

突发公共卫生事件背景下数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿影响因素研究^{*}

韩世曦 曾粤亮

【摘要】伴随着健康信息的普及、微信公众平台的发展以及突发公共卫生事件的影响,越来越多的数字青年通过微信公众平台关注和获取健康信息。基于技术接受模型、信息采纳模型、社会认知理论和感知风险理论,以信息质量、感知有用、感知易用、感知风险、自我效能、结果预期、采纳意愿为变量构建影响因素模型,探究突发公共卫生事件影响下数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿影响因素,发现微信公众平台健康信息质量显著影响其感知有用性;感知有用、自我效能和结果预期显著影响其采纳意愿;而感知易用和感知风险则对采纳意愿的影响不显著。基于此,结合突发公共卫生事件影响与常态化管理,面向微信公众平台健康信息接收方(数字青年)、发布方、监管方提出常态化优化策略。

【关键词】健康信息 采纳意愿 数字青年 微信公众平台 突发公共卫生事件

Abstract: With the spread of health information, the development of WeChat Official Accounts and the impact of public health emergencies, more and more digital youths pay attention to health information through WeChat Official Accounts. Based on Technology Acceptance Model, Information Adoption Model, Social Cognition Theory, and Perceived Risk Theory, this study builds an influencing factor model with variables such as information quality, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, self-efficacy, outcome expectation, and adoption intention. It is found that health information quality of WeChat Official Accounts has significant positive impact on digital youths' perceived usefulness; perceived usefulness, self-efficacy and expected outcomes have significant positive impact on their adoption intention; while the impact of perceived ease of use, and perceived risk on adoption intention is not significant. According to the research results, optimization strategies are proposed for health information receivers (digital youths), publishers, and regulators of WeChat Official Accounts.

Key words: health information adoption intention digital youth WeChat Official Accounts public health emergencies

DOI:10.15941/j.cnki.issn1001-0424.2021.06.010

0 引言

伴随着中国社会经济的跨越式发展,人们的物质生活水平不断提高,健康问题也越来越突出。2019年《中国卫生健康统计年鉴》显示,我国居民慢性病患率为24.5%^[1],整体健康状况有待改善。十八届五中全会上,中共中央、国务院提出《“健康中国2030”规划纲要》,旨在推进健康中国建设,提升全民健康水平。近年来,我国公众对健康的关注度逐渐提升,2016年《中国网民健康力提升报告》指出,超八成网民关注并重视自身健康问题^[2],健康观念从以往的有病再就医到如今更重视疾病预防与健康管理^[3]。2019年末2020年初,新型冠状病毒肺炎疫情暴发,面对这一国家重大突发公共卫生事件,公众对健康信息的需求和关注空前提高,在健康信息上花费的时间翻了2~4倍^[4]。通过查寻、阅读和采纳与日常健康生活方式和疾病防治相关的信息能在一定程度上帮助

^{*} 本文系中国博士后科学基金面上项目“多维集成视角下跨学科科研合作行为影响因素及策略研究”(项目编号:2019M662689)的研究成果之一。

人们预防疾病、管理健康和提升健康水平。

目前,人们获取健康信息的主要途径是互联网。研究显示,网络健康信息会影响人们的健康决策,超四成网民通过网络寻求临床建议、用药指南、就医就诊等健康信息^[5]。中国互联网络信息中心(CNNIC)第46次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2020年6月,我国互联网用户已达9.40亿,普及率为67.0%,手机网民规模达9.32亿,占99.2%;在手机常见App中微信的使用率最高^[6],微信公众平台成为健康信息传播的重要途径。通过实证调查发现,新冠疫情发生后,国内多所高校利用微信公众平台积极开展远程服务^[7]。然而,网络世界的健康信息质量参差不齐,有些微信公众平台发布了未经考证的新冠疫情信息,甚至是谣言,不仅引发社会恐慌,也可能危害公众身心健康甚至生命安全^[8]。研究微信公众平台用户的健康信息采纳意愿影响因素,能更好地把握其采纳行为,并采取相应的规范、引导和治理措施。其中,“信息采纳”通常表示用户结合已有认知和自身需求对信息进行分析 and 筛选后,赞同和接受信息的决策过程^[9]。在微信公众平台上,点赞、评论和转发是对信息认可的常见表达,本研究中微信公众平台健康信息采纳指通过点赞和转发来表达对健康信息肯定的态度。

作为微信主要用户群,青年人的网络健康信息采纳行为不容忽视。青年是社会发展的中坚力量,而作为数字社会的重要表征,网络对青年群体行为的影响不可小觑。“数字青年(Digital Youth)”概念强调了年龄层次和媒介使用特性,表示伴随互联网普及而成长起来的一代人(通常指出生在1990年之后),从小接触互联网和数字化设备,掌握较高的数字技能^[10-11]。CNNIC第46次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,20—39岁网民占比最高(40.3%),而微信主要用户群集中在18—35岁,占微信总体用户86.2%。然而不同国家或组织对“青年”的年龄划分不同,典型代表性有联合国(15—44周岁)、中国共青团(14—30周岁)、青年联合会(18—44周岁);此外不同国家和地区互联网发展步调不一致,也使得数字青年年龄界定尚未有统一标准,赵宇翔^[12]认为15—25岁的年轻人可视为全球范围内规模最大的数字青年群体,在一定情境下也叫“数字原住民”(Digital Native)。综合相关年龄界定和我国互联网发展情况,本研究将数字青年定义为18—30周岁的“数字原住民”。

