

国内首部深入研究互联网健康传播的实证研究专著。



新锐新闻传播学者论丛



互联网健康传播：

理论建构与实证研究

刘 瑛 ■ 著

eHealth Communication:

Theoretical Construction and Empirical Study



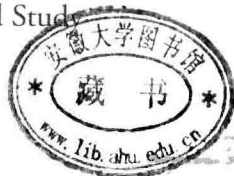
华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

互联网健康传播： 理论建构与实证研究

刘瑛 ■ 著

eHealth Communication:

Theoretical Construction and Empirical Study



内 容 提 要

个体健康行为这个看似微观的现象实则对国民整体健康水平有着至关重要的影响。在健康传播领域,通过传播工具和活动来干预个体健康行为从而达到健康促进和疾病预防的运动屡见不鲜,且被证明是具有一定效果的。然而,效果并非很显著。互联网的发展为健康传播带来了新的契机,也创造了一个新的领域——互联网健康传播。本书是互联网健康传播领域的一次实证研究的尝试,研究将立足于知信行模型、社会认知理论和计划行为理论,以结构方程模型为分析框架来探讨与健康信息有关的互联网使用行为对个体健康行为产生影响的机制。研究构建出了一个互联网使用行为对健康行为影响的双中介因子模型,提出个体与健康有关的互联网使用行为,如上网搜索健康信息、浏览健康相关网站以及参与健康相关论坛等,并通过社会支持和自我效能感两个中介变量对个体的健康行为产生显著影响。

图书在版编目(CIP)数据

互联网健康传播:理论建构与实证研究/刘 瑛 著. —武汉:华中科技大学出版社,2013. 8
ISBN 978-7-5609-8911-2

I. 互… II. 刘… III. 互联网络-影响-大学生-心理健康-研究-中国 IV. B844.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 092927 号

互联网健康传播:理论建构与实证研究

刘 瑛 著

策划编辑:杨 玲

责任编辑:刘 焯

封面设计:范翠璇

责任校对:朱 玢

责任监印:张正林

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)81321915

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:华中理工大学印刷厂

开 本:710mm×1000mm 1/16

印 张:9 插页:2

字 数:158千字

版 次:2013年8月第1版第1次印刷

定 价:28.00元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

总序

在人类传播史上,能够生活在今天的信息社会之中,是我们莫大的幸运。从人类出现到语言的使用,几百万年间,人类生活在十分单一的媒介环境中,面对面交流是我们祖先基本的交流方式。到了距今万年左右,由于文字的发明,手书文字成了社会沟通的主要手段。再往后几千年,印刷技术发明,近代报刊问世,随着工业革命的进展和报纸的大众化进程,人类进入了以报纸为主要介质的大众传播时代。20世纪初期以来,广播、电视相继问世并且迅速普及,大众传播的生态日趋多样化,人类的社会生活空前紧密,大众媒介在社会生活中扮演的角色也越来越重要。传播现象的复杂化,与此相关的一系列社会问题、传播问题、技术问题的重要性和紧迫性,促成了新闻学、传播学的产生,引发了学界对新闻传播现象的理性关注。到20世纪末21世纪初,以网络为代表的新兴媒体迅速崛起,新的传播手段层出不穷,传播形式花样翻新,传播模式全然变革,各种令人眼花缭乱的传播现象,对新闻传播学提出了拓展、创新、变革的要求,这种要求越来越强烈,终于成为当下推动新闻传播学发展的主要动力。

根据历史唯物主义的原理,人类社会的历史从来都不是匀速演进的。可能在一个相当长的时间段内,历史演进的速度相对比较缓慢,处于渐进的量变之中,令人浑然不觉;而在另一些特别的时间段内,似乎是长期积累的能量得以爆发,历史的演进突然加速,质变取代了量变,在短短的几天时间里,能够实现平时数十年,乃至数百年的进步。也就是说,在历史演进途中,关键时刻的一天、一年,其释放的能量可

