

A Study of the Impact of New Media Exposure on the Public's Willingness to Undergo H. Pylori Screening Behavior

Zhang Wen Wang Anji

Abstract: Based on the theory of planned behavior and using planned behavior as a mediating variable, this paper constructs a structural equation model by means of a questionnaire to investigate the factors influencing the behavior of individuals on H. pylori screening by new media exposure and their interaction mechanisms. The study shows that the factors influencing the occurrence of health behaviors are multifaceted, and individual attitudes, subjective norms and perceived behavioral control are significant factors influencing behaviors, reflecting that promoting individuals' health behaviors for H. pylori screening requires both internal and external factors to actively promote people to engage in health behaviors.

Key words: Health communication; Behavioral willingness; Structural equation model

新媒体接触对公众进行幽门螺旋杆菌筛查行为意愿的影响研究

张 雯 王安稷

摘 要: 互联网技术的不断发展, 大众对于媒介使用的能力也呈现不断增长的趋势, 本文基于

作者简介: 张雯, 博士, 中南财经政法大学新闻与文化传播学院副教授, 硕士生导师, 研究方向: 新媒体传播与心理健康; 王安稷, 中南财经政法大学新闻与文化传播学院硕士研究生。

文章引用: 张雯, 王安稷. 新媒体接触对公众进行幽门螺旋杆菌筛查行为意愿的影响研究 [J]. 中国新闻评论, 2023, 4 (3): 26-36.

<https://doi.org/10.35534/cnr.0403005>

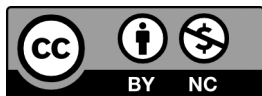
计划行为理论,以计划行为作为中介变量,通过问卷调查的方法建构结构方程模型,探究新媒体接触对个体进行幽门螺旋杆菌筛查行为的影响因素及其相互作用机制。研究表明,健康行为的发生影响因素是多方面的,个体的态度、主观规范和感知行为控制是影响行为的显著因素,体现出促进个人进行幽门螺旋杆菌筛查的健康行为需要从内外部双重因素出发,积极推动人们进行健康行为。

关键词: 新媒体;计划行为理论;健康传播

Copyright © 2023 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



一、引言

中华医学会消化病分会幽门螺旋杆菌学组于 2002—2004 年在全国进行了一项涉及全国 19 个省市 39 个中心的大规模幽门螺旋杆菌流行病学调查。此次调查结果显示了我国幽门螺旋杆菌感染率为 40% ~ 90%, 平均为 59%。我国属发展中国家,幽门螺旋杆菌人数近 8 亿。研究指出,这种细菌感染首先引起慢性胃炎,并导致胃溃疡和胃萎缩,严重者则发展为胃癌。据统计,初次感染幽门螺杆菌年龄较早的人群萎缩性胃炎及胃癌发生率高,幽门螺杆菌感染与胃癌死亡率的高低呈现平行关系。2017 年 10 月 27 日,世界卫生组织国际癌症研究机构公布的致癌物清单初步整理参考,幽门螺杆菌(感染)在一类致癌物清单中,其不良预测疾病发展情况就是胃癌,我国也是胃癌死亡人数全世界最高的国家。对幽门螺旋杆菌筛查的科普以及推广具有一定的现实意义。

国内对幽门螺旋杆菌(helicobacter pylori, HP)的研究大部分集中于医学领域,对个体进行 HP 筛查意愿影响因素的研究较少,研究健康行为以帮助和促进大众身心健康发展,有利于贯彻落实《健康中国 2030 规划纲要》。本文以计划行为理论为基础,针对研究对象的媒介使用情况,加入新媒体使用作为变量,从态度、主观规范和感知行为控制等方面提出研究问题,探析健康行为的影响因素,推动健康传播发展。

