

(供健康教育专业用)

健康 传播学

主编单位 北京医科大学



人 民 卫 生 出 版 社

健康传播学

主编单位：北京医科大学
编写单位：华西医科大学
同济医科大学
中山医科大学
上海医科大学
河北职工医学院

人民卫生出版社

(京)新登字081号

图书在版编目(CIP)数据

健康传播学 / 北京医科大学主编. —北京:人民卫生出版社, 1993

高等院校教材

ISBN7-117-01969-7

I. 健…

II. 北…

III. ①健康学:传播学-医学院校-教材②传播学:健康学-医学院校-教材

IV. R193-43

人民卫生出版社出版

(北京市崇文区天坛西里10号)

三河市宏达印刷厂印刷

787×1092毫米16开本 11³/₄印张 250千字

1993年9月第1版 1993年9月第1版第1次印刷

印数: 00 001—3 100 定价: 10.90元

前 言

随着健康教育事业的发展，近几年，在部分医学院校设置了健康教育专业，培养了一批健康教育专业人才，及时地增添了新生力量，壮大了健康教育队伍。为加强健康教育专业，完善教材建设，我们组织北京、上海、华西、同济、中山医科大学及河北职工医学院等院校的教师，编写了健康教育专业试用教材——《健康教育学》、《健康传播学》、《健康行为学》、《心理学》。

本套教材，在编写过程中既注意吸取了国外新理论、新方法，同时又注重适应我国的实际情况。在内容编排上保持了严格的学科界限，突出了本学科理论体系的完整性和特色。这套教材适用于医学院校健康教育专业和其它专业的医学生，对于健康教育工作者系统学习专业理论也有一定参考价值。

本套教材从制定编写大纲到定稿，历时二年，现在终于与读者见面了。在编写过程中，得到了有关领导、专家、兄弟院校同仁及健康教育工作者的帮助与支持，在此表示衷心的感谢！

编写健康教育专业教材，在我国尚属首次，经验不足，水平有限，缺点和错误难免，殷切期望广大师生与健康教育工作者多提意见，以便再版时作进一步修订。

全国爱国卫生运动委员会
办 公 室

目 录

第一章 绪论	1
第一节 概述	1
一、健康传播学的概念	1
(一) 什么是健康传播学	1
(二) 健康传播的界定	1
二、健康传播学的性质和作用	2
(一) 健康传播学的内涵	2
(二) 健康传播的要点	2
(三) 健康传播学与邻近学科的关系	3
第二节 健康传播学的发展	4
一、传播与传播学	4
(一) 传播的概念和实质	4
(二) 传播学的兴起和发展	4
二、健康传播与健康传播学	6
(一) 健康传播	6
(二) 健康传播学的兴起和发展	6
第三节 健康传播学研究的对象和内容	6
一、人类行为问题	6
(一) 行为的产生	7
(二) 干预行为	7
二、目标市场	7
三、健康传播过程	8
(一) 传播者	8
(二) 媒介	8
(三) 受传者	8
四、怎样提供有效的健康传播服务	8
(一) 研究受传者的心理状况	8
(二) 应为受传者设身处地想一想	9
(三) 认真检查传播的效果和步骤	9
(四) 要适合目标人群的文化背景	9
(五) 克服认知不协调	10
(六) 监测与反馈	10
第四节 健康传播学的基本理论和策略	10
一、以传播学基本理论为基础	10

