

陕西省神木县“全民免费医疗”媒体报道及影响分析

党静萍^{1*} 张 美¹ 庞 瑞¹ 胡书孝² 王明旭³

1. 西安交通大学人文社会科学学院 陕西西安 710049

2. 西安交通大学公共政策与管理学院 陕西西安 710049

3. 西安交通大学医学院 陕西西安 710061

【摘要】神木县“全民免费医疗”自实施伊始就引起了国内外媒体的广泛关注与争相报道,本文通过对 2009 年 5 月—2010 年 4 月期间国内外具有代表性的媒体报道资料进行文本研究,发现了 2010 年两会前后媒体报道观点的不同,并运用传播学中的几个重要观点来解释与分析出现这种变化的原因。综述国内外各大媒体对神木县“全民免费医疗”的报道情况,阐述这些报道在神木、国内和国际上引起的反响,在此基础上,总结媒体报道中所反映出来的热点问题并加以分析。

【关键词】神木县;全民免费医疗;媒体报道;影响

中图分类号:R197 文献标识码:A doi: 10.3969/j.issn.1674-2982.2010.08.003

Analysis of media coverage and its influences about “Free Health Care for All Residents” in Shenmu County Shaanxi Province

DANG Jing-ping¹, ZHANG Mei¹, PANG Rui¹, HU Shu-xiao², WANG Ming-xu³

1. School of Humanities and Social Science, Xi'an Jiaotong University, Shaanxi Xi'an 710049, China

2. School of Public Policy and Administration, Xi'an Jiaotong University, Shaanxi Xi'an 710049, China

3. College of Medicine, Xi'an Jiaotong University, Shaanxi Xi'an 710061, China

【Abstract】“Free Health Care for all Residents” at Shenmu County attracted the domestic and international media’s attention at the beginning. Selecting the representative reports during May 2009 to April 2010 as the main object of the text study, this paper found the differences between before and after the “Two Sessions” were held, and analyzed the reasons of the differences with several important views on communication. It summarized the major domestic and international media’s reports on “Free Health Care for all Residents” at Shenmu County and described the response made by these reports at Shenmu County within domestic and international areas. Based on all above, this paper made conclusion and analysed the hot topics presented by media reports.

【Key words】Shenmu County; Free Health Care for all Residents; Media coverage; Influence

神木县推行“全民免费医疗”正值国家医改方案出台,引起了社会各界的广泛关注。据统计,2009 年 5 月中旬,百度“神木免费医疗”词条每天达到了 8 万多条。截至 2010 年 5 月,先后有来自中央、省、市 150 多家报刊前去了解报道,中央电视台一、二套和新闻频道五次报道 3 小时 10 分钟,并两次重播,法国《世界报》、新加坡《联合早报》等国外媒体也作了报

道,共接待记者 150 多人,并专门举行了一次全民免费医疗新闻发布会。

1 两会之前媒体报道褒贬不一

2010 年两会前,对于神木县“全民免费医疗”这样一个涉及民生的重大问题,媒体报道反响强烈,不到一年时间 100 多家媒体争相报道,各大门户网站

* 基金项目:陕西省卫生厅项目(编号:sxwsyj2010-1),国家自然科学基金项目(编号:70873093)。

作者简介:党静萍,女(1958 年-),副教授,主要研究方向为传播学。E-mail: dangjingping@163.com

也纷纷予以推荐报道。一时间神木“全民免费医疗”成为各媒体关注的焦点。但不可否认的是,对于运行之初的神木“全民免费医疗”,媒体褒贬不一,否定性报道和质疑性报道相对占据主导,调查显示,这类报道占到了全部报道数的65%。虽然有的媒体持肯定态度,认为神木县实行全民免费医疗“开国内之先河”,是公共财政向民生倾斜的具体体现,是贯彻落实以人为本的科学发展的生动实践,但绝大多数媒体则对“全民免费医疗”提出质疑,认为它是“违背市场经济原则的医改闹剧”,“实施两个月已疲惫不堪”。同为央视著名栏目,《新闻1+1》和《今日观察》的观点也大相径庭。“今日观察”认为神木“全民免费医疗”是一个特别有意义的尝试,是中国医改的破冰之举,是医改中的小岗村。“新闻1+1”则认为神木“全民免费医疗”有点“免费午餐”的味道,听起来很美,吃起来不一定香,其可持续性值得怀疑。可以说,质疑与赞扬声此起彼伏。下面重点分析这两篇报道。