能相当于平和时期的几年、几十年甚至几百年,犹如火山喷发,其瞬间的能量爆炸性膨胀。由此观之,当今的媒介化时代,可以说是新闻传播史上最最重要的关键时刻,历史上从来没有出现过像今天这样精彩的传播局面,百花齐放,万物竞生,人们比过去任何时代都耳聪目明,传播对社会生活渗透的深度与广度也超过了以往的任何时代。这种新的传播格局,对于今天的新闻传播学界,既是一种机遇,也是一种挑战。

新闻传播学正是在 20 世纪末 21 世纪初新媒体迅猛发展、媒介生态格局突变、媒介化社会及数字化生存等因素的牵引下,实现了突破性的发展。就中国而言,一些新的传播现象、一些与传播有关的社会问题、一些与传播直接相连的重大需求,不仅是学界、业界关注的焦点,而且成为执政党和政府机关在顶层设计时优先考虑的对象。新闻传播学科、新闻传播学各大研究领域、新闻传播教育界,从社会、业界、政府获得了越来越多的资源。相对于其他人文社会科学,新闻传播学展现出显学的姿态。在这一背景下,新闻传播学界人才辈出,研究成果汗牛充栋,新闻传播教育也蒸蒸日上。几乎所有“985”、“211”大学都开设了新闻传播学相关专业,进行本科、硕士甚至博士阶段的人才培养。所有这些,都表明新闻传播业、新闻传播学、新闻传播教育在 21 世纪初这个人类新闻传播史的关键节点上,焕发了空前的活力。

一个学科的发展,往往是与一批杰出学者的兴起分不开的。而这些学者的崛起,又得益于其所处的时代环境的滋养。20 世纪中期以来传播学的勃兴,既是那个时代传播发展的产物,也是那个时代一批杰出学者贡献的结晶。政治学家哈罗德·拉斯韦尔的宣传分析、社会学家保尔·拉扎斯菲尔德的传播效果理论、社会心理学家库尔特·卢因的“把关人”理论、实验心理学家卡尔·霍夫兰的说服研究,以及威尔伯·施拉姆的集大成……没有他们的创造性贡献,就不会有今天蔚为大观的新闻传播学体系。

如今,世界新闻传播学的发展又来到了一个关键的历史节点。新的数字技术带来不胜枚举的新兴媒体,新媒体与传统媒体共生的格局面临着各种新的问题,传播手段、形式的变化带来的传播模式变化,媒体融合背景下专业人才需求的演变,媒体融合时代传统媒体的生存与发展战略,网络化时代的传播自由与社会责任,新的媒介格局决定的

社会变迁,全球化语境下国家软实力建构与传播体系发展等,这些问题都不是传统意义上的新闻传播学所能完全解释的。传统意义上的新闻传播学本身需要突破,需要新视野、新方法、新理论,需要拓展新的思维空间。这种需要对于新闻传播学而言,是一种巨大的推力。在它的推动下,新闻传播学才有可能在现有的基础上实现新的超越。这一切都有赖于一批富有创造精神的杰出学者群体的崛起。而在科学探索方面,最富有创造精神的是新锐的青年学者。因为他们没有包袱、没有负担,视野开阔,思想解放,勇于进取。正是基于对学科责任的认识,华中科技大学新闻与信息传播学院决定与华中科技大学出版社联合推出这套“新锐新闻传播学者论丛”。

