



西安交通大学学报(社会科学版)

Journal of Xi'an Jiaotong University(Social Sciences)

ISSN 1008-245X,CN 61-1329/C

《西安交通大学学报(社会科学版)》网络首发论文

题目: 抗疫背景下中医媒介形象之变化
作者: 程萧潇, 金兼斌, 张荣显, 赵莹
收稿日期: 2020-05-06
网络首发日期: 2020-06-20
引用格式: 程萧潇, 金兼斌, 张荣显, 赵莹. 抗疫背景下中医媒介形象之变化. 西安交通大学学报(社会科学版).
<https://kns.cnki.net/kcms/detail/61.1329.C.20200619.1644.004.html>



网络首发: 在编辑部工作流程中, 稿件从录用到出版要经历录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿等阶段。录用定稿指内容已经确定, 且通过同行评议、主编终审同意刊用的稿件。排版定稿指录用定稿按照期刊特定版式(包括网络呈现版式)排版后的稿件, 可暂不确定出版年、卷、期和页码。整期汇编定稿指出版年、卷、期、页码均已确定的印刷或数字出版的整期汇编稿件。录用定稿网络首发稿件内容必须符合《出版管理条例》和《期刊出版管理规定》的有关规定; 学术研究成果具有创新性、科学性和先进性, 符合编辑部对刊文的录用要求, 不存在学术不端行为及其他侵权行为; 稿件内容应基本符合国家有关书刊编辑、出版的技术标准, 正确使用和统一规范语言文字、符号、数字、外文字母、法定计量单位及地图标注等。为确保录用定稿网络首发的严肃性, 录用定稿一经发布, 不得修改论文题目、作者、机构名称和学术内容, 只可基于编辑规范进行少量文字的修改。

出版确认: 纸质期刊编辑部通过与《中国学术期刊(光盘版)》电子杂志社有限公司签约, 在《中国学术期刊(网络版)》出版传播平台上创办与纸质期刊内容一致的网络版, 以单篇或整期出版形式, 在印刷出版之前刊发论文的录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿。因为《中国学术期刊(网络版)》是国家新闻出版广电总局批准的网络连续型出版物(ISSN 2096-4188, CN 11-6037/Z), 所以签约期刊的网络版上网络首发论文视为正式出版。

抗疫背景下中医媒介形象之变化

程萧潇¹，金兼斌¹，张荣显²，赵莹²

(1. 清华大学 新闻与传播学院，北京 100084；

2. 易研网络研究实验室，广东 珠海 519000)

[摘要] 以国内采用中西医结合成功进行新冠肺炎疫情诊疗为背景，探讨积极参与疫情危机的应对对中医社会形象建构所带来的变化。采用大数据技术辅助在线内容分析法，以媒介形象来化约社会形象，从科学、技术产品、文化、机构和从业者五个方面来概念化中医媒介形象，对 9 981 篇有关中西医的报道进行了文本数据挖掘与处理。研究发现，疫情前后中医或中西医结合议题的正面论调比例显著提升，而中西医各维度媒介形象在疫情前后的变化各不相同；媒体对中西医各维度媒介形象的建构路径在疫情暴发前后基本一致，但存在部分差异，疫情暴发前主要从时间纵深视角强调中医作为民族文化的传承与延续，疫情暴发后则型变为空间上的纵横，突出“世界的中医”的中医文化角色。总体而言，此次中西医结合抗疫，一定程度上巩固了中医的生存空间，提升了其社会形象。

[关键词] 中医；抗疫；新冠肺炎；媒介形象；社会形象；文本挖掘

[中图分类号]G206 [文献标识码]A

新冠肺炎疫情暴发以来，抗疫成为中国和全球民众日常生活和媒体报道中最具持续显著性的议题。作为一次对各国社会制度、治理模式、现代化之路乃至价值文化习俗的灵魂拷问，抗疫对上述诸多社会建制，既可能是危机和挑战，也可以是求变求新的契机。

中国在疫情暴发后的最短时间内通过采取一系列强力抗疫措施成功遏制了疫情的蔓延，抗疫成绩、经验和一系列做法受到世界瞩目、赞赏乃至效仿。在我国不断摸索、总结、完善的抗疫方略中，中西医结合诊疗是其中的一大特色和亮点，可见于国家卫健委发布的《新型冠状病毒肺炎诊疗方案》（以下简称《方案》）第一到第七版的内容及其演变中。中医药并非一开始就纳入《方案》之中，第一和第二版《方案》以流行病学和生物医学方法与框架为主。但从 2020 年 1 月 22 日第三版《方案》开始，中医被正式纳入此次抗疫防疫诊疗指导方案中，其中第三、第四版从中医角度对此疾病的定性更是从“温热”改为

[收稿日期]2020-05-06

[基金项目] 国家转基因生物新品种培育重大专项课题（2016ZX08015002）

[作者简介] 程萧潇（1991-），男，清华大学新闻与传播学院博士候选人；金兼斌（1968-），男，清华大学新闻与传播学院教授，博士生导师。

“寒湿”²，显示出国内中医界对此病病理认识上的演变。在最新版《方案》（第七版）第十部分“治疗”之“中医治疗”小节中，以如下表述开始：“本病属于中医‘疫’病范畴，病因为感受‘疫戾’之气，各地可根据病情、当地气候特点以及不同体质等情况，参照下列方案进行辨证论治。”

正如学者所指出的，从更大的全球卫生治理和现代化模式选择的宏观背景看，我国政府在此次新冠肺炎抗疫中积极、主动纳入中医药资源的举措“显得极为特别且具有历史意义”²。这是因为，虽然我国在20世纪60年代就对传统中医资源作了系统梳理，自改革开放后也积极向国外推荐富有中国传统文化特色的中医药²，但从国内和国际医疗健康防治格局来看，中医一直处于辅助或配角地位，且常陷于对其科学性和毒副作用的各种争议中^[1-2]。因此，我们有理由推测，中国此次抗击新冠肺炎中的中西医“携手合作”，或对中医生存空间的拓展和社会形象的改善具有积极作用，并成为人类命运共同体面对危机进行有效应对的中国故事的一个生动篇章。