目前,老年人^[13]和大学生^[14]是微信健康信息行为研究重点对象,而与单纯强调年龄和学历属性不同,数字青年与现代数字社会发展紧密相关,将成为社会发展最核心的推动力量,其网络健康信息行为也在数字反哺和代际学习中产生影响。然而,目前已有研究较少从数字青年的特质出发探讨其网络健康信息行为。因此,本研究以数字青年为研究对象,以微信公众平台为媒介,结合突发公共卫生事件这一背景,构建数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿模型,旨在明确该群体网络健康信息采纳意愿影响因素及作用关系,最终面向微信公众平台健康信息接收方(数字青年)、发布方、监管方提出常态化优化策略。

1 相关理论

1.1 技术接受模型

技术接受模型(Technology Acceptance Model, TAM)由美国学者Davis F D等^[15]在1989年提出,在理性行为理论上综合了期望理论和自我效能理论,由感知有用、感知易用、使用态度、行为意向、实际行为五个变量组成,主要用于分析用户对一项新的信息技术或信息系统的采纳行为。感知有用和感知易用共同决定用户对新技术的使用态度,最终决定行为意向和实际行动。技术接受模型在用户接受意愿和行为相关研究中得到广泛应用,根据信息采纳的知识转移观点中的解释,用户对信息的采纳与对技术的采纳,过程具有相似性,在研究信息采纳意愿时可借鉴技术接受模型中相关变量。因此,本研究借鉴技术接受模型研究数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿影响因素。

1.2 信息采纳模型

2003年Sussman S W等^[16]在技术接受模型和精细加工可能性模型(Elaboration Likelihood Model, ELM)基础上提出信息采纳模型(Information Adoption Model, IAM),由论据质量、来源可靠度、信息有用性和信息采纳四个变量组成。该模型表示信息有用性将直接影响信息是否被采纳,而信息有用性受论据质量和来源可信度共同影响,论据质量和来源可信度越高,信息有用性越高。结合技术接受模型可知,感知有用显著影响使用态度,而论据质量和来源可信度影响信息有用性,信息有用又是信息接收者对信息价值的主观判断,因此,论据质量和来源可信度对感知有用也是有影响的。本研究提出“信息质量”这一变量,其中包含论据质量和来源可信度两个方面。

1.3 社会认知理论

Bandura A等^[17]认为,个体认知影响用户行为,故在行为理论中引入个体认知,建立社会认知理论(Social

Cognitive Theory, SCT), 指出行为、环境、个体之间相互影响、互成因果, 其作用机理包括: 个体可主导行为, 行为可调节个体; 环境可影响行为; 个体可改变环境。此后社会认知理论得到发展, 强调个体在行动时产生自我效能和结果预期两种决定性因素。本研究认为, 数字青年对自我能力和投入回报的认知(结果预期)影响其对微信公众平台健康信息的采纳意愿。

1.4 感知风险理论

感知风险(Risk Perception, RP)最早由哈佛大学Bauer RA^[18]于1960年从心理学中扩展提出, 认为个体行为可能给自己带来无法预知的风险, 即与预期相反的结果, 通常是不可控的, 对其不确定性和错误结果严重性的判断就是感知风险。该理论逐渐扩展到管理学、行为学、社会学等领域^[19], 后来被扩展到消费领域, Peter J P^[20]认为感知风险代表消费者对可能带来的损失的感知力, 一般认为是一个多维度变量, 包括: 财务、功能、社会、身体、隐私、时间等。当研究主题及对象发生变化时, 感知风险类型也会不同。本研究认为, 时间风险、身体风险等可能会影响数字青年微信健康信息采纳意愿。

2 研究假设与模型构建

2.1 信息质量与感知有用

根据信息采纳模型, 信息质量(Information Quality, IQ)包含来源可靠度和论据质量, 二者正向影响信息有用性。Ohanian R^[21]将来源可靠度定义为个体对信息源的相信程度, 不涉及信息内容本身, 通常包含信息来源的专业性和可信性两个维度。Sussman S W^[16]将论据质量定义为个体对信息内容有用性或论点说服力的感知, 通常包含信息内容的完整性、一致性和准确性三个维度。在本研究中, 信息质量表示数字青年对微信公众平台健康信息来源和信息内容本身的信赖程度。Weiss B A^[22]研究发现, 论据质量的好坏将会影响人们的健康决策和行为; 杨秋霞^[23]对微信健康信息发送对用户行为意向进行研究, 发现论据质量和信息来源可信度正向影响感知有用性; 孙俐丽^[24]的研究显示新冠疫情信息源的权威性和专业性会影响公众感知和行为, 因此提出如下假设:

H1: 微信公众平台健康信息质量对数字青年感知有用具有显著正向影响

2.2 感知有用与采纳意愿

在技术接受模型中, 感知有用(Perceived Usefulness, PU)表示用户采纳特定技术对当前工作促进作用的主观评价^[15]。在本研究中, 感知有用表示数字青年对采纳微信公众平台健康信息能够满足其健康需求或解决自身健康问题的相信程度, 对健康信息有用性感知程度越高, 采纳健康信息的可能性越大。在移动阅读、数字图书馆、电子商务(政务)等领域, 感知有用被认为是相关系统和应用采纳意愿的重要影响因素, 而在网络(移动)健康信息服务领域, 这一因素同样被得到普遍验证。吴江等^[25]基于元分析方法对25篇关于可穿戴设备用户采纳行为研究文献进行统计, 发现感知有用性对行为意向的影响作用最为显著; 刘菲^[26]的研究表明, 感知有用性增强了移动医疗服务的紧急和日常采纳意愿。因此提出如下假设:

H2: 感知有用显著正向影响数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿

2.3 感知易用与采纳意愿

根据技术接受模型, 感知易用(Perceived Ease Of Use, PEOU)表示用户对采纳特定技术所需付出使用成本的主观判断^[27], 当用户认为在采纳过程中需付出较大努力, 通常会降低采纳意愿。在本研究中, 感知有用表示数字青年在采纳微信公众平台健康信息时对需要付出努力(包括理解和辨别信息质量与真伪)程度的主观判断。同感知有用一样, 在涉及新技术、信息系统、移动APP、移动(电子)服务采纳领域, 感知易用常常作为测量变量并得到显著性验证。陈雨佳^[28]的研究表明, 在公众移动医疗采纳意愿影响因素中感知易用性具有显著作用。因此提出以下假设:

H3: 感知易用显著正向影响数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿

2.4 感知风险与采纳意愿

网络健康信息在彰显便捷性的同时也存在很多风险隐患, 往往涉及经济、时间、健康、隐私等多方面, 用户在采纳相关信息过程中主观感知相应风险系数高或几率大, 则会大大降低采纳意愿。在本研究中, 感知风险表示数字青年对采纳微信公众平台健康信息所带来不确定风险的判断。Hsieh P J^[29]认为, 感知风险增加了用户负面结果预期, 会降低网络健康信息利用意愿; Li H等^[30]认为, 当用户发现网站所提供的健康信息存在风险, 会抑制采纳和使用该服务的意愿; Deng Z H等^[31]的研究显示, 感知健康风险负向影响消费者在移动社交网站中的健康信息寻求意图; 莫秀婷和邓朝华^[32]结合社会认知理论, 同样发现感知风险是用户健康信息采纳意愿的影响因素之

一。因此提出以下假设:

H4: 感知风险显著负向影响数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿

2.5 自我效能与采纳意愿

根据社会认知理论,自我效能(Self-Efficacy, SE)指个体对完成指定任务目标时对自身能力的一种评估,在本研究中表示数字青年对于能否有效阅读、查找、甄别和利用微信公众平台健康信息的一种自我判断。对数字青年而言,浏览微信公众平台健康信息是一件较容易的事,在此基础上,主观认为自己能够快速有效地在微信公众平台上找到所需健康信息、有能力对其有用性进行判断并通过专业知识去理解,则其采纳可能性将提高。赵栋祥^[33]的研究显示,在个体层面,用户的自我效能对移动健康管理服务使用意愿具有显著影响;王文韬等^[34]面向27位微信平台中老年用户的访谈显示,自我效能是中老年用户健康信息接受行为意愿影响之一。因此提出以下假设:

H5: 自我效能显著正向影响数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿

2.6 结果预期与采纳意愿

根据社会认知理论,结果预期(Outcome Expectations, OE)表示人们对于自身行动结果的判断,即个体在行动前对行动后获得回报的预期感知,预期结果通常涉及个体成长、经济增长和人际关系改善。在本研究中,结果预期表示数字青年对采纳微信公众平台健康信息之后的期望,包括了解最新健康政策、知识、热点等,以往采纳健康信息达到好结果的经验以及对健康信息改善健康状况的相信程度会增强其结果预期,使数字青年更容易采纳信息。相关研究表明,好的结果预期会促使行为发生,例如邓朝华^[35]的研究发现,中老年用户在使用健康智能可穿戴设备中,结果预期显著影响其使用意愿。因此提出以下假设:

H6: 结果预期显著正向影响数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿

基于上述假设,本研究构建的模型框架如图1所示。

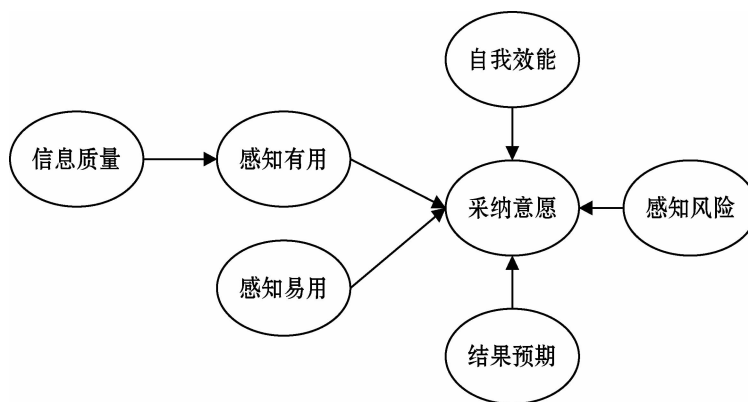


图1 数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿影响因素模型

3 研究方法与数据收集

3.1 变量测量指标及来源

本研究采用问卷调查收集数据,通过偏最小二乘法结构方程模型对研究假设和模型进行验证。该模型包括7个变量,测量题项均改编自已有文献,采用七级李克特量表进行测量。其中“信息质量”的测量项改编自Sussman S W^[16]的研究;“感知有用”的测量项改编自Davis F D^[15]和Sussman S W^[16]的研究;“感知易用”的测量项改编自Davis F D^[15]的研究;“感知风险”的测量项改编自Bauer RA^[18]的研究;“自我效能”和“结果预期”的测量项改编自Bandura A^[17]的研究;“采纳意愿”的测量项改编自Sussman S W^[16]的研究。

3.2 问卷调查

本次调查正处在新型冠状病毒肺炎疫情爆发期,重大突发公共卫生事件使人们对健康信息的需求急剧上升,因此本研究除设计上述变量测量题项外,还通过相关题目测量疫情前后数字青年阅读健康信息频率和时长的变化,为微信公众平台健康信息供给常态化发展提供现实依据。在问卷设计完成后,邀请医学专业和信息管理专业且符合数字青年标准的30名大学生参与预调查,根据反馈意见进行调整和修改。在正式调查中,调查对象设定为18—30周岁,且是有使用微信公众平台阅读健康信息经历的数字青年,以上标准通过问卷条件题项设置进行筛选。问卷通过问卷星生成并通过微信好友、微信群、朋友圈等方式进行发放,调查时间为2020年3月1日至2020年3月

