

人民日報  
傳媒書系  
SERIES OF THE BEST  
MEDIA BOOKS

Health Communication:  
Chinese People's Information Access,  
Cognition and Acknowledgement  
Empirical Research and Analysis Based on HINTS China Survey



# 健康传播：

中国人的接触、认知与认同  
——基于HINTS模型的实证研究与分析

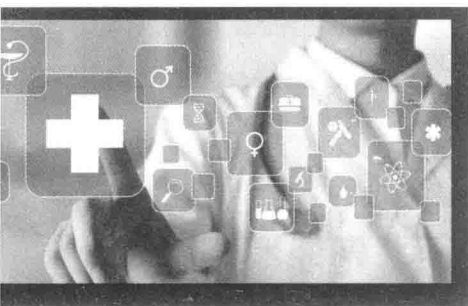
喻国明 /主 编  
杨 雅 /副主编

人民日報出版社

# Health Communication: Chinese People's Information Access, Cognition and Acknowledgement

Empirical Research and Analysis Based on HINTS China Survey

人是社会最宝贵的资源，人的健康不仅关乎个体生存质量，家庭幸福指数，而且还关系到整个社会的资源分配。针对癌症、戒烟等的健康传播一直是美国等西方国家传播学研究的重点。研究者希望借助科学研究，解决与健康传播有关的问题，以此减少病患，提高个体生存质量，降低病患对整个社会财富的消耗。迄今为止，在健康传播领域，美国等西方国家已形成较完整的理论框架，较多样的研究方法。人是社会最宝贵资源，家庭幸福指数不仅关乎个体生存质量，家庭幸福指数还关系到整个社会的资源分配。



## 健康传播： 中国人的接触、认知与认同 ——基于HINTS模型的实证研究与分析

喻国明 /主 编  
杨 雅 /副主编

## 图书在版编目 (CIP) 数据

健康传播: 中国人的接触、认知与认同: 基于 HINTS 模型的实证研究与分析 / 喻国明主编. -- 北京: 人民日报出版社, 2018.7

ISBN 978-7-5115-5540-3

I. ①健… II. ①喻… III. ①健康状况—信息管理—中国 IV. ①R199.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 128510 号

书 名: 健康传播: 中国人的接触、认知与认同——基于 HINTS 模型的实证研究与分析

主 编: 喻国明

副 主 编: 杨 雅

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 梁雪云

封面设计: 春天书装工作室

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369509 65369527 65369846 65363528

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369526

网 址: [www.peopledaily.press.com](http://www.peopledaily.press.com)

经 销: 新华书店

印 刷: 北京鑫瑞兴印刷有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 321 千字

印 张: 24.5

版 次: 2018 年 7 月第 1 版 2018 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-5540-3

定 价: 60.00 元



本书为喻国明教授所承担的教育部人文社会科学重点研究基地中国人民大学新闻与社会发展研究中心重大课题“关于媒介用户使用体验的模型与定量化研究”的成果之一

本书编委会：喻国明 杨 雅 宋美杰 潘佳宝

主要撰稿人：喻国明 杨 雅 宋美杰 潘佳宝 何 睿

吴文汐 胡杨涓 许子豪 李慧娟 刘佳莹

李凤萍 王梦宇 程思琪

学术指导：Gary L. Kreps（美国 HINTS 调查的奠基人之一，  
乔治梅森大学教授）

赵晓泉（乔治梅森大学教授）

出品人：北京师范大学新闻传播学院

中国人民大学新闻与社会发展研究中心

# 前言

Preface

人是社会最可宝贵的资源。人的健康不仅关乎个体生存质量、家庭幸福指数，而且还关系整个社会的资源分配。针对癌症、戒烟等的健康传播一直是美国等西方国家传播学研究的重点。研究者希望借助科学研究，解决与健康传播有关的问题，以期减少病患，提高个体生存质量，降低病患对整个社会财富的消耗。迄今为止，在健康传播领域，美国等西方国家已形成较完备的理论框架、较多样的研究方法。

