martin (2014) 最早提出这一概念，发现普通受众也能通过社交媒体平台反向影响并引导传统媒体的报道议程，从而影响媒体对社会现实的建构与呈现。此后，传播学界开始着眼于反向议程设置的研究。Kim 和 Lee (2006) 认为反向议程设置的主体不一定是组织或群体，单独个体的观点和言论也能反作用于传统媒体议程报道，进一步诠释“反向议程设置效果”。在研究 Twitter 等社交媒体平台在政治运动中扮演的角色作用时，Bethany A Conway、Kate Kenski 和 Di Wang (2015) 着重指出社交领域里热门话题对于传统媒体议程报道的反向设置趋势。但由于网民建构的主体规模庞大无序，且反向建构效果微小，学者较少将其作为重点内容研究。刘畅 (2008) 在《Web2.0 时代的“网民议程设置”》中明确说明网民的议程设置是“零碎的、分散的”。

随着社交媒体的发展，用户逐渐发展成为原创内容主体，可以独立生产并传播新闻。网民对传统媒体的建构不再局限于受者对传者议程的反向设置，而是借助新媒体赋权越位向前，成为议程设置的主导者。Maximillian T. Hanska-Ahy 和 Roxanna Shapou (2013) 认为这种由民众自发由下向上的新闻报道具有不容小觑的作用，不仅能传播传统媒体无法获取的第一现场信息，还能筛选和补充可能被主流媒体忽视或放弃的社会议题。

2.3 医患关系的相关研究

截至 2021 年 11 月，在知网以“医患关系”为关键词检索，并限定学科为“新闻与传媒”，可得到 574 条结果，其中硕博论文 194 条，期刊论文 353 条，其余为会议纪要、学术辑刊、报纸与图书类。

国内关于医患关系与媒体的最早表述是，张兴文 (2002) 提出的《政治眼光与新闻手段的有机结合——深圳特区报推出<“医患关系为何这么紧张”系列报道>的体会》。作者从选题、析题、解题三方面角度分析该篇报道成功的原因，

强调政治与媒体宣传的契合，但未详细研究医患关系本身。最早对医患关系与媒体详细研究的是郭小平（2002）在同年发布的《医患要沟通，媒体要引导——医患纠纷报道的误区及其对策》，文中提出媒体报道的六个误区（医患矛盾对立化；存在挑唆者；法律误解；报道成见；矛盾简单化；过度集中报道）与四个悖论（现实医患关系中弱势者由患者变为医生；举报等制度的消极影响；媒体过度造势的负面效应；高风险职业与苛求的患者），并指出理性的医患报道应该从制度入手理性反思，从伦理道德角度探讨原因，运用全球视野和人文报道缓解矛盾。

搜集整理相关文献发现，当前国内新闻传媒领域对医患关系的研究主要集中于三方面：

一是媒介对医患群体的形象建构研究。部分学者从传播者视角切入，探究医疗行业的影视剧、纪录片等医护群体的形象建构。如吴红雨、江美仪（2020）以《人间世》等四部医疗纪录片为例，研究发现纪录片拓展了大众对医护群体形象的认知，但对改变原有负面标签的作用较小，在一定程度上有效实现了医疗行业知识科普与医患关系缓和。部分学者则通过分析媒体报道框架来研究医患群体的媒介形象，近年来此类研究多结合平台特征或特殊时间段分析。如马晋雅（2021）对 20 为大 V 医生的微博内容进行形象建构动机、内容、策略等层面的分析，指出该平台医生群体自我建构的三种典型形象：线上医疗科普者、乐于分享生活的身边医生、冷静理性的意见自由体。原平方（2020）分析新冠疫情报道中的女性医护人员形象，探讨该群体“被偏见”形象建构的框架与形成原因。王沙沙（2021）则以疫情期间人民日报的相关报道为例，解析钟南山媒介形象的建构。此外还有关于老年群体、中医群体等的形象建构研究，亦有学者将新冠疫情与非典疫情背景结合对比研究医患群体的形象变迁。但关于医生群体立体化、个体化的认知与分析较少，暂无关于该群体形象变迁的纵向建构研究。

二是媒介对医患行为与态度的影响研究。王晓虹和周楚（2019）以上海市某高校 125 名学生和 89 名上海市民为实验对象，用实验法探讨医患纠纷报道的在线评论对受众对医生态度的影响。结果发现在线评论的立场对受众对涉事医生的态度有决定性影响，评论本身的信息质量影响甚微。汪新建、王骥（2018）则以《人民日报》与《健康报》近十年医患纠纷报道为研究对象进行实证内容分析，探讨媒介报道框架对医患信任的影响，发现主流媒体在相关报道中会通过突出患

者对医方的理解与共情，放大医闹事件的负面基调等措施，强化受众对医患信任关系的积极认知。

三是缓解医患关系的应对策略。此类研究多从典型医疗事件的演变路径切入，纵向梳理舆情传播影响因素，并据此从政府、媒体、医院、政府、患者四个视角探析缓解医患关系的应对策略，予以正确的实践引导。如李奇（2019）以2018年新浪微博“北大伤医”医患事件为案例，将事件分为萌芽期、发展期、成长期、爆发期和衰退期5个发展阶段，结合生命周期理论研析舆情演变过程及影响因素，提出政府需健全医疗卫生服务体系，医疗行业应重视心理教育引导，主流媒体应注重健康传播舆情导向等。但此类研究的应对策略较为粗略，且未涉及具体操作后的效果研究。类似的研究还涉及“榆林产妇坠楼”、徐州市“丢肾门”事件。多强调关注医生的弱势地位及其与患者的矛盾点，且针对医患矛盾的缓解建议较为宏观粗略，并未有具体细微的措施或效果检验研究。

国外研究方向与国内大致相同，但发展时间与进程要优先于国内。20世纪70年代，美国传播学者开始将传播理论引入医学领域，开始研究媒体传播对医患关系发展与建构的作用。在研究内容方面，由于发达国家医疗体制与法律较为健全与完善，国外学者更侧重于从社会学与心理视角研究关系到全民健康的某类重大疾病下的医患关系，关于政府、医疗行业制度层面的优化建议较少。且研究更为系统。如Szasz和Hollender将医患关系分为三种模式，主动—被动模式、指导—合作模式和共同参与模式。大多数医患关系属于前两种模式，即医方在诊疗过程中处于绝对性的主导与掌控地位，患者只能被动接受由医方全权制定的诊疗方案。只有极少数患者与医生的关系为共同参与模式。这一模式要求患者具备较高的知识水平，甚至进入专业领域，且与医方的智力水平、受教育程度和经验相似，由此才能共同分析探讨病情，寻求最恰当的治疗方案，较少产生冲突与隔阂（Szasz & Hollender, 1956）。

第三章 研究方法与研究框架

3.1 文本分析法

文本分析法是指通过提取（文字、视频、图片等）文本中的特征词句与片段，结合其文本结构和文本符号含义解读，挖掘其中反映的特定立场、观点、价值和利益。文本分析法的应用主要有二：一是单独使用，对文本进行定量与定性分析，如王宇荣和项国雄在研究留守儿童新闻报道与评论时，使用 LDA 聚类分析法提取文本关键词进行解读¹⁸。二是与其他方法结合使用，用以定性补充。由于内容分析法通常以数字图表等形式描述事物的总体发展概况，难以深入探究研究文本的具体意义。因此传播学者多将其与文本分析法结合使用，选取具有代表性的文本研读，对量化分析结果进一步定性补充。如吴红雨等使用文本分析交叉对比四部医疗纪录片《人间世》、《生门》、《急诊室故事》、《生命缘》的异同，得以总结纪实影像中反映的医患形象特征，进而呈现制作人对医患关系的观点与立场¹⁹。高焕静研究少数民族新闻报道时，在使用内容分析对文本编码的基础上，结合具体文本对《人民日报》报道所呈现的少数民族形象进行详尽剖析²⁰。

本文将文本分析法主要应用于两方面。一是结合媒介形象理论解析陶勇媒介形象的自我建构、结合报道框架探究主流媒体对陶勇形象的建构策略。二是采用文本分析法分析网民的微博评论与微博超话，通过对微博文本的词频归纳、主题类别等分析网民对陶勇的情感、角色、关系的认知，挖掘受众对陶勇媒介形象的认知与形塑。

3.2 个案研究法

个案研究法又称案例研究，可以追溯到 19 世纪中期法国社会学家利普雷

¹⁸ 王宇荣,项国雄.留守儿童媒介形象的差异化建构——基于新闻、评论文本的分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2019,41(06):17-23.

¹⁹ 吴红雨 & 江美仪.(2020).重塑中的医生与患者媒介形象对公众医疗认知的影响——以《人间世》等四部纪录片为例.新闻大学(01),86-100+128.

²⁰ 吴红雨 & 江美仪.(2020).重塑中的医生与患者媒介形象对公众医疗认知的影响——以《人间世》等四部纪录片为例.新闻大学(01),86-100+128.

²⁰ 高焕静.《人民日报》（1950-2014）少数民族形象建构研究[D].浙江大学,2015.

(Frede-ric Le Play) 对工人阶级的家庭状况研究²¹。随后，个案研究法被广泛应用于社会学、心理学等领域，逐渐从关注个案代表的普遍性规律转向关注特殊个案的本质性研究。

关于个案研究法的定义，罗伯特·K·殷 (Robert K. Yin, 2004) 从方法论的角度将其定义为：“研究者通过多重资料来源，对当前生活脉络的各种现象、行为和事件所做的一种探究式的研究”²²。在此基础上，马克·霍哲 (Marc Holzer, 2002) 进一步深化罗伯特的观点，认为“个案研究是一种运用观察、访谈、历史数据、档案材料等方法收集数据，并运用可靠技术对一个事件进行分析，从而得出带有普遍性结论的研究方法”²³。较常用的个案研究法有典型人物（事件）研究法和资料研究法两大类，本研究选用前者。

罗伯特·K·殷指出案例研究的五种适用范围：批判性，独特性，典型性，启示性或纵向性的事件案例。本研究根据独特性与典型性原则，选用北京朝阳医院暴力伤医事件为案例。

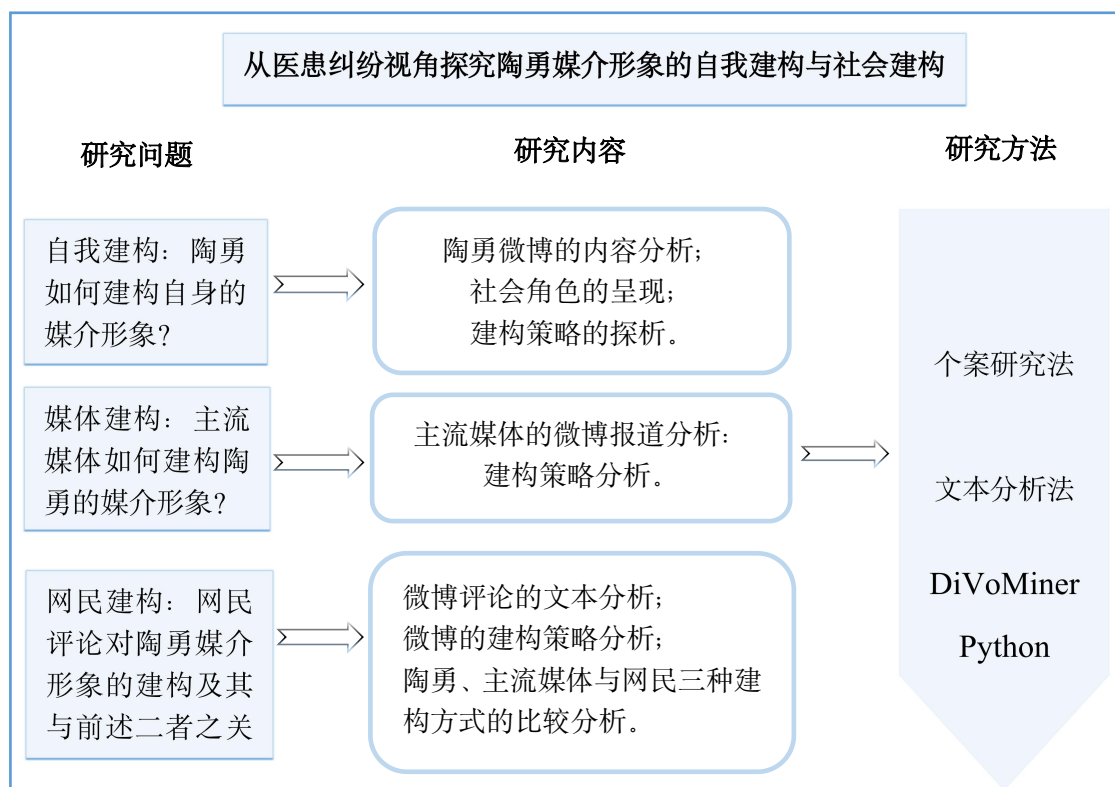
独特性指案例极端或独一无二，与理论规范或日常事件相背离。在近年的暴力伤医事件中，陶勇事件的网络关注度最高，持续影响时间最久：以核心当事人“陶勇”为关键词在网页版微博搜索，得到相关话题词条 388 个，如“#陶勇医生呼吁一起努力打击伤医行为#”等。话题平均阅读量过亿，平均讨论量过万，从伤医事件发生（2020.1.20.）持续至今。典型性指案例具有代表意义，足以反映社会进程经验或某种理论意义。陶勇事件责任分明，医生被重伤，行凶者崔振国判处死刑，在伤医事件中具有普遍代表性。

²¹ 潘慧玲. 教育研究的取经：概念与应用 [M]. 上海：华东师范大学出版社，2005.