15 日,共收到 391 份问卷,除去答题时间过长、过短、同一 ID 重复作答、连续多个题目答案一样的问卷,最终获得有效问卷 366 份,有效率为 93.61%。

4 数据分析

4.1 描述性统计分析

调查对象基本情况如表 1 所示。样本性别比例较均衡,学生比例超过一半,学历集中在本科和硕士,文化水平较高。此外,微信是数字青年最常使用的网络应用,81.42%的调查对象具有 4 年以上微信使用历史,使用 6 年以上人数最多,体现我国数字青年深受微信影响的特点,调查对象具有典型性,符合本研究要求。

表 1 人口统计学信息

项目	类别	样本数	占比 (%)	项目	类别	样本数	占比 (%)
性别	男	198	54.10	医学知识背景	有	90	24.59
	女	168	45.90		无	276	75.41
学历	高中及以下	4	1.09	常用网络应用	微信	362	98.91
	专科	58	15.85		微博	266	72.68
	本科	126	34.43		豆瓣	52	14.21
	硕士研究生	169	46.17		贴吧类	65	17.76
	博士研究生	9	2.46		今日头条、腾讯新闻	115	31.42
职业	学生	187	51.09	微信使用时长	0~2 年	26	7.10
	党政机构/事业单位人员	28	7.65		2~4 年	42	11.48
	企业/公司一般职员	111	30.33		4~6 年	120	32.79
	自由职业者	17	4.64		6 年以上	178	48.63
	其他	23	6.28				

4.2 微信公众平台健康信息关注情况

新型冠状病毒疫情是本次调查开展的一个重要社会背景,疫情发生前后,调查样本在微信公众平台关注健康信息的情况发生显著变化。(1) 在阅读频率上(图 2),疫情发生后,数字青年“每天阅读”微信公众平台健康信息的占比从疫情前的 23.4%上涨到 53.01%,可见,疫情发生前数字青年对微信公众平台健康信息的阅读频率处已经在一个中高水平,疫情发生后数字青年对健康信息的需求有了显著提升。(2) 在每周阅读时长上(图 3),疫情发生后,每周阅读微信公众平台健康信息在 1 小时以下的用户从疫情前的 83.06%减少到 56.83%,相应地,每周阅读时长 1 小时以上的各层次均上升,其中 1~2 小时的增加最多,可见突发公共卫生事件发生后,数字青年每周花在阅读微信公众平台健康信息的时长随之增长。

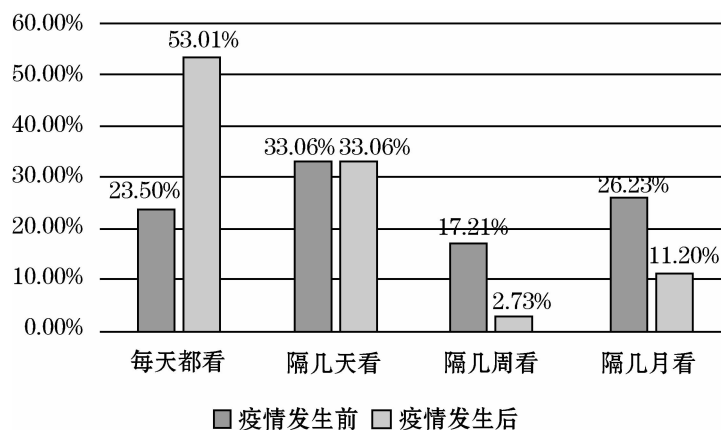


图 2 微信公众平台健康信息阅读频率比例

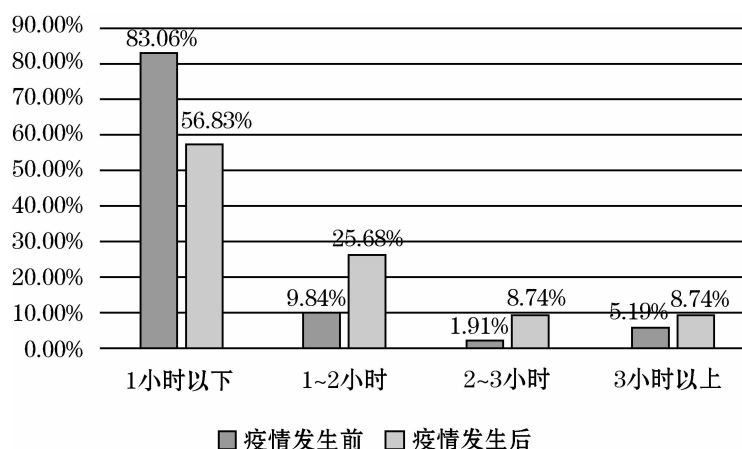


图3 微信公众平台健康信息每周阅读时长比例

4.3 信度分析

信度表示调查结果的可靠程度,通常使用克隆巴赫系数(Cronbach's α)和组合信度(Composite Reliability, CR)共同测量。当Cronbach's α 小于0.5时可信度较差;大于0.5小于0.7为一般;大于0.7而小于0.9时为较为可信;大于0.9时为非常可信。此外,若CR值达到0.7,说明模型具有良好的内部一致性信度。本研究使用SmartPLS对7个变量进行信度检验。如表2所示,每个测量变量的Cronbach's α 值均大于等于0.808,且CR值均大于等于0.825,说明可信度较高。

表2 测量量表的Cronbach's α 、CR和AVE值

因子	题项数	Cronbach's α	CR	AVE
信息质量 (IQ)	4	0.827	0.830	0.552
感知有用 (PU)	4	0.906	0.905	0.704
感知易用 (PEOU)	3	0.867	0.871	0.693
感知风险 (PR)	3	0.808	0.828	0.626
自我效能 (SE)	3	0.816	0.825	0.611
结果预期 (OE)	2	0.893	0.894	0.809
采纳意愿 (AI)	4	0.891	0.889	0.668