如何获取及时、相关、有效的健康信息，对于健康政策制定者以及健康信息消费者来说都至关重要。为了调研健康信息传播扩散模式，从2003年开始，美国国家癌症研究所（National Cancer Institute）首创了全国居民健康信息调研问卷（HINTS）。问卷数据成为研究者和公众获取和使用健康信息的重要来源。调研涉及健康传播信息项目的反应、健康信息接触和寻求的渠道与信任程度等内容。尽管在世界不同地区，健康传播的问题表现经常存在差异，但在应对健康威胁、寻求合作方面依然有许多相似之处。

与以美国为代表的西方国家健康传播研究相比，中国大陆健康传播研究自1999年以来始终保持高度的实践应用导向，研究主题以个人层级知识、态度、行为和人际层级健康教育为重点，公共政策层级研究相对较少。研究者最常运用调查法、控制实验法和个案研究法，新闻传播学者使用规范研究方法所开展的研究数量相对偏少。

基于中国大陆此种研究现状，喻国明教授率领研究团队，采用依据中国国情修订过的“中国居民健康信息调查问卷”（HINTS, Health Information National Trends Survey），欲在中国开展持续调查，建立系统的中国健康传播数据库，创新中国健康传播研究范式与方法，开创中国健康传播研究的全新格局。美国乔治梅森大学资深教授、HINTS 调查奠基人 Gary L. Kreps 在 2017 年 7 月 10 日参加北京师范大学新闻传播学院举办的“HINTS 调研与中国健康传媒集团合作探讨”工作坊时，对上述调查予以高度评价，认为喻国明教授主持的这两次调查，“打开了中美两国健康传播研究的有效对话界面”。

迄今为止，喻国明教授领导的研究团队已完成两次大规模的健康传播调查。第一次调查于 2012 年 10 月 16 日至 2012 年 11 月 10 日在北京、合肥两地实施，最终回收有效问卷 2567 份（简称“2012 调查”）；第二次调查于 2017 年 5 月 9 日至 2017 年 5 月 24 日在北京、合肥两地实施，最终回收有效问卷 3090 份（简称“2017 调查”）。基于两次调研，团队发表了相关年度研究报告以及多篇高质量的中英文论文，在健康信息寻求行为、健康传播知沟研究、食药安全信息传播力等方面取得多项研究进展，并多次于国际传播学会（ICA, International Communication Association）、美国华盛顿健康传播会议（DCHC, DC Health Conference）等国际国内重要学术会议上，介绍中国 HINTS 调研的经验与成果。2018 年，喻国明教授团队还将开展“京师新传 - 健康传播暑期工作坊”，进一步推动健康传播以及居民健康信息调研在中国的研究推广。

《健康传播：中国人的接触、认知与认同》一书，是首部基于“中国居民健康信息调研”编辑的著作，汇编了两次健康信息调查的研究成果。本书共分为三章，分别介绍了健康传播研究的理论框架与学术逻辑常模、2012 年与 2017 年两次“中国居民健康信息调查（HINTS）”的研究报告，以及基于 HINTS 调研的代表性学术论文成果，包括四篇中文论文和两篇英文论文。此外，本书还收录了两次调研的完整问卷。在此基础上，以期对于中国健康传播研究以及全国居民健康信息调研的基础架构、理论范式、指标设计、研究维度等进行奠基式的梳理，为中国健康传播未来的国际化和本土化发展开启新的篇章。