²² 罗伯特 K 殷. 案例研究：设计与方法 [M]. 周海涛，李永贤，李虞，译. 重庆：重庆大学出版社，2004.

²³ 张梦中，马克·霍哲. 案例研究方法论 [J]. 中国行政管理，2002(1)：43-46.

3.3 本文分析框架



研究样本的获取与解析主要借助 Python 与 DiVoMiner 完成。首先使用 Python 抓取三部分数据样本，分别为：陶勇个人博文，主流媒体报道陶勇的博文，上述博文的网民评论。接着在内容分析软件 DiVoMiner 系统内创建三个话题数据库，逐个命名为“陶勇个人博文”、“主流媒体博文”、“网民评论”，将获得的三部分数据分别上传至对应数据库中开始数据清洗与文本解读。

研究主要由三部分内容构成。一为陶勇自身建构的媒介形象与建构策略。采用文本分析法解读陶勇个人博文，探究其社会角色呈现为何种、内容版块如何设置、媒介形象如何建构等问题。二为主流媒体建构的“陶勇”形象及建构策略，通过类目建构和数据分析，解读主流媒体报道陶勇的博文内容，探寻报道的议题、基调、形式、消息源具有何种特征，从中获取当前主流媒体建构个体形象的一般规律。三为考察网民对陶勇形象的解读与建构，结合陶勇微博粉丝的构成解读网民评论，观察其对陶勇的情感偏向、身份认知等。上述过程中，内容编码与数据清洗同步进行。最终将各部分所得的三个“陶勇”形象及建构方式进行对比关联，从医患纠纷视角讨论陶勇媒介形象的割裂与聚合。

第四章 陶勇媒介形象自我建构

4.1 研究路径

4.1.1 研究样本与思路

伤医事件从社会新闻转为“媒介事件”，使陶勇在短时间内迅速成为国民关注焦点。与此同时，媒体的持续报道与后续宣发带来了强烈的社会共振，为陶勇的媒介形象建构和医患关系缓和提供了一个良好的契机。作为网民探索媒介事件核心人物的重要切口，陶勇个人微博所呈现的媒介形象非常直观、也非常关键。

笔者利用 Python 抓取陶勇博文数据库，即陶勇个人微博账号“北京眼科医生陶勇”，从伤医事件发生之日起 2 年（2020.1.20.-2022.1.20.）期间发布的文本 1122 条。为保证数据抓取质量，根据以下原则进行数据清洗与筛选：一是无效微博，即转发、评论、点赞为 0 的微博，原帖已被删除的转发微博，内容出现乱码的微博；二是微博平台自动生成的认证博文；三是语言文本过于简单、字数小于 10 或为无实质意义表达符号的微博。清洗后得到有效博文 955 条，组成陶勇博文数据库。根据媒介形象建构的三个标准：公信力、亲和力与传播力，以此为其内容分析框架，探讨其媒介形象的自我建构过程与规律。

4.1.2 类目建构

结合陶勇微博个人简介与相关内容，将类目建构如下：

（1）内容主题。陶勇微博简介版块将微博内容分为六部分：个人近期体会、眼科科普、眼科进展、国外眼科技术、读书体会、时事点评。笔者结合分析数据需求，将陶勇微博内容主题分为以下类目：1.医学科普，如固定栏目“陶勇医生每周一答”，“外斜视作为干眼症风险因素的泪液分析”；2.读书写作或思考，包括读书感悟、观影体会、美文分享等；3.医患故事，包括分享治愈现状、生活状态、就医经历。4.私人生活，如与家人爬山等活动；5.粉丝回信或互动；6.伤医事件相关。考虑到陶勇为伤医事件核心受害者，将其对伤医事件、推进医院安

保系统落实等博文单独列出，并对其情绪偏向进行次级编码，类目为积极、中性与消极。7.时事点评，如转发丘索维金娜谢幕微博称其为“伟大的女性、运动员、母亲”；8.公益活动，包括陶勇发起的“光盲计划”等；9.节目宣传，如接受新京报等媒体采访；10.广告营销，如推荐新书《目光》《自造》等，带有淘宝购物链接。

(2) 社会角色。人的社会角色是通过阅读文本确定陶勇在其中呈现的社会角色，由此判断其自构的媒介形象。具体类目建构如下：1.医生，包括医疗科普、分享患者问诊经历等；2.伤医事件受害者，同时编码子类目“情感倾向”，类目细分为积极、中性与消极，据此探索陶勇关于伤医事件的态度与看法；3.公众人物，如陶勇被人民日报、新京报等媒体采访等；4.普通网民，即陶勇利用微博平台分享生活、思考等；5.同事或朋友；6.丈夫；7.儿子；8.父亲；9.粉丝，如陶勇与偶像邓亚萍对话；10.医学生导师。

(3) 评论数量。微博的转发、评论与点赞数量均可以表达出发帖博主的传播力与影响力，但有效程度不一。相较而言，转发步骤较为复杂，操作成本最高，且其言论会呈现在转发者微博朋友圈内，通常需要博主言论具有较强的吸引力驱动网民。点赞行为操作成本最低，且不能直接输出言论，对博文的内在驱动力要求较低，可能存在网民并未详细阅读就点赞的情况。因此，转发与点赞数据均难以客观反映陶勇博文的互动影响力。评论操作成本中等且可输出观点，故将其数据作为判断依据，结合陶勇微博评论实况构建类目区间如下：1.0-100；2.100-500；3.500-1000；4.1000-5000；5.5000-10000；6.10000 以上。

4.2 数据分析

使用 DiVoMiner 软件将陶勇博文数据库编码，结果如下：

4.2.1 内容主题

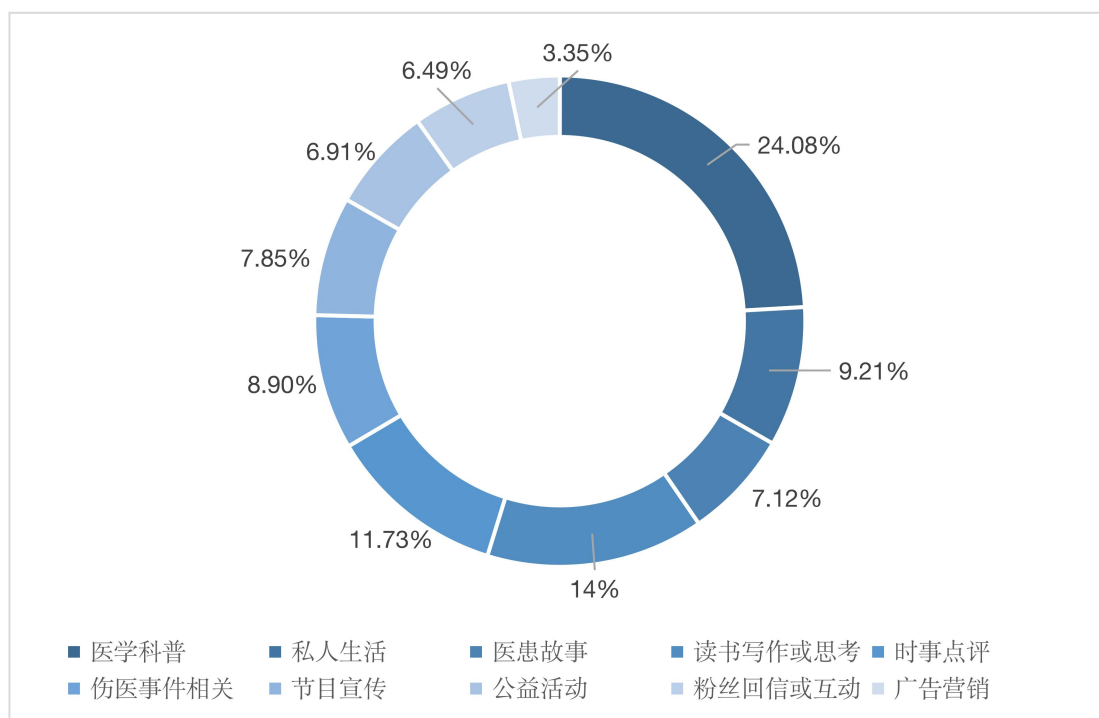


图 4-1 陶勇微博内容主题比例图

由图 4-1 可知，医学科普博文占比 24.08%（230 条），医患故事占比 7.12%（68 条）。两类主题共计占比 32%（298 条），均可以反映出陶勇作为医生的社会身份。医学科普博文从论文、医疗健康知识等角度反映出陶勇医生身份的理性，医患故事博文则从故事情节呈现医生感性的一面，理性与感性相结合，仁心仁术的医生形象得以呈现。且此类博文占比最高，可知专业“医生”是陶勇建构的主要媒介形象。

时事点评 11.73%（112 条）、节目宣传 7.85%（75 条）、公益活动 6.91%（66 条）与粉丝回信或互动 6.49%（62 条）四类内容均可以反映出陶勇作为公众人物的社会身份，共计占比 32.45%（315 条）。陶勇通过发布以上四类博文，其身份逐渐由从新闻当事人转变为公众人物，利用身处舆论漩涡中心备受关注的境况，输出正能量的观点与行动，与大众想象中消极沮丧形象背离，建构积极乐观的社会先锋人物形象。这也是陶勇作为医生科普博主与其他同行的最大不同之处。

读书写作或思考 14%（137 条）与私人生活 9.21%（88 条）呈现出陶勇的其

他社会身份，包括父亲、儿子、丈夫等。此类内容共占比 23.21% (225 条)。陶勇以此类博文缓冲前两类身份的严肃刻板感，淡化其媒介形象的符号色彩，同时抒发所思所感以塑造其人格魅力。

伤医事件相关 8.9% (85 条) 体现出陶勇作为医闹受害者的角色身份，相关博文数量极少，且其情感倾向多为积极引导。情感倾向编码结果为：积极博文占比 80% (68 条)，中性博文占比 10.6% (9 条)，消极博文占比 9.4% (8 条)。由此可见，陶勇在刻意回避伤医事件产生的消极影响，引导舆论积极发展。

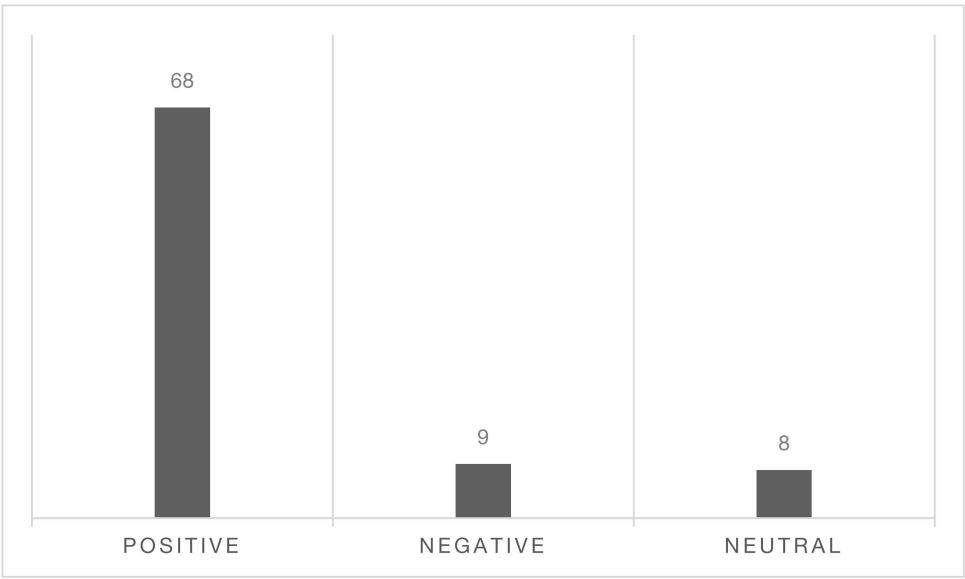


图 4-2 陶勇微博伤医事件相关主题的情感倾向

广告营销 3.35% (32 条) 类目在陶勇博文中占比最少，且内容多为陶勇推荐师友或自己所著书目，并非如一般微博大 v 一样利用自身传播力与影响力带货牟利。陶勇刻意回避利益相关内容，巩固其正面医者的媒介形象。

