

从“伪养生”现象看科学传播与医学科普

吕晓红

(北京大学人民医院, 北京 100044)

[摘要] 2010年“伪养生”等现象震惊了医学界, 本文从科学传播的角度, 分析医学科普的现状、存在问题, 提出医学科普应由医学专业人士来做, 通过科学的方法和技巧使公众易于接受, 政府支持是医学知识传播的组织保障, 大众媒体是医学知识科学传播的重要途径。

[关键词] 科学传播 医学科普 媒体 公众

[中图分类号] G322

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-8357(2011)S2-0033-04

Science Communication and Medical Science

Chang Xiaohong

(Peking University People's Hospital, Beijing 100044)

Abstract: The events health care shocked the medical world of 2010. This paper analyzes the present situation and existing problems of medical science from the perspective of science communication; suggests that professionals should communicate medical science by scientific methods to make it accessible to the public; government should support the communication of medical science and mass media should be the important channel.

Keywords: science communication; medical science; media; public

CLC Numbers: G322

Document Code: A

Article ID: 1673-8357(2011)S2-0033-04

近年来, 随着互联网、电视、广播等传播媒体的迅速发展, 科学传播也面临着前所未有的机遇与挑战。媒体可以将科学知识以最快的速度传达给人们; 同时媒体也可以迅速揭露伪科学的真相, 使伪科学暴露在阳光之下。伪养生、伪保健等社会现象的发生震惊了医学界, 使政府部门及民众都充分认识到了医学科普的重要性。政府部门依托医学工作者, 采取普通民众能够接受的方式, 通过报刊、电视广播、互联网等重要媒介介绍医学健康知识, 提高民众的健康素质、自我保健意识和能力, 改变不良生活习惯; 宣传医学健康知识, 防病知识,

普及、传播和推广医学科技成果, 进而提高社会整体的健康水平。医学科普是一项投资少、收益大的卫生保健战略措施, 也将对我国的现代化建设起到积极的促进作用。

1 科学传播 (Science Communication, Scicom) 和医学科普的定义

科学传播是有反思的, 指科技信息在社会各主体之间的传达、接受等, 相当于广义的科普。北京大学哲学系刘华杰教授认为科学传播有三种模型, 依次为: 中心广播模型、欠缺模型、对话模型。科学传播经历了从传统科普, 到公众理解

收稿日期: 2010-12-03

作者简介: 吕晓红, 医学博士, 北京大学人民医院副教授, 硕士生导师, 主要研究方向为妇科肿瘤学, Email: changxiaohong@pkuph.edu.cn.

科学,再到有反思的科学传播三个阶段^[1]。但科学传播作为一个研究领域,它的历史比较短,定义又多种多样,在科学素养的范围内,与其他学科之间边界不清晰,人们所站的角度不同,定义不同,各有优缺点,至今没有统一^[2]。

医学科普是以保护和增进人类健康、预防和治疗疾病为研究内容的科学,而科普是科学技术普及的简称,科学技术指的是整个自然科学体系,普及就是普遍地加以推广的意思,所以医学科普的实质就是把人类已经掌握的医学科学技术知识和技能加以普及和推广^[3]。

对公众来说,医学科普要通过科学传播的手段,采用公众容易理解、接受和参与的方式普及医学科学知识、传播医学科学思想、弘扬医学科学精神、倡导医学科学方法、推广医学科学技术。目的是让广大群众学习医学科学知识,正确运用医学科学方法和技术指导日常生活。

2 医学科普的现状和存在问题

2.1 科学传播的速度和内容达不到公众对医学知识的需求

随着社会的进步发展和人们生活水平的不断提高,公众对健康的关注比以往任何时期都要更加迫切和强烈。人们试图利用各种媒体获取自己所要关注的健康和医学知识。但媒体在医学领域关注的内容却实在太少,太不系统,使读者对得到的健康和医学知识一知半解,有时反而对医学科学认识起到相反的作用^[4]。以往由于老年人和妇女儿童对医学知识的需求,医学科普内容以老年病的保健治疗和育龄期妇女、婴幼儿保健为主。近年来生活节奏的加快、工作压力的加大、竞争的日益激烈使部分中青年人群出现了亚健康状况,产生了对医学保健知识的需求。医学作为一门科学与我们每个人的生命息息相关,以广大人民群众作为传播对象的医学科普传播,应当逐步满足每个人对医学保健和医学知识的需求。

2.2 科学传播的方式方法不适宜公众对医学知识的理解

医学是一门来不得半点虚假的、严谨的、深奥的科学,专业名词和术语对于普通公众来说是难以理解的,要求医学科学知识传播者要

将这些冷冰冰的科学文本转化成通俗易懂的、生动的语言,要求医学科普内容生动活泼、深入浅出,并适合不同层次文化人士的需求。可见,一个医务工作者做科普并不容易,既要表达出医学知识的本质,也要公众能够理解。而目前的部分医学科普难以做到,有些医学科普理论性太强,使公众越来越糊涂。普通公众的需求是“不要告诉我为什么,只要告诉我怎么做”。这就要求医学科普既要有科学性、专业性,又要有实用性,需要医学科普工作者尽量用最简单、大众能够最明白的语言把问题说清楚。