2009年5月18日,央视新闻频道《新闻1+1》做了一次关于“全民免费医疗”的报道,标题为“神木:免费‘午餐’的味道”,单从标题我们就可以看出这次报道的持质疑态度。报道中,新闻观察员白岩松一直在质疑“全民免费医疗”制度设计上的种种漏洞,政府财政的承受能力以及政策的可持续性问题。节目中虽然列举了褒贬不同的媒体报道(表1),但最后还是得出这样的结论——“要很好地弥补‘全民免费医疗’存在的漏洞,继续把它当成一个神话,留在我们的梦想当中。”也就是说该节目虽然指出神木“全民免费医疗”在设计和实施过程中的很多问题,但是它同时也承认神木“全民免费医疗”对中国医疗改革的发展具有一定的启示意义,期待它能成为医疗改革发展的一个美好的梦想。

表1 《新闻1+1》列举的媒体报道观点

持肯定态度的报道	持质疑态度的报道
《新京报》:神木医改模式的突破和局限值得研究	《京华时报》:神木免费医疗疑似大跃进
《西部商报》:神木免费医疗有巨大探索意义	《大众日报》:医疗需要保障而非免费
《潇湘晨报》:别急着唱衰神木免费医疗尝试	

而2009年5月20日,央视二套的《今日观察》紧接着做了一次关于“全民免费医疗”的报道,标题是“神木医改:为改革勇气喝彩”,此次报道与《新闻1+1》所持的观点不尽相同。节目中列举了媒体对“全民免费医疗”的主要质疑之处,但是节目评论员对于这些质疑一一作了解释(表2),节目最后得出的结论主要有以下几个方面:“神木医疗政策实现了城乡一体化;神木医疗改革是破冰之举;神木的医疗改革具有强大示范意义;希望地方政府把民生放在首位;实践一小步,超过理论一大步”。同时也指出“神木模式还有需要改进和完善的地方”。

表2 《今日观察》列举的媒体报道观点

主要质疑之处	评论员解释
医院爆满	连线当地某医院院长,用事实说话
当地财政能否长期负担	当地财力雄厚,完全可以承担
当地百姓的道德素质	医疗资源、政策长期缺失所致

媒体报道所持观点的不同,可以用传播学中的一个重要理论——“个人差异论”来解释。在大众传播的效果研究中,有一种选择影响理论体系,而选择影响理论体系中的一个重要模式就是个人差异论。受众基于个人差异,会发生三种选择性行为,即选择性注意、选择性理解和选择性记忆。个人差异模式说明,媒介的影响既非同一、强大的,也非直接的,其影响是有选择性的,并受到个体心理差异的限制。^[1]在对“全民免费医疗”的理解中,不同的媒体就相当于不同的个人,之所以观点不同,是因为他们对“全民免费医疗”的理解具有选择性,不同媒体的侧重点或者角度可能不同,所以才产生了褒贬不一的情况。

传播学中还有一个重要观点叫做“刻板印象”。“刻板印象”指的是人们对特定的事物所持有的固定化、简单化的观念和印象,它通常由于个人好恶而伴随着对该事物的价值评价。“刻板印象”可以为人们认识事物提供简便的参考标准,但也阻碍人们对新事物的接受。各家媒体对神木“全民免费医疗”的报道之所以出现褒贬不一的情况,很大程度上在于有些人并没有实际去了解过这项政策,而是完全凭借自己以往的印象去评价,大多是一种比较固定的、概括而笼统的看法。^[2]

