

中国援柬埔寨中医抗疫医疗队 中医药传播效果评价研究

——贾冠春 刘震* 樊茂蓉 张艳虹

【摘要】目的 综合评价中国援柬埔寨中医抗疫医疗队中医药传播效果。**方法** 应用国际传播“能力—效力型”效果评估框架,结合医疗队工作情况,从传播能力与传播效力两个维度综合评价医疗队中医药传播效果。传播能力维度,根据医疗队在柬埔寨工作一年的业务数据资料,评价医疗队中医药传播宏观表现。传播效力维度,根据国际传播效果评估理论,设计包含知识、态度、行为、满意度四个方面的传播效力调查问卷,面向柬埔寨当地民众发放,共发放问卷500份,有效回收388份,有效回收率77.6%。使用配对样本 t 检验分析医疗队在柬埔寨工作前后受众在中医药知识、态度、行为方面的变化。结合满意度评价,分析援外医疗队中医药传播微观效果。**结果** 传播能力方面,中国援柬埔寨中医抗疫医疗队传播基础佳、传播渠道广、传播覆盖率高、受众粘性好。传播效力方面,受众对中医药的知识、态度、行为在医疗队工作前后均发生显著变化($P<0.01$),满意度得分为4.227分。

【关键词】 援外医疗队;中医药传播;国际传播

中图分类号:R197.32

文献标识码:A

Study on the Evaluation of the Dissemination Effect of Traditional Chinese Medicine by the China—Cambodia TCM Anti—Epidemic Corps/JIA Guanchun,LIU Zhen,FAN Maorong,et al.//Chinese Health Quality Management,2024,31(3):81—85

Abstract Objective To comprehensively evaluate the dissemination effect of Traditional Chinese Medicine (TCM) by the China—Cambodia TCM Anti—Epidemic Corps. **Methods** Applying the international dissemination "ability—efficiency" framework, combined with the work situation of the medical team, the dissemination effect of medical team was comprehensively evaluated from two dimensions of communication ability and communication effectiveness. In terms of dissemination ability, the macro performance of TCM dissemination by medical team was evaluated according to the business data of medical teams working in Cambodia for one year. In terms of dissemination effectiveness, according to the international dissemination effectiveness evaluation theory, a dissemination effectiveness questionnaire was designed and distributed to the local people in Cambodia, including knowledge, attitude, behavior and satisfaction. A total of 500 questionnaires were distributed, and 388 were effectively recovered, with an effective recovery rate of 77.6%. The paired sample t -test was used to analyze the changes in TCM knowledge, attitude and behavior of the audience before and after the medical team worked in Cambodia. Combined with the satisfaction evaluation, the microcosmic effect of TCM dissemination by the Corps was analyzed. **Results** In terms of dissemination capacity, the China—Cambodia TCM Anti—Epidemic Corps had a good dissemination foundation, wide dissemination channels, high transmission coverage rate and large audience cohesion. In terms of dissemination effectiveness, the audience's knowledge, attitude and behavior of TCM had significant positive changes after the work of the medical team ($P<0.01$), and the satisfaction rate was 4.227.

Key words Foreign—Aid Medical Team; Dissemination of Traditional Chinese Medicine; International Dissemination

First-author's address Xiyuan Hospital of CACMS, Beijing, 100091, China

2022年1月,中国国家中医药管理局与柬埔寨卫生部签署《关于派遣中医抗疫医疗队赴柬埔寨工作的协议》,通过先遣组、专家组、医疗队三步走的方式,向柬埔寨派出首支整建制中医援外医疗队,即中国

DOI:10.13912/j.cnki.chqm.2024.31.3.19

贾冠春 刘震* 樊茂蓉 张艳虹 通信作者:刘震

中国中医科学院西苑医院 北京 100091

援柬埔寨中医抗疫医疗队(以下简称“医疗队”)。医疗队主要由中国中医科学院西苑医院组建并管理,共 16 人,在柬埔寨工作一年,工作地点为柬埔寨金边考斯玛中柬友谊医院中医门诊(以下简称“中医门诊”)。医疗队的组建与派出,获中柬两国广泛关注,为中医药国际传播提供了新范式。本研究应用国际传播评估体系,评价医疗队中医药传播效果。