4.4 效度分析

效度表示研究测量的有效程度或准确程度,通常涉及内容效度、收敛效度和区分效度。(1)在内容效度上,本研究借鉴成熟量表且开展了充分的预调研,内容效度有较好保障。(2)在收敛效度上,一般认为平均方差提取值(Average Variance Extracted, AVE)大于0.5说明测量模型具有理想的收敛效度,根据表2,本文的AVE值均大于等于0.552,说明测量模型具有良好的收敛效度。(3)区分效度以AVE的平方根与潜在变量间的相关系数之间的比较来衡量,如表3所示,本研究中涉及到的所有潜在变量的AVE平方根(加粗的值)均大于该潜在变量与其他潜在变量的相关系数,说明本研究的测量量表具有良好的区分效度。

表3 潜在变量间的相关系数

	IQ	PU	PEOU	PR	SE	OE	AI
信息质量 (IQ)	0.743						
感知有用 (PU)	0.575	0.839					
感知易用 (PEOU)	0.574	0.702	0.833				
感知风险 (PR)	0.455	0.479	0.596	0.782			
自我效能 (SE)	0.432	0.558	0.544	0.611	0.899		

	IQ	PU	PEOU	P R	SE	OE	AI
结果预期 (OE)	0.240	0.297	0.381	0.391	0.350	0.791	
采纳意愿 (AI)	0.467	0.564	0.546	0.637	0.684	0.356	0.809

4.5 模型检验

4.5.1 相关性检验

本研究使用 SmartPLS 进行检验, 计算得到每个假设的路径系数, 结合 P 值判断标准得到假设验证结果。模型路径系数如图 4 所示。

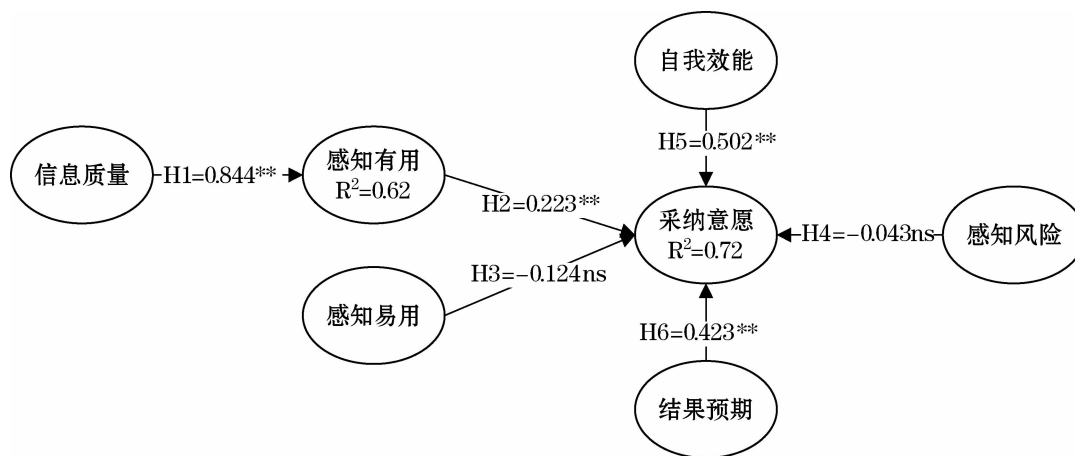


图 4 模型路径系数

注: * $P < 0.05$; ** $P < 0.01$; *** $P < 0.001$; ns: 不显著。

4.5.2 模型拟合度检验

模型拟合度是对假设模型的一种评价指标, 常用指标有卡方值与自由度比 (χ^2/df)、近似误差均方根 (Root Mean Square Error Of Approximation, RMSEA)、标准化残差均方根 (Standardized Root Mean Square Residual, SRMR)、比较拟合优度指数 (Comparative Fit Index, CFI)、规范拟合优度指数 (Normed Fit Index, NFI)、非规范适配指标 (Non-Normed Fit Index, NNFI)、塔克-刘易斯指数 (Tucker-Lewis Index, TLI) 和递增拟合指数 (Incremental Fit Index, IFI), 如表 4, 各项指标均满足判断标准, 表明本次模型拟合度较高。

表 4 拟合指数

指标	χ^2/df	RMSEA	SRMR	CFI	NFI	NNFI	TLI	IFI
判断标准	<3	<0.1	<0.1	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9
实际值	2.554	0.065	0.049	0.945	0.914	0.934	0.934	0.946

5 讨论与对策

5.1 结果讨论

如图 4 所示, 感知有用、采纳意愿的 R^2 (被解释方差) 分别为 0.62 和 0.72。通常认为 $R^2 > 0.67$, 解释力显著良好, R^2 位于 0.33 左右, 解释能力为中等, R^2 位于 0.19 左右, 解释能力较弱。因此, 本文的理论模型具有良好的预测效果, 尤其是对于采纳意愿的解释力高达 72%。本研究发现: 信息质量 ($\beta = 0.844$, $P < 0.01$) 对感知有用有显著正向影响; 感知有用 ($\beta = 0.223$, $P < 0.01$)、自我效能 ($\beta = 0.502$, $P < 0.01$)、结果预期 ($\beta = 0.423$, $P < 0.01$) 对采纳意愿有显著正向影响; 而感知易用和感知风险对采纳意愿影响不显著。