第一章 导论：理论框架与学术逻辑 / 001

健康传播研究常模——以“HINTS 中国”调研项目为例 / 003

第一部分 健康信念模型 (Health Belief Model) / 005

第二部分 社会认知理论 (Social Cognitive Theory) / 007

第三部分 理性行为理论 (Theory of Reasoned Action) / 008

第四部分 扩展的平行过程模型 (Extended Parallel Process Model) / 008

第五部分 跨理论模型 (Transtheoretical Model) / 009

第六部分 精细处理的可能性模型 (Elaboration Likelihood Model) / 010

第七部分 创新扩散模型 (Diffusion of Innovations Model) / 011

第八部分 社会网络理论 (Social Network Theory) / 011

第九部分 社会生态模型 (Social Ecological Model) / 012

第十部分 维克组织模型 (Weick's Model of Organizing) / 013

## 第二章 中国居民健康信息调查报告 / 015

### 第一节 北京、合肥地区居民健康信息调查报告 ( HINTS China 2012 ) / 017

#### 第一部分 研究背景 / 017

##### 一、研究缘起 / 017

##### 二、健康传播与信息行为 / 018

##### 三、健康信息全国趋势调查 ( HINTS ) / 019

#### 第二部分 研究设计 / 020

##### 一、研究概念界定 / 020

##### 二、调查问卷设计 / 022

##### 三、焦点小组访谈 / 025

##### 四、舆情分析方法 / 026

#### 第三部分 调研样本情况 / 029

##### 一、人口统计学特征 / 030

##### 二、总体健康状况 / 035

##### 三、生活习惯与行为 / 038

#### 第四部分 医疗保健与医患关系 / 040

##### 一、居民医疗保健状况 / 041

##### 二、医患关系 / 044

#### 第五部分 健康信息的接触与寻求 / 055

##### 一、健康信息的接触 / 055

##### 二、健康信息的主动寻求 / 068

##### 三、社会资本与健康信息支持 / 075

#### 第六部分 癌症认知、信息寻求与供给 / 087

##### 一、癌症认知与态度 / 088

##### 二、癌症患者与家属 / 113

##### 三、癌症信息寻求 / 121

##### 四、恶性肿瘤网络健康信息的分析：显著度、充裕度和有效性 / 133



	五、恶性肿瘤网络健康信息需求 / 154
第七部分	超重风险与体重控制信息供给 / 159
	一、总体状况 / 160
	二、研究方法与抽样 / 160
	三、网络体重控制信息显著度分析 / 162
	四、网络体重控制信息充裕度分析 / 163
	五、网络体重控制信息有效性分析 / 165
	六、网络体重控制信息需求分析 / 171
	七、结论 / 173
第二节	北京、合肥地区居民健康信息调查报告 ( HINTS China 2017 ) / 175
第一部分	调研总体描述 / 175
	一、数据收集情况 / 175
	二、调查样本情况与人口统计学特征 / 176
	三、居民医疗保险和健康习惯状况 / 178
第二部分	中国居民健康与癌症信息调研报告 / 180
	一、中国居民的健康信息接触 / 180
	二、中国居民的癌症信息寻求 / 183
	三、中国居民的癌症认知和态度 / 184
	四、健康信息寻求的渠道与信任度 / 188
第三部分	中国居民食品药品安全信息调研报告 / 190
	一、公众对食药安全的总体评价 / 190
	二、公众对食品安全的认知 / 193
	三、公众对食品安全信息的获取 / 196
	四、公众的食品安全意识 / 204
	五、居民对食品安全监管的评价 / 207
第四部分	报告主要结论摘要 / 209