媒介是社会的某种映像和投射，同时反过来作为拟态世界深深影响着人们对真实世界的感知和态度。无论是社会群体还是某种专业技能或特色文化，媒介在其社会形象的建构中都起着关键的作用^[3-4]。从某种意义上，媒介形象即社会形象。基于这样的认识，本文主要从中医的媒介形象之变化检视抗疫背景下中医社会形象之变化。

一、“他者”语境中的中医

回顾五四新文化运动以来，随着西方科学及其形式和方法的引入，中国沉淀了上千年的经验和智慧面临着是否合乎科学和取得资格的挑战，中医的地位也在这个大历史的进程中伴随近代西方医学的植入和生根开始式微。近百年来，“中医存废”的讨论屡仆屡起，不论是其中“传统”与“改造”两大流派的短兵相接^[5]，还是针对中西医“科学”与“人文”的文化争鸣^[6]，抑或“明晰”（explicit）与“意会”（tacit）两种知识规范的论辩^[7]，不可否认，这个议题“已然跨越单纯的技术层面，成了涉足科学与伪科学且关乎文化与思想的论争”^[8]。

他者（the others）与自我是一对相对概念，一般来说，他者的形成发生在与自我二元对立的关系之中。一个最显明的策略即通过差异化的类目定义或命名启动标签化和刻板化（stereotype）的话语生产机制，从而在这种对立关系中通过与他者的对话建构自身意义和建立自我认同^[9-10]。

以被他者化的中医为例，目前在国际医学主流学术话语体系中，中医与世界各地其他未被纳入现代西方正统医学（orthodox medicine）体系内的医学源流被统称为“传统医学”（traditional medicine）或“补充与替代医学”（complementary and alternative medicine）^[11-12]。尽管世界卫生组织（WHO）已经通过发布《世卫组织2014—2023年传统医学战略》以推动传统医学发展，但中医等补充和替代医学仍面临巨大的困难与挑战^[13]。此外，国内媒介镜像以及公共话语中的西医和中医亦往往被赋予“先进”与“落后”、“科学”与“迷信”等^[2]带有现代—传统区隔化的标签。

² 陈柏勳. 防疫下的中医治疗准则与知识空间 [EB/OL]. (2020-04-28) [2020-04-29]. http://stmjournal.tw/33_

某种意义上来说，他者化从侧面反映出“中国的现代性的基本特色”^[14]。张蒙等^[15-16]认为，中医的独特之处在于它和现代性既相互竞争又边界模糊的关系：一方面，中医为了进入现代国家的权力场域而选择与生物医学相融合，由此孕育出“混血儿医学”（mongrel medicine），从现代性的对立面转化为象征中国探求自身现代性的主要标志和幸存者；另一方面，中医通过屈从于民族主义政治策略的新医疗方式完成自身的合理化，对抗西医对中国医疗领域的控制力。当然，也有学者较为消极地看待中医所遭遇到的发展危机，认为中医的危机本质上是一种制度性危机，在西医作为现代医学的合法性确立之后，中医最后是否具有合法性的标准，越来越取决于社会对这种被现代政治包装过的“新医”规训的认同程度^[17]。很多时候，中医为了“合法”生存而不得不做出妥协，甚至破坏了自身的发展机制^[1, 7]。

可以说，上述文献将中医近一百年的发展置于中国现代化演进的脉络中，从一个宏观的视角展示中医被他者化的历史困境和现实遭遇。正是在这样一个与西医不断比照和竞争的社会情境中，我们才能更好地理解中医的生存空间和社会形象。

二、中医形象的媒介呈现

诚然，“‘他者化’不仅是身份认同，更关乎形象建构”^[9]。媒介作为生产并大规模传播意义的话语体系和意义争霸的场域，已然成为他者形象建构和再现的主要渠道；很大程度上来说，形象通过媒介而存在^[3]。由于探究媒介形象不仅可以透视一个社会的新闻生产机制，而且有助于考量媒介的传播策略以改善群体形象，如此，针对特定社会群体的媒介形象研究已经成为新闻传播学的一个重要研究领域。在媒介形象研究中，经常被考察的对象包括诸如留守儿童、少数民族、同志等边缘化的弱势群体以及党员和经济精英等群体^[4]。

与本文最为相关的是关于医生群体的媒介形象研究。这些研究大多从医患冲突的视角切入，通过内容分析或话语分析考察新闻媒体在医生形象建构中的表现以及媒体在报道中的问题^[18]。朱桂生等^[19]通过梳理一起医疗事件的报道，发现新闻媒体将青年医生建构成一种缺乏经验、冷漠、不负责任的施暴者形象，导致该群体被污名化。当然，亦有其他研究者跳出医患冲突的背景框架，从更加宏观和纵贯的视角来看医生媒介形象的报道。姚泽麟等^[20]基于1949年以来《人民日报》关于医生人物报道的内容分析，梳理医生职业形象在媒介呈现中的流变，认为其背后折射出国家治理趋于常规化的走向。

上述这些研究中，大多将医生群体作为一个职业整体加以考察，并未对西医（师）与中医（师）进行区分。从相关文献的检索来看，学术界针对中医的媒介形象研究非常匮乏，仅有寥寥数篇硕博学位论文专门考察中医的媒介形象。廖神慧^[21]以央视的《中华医药》节目为个案，发现电视媒体中的中医呈现出科学和文化的双重形象；中医不仅被设定为一种与西医兼容并重的科学，而且带有中国传统文化特色的形象属性。殷晓月^[22]在梳理相关中医（药）形象研究后发现，既有研究都只是呈现中医（药）形象的某一个侧面。实际上，中医作为一整套包含多元形态（modality）的实践（practices）与信念（beliefs）结合形成的医疗系统（medical system）^[2, 11-12]，需要统观全局，从一个更加整体的视角将中医有关的人、事、物纳入中医媒介形象的研究范围。基于此，有研究从社会形象的视角，通

过问卷调查或半结构式访谈，较为全面地评估公众对中医形象的社会认知^[22]；在整合新闻报道、访谈、政策文件以及专家评判的基础上，梁田田^[23]提出一套较为系统的中医社会形象评价指标体系，将中医社会形象划分为科技、文化、机构、相关者、产品/服务形象等。