2.3 利益驱动和公众对健康的需求

我国已经进入小康社会,国民的健康意识明显增强,健康保健也有了广泛的市场和巨大的需求。个别人利用公众对健康的重视,为了获得利益,利用一切手段,大胆妄为,不惜挑战道德与法律。他们等就是抓住老百姓对自身健康的关心,利用科普手段,蒙着科学的面纱蛊惑人心,较之以往的骗术手段更高超。他们之所以在相当长的时间内能够生存,是因为这种现象得到了社会上许多人的默许与纵容。有些成功人士和社会名流,他们具有一定的社会影响力,却没有社会责任感。被伪科学所蛊惑,造成了社会上很多人跟风,产生极严重的不良后果。致使正面的医学科学知识传播被弱化。医学科普存在营利问题,受商业利益驱使的科普越来越多,纯粹的科普越来越少。一个医学科普高度发达的社会,应把好的医疗产品和技术通过科学普及介绍给患者,让患者得益,让社会得益。我们的国民健康教育事业还只是起步阶段,辨别医学科普是真还是假并不是看其是否与金钱有瓜葛,而是看民众是否从中得到实惠,社会是否从中获得和谐。应有非营利机构对医学科普进行投资,并回馈社会。

3 怎样发挥科学传播在医学科普中的作用

3.1 公众应提高自身医学素养

随着生活环境的改变和医学科技的发展,群众的医学保健知识仍跟不上时代的发展。2009年卫生部新闻中心公布的全国居民健康素养调查显示,只有6.48%的居民具有健康素养。这一数字意味着我国公众总体医学素养不高,

大部分人的健康知识还停留在较为粗浅的层面上。公众对医学基本知识不够了解,健康保健、疾病预防意识较差,城市中存在对某些健康问题过度恐慌、过度医疗、盲目迷信保健品等现象,而在广大农村,以求神拜佛代替医疗保健的人比比皆是,这些现象也充分表明我国公众医学素养的不足。公众的医学素养,不仅关系到个人生活、工作、健康,也与社会和谐息息相关。医疗保障是关系民生的一个重大问题。现阶段我国的医疗保障制度还不能覆盖、满足全社会成员的需求,这固然应通过发展经济、改革体制来解决,但提高国民的医学素养也是非常重要的一个途径。健康生活方式的普及、预防观念的深入可以减少疾病的发生,对医学知识的了解可以减少盲目就医、过度医疗的行为,这些都可以减少国家和个人的医疗负担,提升国民的健康状况。

3.2 政府是科学传播的组织者,医务工作者是医学科普的主力军

世界卫生组织认为人类疾病主要取决于生活方式,而医疗条件是次要的。因此,通过医学科普知识的宣传,使公众积极主动地进行早期预防,自觉克服不良生活习惯,以正确的方式学习、工作和生活,从根本上减少疾病的发生率。我国著名心脑血管病专家胡大一教授曾说“活不过90岁,那是你的错”。疾病在防而不在治,防病应从年轻的时候开始。医学科普需要政府的支持和领导,由医学工作者主创,传播科学保健知识,是防治疾病的“良药”。

中华医学会科普工作的主要窗口是《健康世界》杂志,过去曾是面向都市女性的健康科普杂志。目前,北京大学人民医院承接了《健康世界》的编纂任务,旨在将其办为面向公众的医学知识科普杂志。主要的内容来自医生,医生是医学科普宣传的主力军,医生工作在临床一线,积累了丰富的防病治病知识,熟知疾病的机制,能够最大限度地了解病人疾苦,了解病人对疾病防治知识的渴望,也更具权威性,更有发言权。医生不仅仅治疗疾病,钻研尖端医疗技术,而且用积累的经验向广大人民群众普及疾病防治知识,这是健康理念的最高境界。无论医疗技术、治疗水平怎样先进,都不可能

