

微信用户健康信息关注行为研究

李儒银¹，张晓星²

(1.重庆医科大学附属第一医院，重庆 400016；2.武警警官学院，四川 成都 610213)

[摘要]本研究旨在探索微信平台中用户的健康信息关注行为，并构建微信用户健康信息关注行为理论模型，为健康类微信平台优化信息服务提供参考。通过对 22 位微信用户进行半结构化访谈，运用扎根理论进行编码分析，最终提炼了 19 个子范畴及 5 个主范畴。研究发现，微信用户的健康信息关注行为包括关注动机、信息渠道、影响因素、关注表现和关注反馈 5 个阶段，且总体属于单一的线性过程。微信用户的信息关注行为受到个人因素、时间因素、内容呈现方式和健康信息意识的影响。

[关键词]微信平台；关注行为；健康信息；信息服务；扎根理论

Research on Health Information Attention Behavior of WeChat Users Based on grounded theory

Li Ru-yin¹，Zhang Xiao-xing²

(The First Affiliated Hospital of Chongqing Medical University, Chongqing, 400016, China; 2. Officers college of PAP, Chengdu, 610213, China)

[Abstract] The purpose of this research is to explore health information attention behavior of WeChat users and build a theoretical model of WeChat user health information attention behavior. We would like to provide a reference for WeChat platform to optimize information services. This research conducted semi-structured interviews with 22 WeChat users, and grounded theory was used for coding analysis. We have come up with 19 sub-categories and 5 categories. The study found, the health information attention behaviors of WeChat users include five stages: *Motivation of attention, information channels, Influencing Factors, Focus on Performance and Focus on Feedback*, and is a linear process. The information attention behavior of WeChat users is affected by personal factors, time factors, content presentation and health information awareness.

[Key words] WeChat official accounts platform; attention behavior; information services; health information; grounded theory

1 引言

微信的产生改变了用户获取信息的渠道和方式^[1]。作为移动社交媒体的代表，微信亦成为健康信息的重要传播平台，包含“健康”、“养生”、“营养搭配”、“减肥”等词语的健康类信息遍布微信公众号和朋友圈^[2]。同时，也有研究表明微信用户已普遍通过关注微信公众号来获取健康信息^[3]。研究者于 2019 年 12 月 12 日，在清博大数据平台以“健康”为检索词，得到 41984 个微信公众号；213390 篇文章（时间窗为一个月内），由此可以看出，微信中的健康信息浩如烟海。

目前，微信用户健康信息行为相关研究主要集中在“健康信息接受行为意愿”^[4]、“健康信息传播行为”^[5]、“健康信息用户感知和效用”^[6]、“健康信息推送服务”^[7]、“健康信息转发意愿”^[8]、“健康信息采纳意愿”^[9]等方面。对于微信用户的信息关注行为的研究很少，且侧重点是在微信健康信息关注度研究^[10]、微信公众号关注度的影响

[收稿日期]2020-04-06

[作者简介]1.李儒银，硕士，助理馆员，曾发表论文 5 篇。2.张晓星，硕士，助理馆员，曾发表论文 2 篇。

因素研究^[11]。商丽丽在研究中指出信息关注行为是在社会网络中内容生成者针对某个主题发布信息，目标用户产生浏览、阅读、评论、点赞、分享等信息行为^[12]。本研究主要依据该定义试图探索微信用户的健康信息关注行为，设定研究对象主要包括两类人群：第一类是关注健康类微信公众平台的用户；第二类是未关注健康类微信公众平台但关注微信上健康方面信息的用户。在理论上，拓展微信用户信息行为的研究视角和研究内容，同时为健康类微信公众平台运营者提升信息服务提供理论参考。

2 研究设计

2.1 研究方法

质性研究方法强调研究过程的开放性，有利于研究者发现未知变量，从而进行深入探索和研究。半结构化访谈可以适度地把被访谈者引导在研究问题范围内，使其充分思考和发表观点，有利于研究者揭示其行为的内在机理^[13]。本研究旨在深入挖掘微信用户健康信息关注行为，因此选择半结构化访谈法进行数据收集，采用扎根理论研究方法，自下而上地进行数据分析，提炼相关论点。