(一) 传播结构分析及五要素构成理论	10
(二) 循环模式和数学模式	11
(三) 信息与反馈理论	12
(四) “舆论先导”与“二级传播理论”	13
二、采撷相关学科的理论和方法	14
(一) 健康传播学与相关学科的关系	14
(二) 个体行为学原理与健康传播学	14
三、健康传播学研究的原理和方法	15
(一) 健康信息沟通原理	15
(二) 个体行为激发原理	15
(三) 受传者需求原理	16
(四) “二级传播”或“多级传播”原理	16
(五) 动态相关性原理	16
(六) 健美创新原理	17
(七) 超前控制性原理	17
第五节 健康传播的方法和步骤	17
一、联系生活实际,运用多种方法反复传播	17
二、健康讯息传播的12个步骤	17
(一) 说明提倡的是什么健康行为	18
(二) 确定目标人群	18
(三) 询问新的卫生行为是否需要新的技能	18
(四) 了解受传者的知识、信念和行为	18
(五) 询问所传播的卫生行为曾否介绍	18
(六) 了解受传者现有的健康信息来源	18
(七) 选择传播渠道和媒介	18
(八) 设计合乎要求的卫生讯息	19
(九) 检验并提高健康传播材料的质量	19
(十) 与其他卫生工作同步进行	19
(十一) 估计新行为是否在实行	19
(十二) 分阶段重复和调整信息	19
第六节 展望	19
一、健康传播的任务	20
二、预防新的疾病	20
(一) 什么是新的疾病	20
(二) 新的挑战	21
(三) 概念和言语的传播	21
(四) 大众媒介对健康的影响	21
三、协调健康和媒介之间的关系	21
四、把握健康传播研究和培训的重点	21

(一) 加强培训	21
(二) 把握研究的重点	22
第二章 传播者	22
第一节 传播者	22
一、传播者的概念	22
(一) 传播者	22
(二) 两个相关的概念	22
二、传播者的职能	23
(一) 收集信息	23
(二) 加工制作讯息	24
(三) 发出信息	24
(四) 收集与处理反馈信息	24
三、健康传播者的素质	25
(一) 对传播者的基本要求	25
(二) 健康传播者的政治素质	25
(三) 健康传播者的业务素质	25
四、健康传播的组织与机构	25
(一) 健康传播的组织机构	25
(二) 其他健康传播机构	26
第二节 把关人	27
一、把关人的概念	27
二、把关人的作用	27
三、把关人的职责	28
第三节 健康传播者应遵循的基本原则	28
一、注意传播信息的思想性	28
二、市场经济规律	29
三、传播者的自律	29
(一) 制订出版、道德规范	29
(二) 组织监督检查评比	29
(三) 加强把关人作用	29
(四) 设立反馈机构	29
四、社会文化因素的影响	29
第三章 信息与符号	30
第一节 信息	30
一、信息	30
(一) 信息概念的提出	30

(二) 信息的定义	30
(三) 信息的基本特性	31
(四) 信息的种类	32
(五) 信息与社会现代化	32
(六) 讯息	33
二、健康信息	33
(一) 什么是健康信息	33
(二) 健康讯息应具备的几个特点	33
(三) 有关五类人群需求的健康信息	34
(四) 预防信息污染	36
(五) 健康讯息的表达形式	36
第二节 传播符号	36
一、传播符号概述	36
(一) 符号的含义	36
(二) 传播符号分类	37
二、语言符号系统	38
(一) 语言传播符号的概念	38
(二) 语言传播符号的特性	38
三、非语言符号系统	40
(一) 非语言传播符号的概念及特点	40
(二) 非语言传播符号分类	40
四、健康传播中的语言传播和非语言传播	42
第四章 传播媒介	43
第一节 传播媒介概述	43
一、传播媒介的概念	43
二、传播媒介的运用和发展	43
(一) 原始媒介	43
(二) 语言媒介	44
(三) 文字媒介	44
(四) 电子媒介	44
三、媒介的分类	45
(一) 传播媒介分类	45
(二) 健康传播中常用的媒介	45
四、媒介的选择原则	45
(一) 传播的内容	45
(二) 受众的特点	45
(三) 经济条件的可能性	45
(四) 综合选择原则	45