综上所述，从陶勇博文的内容主题可以得出，陶勇自我建构的媒介形象以医生与公众人物为主，辅以其余社会身份重构，刻意回避医闹受害者与商业牟利者的消极符号色彩。

4.2.2 社会角色

由于博文中陶勇的社会角色并非单一呈现，类目设置为多选，故出现编码结

果总数（1216 条）大于样本总量（955 条）的情况。

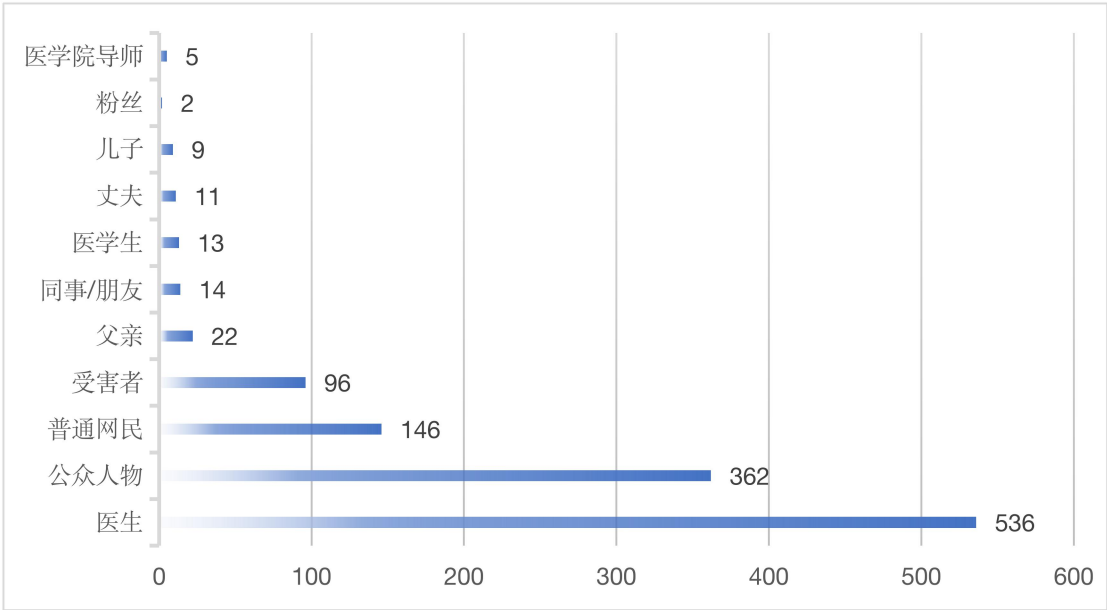


图 4-3 陶勇微博的社会角色

由图 4-3 可知，陶勇博文中呈现最多的社会角色为医生（占比 44.08%，536 条），其次为公众人物（占比 29.77%，362 条）。其余社会身份角色由普通网民、父亲、儿子、丈夫、同事/朋友、医学生、医学院导师、粉丝等复构而成，共占比 18.18%（222 条）。提及伤医事件相关内容时，陶勇社会角色由医生转变为受害者，相关博文占比 7.89%（96 条）。由此可推，陶勇微博文本所呈现的具体角色与其内容主题所呈现的媒介形象契合，即以医生与公众人物为主，其余社会身份为辅，同时回避医闹受害者身份。

内容主题中医生与公众人物相关博文数量相近，社会角色中呈现医生身份的博文则明显多于公众人物身份相关博文。因为在部分博文中，陶勇既是医生，也是公众人物，人民日报、央视新闻、新京报等主流媒体在报道时刻意强调“陶勇医生”，宣传其作为医生的言行。因此，从受者视角而言，陶勇的媒介形象均以医生为底色，由此获得展开其他活动的意义。

4.2.3 评论数量

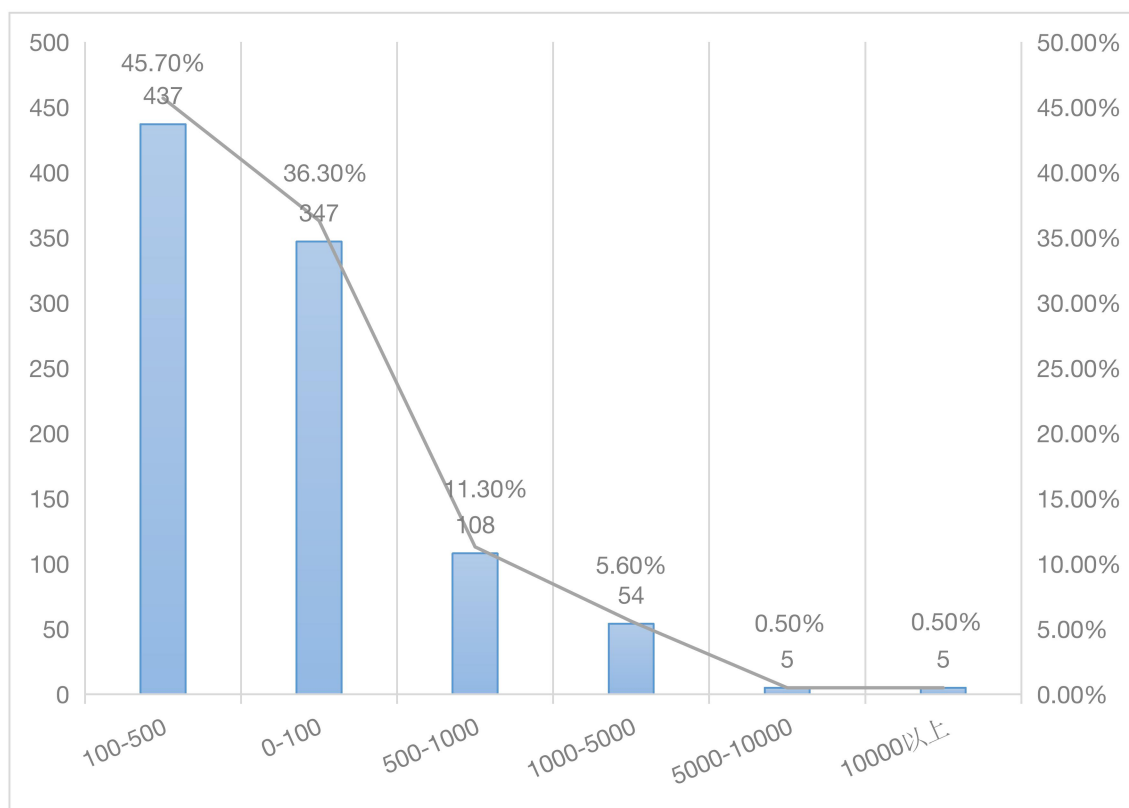


图 4-4 陶勇微博评论数量统计图

经统计，0-100 条评论的博文占比 36.3%（347 条），100-500 条评论的博文占比 45.7%（437 条），共计占比 82%。由此可见，陶勇所发的大部分博文对粉丝的吸引力较低，粉丝与陶勇的互动欲较低，陶勇的传播力与影响力因此受限。关于具体哪类内容互动率较低，将于第六章结合陶勇内容主题进行交叉分析，用以获得网民感知的陶勇媒介形象，此处暂不解析。

4.3 陶勇媒介形象的自我建构策略

4.3.1 公信力：人格信任与系统信任互构

所谓媒介公信力，是指“公信力是媒介形象的一个重要影响指标，但不是唯

一指标，它主要是指受众与传者之间形成的一种信任关系。”²⁴由此推之，医生微博的公信力主要为网民与医疗工作人员之间形成的信任关系，亦是对医患关系的投射。陶勇微博公信力的提升，是促进和谐医患关系的重要渠道之一。

关于信任的建构机制，尼克拉斯·卢曼 (Nicholas Luhmann) 从系统理论和符号功能主义视角，以不同的交往方式为标准将信任区分为人格信任和系统信任²⁶。人格信任指早期社会关系较为单一时依据与具体的人交往所建构的信任关系。但随着社会系统的高度分化与交往媒介的完善升级，人格信任无法满足复杂社会关系的信任机制构建，由此催生出系统信任——通过连续地、肯定地使用某种交往媒介，将其符号化、系统化为一种通用型代码。人们可以根据这种代码迅速、便捷地与社会各类子系统产生高质量的联系。安东尼·吉登斯 (Anthony Giddens) 在卢曼的基础上将信任进一步分解为三类：人格信任、符号系统和专家系统²⁷。两者的分类方式都是让信任走出血缘、地缘，而扩大成为陌生人社交领域的重要载体。Web2.0 时代，微博等社交媒体为医者提供了自构媒介形象的平台。医者不再隐身，而是走到“前台”，通过赛博空间的人格信任催生系统信任，由此修复巩固医患关系的信任系统。结合对陶勇博文的量化分析，探讨陶勇博文如何构建公信力如下。

其一，医学知识科普：构建系统信任。经统计，陶勇发布博文中医学科普类博文占比最高，达 24.8%。科普博文主要有两类：一为专业眼科知识科普，包括“桃源保卫战”系列科普漫画、“陶勇医生眼健康课堂”系列科普文章、“陶医生说”系列科普视频及其他零散科普，此类科普内容多为论文、数据报告等学理性知识，实现专家系统信任。一类为在线问诊科普，陶勇每周选取 9 位网友私信问诊作答，内容均收录于话题标签“#陶勇医生每周一答#”中。陶勇借助自身专业能力与职业经验，为网民提供专业诊断，从而实现符号系统的信任建构。患者从医者微博中得以建立或完善新的知识库，进一步认可医务工作者的专业性与科学性，由此缓和由于信息不对等造成的认知冲突与质疑心理。

²⁴ 栾轶玫. 媒介形象学导论[M]. 中国人民大学出版社, 2007.

²⁶ 尼克拉斯·卢曼. 信任: 一个社会复杂性的简化机制[M]. 上海人民出版社, 2005.

²⁷ 安东尼·吉登斯, Anthony Giddens. 为社会学辩护[M]. 社会科学文献出版社, 2003.

其二，公益活动与节目宣传：系统信任反构人格信任。在陶勇个人博文的样本库中，公益活动博文占比 6.91%（66 条）。陶勇以眼科医生的身份发起“光盲计划”公益项目，与眼科同事为盲童义诊，与喜马拉雅、百度等机构与音频平台合作为盲人构建医疗、教育、就业的社会桥梁，成立彩虹志愿服务队服务患者。节目宣传博文占比 7.85%（75 条）。陶勇多次转发人民日报、南方周末、人物、新京报、朗读者等主流媒体对他的采访报道。在社会系统中，公益、义诊、救助盲童、主流媒体等象征符号属于符号系统的信任范畴。由于光环效应，基于对符号系统的信任，医者与网民之间的关系得以迅速拉近，网民对医者的人格信任被唤醒，从而促进和谐医患关系。

第三，读书写作或思考、时事点评、私人生活：人格信任助推系统信任。陶勇博文中，读书写作或思考相关博文占比 14%（137 条）、时事点评相关博文占比 11.73%（112 条）、私人生活相关博文占比 9.21%（88 条）。陶勇通过时事点评对社会公共话题发表观点，如陶勇从危害眼睛角度支持两会代表提出不建议戴美瞳、在世界艾滋病日号召大众关注艾滋病患者等；通过写作与读后感等形式来呈现自身的思想与兴趣爱好；通过私人生活从普通人的视角分享医生的业余生活，回复网民评论。最终，陶勇以父亲、儿子、医学生导师等多种社会角色与网民交流，打破固有的“白大褂”形象，建立人格信任，以此来助推医患关系的系统信任。

4.3.2 亲和力：患者、医者、人格的三维共建

媒介形象建构中的“亲和力”标准，是指受众在媒介组织提供的形象构件中可以找到与自身“心里契合”的相似影子，从而产生“真正的交流与意义共享”的感觉²⁸。因此，在建构媒介形象时，医者需要从心理接近性的角度寻找与患者的情感共鸣。

首先，伤医事件赋予陶勇作为“患者”的亲和力。一方面，陶勇与大众共同有“患者”身份。2020 年 1 月 20 日，一起意外的伤医事故将陶勇从眼科医生变成医闹受害者，由医者转为患者。通常而言，由于医学领域的专业性与科学性，普通人难以打破其专业壁垒成为医者，但每个人都具有患病经历。伤医事件中，

²⁸ 栾轶玫. 媒介形象学导论[M]. 中国人民大学出版社,2007.