### 第三章 基于 HINTS 调研的研究成果 / 213

#### 第一节 行为理论下的健康信息寻求模型构建——基于北京居民健康信息调查 / 215

第一部分 行为理论：主观规范与自我效能 / 216

第二部分 健康信息寻求行为影响因素与假设 / 218

第三部分 研究设计与方法 / 219

第四部分 健康信息寻求主动性模型检验 / 220

第五部分 研究结论与讨论 / 223

#### 第二节 从媒介接触到行为选择：影响中西医就诊因素的实证分析——基于健康服务使用行为模型 (BMHSU) 的研究 / 226

第一部分 当前健康传播实证研究中西医对比分析的缺失与不足 / 228

一、关于中西医两种渠道比较分析的实证研究的缺失 / 228

二、中西医就诊选择研究缺少对“量”的关照 / 228

三、对中西医就诊选择的预测性因素考察缺乏系统化 / 229

第二部分 健康服务使用行为模型理论框架 / 231

第三部分 中西医就诊行为情境下健康服务使用模型的构建与测量因素 / 234

第四部分 数据分析 / 239

第五部分 结论与讨论 / 243

#### 第三节 动机因素对癌症知沟的影响——基于北京、合肥癌症与健康信息调查的实证研究 / 247

第一部分 文献综述和研究假设的提出 / 251

一、文献综述和研究模型的选择 / 251

二、关于动机与教育交互作用的研究假设 / 253

三、关于动机与媒介使用交互作用的研究假设 / 256

第二部分 变量测量 / 258

第三部分 研究结果 / 259

一、动机与教育程度对知识水平的预测作用分析 / 259

二、动机与教育的交互作用分析 / 261

三、动机与大众媒体使用的交互作用分析 / 264

第四部分 研究结果讨论 / 267

第四节 食药安全舆情事件的社会热度评价与常态模型的建构——基于  
2016 年食药安全舆情分析 / 270

第一部分 食药安全舆情事件的社会热度评价体系 / 270

一、研究缘起 / 270

二、舆情研判的理论依据 / 271

三、建构食药安全舆情事件的社会热度评价体系 / 272

四、2016 年食药安全舆情事件的热度评价研究 / 274

第二部分 食药安全舆情事件的常态模型分析 / 275

一、食药安全舆情事件的时间分布：2—4 月为一年当中的盛发期 / 275

二、食药安全舆情事件地域分布：除了全国性事件最多之外，地区性事件主要集中于东部沿海一带 / 276

三、食药安全舆情事件行业分布：餐饮、医院、疫苗和乳制品为集中爆发行业 / 278

四、食药安全舆情事件性质、关涉主体和影响范围 / 279

五、食药安全舆情事件的传播特征 / 281

六、2016 年中国食药安全舆情事件社会常态模型的几个特征 / 283

第三部分 食药安全舆情事件的应对与传播策略 / 284

一、建立健全全国统一的食药安全舆情协同中心成为当务之急 / 284

二、大力提升食药监系统在热点舆情危机传播中的应对能力和传播策略 / 284

第五节 Cancer Information Seekers in China: A Preliminary Profile / 287


第六节 Expanding the NCI Health Information National Trends Survey From the United States to China and Beyond: Examining the Influences of Consumer Health Information Needs and Practices on Local and Global Health / 317

附录 1: 中国居民健康信息调查问卷 / 334

2012 年北京居民健康信息接触调查问卷 / 334

2017 年中国居民健康与食品药品安全情况调查问卷 / 347

附录 2: 图表目录 / 367



# 第一章

## 导论：理论框架与学术逻辑



## 健康传播研究常模

——以“HINTS 中国”调研项目为例

喻国明 潘佳宝 Gary L. Kreps

**【摘要】**本文以健康传播研究为范本，建构了一个具有普遍示范意义的应用传播学的研究大纲和分析模式。健康传播的研究一般沿着两个维度展开：一是传播的效应维度，分为健康信息的触达与认知、健康观念的形成与演化以及健康行为的启动与培育三个层次；二是传播的社会维度，分为微观个体性因素对健康传播与信息加工的影响、中观群体性因素对健康传播与信息加工的影响以及宏观社会性因素对健康传播与信息加工的影响三个方面。本文对于发轫于美国的“健康信息全国趋势调查”并结合我们在中国 HINTS 调查所获得的研究经验，较为详尽地探讨了如何对调查数据进行深度的价值挖掘，以及由此所依照的 10 个相关理论模型的框架和范式。

**【关键词】**应用传播学研究；健康传播；数据价值挖掘；分析范式

应用传播学的研究一般属于问题导向型的研究，它的长处在于以认识、把握和解决问题为核心，视野开阔、手段灵活，常常能够打破既有的学术逻辑与框架，实现研究方法与学术范式的混搭与创新；其短处则在于研究范式和研究结论或许能够解释和解决某个具体问题，但内在逻辑的整一性不高、结论适用的普遍性不足、学术的规范性不强等。而应用传播学研究常常又是年轻研究者涉入传播学研究领域的初阶，容易在理论框架和学术逻辑方面感到困难或迷失，因此，亟须一个具有普遍示范意义的应用传播学的研究大纲作为参照。就此而言，健康传播作为应用传播学领域最为重