需要指出的是，尽管社会形象和媒介形象在研究目标和方法上存在差异，在没有足够资料的情况下，本文通过借鉴医生和中医相关媒介形象研究以及中医社会形象分类框架，将中医的媒介形象操作化为科学、文化、技术产品和行动者四个维度；在行动者形象维度中，对与中医有关的机构形象和职业形象分别进行考察，并进一步将机构和职业形象划分为科研、医疗服务、产业和医疗管理等四个行动主体。

三、研究问题与分析思路

本文虽关注的是中医媒介形象的呈现，但也将西医的媒介形象作为参考并纳入衡量范围。这一比较分析的出发点，与其说是因为文献中提到的被他者化的中医常常与西医一道，被整合进国家的医疗卫生体系中或媒介镜像/公共话语中作为一种对立性再现，毋宁说是基于对当下社会现实景象的浓厚兴趣——新冠肺炎疫情期间，中医与西医作为两种“知识空间”（knowledge space）同时被纳入国家防疫政策的诊治准则^[1]且并行不悖地运转着。正因如此，本文拟探讨的核心问题是：面对本次大疫，中医与西医的媒介形象是否呈现出某种变化性。具体而言，本文提出以下两个研究问题：

RQ1：疫情暴发前后，中西医媒介形象在新闻报道的呈现上有何变化？

RQ2：疫情暴发前后，有关中西医新闻报道的整体论调有何变化？报道论调与不同维度的中西医媒介形象是如何关联的？

既有研究对媒介形象的具体测评存在两种操作路径：其一是根据报道的整体论调来评价媒介形象，如徐敏^[18]基于对《南方周末》相关报道的内容分析，将医生形象的呈现划分为正面、负面和中性三种论调加以考察；其二是对媒介形象从多角度进行指向性描画，如贾思莹^[24]从热心救助、甘于奉献、关心病患等积极形象和工作失职、违法乱纪、医德缺失等消极形象对医生的媒介形象进行编码和分析。本文主要基于定量内容分析法对中西医媒介形象进行探究，考虑到在数据采集、清理和分析等方面可能遇到的覆盖度（coverage）、测量（measurement）和解释（interpretation）难题，本文采用第一种操作路径考察中西医不同维度的媒介形象，并据此回答第二个研究问题（RQ2）。此外，本文还纳入对新闻报道的定性内容分析，尽可能地揭示中西医不同维度形象文本中具有指向性含义的主题词及其背后的话语框架，以期更全面地揭示疫情暴发前后中西医媒介形象建构路径的变化。

四、研究方法

本文的分析对象和分析单位分别是中西医的媒介形象和中西医相关的每篇新闻报道。结合定量和定性内容分析，通过纳入更多的新闻报道以尽可能全面客观地考察疫情暴发前后中西医媒介形象的演变。需要指出的是，在定量内容分析部分，采用大数据技术辅助在线内容分析法，基于结合人工智能算法和大数据技术的文本大数据挖掘与分析平台（DiVoMiner[®]）^[25]进行文本数据挖掘与处理。

在新闻文本选取方面，考虑到媒体属性对新闻生产的潜在影响，本文选取人民网、《新京报》、澎湃网和《南方都市报》四家国内主流媒体，作为数据收集的对象；同时，

以“中医”“西医”“中西医”“现代医学”“传统医学”等与中西医相关的通用关键词作为检索词，将时间限定在新冠肺炎疫情暴发前后（以2020年1月23日武汉“封城”为时间节点）各三个月左右，在DiVoMiner[®]平台上进行线上新闻数据的自动化采集并建立数据库，共收集相关新闻媒体报道总计21 138篇。在剔除字数少于200字的文本后，得到20 657篇新闻报道。

通过人工检查，许多采集到的文本虽提及中西医相关词汇，但报道主题并非与医学相关且多数检索关键词仅在文本中出现一两次，由此，剔除那些在单篇文本中被检索关键词频次少于5次的文本后，保留10 826篇新闻报道。针对文本进行第二次人工检查，发现几乎所有的新闻报道与研究主题直接相关；在对少量不相关报道进行人工删除后，最终得到9 981篇有关中西医的新闻报道（时间跨度为2019年10月21日—2020年4月18日），即进行内容分析的最终数据——其中人民网5 621篇，澎湃网1 980篇，《新京报》1 656篇，《南方都市报》724篇。

根据文献梳理及研究需要，本文设置如下变量及类目：（1）报道时期。根据新闻报道的发布时间分为疫情暴发前（2020年1月23日前）和疫情暴发后（2020年1月23日及以后）。（2）媒体类型。根据白贵等^[26]的研究，我国主流媒体可分为“核心主流媒体”和“次级主流媒体”两大圈层，前者包含作为“党的喉舌”的所有党媒，后者则包含由中央或地方相关机构直接主导/管理的新闻媒体（如都市类报纸等市场化运作的媒体）。基于此分类，本文将报道来源媒体划分为核心主流媒体（人民网）和次级主流媒体（《新京报》、澎湃网、《南方都市报》）两大类。需要注意的是，尽管《新京报》已于2011年划归为北京市主管主办，但从其自身的具体性质定位上来说，业界和学界还是将其视为全国都市报的代表之一^[26]。因此，本文将《新京报》归为次级主流媒体。（3）报道论调。通过DiVoMiner[®]平台，本文基于情感词库的词汇匹配技术进行文本的自动化情绪判别，分为正面、中立和负面三类。（4）新闻议题。将新闻议题划分为中医、中西医结合和西医三类。为方便进行大数据自动编码，对三类新闻议题的判定的操作性定义是：当文本中仅出现中医类（例如“中医”“中国传统医学”“望闻问切”）或西医类（例如“西医”“循证医学”“手术”）关键词时，该报道分别被判定为中医议题和西医议题；若文本中出现诸如“中西医结合”等关键词或同时包含中医和西医两个范畴的关键词时，则被认定为中西医结合议题。（5）形象。形象被编码为科学、技术产品、文化、机构和职业形象五大类，其中机构形象和职业形象包含对科研、医疗服务、产业和医疗管理等四个行动主体的形象考察。类似地，本文对各维度的形象判定进行操作性定义：若文章中提及特定形象相关的关键词，则判定文本提及该形象并赋值为1，否则编码为0。例如在科学形象的编码上，机器会自动匹配文本中可能存在的“实验”“解剖”“双盲”“干预组”“安慰剂”等科学形象类关键词，若匹配成功，大数据自动编码则判定该报道提及科学形象。