五、衡量传播媒介的标准	46
(一) 时空因素	46
(二) 参与程度	46
(三) 时效法	46
(四) 持久性	46
(五) 影响力	46
第二节 大众传播媒介	46
一、大众传播媒介的共同特点	46
(一) 间接传送	46
(二) 覆盖面大	43
(三) 面向社会	46
(四) 具备时效性	46
(五) 可以生产和重复利用	46
二、大众媒介的各个不同的特点	47
(一) 卫生报纸	47
(二) 卫生杂志	47
(三) 卫生广播	47
(四) 卫生科教电视片	48
(五) 卫生影片	48
第三节 健康讯息的传播方法和媒介	48
一、传播健康讯息的方法	48
二、健康传播材料的制作和使用	48
三、要善于使用大众传播媒介	48
(一) 因时因地因人制宜, 使用多种大众传播媒介	49
(二) 要善于与大众传播媒介合作	49
四、几种常用的健康讯息传播方法和媒介	49
(一) 关于健康问题的谈话	50
(二) 谚语	50
(三) 寓言	50
(四) 故事	50
(五) 案例研究	50
(六) 示范	50
(七) 宣传画	50
(八) 展览	50
(九) 照片	50
(十) 放映材料	50
(十一) 录音带	51
(十二) 电影	51
(十三) 杂志	51

(十四) 广告	51
(十五) 小册子	51
(十六) 民间传统媒介的应用	51
第五章 受传者	51
第一节 受传者概述	51
一、受传者的概念	51
(一) 受传者的定义	51
(二) 受传者的“生命空间”	52
二、受传者的心理特点与动机	52
(一) 受传者的心理特点	52
(二) 受传者的行为动机	53
第二节 有关受传者的研究理论	54
一、个体差异论	54
二、社会分类论	54
三、社会关系论	55
四、受传者心理上的选择性因素论	55
(一) 选择性注意	55
(二) 选择性理解	55
(三) 选择性记忆	56
第三节 健康传播的受传者	57
一、健康传播的受传者分类	57
(一) 特别受传者	57
(二) 一般受传者	57
二、受传者选择健康讯息的影响因素	58
(一) 传播者或传播机构的权威性	58
(二) 健康讯息组织的科学性、严谨性	58
(三) 受传者的预存立场	58
(四) 需要程度	58
(五) 受传者的遵从性心理	58
(六) 行政干预	58
三、受传者对健康讯息的利用	59
(一) 培养良好的生活习惯	59
(二) 形成科学的生活方式	59
(三) 指导防病治病、合理用药	59
(四) 保持心理及情绪健康	59
(五) 改善生活环境	59
(六) 掌握健康研究新进展	59

第六章 传播效果	60
第一节 概述	60
一、传播效果的概念及表现形式	60
(一) 概念.....	63
(二) 传播效果的表现形式.....	60
二、健康传播的效果	61
(一) 概念.....	61
(二) 健康传播效果的层次.....	61
三、研究健康传播效果的目的和意义	62
第二节 传播效果研究的发展过程	62
一、枪弹论	63
二、有限效果论	63
三、适度效果论	64
(一) 创新——扩散论.....	64
(二) 使用与满足论.....	64
(三) 确定议程论.....	64
(四) 文化规范论.....	64
四、强大效果论	65
第三节 影响传播效果的因素	65
一、环境因素	65
(一) 社会环境.....	65
(二) 自然环境.....	65
二、传播者因素	66
(一) 内在因素.....	66
(二) 外在因素.....	66
(三) 经验范围.....	67
(四) 处理信息能力.....	67
三、信息因素	67
四、媒介与渠道因素	67
(一) 媒介的影响.....	67
(二) 渠道因素.....	67
五、受传者因素	67
(一) 智能.....	68
(二) 背景.....	68
(三) 心理因素.....	68
(四) 健康状况.....	68
六、其他影响因素	68