陶勇由医者转为患者，与大众具有同样的社会身份，迅速拉近陶勇与网民的心理距离。另一方面，大众共情陶勇的消极情绪。陶勇博文中与伤医事件相关的共 85 条（8.9%），对其情感倾向编码分析发现：积极博文 68 条（80%），中性博文 9 条（10.6%），消极博文 8 条（9.4%）。面对重挫，陶勇呈现的个人形象并非绝对积极正面，也会如普通人一样产生愤怒、沮丧等消极情绪。如广州中山三院一男人持刀伤医后跳楼自杀（2020.10.31），陶勇转发该则新闻并评论：“可不可以不要再发生了！浑身发抖。”；吉水县人民医院心内科医生胡淑云在病房查房过程中遭歹徒持刀袭击重伤去世（2021.1.27），陶勇在博文中连发六问表达对伤医事件的痛心，流露出对恶劣医患关系的恐怖担忧以及对和谐医患关系的期盼。



图 4-5 陶勇微博截图

其次，医患故事提升陶勇作为“医者”的亲合力。样本数据中，医患故事相关博文共 68 条，占比 7.12%。同样的医患故事，陶勇从医生的角度叙述，为大众建构了全新的认知，读者能从字里行间感受到医者对患者病痛的共情、对患者康复痊愈的喜悦以及对患者的心灵陪伴，通过时间积累逐渐深化医者仁心的认知。如陶勇在微博中 6 次提及他的第一例葡萄膜炎患者，分享盲童弹奏钢琴的视

频，从咿呀学语至长大成人，并以这些案例发起公益项目，希望为更多的盲童带来光明。类似的医患故事还包括小岳岳、天赐等盲童，让读者不止能从就医中感受到仁术，更能从一个个真实故事中感受到仁心。

最后，依据社会角色的重构原理，陶勇树立“人格”亲和力。陶勇博文中呈现的社会角色以医者（占比 44%，相关博文 535 条）与公众人物（占比 29.8%，相关博文 362 条）为重要底色，与此同时陶勇博文中也不断呈现出其他社会角色：能为女儿一件小事就骄傲的父亲、被父母呵护成长的儿子、体谅妻子辛劳的丈夫、幽默风趣的医学院导师、偶尔迷茫需要从偶像身上汲取力量的粉丝等，如同普通网友一样在自己的微博场域中分享工作与生活。社会角色的重构式呈现，不仅使医生的形象远离刻板单一，同时也使陶勇呈现出极强的人格魅力、成为一个真实而鲜活的个体，而非被主流媒体正面宣传的僵硬符号。

4.3.3 传播力：新闻事件与媒介活动赋权

如果说，兼具公信力与亲和力是构建媒介形象的第一标准，那么，传播力则是判断媒介形象是否构建成功的关键所在。强化媒介形象传播力的最主要方式有：借知名业者传播媒介形象，借社会名人作“形象大使”，借媒介活动传播媒介形象，借形象广告传播和借镜像传播²⁹。经编码分析，发现陶勇媒介形象的自我建构主要应用以下几种方式构筑传播力：

一是医患一体：借知名业者传播媒介形象。性质恶劣的伤医事件赋予陶勇患者身份。事发后，作为新闻事件的核心当事人，陶勇医者与学生双重身份合二为一，其康复情况与心理状态一直备受各界关注：一个无辜被害者是否会就此弃医改行？面对医患矛盾我们是否只能束手无策？这些问题将大众的视点紧紧聚焦于陶勇身上，使陶勇从普通眼科医生成为媒介事件当事人，形成较强的传播力。

二是节目宣传：借媒介活动传播媒介形象。媒介活动是媒介形象的重要构件，由媒体机构所掌控。主流媒体大面积报道伤医事件与陶勇背后呈现的正能量精神，试图借此将负面事件转化为社会正能量事件弥合医患的信任裂痕。陶勇博文中，有 75 条（7.85%）转发主流媒体对其专访报道的相关博文，借主流媒体的媒介活动强化自身传播力。

²⁹ 栾轶玫. 媒介形象学导论[M]. 中国人民大学出版社,2007.

三是公益活动与广告营销：借此传播自身形象。直接做广告是媒介传播的另一方式。陶勇博文中广告营销占比最少（3.35%，32 条）且内容单一：一部分为推荐所著新作《目光》、《自造》，博文末尾附带淘宝链接，受众可直接点击购买；一部分为替同行宣传书籍、讲座等活动。在公益活动的相关博文中，陶勇也会提及助力公益项目的平台，如喜马拉雅、百度等，借助自身影响力予以推广与营销。但与其他微博大 v 不同的是，陶勇的广告营销产品均是建立在医者与公益援助的底色之上，不涉及与专业或自身经历无关的带货变现。潜移默化间向公众传递认知：陶勇言行均是出自医者或常人本心，而非意在牟利，进一步强化信任机制，促进医患关系的和谐共建。

4.4 小结

通过收集、分析陶勇在个人微博账号发布的博文，借助媒介形象建构的三个衡量标准对其进行理论分析，探究陶勇通过微博所呈现出来的个人形象及其建构方式，概而言之：在公信力上，结合社会学的信任理论，陶勇通过三种方式打造公信力：一是借助医学科普构建符号系统信任与专家系统信任，二是借助公益活动与节目宣传实现系统信任对人格信任的反构，三是借助读书写作或思考、时事点评、私人生活等实现人格信任，以此助推系统信任。在亲和力方面，陶勇凭借自身特殊经历，从医者与学生角度构建双重亲和力，同时呈现多重社会身份，树立人格亲和力。在传播力方面，陶勇具备核心当事人传播力、主流媒体传播力与形象广告传播力。通过公信力、亲和力、传播力的三重构建，陶勇微博的媒介形象重在呈现眼科医生与公益传播者的角色，辅以少量其它社会角色，平衡过于正面带来的宣传色彩，同时刻意回避医闹受害者与广告牟利者的负面形象。

第五章 陶勇媒介形象的媒体建构

5.1 研究路径

5.1.1 主流媒体样本选择

结合主流媒体自身的代表性、影响力以及对陶勇事件的关注度等因素，本文选取五大主流媒体微博为研究样本，分别为：《人民日报》、《央视新闻》、《中国新闻网》、《新京报》、《澎湃新闻》。

“人民日报”微博账号为人民日报出版社官方微博，于2012年7月22日开通，以“参与、沟通、记录时代”为使命，截止到2022年2月共有1.45亿粉丝，发布微博142361条，是我国极具影响力与公信力的媒体。“央视新闻”于2012年3月开通，是中央广播电视总台新闻新媒体旗舰账号，是总台重大新闻、突发事件和重要报道的首发平台，截止到2022年2月共有1.26亿粉丝，发布微博152958条。“中国新闻网”微博账号于2010年9月3日开通，为《中国新闻网》法人微博，后者是依托中新社遍布全球的采编网络，以“提供你不知道、想知道、不能不知道的新闻”为目标，截止到2022年2月共有7426万粉丝，发布微博185354条。“新京报”微博账号于2009年8月31日开通，是《光明日报》和《南方日报》两大报业集团联合主办的综合类大型城市日报《新京报》的官方微博，旨在“以责任为灵魂，记录时代进步”，截止到2022年2月共有4586万粉丝，发布微博135303条。“澎湃新闻”微博账号由《澎湃新闻》于2014年3月开通，其定位为“有内涵的时政新媒体”、“专注时政与思想”，截止到2022年2月共有3028万粉丝，发布微博96690条。

5.1.2 类目建构

本文结合新闻框架与论文实际情况，将研究内容分类为以下五个框架类目：

报道议题。通过逐篇阅读样本，本文将陶勇事件相关报道分为以下类目：1. 伤医事件报道；2. 引导医患关系，如陶勇对医闹者的态度等；3. 弘扬正能量，即

宣传社会道德规范或社会主义核心价值观等；4.科普医学知识；5.节目宣传，如《你好先锋》纪录片等；6.以及少数难以单独分类的其他主题。

报道形式。微博平台的新闻报道多数为集结文字、图片、视频优势的融媒体报道。由于微博平台将文字限制为140字，媒体的文字报道通常体现为两种形式：一为140字以内的短消息或评论；二为超出140字的长段落或头条文章，其内容通常为专家对话、深度报道等。故将报道形式类目建构如下：短文字+图片；短文字+视频；短文字+链接；长文章+图片；长文章+视频。

消息来源。类目建构如下：1.伤医事件核心当事人，包括陶勇、伤医者、其他受害者；2.与核心当事人存在社会关系的关联者，如患者、同事、家人、偶像等；3.机构组织，如医院与医学界协会、人民法院与人民检察院等社会组织与企事业单位；4.社会各界的权威人士，如医学或法律专家、新闻评论员等。

报道基调。一是正面报道：遵守国家法律法规与社会道德规范、倡导社会主义核心价值观相关的新闻报道；二是中性报道：陈述事实、不带有显著倾向性的报道，如陶勇恢复出诊、砍伤陶勇的崔振国被判死刑等；三是负面报道：违反国家法律、行业规制与社会道德规范、突发重大灾难性或引发社会重大舆论的事件相关报道。

陶勇形象。通过研读五家主流媒体微博新闻报道文本，将其中呈现的陶勇形象分为四类：1.眼科医生；2.医闹受害者；3.英雄榜样，如文本中含有“勋章”、“英雄”、“致敬”等词，或节目宣传中突出陶勇爱岗敬业、乐观生活等正能量精神；4.普通人，即摒除以上身份的其他社会角色，如儿子、父亲、丈夫、朋友等。

5.2 主流媒体微博报道样本数据分析

5.2.1 报道议题

主流媒体的报道议题通常能从一定程度上呈现该媒体机构的立场与态度偏

向，并且通过切入角度、报道数量等引导网民对该新闻事件或核心新闻人物的认知，潜移默化之中进行舆论正向引导。

通过阅读与清洗样本数据后，主流媒体有关陶勇事件的微博报道议题编码结果如下所示：

表 5-1 五家主流媒体的报道议题分布

媒体名称	人民日报	央视新闻	中国新闻网	新京报	澎湃新闻
报道议题	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
伤医事件报道	9.1	10.5	28.6	30.8	38.5
节目宣传	36.4	15.8	14.2	19.2	7.7
引导医患关系	36.4	26.3	28.6	19.2	30.8
弘扬正能量	9.1	26.3	28.6	19.2	7.7
科普医学知识	-	15.8	-	7.7	7.7
其他	9.1	5.3	-	3.8	7.7

由表 5-1 数据可知，关于伤医事件报道，都市媒体（《新京报》、《澎湃新闻》）更为关注，中央媒体（《人民日报》、《央视新闻》、《中国新闻网》）态度迟疑。在报道比例上，由于都市媒体对社会新闻的敏感性更高，《新京报》与《澎湃新闻》占比最高，分别为 30.8%与 38.5%。中央媒体中，《中国新闻网》因其相关报道总量最少（7 条）呈占比虚高，实际数量仅 2 条相关博文。在报道时间上，《新京报》与《澎湃新闻》均第一时间关注并持续追踪报道。中央媒体则关注较晚，《人民日报》首次报道陶勇事件是在事发 4 个月后（2020.5.28），《央视新闻》首次报道在 2020.5.13。《中国新闻网》报道时间虽早（2020.1.22），但其内容转自新京报微博报道，且无事件相关配图。即便在伤医事件舆论高潮期，其后续报道间隔时间均在 2-3 个月左右。可见，中央媒体刻意疏于对社会负面事件的报道，将事件造成的社会危害模糊化处理。

引导医患关系议题在中央媒体的报道中占比最高，在都市媒体的报道中则仅次于伤医事件议题。可知在医闹事件报道中，弥合医患裂痕是主流媒体设置的共同议程，意欲正向引导负面社会事件引发的舆论热潮。

科普医学知识议题在五家主流媒体的微博报道中占比均较少,《人民日报》与《中国新闻网》甚至没有此类议题相关报道。可知于主流媒体而言,陶勇作为专业眼科医生的身份并不具备突出的报道价值,

5.2.2 消息来源

消息来源不仅是媒体记者获取新闻线索的关键渠道,也是判断媒体机构报道事实是否客观与平衡的重要标准。由于时间与地域的限制,媒体记者几乎难以在第一时间赶往事发现场,或难以采访到核心当事人时,常常需要现场目击者、与核心当事人存在社会关系的第三人提供新闻线索或素材,继而经过多重核验或筛选后发布。媒体机构的立场与态度、媒介形象的建构路径等可从其采信或发布的消息来源探查。

关于陶勇相关微博报道的消息来源编码结果如下:

表 5-2 五家主流媒体的消息来源分布

媒体名称	人民日报	央视新闻	中国新闻网	新京报	澎湃新闻
消息来源	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
核心当事人	72.7	63.2	71.4	46.2	61.5
关联者	-	5.3	14.3	26.9	7.7
机构组织	27.3	31.6	14.3	23.1	30.8
社会权威人士	-	-	-	3.8	-

表 5-2 数据中,媒体的消息来源呈显著失衡。

核心当事人占比最高。核心当事人包括陶勇、其他受害者及其家属、医闹者崔振国三类。相关报道 45 篇中:来自陶勇的报道占比高达 95.6% (43 篇);来自其他受害者及其家属的报道占比 4.4% (2 篇);来自医闹者崔振国及其家属的报道为 0 篇。三方占比悬殊,媒体机构仅在伤医事件报道与嫌疑人判刑结果公告中提及崔振国,关于其作案动机、作案方式、家人态度等均未报道。可以推断,关于陶勇的媒介形象,主流媒体依据其个人言行建构,避免宣传式输出;聚焦于陶勇个体,选择忽略其他核心当事人的媒介形象。

以关联者为消息来源的博文中,《新京报》报道最多,涉及陶勇的家人、同事、患者与偶像等社会关系,但仍未出现医闹者的社会关系,医闹者及其亲属在媒体议程中彻底失声。以《新京报》为代表的都市媒体在建构媒介形象时更注重对正面人物身份的复构呈现,使人物立体鲜活。相较而言,以《人民日报》为代表的中央媒体对媒介形象的建构纬度仍然单一刻板。

社会权威人士失声。仅《新京报》发布 1 篇社会权威人士观点,即全国人大代表赵超建议严惩伤医行为,并在医院普遍推行安检系统。媒体评论员、法律专家、医学专家等身影均未出现。原因推测有二:一是伤医事件权责分明,社会权威人士认为无需再做评论;二是主流媒体不希望社会权威人士参与,以免其影响力扩大舆论风潮。两种原因均不利于从本质上解决医患矛盾。

5.2.3 报道形式

近年来,媒体在微博的新闻报道逐步趋于融媒体形式,将文字、图片、短视频、超链接等多样融合发布,在形式上以最大程度上呈现新闻内容的张力,使其广泛传播。为便于类目识别,本文将微博报道文字在 140 字以内的段落编码为“短文字”,超出 140 字的长段落或头条文章编码为“长文章”。