为了提高编码的准确度，研究类目中关键词的确定和内容编码以交互的方式进行。具体的操作步骤如下：（1）编码簿初稿的确定。在预研究阶段，笔者之一与另一位研究人员通过人工阅读大量新闻报道文本，对每一个类目的关键词进行归纳总结，方便进行大数据自动编码。在设置关键词时，两位研究人员还查阅并借鉴中、西医相关医学词典，在多轮讨论的基础上修正关键词列表，形成一个初步编码簿。（2）编码员信度测试、完善编码簿

及执行机器编码。为确保关键词的准确性以及研究人员对编码簿内容理解的一致性，随机抽取 30 篇报道，由两位研究人员根据编码簿指示进行人工编码。霍尔斯蒂指数计算得出编码员间信度为 0.89，显示信度优异。此后，依据测试过程中遇到的具体情况，再次对各类目对应的关键词进行调整和修正，进一步优化编码簿。在对编码标准达成一致、确定最终版本的编码簿后，通过 DiVoMiner[®]平台开始针对总体数据执行大数据自动编码。

(3) 检查大数据编码的准确度。为确保大数据自动编码的准确程度，随机抽取总体研究数据中约 1% 的新闻文本（107 篇），进行人工编码并对比机器编码结果。依据准确率（accuracy）计算公式（所有分类正确的样本数/总样本数），各类目大数据自动编码的准确率均在 0.87 以上，效果良好。

(4) 人工校正大数据自动编码结果。在大数据自动编码结果的基础上，再次由两位已经通过信度测试的编码员对自动编码结果进行随机检查和校正，进一步修正编码结果。

五、研究发现

图 1 展示的是疫情暴发前后中医、西医、中西医结合三类议题报道量的变化趋势。可以发现，以今年 1 月 23 日武汉“封城”为时间节点，疫情暴发后有关中西医的新闻报道在数量上显著增加（ $\chi^2(2, 9981) = 145.82, P < 0.001$ ），从暴发前 3 个月的 3256 篇（32.62%）迅速攀升至暴发后 3 个月的 6725 篇（67.38%）；就报道比重变化来说，以西医为议题的新闻报道在疫情暴发前后呈稳定态势（分别为 60.1% 和 60.2%），中医议题占比有所下降（从疫情前的 20.6% 下降到 12.7%），而中西医结合议题从疫情暴发前的 19.2% 增长至 27.1%。

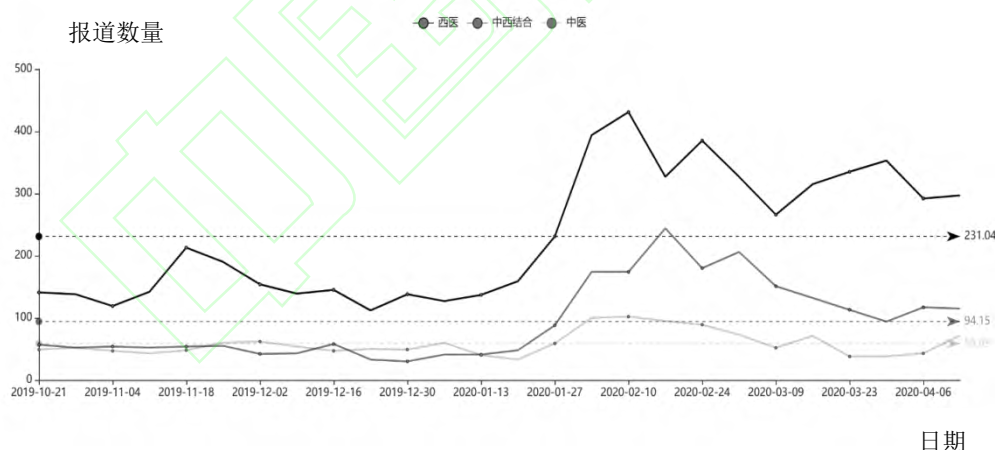


图 1 疫情暴发前后不同议题报道量（篇）的周变化趋势

第一个研究问题（RQ1）考察中西医媒介形象在疫情暴发前后的变化情况。本文采用列联分析（见表 1），根据新闻议题分别对中医、西医以及中西医结合在各个形象维度上的呈现差异进行对应回答。整体上看，不同议题在各形象维度表现出相同的呈现模式：一方面，在前后两个时间段上，不论是中医、西医还是中西医结合，新闻报道都倾向于更多地提及科学（约占总报道量的 70%~90%不等）和技术产品（约占总报道量的 50%~80%不等）形象，相比之下，文化形象的呈现稍显不足；在机构和职业形象维度，医院和医生等

医疗服务机构及其人员的报道占比最高，其次是医学研究机构及科研人员，而产业和医疗管理机构及其从业人员的形象则较少被提及。

另一方面，除文化形象外，疫情暴发后报道中提及中西医其他维度形象的比重相较于疫情暴发前整体上有不同程度的增加或基本保持不变，而提及文化形象的比重在西医、中医、中西医结合等不同议题中则出现显著下降，这尤其表现在中医的新闻文本中（从疫情前的 54.8%降至 39.3%）。

值得注意的是，疫情暴发后医疗管理机构形象的报道量迅速攀升，其比重在西医、中医和中西医结合三类新闻议题中分别增加了 14.6% ($\chi^2(1, 6007) = 130.52, P < 0.001$)，22.9% ($\chi^2(1, 1526) = 88.80, P < 0.001$) 和 27.5% ($\chi^2(1, 2448) = 140.83, P < 0.001$)；与医疗管理机构形象类似，职业形象维度中的医疗监管人员在新闻报道中的占比在疫情暴发后也出现明显增长。