2 两会之后媒体报道出现变化

神木县“全民免费医疗”运行一年之际,2010 年两会召开,温总理在政府工作报告中用一千多字的篇幅谈医药卫生问题,涉及面涵盖城镇居民基本医保、基本药物集中采购、社会资本兴办医疗卫生机构、农村合作医疗制等多个医疗卫生领域的问题。卫生部陈竺部长在两会上对神木县“全民免费医疗”给予了高度肯定,并认为这种医改模式在全国百强县甚至是经济发展前三百到四百的县,都可以推广。曾亲自前往神木调研的民政部社会福利与慈善事业促进司司长王振耀更是认为,神木医改是“中国福利建设史上的一个盛典”,思路简单清晰,真正让老百姓分享到了改革成果。而且温总理在 2010 年 2 月 27 日做客新华网谈到医改时,曾这样说“我曾经同陈竺部长谈了一次,因为他是一个搞医出身的。我说今年我们的城乡医疗保险国家出资水平再增加 50%,由每人每年 80 元提高到 120 元,如果加上个人适当出资,这就可以达到 150 元。他说,解决大病统筹问题能够达到 300 元的出资标准,基本上就够用了。我跟他讲,我说在本届政府任期内能够做到。”在这种背景下媒体对神木县“全民免费医疗”的报道出现了变化。

由此,“全民免费医疗”的报道声音逐渐由质疑转向肯定的一面。如:《神木医改被评为 2009 年度中国社会政策十大创新事例》(《华西都市报》,2010 年 3 月 23 日);《陕西神木全民免费医疗根本解决百姓看病难题》(《人民日报》,2010 年 06 月 24 日);《神木全民免费医疗模式成为研究中国医改样本》(《新闻调查》,2010 年 4 月 2 日);《陕西神木全民免费医疗已实行一年 书记赞“高回报”》(《重庆晚报》,2010 年 6 月 4 日);《神木全民免费医疗模式具有可贵的标本意义》(红网,2010 年 6 月 5 日)等。

甚至同一家媒体两会前后的态度完全不同。比如,西部网在 2009 年 5 月 11 日做过一篇名为《陕西神木实行“全民免费医疗”撑俩月疲惫不堪》的报道,这篇报道大篇幅地讲到“大病患者视此为重生的机会”、“有病的住不进去,治好了的不出院”、“免费医疗的提法有点不妥”等等负面性内容。而 2010 年 3

月 19 日,还是西部网对“全民免费医疗”做的报道,标题是《陕西神木医改已过半年 百姓受益最担心政策会变》,报道中有这样一段话“‘看病不花钱,想都不敢想,’许多神木人用最朴素的话语表达着内心的喜悦,当记者问及他们‘最担心的是什么’时,他们异口同声:‘担心政策会变化。’”同一家媒体的前后两篇报道使我们不难看出,媒体对于“全民免费医疗”的报道已经发生了变化。

3 两会前后媒体报道出现变化的原因分析

3.1 政府有效的舆论引导

政府通过舆论引导,利用广播、报纸、电视、电影、图书、出版等方式将政策传达给受众,让大家知道国家的大政方针,从而引导其做出符合社会发展的选择。^[3]两会上,政府对“全民免费医疗”给予了一定的肯定,媒体作为党政宣传的喉舌,必须对党政政策加以正确宣传,积极引导公众的立场和观点。

3.2 网民的极大关注

两会以后,政府及老百姓都对神木“全民免费医疗”极为关注,媒体开放的传播主导了舆论,网络本身所具有的民意真实性、便捷及时无筛选的互动性以及传递内容的多元化等特点,使越来越多的民众汇聚到媒体的舆论场中,满足了受众的知情权,并行使参与权、表达权和监督权,从而形成良性的传播互动关系,使受众对“全民免费医疗”有更多的认识,并主动积极地参与。