本研究基于主要研究问题，设计预访谈提纲，进行预访谈，并根据受访者的意见进行完善，最终形成正式的访谈提纲。其主体部分包括：①导入问题：询问受访者一些基本信息，如性别、年龄、职业、健康状况、是否关注健康类微信公众平台；②关注情况：如有，介绍关注的微信公众平台、关注原因、是否查看每一条推送信息；如没有，询问是否在微信上关注健康信息并举例说明、关注原因；③价值判断：自我评定健康信息的价值、能否辨别信息的真伪；④关注态度：查看信息之后的表现。

2.2 数据搜集

为了弥补地理空间距离限制，正式访谈采用微信访谈、电话访谈、面对面访谈等多种形式，共访谈 22 人，达到理论饱和，样本人口学基本特征详见表 1。数据搜集时间在 2019 年 12 月—2020 年 2 月。

表 1 样本基本信息一览

基本情况	性别		年龄（岁）				健康状况		
	男	女	≤20	21-30	31-40	41-50	健康	亚健康	疾病
样本数量（人）	8	14	3	15	2	2	19	2	1

3 资料分析

本研究采用扎根理论研究策略，对微信用户在关注健康信息时所产生的信息行为展开研究。扎根理论是一种比较科学有效的质性研究方法^[14]，适用于探索性或解释性的研究。本研究遵循 Strauss 和 Corbin 的扎根理论版本，采用一、二、三级编码的方式，透过质性资料的系统分析，从中归纳出概念、范畴，进而提升理论高度。

3.1 开放编码

开放编码是根据原始资料进行逐句编码，形成简洁有力的初始概念，再用规范化的语言进行提炼，实现概念的范畴化。在开放编码阶段，形成第 19 个子范畴之后，不再有新的范畴出现，研究者认为达到理论饱和，不再进行访谈，至此样本数量达到 22 人。本研究的开放编码样稿见表 2。

表 2 开放编码样稿

原始资料	初始概念	范畴化
a1 之前一直没有关注过与健康相关的微信公众号，	aa1 来自非健康类微信公众号	A1 关注类型

只是从一些综合类的公众号上看一些健康方面的文章。当妈妈之后，我开始关注某些专门的母婴方面的公众号，比如丁香妈妈、儿科医生孔令凯这些，我还加了一些育儿微信群，里面有宝妈时常会推荐一些文章。	aa2 母婴类微信公众号 aa3 育儿需求 aa4 来自他人的分享	A2 满足生活需求 A3 信息渠道 A4 健康信息查看 A5 健康信息甄别
a6 但我并不会观看每条推送信息，只会关注与自己相关的。比如喝奶茶对身体的危害，我就会点进去看一下分析的对不对。我特别信任华西医院的微信，因为每期都有专家发言；还有成都市第二人民医院的，它们微信的文章都有参考文献。	aa5 查看与自己相关的信息 aa6 辨别真伪 aa7 专家发言 aa8 参考文献	

3.2 关联编码

关联编码是通过分析开放编码所得到的不同范畴，进行反复归纳和合并，发现和建立概念之间的各种联系。通过关联编码，本文将这 19 个子范畴进行分类整合，最终形成 5 个主范畴：关注动机、信息渠道、关注表现、影响因素、关注反馈，见表 3。