表 1 中西医媒介形象在疫情暴发前后的分布变化

维度	中医			中西医结合			西医		
	疫情暴发前	疫情暴发后	卡方值	疫情暴发前	疫情暴发后	卡方值	疫情暴发前	疫情暴发后	卡方值
科学形象	488 (72.6%)	613 (71.8%)	0.13	552 (88.2%)	1597 (87.7%)	0.12	1517 (80.2%)	3511 (86.7%)	42.51***
技术产品形象	351 (52.2%)	481 (56.3%)	2.54+	447 (71.4%)	1476 (81.0%)	25.51***	1523 (77.8%)	3324 (82.1%)	15.74***
文化形象	368 (54.8%)	336 (39.3%)	35.97***	366 (58.5%)	852 (46.8%)	25.53***	674 (34.4%)	1269 (31.3%)	5.73*
机构形象									
科研机构	307 (45.7%)	393 (46.0%)	0.02	317 (50.6%)	1016 (55.8%)	4.93*	917 (46.8%)	1984 (49.0%)	2.48
医疗服务机构	526 (78.3%)	762 (89.2%)	34.28***	528 (84.3%)	1646 (90.3%)	16.85***	1694 (86.5%)	3459 (85.4%)	1.28
产业机构	273 (40.6%)	294 (34.4%)	6.19*	231 (36.9%)	646 (35.5%)	0.42	757 (38.7%)	1795 (44.3%)	17.36***
医疗管理机构	136 (20.2%)	368 (43.1%)	88.80***	173 (27.6%)	1004 (55.1%)	140.83***	412 (21.0%)	1440 (35.6%)	130.52***
职业形象									
科研人员	246 (36.6%)	368 (43.1%)	6.58*	274 (43.8%)	966 (53.0%)	15.94***	815 (41.6%)	1886 (46.6%)	13.10***
医疗服务人员	467 (69.5%)	685 (80.2%)	23.34***	483 (77.2%)	1553 (85.2%)	21.73***	1546 (79.0%)	3185 (78.7%)	0.07
产业从业者	162 (24.1%)	234 (27.4%)	2.12	139 (22.2%)	535 (29.4%)	11.97**	522 (26.7%)	1391 (34.4%)	36.00***
监管人员	110 (16.4%)	307 (35.9%)	72.60***	139 (22.2%)	901 (49.5%)	141.56***	346 (17.7%)	1271 (31.4%)	126.27***
总计	672 (44.0%)	854 (56.0%)		626 (25.6%)	1822 (74.4%)		1958 (32.6%)	4049 (67.4%)	

注：*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$ ，***表示 $P < 0.001$ （双尾检验）。

第二个研究问题（RQ2）探讨疫情暴发前后新闻报道论调的变化及其与各维度媒介形象的关系。对此，本文首先进行一个列联分析（见表 2），全样本结果显示报道时期虚拟变量与新闻报道整体论调显著相关，整体上对中医和西医的报道以正面为主，中立和负面报道相对较少；后续分析表明，疫情暴发后，中立和负面论调的新闻报道数量分别表现出显著增加和减少 ($P < 0.05$)，而正面论调的新闻占比则维持不变 ($P < 0.05$)。基于三个子样本的列联分析表明，以中医为议题的正面新闻报道在疫情暴发后出现明显增加 ($P <$

0.05），正面报道占比从疫情前的 53.4%增加至 58.8%；除此之外，西医和中西医结合子样本分析结果与全样本几乎保持一致，结果不另行展示。

表 2 疫情暴发前后新闻报道整体论调变化（全样本）

报道时间	正面	中立	负面	总计
疫情暴发前	1 488 (45.7%)	864 (26.5%)	904 (27.8%)	3 256 (32.6%)
疫情暴发后	3 184 (47.3%)	2 289 (34.0%)	1 252 (18.6%)	6 725 (67.4%)
总计	4 672 (46.8%)	3 153 (31.6%)	2 156 (21.6%)	9 981

注： $\chi^2=125.32$ ， $df=2$ ， $P<0.001$ 。

在此基础上，拟合无序多分类逻辑斯蒂克模型（Multinomial Logistic Model）来考察不同维度的媒介形象与报道整体论调的相关关系。将全样本划分为疫情暴发前后两个子样本分别拟合模型，结果见表 3。在模型中，因变量为新闻论调中的某一类别（正面、中立、负面）与参照类别（中立或负面）的发生比（对数），例如模型 1.1 的因变量即正面新闻相对于中立新闻论调的发生概率。

表 3 疫情暴发前后新闻整体论调的 Multinomial Logistic 模型

维度	模型 1：疫情暴发前			模型 2：疫情暴发后		
	模型 1.1 正面/中立	模型 1.2 负面/中立	模型 1.3 正面/负面	模型 2.1 正面/中立	模型 2.2 负面/中立	模型 2.3 正面/负面
提及科学形象	2.08***	1.31+	1.58***	1.11	1.02	1.09
提及技术产品形象	1.39**	1.16	1.20+	1.14	0.97	1.18+
提及文化形象	2.17***	0.94	2.30***	2.07***	0.79**	2.62***
提及机构形象						
科研机构	1.11	0.70	1.58*	0.93	1.23	0.76
医疗服务机构	0.91	1.05	0.87	0.52***	0.84	0.62**
产业机构	3.03***	0.48**	6.28***	4.07***	0.63*	6.48***
医疗管理机构	2.12*	0.55	3.85***	0.55**	1.11	0.50
提及职业形象						
科研人员	1.14	1.05	1.09	1.05	0.71	1.48+
医疗服务人员	0.85	1.85*	0.46***	0.94	0.92	1.02
产业从业者	0.84	0.91	0.92	1.00	0.92	1.09
监管人员	0.69	0.93	0.74	2.12***	0.74	2.88***
核心主流媒体 ^a	1.11	1.44**	0.77**	1.15*	0.77**	1.50***
中医议题 ^b	1.21	0.73*	1.65***	1.49***	0.64**	2.32***
中西医结合议题 ^b	1.25	1.04	1.20	1.26**	0.64***	1.97***
N		3 256			6 725	
-2 Log Likelihood		5 442.66			10 790.76	
pseudo R ²		0.36			0.37	

注：（1）^a次级主流媒体为参照组；^b西医议题为参照组。（2）上述模型均控制了新闻报道的字数。（3）*表示 $P<0.1$ ，*表示 $P<0.05$ ，**表示 $P<0.01$ ，***表示 $P<0.001$ （双尾检验）。

