

老年人健康传播策略：提升媒介素养与健康素养

朱金鑫

南京林业大学人文与社会科学学院，江苏 南京

收稿日期：2024年7月18日；录用日期：2024年8月20日；发布日期：2024年8月30日

摘要

文章旨在探讨疫情过后老年人如何有效获取健康信息，提升健康素养。通过分析老年人在自我效能感、媒介接触差异和社会文化规范中的困境，文章构建了“知信行”模式的理论框架，提出新旧媒体联动、替代性经验传辅和健康信息反哺三大策略。研究发现，通过这些措施可以有效消解老年人的信息时差，击破自我效能感迷雾，强化媒介素养，从而提升老年人的健康素养。结论指出，社区和家庭在老年人健康传播中发挥着重要作用，年轻一代应重视老年人的情感需求，采用适当的方式帮助他们获取和判断健康信息。

关键词

健康传播，老年人，媒介素养，健康素养

Health Communication Strategies for the Elderly: Enhancing Media Literacy and Health Literacy

Jinxin Zhu

College of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jul. 18th, 2024; accepted: Aug. 20th, 2024; published: Aug. 30th, 2024

Abstract

This article aims to explore how the elderly can effectively obtain health information and improve their health literacy after the epidemic. By analyzing the challenges faced by the elderly in terms

of self-efficacy, differences in media exposure, and socio-cultural norms, this article constructs a theoretical framework for the “knowledge, belief, and action” model, and proposes three strategies: the linkage between new and old media, the dissemination of alternative experiences, and the feedback of health information. Research has found that these measures can effectively alleviate the information age gap among the elderly, break through the fog of self-efficacy, strengthen media literacy, and thus enhance their health literacy. The conclusion points out that communities and families play an important role in health communication among the elderly, and the younger generation should pay attention to the emotional needs of the elderly and adopt appropriate methods to help them obtain and judge health information.

Keywords

Health Communication, The Elderly, Media Literacy, Health Literacy

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着全球风险社会的到来以及疫情之后，健康传播问题尤其是老年人健康传播问题已然成为人们普遍关注的常态。据联合国教科文组织的标准，一个国家或地区 60 岁及以上人口占总人口的 10%，或者 65 岁及以上人口占总人口的 7% 以上时，就表明该国家或已进入老龄化社会。国家统计局公布我国第七次全国人口普查结果显示，中国目前常住人口为 141,178 万人，60 岁及以上人口为 26,402 万人，占 18.70% [1]，我国人口老龄化程度进一步加深。老年人作为边缘性文化地位的弱势群体，其健康状况影响着国家和社会的整体发展[2]。但此前疫情突然袭来，暴露除了许多社会弊端，老年人健康传播问题就是其中显著弊端之一。老年人由于受到过去生活经验和知识的影响和限制，对于新媒介技术吸收和接收能力较差，从而在老年人群中出现了健康信息接收壁垒的困境。

2. 老年人健康传播的内涵

健康传播是传播学的一个分支。美国学者罗杰斯(Everett M Rogers)在 1994 年提出一种界定，认为健康传播是指通过各种媒介和渠道，向公众传递健康相关的信息、知识和技能，以提高公众的健康意识和健康行为的一种社会活动。其核心目的是促进健康知识的普及和健康行为的改善，从而提升整个社会的健康状况和生活质量。“健康传播”成为一项独立的研究领域是在 1970 年代初，之所以能在国际间广泛地作为健康策略的理论根据，除了善用传播学中不同的层级外，更能体现健康促进的整体[3]。而老年人健康传播是健康传播研究领域当下的一大热点，老年人健康传播问题涉及到两个重要的概念，即“健康传播”和“老年人”，这两个概念涉及到传播学、社会学、心理学、公共卫生学、老年学、教育学、管理学等多个学科领域。因此，这些因素决定了老年人健康传播问题的多向度性以及未来深入探讨研究的广阔性[4]。老年人健康传播不仅包括健康知识的普及，还涉及到健康行为的引导和健康服务的提供，旨在提高他们的健康素养和生活质量。其核心包括全生命周期的健康理念、健康老龄化和积极老龄化，强调从早期开始综合干预，维护老年人的生理、心理和社会功能。此外，老年人健康传播还关注健康服务的可及性、心理健康与关怀，以及利用互联网技术提升老年人获取健康信息的能力。通过这些措施，老年人健康传播致力于延长健康预期寿命，减轻社会负担，并促进老年人的社会参与和融合。

3. 老年人健康传播的现实桎梏

为了更好的探究当下老年人健康传播的困境,本文从“宏-中-微”三个方面搭建了层次图(见图1)。个人为了获取健康信息知识,会主动去接触媒体,媒体发出的新闻信息又会营造出舆论环境,从而影响到整个社会。而我国又有着独特的社会环境和历史习俗,进而影响到个人对于信息的看法和认知。