表 3 微信用户健康信息关注行为关联编码表

主范畴	子范畴	子范畴内涵
关注动机	满足生活需求	育儿、照顾老人、病人护理与挂号、节省金钱、产品维护、用药参考等日常生活需求的满足
	储备健康知识	通过关注、浏览、学习，收获健康知识
	追求健康生活	想要科学锻炼、平衡膳食、健康生活
	巩固人际交往	与圈内好友互相分享健康信息，维持、巩固友谊
信息渠道	微信公众号	关注一些健康类的微信公众号
	朋友圈	关注朋友圈里他人分享的健康信息
	他人分享	来自他人转发分享的健康信息
影响因素	个人因素	个人身体处于亚健康或者疾病状态，了解自己所需的健康信息，个人知识储备够用
	时间因素	选择定期浏览、偶尔抽空浏览一些健康信息，没时间细看每条信息
	内容呈现形式	图文并茂的形式更受欢迎
关注表现	健康信息意识	具有健康信息意识的人会主动关注健康信息
	健康信息查看	选择性查看自己关注的健康信息，偶尔查看健康信息
	健康信息甄别	对自己关注到的健康信息进行真伪辨别
关注反馈	健康信息采纳	采纳自己关注到的健康信息
	点赞	认同这条健康信息，进行点赞表示
	转发	认为这条健康信息对家人、朋友有用，进行转发分享
	评论	对这条健康信息有疑问，留言追问；或者与他人进行单纯的互动、交流
	收藏	认为这条健康信息以后会有用
	无所谓	看了之后没有任何表示

3.3 核心编码

核心编码是通过分析主范畴和子范畴之间的关系，从中挖掘核心范畴。本研究在进行系统分析的基础上，确定了“微信用户健康信息关注行为”作为核心范畴。

3.4 理论饱和度检验

为确保“微信用户健康信息关注行为”理论框架的全面可靠，本研究预留了50条访谈记录，进行理论饱和度检验，编码结果没有出现新的范畴。由此认为，本文的范畴编码在理论上是饱和的。如图1所示，微信用户的关注动机诱导微信用户启动关注行为，接着开始从不同渠道获取健康信息；继而受到某种因素的刺激或者阻碍，决定是否产生关注行为，一旦微信用户确定关注，就会表现出信息查看行为、信息甄别行为和信息采纳行为；最后，微信用户再根据所关注到的健康信息做出相应的关注反馈。