“新锐新闻传播学者论丛”第一批收入了十二本专著。包括郭小平博士的《环境传播:话语变迁、风险议题建构与路径选择》,闫隽博士的《贸易政治的媒介镜像》,刘瑛博士的《互联网健康传播:理论建构与实证研究》,邓秀军博士的《纪录片叙述者的主体性研究》,牛静博士的《媒体权利的保障与约束研究》,鲍立泉博士的《技术视野下媒介融合的历史与未来》,周婷婷博士的《中国新闻教育的初曙——以北京大学新闻学研究会为中心的考察》,李华君博士的《政府公关传播:形象塑造、公众沟通与媒介框架》,徐明华博士的《全球化与中国电视文化安全》,刘锐博士的《信息监控与网络治理:社会化媒体实名制研究》,于婷婷博士的《网络购物行为研究——基于在线互动与感知价值的实证分析》,张梅兰博士的《隐喻:在历史与现实的双重叙事中完成》。这些著作既有对新闻传播历史和理论的探讨,又有对当下新闻传播实务变革的深入研究;既涉及传统媒体,又关注了网络新媒体带来的新变化;既有基于政治视角的分析,又有基于产业经济视角或文化视角的探究;既立足于国内新闻传播的历史与现实,又有全球视野的观照。这些著作无一例外,都是以作者原来的博士论文为基础,经过一段时间的沉淀和再思考,在大幅修改、补充的基础上完成的。其作者都是近年来从国内外著名高校引进(或选留)的博士生、博士后。他们虽然在学历背景、专业背景及从业经历上不尽相同,但是出于对新闻传播、新闻传播教育的共同兴趣和强烈的社会责任感,从不同的学校、不同的地方、不同的专业走到了一起,成为同一命运共同体的成员。

这套论丛的公开出版,一方面,对于上述青年学者来说具有重要

的意义,他们过去虽然发表了不少论文,在学术界已小有名气,但是独立地出版专著大多还是第一次。这些著作不仅比较全面系统地表达了他们对复杂的新闻传播现象的独特理解,展现了他们不俗的才华和天才创意,还显示出他们广博的学科视野、扎实的理论基础和深厚的学术素养,更标志着他们学术生涯中一个新的阶段的开始。另一方面,对于华中科技大学新闻与信息传播学院来说,也是对学院青年新闻传播学者研究实力的一次集中展示。华中科技大学新闻与信息传播学院创建伊始,就坚持以人为本的办学理念,尤其将师资队伍建设作为学科建设的重中之重。近十年来,华中科技大学新闻与信息传播学院新补充的师资基本上来自校外,是业界的精英,是来自国内外其他知名高校的优秀博士、博士后。在其他高校成为普遍问题的近亲繁殖、派系内斗现象,在华中科技大学新闻与信息传播学院已经绝迹。来自五湖四海的学者,怀着共同的理想、共同的兴趣,将不同的专业、学历、经历融汇于一炉,形成了华中科技大学新闻与信息传播学院包容多元、兼收并蓄、开拓进取、锐意创新的文化传统。这套论丛的公开出版,乃是华中科技大学新闻与信息传播学院办学理念的具体体现。

“新锐新闻传播学者论丛”正式付梓,正值华中科技大学新闻与信息传播学院创办三十周年的前夕,也是新闻与信息传播学院向华中科技大学奉献的一份厚礼。三十而立。这三十年的历程,实在是不平凡。三十年前,华中工学院(华中科技大学的前身)领国内工科院校风气之先创办新闻学系(专业)时,新闻学系(专业)在校内是唯一的文科专业,白手起家,只有单一新闻学本科专业;如今,在人才培养方面,本科层次有新闻学、广播电视学、广告学、传播学、播音与主持艺术五个专业,硕士研究生层次,学术硕士方面有新闻学、广播电视学、广告与公关、传播学四个硕士点,专业硕士方面有新闻与传播、出版两个专业硕士点,博士研究生层次有新闻学、传播学、广告与传媒经济、广播电视、数字媒体四个博士点。除此之外,还有两个国家级特色专业、一个国家级校外实践基地、一门国家精品视频公开课、一门国家级精品课、一门国家级精品资源共享课。科学研究方面,三十年前的华中工学院新闻学系(专业),教学是重中之重,科研仅仅体现在教材编写上;如今,华中科技大学新闻与信息传播学院是国内新闻传播的学术重镇,