5.1.1 微信公众平台健康信息质量对数字青年感知有用具有显著正向影响

本研究中, 信息质量对感知有用的影响系数高达 0.844, 表明数字青年最关注公众平台健康信息的质量, 当信息质量越高, 数字青年越认为该信息对其健康预防与管理有价值, 进而增强后续采纳和利用行为发生的可能性。该结果与信息采纳模型及相关研究结论一致。关磊^[36]的研究表明, 用户在获取图书馆微信平台阅读推广信息中最关注阅读推广信息质量, 感知到的信息质量越高, 越能满足其阅读需求, 即信息越有用。朱一梅^[37]对大学生健康

App 使用情况的调查也表明,信息质量显著正向影响感知有用性。可见,在关系个人身心健康甚至生命安全的各类信息或系统面前,信息质量是包括数字青年在内的众多群体格外关注的因素。在微信公众平台上,健康信息质量通常体现在信息来源的专业性和可信性,以及信息内容的完整性、一致性和准确性。在新冠疫情中,人民日报、新华社等权威和值得信赖的微信公众平台所发布的健康信息受到用户认可,其点赞和转发数普遍较高;健康领域权威专家所发表的健康信息更能使人信服;此外,逻辑清晰、有理有据、令人信服的健康信息,也更容易让数字青年理解和接受,这对于信息发布者而言需重点把握并实现。

5.1.2 感知有用、自我效能、结果预期显著正向影响数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿

(1) 对于感知有用,该结果与技术接受模型中的观点相符,孙竹梅等^[38]在相关研究中也指出其对采纳意愿的正向影响。问卷调查发现,新冠肺炎疫情发生后公众阅读微信公众平台健康信息的频率和时长显著提高。黄静^[39]指出,用户去搜索、阅读乃至采纳微信公众平台健康信息是希望健康信息能解答健康疑惑和改善健康状况。因此能够有针对性地、有效地解答疑惑和改善健康状况的健康信息更容易被数字青年所采纳。

(2) 自我效能是这三个影响因素中,相关系数最高的($\beta = 0.502$),该结果与社会认知理论中的观点一致,赵栋祥等^[33]也得出相同结论。张克永等^[40]发现企业和个人微信公众平台发布的健康信息,在数量和频率上均高于权威机构,但信息质量却参差不齐,其中不乏虚假和夸大谣言类健康信息,多是为了短期内吸引用户关注;而在新冠疫情期间,前期对新型冠状病毒本身的认识较少,相关健康信息真伪更难分辨。因此,是否有能力对微信公众平台健康信息的质量和价值进行正确甄别和判断、通过专业知识去理解,这将影响数字青年对微信公众平台健康信息的采纳。此外,微信公众平台上健康类文章数目众多,能够快速有效地找到所需健康信息也会促进采纳意愿。

(3) 对于结果预期,该结果与社会认知理论中的观点一致。数字青年搜索和阅读健康信息,期望能满足其健康需求,若此前有过理想的信息采纳经历,或对采纳信息的期待值较高,则更加相信健康信息能够满足自身需求,也更容易采纳。

5.1.3 感知易用、感知风险对数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿的影响不显著

(1) 对于感知易用,该结果和技术接受模型观点存在差异,并且和邓胜利等^[41]在健康信息采纳相关研究中提出的观点也不一致,该结果产生的主要原因是研究对象的差异。数字青年具备较高的互联网技术,而本次调查对象的学历较高,本科及以上学历的人数占总样本的比为 83.06%,其中硕博达 48.63%。感知易用指阅读和理解健康信息时需要的努力程度,而高学历、高知识储备和高信息技能这类数字青年,在阅读和理解健康信息时较为容易,导致了感知易用对其采纳意愿影响不显著。

(2) 对于感知风险,该结果和社会认知理论中的观点存在差异,且和邓朝华等^[32]在健康信息采纳相关研究中的结论不同。本研究的对象是数字青年,年龄在 18—30 周岁,卢家楣^[42]指出该年龄段的青年对新事物的接受能力较强且充满自信,因此即使在采纳负面健康信息时,也不会对他们造成太大心里负担;其次,数字青年普遍熟练掌握互联网信息技术,对互联网使用熟悉与过度自信,导致其在面对新冠疫情等突发公共卫生健康事件时容易忽略网络健康信息风险,产生直接转发或者采纳行为。

5.2 对策

伴随着“健康中国”战略的实施以及重大突发公共卫生事件的影响,公众越来越重视疾病预防与健康管理,对微信公众平台健康信息的关注与利用将成为常态。微信公众平台健康信息在传播中既要有效满足用户健康需求,也要秉承专业性和科学性,保障用户健康与安全。本研究发现,数字青年采纳微信公众平台健康信息,既有与传统信息技术采纳一致的影响因素(信息质量、感知有用、自我效能、结果预期),也有相悖的发现(感知易用、感知风险)。本文为微信公众平台健康信息接收方(数字青年)、发布方、监管方提供相应优化策略。

5.2.1 提高健康信息科学性与易读性,落实虚假健康信息识别与治理工作

本研究显示,信息质量对感知有用具有显著影响,而感知有用显著影响采纳意愿,这一结论对微信健康信息发布方和监管方具有重要警示作用。当前,微信公众平台健康信息质量参差不齐, Park 等^[43]的对比研究显示,非商业健康组织发布的健康信息质量更高,便于用户阅读与使用,而商业健康组织发布的信息数量更多,但优质信息占比较低。李月琳等^[44]将社交媒体上“伪专家”“伪健康”信息特征归纳为:缺乏可信度、准确性、合理性及相关支持,具体包括标点问题、不当空格、诱导性文字、文题不符、强烈的个人观点、内容重复、内容不完整、假借权威等。究其原因,曾祥敏等^[45]认为我国健康信息监管机制有待健全,传播形式和效果有待完善,专业健康