1 资料与方法

1.1 中医药国际传播效果评估框架

1.1.1 传播效果评估框架综述 目前,关于国际传播效果的评估体系大致有三种框架或模式:“软—硬实力型”“受众—效果型”“能力—效力型”。“软—硬实力型”用于考察传播主体的实力,主要用于评价传播机构;“受众—效果型”通过受众接触、认知、心理、行为等系列活动,考察受众反馈,连续开展的中国国家形象调查就使用了这一评估方法^[1]。“能力—效力型”同时关注传播能力和传播效力,能够综合评估传播效果。能力维度是传播者整体投入和主观努力的体现,决定了传播内容的“到达率”,可以用传播者投入资源、传播覆盖率、用户粘性等指标说明^[2]。效力维度聚焦受众在接触到传播内容以后,其观念、行为、态度发生的变化,能够从微观层面反映传播效果。

1.1.2 中华文化国际传播效果研究 2016 年以来包括中医药在内的中华文化国际传播研究呈增长态势^[3]。李怀亮在《浅析中国文化走出去效果评估体系的构建》中提出的国家大型文化交流与传播项目的效果评估原则对中医药传播效果评估有借鉴作用^[4]。钟俊等《“一带一路”背景下中医药文化的海外传播效果研究》^[5]使

用文本分析法考察“一带一路”沿线英语国家对中医药的认知情况。孙志红《荷兰孔子学院传播效果评估分析——一个基于层次分析法的框架》、郭紫薇《摩洛哥哈桑二世大学孔子学院中华文化传播效果评估分析》以及沈玮哲《中国对外医疗援助政策效果研究——以上海援摩洛哥医疗队为例》使用调查问卷法,分析孔子学院、海外医疗队传播中华文化的效果^[6-8]。

1.2 医疗队中医药国际传播效果评估框架

国际传播和中华文化传播研究为构建中医药国际传播效果评估框架奠定了理论和方法学基础。孙迪等《中医药文化国际传播效果评价及体系构建研究》^[2]结合中医药传播特点,对比分析认为“能力—效力型”框架双轨并行,适用于中医药国际传播效果评估,并构建了中医药海外传播效果评估体系。本研究结合国际传播理论,应用“能力—效力型”框架,参考中医药海外传播定量研究方法,结合医疗队工作情况,从传播能力与传播效力两个维度综合评价医疗队中医药传播效果。能力维度,使用医疗队在柬埔寨工作一年的业务数据资料,评价医疗队中医药传播的宏观表现。效力维度,对比同类型中医药海外传播项目,通过项目投入、受众数量、门诊患者复诊率、宣传数据表达中医药传播宏观效果。制订调查问卷,分析受众在医疗队工作前后在中医药知识、态度、行为方面发生的变化,加入满意度指标,评价医疗队中医药传播效力。

1.3 医疗队中医药传播效力调查问卷

1.3.1 问卷编制 问卷设计依据“能力—效力型”框架,主要目的是评估医疗队在柬埔寨传播中医药的

效力,考察受众在接触到传播内容之后,其知识、态度、行为发生的变化。问卷分为三个部分:第一部分是受众基本信息;第二部分为医疗队中医药传播效力的量化测量;第三部分是受众对医疗队工作满意度评价。

受众基本信息包括性别、年龄、学历、职业、了解医疗队的渠道、受众偏好、渠道效率等。第二部分共 9 组问题,要求受访者对自身在中医药知识、态度、行为方面改变情况做出评价,1 组—3 组是知识评价,4 组—6 组是态度评价,7 组—9 组是行为评价。每组包含两道题目,使用李克特 5 分量表计分,2 道题目陈述相同,要求受访者根据医疗队工作前后不同时期自身实际情况作答,有非常同意、比较同意、不确定、比较不同意、非常不同意五种回答,分别记为 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分。通过组内两题比较,组间不同时期总分比较,9 组题目不同时期总分比较,能够量化医疗队在知识、态度、行为方面对受众产生的影响(表 1)。第三部分是医疗队工作满意度评价,要求受众对医疗队整体工作做出 1 分~5 分的评价,考察医疗队在柬埔寨的整体形象。问卷为中文、柬埔寨双语。