截至2012年年底,学院不到40人的学术团队仅在研的国家社会科学基金资助课题就有15项,其中国家社会科学基金重大课题两项,还有两项教育部重大课题(马克思主义理论建设工程教材)。学科建设方面,三十年前,华中工学院新闻学系(专业)只有本科、只有教学,根本谈不上学科;如今,华中科技大学新闻与信息传播学院是国内较早拥有新闻传播学一级学科博士学位授予权的单位之一,还拥有—个新闻传播学一级学科博士后流动站,新闻传播学科还是湖北省一级学科重点学科。在学术研究、人才培养、社会服务等方面,华中科技大学新闻传播学科在学界、业界都得到了正面的评价。今天这套“新锐新闻传播学者论丛”的问世,更是彰显了华中科技大学新闻传播学科的活力。

梁启超的《少年中国说》曾感化教育了几代中国人。“故今日之责任,不在他人,而全在我少年。少年智则国智,少年富则国富,少年强则国强,少年独立则国独立,少年自由则国自由,少年进步则国进步,少年胜于欧洲则国胜于欧洲,少年雄于地球则国雄于地球。红日初升,其道大光;河出伏流,一泻汪洋。潜龙腾渊,鳞爪飞扬;乳虎啸谷,百兽震惶。鹰隼试翼,风尘吸张;奇花初胎,矞矞皇皇。干将发硎,有作其芒。天戴其苍,地履其黄。纵有千古,横有八荒。前途似海,来日方长。”每读及此,我都热血沸腾,不能自己。如果把这段话置于科学发展的语境,同样也是适用的。新闻传播学科是一个年轻的充满生机的学科领域,它的永续发展,也需要青年的朝气与活力。只有造就一支强大的青年学者队伍,充分激发青年学者的潜力,新闻传播学科的发展才会有源源不竭的动力。虽然我已经不再年轻,但作为过来人,我深知青年学者们正是需要社会支持、帮助的族群。我们应当想方设法为青年学者的成长创造各种必要的条件,要努力营造出宽松自由的环境,要尽量解除束缚他们想象力、创造力的物质和精神障碍。

“新锐新闻传播学者论丛”得以顺利出版,首先要感谢国家“985”工程建设项目的资助。由于学界同仁的鼓励及学校领导的支持,以华中科技大学新闻传播学科为主体的“新媒体与社会发展研究基地”得以在华中科技大学“985”三期建设工程中单独立项。其次,还要感谢华中科技大学出版社的关心和支持,特别是出版社总编辑姜新祺教授及相关责任编辑,他们为这套论丛的策划与出版费尽心力。当然,我们还要感谢这套论丛的十二位作者,正是由于他们的努力耕耘,我们

才得以享用这份精美的学术大餐。

我们期待着“新锐新闻传播学者论丛”的出版能够给中国新闻传播学科的发展和建设带来新的正能量,期待着这套论丛的问世,能够引起中外学界、业界的正面回应,期待着这批青年学者能够再接再厉,在科学思维和学术探索方面攀上新的台阶、进入新的境界。

张 昆

华中科技大学新闻与信息传播学院院长
国务院学位委员会学科评议组新闻传播学科组成员

2013年1月20日

目录

contents...



第一章 绪论	/1
第一节 健康、健康行为与互联网	/1
第二节 健康传播学概述	/5
第三节 本书的研究问题	/7
第四节 本书的研究流程	/8
第五节 本书的篇章结构	/9
第二章 文献研究篇	/11
第一节 互联网健康传播	/11
第二节 健康行为相关研究	/15
第三节 互联网使用与自我效能感	/18
第四节 互联网使用与社会支持	/20
第五节 自我效能感、社会支持、健康知识与健康行为	/22
第六节 文献评价	/24
第三章 理论与分析框架	/27
第一节 知信行模型	/27
第二节 社会认知理论	/28
第三节 计划行为理论	/29
第四节 社会科学研究中的中介变量和中介效应	/31
第五节 社会科学研究中的调节变量和调节效应	/33
第六节 结构方程模型概述	/38