信息发送者和权威的传播机构尚未建成。因此,微信公众平台健康信息发布方和监管方需进行有效规范与治理。

对于信息发布方,应树立微信公众平台权威信息形象,加强对其所发布健康信息的审核,注明信息来源与科学依据、作者或审核者信息、信息发布与修订时间等;同时需加强与疾控机构、三甲医院、卫生机构等微信公众平台间的交流与合作,成立专家咨询团队,结合专家观点和建议,确保发布健康信息的准确性与专业性,避免出现错误的健康观点,增强读者权威认同感;此外,在内容形式上,应提高微信公众平台健康信息易读性,信息发布方可利用图表、漫画、视频、音频等,使健康信息表现形式多样化;利用简洁大方的版面、大小合理的文字、舒适的配色以方便读者阅读;采用通俗易懂的语言,做好专业词汇的解释,让非医学专业的读者也能理解发布的健康信息。

对于信息监管方,应落实虚假健康信息识别与治理工作,加强微信企业和职能部门间的合作,成立专家审核团队,优化健康信息监管流程,设立举报快速响应机制,做好网络舆情监测;借助权威微信公众平台及时对广泛传播的谣言类健康信息做出辟谣和正确解释;除对虚假类健康信息删除、封号处理外,还应做好虚假信息溯源与惩治工作,通过法律加以约束。

5.2.2 多渠道强化数字青年健康知识学习,增强健康风险防范与应对能力

本研究中,自我效能和结果预期显著影响采纳意愿,而感知易用和感知风险对采纳意愿的影响不显著,这在一定程度上反映出数字青年具备较强的数字媒介与技术使用能力和自信,但同时也缺乏健康信息素养与风险意识。针对数字青年的健康信息知识与素养教育迫在眉睫。为加强数字青年健康专业知识学习,使之掌握健康常识信息,扩充健康领域知识,学校、卫生部门、政府部门、社区、公共图书馆等应构建完善的健康教育工作体系,在常规素养教育中增加网络虚假健康信息甄别技能培养;多渠道深化健康教育,通过数字青年常用的微信、微博、短视频等新媒体推广健康知识,增加传播覆盖率,优化传播效果。另一方面应增强数字青年健康风险防范意识与应对能力,引导其多关注权威的健康信息,对谣言类的健康信息的特点进行总结以防被骗;完善健康风险知识体系,提高风险意识,增强健康风险防范与应对能力,利用自身信息技术优势,通过精准搜索的官方权威信息解答自身健康疑惑,做出正确的健康决策。

6 结语

本研究以重大突发公共卫生事件为背景,构建了数字青年微信公众平台健康信息采纳意愿影响因素模型,该模型综合了技术接受模型、信息采纳模型、社会认知理论和感知风险理论,使结论更全面、更具解释力和预测力。此外,在厘清其行为意愿作用关系的基础上,本文为微信公众平台健康信息接收方、发布方、监管方提出了优化建议。诚然,本研究还存在一些不足,影响因素的选取主要提炼于相关模型和已有研究,在未来研究中将通过专家访谈法,对已有影响因素进行拓展与验证,并把人口学变量、健康信息阅读频率和时长、是否具有医学背景等因素作为控制变量引入模型,深化研究内容。

注释

- [1] 国家卫生健康委员会. 中国卫生健康统计年鉴 2019 [M]. 北京: 中国协和医科大学出版社, 2019: 240.
- [2] 艾瑞网. 中国网民健康力提升报告 [EB/OL]. [2020-05-20]. http://report.iresearch.cn/report_pdf.aspx?id=2561.
- [3] 孙竹梅. 社交媒体健康信息采纳影响因素研究 [D]. 南京: 南京大学, 2018: 3-4.
- [4] 吕敬惠, 袁愈新, 王冬. 新型冠状病毒肺炎疫情下大学生心理健康状况及影响因素分析 [J]. 南方医科大学学报, 2020 (2): 171-176.
- [5] 唐旭丽, 张斌, 张岩. 在线健康社区用户的信息采纳意愿研究——基于健康素养和信任的视角 [J]. 信息资源管理学报, 2018 (3): 102-112.
- [6] CNNIC. 第 46 次《中国互联网络发展状况统计报告》 [EB/OL]. [2021-01-17]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfyj/hlwzbg/hlwjbg/202009/P020200929546215182514.pdf>.
- [7] 喻梦倩, 高晓晶, 张毓瑜, 等. 突发公共卫生事件中高校图书馆微信公众平台远程服务现状与策略——以 36 所“双一流”A 类高校图书馆为例 [J]. 图书情报工作, 2020 (15): 157-164.
- [8] 王芳, 连芷莹. 公共危机中谣言真实度计算及其与正面信息的交锋研究 [J]. 图书与情报, 2020 (1): 34-50.
- [9] 孙竹梅, 华薇娜, 汪志兵. 微信公众号的健康信息采纳预测研究——基于信息特征和支持向量机 [J]. 情报理论与实践, 2018 (7): 72-77.
- [10] Charles C. The “Digital Native” in Context: Tensions Associated with Importing Web 2.0 Practices into the School Setting [J]. Oxford Review of Education, 2012, 38 (1): 63-80.
- [11] 范哲. 基于用户画像的数字原住民社交媒体采纳意愿的阶段性分析 [J]. 现代情报, 2017 (6): 99-106.
- [12] 赵宇翔, 刘筱. 国外数字青年领域的研究热点及进展分析 [J]. 图书馆论坛, 2018 (6): 138-149.