二、理论基础与研究问题

（一）计划行为理论

计划行为理论是由 Ajzen 提出的,是基于理性行为理论发展而来,但是在社会环境中,完全理性的个体是不存在的,个体的行为并不是内心意向的反映,而是会受到各种外部环境因素的影响,即使个人已经拥有了积极行为态度与主观规范,但是不具备行为的客观条件,则行为依旧难以发生^①。所以在其理论基础上增加了感知行为控制这一变量来预测个体行为,理论的核心观点在于个体行为意向是决定行为发生的重要因素,受到态度、主观规范和感知行为控制三个维度的影响。TPB 理论被广泛运用于个体行为的预测,行为态度指的是个体对此行为所持有的正面或者负面的评价,即对此行为的态度越好则进行行动的概率就越大;主观规范指的是个体感受社会压力的程度,即行动受到社会他人的赞成,则更有可能实施该行为;感知行为控制指的是个体进行行为时对其困难程度的感知,即个人认为行为实施起来受到很多阻碍,则更有可能放弃该行为。

计划行为理论已经被多类学科研究所证明能够有效预测个体的行为意向与具体的行为动作。一项有关于农村妇女宫颈癌筛查行为意向的研究表明,计划行为理论能够对农村妇女宫颈癌筛查行为进行较好的解释与预测。另一项有关于医患沟通行为影响因素的研究也证实了,计划行为理论中的各要素对医患沟通行为的意向有显著影响^②。具体到个人 HP 筛查的行为之中,TPB 之中的各类因素同样适用对其行为的意向与发生的研究,因此,本文将计划行为理论作为研究的基础理论。

（二）新媒体接触与计划行为和行为意向

媒介是大众了解社会信息的重要渠道之一,大众对于世界的理解与认知形成离不开媒介在其中发挥的重要作用,现如今互联网以及数字技术的发展,使新媒体成了大众主要的信息来源,通过接触其中的信息来产生对于现实的认知。媒介建构认知,早在李普曼的《舆论》一书中所提出的“拟态环境”观点以及伯格纳的“涵化理论”中均有体现。媒介接触过程链接了现实世界与大众认知,理论的不断进步与发展,使“媒介建构论”得以成型。同时,杜等人一项研究中表明,认知心理学中认知影响行为的三个方面分别为:客体认知、自我认知和环境认知^③。

① 闫岩. 计划行为理论的产生、发展和评述[J]. 国际新闻界, 2014, 36(7): 113-129.

② 聂静虹, 金恒江. 病患就医意愿和健康意向的影响因素研究——基于计划行为理论(TPB)模型的构建[J]. 新闻大学, 2017(5): 86-94, 150.

③ 杜智涛, 罗湘莹, 苏林森. 社会期待下的集体行动: 媒介接触对公众新冠疫苗接种意愿的认知建构研究[J]. 国际新闻界, 2022, 44(4): 53-77.

同为心理学学科的计划行为理论中,对客体的态度、对自我的主观规范和对环境的感知行为控制也影响着行为的发生。由此,从媒介建构论的角度阐释了新媒体接触影响着大众的认知即大众的计划行为。张等人在一项有关于新媒体接触的研究中发现,新媒体接触显著提升了公众多元化的社会治理参与行为和参与意愿^①。因此,新媒体接触或多或少影响不同研究对象的维度行为意向,这里将新媒体接触划分为三个维度,即主流媒体、商业媒体和社交媒体。

上文中已经表明媒介接触对大众认知是具有影响的,但不同的媒介给予用户的作用是不同的,用户在接触过程中与媒体互动所产生的效果也是不同的。主流媒体在中国的媒介环境中始终占据着上层的位置,对于大众而言,主流媒体便是专业与权威的象征,是大众行为的方向路径。王等人关于官方媒体与非官方媒体的信任度影响因素研究表明,大学生对官方微博、官方微信的信任度更高^②。如果说主流媒体所代表的是专业与权威,那么与之相对应的非主流媒体便代表的是大众与生活,在我国非主流媒体也可称为商业性新闻(门户)网站,此类媒体是没有新闻采访权的,不能进行直接的新闻原创,类似于新浪、网易等。一项门户网站的研究显示,新闻门户网站使大众更容易加入专业话语生态之中,一定程度上提升了人们对与社会联结的意识。随着移动互联网迅速发展,社交媒体的崛起改变了大众获取信息的方式,社交媒体平台上的内容大多数依赖于UGC(用户生产内容),社交媒体的开放性使信息不仅变得碎片化,同时在传播的过程中极易发生异变,导致信息失真。社交媒体情境下中国健康传播的研究表明,大众已经倾向于使用社交媒体来作为其获取健康知识的渠道。基于上述理论与研究,可提出研究问题:

Q1: 新媒体接触即主流媒体接触、商业性媒体接触和社交媒体接触是否对个体进行HP筛查行为意向存在正面或负面的影响。

依据媒介建构论的视角,媒介接触会影响大众认知,媒介所创造的“现实”与大众的主观心理认知的联系是密切的,是在相互参与中所建构起来的。媒介接触对行为的态度和主观、客观环境的认知亦是如此,则新媒体接触同样会影响人的计划行为。周等人在社会化信息接触对个体健康行为的说服效果研究中表示,在健康传播领域中,社交媒体不仅是在对健康信息进行传播,更是在提高大众健康知识水平上来推动健康行为的改变^③。高等人的研究发现,政治信

① 张云亮,冯珺,季芳芳,等. 新媒体接触对社会治理参与的影响研究——基于中国社会状况综合调查2013—2017年数据的实证分析[J]. 新闻与传播研究, 2020, 27(7): 77-95, 127-128.

② 王国华,叶旭子,王戈,等. “微媒体”背景下官方媒体与非官方媒体的信任度影响因素研究——以武汉地区大学生为例[J]. 新闻界, 2016(22): 46-53.

③ 周金连,吴晔,韩仪,等. 社会化媒体信息接触对个体健康行为的说服效果研究——以HPV疫苗采纳为例[J]. 新闻大学, 2022(2): 1-16, 117.

息接触和文化认知世界观能够直接影响大众对转基因食品的态度和风险感知^①。杨在有关于风险信息接触和个人心理认知的影响研究中发现,个体所依赖的信息渠道可以有效激活积极的认知机制,促进健康决策^②。

依据计划行为理论的视角,在其行为态度的维度中是由两个因素共同决定的,一是个体行为发生结果的可能性,二是对此行为结果的评估。在其主观规范的维度中是由两个因素决定的,一是规范信念,即个体对于重要的人群对此行为是否进行的看法,二是依从动机,即个体往往对于重要的人群所产生的依从心理动机。在其感知行为控制的维度中是由两个因素决定的,一是控制信念,即个体对行为进行前后所遇到的促进和阻碍因素的可控程度,二是发生强度,即影响行为的各因数的发生强度是否有限制。Ajzen 在对其自身所提出的理性行为理论进行扩充之时,便在研究中补充道:“在任何行为开始之前,都必须清楚的界定行为,其中的因素包括目标、动作、背景和时间要素,即态度、主观规范和感知行为控制,当在正向的态度中,主观规范越有利,感知行为控制越大,个体的行为意图就越强烈。”基于上述文献与研究,可提出研究问题:

Q2: 新媒体接触即主流媒体接触、商业性媒体接触和社交媒体接触是否对个体进行HP筛查计划行为即态度、主观规范和感知行为控制分别存在正面或负面的影响。

本研究基于计划行为理论预测个体进行HP筛查的影响因素,根据理论模型,该理论的核心因素在于行为意向,且受到态度、主观规范和感知行为控制的驱动。在健康行为的影响下,行为态度是个体对于进行HP筛查这一行为是否有利于身心健康的认知或评价,一个主动的健康心态更加能够促使健康行为的发生。主观规范是个体对于是否进行HP筛查这一行为所感受到的社会压力,而这种压力通常来自其所处社会环境中较为亲密关系的人群,例如家人、朋友等。感知行为控制是个体对于进行HP筛查行为所感觉到的潜在困难和阻碍,体现出个体进行这一健康行为中所遇到的时间、物质和环境等一系列非主观层面因素的程度。行为意向是个体对于实施HP筛查这一健康行为的思考,是个体对身体进行行动的前置心理刺激,是转化为行为的关键要素。郭和王在一项有关于新媒体接触与HPV疫苗接种意向研究中发现,健康信念在其中发挥着中介效果^③。基于上述研究与文献,可提出研究问题:

Q3: 计划行为即态度、主观规范和感知行为控制是否对个体进行HP筛查行为意向存在正面或负面的影响。

① 高芳芳,刘于思,王来迪. 政治信息接触与价值观如何影响中国网民的转基因食品态度? 基于“格一群”文化理论的实证探索[J]. 国际新闻界, 2022, 44(5): 134-157.

② 杨洗,巢乃鹏. 健康不平等的代际差异: 新冠疫情风险信息接触和个人心理认知的影响[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(7): 95-102, 149.

③ 郭小安,王天翊. 新媒体接触、健康信念与HPV疫苗接种意向[J]. 新闻与传播研究, 2020, 27(6): 58-74, 127.

Q4: 新媒体接触对个体进行 HP 筛查行为意向的影响中, 计划行为是否存在中介效应。

三、研究框架与变量测量

研究框架如图 1 所示, 新媒体接触作为自变量由主流媒体接触、商业性社交网站接触和社交媒体接触三个变量组成。中介变量为计划行为, 其中包括个体对 HP 筛查行为态度、主观规范和感知行为控制三个子变量。因变量为个人对 HP 筛查行为的行为意向。

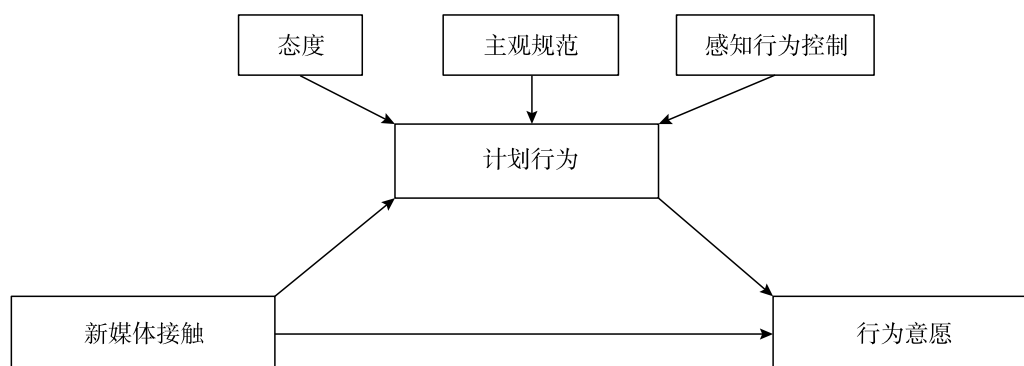


图 1 行为意向影响因素研究模型

Figure 1 Research model on factors influencing behavioral intention

本研究选取问卷调查的方法来收集研究所需要的数据, 通过问卷星平台分发调查问卷, 研究对象选取对幽门螺旋杆菌筛查有一定认知的对象随机发放, 共发放 117 份调查问卷, 回收 113 份, 删除“没有听说过 HP 筛查”的调查对象, 获得有效问卷 97 份, 回收问卷有效率达 82.9%, 包括人口统计学特征以及个体进行 HP 筛查行为的影响因素。运用 SPSS 26.0 进行数据的描述统计、问卷信度效度检验、相关性分析、回归分析和中介效应检验, 从而获得研究结果。问卷制作方面, 中介变量和因变量计划行为方面, 态度、主观规范、感知行为控制和行为意向的题项主要参考 Ajzen 和 WHO 的问卷^{①②}。自变量新媒体接触方面, 主流媒体接触、商业性媒体和社交媒体的维度分类方式和题项设计, 主要参考了杜等人的研究和问卷。问卷题目采用李克特五点量表, 被调查者根据自身情况选择合适的程度题项, 从高到低为从“非常同意”到“非常不同意”。

对中介变量计划行为的十二个题项和因变量行为意向的三个题项做可靠性分析和探索性因

① Ajzen I. The theory of planned behavior [J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1991, 50 (2): 179-211.