1.3.2 问卷发放 调查问卷不记名。医疗队在柬埔寨当地发放 200 份,回收 189 份;通过问卷链接向有中医门诊就诊经历并留下电子邮箱的患者发放问卷 300 份,回收 209 份。共发放问卷 500 份,有效回收 388 份,有效回收率为 77.6%。

1.3.3 数据分析 采用 Excel 2010 软件录入数据,使用 SPSS 26.0 软件分析数据。对问卷第二部分、第三分量表题目进行信度和效度检验,信度检验使用 Cronbach's α 系数表示,效度使用 KMO 和 Bartlett 检验。

表 1 医疗队中医药传播效力的量化测量内容

项目	组数	题号	陈述内容
知识	1	1-1	(以前)我知道中医
		1-2	(现在)我知道中医
	2	2-1	(以前)我知道中医基本概念(如阴阳、五行等)
		2-2	(现在)我知道中医基本概念(如阴阳、五行等)
	3	3-1	(以前)我知道中医诊疗方法(如四诊、针灸、推拿、汤药等)
		3-2	(现在)我知道中医诊疗方法(如四诊、针灸、推拿、汤药等)
态度	4	4-1	(以前)我对中医药感兴趣
		4-2	(现在)我对中医药感兴趣
	5	5-1	(以前)我认为中医药有效
		5-2	(现在)我认为中医药有效
	6	6-1	(以前)我希望柬埔寨能够有中医团队开展工作
		6-2	(现在)我希望柬埔寨能够有中医团队开展工作
行为	7	7-1	(以前)我会主动获取中医药信息
		7-2	(现在)我会主动获取中医药信息
	8	8-1	(以前)我生病时会考虑用中医治疗疾病
		8-2	(现在)我生病时会考虑用中医治疗疾病
	9	9-1	(以前)我会向亲朋好友介绍中医药
		9-2	(现在)我会向亲朋好友介绍中医药

注:问卷说明为:请根据您的实际情况选择,1=非常不同意,2=比较不同意,3=不确定,4=比较同意,5=非常同意;“以前”代表医疗队在柬埔寨开展工作之前,“现在”代表医疗队在柬埔寨工作一年后。

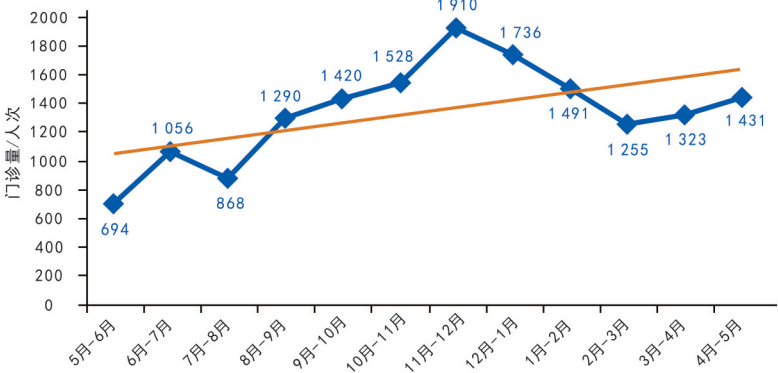


图 1 考斯玛中柬友谊医院中医门诊人次

问卷第二部分数据用于计算受访者在医疗队工作前后在中医药知识、态度、行为方面发生的变化,对数据进行正态分析和方差齐性检验,计量资料以 $\bar{x} \pm s$ 表示,在每一组题目内部对前后两个时期的得分做配对样本 t 检验,计算知识、态度、行为三个方面在不同时期的总分,并做配对样本 t 检验,计算 9 组问题在不同时期的总分,做配对样本 t 检验,分析受众在每一组问题、每一个方面发生的变化,检验不同