表 5-3 五家主流媒体的报道形式分布

媒体名称	人民日报	央视新闻	中国新闻网	新京报	澎湃新闻
报道形式	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
短文字+视频	81.8	73.7	42.9	50.0	30.8
短文字+图片	9.1	15.8	42.9	34.6	53.8
短文字+链接	-	5.3	-	11.5	-
长文章+视频	-	-	-	3.8	-
长文章+图片	9.1	5.3	14.2	-	15.4

表 5-3 中,短文字+视频是五大主流媒体采用最多的报道形式,相关报道共计 43 篇。其次为短文字+图片形式,共 23 篇。其余形式总计 10 篇。该统计结果符合当前微博新闻报道的用户特征。新媒体环境下,受众阅读习惯趋于短平快,

微博用户更倾向于浅阅读。因此主流媒体较少使用需要用户投入高时间成本的长文章与视频。

5.2.4 报道基调

新闻报道的基调是指媒体机构组织通过对新闻的采写编评,在新闻报道中表达出来自己所持有的立场和态度。而报道基调本身是客观存在的,媒体记者通过对新闻事件的选择和建构以后向人们呈现出来的。媒介形象正是媒体机构选择与构建事实的呈现结果。

表 5-4 五家主流媒体的报道基调分布

媒体名称	人民日报	央视新闻	中国新闻网	新京报	澎湃新闻
报道基调	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
正面报道	90.9	57.9	28.6	34.6	38.5
中性报道	-	36.8	42.9	46.2	46.2
负面报道	9.1	5.3	28.6	19.2	15.4

中央媒体中,《人民日报》与《央视新闻》的正面报道远超于负面报道。《中国新闻网》、《新京报》与《澎湃新闻》则以中性报道为主,正面报道次之,负面报道最少。除《新京报》外,其余四家媒体的负面报道均未超过 2 篇。因此,主流媒体在建构媒介形象时均以正面与中性为主,减少负面报道,刻意淡化负面事件带来的社会影响。

5.3 媒体微博中的陶勇形象及建构路径

麦克斯维尔·E·麦库姆斯和唐纳德·L·肖在《大众媒体的议程设置功能》一文中提出了议程设置的概念,传统的议程设置研究的是由媒体对象议程向公众对象议程的传递,议程设置的第二层研究的则是由媒体属性议程向公众属性议程的传递。换言之,大众媒体不仅能告诉公众“想什么”,而且能通过对报道对象事物的某种特定属性进行凸显和强调,从而影响到公众对事物性质的认识、态度

和看法。

伤医事件迅速引发网络舆情，网友“堪忍-”等发表评论：“为众人抱薪者，冻毙于风雪。”作为主流媒体，此类负面社会新闻该如何利用新媒体环境建构陶勇的媒介形象，才能安抚舆情、转负为正？

5.3.1 被建构的“英雄”

陶勇相关报道中，主流媒体通过以下两种方式建构负面社会事件中的“英雄”形象。

第一，报道基调倾斜：正面报道为主（37 篇，占比 48.9%）。表现形式有两种：一方面，媒体机构将陶勇与正面先进人物挂钩并列，通过光环效应增加其“英雄”色彩。如《央视新闻》在建党百年庆祝大会中，报道陶勇与张桂梅、杜富国等人在现场共同观礼；《新京报》在创刊 17 周年的社庆系列对谈专题《一起+》第三期中邀请陶勇与邓亚萍对谈，其余几期受邀人物有新东方集团董事长俞敏洪、连续四年 9 次探访悬崖村报道的摄影师陈杰、实现中国东奥会金牌零突破的短道速滑运动员杨扬。主流媒体将这些先进人物与陶勇并列，借此表达自身观点与态度：陶勇的精神力量与社会影响与这些人物相近。另一方面，主流媒体在报道中直接将正面标签贴在陶勇身上，如《人民日报》在《你好先锋》纪录片的宣传报道中，直接在标题中称陶勇为“天使在人间”。《新京报》的报道《陶勇医生专访完整版》在标题前附带话题“#陶勇医生 理性的天使#”。

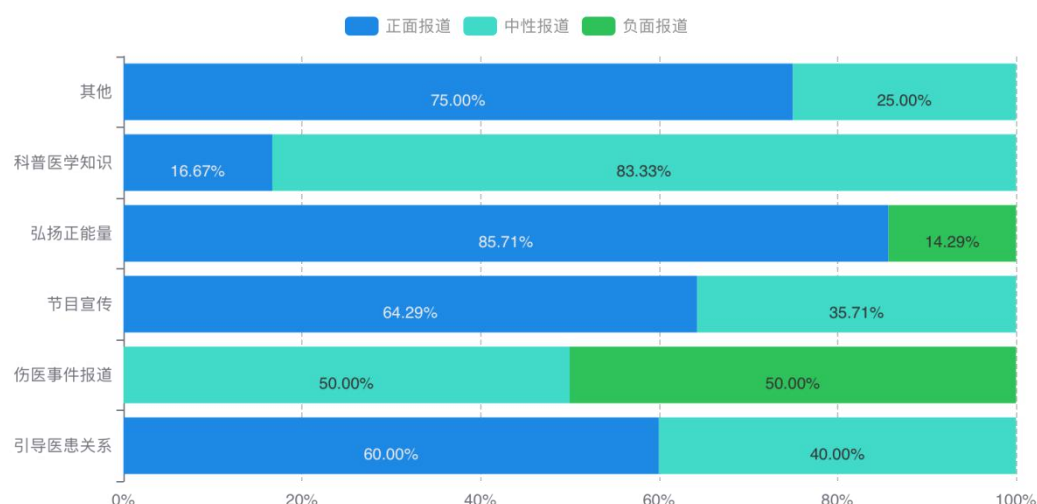


图 5-1 报道议题与报道基调交叉分析图

相较而言，负面报道较少。由图 5-1 知，负面报道主要分布于伤医事件报道议题与弘扬正能量议题。关于前者，伤医事件本身属于负面社会新闻，媒体在报道事件时需遵循客观事实，不能强行将其转向积极正面，因此负面报道的呈现不可避免。关于后者，通过研读相关报道发现，主流媒体多次采用负面事件正向报道的方式，具体表现为“负面客观事实+正向基调词汇”。如伤医事件中除陶勇外，现场还有一名患者家属与一位医生因阻拦医闹者崔振国被砍伤。《新京报》在描述负面事实之后，强调二人被北京市民政局认定为见义勇为，并在微博报道的标题与话题中醒目标出：【朝阳医院伤医事件上前阻拦被砍伤，两人被认定为见义勇为】、#两人阻拦伤医男子获认见义勇为#。《中国新闻网》报道伤医风波后陶勇首次直播面对公众时，也将陶勇的态度“不想把自己埋在仇恨中”置于标题中。以上两例报道，其内容虽然均为负面，但媒体着重强调“见义勇为”与“积极乐观”的正能量，缓冲事件本身的恶劣影响。

第二，消息来源失衡：以陶勇为详，崔振国略。在数量上，经数据清洗后，五大主流媒体官方微博发布的陶勇相关报道共 76 篇，消息来源均围绕陶勇方展开，伤医事件的核心当事人之一崔振国仅有 8 篇报道提及：3 篇为崔姓男子伤医（2020.1.20），5 篇为崔振国被判死刑缓期二年（2021.2.2）。在内容方面，关于崔振国伤医动机、伤医前后的言行变化等均未深入报道，崔振国的家属、同事等社会关系被隐去，其社会角色被单一刻板化，即伤医案中以残忍手段意欲杀害他人的作案凶手。相较之下，陶勇的社会身份被充分展现：人子、粉丝、医生、受害者等身份均有涉及。

第三，报道议题正面突出：抽象概念具象化。主流媒体在报道议题的设置上呈现出绝对正面的特征，“引导医患关系”、“弘扬正能量”与“节目宣传”议题中均选择突出陶勇个人的优秀品质：“爱岗敬业”与“积极乐观”，如新京报对陶勇的专访报道中，在题目与 140 字引导阅读文本中突出陶勇积极乐观的人生态度：“开启人生下半场，治病救人不一定一直在手术台上。”；央视新闻宣传陶勇对大众的晚安祝福为“这一年，我们曾遇到苦与难，但也遇见希望和爱”。这类报道策略将抽象的正能量概念聚焦到具体的人身上，将陶勇构建为正能量的

载体，成为一种宣传符号。

5.3.2 英雄“去神话”

基于“以正面报道为主”的舆情方针，主流媒体在党的领导下倡导社会主义核心价值观。但在以受者为本位的新媒体环境下，过度的正面报道极有可能造成反向作用，使得用户在宣传式报道中产生反感心理。因此，陶勇相关报道中，主流媒体在正面宣传的同时亦采用多种方式将英雄“去神话”处理。

在叙事人称方面，媒体后移，当事人“越位”。与传统的歌颂式宣传报道不同，主流媒体选择将自身人格后移，将话语权移交于核心当事人陶勇，使其“越位”向前。媒体机构将自身所倡导的价值观念潜移默化于陶勇个人的言行中，而非直接言明。如主流媒体以陶勇之口表达自身立场：《人民日报》发布报道【#北京朝阳医院眼科医生陶勇发声#：不能动摇的医学信念】，《新京报》发布报道【#北京朝阳医院遇袭医生陶勇#：还会在医学行业坚持，造福更多人】等。身为暴力伤医事件的最大受害者，当事人在受到不可逆的身体与精神伤害后，依然全身心投入医生岗位。此类言行带来的传播效果显然高于主流媒体宣传式呼吁“不能动摇医学信念”，更具说服力。

在报道基调上，负面声音增加。“负面声音”一方面体现在正面报道与中性报道之外的11篇负面报道（占比14.8%）。负面报道均集中于伤医新闻报道时期，内容为客观陈述事件本身。如《新京报》最早发布报道【#朝阳医院眼科主任医生被砍# 正在医院抢救，伤人者被控制】，并追踪报道陶勇诊疗情况，发布陶勇左手两处神经断裂等信息。另一方面，“负面声音”也体现在陶勇对伤医者的态度。北京朝阳医院伤医案一审宣判伤医者崔振国死刑，陶勇对《澎湃新闻》回应道完全接受。此前，陶勇直言要求从法律层面严惩凶手，“不把自己埋在仇恨之中，不代表我可以纵容他、谅解他，否则这也是对其他医务工作者的道德绑架。”报道中的陶勇形象不再是以往正面报道中的绝对仁义者，不仅支持了法律的公平正义，亦让公众清晰感受到身为被害者的愤恨情感，使得陶勇的形象更为真实鲜活。

在社会角色上，多重复构陶勇形象，人物立体化。关于陶勇的个人形象，主流媒体不再局限于以往歌颂式报道的单一“英雄”形象，而是从当事人的现实角

色与社会关系出发，选取关键人物或事实采访报道。譬如，《央视新闻》在两会期间连续两天（2021.3.10.-2021.3.11.）发布三篇与陶勇医学专业相关的报道，分别为：【#陶勇说应将学生视力纳入教育卫生等机构考核#，而非针对学生考核】；【注意！#陶勇说近视度数不断增加或致盲#】；【直播！一起关注健康问题~】中强调“还有@北京眼科医生陶勇分享护眼小妙招”。这三篇报道均从个人专业视角强调了陶勇“眼科主任医生”的现实身份，使其成为鲜活的“个人”，而非被束之高阁的宣传符号。《新京报》则策划“#一起+ #”系列对谈专题，其中一期为邀请陶勇与偶像邓亚萍对话4小时，希望能从偶像身上获得坚持医学梦想的力量，同时分享了陶勇妈妈写给邓亚萍的信。该期节目相关微博报道共3篇，陶勇不再是一直乐观的“英雄”，而是被灾难重挫后迷茫的普通人，是被母亲寄予希望的人子，是希望能得到偶像鼓励的粉丝。三重身份叠加复构，陶勇的人物形象得以立体多维式呈现。但与以弘扬正能量、引导医患关系等为主要议题的正面报道相较，此类报道数量相对较少。

5.4 小结

综上所述，主流媒体通过选用陶勇为宣传对象，充分发挥自己在媒介场域中的权威性和影响力，为陶勇事件的发展提供话语主题和舆论引导，强调医生的弱势地位与仁心仁术，将负面的伤医事件转化为抵制暴力伤医、关注盲人群体的正能量事件，为医患社会关系系统定下正确的方向和发展基调。关于陶勇的媒介形象，主流媒体一方面通过倾斜报道基调、失衡消息来源、设置正面议题将陶勇建构为“英雄”，一方面通过叙事人称后移、增加负面声音、复构社会角色的方式将“英雄”去神话，将陶勇建构为“平凡的英雄”形象。

第六章 陶勇媒介形象的网民建构

6.1 网民对陶勇形象的解读

6.1.1 陶勇微博粉丝群体画像

借助第三方分析工具西瓜微数³⁰，查找博主“北京眼科医生陶勇”，于2022年3月5日对其官方微博账号进行数据统计，得到如图所示的关于陶勇粉丝用户画像。

- 账号粉丝总量：198.56万 · 活跃粉丝占比：6.28% | 12.47万 · 去水粉丝占比：67.53% | 134.09万
- 铁粉数占比：0.13% | 159 · 女 粉丝居多，占比：56.39% · 北京 粉丝居多，占比：6.52%
- 18-25 粉丝居多，占比：22.98% · 摩羯座 粉丝居多，占比：11.06%