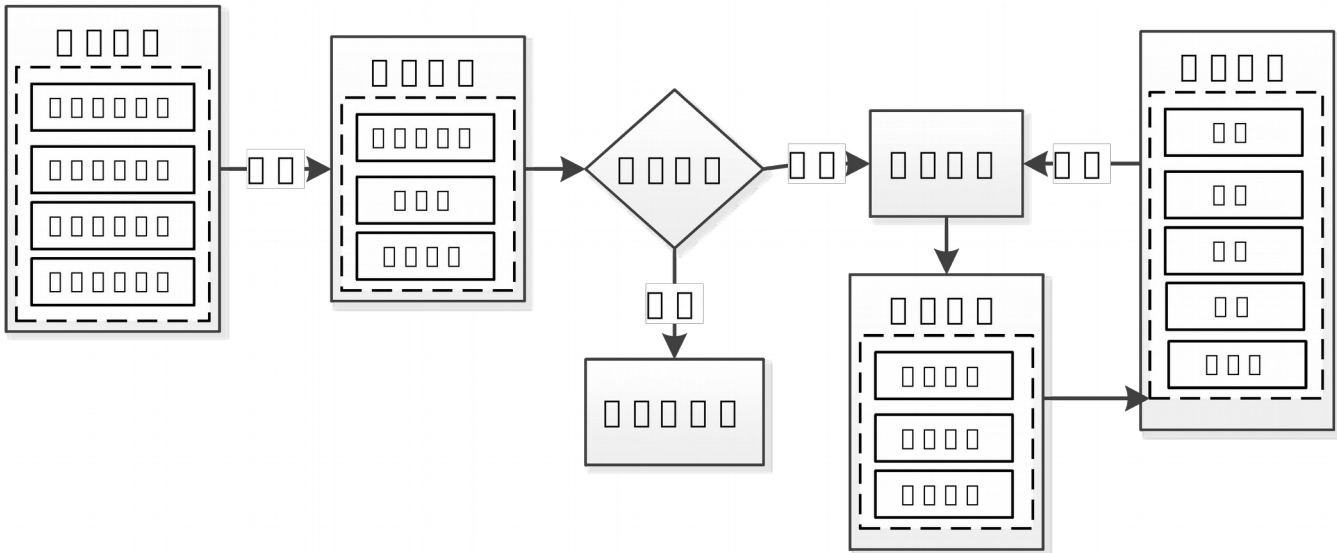


图1 微信用户健康信息关注行为理论模型

4 研究结果

通过扎根理论编码分析，本文将核心现象定义为“微信用户健康信息关注行为”，其中包括5个主范畴：“关注动机”、“信息渠道”、“影响因素”、“关注表现”、“关注反馈”。此外，关于微信用户健康信息的关注类型，本研究也做简单的描述性统计分析。下面将对核心现象的各个部分进行详细分析。

4.1 关注类型

本研究拟采用《2019年健康医疗行业移动APP安全观测报告》中关于健康信息的划分方式，包括：互联网医疗类、医疗机构类、健康管理类、运动健身类、医美类、药品器械类、母婴类等^[15]。研究者把样本在微信上所关注的健康信息进行分类，除了符合《2019年健康医疗行业移动APP安全观测报告》中关于健康信息的分类之外，还有健康养生类，具体关注情况如表4所示。

表4 微信用户健康信息的关注类型

关注类型	互联网医疗类	医疗机构类	健康管理类	运动健身类	药品器械类	医美类	母婴类	健康养生类
频次	18	8	3	3	1	2	5	9

互联网医疗类主要是互联网公司与传统医疗信息服务的融合，提供各类线上医疗服务^[16]，如丁香医生等。这类健康信息因为贴近生活、信息全面，也成为微信用户关注最多的健康信息。例如样本5号说“丁香医生里面信息很多的，种类也比较全，能看病问诊、还有教学课程、还有育儿知识这些”。

本研究所指健康养生类信息主要包括健康饮食、营养搭配、膳食平衡、保养进补等，这类健康信息因为与微信用户生活息息相关，所以备受微信用户欢迎。例如样本7号说“我平时在朋友圈看到高血压饮食搭配、注意事项，我都会点进去看看，也会分享给父母，三高现象现在太普遍了”。样本11号“我爱吃速食食品，但是又担心吃了对身体不好，所以我就关注这方面的信息，看看吃点什么水果、蔬菜能降低对身体危害”。

关于其他方面的健康信息，不同微信用户的健康信息需求有所不同，关注的情况也有差别，如样本3号家人生病，因而自己关注多家医疗机构的微信公众号，便于挂号看病；样本9号马拉松爱好者，所以关注了一些跑步运动方面微信公众号；样本12号之前做了双眼皮手术，所以关注了医美方面的健康信息；样本7和18号，由于购买了按摩椅，所以关注了药品器械方面的微信公众号。健康管理主要是微信用户管理健康数据，如血压、心率等；母婴类健康信息主要是新晋宝妈由于照护宝宝而产生的关注行为。

4.2 关注动机

动机是促使用户进行某种活动，引导和维持人的具体行为的一种力量，人是否执行某项活动是由动机决定的^[17]。基于扎根理论研究范式，归纳出满足生活需求、储备健康知识、追求健康生活和巩固人际交往这4个范畴，并形成“关注动机”这个主范畴。关于满足生活需求，主要包括育儿、照顾老人、病人护理与挂号、节省金钱、产品维护、用药参考等，样本1表示“当妈妈之后开始关注母婴类的健康信息，比如丁香妈妈”、样本3表示“关注了医院的公众号，家人生病，方便挂号”、样本8表示“关注用药助手，可以查询一些用药常识”。储备健康知识是指通过关注健康微信公众号或者浏览他人分享的健康信息，获取健康知识，如样本2说“收到信息就会收藏，以备不时之需”。追求健康生活是指运用健康信息指导自己科学锻炼、平衡膳食等，如样本13表示“健康知识可以指导我每天如何进食，吃多少蔬菜、锻炼强度的安排”；巩固人际交往是通过分享健康信息，联络感情，重温友谊，如样本1说“宝妈们有一个交流群，经常互相分享育儿经验、交流生活，彼此之间也很信任”。