时期的差异是否显著,评价医疗队传播中医药的效力。以 $P < 0.05$ 为差异有统计学意义。

问卷第三部分用于表示受访者对于医疗队工作整体满意度,采用均数和中位数对数据进行统计描述。

2 结果

2.1 医疗队中医药传播能力评价

2.1.1 医疗队传播中医药能力 医疗队由国家卫生健康委员会正式立

项,共计 16 名,主任医师 3 名、副主任医师 5 名、主治医师 3 名、主管护师 4 名、管理人员 1 名,纳入国家援外医疗队预算;医疗队以国家中医药管理局与柬埔寨卫生部签署《关于派遣中医抗疫医疗队赴柬埔寨工作的协议》为基础,经柬埔寨卫生部批准,中医医师、药师、护师在柬埔寨全境获得合法执业资质,中医器械、中成药、中药浓缩颗粒剂在柬埔寨获得合法使用资质;中医门诊共 8 间诊室,实行预约制,由医师、翻译人员共同工作,下设中医内科、骨伤科(推拿)、针灸科 3 类门诊,患者就诊比例分别为 38.79%、13.08%、48.13%,能够同时开展门诊、中医药非药物疗法、中药颗粒配发。

2.1.2 医疗队传播中医药宏观指标

据医疗队工作统计,中医门诊量一直稳居考斯玛中柬友谊医院首位,占医院总体门诊量 2/3,门诊量呈上升趋势,医疗队年度服务患者 16 002 人次,其中 26% 患者具有新冠病史,患者最小年龄 7 岁,最大年龄 92 岁,见图 1。医疗队在柬工作一年,赴柬埔寨全境 24 个省(直辖市)开展中医义诊,服务 6 177 人次,开展科普讲座 30 余次。柬埔寨国家电视台、柬华日报、全球网 Global Link 等媒体累计发布报道 159 篇,总点击量超过百万次。按照每 3 个月数据统计比较,中医科复诊率分别为 21%、30%、42% 和 56%,柬籍患者占比分别为 15%、23%、32% 和 43%,均呈上升趋势。自费患者和医保患者均有就医。

医疗队在柬持续开展本土化中医药人才培养工作,依托派出医院,为考斯玛中柬友谊医院提供培训近 20 期,主题涉及医院管理、中西医结合、中医药防控传染病、中医药适宜技术、中医护理、中药现代化研究、中医药文化等,累计培训超过 300 人次。

综上,医疗队在柬埔寨具备全

面开展中医药服务的能力,中国、柬埔寨两国政府在人员、资金、场地、物资方面给予了充分支持。作为中医药传播主体,投入资源大、传播覆盖率高、用户粘性好,具有较高中医药传播能力。

2.2 医疗队中医药传播效力评价

2.2.1 信度与效度 对问卷量表题目进行信度与效度分析。信度通过 Cronbach's α 系数分析,值高于 0.8,则说明信度高;效度通过使用 KMO 和 Bartlett 检验进行验证,KMO 值 >0.8 ,则说明效度高。结果显示,问卷 Cronbach's α 系数=0.983,KMO 值=0.927,信度、效度高。

2.2.2 受众分析 对问卷受众基本情况和了解医疗队的途径进行分析。从性别来看,男性比例为 60.82%,女性比例是 39.18%;年龄以 20 岁~ <50 岁比例最高,合计为 84.53%;从学历来看,51.55%的人接受过高等教育;职业分布较为均匀,专业人士比例最高为 22.16%,学生最低为 2.06%。了解医疗队途径方面,媒体宣传和亲朋好友推荐占比最高,均为 31.44%。由表 2 可知,医疗队传播中医药的受众分布在各个年龄、各种职业群体之中,体现出在高学历、中青年、具有一定社会地位的人群特点。从了解途径来看,媒体宣传、他人推荐占比较高,说明医疗队在当地获得了一定认可,而义诊也是较好的传播途径。

2.2.3 传播效果分析 (1)医疗队工作前后差异对比。利用配对 t 检验分析医疗队在柬埔寨工作前后受众在中医药知识、态度、行为等方面评分数据的差异,13 组配对数据差异,均具有统计学意义(P 均 <0.01)。可以得出,医疗队显著改变了受众对中医药的认知、态度、行为,传播效果显著。具体分析,医疗队工作前后,对中医药的态度方面评分最高,分别