第四章 研究设计	/47
第一节 分析单位的选取与抽样设计	/47
第二节 研究变量的选取和问卷设计	/49
第三节 研究模型的建立和研究假设	/56
第五章 研究数据的质量评估	/59
第一节 数据清理和缺失数据的处理	/59
第二节 项目分析	/61
第三节 探索性因子分析	/63
第四节 调查问卷的信度分析	/67
第五节 问卷的效度分析——验证性因子分析	/69
第六章 互联网健康传播现状	/77
第一节 个体与健康或疾病有关的互联网使用情况	/77
第二节 个体健康行为现状	/79
第三节 其他变量的描述统计	/80
第四节 不同性别组别之间的差异比较	/82
第七章 网络使用对健康行为影响的路径分析	/83
第一节 互联网使用对健康行为影响的结构方程模型分析	/83
第二节 性别的调节作用	/85
第三节 互联网上健康信息的信任程度的调节作用	/86
第四节 研究假设的检验	/87
第八章 研究结论和研究展望	/91
第一节 研究结论与创新	/91
第二节 研究不足及研究展望	/100
附录	/102
互联网使用与健康行为调查问卷	/102
参考文献	/109

第一章 绪论

个体健康行为这个看似微观的现象实际上对全体民众的整体健康水平有着至关重要的影响。在健康传播领域,通过传播活动来干预个体的健康行为从而达到提升整体健康水平的运动屡见不鲜,且被证明是具有一定效果的。然而,这个效果并不是非常显著。互联网的发展为健康传播带来了一个新的契机,也创造了一个新的领域——互联网健康传播。互联网健康传播使得健康传播从传统的“刻板”模式转变为能够根据不同个体的性格、兴趣和文化等特征进行个性化定制的健康传播模式(Kreps,2008)。

第一节 健康、健康行为与互联网

从微观的角度来看,健康对于个体的重要性是不言而喻的。19世纪的诗人、哲学家拉尔夫·沃多·爱默生曾说“健康是人生第一财富”。生命哲学流派的开创者亚瑟·叔本华也说“健康是成就人类幸福最重要的成分”。当今社会,在基本的需求得到满足以后,人们更看重的是生活的品质,而健康就是一切品质的前提与基础,高度关注健康已经成为公众生活的“题中应有之义”。有人用“1”代表健康,用“1”后面的“0”代表事业、金钱、地位、权利、房子、爱情,等等,少了几个“0”关系并不大,但是如果没有了前面的“1”,再多的“0”都等同于子虚乌有。

富兰克林曾经说过:“保持健康,这是对自己的义务,甚至也是对社会的义务。”确实,从宏观的角度而言,国民的健康水平对于国家经济和社会发展也是有着重要影响的。

目前在世界范围内,许多国家都面临着医疗费用不断升级的困境(WHO,世界卫生组织,1999)。例如,在中国,30多年来医疗卫生费用呈现快速上涨的趋势,从1978年改革开放之初的110亿元上升到2009年的17204亿元,上涨了155倍

多,而我国同期国民生产总值的增长为 92 倍;2009 年我国的医疗卫生费用占国民生产总值的 5.13%(卫生部,2010)。在发达国家,医疗费用对国民经济的压力也在不断地增加。比如,在美国,从 1960 年至 1983 年的 23 年中,美国平均每人每年的医疗费用上涨了 10 倍(USBC(美国人口调查局),1995)。1960 年,医疗费用占国民生产总值的 5.3%,而到了 1983 年,医疗费用占到了 10.5%。从 1983 年以后,医疗费用更是以远远高于通货膨胀率的速度快速增长。到 1997 年,平均每人每年的医疗费用已经达到 3900 美元,是 1983 年时的 2 倍,总医疗费用占到国内生产总值的 13.5%(NCHS(美国全国卫生统计中心),2000)。到 2007 年,美国的医疗费用占到了国民生产总值的 15.7%。

由于医疗费用的持续增长,它已经成为拖累国民经济的一个重要负担。导致医疗费用增长的原因非常多,而部分医疗费用实际上是由不良生活习惯和行为造成的疾病所花销的,不良的生活习惯和行为引发了疾病,然后又被迫花费大量的资金去治疗疾病(Sarafino,2006)。其实,“治病不如防病”,我们必须寻找更多新的途径来提高人们的健康水平,从根本上减少医疗费用的支出。