4.3 信息渠道

根据访谈对象的描述，微信用户关注的健康信息主要是从关注微信公众号、浏览朋友圈、阅读他人分享这三个方面获取的。其中，关注微信公众号包括关注健康方面的微信公众号和关注综合类但会推送健康信息的公众号，如样本1明确指出关注“丁香妈妈”公众号，样本8说“人民日报”公众号也经常推送健康信息。浏览朋友圈中的健康信息是比较被动的，别人分享什么自己看什么，但是也正因为在一个圈子，所以大家的的需求也有类似，如样本6说“朋友圈看到的喝奶茶的危害，我自己也爱喝奶茶，我肯定会点进去看看说的有没有道理”。阅读他人分享的健康信息，是比较了解自己需求的人专门分享的，样本11说，“我的小伙伴知道我喜欢美食，但也关注身体健康，所以遇到健康吃喝的都会分享给我”。

4.4 影响因素

根据样本访谈内容的编码分析，提炼出微信用户健康信息关注行为的影响因素这一主范畴，形成了个人因素、时间因素、内容呈现形式和健康信息意识4个子范畴。个人因素主要体现在健康状况、健康知识储备、性格特征等，如样本6（身体欠佳）说“这是刚需拓展出来的需求”，样本22说“我会留心朋友圈中别人分享的健康信息”，样本11（责任心强、乐于助人的性格）说“我希望家人和朋友都健健康康的”。时间因素主要表现在微信用户会定期查看健康信息，或者选择性地查看健康信息，或只关注与自己相关的健康信息，如样本1说“白天上班，晚上带孩子，没有空闲时间去看每一

条，会挤出时间有选择的看一些”。受访者表示是微信公众号所推送的健康信息呈现方式是否图文并茂、感官友好、具有吸引力，会影响其继续观看的欲望，如样本 20 说“喜欢直观易懂的分享，简单大方又不累赘，清新可爱有科学，像科普书那样的最好”。微信用户的健康信息意识也极大地影响着微信用户的健康信息关注行为，如样本 8 说“我关注是因为我本来就比较在意自己的身体状况”，样本 14 说“因为现在空气污染，转基因食品之类的，对身体健康不好，但又不知道该怎么办，就关注了中医养生方面的微信”。

4.5 关注表现

本研究发现，微信用户对健康信息的关注有两种过程。一是，首先选择性的进行信息查看，然后对健康信息的真伪进行甄别，进一步决定是否采纳健康信息，如样本 14 表示，“我会定期的进入几个权威的查看，但不会完全相信，也会去实践验证一下，好的内容还会分享给朋友”。二是，选择性的进行信息查看，然后不加辨识地完全采纳健康信息，如样本 2 表示，“我只看自己关注的，也不会去辨别真假，反正就是全信了”。此外，不加辨识又分为两种情况，一种是在关注之前就辨识、并信任公众号，如样本 6 表示“我特别信任成都市第二人民医院的，它们微信的文章都有参考文献”，样本 15 也表示“华西医院公众号属于权威机构的，为什么不信呢”；另一种是盲目信任公众号的内容，如样本 17 表示“我感觉公众号推送的都挺好的，言之有理，逻辑也很畅通”。

4.6 关注反馈

通过访谈内容的分析编码，得到微信用户健康信息关注行为的“关注反馈”这一主范畴，形成点赞、转发、评论、收藏和无所谓 5 个子范畴。如样本 10 表示，“有帮助的会点赞”；样本 7 表示，“会转发分享给家人一些健康生活方面的知识”；样本 11 表示，“遇到热点话题会参与评论”；样本 19 表示，“感觉以后会有用的就会收藏起来”；样本 4 表示，“看了就看了，也不会刻意点赞什么的”。