为 (11.45 ± 3.68) 分和 (12.57 ± 3.24) 分;对中医药知识方面评分最低,分别为 (11.45 ± 3.68) 分和 (12.07 ± 2.74) 分。进一步使用 Cohen's d 值分析(该值越大说明差异越大)可以看到,传播前后受众行为变化最大,Cohen's $d=0.362$,见表 3。

(2)受众满意度分析。对受众满意度数据进行分析,在满分为 5 分的量表,中,满意度平均分为 4.227 分,中位数为 5 分,说明受众对医疗队在柬埔寨工作满意度高,医疗队中医药传播能够产生积极效果。

3 讨论

3.1 加快推广中医援外医疗队建设模式

援柬埔寨中医抗疫医疗队是中

国向海外派出的首支中医医疗队,是中医药海外传播的新模式。本研究发现,其具备支持稳定、深入当地、辐射广泛等特点,是中医药海外传播的优质主体。应加快研究形成中医援外医疗队建设模式,推广成功经验,具体应关注:(1)中医援外医疗队受援国选择标准。医疗队对外援助,具有人道、政治、经济等多重内涵^[9],受援国的选择应给予多方面考量。中医药具有较强的文化标识属性,受援国既往对中医药的认知度、喜爱度、行为趋向应当是积极的。中医药的行医资质、药品使用均需要当地政府特别许可,因此受援国必须能够给予中医医疗队高度认可和社会支持。(2)中医药援外医疗队人员组建模式。研究发现,柬方受众年龄、职业跨度大,健

表 2 问卷受众基本情况($n=388$)

名称	选项	频数/人	百分比/%
性别	男	236	60.82
	女	152	39.18
年龄/岁	<20	22	5.67
	20~ <30	114	29.38
	30~ <40	126	32.47
	40~ <50	88	22.68
	≥ 50	38	9.79
学历	初等教育	56	14.43
	中等教育	132	34.02
	高等教育	200	51.55
职业	专业人士(教师/医生/律师等)	86	22.16
	服务业人员(餐饮服务/司机/售货员等)	70	18.04
	自由职业者(作家/艺术家/摄影师/导游等)	44	11.34
	工人(工厂工人/建筑工人/城市环卫工人等)	44	11.34
	公司职员	54	13.92
	事业单位/公务员/政府工作人员	38	9.79
	学生	8	2.06
了解医疗队途径	其他(商人、农民等)	44	11.34
	媒体宣传	122	31.44
	其他医师推荐	70	18.04
	亲朋好友推荐	122	31.44
	医疗队义诊	60	15.46
	其他	14	3.61
合计		388	100

表3 配对t检验分析结果/分

编号	配对(平均值±标准差)		差值 (以前-现在)	t	P	Cohen's d 值
	以前	现在				
1	3.89±1.31	4.13±1.18	-0.24	-5.786	<0.001**	0.294
2	3.69±1.35	3.89±1.25	-0.21	-5.206	<0.001**	0.264
3	3.87±1.24	4.06±1.14	-0.19	-4.939	<0.001**	0.251
知识	11.45±3.68	12.07±2.74	-0.63	-4.980	<0.001**	0.253
4	3.89±1.25	4.13±1.17	-0.24	-5.856	<0.001**	0.297
5	3.93±1.26	4.19±1.11	-0.26	-6.314	<0.001**	0.321
6	4.04±1.21	4.25±1.07	-0.22	-5.440	<0.001**	0.276
态度	11.86±3.56	12.57±3.24	-0.71	-6.455	<0.001**	0.328
7	3.87±1.28	4.12±1.11	-0.26	-6.640	<0.001**	0.337
8	3.85±1.32	4.17±1.12	-0.32	-7.252	<0.001**	0.368
9	3.90±1.29	4.20±1.09	-0.30	-6.674	<0.001**	0.339
行为	11.61±3.83	12.49±3.24	-0.88	-7.140	<0.001**	0.362
总分	34.92±10.66	34.92±10.65	37.14±8.67	-2.220	<0.001**	0.348