要的一支，其理论框架和学术逻辑最具应用传播学研究的“常模”意义，因此，我们不妨以此作为研究展开的参照框架，在此基础上启迪人们创造性地启动和展开研究。

健康传播的研究一般是沿着两个维度展开：一是传播的效应维度，分为健康信息的触达与认知、健康观念的形成与演化以及健康行为的启动与培育三个层次；二是传播的社会维度，分为微观个体性因素对健康传播与信息加工的影响、中观群体性因素对健康传播与信息加工的影响以及宏观社会性因素对健康传播与信息加工的影响三个方面。而发轫于美国的“健康信息全国趋势调查”恰恰是这一研究范式的重要标版。

美国健康信息全国趋势调查（Health Information National Trends Survey，简称 HINTS）是一项由美国国家癌症研究所主持的全国性调查，自 2003 年以来每两年进行一次，历时性、全方位地考察了美国成年居民对健康信息的获取和使用，包括如何利用信息技术管理自我健康和健康信息、参与健康行为的程度等，并特别关注了癌症信息获取和搜寻以及预防和控制问题。目前来说，HINTS 是美国唯一全国性的监控癌症传播的影响和变化的调查工具，已成为美国癌症防控所参考的重要数据来源，指导了大量基于实证的健康干预活动。HINTS 的数据向公众开放，为从事健康传播研究的人员完善在信息时代的健康传播理论提供了丰富的数据，据统计，截至目前有将近 400 篇基于 HINTS 数据的期刊论文。

在我国，喻国明教授的研究团队分别与中国健康教育中心和中国健康传媒集团合作，于 2012 年、2017 年（计划从 2018 年起为每年一次，并扩展更多地区成为被调查样本）两次基于 HINTS 研究框架和调查经验，在北京和合肥两地开展了“HINTS 中国”的试验性调查。调查取得了两地居民对健康信息（特别是癌症信息）的需求、认知程度以及评价的基础数据，为中国健康信息传播策略与疾病防治工作提供了指导和支持。2017 年“HINTS 中国”调查在首次调查的基础上继续推进，观察两地居民在健康信息的需求和认知方面的趋势性变化，并加入了食品药品安全信息的公众寻求与传播渠道的调研模块，了解两地居民关于食药安全的认知和信息获取。



表 1 “HINTS 中国” 两次调查的基础信息

调查轮次	调查时间	样本数	调查主要内容
HINTS- 中国 1	2012	2567	健康信息的获取和寻求；癌症认知、癌症信息的获取和寻求；健康状况、吸烟、饮食和锻炼；医疗服务和医患沟通评价；人口统计学信息
HINTS- 中国 2	2017	3090	健康信息的获取和寻求；癌症认知、癌症信息的获取和寻求；食品安全的认知和食品安全意识、信息的获取和寻求；药品安全认知和意识、信息获取和寻求；健康状况、吸烟、饮食和锻炼；医疗服务和医患沟通评价；人口统计学信息

我们在中国 HINTS 调查所获得的丰富数据的基础上，重点展开了数据的价值挖掘工作。而所有这些调查数据的价值挖掘都是在有关 HINTS 调查 10 个相关理论模型的框架和范式的基础上进行的。

## 第一部分 健康信念模型 (Health Belief Model)

健康信念模型是健康传播领域的经典理论之一，也广泛应用于控烟、营养、锻炼、艾滋病、疾病筛查等议题的健康干预活动。该理论认为，人们采取健康相关行为是他们的心理活动（包括认知 perception、态度 attitude 和信念 belief）的结果，当他们认为：1) 不好的健康状况可以避免，2) 推荐的措施能避免不良的健康状况而且 3) 自己能成功地采取推荐的措施时，他们就会采纳并实施这些行为。

“HINTS 中国”调查了北京、合肥两地居民在癌症和食品药品安全议题上的认知和信念。以癌症为例，调查涵盖了被调查者在致癌因素（“癌症是由个人的行为或生活方式引起的”“生活中有太多的因素都能致癌”）、可治愈性（“癌症在早期发现后是可以治愈的”“想到癌症，就想到了死亡”）、癌症筛查有效性（“经常体检可以帮助发现初期的癌症”）的认知情况。其中，“没什么办法能降低患上癌症的概率”的题项评估了被调查者对于“不好的健康状况是否可以避免”的想法，而“癌症是由个人的行为或生活方式引起的”“经常体检可以帮助发现初期的癌症”“防癌的建议太多了，很难决定听