根据表 3，议题类型与新闻整体论调显著相关。与西医议题（表中作为参考类）相比，在其他因素保持不变的情况下，疫情暴发前后中医议题的出现都显著伴随着更为正面的论调，且疫情前后正面论调相对于负面论调的发生概率分别增加 65%和 132%；与此对应，中医议题伴生负面论调的发生概率（相对于中立论调）分别降低 27%和 36%。该结论在一定程度上证实了表 2 列联分析的结果，即中医为议题的正面新闻报道在疫情后出现明显的增加。此外，媒体类型与新闻论调具有相关性：疫情暴发前，核心主流媒体倾向于从负面论调进

行报道，而疫情期间则更加重视新闻的正面引导。通过阅读原文，可以发现疫情暴发前被标记为负面论调的来自人民网的文本集中在对健康流言/谣言（如“中医推拿可以帮孩子退烧”和“睡太多容易老年痴呆”）的纠偏上，这也就部分解释了疫情暴发前官方媒体中负面论调发生概率更高的原因。

对于提及科学和技术产品形象的文本，疫情前正面论调的发生概率更高；疫情期间，尽管数据显示优势比仍大于 1，但不再具备统计学上的显著性。通过仔细阅读提及科学和技术产品形象的文本，可以发现在这两个维度形象的呈现上，不论是中医（包括中西医结合）还是西医，报道普遍采纳一种“技术理性”的话语框架，引导正面论调的形成。具体表现为报道倾向于使用诸如“实验”“干预”“精确”等专业术语展现医学研究的科学性，并使用“安全”“有效”“可靠”“改善”等与疗效有关的用语来描绘技术产品的优质形象。

另外一个有趣的发现是，尽管疫情暴发后文化形象的提及比例明显降低，但无论疫情前后，提及文化形象的新闻呈现出鲜明的正面论调，且看似疫情暴发后的新闻（ $EXP(B) = 2.62, P < 0.001$ ）相较疫情暴发前的文本（ $EXP(B) = 2.30, P < 0.001$ ）更明显地表现出正面论调发生的可能性。定性内容分析结果表明，中医文化形象的建构被置于一个“国族”的话语框架中。进一步分析发现，中医文化形象的话语策略在疫情暴发前后发生一定程度的转变：疫情暴发前，中医的文化形象主要体现在历史悠久的民族传统文化的语境中，被描绘为对历史文化“瑰宝”和“精华”的“传承”，发展中医药文化因而成为“民族复兴”的大事；疫情暴发后，新闻报道更加强调“走出去”的中医文化形象，将其放置在全球合作抗疫的语境中，将中医（包括中西医结合）建构为“世界的中医”，以更为积极主动的姿态，“在人类命运共同体的理念与共识下……促进人类健康书写使命担当”³。

针对行动者—机构和职业维度的形象，可以归纳出三点主要发现：第一，医疗产业机构形象在疫情前后都对新闻正面论调带来积极贡献，且疫情期间进一步放大其正面贡献，总体上说明媒体和民众对产业机构的表现是满意的；第二，医疗管理机构形象，疫情前是明显和正面论调联系在一起的，疫情期间这种正面作用消失殆尽，说明总体上，医疗管理机构在疫情中表现不好，媒体和民众的满意度和好评度下降，但同时，监管人员的形象，疫情前基本是中立的，疫情发生后则变为正面形象为主，显示媒体和民众对监管人员的评价和对医疗管理机构的评价并不一致；第三，医疗服务人员的形象在疫情暴发前显著地与负面论调联系在一起（负面报道大多集中报道医患冲突），疫情期间这种关联性不再显著，说明医疗服务人员的形象得到一定改善。

定性内容分析进一步揭示，总体上，媒体之于机构和职业的形象建构，不论是中医（包括中西医结合）还是西医的报道均形成一套“专业化”话语框架。在医疗产业及其从业人员的形象建构上，先进医疗产品的研发、产品品质的提升、寻求创新与发展成为该形象维度的主题词。从医疗管理机构及其监管人员形象的建构来看，关键词包含“明确”“落实”“迅速”“坚决”和“加紧”，用以反映监管单位和工作人员在医疗产品的监督和审批上的专业化水准。可以说，医疗监管部门及其人员的公开露面，配合抗击疫情的新

³崔元苑. 健康时评：中医药战“疫”书写使命担当[EB/OL]. (2020-04-11) [2020-04-15]. <http://health.people.com.cn/n1/2020/0411/c14739-31669732.html>.

闻使报道倾向于呈现积极正面的论调。针对医疗服务机构及其人员的形象建构，疫情暴发前后，媒体具体的话语策略存在差异：疫情暴发前，新闻报道主要通过叙述疾病医治的具体过程来再现医疗服务机构及其医护人员的专业化形象——该发现与前人有关医生媒介形象研究结果基本一致^[20]；疫情暴发后，新闻报道开始突出“医德”话语，表现为通过树立典型的方式突出医疗服务人员崇高的职业道德品质，例如频繁使用“主动请缨”“温暖救护”“义无反顾”“夜以继日”“逆行”“英雄”等形容词进行医疗服务人员的职业形象建构。

六、结论与讨论

本研究通过对四家国内主流媒体在新冠肺炎疫情暴发前后有关中医、西医、中西医结合报道议题的定量和定性内容分析，考察抗疫背景下中西医媒介形象及其建构路径的变化。现实语境中的中医学已并非是“大众化想像”（popular image）^[27]或理解中的最为本质和本源意义上的古老中医；相反，它是在中国寻求自身现代性的历史洪流中不断被规训和妥协的产物，从而造就了当下“混种且不纯化”^[1]的中医。某种意义上，对中医的理解和探讨已然不能脱离西医所框构的现代医学话语体系。鉴于被他者化的中医所面临的历史困境和现实遭遇，本文主要关注中医的媒介形象，同时将西医的媒介形象纳入比较分析的视野。在这个理论视野的关照下，本文借鉴前人关于中医社会形象和医生媒介形象的研究，提出中西医媒介形象的整合性概念框架，具体包括科学、技术产品、文化、机构和职业五个维度；在机构和职业两大维度下，将其进一步细分为科研、医疗服务、产业和医疗管理四个行动主体并分别予以考察。研究结论可以概括为以下几点：