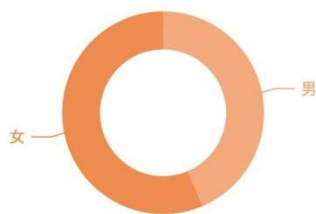
图 6-1 陶勇微博粉丝的用户特征



图 6-2 陶勇微博粉丝的质量分析

³⁰ 西瓜微数即西瓜数据微博版，一款第三方数据分析平台，是微博广告投放数据分析的专业工具，可以提供专业的微博数据分析服务，如微博榜单、KOL 账号数据分析、博文数据监控、品牌投放分析等功能服务。

性别分布



年龄分布 | 星座分布



图 6-3 陶勇微博粉丝的性别与年龄分布



图 6-4 陶勇微博粉丝的地区分布

陶勇微博粉丝的地区分布图如上所示：定位于北京的粉丝群体最多，占比为 6.52%。推断其原因为陶勇在北京朝阳医院眼科工作，伤医事件发生于北京，北京微博用户的地理接近性更强。其余粉丝主要分布在广东、江苏、浙江、上海等沿海发达城市。综上，陶勇微博的粉丝以女性群体为主，且多分布于北京，因此陶勇事件更易引起粉丝群体的情感共鸣。

6.1.2 陶勇博文的评论文本分析

使用 Python 抓取陶勇博文样本库的评论文本，清洗广告等无关评论后，共获取 177276 条评论。将该数据上传 DiVoMiner 编码软件，获得关于陶勇博文的

评论词云图。评论热词中，“老师”、“陶医生”、“喜欢”、“加油”、“早日康复”、“希望”等褒义词汇突出。从整体上来看，绝大多数粉丝对陶勇持积极态度，对陶勇“医生”与“老师”的身份给予极大认同，同时也突出陶勇的“患者”身份，对其遭遇致以同情与鼓励，表达了对陶勇的祝福与祈祷。



图 6-5 陶勇微博的评论文本词云图

使用 Python 抓取官媒博文样本库的评论文本，清洗后获取 14298 条评论，编码后所获官媒博文评论词频云图如下所示。从评论热词中，笔者发现“老师”、“陶医生”、“医者”仍然是陶勇呈现的主要社会角色。与陶勇微博粉丝不同的是，官博网民评论不仅表达对陶勇的祝福与祈祷，也出现“悲伤”、“凶手”、“死刑”等负面词语，由此可以看出网民对凶手的愤怒，希望始作俑者被惩处，正义得以伸张。如人民日报关于医闹者崔振国被判死刑缓期二年的微博报道中，网民“未来可期向日葵”评论“严惩凶手，还伤者公道。”，“是一只老阳”表示“希望能立法保护医生权益，不要让更多的医者寒心。”

是为了满足人们的精神生活的需要³³。部分网民通过阅评网络内容获得情感共鸣，以满足自身的精神需求。

在媒介形象的自我建构中，陶勇将自身的社会角色定位于专业眼科医生，作为科普博主发布 230 条医学科普博文，占比 24.08%，伤医事件相关博文仅占比 8.9%（85 条）。然而，将第四章中陶勇个人博文的内容主题类目与评论数量类目交叉分析（图 6-7），发现：陶勇的粉丝对其科普博文呈信息获取低需求特征，对医患事件相关内容呈显著的情感共鸣高满足特征。

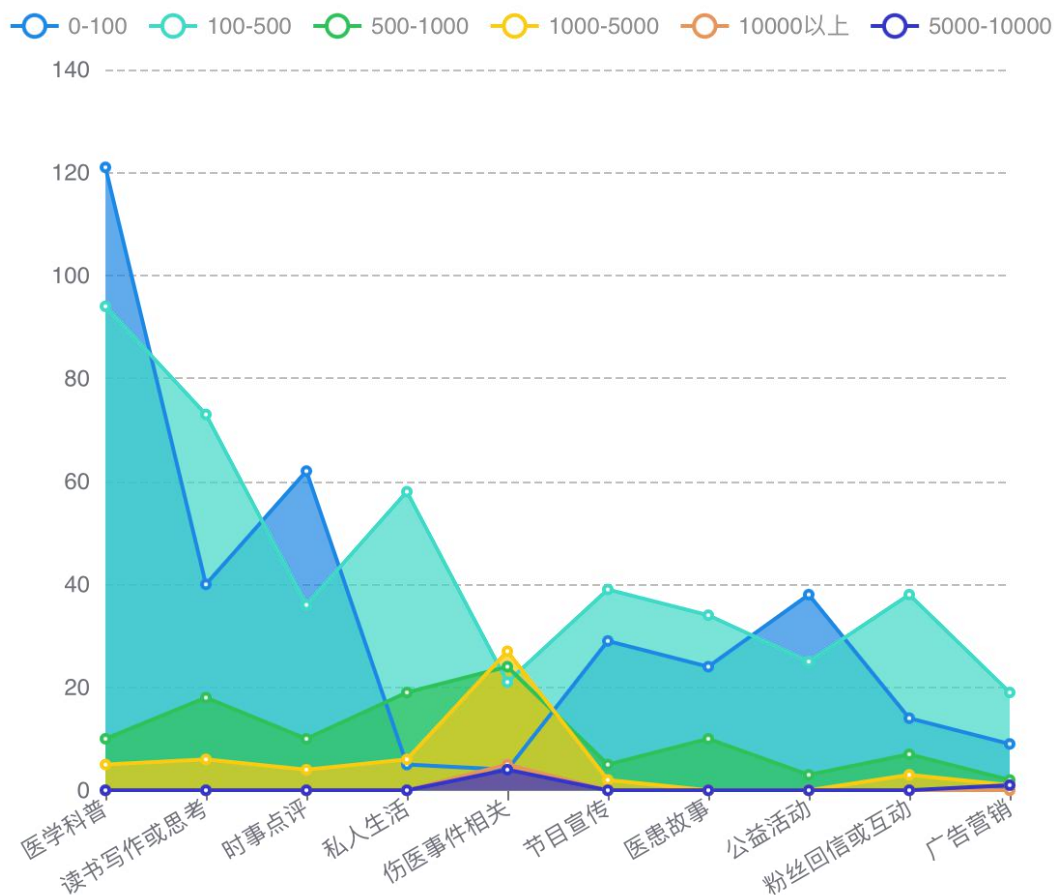


图 6-7 陶勇博文的主题与网民的评论交叉分析图

网民对陶勇发布的医学科普类文章表现出较低的评论需求。由图 6-7 可知，医学科普类博文的评论数量多集中于 0-100 区间，其次集中于 100-500 区间，只

有极少部分超过 1000。由此可知，受众对陶勇的科普内容呈现低需求特征，只有少量的互动交流。科普内容中，头条文章系列评论互动最少，平均数量未超过 50 条。此类科普内容具有较多专业词汇，艰涩难懂，如陶勇科普青睫综合征时表述其病症为“发现其右眼眼压高达 40mmHg（正常眼压为 10-21mmHg），经裂隙灯观察和一系列检查后，发现他角膜后出现羊脂状 kp”。此类专业术语已经超过网民的认知范围。相对而言，关于近视、儿童弱视等更具普适性与实用性的科普博文，评论互动会明显增加。如陶勇科普“吃甜食容易近视吗？”博文评论有 580 条，“近视一族从早到晚都要戴眼镜”科普博文有 403 条评论，但此类情况较少。

网民对以陶勇为核心受害者的伤医事件呈现出强烈的情感共鸣。一方面，陶勇相关博文评论词频云图中，网民情感频次占比最多，表达其对陶勇悲惨经历的怜悯与祝福，如“喜欢”、“感动”、“心疼”、“悲伤”、“祈祷”；对凶手的憎恨与愤怒，如“死刑”、“严惩”、“不能原谅”；对医务工作者安全的担忧，如“保护”、“平安”；对医患关系的怀疑与诘问，如“医闹”、“伤害”、“袭击”。陶勇的经历满足了网民的情感需求。另一方面，从陶勇博文内容主题与评论数量交叉分析图可知，“伤医事件相关”主题的评论明显多于其他主题，均集中于 1000-5000、5000-10000、10000 以上三个数量区间内。如 2020 年 1 月 25 日，陶勇清醒后口述诗歌的博文评论高达 144350 条，2020 年 3 月 29 日陶勇伤后首度面对公众的博文评论共 34304 条。

对陶勇博文的低信息需求与高情感满足特征充分说明，网民对陶勇媒介形象的认知结果是医闹受害者，而非可以获取专业眼科知识的医生博主。基于此类认知，网民积极发布对弱势受害者的同情与祝福等文本，通过“共情”与媒介技术赋予自身权力，反向解构陶勇建构的仁心医者与主流媒体建构的平凡英雄形象。

6.2 媒介赋权：权力争夺下“陶勇”的割裂与聚合

鲍德里亚的拟象理论指出，当代社会是一个大众媒介营造的仿真社会。借助新媒体平台，陶勇媒介形象被多方建构的过程正是网络赋权下的权力争夺。赋权是在多种层次结构上展开和相互影响的。有学者将新媒介赋权划分成了三个层

级：个人赋权、群体赋权和组织赋权³⁴。

陶勇通过有意识的个人赋权实现自我建构。个人层面的赋权指的是自我赋权或心理赋权。伤医事件后，陶勇通过经营个人微博、接受主流媒体采访、参加电视节目录制等活动建构自我形象，着重向大众呈现作为医者与众人物角色的社会角色，由此完成对自我形象的初步建构，实现自我赋权。另一方面，陶勇重视从心理与思想上赋权，其博文中常常分享短篇小文、医患故事，体现其理性思考，通过微博平台输出观点，以此剥落被媒介过度渲染的宣传色彩。

主流媒体是有意识的组织赋权。在陶勇事件的相关报道中，主流媒体利用新媒体有目的、有计划地设置议题：突出陶勇直面挫折、坚强乐观的精神价值，赋予其偶像色彩；同时刻意淡化暴力伤医事件的恶劣影响，如伤医事件当事人崔振国的缺位、正面报道远多于负面报道等策略，希望借助主流媒体的影响力与传播力将陶勇塑造为大众楷模，成为正能量的符号载体。

网民通过无意识的群体赋权进行社会建构。与陶勇和主流媒体相比，参与建构陶勇自媒体形象的网民均为独立个体，他们通过关注陶勇事件进而聚集为有共同目标的群体。起初作为“受训者”的网民权力单薄，但伴随舆论的发酵，关注陶勇的人不断增多，他们对陶勇“医闹受害者”的形象认知逐渐并持续地影响其他未关注者，这种螺旋式生产与传播的过程对陶勇的媒介形象实现反构，即网民建构的“医闹受害者”形象分化了陶勇自我建构的“职业医生”形象与主流媒体合力建构的积极乐观的“平凡英雄”形象，形成媒介形象的逆向建构。

综上，陶勇本人、主流媒体与微博网民三方塑造的陶勇媒介形象各有侧重，形成了陶勇形象的割裂。但这种“割裂”并不十分彻底，三方同时实现了陶勇的“聚合”，具体如下：由于主流媒体的宣传报道与粉丝群体的持续关注，陶勇的个人形象具有显著的公众人物色彩；由于主流媒体在报道陶勇事件中无法完全规避负面新闻，其建构的“平凡英雄”有着深厚的医闹受害者的悲剧底色；陶勇微博中关于伤医事件的情感倾向趋于积极，主流媒体亦极力营建其乐观精神，因此网民认知与再传播的陶勇形象更多地呈现为积极、乐观的医闹受害者。至此，陶勇的媒介形象由三方勾连聚合，凝聚为一个完整的正面人物形象。

³⁴ 师曾志，胡泳.新媒介赋权及意义互联网的兴起[M].北京：社会科学文献出版社，2014.