② WHO. Survey tool and guidance: Rapid, simple, flexible behavioural insights on COVID-19 [R]. WHO Regional Office for Europe, 2020.

子分析。数据分析结果显示,计划行为的 Cronbach's α 系数为 0.82,行为意向的 Cronbach's α 系数为 0.78,问卷信度良好。

对中介变量计划行为的十二个题项进行探索性因子分析,KMO 值为 0.79,Barlett test 的显著程度 p 值为 0.000,共分析出三个因子,分别为态度、主观规范和感知行为控制,方差解释率累计为 56%。

表 1 计划行为因子分析

Table 1 Factor analysis of planned behavior

测量题项	因子载荷		
	成分 1	成分 2	成分 3
您的家人、朋友、同学或其他对您很重要的人希望您进行 HP 筛查	0.75		
您的家人、朋友、同学或其他对您很重要的人鼓励您进行 HP 筛查	0.79		
您的家人、朋友、同学或其他对您很重要的人认为您应该进行 HP 筛查	0.80		
如果您的家人、朋友、同学或其他对您很重要的人进行 HP 筛查，您认为您也会进行	0.72		
您认为进行 HP 筛查并不困难		0.74	
您认为进行 HP 筛查对您并不会产生负担		0.79	
您对进行 HP 筛查行为很有自信		0.54	
您认为您会形成定期进行 HP 筛查的习惯		0.55	
您认为进行 HP 筛查是必要的			0.76
您认为进行 HP 筛查很重要			0.81
您认为进行 HP 筛查是有益身体健康的			0.50
您认为进行 HP 筛查可以促进健康行为的形成			0.26
解释的方差	56.11%		
提取方法：主成分分析法 a. 旋转在 4 次迭代后已收敛			

对因变量行为意向的四个题项进行探索性因子分析,KMO 值为 0.66,Barlett test 的显著程度 p 值为 0.000,共分析出一个因子,方差解释率累计为 60%。

表 2 行为意向因子分析

Table 2 Factors analysis of behavioral intention

测量题项	因子载荷
您愿意去了解 HP 筛查的相关情况	0.279
您有进行 HP 筛查的强烈意愿	0.327
您有在近期进行 HP 筛查的打算	0.324
您一定会在近期进行 HP 筛查	0.356
解释的方差	60.03%
提取方法:主成分分析法	

基于上述可靠性分析和探索性因子分析,问卷效度良好。

四、数据分析

描述性统计分析：在回收的 97 份有效问卷中，男（43.3%）女（56.7%）人数大致相等。以大学本科（80.4%）学历为主，且大多数所学专业或工作为非医学（78.4%），大部分被调查对象已经进行过 HP 筛查（59.8%）。在新媒体接触变量中，通过社交媒体微博和微信的平均值最高达到 3.80。社交媒体接触在新媒体接触中被选择比率较大，被调查对象较多地使用社交媒体进行知识和信息的获取，符合现如今传播规律和主流现状。

相关性分析：新媒体接触变量、计划行为变量和行为意向变量之间的 Pearson 相关系数分别为 0.498、0.616、0.734， p 值均小于 0.05，相关性显著，且变量之间存在显著的正相关关系。

回归分析：采用多元线性回归的方法分析新媒体接触维度中主流媒体接触、商业性媒体接触和社交媒体接触对个体进行 HP 筛查行为意向的影响以及新媒体接触对计划行为维度中态度、主观规范和感知行为控制的影响，最后分析计划行为对行为意向的影响。