第一，疫情暴发后，四家国内主流媒体中的中西医相关议题迅速攀升，报道量较疫情暴发前增长了一倍以上。分议题来看，有关西医的报道占比最大（约 60%）且在疫情暴发前后保持稳定；尽管中医议题占比有所下降，但中西结合议题占比上升。从时间的吻合程度上来看，1 月 23 日前后中西医整体报道量的井喷式增长和中西结合议题报道占比的上升，或反映出国家政策议程（1 月 22 日推出的**第三版**《方案》确立了中西医综合诊治的方案）**对媒介议程强大的设置效果。**

第二，整体上，科学、技术产品、医疗服务和科研机构及从业人员的形象在不同报道议题中曝光率居于较高位且在疫情暴发前后占比基本保持稳定或有小幅上涨。文化形象和医疗管理及其监管人员的媒介形象呈现相对不足。疫情暴发后，新闻报道中的文化形象占比有所下降（但在中医和中西医结合议题中的呈现适中，大约占据 39.3%~46.8%），医疗管理机构及监管人员形象报道占比——尤其在中医和中西结合议题中——则出现了明显的上升。

第三，新闻报道以正面和中立论调为主，疫情暴发后负面论调占比出现下滑；总体上，报道论调的分布及其演化形态表现出跨议题的一致性，然而在中医议题中，疫情暴发后正面报道显著增加（占比接近 60%）。此外，回归分析结果显示，在其他因素保持不变的情况下，与西医议题相比，疫情暴发后中医和中西医结合报道议题呈现正面论调（相对于负面论调）的发生概率显著增加 26%~132%不等。上述结果充分反映出国家主流媒体在疫情暴发期间对中医（包括中西医结合）积极媒介形象建构的努力和成效。

第四，中西医各维度媒介形象与新闻报道论调具有不同程度的相关性，然而疫情暴发前后，这些关联在强度上出现差异性演化。具体来说，科学形象与技术产品形象在疫情暴发前对正面报道论调的形成具有积极显著的影响，然而该建构效应在疫情暴发期间的文本中消失殆尽。与此类似的变化也发生在医疗管理机构的媒介形象变化上，即疫情暴发前医疗管理机构的形象显著正面，但疫情暴发后这种正面性也消失殆尽，这可能与有关管理机构在疫情早期的整体表现不佳有关。就中西医文化形象和产业机构的媒介形象来说，疫情暴发前后其与正面新闻论调均保持显著的正相关关系，不仅反映出媒体和公众对中西医文化和产业机构形象的满意程度，同时说明对这两种形象报道有利于正面论调的形成与引导。还值得注意的是，媒体对医疗监管人员形象报道在疫情暴发后更倾向于形成积极正面的论调，而在疫情暴发前，这一相关性并未显现。此外，相较于疫情暴发前的负面论调（形象），媒介镜像中医疗服务人员的形象在疫情暴发期间有所改善。

第五，媒体对中西医各维度媒介形象的建构路径在疫情暴发前后表现出某种程度上的一致性，但仍存在部分差异。总体来看，不论疫情暴发前后，媒体对科学和技术产品以及机构和职业的媒介形象建构分别采用“技术理性”和“专业化”的话语框架。不同的是，尽管大体上媒体采纳一套“国族”话语框架对中医（包括中西医结合）的文化形象进行建构，但在疫情暴发前报道主要从时间纵深视角强调中医作为民族文化的传承与延续；而疫情暴发后，该框架则型变为空间上的纵横，突出一种“世界的中医”的中医文化角色，试图将中医推广并嵌入全球化合作抗疫的图景中，实现更广泛的中医文化认同。

综上，本文的研究表明，借助于政府和行业在此次疫情中对中医参与诊疗的积极推动和实际成效，中医的社会形象和媒介形象是有实质性改善和提升的。中医作为我国传统文化的重要部分，通过此次抗疫检验和历练，应能对我国的国家形象传播，特别是对中国坚定地根据自己的国情和文化特点选择自己的现代化道路的合理性和可行性，提供有力的注解和支撑。此外，在此次全球化抗疫背景下，中国提出的中西医综合诊疗的有效方案，也提供了一个对“科学”与“社会”百辩不清关系的反思角度和鲜活案例。回到长达一个多世纪的“中医存废”问题，实际上有关中医是否是“伪科学”的争论，正反双方都在陷入“对空言说”的境地。本文认为，把中医与西医刻意脸谱化为不可调和的对抗性关系，既无意义，也无必要。在此次抗疫中国实践中，《方案》在很大程度上透过规范将中医和西医两种不同的知识空间和资源纳入同一实践运作的场域，具有生产知识、技术与规范的能力^[1]，从而为本次抗疫贡献了巨大能量。本文基于媒体报道的实证分析也表明，总体而言，此次中西医结合抗疫，一定程度上巩固了中医的生存空间，提升了其社会形象。

本文的不足之处主要表现在两个方面。其一，虽然大数据技术辅助在线内容分析法在数据获取、清洗及文本内容的编码和分析上能够压缩时间和人力成本进而极大提升研究效率，但大数据自动编码在文本表达的具体情境和复杂语境的精准识别上仍存在很大的局限。尽管在编码过程中研究人员已经通过人工仔细核查的方式，不断调整并修正类目中的关键词以提高机器编码的准确度，但仍无法完全确保编码结果的精确性；这既是本研究的主要局限，也是运用大数据进行非结构化数据处理和分析时研究人员不得不面临的棘手问题。其次，在数据来源的选择上，本文仅选取国内新闻媒体的报道，并未将面向海外的媒体（如《中国日报》）及国外主流媒体对中医的英文报道纳入研究范畴。鉴于当下作为“世