6.3 小结

本章中，笔者利用第三方分析工具西瓜微数，分析陶勇微博粉丝群体的组成与特点，获得陶勇粉丝群体的相关特性：主要以年轻女性群体为主，多数分布在北京，充分显示地理接近性的规律。这些特征奠定了陶勇粉丝群体言论的情感倾向基调。同时，通过词云图分析陶勇粉丝群体与官媒受众对陶勇的社会角色认知，发现网民呈现出对陶勇医者身份的极度认可与对其患者身份的情感共鸣，同时也呈现出对正义与弥合医患信任关系的追求。此外，基于卡茨等学者关于使用与满足理论的视角，结合博文留言分析网民关注陶勇事件的心理动机，探究网民对陶勇媒介形象的解读，发现网民呈现出明显的信息获取低需求、情感共鸣高需求的现象，确定网民通过共情赋权将陶勇的媒介形象反构为医闹受害者身份。

第七章 结论与讨论

本文以媒介形象理论为依据,以北京朝阳医院暴力伤医事件的核心受害人陶勇为研究案例,以陶勇个人微博、主流媒体相关报道与网民评论作为三个不同的研究对象,分别探究个人、组织与群体对陶勇媒介形象的解读与建构。本章聚焦于对研究对象的文本解读结果,梳理所得研究结论,并结合相关理论与实际情况讨论。

7.1 以正面为导向,建构个体媒介形象

通过研究发现,伤医事件之后,陶勇、主流媒体与网民对陶勇的身份认知有着不同角度的偏差,微博平台所呈现的“陶勇”的媒介形象由此分为三种。

陶勇从三个纬度构建“仁心仁术的医生”形象:人格信任与系统信任互构,打造公信力;“医者”与“患者”身份二元合一,辅以其他社会角色树立亲和力;伤医事件与媒介活动共同建立传播力。从内容版块、主题数量分布等可以看出,陶勇自身建构的媒介形象是有意识地个人赋权的结果,旨在正面呈现专业医生的形象,规避医闹受害者与商业牟利者等负面身份。

主流媒体从两个视角将陶勇的媒介形象建构为“平凡的英雄”:通过倾斜报道基调、失衡消息来源、设置正面议题将陶勇建构为“英雄”;通过叙事人称后移、增加负面声音、重构社会角色将“英雄”去神话处理。用两种看似矛盾互逆的建构视角,将“英雄”与“平凡”维持在某种平衡,使“陶勇”成为正面个体的同时,淡化了由媒体报道催生的宣传符号色彩。由此发现,当前主流媒体偏向于使用较为隐晦的方式进行有意识地组织赋权。

网民通过共情赋权将陶勇的媒介形象反构为“医闹受害者”。大众对陶勇微博呈现出明显的信息获取低需求、情感共鸣高需求特征。并且随着舆情的进展,网民由陶勇媒介形象的“受训者”转化为“参与者”,围绕伤医事件生产与传播信息,通过无意识地群体赋权将陶勇的身份再次回归为医闹受害者。

上述三方建构的陶勇媒介形象并非完全割裂,而是以传播积极向上的正能量为导向,循环互构,最终形成直面挫折、积极乐观的陶勇形象,将负面舆情导向积极正面,由暴力伤医事件而加剧的医患关系裂痕得以弥合。

7.2 重建医患信任，跃出“塔西佗陷阱”

在医疗制度由公费转向市场化运营后，公权力转移至医疗机构。为追逐高额利润，部分不良医疗机构利用自身优势抬高医疗成本，引发了一系列医患矛盾，医务人员的公信力逐渐下降。再加上部分媒体夸大对医患新闻事件的负面报道，导致作为社会知识精英阶层的医护群体，不幸正陷于“塔西佗陷阱”中。

社会学家曾将中国社会的现状比喻为“几块石头”与“一盘散沙”³⁵。前者指政治精英、经济精英与知识精英等，后者代指社会公众。当二者的信任关系动摇时，居于社会前端的精英阶层便会容易跌入“塔西佗陷阱”。“塔西佗陷阱”源于古罗马历史学家普塔西佗，指权力机构的公信力发生波动时，即便其言论是真实的或者行为是合适的，也会被大众认为在说假话。

北京朝阳医院伤医事件中，陶勇与主流媒体对其个人媒介形象的构建，有助于医护群体重建医患信任，跳出“塔西佗陷阱”。

伤医事件发生前，陶勇是专业领域的微博大v，媒介形象与其他医生博主相同，发布内容以科普健康与医疗知识为主，有时发布日常生活，与患者或粉丝在评论区互动。此时，陶勇的知名度有限，传播力与影响力较低。伤医事件发生后，陶勇的网络关注度瞬时达到前所未有的高峰：陶勇的名字频繁出现在各家主流媒体的微博报道中，全国人民的视点一日之间均聚焦在陶勇的身上。新闻事件与媒介活动赋予了陶勇巨大的传播力与影响力。陶勇出院后，与主流媒体利用这种巨大的能量，顺利缓解负面社会新闻事件的舆情危机，并重建了医患信任。

作为眼科医生，陶勇属于“几块石头”中的知识精英；作为无辜被砍的受害者，陶勇身处弱势，亦是“一盘散沙”中的一员。伤医事件将陶勇的两种身份合二为一，这是其他医生不具备的亲和力。大众在同情、怜悯其遭遇时产生群体认同感，医患信任关系开始重新建构。与此同时，主流媒体大量发布陶勇的正面报道，确认并弘扬其优秀的个人品质，将大众所认可的正能量价值观与以陶勇为代表的医护群体贴合，使得医疗机构及其工作人员的公信力得以重构与加固，跃出“塔西佗陷阱”。

值得注意的是，并非每一位医闹受害者都拥有陶勇的仁者身份、乐观前行的

³⁵ 胡泳.众声喧哗——网络时代的个人表达与公共讨论[M].桂林:广西师范大学出版社,2013.

正能量与心理承受能力。因此，以媒介形象引导舆论时，对客体的选择及要求相当高，切记生搬硬套。最根本的是剪除隐患，加强法制与医院安全管理，杜绝此类事件的发生。

7.3 释放情绪压力，多方复原和谐社会图景

借助共情赋权与庞大的群体传播，网民对陶勇的媒介形象完成反向建构。这种传播总体上是无组织的、感性的、甚至以负面居多的。杨国斌将网络事件的情感表达归纳为两种类型：一为悲情，伴随同情与义愤；一为戏谑，带有调侃和幽默色彩³⁶。陶勇事件中，网民的情感表达属于前者，对受害者陶勇表示同情与怜悯，对施暴者崔振国表示愤怒，对此类恶性、负面、冲突事件的发生表示哀叹。

在主流媒体长期建构的和谐社会场景下，恶性伤医事件的出现使网民产生一种强烈的相对剥夺感。“相对剥夺”为心理学概念，指受众期望获取的物质与实际认知或得到的不同³⁷，由此产生心理落差。如果疏导不当，那么网民的情感有可能转化为一些非理性的行为。

从陶勇最终的个人媒介形象观察，网民的情绪反构较弱，舆论最终被陶勇与主流媒体的报道成功导向积极、正面。陶勇事件中，陶勇将个人生活与思考从“后台”搬至“前台”，长期与网民交流沟通，舒缓其同情、怜悯、愤怒、不满的情绪；主流媒体第一时间发布“法院判处崔振国死刑”的新闻报道，为网民建构了“义愤”等情绪的解压阀。陶勇与主流媒体双方均注重设置正能量议题，弥补网民心理上的相对剥夺感，将和谐社会图景再次呈现、复原。

与此同时，政府机构也从实际执行方面着手，缓解大众的情绪压力，修补条例缺陷。一方面，人民法院对北京朝阳医院伤医案的被告人（伤医者崔振国）从重判决，以作警示。2021年2月2日上午，北京市第三中级人民法院以故意杀人罪判处医闹者崔振国死刑，缓期两年执行。另一方面，北京市制定实行《北京市医院安全秩序管理规定》：自2020年7月1日起至今，北京全市二级及以上医疗机构基本实现安检制度全覆盖。《规定》实施一年，北京警方共办理涉医违

³⁶ 杨国斌.连线力-中国网民在行动[M].桂林:广西师范大学出版社,2013

³⁷ 刘娜,刘娜.网络空间的话语抗争与议题协商——以网络事件中公民权利议题的讨论为例[J].新闻大学,2012(03):106-115.

法犯罪案件 74 起，查处 77 人，其中刑事案件 7 起。全市涉医违法犯罪案件发案率稳步下降，其中刑事案件同比下降 65%。公安部和国家卫健委两次向全国推广“北京经验”。北京市人大常委会办公厅、监察和司法办公室委托零点调查作为第三机构进行调研，亦发现超过一半的医务人员认为医院侮辱、谩骂医务人员等扰乱医疗秩序的行为有所减少。

在政府机构、陶勇、主流媒体的共同作用下，暴力伤医事件引发的舆论危机顺利平息，网民的负面情绪不再肆虐，同时为医护群体的安全提供了切实可行的保障，医患信任关系得到修复，和谐的社会图景被再次复原。

7.4 研究不足

本研究尚有很多不足之处。

一是网民的用户特征数据精确性不足。关于陶勇粉丝的用户画像分析，数据来自微博平台可见的个人资料，因此难以避免个体信息的查错，只能通过爬取大量用户数据以提高研究的准确性。

二是网民评论的非语言文本抓取不足。在获取网民评论的文本时，少数图片、表情等内容难以全部抓取，故未能穷尽陶勇微博博文与主流媒体博文的所有用户评论。

参考文献

图书著作类:

- [1] (美) 沃尔特·李普曼. 公众舆论[M]. 阎克文, 江红译. 上海: 上海人民出版社, 2002: 13: 31-32
- [2] 凯西·卡麦兹. 建构扎根理论: 质性研究实践指南[M]. 边国英, 译. 重庆: 重庆大学出版社, 2009: 6, 7, 21, 19-53, 331, 27-28, 70, 62, 145, 103, 230-231.
- [3] 梅罗维茨: 《消失的地域——电子媒介对社会行为的影响》[M], 北京, 清华大学出版社, 2002 年, 引言.[Meyrowitz, J., No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior, Beijing, Tsinghua University Press, 2002, Preface. (in Chinese)]
- [4] 麦奎尔: 《大众传播模式论》[M], 上海, 上海译文出版社, 2007 年, 第 99-100 页.[Mc Quail, D., Communication Models for the Study of Mass Communications, Shanghai, Shanghai Translation Publishing House, 2007, pp. 99-100. (in Chinese)]
- [5] 尼克拉斯·卢曼. 信任: 一个社会复杂性的简化机制[M]. 上海人民出版社, 2005.
- [6] 安东尼·吉登斯, Anthony Giddens. 为社会学辩护[M]. 社会科学文献出版社, 2003.
- [7] 栾轶玫. 媒介形象学导论[M]. 中国人民大学出版社, 2007.
- [8] 师曾志, 胡泳. 新媒介赋权及意义互联网的兴起[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2014.
- [9] 罗伯特 K 殷. 案例研究: 设计与方法[M]. 周海涛, 李永贤, 李虞, 译. 重庆: 重庆大学出版社, 2004.
- [10] 林佩璇. 个案研究及其在教育研究上的应用[M]. 中正大学教育学研究所. 质的研究方法. 高雄: 丽文文化公司, 2000.
- [11] 胡泳. 众声喧哗——网络时代的个人表达与公共讨论[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2013: 301-302.
- [12] 杨国斌. 连线力-中国网民在行动[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2013: 253-268.

- [13] 威廉·詹姆斯.心理学原理[M].北京:北京大学出版社,2013.
- [14] (美)查尔斯·库利著, 包凡一、王潋译: 《人类本性与社会秩序》, 华夏出版社, 2015 年.
- [15] W Lippmann.Public Opinion[M].New York:Macmillan, 1956:15.
- [16] (美)阿尔弗雷德·许茨著, 霍桂恒, 索昕译: 《社会实在问题》[M], 北京: 华夏出版社 2001 年第 1 版.
- [17]潘慧玲. 教育研究的取经: 概念与应用 [M] . 上海: 华东师范大学出版社, 2005.
- [18] G.H.Mead, Mind, Self and Society[M].北京:中国传媒大学出版社, 2015:199, 194, 177..
- [19] Goffman. E. The presentation of self in everyday life[M], Garden City. NY: Doubleday Anchor Books. 1959.
- [20]Glaser B G,Strauss A L.The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research [M].Piscataway:Transaction publishers,2009:15-16,15,15,67,61,45-49,61,46,105,105-106,109 -112,113.
- [21]Glaser B G, Strauss A L. Awareness of Dying[M].Piscataway: Transaction Publishers, 1966: 7-16.
- [22]Chesebro,James W. Kenneth Burke and Jacques Derrida[A].Bernard L.Brock.(ed) Kenneth Burke and Contemporary European Thought[C].Tuscaloosa:University of Alabama Press,1995:166-206.

期刊论文类:

- [23]王朋进.“媒介形象”研究的理论背景、历史脉络和发展趋势[J].国际新闻界,2010,32(06):123-128.
- [24]栾轶玫.媒介形象的研究现状及重新定义[J].今传媒,2006(09):16-19.
- [25]张梦中, 马克·霍哲. 案例研究方法论[J].中国行政管理, 2002(1) : 43 – 46.
- [26]王贞,封进,宋弘.医患矛盾和医疗费用增长:防御性医疗动机的解释[J].世界经济,2021,44(02):102-125.
- [27]徐开彬,万萍.凸显与遮蔽:国内主流报纸新闻评论中医患矛盾的隐喻分析[J].

国际新闻界,2018,40(11):63-81.DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2018.11.004.

- [28]贺建平,赵珊.他知与自知:多元无知理论视角下的老年人媒介形象[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2022,34(02):140-149.
- [29]刘桂茹.场景的“再场景化”:新媒介时代文创街区的媒介形象建构与传播[J].福建论坛(人文社会科学版),2020(02):65-73.
- [30]栾轶玫.媒介形象的“三重资本”价值[J].今传媒,2006(12):18-19.
- [31]宦晓渝.媒介仪式与国家形象塑造——以央视2010年上海世博会开幕式直播为例[J].东南传播,2011(01):27-30.
- [32]赵轶鑫.西安城市形象的媒介呈现特征——以“西安发布”公众号为例[J].科技传播,2021,13(17):147-149+154.
- [33]王施施.媒介话语批判视角下真人秀节目中的女性形象建构研究——以《乘风破浪的姐姐》为例[J].东南传播,2021(03):133-137.
- [34]吴炜华,姜保.银发网红的网络实践与主体追寻——基于视频社交场景中的“老年Up主”族群研究[J].新闻与写作,2021(03):14-21.
- [35]卢恺瑄.新媒体视域下留守儿童媒介形象研究——以《人民日报》及其微博、微信报道为例[J].青年记者,2021(10):112-114.
- [36]李丹滢.解构与重塑:“00后”媒介形象的建构研究——基于《中国青年报》和《新京报》的对比分析[J].今传媒,2021,29(07):78-82.
- [37]申林,史文思.融媒体环境下时政新闻主持人的媒介形象塑造——以央视主持人康辉的Vlog为例[J].传媒,2020(10):49-52.
- [38]张兴文.政治眼光与新闻手段的有机结合——深圳特区报推出《“医患关系为何这么紧张”系列报道》的体会[J].新闻战线,2002(07):43-45.
- [39]郭小平.医患要沟通 媒体要引导——医患纠纷报道的误区及其对策[J].声屏世界,2002(11):11-13.
- [40]吴红雨,江美仪.重塑中的医生与患者媒介形象对公众医疗认知的影响——以《人间世》等四部纪录片为例[J].新闻大学,2020(01):86-100+128.
- [41]马晋雅.新媒体背景下医生媒介形象的自我建构研究——以微博平台20个大V医生账号为例[J].新闻研究导刊,2021,12(16):66-70.
- [42]原平方.抗疫报道中“被偏见”的女性医护人员形象[J].青年记

者,2020(20):18-19.