表 3 行为意向影响因素回归分析

Figure 3 Regression analysis of factors influencing behavioral intention

	非标准化系数		标准化系数	VIF	R 方	F
	B	标准误差	Beta			
因变量：行为态度						
主流媒体	0.116	0.088	0.179	2.020	0.151	5.531
商业性媒体	-0.042	0.064	-0.076	1.464		
社交媒体	0.196	0.089	0.285	1.835		
因变量：主观规范						
主流媒体	-0.115	0.112	-0.133	2.020	0.221	8.810
商业性媒体	0.126	0.081	0.171	1.464		
社交媒体	0.414	0.113	0.454	1.835		
因变量：感知行为控制						
主流媒体	0.129	0.104	0.163	2.020	0.212	8.342
商业性媒体	0.099	0.075	0.147	1.464		
社交媒体	0.197	0.105	0.235	1.835		
因变量：行为意向						
主流媒体	0.082	0.105	0.087	2.020	0.426	22.991
商业性媒体	0.125	0.076	0.155	1.464		
社交媒体	0.499	0.106	0.499	1.835		
因变量：行为意向						
态度	0.275	0.123	0.189	1.514	0.561	39.57
主观规范	0.268	0.087	0.244	1.335		
感知行为控制	0.572	0.099	0.481	1.452		

回归结果如表 3 所示，自变量 VIF 值均小于 3，不存在多重共线性问题。同时将人口学因素中的性别、学历和年龄作为控制变量纳入回归方程进行分析，结果显示人口学因素对个体

进行 HP 筛查行为意向和计划行为的 R 方值分别仅为 0.037、0.064 即人口学因素对行为意向和计划行为的方差解释率为 3.7%、6.4%。人口学各因素对计划行为和行为意向解释率偏低。依据回归模型结果对研究问题进行解答,本文参考了周的方法,不参考自变量的显著性 p 值,而是通过回归模型的 R 方值来考察和分析自变量和中介变量对个体进行 HP 筛查行为意向的影响。

回归模型中,新媒体接触变量对计划行为变量即态度、主观规范和感知行为控制的解释力分别为 15.1%、22.1% 和 21.2%。新媒体接触变量和计划行为变量对 HP 筛查行为意向的解释力分别为 42.6% 和 56.1%。综合标准化回归系数与方差解释率,新媒体接触对计划行为的解释力要高于人口学因素,在影响 HP 筛查行为意向方面,计划行为的解释力要高于新媒体接触。在新媒体接触方面,接触社交媒体对行为态度、主观规范、感知行为控制和行为意向的影响力均大于接触主流媒体和商业性媒体。在新媒体接触对计划行为和行为意向的各个维度的影响中,接触主流媒体对个体主观规范的影响以及接触商业性媒体对个体行为态度呈负向影响,其余各个维度都具有正向影响。在计划行为方面,行为态度、主观规范和感知行为控制对 HP 筛查行为意向均具有正向影响,其中感知行为控制的影响力要大于行为态度和主观规范。

本研究使用 Process 3.3 对中介变量计划行为进行效应检验,使用 Mode 14 进行分析,分析结果如表 4 所示。中介效应检验,首先中介变量作为结果变量的模型检验,模型的 R 值为 0.4981, p 小于 0.01,具有统计学意义,路径回归方程为 $M(\text{中介变量}) = 2.7388 + 0.3516 * X(\text{自变量})$,回归系数 $a = 0.3516$, p 小于 0.01, 95%CI (0.2269, 0.4762),说明自变量对中介变量由正相关作用即新媒体接触正向影响计划行为。其次因变量作为结果变量的模型检验,模型 R 值为 0.7883, p 小于 0.01,具有统计学意义,路径回归方程为 $Y(\text{因变量}) = -1.0484 + 0.3602 * X + 0.8713 * M$, 95%CI (0.6484, 1.0942),回归系数 p 值均小于 0.01,则中介变量存在中介效应且为部分中介效应即计划行为作为中介变量在新媒体接触对进行 HP 筛查行为意向影响中发挥着部分中介效应。最后回归模型总效应值为 0.6665,直接效应值为 0.3602,间接效应值为 0.3063,中介效应占比 45%, 95%CI (0.1648, 0.5171),验证了上述结论。