其实,个体的健康水平在相当大的程度上取决于其健康行为,许多健康问题在某些程度上都是由有害健康的行为引起的。19 世纪后期,感染性疾病的发生率迅速下降,这主要归功于一些诸如提高饮食质量和改善个人卫生的措施。这些措施也包括改变人们的健康行为和生活方式。时间流转至 21 世纪,当今社会主要的健康问题已经不再是传染性疾病,而是慢性疾病,如果人们能够采取一些健康行为,比如不吸烟、不过度饮酒、健康地饮食、规则地锻炼,那么,现今,在人类社会中由不健康行为所导致的死亡率将会明显下降,人们的健康水平也将得到大幅度的提升。

目前,人类社会主要的五个致死性疾病都与一些行为密切相关,比如:

- (1) 心脏病——吸烟、高脂饮食、缺乏锻炼;
- (2) 恶性肿瘤——吸烟、酗酒、膳食不合理;
- (3) 中风——吸烟、高脂饮食、缺乏锻炼;
- (4) COPD(慢性阻塞性肺病)——吸烟;
- (5) 意外伤害(包括车祸)——饮酒、吸毒、车速过快,以及不使用安全带。

健康行为研究的先行者 Nedra Belloc 和 Lester Breslow 在 1965 年进行了一项揭示健康行为与健康之间关系的研究。他们选定了大约 7000 名年龄在 20 岁至

75岁之间的成年人作为研究对象,对研究对象进行了两个系列问题的询问:一个系列是了解在过去12个月中研究对象的健康状况,比如是否因病停止工作、因病取消活动、因病减少了一直在坚持的活动或因病减少了活动量;另一个系列的问题从七个方面调查了研究对象的一些健康行为,包括睡眠、早餐、加餐、控制体重、吸烟、饮酒和体育锻炼。那么,这些健康行为究竟有多重要呢?研究人员对数据按照年龄分层后进行了统计分析,发现在相同的年龄组中,那些在健康行为问卷中得分高的人,其健康状况均要明显好于那些健康行为得分低的人。而不同年龄组之间,那些健康行为问卷得满分的人,其健康状况与那些比他们年轻30岁,而健康行为问卷仅得1分或0分的人相当(Belloc & Breslow, 1972)。更进一步的,这些研究对象的健康行为对他们以后的健康是否会有影响呢?答案是肯定的。若干年后, Breslow(1983)对这些研究对象又进行了一系列的后续研究。其中一个研究是观察在9年半以后哪些人去世。这些数据按照年龄、性别和健康行为问卷得分进行分层整理。结果表明,随着健康行为问卷得分的升高,死亡率在下降。这一现象在高年龄组中更为明显。这一研究结果显示,健康行为可以降低得病的危险,并从整体上延长个体的寿命。

据专家预计,到2015年,由不良行为等生活方式因素所引发的疾病数在发达国家将占总疾病数的75%,而在发展中国家也将达到60%以上(杨春燕等,2007)。可见,人们的行为与自身健康水平的关系极为密切,采取什么健康行为对预防和治疗与生活方式相关的疾病也就显得尤为重要。

媒介是健康传播的主要平台和载体,具有强大的议程设置功能,正确使用这一功能,可以让公众更好地了解健康信息,从而使健康行为和认知态度以及行为改变成为可能。在西方学界,已经有学者开始研究大众媒介在影响和改变人们健康行为和习惯以及劝说受众进行健康保护方面的可能性运用。不过,已有的研究表明,报纸、杂志、广播和电视等大众媒介在改变人们的健康态度与行为以及劝说受众进行健康保护方面的作用并不显著(Amezcuca et al., 1990; Hornic, 1989; Wallack, 1989)。尽管大众媒介拥有大范围的受众群,但是与人际传播渠道相比起来,前者在改变态度和行为方面的作用却要逊色一些(Backer & Rogers, 1992; McQuail, 1987; Rogers, 1983; Rogers & Storey, 1987),大众媒介十分适合于唤醒公众的健康觉醒意识,但是人际传播是劝说个体采取健康促进行为的关键动力(Cassell & Jackson, 1998)。如果有一个媒介能够兼具大众传播和人际传播的