注：* P<0.05, ** P<0.01。

康需求多样,但切实的疗效创造了良好的传播态势。因此,需形成符合受援国特点的中医药援外医疗队人员组建模式,将外语水平作为人员选拔的标准之一,使医疗队在具备高水平的中医药诊疗能力的同时能够开展科研、教学、宣传多项工作,保证传播效果。

3.2 加大中医药知识传播力度

本研究发现,受众中医药知识得分相对较低,且在医疗队工作前后差异不大,而在行为方面变化最大,说明受众认可中医药疗效,但是对中医药内涵的认识尚需提高。首先,需要整体加大中医药知识的宣传力度。一是提高中医药科技水平,以现代科学语言阐释中医药作用机制,运用中医药原创理论和方法破解人类健康问题,提高中医药在国际研究的认可度。二是加快打造中医药科普宣传内容,使得中医药理论、诊断中常用的语言能够被推广、接受,提高海外民众对中医药的认知度。其次,重视中医药知识传播。鼓励医疗队开展科普教育,与受援国当地大众媒体合作,宣传中医药健康保健知识;与海外孔子

学院等机构合作,将中医药融入中华文化,进一步加强受众对中医药内涵的理解,避免海外民众只知中医药疗效,而不懂其发挥作用的科学性。

3.3 培养本土“意见领袖”,加快中医药纵向传播

对当地受众基本情况进行分析可以看出,中医药传播受众相对分散,但仍表现出高学历、中青年、具有一定社会地位的人群特点。这表明医疗队传播中医药虽然具备一定广度,但深度相对不足,还有提升空间。实现中医药在海外的本土化,还需要培养当地“意见领袖”和尽快形成“二次传播”。医疗队需要影响当地具有一定社会地位的个人或者组织,使之提出对中医药的积极意见,并践行相关传播行为。同时,加快开展海外本土中医药人才的培养,实现中医药影响力的纵向传播。

3.4 提升中医药海外可及性

医疗队在海外工作一年,受众在主动寻求中医药信息、接受中医药诊疗、推荐中医药这些行为方面发生了最为明显的变化,这是中医

药海外需求的佐证。建议进一步通过多种渠道提升中医药诊疗的可及性。一方面,完善中医药国际医疗政策,鼓励中医药服务贸易出口,探索中医药国际远程诊疗,提升中医药服务能力。另一方面,推动中医药海外立法,畅通中医药产品的出口路径,保障中医药在海外的合法使用和有效供应。

参考文献

[1] 刘燕南,刘 双.国际传播效果评估指标体系建构:框架、方法与问题[J].现代传播(中国传媒大学学报),2018,40(8):9-14.

[2] 孙 迪,郭力铭,宋佳媛,等.中医药文化国际传播效果评价及体系构建研究[J].锦州医科大学学报(社会科学版),2023,21(2):100-103.

[3] 孙 迪,殷晓君.中医药文化国际传播研究要素的再认识[J].东南传播,2023,222(2):94-97.

[4] 李怀亮.浅析中国文化走出去效果评估体系的构建[J].南开学报(哲学社会科学版),2018,26(3):68-75.

[5] 钟 俊,林国清,王明军.“一带一路”背景下中医药文化的海外传播效果研究[J].世界中医药,2021,16(11):1764-1768,1774.

[6] 孙志红.荷兰孔子学院传播效果评估分析:一个基于层次分析法的框架[D].济南:山东大学,2017.

[7] 郭紫薇.摩洛哥哈桑二世大学孔子学院中华文化传播效果评估分析[D].上海:上海外国语大学,2019.

[8] 沈玮哲.中国对外医疗援助政策效果研究:以上海援摩洛哥医疗队为例[J].复旦国际关系评论,2018(2):191-236.

[9] 聂 励.中国医疗队受援国选择机制研究[J].区域与全球发展,2021,5(6):134-153,160.

通信作者:
刘 震:中国中医科学院西苑医院院长
E-mail:doctorliuzhen@126.com

收稿日期:2023-09-15
修回日期:2023-11-20
责任编辑:刘兰辉