(一) 干扰	68
(二) “舆论先导”	69
(三) 把关人	69
第四节 提高传播效果的基本原则	69
一、创造良好的传播环境	69
(一) “抓两头、带中间”的原则	69
(二) 因地制宜原则	69
(三) 创造“众口一词”的传播环境	69
二、树立良好的传播者形象	69
(一) 当好把关人	69
(二) 树立良好的传播者形象	69
三、注意信息的有效利用	69
(一) 收集信息	69
(二) 处理信息	70
四、合理运用传播渠道与媒介	70
(一) 综合运用原则	70
(二) 排除各种干扰	70
五、以受传者的需求为传播之本	70
(一) 激发需求	70
(二) 受传者至上原则	70
第七章 人际传播	71
第一节 人际传播概述	71
一、人际传播的定义	71
二、人际传播的特点	71
(一) 传播双方互为传播者、受传者	71
(二) 人际传播双方使用统一或相通符号	72
(三) 反馈机会多而且及时	72
(四) 传递接受信息完整而且有效	72
(五) 信息传递速度慢, 但可控制	72
(六) 覆盖面有限、保存复制信息能力差	72
三、人际传播的功能	72
(一) 社会组合功能	72
(二) 行为调节功能	72
(三) 心理保健功能	72
四、人际传播中的信息流向模式	73
(一) 来往型信息流向	73
(二) 平行式信息交流	73
(三) 汇流式信息交流	73

(四) 循环型信息交流	74
(五) 筛选型信息交流	74
(六) 网络式信息交流	74
第二节 人际传播的形式	74
一、二人传播	74
(一) 含义	74
(二) 二人传播相互作用分析	75
(三) 二人传播中的自我开放	76
二、小群体传播	77
(一) 群体的含义	77
(二) 影响小群体传播的因素	77
三、公众传播	79
(一) 公众与公众传播	79
(二) 公众传播的特点	79
(三) 影响公众传播的因素	79
第三节 健康教育中的人际传播	80
一、人际传播在健康教育中的地位和作用	80
(一) 人际传播是开展健康教育的基本途径	80
(二) 人际传播是有针对性地开展健康教育的重要形式	80
(三) 人际传播是达到健康教育目的的有效方式	81
(四) 利用人际传播开展健康教育是我国国情的需要	81
二、健康教育中人际传播的特点	81
(一) 目的性	81
(二) 针对性	81
(三) 计划性	81
(四) 科学性	81
(五) 灵活性	81
(六) 可评价性	81
三、健康教育中常用的人际传播形式	81
(一) 健康咨询	81
(二) 讲座	82
(三) 小组活动	82
(四) 个别劝导	82
四、劝服	82
(一) 劝服的含义及态度改变	82
(二) 劝服成功的基础	83
(三) 劝服的原则	84
(四) 劝服的方法	85
(五) 劝服的过程	86

第八章 大众传播	88
第一节 概述	88
一、什么是大众传播	88
(一) 大众特征	88
(二) 大众传播的涵义	88
(三) 大众传播的特点	88
二、大众传播的社会功能	89
(一) 传播新闻、提供信息	89
(二) 加强社会准则, 维护道德规范	90
(三) 组织舆论、影响群众	90
(四) 授予地位	90
(五) 教育功能	90
(六) 提供娱乐, 丰富生活	90
第二节 大众传播过程	91
一、大众传播的产生、发展与反馈	91
(一) 产生过程	91
(二) 发展过程	91
(三) 反馈过程	92
二、两级传播、多级传播与舆论向导	92
三、传播障碍的要素分析	93
(一) 机械的障碍	93
(二) 语意学的障碍	93
(三) 符号的障碍	93
(四) 心理的障碍	94
第三节 健康教育中的大众传播	94
一、大众传播在健康教育中的地位	94
二、大众传播在健康教育中的作用	95
(一) 提高效果	95
(二) 没有健康传播, 山区卫生面貌难以改变	95
(三) 运用传播理论为健康教育决策提供科学依据	95
(四) 节省投资	95
(五) 衡量文明、科技发展的标志	96
第四节 新的疾病与大众传播	96
一、性病和艾滋病防治与大众传播	96
(一) 性病与传播媒介	96
(二) 艾滋病与传播媒介	97
二、幼儿和老年保健与大众传播	98
(一) 幼儿和儿童的“智力”与广告媒介	98
(二) 中老年保健与广告媒介	99