功能,它将无疑是健康传播的理想工具。而互联网就是这样一个集大众传播与人际传播功能于一体的媒介。

从 20 世纪 90 年代至今,互联网技术已经成为信息和通信技术中最引人瞩目的成就,无可争议地成为 21 世纪对经济和社会发展影响最深远的技术。它日益渗透到人们的日常生活中,影响和改变着人们的通信、信息获取、学习、交易和文化交流的方式(Hoffman et al.,1999)。1991 年欧洲核子中心(CERN)推出万维网(World Wide Web,简称 WWW)。1994 年 4 月 20 日中国正式接入互联网。1995 年中国开始向社会各界用户提供互联网接入服务,中国的互联网由此进入市场化的高速发展阶段(网络与数字传媒研究室,2004)。随着 3G(3rd-generation,第三代移动通信技术)等新技术的迅速扩散与普及,互联网使用愈来愈成为人们日常的一种生活方式。截至 2012 年 12 月,中国网民规模为 5.64 亿人,全年网民增量为 5090 万人,互联网普及率为 42.1%;统计显示,2010 年中国网民平均每周上网时长为 20.5 小时,也就是说,中国网民平均每天使用互联网的时间超过 170 分钟。

而在全球范围内,与健康有关的互联网使用也呈现出一种快速增长的势头。

在美国,Pew Internet 和 American Life Project 的调查显示,有 62%的网民会在网上搜索与健康有关的信息,搜索健康信息是除查看天气信息、了解运动资讯之外美国民众上网的第三大动因(Macias et al.,2005)。2004 年的一项调查表明,美国 6200 万网民中有 80%的人会上网搜索健康信息(Fox,2005)。2002 年 Harris Interactive 对 400 名医生和 10000 名病人的调查显示:“大约有 80%的病人会上网搜索与健康有关的信息,他们中的绝大多数人表示互联网上搜索到的信息能够帮助他们了解自己的健康问题,影响他们对自己健康的管理,改变他们与医生沟通的方式以及提高他们对医嘱的遵从度。”

在英国,据统计有超过 10 万的与健康及疾病相关的网站,而健康类网站也是人们经常访问的网站之一。(Eysenbach et al.,1999)

在澳大利亚进行的一项研究表明,人们会在对自己健康状况的不良预期的驱动下使用互联网来搜索健康信息,很多不经常使用互联网的人,也会出于对健康信息的需求而使用网络。从 2001 年至 2008 年,南澳大利亚人对于互联网健康信息资源的使用上升了 57%。(Reinfeld-Kirkman et al.,2010)

在中国,根据 39 健康网发布的《2010 年第四届中国网民健康状况白皮书》提供的数据,网络已经成为中国网民了解健康资讯的主要渠道,使用搜索引擎(如百

度、谷歌等)和浏览健康类网站(如 39 健康网、新浪健康、搜狐健康等)来了解健康资讯的网友分别占 69.8%和 75.6%。国内学界一项对中老年网民进行的调查研究显示,健康网站和网页是中老年人获得健康信息的一种渠道。老年人因为生理和心理的关系,正处于关心自己身体健康的阶段。由于网络具有便利、互动、丰富的特点,他们可以轻松查到自己关注的健康信息,还可以为家人或朋友的健康问题提供参考。这些信息主要用来预防疾病,所以他们在更多情况下使用网络查询以及浏览养生保健和常见疾病等方面的信息。(韩妹,2008)

目前在互联网这个进行健康传播的平台上,比较常见的形态包括门户网站的健康频道、专业健康网站、健康论坛(虚拟社区)、健康博客,等等。(宋迪文,2009)随着全球网络的发展,人们可以更加方便、快捷地获得疾病及治疗方面的知识和信息,接受改变不良生活习惯的建议(PRPO,2000)。因此,本书试图建立个体与健康有关的互联网使用行为影响其健康行为的研究模型,探究其中的影响因素和影响机制。