表 4 行为意向影响因素中介效应检验

Figure 4 Mediation effect test of factors influencing behavioral intention

	Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
间接效应	0.3063	0.0895	0.1648	0.5171
直接效应	0.3602	0.0792	0.2029	0.5176
总效应	0.6665	0.0875	0.4927	0.8403

五、结论与讨论

本文研究了新媒体接触对个体进行HP筛查行为意向的影响,检验了当新媒体接触作为模型自变量时计划行为的中介效应,验证了计划行为理论中行为态度、主观规范和感知行为控制对行为意向的影响。对大众进行HP筛查行为的理论研究扩散开来,优化HP筛查健康信息在新媒体平台的传播形式与路径,从而提高其传播效果。

(一) 态度、主观规范和感知行为控制在新媒体接触对HP筛查行为意向的影响中存在中介效应

个体能够自主进行HP筛查行为,不仅是外部社会环境对自身的影响,个人心理因素也同样发挥着重要作用,当个体对此行为持有正面积极的态度或自身和他人都能够帮助自己去完成此行为,则个体更加会倾向于采取该行为,推动HP筛查在我国的推广普及率。同时,也能够在实践层面给予大众对于健康信息传播的新路径,加入中介因素在具体传播内容、过程和效果等层面考虑个体态度等的影响,推动健康信息在新媒体平台上传播范式的发展。

(二) 对行为意向影响最大的变量是感知行为控制

影响个体进行HP筛查行为意向的三个维度中,行为态度、主观规范和感知行为控制对其存在相对较高的解释力水平,同时也都是正向影响行为意向。这与Ajzen对于计划行为理论的研究相对一致。这也从另一个方面说明,当个体是否进行HP筛查具体行为时,内心主观因素的影响占比更大。聂等人的一项关于就医意愿和健康意向的研究,也证明了感知行为控制越强的患者,越具有服从医生建议的就医意愿。基于本研究,无论是媒体还是大众,在进行传播设计的过程中,形成一定的传播偏向,加强新媒体健康传播的可信度与认可性。

(三) 个体社交媒体接触在对HP筛查计划行为和行为意向的影响中具有最高的正向解释力与影响力

在健康传播视角下,中国的媒介环境给予主流媒体的更多是重大公共卫生事件或国民健康整体导向作用,国内的主流媒体对HP筛查的重点报道并不多见,这也就使大众主要通过社交媒体渠道来对HP筛查进行认知活动,从而决定自身行为导向。这一研究结论的现实意义启示我们应该扩充HP筛查的传播渠道,用多种类型的传播媒介传播信息,使其发挥相互补充的作用,满足不同个体对于知识信息的不同需求,发挥出全媒体的优势,形成更加包容的健康传播生态。

陈的新时代的健康传播研究表明，未来的健康传播研究需要专业人员、政策制定者和大众之间的相互合作与协同，为健康传播注入新的血液。

六、结语与不足

本研究以计划行为为中介变量，分析了新媒体接触对进行 HP 筛查行为意向的影响机制，同时研究中还存在大量不足，首先，本研究是基于问卷调查法所获得的问卷数据进行分析，可以加入质化访谈等研究方法对研究进行进一步的深化理解，提高自变量与因变量以及中介变量的因果关系推断。同时，对于新媒体接触变量维度的划分，在互联网技术不断地进步下，全新的媒介形式与渠道层出不穷，应对变量进行更加创新和细致的划分。其次，调查对象的选取与样本的处理并不完善，样本数量较少，可能导致研究结果并不具有代表性与普适性。最后，本文的研究变量还不够全面，应加入更多的变量，探讨对 HP 筛查行为有影响的更多要素，提高模型解释率，提高行为预测概率，为 HP 筛查的推广提供实际参考价值。提升大众健康素养与风险感知能力，为健康传播的发展提供新的动力。