5 结论与讨论

5.1 研究结论

本研究采用扎根理论研究策略，采用半结构化访谈法，以 22 名微信用户为调查对象，通过三级编码分析后发现：

微信用户的健康信息关注行为包括关注动机、信息渠道、影响因素、关注表现和关注反馈 5 个阶段，且总体属于单一的线性过程；微信用户在关注表现这一阶段，由于个人信息意识、公众号权威性，而省略信息甄别环节。②微信用户健康信息获取行为，符合微信用户获取信息的一般形态，即信息渠道包括微信公众号、朋友圈和他人分享；关注反馈包括点赞、转发、评论、收藏、无所谓。③个人因素作为主观因素正向影响微信用户的关注行为，时间因素和内容呈现方式作为客观因素正向影响微信用户的关注行为，健康信息意识作为内在因素正向影响微信用户的关注行为。

5.2 研究对比

基于本研究结果与以往其他研究进行对比，研究者发现：

(1) 微信用户的健康信息关注动机主要是基于各种生活需求的满足，如病人需求、用药参考、老人需求。吕亚兰^[18]等的研究也指出微信用户由于健康状况而产生的健康信息需求，诱发了微信用户的健康信息行为，且健康状态越差的用户，对微信健康信息关注度越高。

(2) 时间因素对微信用户查看健康信息影响较大。这与金燕^[19]的研究结果“空闲

时间影响健康类微信公众号关注度”不谋而合，微信用户更倾向于抽出空闲时间、或者在不忙的时候查看健康信息。

(3) 健康信息的内容呈现形式一定程度上影响着微信用户的浏览体验。黄灿^[20]的研究也表示微信用户对图、文、视频等方式呈现的内容比较感兴趣，也更愿意关注编辑水平高的微信公众号。

(4) 微信用户采纳健康信息是基于对微信公众号运营机构的信任和健康信息备注参考文献，这在一定程度上验证了邓胜利^[21]得出的认证与链接对微信用户的信任产生显著影响，且认证公众号的影响效应更大。

5.3 研究局限与展望

本研究存在一定的局限性。一是没有兼顾到样本的男女比例、年龄分布，缺乏深入的人口统计学分析；未来研究将继续补充男性样本、增加中老年微信用户的样本量，探索用户性别差异、年龄差异是否会影响微信用户的关注行为。二是质性研究方法以及研究者自身水平有限，在策略运用上可能存在不足，后续研究可采用混合方法进行互证。

6 研究启示与建议

本部分是基于访谈内容的挖掘，以及在访谈中受访者对健康类微信公众号的内容、功能等方面提出的改进意见，以期对健康类微信公众号提升信息服务有所帮助。

6.1 提高微信用户信息甄别意识

近年来，微信成为网络用户获取健康信息的重要途径，已被越来越多的用户接受，然而，微信平台上也充斥着“伪健康信息”，破坏了用户对微信健康信息的信任^[22]。笔者在访谈过程中发现，部分微信用户的健康信息素养普遍偏低，健康信息甄别能力偏弱，所以，提升和改善微信用户的健康信息甄别意识尤为重要。“健康中国 2030”规划已把加强全民健康教育、提升全民健康信息素养提高到战略高度，所以，公共卫生部门、医疗机构、公共图书馆等社会教育机构要以此为依据，强化居民健康信息意识，引导居民树立正确的健康观念，提高居民健康信息价值的判断能力。

6.2 鼓励微信团队开发编辑软件

本研究发现，不少微信用户表示微信内容的编辑和排版直接影响其继续浏览、阅读的欲望。但是，目前微信公众平台的编辑功能较为简单，不能满足微信运营者多样化、个性化的需求。微信运营者为了实现多种排版效果，一般需要注册多个第三方编辑器，在第三方编辑器之间来回切换。所以，如果微信能够开发既能实现精美的图文排版、又能提供强大而丰富的实用功能的编辑器，或者整合第三方编辑器的优秀素材，将会使微信的运营达到事半功倍的效果。