3.3 媒体议程设置

议程设置理论认为,大众传播往往不能决定人们对某一事件或意见的具体看法,但可以通过提供信息和安排相关的议题来有效地左右人们关注哪些事实和意见及他们谈论的先后顺序。大众传播可能无法影响人们怎么想,却可以影响人们去想什么。^[4]媒体可以通过议程设置,对客观事实加以报道,使受众因媒介提供议题而改变对事物重要性的认识,对媒介认为重要的事件首先予以关注。这样一来,媒介可以使意见相左的团体就议题达成某种一致,从而实现不同团体的对话。

通过两会前后的报道比较,可以看出,媒体在此过程中充当了宣传党政思想的角色。通过议程设

置,利用媒体的中介作用将政府对医改模式的主张与态度传达给受众,使受众对“全民免费医疗”的认识达成统一,促进政策的推广与执行。

4 神木县“全民免费医疗”媒体报道的反响

4.1 从神木医改的角度看

媒体报道在某些程度上对“全民免费医疗”的实施起到了监督和促进的作用。面对媒体的质疑,2009年5月22日,神木县举行新闻发布会,首次公开回应外界质疑,20多家媒体的记者到场。发布会就免费医疗实施的背景、目的、前期准备、制度设计、运行情况等方面作了介绍,并欢迎媒体到全县调查采访。2009年5月25日,神木县委书记郭宝成主持召开神木县委常委扩大会议,就媒体反响进行专题研究,参会领导意见高度统一,都认为“全民免费医疗”符合科学发展观的要求,符合全国医改的方向和神木的实际,将坚定不移的继续实施。在这样主动回应媒体的情况下,制度的制定和实施者必然会想把自己最好的一方面展现在媒体面前,通过媒体传播出去,对该项制度的完善起到一定促进作用。

媒体的报道,促使政策的实施者真正把维护和发展人民群众的根本利益作为出发点,坚持从本县实际出发,有问题时要开展充分调研,搞好制度设计与完善,加强运行监管,面对媒体、公众的质疑时,必须积极应对,听取意见,不断完善“全民免费医疗”政策,使之最大限度地体现公平性和公正性。另外,媒体的报道扩大了神木的知名度和影响力,免费医疗制度显然已成为神木扩大影响与交流的一个不可或缺的因素。

4.2 从全国医改的角度看

媒体和相关领导对免费医疗工作予以充分肯

定,一些专家称免费医疗是一场深刻的民生革命和社会革命。神木实施“全民免费医疗”的初始目标是为了解决“看病难,看病贵”问题,目前看来,一定程度上已经实现了这一目标,因此,我们必须承认这项改革是成功的。神木不是“神话”,但神木“全民免费医疗”可以成为全国医改推进的“试金石”,对全国医改起到启示作用,为全面落实医改政策提供了经验。^[5]

4.3 从国际医改的角度看

国外媒体也一直在关注神木医改的进展。马来西亚《星洲日报》、美国《世界经理人文摘》、新加坡《联合早报》、法国《世界报》等,都给予了“全民免费医疗”充分的肯定,其中《世界经理人文摘》中这样写道“神木实行的免费医疗,让人民群众确实得到了实惠,就不必过多给予指责,或者给予很高的期望值。

参 考 文 献

- [1] 张国良. 传播学原理[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2007: 217.
- [2] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2006: 127.
- [3] 张迈曾, 李明德, 张蓉. 传播学引论[M]. 西安: 西安交通大学出版社, 2002: 308.
- [4] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2006: 214.
- [5] 王梅. “神木医改”之争[EB/OL]. (2009-05-29) [2010-06-20]. <http://www.chinaelections.org/newsinfo.asp?newsid=149345>.

[收稿日期:2010-06-25 修回日期:2010-07-20]

(编辑 刘 博)