第二节 健康传播学概述

本书是一项融合网络传播和健康传播的关于互联网健康传播的交叉研究。

目前国内网络传播研究风生水起,大体可以划分为互联网发展史、新技术形态、媒介融合、网络媒体、网络传播理论、网络伦理道德、网络管理与规制、网络文化、网络语言与文学、网络舆论与引导、网络公关、网站经营管理、网络教育、网络专业教育、媒介素养教育、网络使用行为及影响、网民特征及结构分析等方面的研究。(杜骏飞,2007)本书通过实证调查的数据分析人们与健康有关的互联网使用行为对其健康行为的影响机制,进一步丰富网络使用行为及其影响这一领域的研究成果,同时,本书通过将知行模型、社会认知理论和计划行为理论引入对互联网使用行为及其影响的分析,希望能够为网络传播理论的丰富和完善尽绵薄之力。

健康传播学是传播学的一门新兴学科。其比较系统的学术性研究是从 20 世纪 60 年代才零星开始的(Ratzan et al., 1996),研究的兴趣主要集中在了解传播对保持健康或预防疾病的影响上(Finnegan & Viswanath, 1990; Freimuth et al., 1993; Makoul, 1991; Parrott et al., 1992)。70 年代,一群对健康与传播有兴趣的学

术人创建了一个下属于国际传播学会(International Communication Association, ICA)的健康传播学分会(Division of Health Communication)。1977年,传播学年鉴(Communication Yearbook)首次开辟了一个关于健康传播学的专题。到了20世纪80年代,关于健康传播的研究更加活跃:1986年,最大最有声望的国际传播组织——演讲传播学会(Speech Communication Association, SCA)成立了健康传播委员会(Health Communication Commission);1988年,健康传播学领域的第一本学术期刊——《健康传播》(Health Communication)创刊。第二本学术期刊——《健康传播杂志》(The Journal of Health Communication)接着在1996年发行。

历经几十年的发展,健康传播学如今已经成为传播学下面一门独立的分支学科(Rogers, 1996),目前美国很多大学都设有健康传播学的研究生课程,比如爱默森学院(Emerson College),约翰·霍普金斯大学(The Johns Hopkins University),密歇根州立大学(Michigan State University),普渡大学(Purdue University),德克萨斯农工大学(Texas A & M University),俄亥俄州立大学(The Ohio State University),爱荷华大学(The University of Iowa),俄克拉荷马大学(University of Oklahoma),肯塔基大学(University of Kentucky),伊利诺伊大学厄巴纳-香槟分校(University of Illinois at Urbana-Champaign),南加利福尼亚大学(University of Southern California),宾夕法尼亚州立大学(Pennsylvania State University),乔治华盛顿大学(The George Washington University),马里兰大学(University of Maryland),康奈尔大学(Cornell University),等等,几乎遍布全美各州。

罗杰斯认为任何一种关于健康的人类传播都是健康传播,这是一个非常宽泛的说法。他紧接着又对这一说法进行了补充说明,认为健康传播是以传播为主轴,通过四个不同的层次将与健康相关的内容散发出去的行为。这四个层次分别是自我个体传播、人际传播、组织传播与大众传播。自我个体传播层次包括个人的生理、心理健康状况;人际传播层次包括医患关系、医生与病患家属的关系;组织传播层次指医院与患者的关系以及医护人员的在职训练等;而大众传播层次则指媒介议程设置、媒介与受众之间的关系,等等(Rogers, 1996)。作为一个尚处于发展中的学科,目前还没有一种关于健康传播学的大家一致认可的定义,学者们都是从自己的研究视角出发来进行定义的(Ratzan S. C. et al., 1996)。首个开设健康传播学研究生课程的美国爱默森学院对于健康传播学有一个相对完整的描述:“健康传播学是为个体、组织和公众提供健康信息,在重要的健康问题上影响