6.3 完善健康类微信的发布机制

生命健康权是公民享有的最基本的人权。微信运营者和管理者应该制定严格的审查标准和发布机制，对健康类微信公众号的认证机构进行资质审查，为微信用户过滤掉非法机构、非医疗机构的申请，向微信用户推送权威医疗机构的机构微信公众号、或者知名医学专家和具备执业医师资格的个体微信公众号，维护微信用户的健康信息权益。同时，继续完善以提供内容为核心的功能，重视微信内容监管，加大对“伪健康信息”的打击力度，净化健康类微信公众平台。

参考文献:

[1] 腾讯研究院. 微信社会经济影响力研究报告 (2017-04-12)[EB/OL].[2020-01-5].
<http://www.tisi.org/4861>.

- [2]王文韬,刘雨时,虞小芳,邵瑞怡,杨敏,谢阳群.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,2020,40(01):69-78.
- [3]石文惠,王静雷,李园等.利用微信开展健康传播的探索[J].中国健康教育,2018,(3):326-333.
- [4]王文韬,刘雨时,虞小芳,邵瑞怡,杨敏,谢阳群.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,2020,40(01):69-78.
- [5]金晓玲,冯慧慧,周中允.微信朋友圈中健康信息传播行为研究[J].管理科学,2017,30(01):73-82.
- [6]侯筱蓉,付扬,陈娟.基于微信平台的健康信息用户感知和效用研究[J].现代情报,2016,36(10):89-93.
- [7]张睿,谷景亮,尚兆霞,贾培民,段永璇,岳媛,孙小飞.基于微信公众平台的健康信息推送服务[J].中华医学图书情报杂志,2015,24(05):28-30+34.
- [8]张坤. 微信朋友圈用户健康信息转发意愿影响因素研究[D].安徽大学,2019.
- [9]彭丽,杜志银,黄成.基于结构方程的微信公众平台健康养生类信息采纳意愿研究[J].现代预防医学,2018,45(07):1255-1259+1273.
- [10]商丽丽,王涛.基于用户信息行为的微信健康信息关注度研究[J].情报科学,2019,37(08):132-138.
- [11]金燕,张启源.基于扎根理论的健康类微信公众号关注度影响因素研究[J].图书馆理论与实践,2018(04):48-52.
- [12]商丽丽,王涛.基于用户信息行为的微信健康信息关注度研究[J].情报科学,2019,37(08):132-138.
- [13]李儒银,邓小昭.高校硕士研究生偶遇信息分享行为的影响因素研究[J].情报理论与实践,2016,39(11):84-88.
- [14] Spink A. ,Park M. Information and non-information multitasking interplay [J].Journal of Documentation ,2005,61 (4) :548-554.
- [15]中国信通院.2019年健康医疗行业移动APP安全观测报告(2019-11-11)[EB/OL]. [2020-01-5].https://mp.weixin.qq.com/s/gUtObMuTGETgSGhNm_S0UA.
- [16]中国信通院.2019年健康医疗行业移动APP安全观测报告(2019-11-11)[EB/OL]. [2020-01-5].https://mp.weixin.qq.com/s/gUtObMuTGETgSGhNm_S0UA.
- [17]郭德俊. 动机心理学:理论与实践[M]. 北京:人民教育出版社, 2006:7.
- [18]吕亚兰,黄成,周虎.微信平台用户健康信息行为及其影响因素研究[J].医学信息学杂志,2018,39(03):77-80.
- [19]金燕,张启源.基于扎根理论的健康类微信公众号关注度影响因素研究[J].图书馆理论与实践,2018(04):48-52.
- [20]黄灿,桂学文.用户关注微信公众订阅号动机研究[J].现代情报,2015,35(08):28-34.
- [21]邓胜利,付少雄.社交媒体附加信息对用户信任与分享健康类谣言的影响分析[J].情报科学,2018,36(03):51-57.
- [22]张秀,李月琳.年龄梯度视角下网络用户健康信息甄别能力研究[J].情报学报,2019,38(08):838-848.