三、控制吸烟与大众传播	100
第九章 传播技巧	101
第一节 基本沟通技巧	102
一、谈话的技巧	102
(一) 谈话的目的和意义	102
(二) 谈话的方式方法	102
二、非语言传播技巧	103
(一) 无声的动姿	103
(二) 无声的静姿	103
(三) 有声的类语言	103
(四) 时空语	104
三、倾听技巧	104
(一) 主动参与	104
(二) 克服干扰, 避免造成听的中断	104
(三) 总结要点	104
(四) 注意观察	104
四、提问技巧	104
(一) 封闭式提问	105
(二) 开放式提问	105
(三) 探索式提问	105
(四) 偏向性提问	105
(五) 复合式提问	105
五、反馈技巧	105
(一) 肯定性反馈	105
(二) 否定性反馈	106
(三) 鞭策性反馈	106
(四) 情感性反馈	106
第二节 小组主持人技巧	106
一、小组讨论概述	107
(一) 小组讨论的适用范围	107
(二) 小组主持人的职能和应具备的素质	107
(三) 小组讨论四要素	107
二、打破僵局技巧	108
(一) 欢迎来者	108
(二) 相互结识	108
三、组织讨论技巧	108
(一) 使用引发材料	109
(二) 头脑风暴法	109

(三) 轮流发言	109
(四) 分散议论法	109
(五) 无记名提案法	109
四、处理讨论障碍的技巧	109
(一) 当有人始终一言不发时	109
(二) 当有人垄断式发言时	110
(三) 当小组出现分歧意见时	110
(四) 当讨论失控、脱离主题时	110
第三节 演讲技巧	110
一、演讲概述	110
(一) 演讲的含义	110
(二) 演讲的分类	110
二、演讲的准备	111
(一) 演讲者的心理准备	111
(二) 把握听众心理	112
(三) 演讲稿的准备	112
三、演讲语言技巧	113
(一) 演讲的开场白技巧	113
(二) 演讲结束语技巧	113
(三) 演讲者的有声语技巧	114
(四) 演讲的非语言技巧	115
(五) 演讲的时间语技巧	115
四、演讲的临场注意事项	115
(一) 虽有讲稿, 但不宜照本宣科	115
(二) 克服习惯性词语和小动作	115
(三) 善于应变, 处置意外情况	115
第四节 培训技巧	116
一、培训概述	116
(一) 培训的含义与特点	116
(二) 培训者的职责	116
(三) 培训的指导原则	116
二、培训计划、实施与评价	117
(一) 培训需求评估	117
(二) 编写培训计划、课程计划与教材	117
(三) 培训的准备与实施	118
(四) 培训的评价	118
三、教学工作的基本环节	119
(一) 备课	119
(二) 上课	119

(三) 个别辅导.....	120
(四) 课堂教学评价.....	120
四、常用教学方法的选择.....	120
(一) 讨论法.....	120
(二) 角色扮演.....	120
(三) 模拟法.....	120
(四) 个案分析法.....	120
(五) 课题设计法.....	121
(六) 演示法.....	121
附录一：撰写培训计划指导提纲.....	122
(一) 培训目的.....	122
(二) 学员来源及条件.....	122
(三) 名额.....	122
(四) 学程及办班日期、地点.....	122
(五) 课程设置.....	122
(六) 评价方法.....	122
(七) 教学进度计划.....	122
(八) 所需教学资源及经费预算.....	122
附录二：课程计划示例.....	122
附录三：角色扮演脚本示例.....	123
第十章 传播模式及策略选择.....	124
第一节 传播模式.....	124
一、概述.....	124
(一) 定义.....	124
(二) 作用.....	124
二、传播模式的类别和分析.....	125
(一) 传播总模式.....	125
(二) 认知和谐模式.....	127
(三) 大众传播概念模式.....	129
(四) 大众传播过程模式.....	132
(五) 创新扩散模式.....	135
三、模式简评.....	137
(一) 各有侧重，相互补充.....	137
(二) 多维性和复杂性.....	137
(三) 尚处初级阶段.....	138
(四) 一把钥匙开一把锁.....	138
第二节 健康传播策略的选择.....	138
一、传播策略的含义.....	138