是所有疾病的特效药,医护人员的一句温馨提示或一篇优秀的医学科普文章所惠及的将远不止百人、千人。治病是医生的职责,防病更是医生的职责。

3.3 媒体在医学科普中科学传播的作用

媒体的健康宣传对群众医疗健康知识水平的提高起到了一定作用。作为医学科普的传播媒体,应宣传浅显的医学基础知识,如吃什么容易致癌,什么生活方式不健康等。但科普不是简单的底层知识,媒体应相信公众的理解力,利用权威医学专业人员将专业性较强的深层面的医学知识传授给大家。如糖尿病、高血压等常见疾病和有关肿瘤治疗规范化问题,最新的抗癌药物的研发进展等。目前,种种原因造成一些媒体的医学科普总是老生常谈,或者是高深莫测,读者很不爱看。医学科普栏目要更新观念、提高认识、加大新闻含量。不重视新闻性,就没有新意,栏目就失去了依托,失去了生命力。医学科普一要紧跟医学发展步伐,将最新、最前沿的预防与治疗方法传达给受众,不断更新受众的医学科普体系^[9]。其二要将医学科普最大限度地与新闻信息结合起来,实现新闻与医学科普知识的兼容,将旧知识做新,产生较好的互补效应。对热点问题要有能力准确把握医疗卫生报道的科学性,医学科普编辑应该加强职业道德修养,牢牢地把社会责任放在第一位,绝不能唯利是图、见利忘义,不负责任地夸大宣传,失去报道的科学性。如果为了经济利益,或受某些因素的驱使,向社会提供虚假、伪科学的信息,那则是新闻职业道德的丧失。从“伪养生、伪保健”事件我们不难看出,媒体的“热炒”给社会造成了极大的负面影响。这些事件的发生使媒体和公众都冷静下来进行思考。医学科普编辑要对热点问题采取审慎态度,理性引导,不过分渲染。要负责任地降低事件的热度并积极进行正面引导。但是审慎不是选择沉默,媒体要有自己的声音,而且这种声音必须是正确的,传递的信息也必须是客观而公正的。另外,对于热点健康问题的审慎冷静态度,是要选择较合适的角度,找专家、学者给受众以良性建议。媒体应严谨不轻信、负责不放任。唯有如此,医学科普才能走

上良性发展的道路，媒体的公信力才能得以彰显与提升。

4 几点思考

当今的科学传播给我们提供了很大的方便，使我们能够以最短的时间获得最大的信息量，伪养生、伪保健等现象的出现是历史的必然，某些人正是利用了广大人民群众希望用很低的成本达到保健和治疗疾病之目的。回首过去的几十年，曾经发生过白开水治百病、甩手疗法、打鸡血、红茶菌等现象。过去人们是因为愚昧、贫穷，夸大和神化一些个例。而现在则是因为利益。我们一定要正确面对，找到这种现象出现的原因。医学科普知识的宣传者要尊重科学，

不要被利益所驱使；作为科学传播途径的媒体要有辨别是非的能力，依靠专业人士把关，告诉广大百姓不要盲目轻信非专业人士。

参考文献

- [1] 刘华杰. 科学传播的三种模式与三个阶段 [J]. 科普研究, 2009 (04).
- [2] 袁闯. 科学传播：一个当代定义（上）[J]. 世界科学, 2007 (07).
- [3] 崔力争. 医学科普文章的写作 [J]. 职业与健康, 1991 (02).
- [4] 白剑锋. 被误读的医学[J]. 人人健康, 2010 (05).
- [5] 张永霞. 论医学科普期刊的创新[J]. 新闻爱好者, 2010 (02).

（上接第 32 页）

信息真实性和客观性的偏差，作者出于吸引眼球甚至利益驱使，会杜撰虚假信息，并经传统媒体作为新闻素材放大产生“假新闻”。近日警方破获奶业巨头蒙牛及其公关公司造谣攻击竞争对手伊利的案件，蒙牛员工雇佣公关公司在网上散布了大量不实帖子攻击伊利 QQ 星儿童奶致儿童性早熟，经传统媒体与网络媒体的多轮联动传播，造成了恶劣的影响。而蒙牛在随后的声明中也爆出伊利曾在早年花巨资雇佣公关公司攻击蒙牛，这起丑闻对恢复中的中国奶业是一个巨大的打击。

4 结语

无可避免，我们身处一个全媒体的时代，最好的时代也是最坏的时代，传统媒体在担忧衰亡，又憧憬变革；新媒体在见证崛起，又充满困惑。各类媒体都在调整适应技术和需求的变化，在变化中找准适合自己的定位，发挥自己的优势，成为全媒体产业格局中不可替代的部分。认

识全媒体整合互动传播对时代转变的推动力量，把握其规律和发展趋势，将是各行各业均需深入研究的课题。

参考文献

- [1] 刘长乐. 作全媒体时代的弄潮儿 [EB/OL]. (2010-7-28). http://phtvifeng.com/le/detail_2010_07/28/1848162_0.shtml.
- [2] 张惠建. “全媒体”时代的态势与路向[J]. 南方电视学刊, 2009, 2: 7-10.
- [3] 范建斌. 开启全媒体传播时代 [J]. 国际公关, 2009, 1: 71-72.
- [4] 托马斯·弗里曼. 世界是平的——21 世纪简史 [M]. 何帆, 肖莹莹, 郝正非, 译. 长沙: 湖南科技出版社. 2006: 36-51.
- [5] 中国互联网络信息中心. 第 26 次中国互联网络发展状况统计报告 [R]. 2010, 7: 10-12.
- [6] 中国工业和信息化部. 2010 年 10 月通信业运行状况、电话用户分省情况 [EB/OL]. (2010-11-24). <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/12858447/13504675.html>.