- [13] 庄曦. 城市老年群体微信健康信息的接触与鉴别研究[J]. 南京师大学报(社会科学版), 2019(6): 112-122.
- [14] 郭文丽. 基于微信的大学生健康信息素养现状与对策研究[D]. 太原: 山西医科大学, 2019: 14-28.
- [15] Davis F D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology [J]. MIS Quarterly, 1989, 13(3): 319-340.
- [16] Sussman S W, Siegal W S. Informational Influence in Organizations: An Integrated Approach to Knowledge Adoption [J]. Information Systems Research, 2003, 14(1): 47-65.
- [17] Bandura A. Social Foundations of Thought and Action [J]. Journal of Applied Psychology, 1986, 12(1): 169.
- [18] Bauer R A. Consumer Behavior as Risk Taking [C] // Hancock R S. Dynamic Marketing for a Changing World. Proceedings of the 43rd Conference of the American Marketing Association, 1960: 389-398.
- [19] 任聪. 基于TAM和感知风险理论的移动医疗服务用户采纳模型及其实证研究[D]. 武汉: 华中科技大学, 2017: 23-24.
- [20] Peter J P, Ryan M J. An Investigation of Perceived Risk at the Brand Level [J]. Journal of Marketing Research, 1976, 13(2): 184-188.
- [21] Ohanian R. The Impact of Celebrity Spokespersons' Perceived Image on Consumers' Intention to Purchase [J]. Journal of Advertising Research, 1970, 31(1): 46-54.
- [22] Weiss B A, Vogl G, Helu M, et al. Measurement Science for Prognostics and Health Management for Smart Manufacturing Systems: Key Findings from A Roadmapping Workshop [C] // San Diego: Annual Conference of the Prognostics and Health Management Society, 2015.
- [23] 杨秋霞. 微信健康信息发送对用户行为意向的影响研究[D]. 成都: 西南交通大学, 2017: 34-39.
- [24] 孙俐丽, 巫超. 突发重大事件中公众风险信息感知的影响因素研究——以新型冠状病毒肺炎疫情为例[J]. 情报理论与实践, 2020(8): 38-43, 28.
- [25] 吴江, 曾敏訥, 刘福珍, 等. 基于元分析方法的可穿戴设备用户采纳行为研究[J]. 信息资源管理学报, 2017(2): 5-13.
- [26] 刘菲. 个人特征对移动医疗服务采纳意愿的影响研究[D]. 哈尔滨: 哈尔滨工业大学, 2019: 92-98.
- [27] Holden R J, Karsh B T. The Technology Acceptance Model: Its Past and Its Future in Health Care. [J]. Journal of Biomedical Informatics, 2010, 43(1): 159-172.
- [28] 陈雨佳. 公众对移动医疗采纳意愿影响因素分析[D]. 大连: 大连理工大学, 2018: 34-38.
- [29] Hsieh P J. Physicians' Acceptance of Electronic Medical Records Exchange: An Extension of the Decomposed TPB Model with Institutional Trust and Perceived Risk [J]. International Journal of Medical Informatics, 2015, 84(1): 1-14.
- [30] Li H, Wu J, Gao Y W, et al. Examining Individuals' Adoption of Healthcare Wearable Devices: An Empirical Study from Privacy Calculus Perspective [J]. International Journal of Medical Informatics, 2016, 88(4): 8-17.
- [31] Deng Z H, Liu S. Understanding Consumer Health Information-Seeking Behavior from the Perspective of the Risk Perception Attitude Framework and Social Support in Mobile Social Media Websites [J]. International Journal of Medical Informatics, 2017, 105(9): 98-109.
- [32] 莫秀婷, 邓朝华. 基于社交网站采纳健康信息行为特点及其影响因素的实证研究[J]. 现代情报, 2014(12): 29-37.
- [33] 赵栋祥. 移动健康管理服务使用意愿的影响因素研究——基于创新扩散的视角[J]. 情报杂志, 2017(11): 120-127, 146.
- [34] 王文韬, 刘雨时, 虞小芳, 等. 基于微信平台的中老年用户健康信息接受行为意愿扎根分析[J]. 现代情报, 2020(1): 69-78.
- [35] 孟欣然, 邓朝华, 吴泰来. 中老年用户智能可穿戴设备使用意愿的影响因素研究[J]. 卫生软科学, 2020(8): 41-46.
- [36] 关磊. 高校图书馆微信平台阅读推广成效影响因素研究——以TAM和D&M模型为视角[J]. 图书馆, 2020(6): 80-89.
- [37] 朱一梅. 大学生健康APP持续使用意愿影响因素研究[D]. 郑州: 郑州大学, 2019: 59-60.
- [38] 孙竹梅, 华薇娜, 汪志兵. 微信公众号的健康信息采纳预测研究——基于信息特征和支持向量机[J]. 情报理论与实践, 2018(7): 72-77.
- [39] 黄静. 医药类微信公众号的传播特征、问题与对策[J]. 新闻知识, 2018(7): 52-56.
- [40] 张克永, 李贺. 健康微信公众平台信息质量评价指标体系研究[J]. 情报科学, 2017(11): 143-148, 155.
- [41] 邓胜利, 管弦. 基于问答平台的用户健康信息获取意愿影响因素研究[J]. 情报科学, 2016(11): 53-59.
- [42] 卢家楣, 刘伟, 贺雯, 等. 中国当代大学生情感素质的现状及其影响因素[J]. 心理学报, 2017(1): 1-16.
- [43] Park H, Rodgers S, Stemmler J. Analyzing Health Organizations' Use of Twitter for Promoting Health Literacy [J]. Journal of Health Communication, 2013, 18(4): 410-425.
- [44] 李月琳, 张秀, 王姗姗. 社交媒体健康信息质量研究: 基于真伪健康信息特征的分析[J]. 情报学报, 2018(3): 294-304.
- [45] 曾祥敏, 王孜. 健康传播中的虚假信息扩散机制与网络治理研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019(6): 34-40.

韩世曦 湖北省图书馆助理馆员, 硕士。研究方向: 健康信息行为。

曾粤亮 华中师范大学信息管理学院讲师, 博士。研究方向: 用户行为与信息服务。通讯作者。