- [43]王沙沙.抗疫背景下钟南山媒介形象的建构——以疫情期间人民日报的相关报道为例[J].青年记者,2021(02):90-91.
- [44]王晓虹,周楚.医患纠纷报道在线评论与受众对医态度关系研究[J].新闻大学,2019(08):44-60+122.
- [45]吴信训,李晓梅.社会性别视角下博客中的女性表达和自我建构[J].新闻记者,2007(10):14-17.
- [46]刘艳.自我建构研究的现状与展望[J].心理科学进展,2011,19(03):427-439.
- [47]戴福,蒋淑媛.微信朋友圈中的大学生自我建构研究——基于符号互动论视角[J].北京邮电大学学报(社会科学版),2018,20(04):7-13.
- [48]江根源.媒介建构观:区别于媒介工具观的传播认识论[J].当代传播,2012(03):32-35.
- [49]王婷,刘乾阳.网络视频直播空间中青年女性的自我建构与身份认同[J].当代青年研究,2019(04):97-103.
- [50]蔡艳华,朱爱敏.媒体话语对“他者”媒介形象建构分析——以“农民工”的报道为例[J].视听,2016(07):192-193.
- [51]黄典林,叶琿,王书斌.身份凝视与“他者”想象:《中国好声音》的“少数民族”身份再现[J].现代传播(中国传媒大学学报),2015,37(11):81-85.
- [52]钟新,陆佳怡,彭大伟.微博外交视野下的大使形象自我建构与他者建构——以美国驻华大使骆家辉为例[J].国际新闻界,2012,34(10):37-43.
- [53]罗砚月.(2019).浅析女性媒介形象及其赋权逻辑——以 SK-II 广告为例. 新闻研究导刊(19),212+246.
- [54]童兵 & 潘荣海.(2012).“他者”的媒介镜像——试论新闻报道与“他者”制造. 新闻大学(02),72-79.
- [55]张波.(2014).新媒介赋权及其关联效应. 重庆社会科学(11),87-93. doi:10.19631/j.cnki.css.2014.11.014.
- [56]陈欣钢.身份、关系、角色:医疗改革媒介话语中的医患建构[J].现代传播(中国传媒大学学报),2015,37(05):46-50.
- [57]卜卫.试论内容分析方法[J].国际新闻界,1997(04):56-60+69.

- [58]王宇荣,项国雄.留守儿童媒介形象的差异化建构——基于新闻、评论文本的分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2019,41(06):17-23.
- [59]范玉明.基于建构视角的媒介形象研究[J].东南传播,2018(09):40-42.DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2018.09.014.
- [60]房琳,张琳.新冠肺炎疫情报道中女性医务人员的身份表达与媒介形象建构——以《人民日报》官方微博为例[J].中华女子学院学报,2020,32(04):55-60.DOI:10.13277/j.cnki.jcwu.2020.04.007.
- [61]臧丽娜,李欣.新媒体对鲍德里亚符号文化的解构[J].当代传播,2013(05):37-39.
- [62]段祥贵,麦永雄.“拟象与仿真”理论与消费文化研究——兼论鲍德里亚的象征交换符号观[J].阜阳师范学院学报(社会科学版),2006(02):1-5.
- [63]张波.新媒介赋权及其关联效应[J].重庆社会科学,2014(11):87-93.DOI:10.19631/j.cnki.css.2014.11.014.
- [64]曹繁荣.社会公众利用微博非理性地自我赋权的治理策略研究[J].中国传媒科技,2012(08):108-109.DOI:10.19483/j.cnki.11-4653/n.2012.08.068.
- [65]李阳,蔺彦松.典型人物报道应注意的问题——以雷锋媒介形象建构为例[J].青年记者,2012(17):28-29.DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2012.17.033.
- [66]侯沁莹.新媒介赋权视角下傅园慧的形象建构研究[J].东南传播,2019(02):105-107.DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2019.02.033.
- [67]刘娜,刘娜.网络空间的话语抗争与议题协商——以网络事件中公民权利议题的讨论为例[J].新闻大学,2012(03):106-115.
- [68]张亚辉,靳媛,王昭.自我呈现研究综述.[J].中文科技期刊数据库(全文版)社会科学[2019-06-28].
- [69]张梦中,马克·霍哲.案例研究方法论.[J].中国行政管理,2002(1):43-46.
- [70]Markus H R, Kitayama S. Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation[J]. Psychological Review, 1991, 98(2):224-253.
- [71]Brewer M B, Gardner W. Who is this "We"? Levels of collective identity and self representations.[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1996, 71(1):83-93.
- [72]Singelis TM. The measurement of independent and interdependent self- construals. [J]. Personality and Social Psychology Bulletin, 1994,20(5): 580- 591

- [73] Gudykunst, W. B., Matsumoto, Y., Ting-Toomey, S., Nishida, T., Kim, K., & Heyman, S. (1996). The influence of cultural individualism-collectivism, self-construals, and individual values on communication styles across cultures.[J]. Human Communication Research, 22, 510–543.
- [74] Cross S E, Bacon P L, Morris M L. The relational-interdependent self - construal and relationships. [J]. Journal of Psychology and Social Psychology, 2000, 78(4): 791- 808
- [75] Roger D. Wimmer and Joseph R. Domm-nick, Mass Media Research: An Introduction, p163, 4th Edition, Belmont, CA: Wadsworth Publishing CO., 1994. Glaser B G, Strauss A L. Temporal Aspects of Dying as a Non-scheduled Status Passage[J]. American Journal of Sociology, 1965, (1) : 48-59.
- [76] Donovan-Kicken E, Tollison A C, Goins E S. A Grounded Theory of Control Over Communication Among Individuals With Cancer[J]. Journal of Applied Communication Research, 2011, 39(3) : 310 – 330.
- [77] Szasz, T. S., and Hollender, M. H. "A Contribution to the Philosophy of Medicine: the Basic Models of the Doctor-patient Relationship." AMA Archives of Internal Medicine 97.5 (1956):585-592.
- [78] Anderson, A. A. Brossard, D. Scheufele, D. A. Xenos, M. A. and Ladwig, P. "The 'Nasty Effect': Online Incivility and Risk Perceptions of Emerging Technologies." Journal of Computer-Mediated Communication 19(2014):373-387.
- [79] Markus. Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation [J]. Psychological Review, 1991, Vol. 98, No. 2, 224-253.
- [80] Brewer. Who Is This "We"? Levels of Collective Identity and Self Representations [J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1996, Vol. 71, No. 1, 83-93
- [81] Powell T E , Boomgaarden H G , De Swert K , et al. A Clearer Picture: The Contribution of Visuals and Text to Framing Effects[J]. Journal of Communication, 2015, 65(6):997-1017.

- [82]Sharma, H.R. Television and the Political Image. A Study of the Impact of Television on the 1959 General Election, by Joseph Trenaman; Denis Mc Quail[J]. Physical Review, 1951, 83(3):280-2.
- [83]Mok T A., Getting the message: media images and stereotypes and their effect on Asian Americans.[J]. Cultural diversity and mental health,1998,4(3).
- [84]Kurebwa, J.,Muchakabarwa, P., Media Images of Islamophobia on Cable News Network (CNN) and Implications for International Relations[J]. International Journal of Cyber Warfare and Terrorism, Jan. 2019
- [85]Mitchell, M; Mc Kinnon, M , 'Human' or 'objective' faces of science? Gender stereotypes and the representation of scientists in the media[J]. PUBLIC UNDERSTANDING OF SCIENCE, 177-190, FEB.2019
- [86]Ragas M W, Hai L T, Martin J A. Media-Induced Or Search-Driven?[J]. Journalism Studies, 2014, 15(1):48-63.
- [87]Kim, S. & Lee, Y. (2006) ‘New functions of internet mediated agenda - setting: Agenda -ripping and reversed agenda – setting’, Korea Journalism Review, 50(3), pp. 175–205.
- [88]Conway B A, Kenski K, Wang D. The Rise of Twitter in the Political Campaign: Searching for Intermedia Agenda-Setting Effects in the Presidential Primary.[J]. Journal of Computer-Mediated Communication, 2015, 20(4):363-380.
- [89]Maximillian T. Hänska-Ahy, Roxanna Shapour. WHO'S REPORTING THE PROTESTS?[J]. Journalism Studies, 2013, 75(14):29-45.
- [90] Light D W , Berger P L , Luckmann T . The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge[J]. Sociological Analysis, 1966, 131(1):400-403.
- [91]Glaserfeld E V. Knowing Without Metaphysics: Aspects of the Radical Con-structivist Position..[J]. 1989.

硕博学位论文类:

- [92]汪新建,王骥.医患纠纷媒体报道框架及其对医患信任的影响——以《人民日

- 报》和《健康报》为例[J].南京师大学报(社会科学版),2018(01):75-84.
- [93]李奇. 自媒体环境下“北大伤医”医患事件中网络舆情传播影响因素及管理策略研究[D].江西财经大学,2019.
- [94]高焕静.《人民日报》(1950-2014) 少数民族形象建构研究[D].浙江大学,2015.
- [95]李贤,王亚军.民族形象的“他者塑造”和“自我建构”——以新疆少数民族的形象传播为例[J].中国民族博览,2018(03):1-2.
- [96]刘娜.《新京报》官方微博两性媒介形象建构研究[D].沈阳师范大学,2021.
- [97]李秉霖.《新京报》对性侵事件的报道框架及人物媒介形象研究[D].兰州大学,2021.
- [98]陈步伟.新医改背景下医生媒介形象研究[D].南京大学,2013.
- [99]茹倩倩.我国医疗事故纠纷报道中的医生媒介形象研究[D].陕西师范大学,2012.
- [100] 贾思莹.网络新闻中医生的媒介形象建构研究[D].华中师范大学,2017.
- [101] 黄红蓝.从医患报道解读医生媒介形象建构[D].湘潭大学,2015.
- [102] 刘畅.Web2.0 时代的“网民议程设置”.天津师范大学学报(社会科学版).2008(3):51-57.
- [103] Moffitt, K.R.. Images of Black Male Athletes in Britain and American Newspapers,1990-1999;A comparative Content Analysis [D].Washington ,DC, Doctoral Dissertation of Howard University ,2001

电子文献:

- [104] Glaser, B.G.,“Doing grounded theory:issues and discussions”.Mill Valley:Sociology Press, 1998.

致谢

论文工作终近尾声，两年的硕士生活也迎来了句点。七百多个日夜，被无限放大，也被无限压缩。入学典礼还历历在目，刚到学校的大家，稀稀拉拉地站在树荫下，参加着百无聊赖的开学典礼。那时的我们，对校园生活充满了自以为已知的期待。然而，一觉梦醒，恍如昨日，已是他乡客。

在这条续写的求学之路上，我曾遇到过许多困难，也遇到了我最亲爱的老师与朋友。感谢我的导师陈岳芬老师，从论文选题、研究方法等各方面悉心指导，始终耐心地为我修正把关，大到研究思路，小至词句斟酌，直至最终定稿。同老师的每一次交流，我都深深被她严谨治学的学者风范、包容平等的交流方式、认真负责的敬业态度所感染，直接促成了本文的高效高质完成。同时，也非常感谢毛良斌老师、李军老师、丁智擘老师从开题至终辩对本文的细心审阅和专业指导，老师们提出的宝贵意见给我以极大的启发与引导，进一步完善了论文。“经师易遇，人师难求”，各位老师们以身作则的点拨让我受益匪浅。

感谢在那一年秋叶飒飒时，我遇到了这群热情可爱的同学。她们的善良、赤忱、正义、勇敢，像汕头七月正盛的骄阳，温暖我走过一次次失落与迷惘。尤其是我的精神室友、马嫣然和何菁慧同学，照亮了我沮丧悲观的单向世界，把一切唉声叹气都变成林荫道上不顾左右的笑语。一个怀抱，一句问候，又或许是一顿火锅，我才明白，原来生活还可以拥有这么多的感动和精彩，世界其实是充满无尽可能的多边形。

感谢我的家人，在这两年离家千里的求学路中，一直给予我关怀与支持，成为我完成学业的坚强后盾。让我深知，纵使身处他乡，从来都有归途。