界的中医”的中医学角色定位，后续研究可通过对比国内外不同媒体对中医的新闻报道，更加全面和完整地揭示媒介镜像中的中医形象。

参考文献

- [1] CHEN X P, PEI L X, LU J J. Filling the gap between traditional Chinese medicine and modern medicine, are we heading to the right direction?[J]. *Complementary Therapies in Medicine*, 2013, 21(3): 272-275.
- [2] ZHU Q, HORST M. Science communication activism: protesting traditional Chinese medicine in China[J]. *Public Understanding of Science*, 2019, 28(7): 812-827.
- [3] 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*, 2019 (6) : 17-23.
- [4] 夏倩芳, 张明新. 新闻框架与固定成见: 1979—2005 年中国大陆主流报纸新闻中的党员形象与精英形象[J]. *新闻与传播研究*, 2007 (2) : 29-41.
- [5] 乔文娟. 科学哲学视野中的中医形象[D]. 天津: 南开大学, 2009: 8-20.
- [6] 连冬花. 中医是科学: 社会建构论的视角[J]. *学术论坛*, 2007 (4) : 32-35.
- [7] 张超中. 中医视域下的西医[J]. *医学与哲学 (人文社会医学版)*, 2010 (5) : 53-55.
- [8] 蒋劲松. 中医是伪科学吗? ——无政府主义认识论视野中的另类医学[J]. *科普研究*, 2008 (1) : 68-71.
- [9] 孙宇婷, 梁朝云. 地域偏见中的他者与社会记忆: 自媒体语境下的东北人形象研究[J]. *传播与社会学刊*, 2020 (52) : 27-55.
- [10] 王维菁, 杨荣宗, 潘淑满, 等. 媒介他者的正名政治: 身心障碍与同志族群比较研究[J]. *传播与社会学刊*, 2018 (44) : 49-83.
- [11] CHUNG V C, MA P H, LAU C H, et al. Views on traditional Chinese medicine amongst Chinese population: a systematic review of qualitative and quantitative studies[J]. *Health Expectations*, 2014, 17(5): 622-636.
- [12] MCQUADE J L, MENG Z, CHEN Z, et al. Utilization of and attitudes towards traditional Chinese medicine therapies in a Chinese cancer hospital: a survey of patients and physicians[J]. *Evidence-Based Complementary Alternative Medicine*, 2012, 2012: 504-507.
- [13] GU P, CHEN H. Modern bioinformatics meets traditional Chinese medicine[J]. *Briefings in Bioinformatics*, 2014, 15(6): 984-1003.
- [14] 陶东风. 从呼唤现代化到反思现代性[J]. *二十一世纪评论*, 1999 (53) : 15-22.
- [15] 张蒙. 评 Sean Hsiang-lin Lei, *Neither donkey nor horse: medicine in the struggle over China's modernity*[J]. *中央研究院近代史研究所集刊*, 2016 (91) : 159-167.
- [16] 余新忠, 陈思言. 医学与社会文化之间——一百年来清代医疗史研究述评[J]. *华中师范大学学报 (人文社会科学版)*, 2017 (3) : 117-134.
- [17] 杨念群. 再造“病人”: 中西医冲突下的空间政治(1832—1985) [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2013: 409-429.
- [18] 徐敏. 《南方周末》报道中的医生媒介形象分析(2009—2015) [J]. *新闻研究导刊*, 2016, 7 (23) : 51-52.

- [19] 朱桂生, 黄建滨. 青年医生形象的媒介话语建构: 从语言偏见到信任危机[J]. 当代青年研究, 2018 (3): 13-19.
- [20] 姚泽麟, 寇静媛. 国家治理视角下的医生媒介形象变迁——以 1949—2014 年《人民日报》的相关报道为基础[J]. 社会科学, 2018 (12): 72-82.
- [21] 廖神慧. 在科学与文化之间: 我国健康类电视节目中的中医形象呈现研究——以中央电视台《中华医药》栏目为个案[D]. 成都: 四川外国语大学, 2019: 47-49.
- [22] 殷晓月. 中医药社会形象评价指标体系研究[D]. 北京: 北京中医药大学, 2017: 7-17.
- [23] 梁田田. 中医药社会形象测评量表研究[D]. 北京: 北京中医药大学, 2019: 89-92.
- [24] 贾思莹. 网络新闻中医生的媒介形象建构研究[D]. 武汉: 华中师范大学, 2017: 27-33.
- [25] 张荣显, 曹文驾. 网络舆情研究新路径: 大数据技术辅助网络内容挖掘与分析[J]. 汕头大学学报, 2016 (8): 111-121.
- [26] 白贵, 韩韶君. 从雾霾风险议题处理看主流媒体环境议题的建构原则及定位——基于《河北日报》与《新京报》的比较研究[J]. 新闻大学, 2018 (3): 58-64.
- [27] 覃诗翔. 中国少数民族的“他者”再现——对 2006 年《北京青年报》少数民族新闻的内容分析[J]. 传播与社会学刊, 2010 (14): 131-162.

Changes in the Media Image of Chinese Medicine during the Fight against Novel Coronavirus

CHENG Xiaoxiao¹, JIN Jianbin¹, ZHANG Rongxian², ZHAO Ying²

(1. School of Journalism and Communication, Tsinghua University, Beijing 100084, China;

2. eRS Internet Research Laboratory, Zhuhai 519000, China)

Abstract Against the backdrop of the Chinese approach to containing Covid-19 via joint application of both western medicine and traditional medicine, this study explores how traditional medicine's media image has changed over the period of anti-epidemic combat. Employing a big-data based content analysis of nearly ten thousand (N=9 981) articles from four mainstream Chinese media outlets before and after the outbreak of the epidemic in China, this study attempts to depict the changes empirically. We conceptualize the media image of Chinese medicine from five dimensions, i.e., science, technological products, culture, institutes or organizations, and professionals. We found that amid the epidemic, the media coverage of traditional medicine was more likely to be positive compared to that before the epidemic, while the framing strategies of both western and Chinese medicine before and after the epidemic basically remained the same. However, while Chinese medicine was mainly portrayed as a representative of cultural heritage before the epidemic, it was more highlighted as the common treasure of humanity all over the world after the outbreak of Covid-19. Generally speaking, the media image of Chinese medicine significantly improved via its active involvement in the anti-epidemic efforts, which has substantially consolidated its social status.

Key words Chinese medicine; anti-epidemic; Novel Coronavirus; media image; social image; text mining