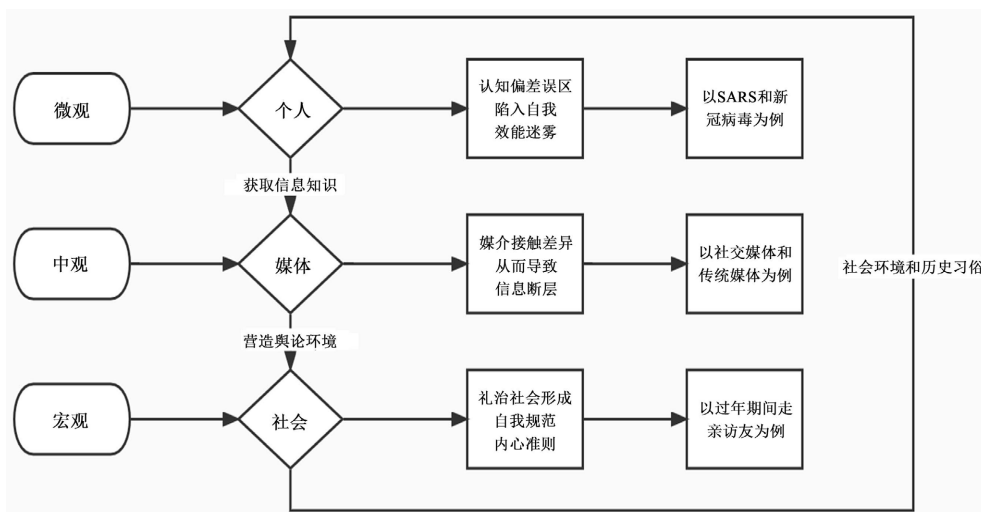


Figure 1. Hierarchical diagram

图1. 层次图

3.1. 个体：自我效能感迷雾

老年人群体由于陷入了自我效能感的误区之中,而易产生健康传播的困境。班杜拉将自我效能感定义为人们对自身能否利用已有的技能去完成某项工作的自信程度。他认为除了结果期望外,还有一种效能期望。结果期望指的是人对自己某种行为会导致某一结果的推测。如果人预测到某一特定行为将会导致特定的结果,那么这一行为就可能被激活和被选择。最为典型的就是在疫情期间,老人通过 SARS 的经验,认为当初自身连 SARS 的经历过了,为此仅仅认为新冠是普通的感冒。因此,对于出门必须戴口罩这种行为,认为是“大题小作”。然而他们不知道的是 SARS 病毒主要感染青壮年群体,而新冠病毒却截然相反,易感人群恰恰是免疫力较差的中老年人群体。除此之外外相较于短期潜伏期的 SARS,新冠病毒的潜伏期最长可达快半个月之久,感染初期并无特别异常明显的症状。最后新冠病毒本身的攻击传染率就要比 SARS 高几倍有余。为此,老年人陷入自我效能感迷雾之中,是造成健康传播困境的原因之一。

3.2. 媒体：媒介接触差异下的信息断层

在相关互联网及新媒体的使用方面,这种媒介接触下的信息断层或鸿沟,也是造成老年人健康传播困境的原因之一。对于中老年人来说,他们仍大多数通过传统媒体为主要渠道来获取信息。然而,新冠疫情爆发初期,最新的疫情信息及防护信息都集中在社交媒体。老年人由于普遍处于低媒介素养或者缺失媒介素养的状态之下,从而产生了数字鸿沟,并阻碍了中年人群体的信息接收。数字鸿沟理论充分的说明了在当下新媒体时代下老年人因媒介素养差异和数字技术使用能力差而导致的健康信息接收壁垒。无法及时获取最新的疫情信息及防护措施,不仅会使得老年人的身体健康无法得到保障,甚至会造成疫情的进一步嫁接和转移。当再通过传统聚到获取到信息后,往往已经是“亡羊补牢”,尤时已晚。

3.3. 社会：“礼治社会”形成自我规范

中国作为坐拥 5000 多年历史的泱泱大国，自古以来一直被外国成为“礼仪之邦”。而这离不开中华民族博大精深，源远流长的文化习俗。我们一直崇尚法治和礼治兼并的社会。礼和法都是社会和个人行为规范的参照和约束坐标，但是礼和法是各自维持着不同力量的。而正是这种“礼治社会”的长期，一代一代传承下来文化影响。在许多人心中形成了自我规范，这种自我规范在老年人之中尤为的明显。如春节期间，走亲访友是代代积累下来的中华传统文化，老一辈在几十年“礼”的教化中形成自己的内心准则——若不如此，便会遭遇不信。为此，中老年人不顾疫情感染的风险，不听家人和村委会的劝说，也要走亲访友，来践行自己心中的规范。这种自我规范也算是中华传统文化的些许瑕疵，青年人群体容易辨别出，而老年人群体思想过于古板，不善于变通。

4. 老年人健康传播的纾困之路

知信行模式是一种用于解释和改变人类健康相关行为的理论框架。该模式将人类行为的改变分为三个连续的过程：获取知识、产生信念及形成行为。知信行模式强调“知”是基础，“信”是动力，“行”是目标，只有在充分了解知识的基础上，才能形成正确的信念，并在此基础上采取相应的行动。知信行模式通过系统地将知识、信念和行为结合起来，提供了一个有效的理论框架来指导和实施健康教育和行为干预措施，从而促进个体和社会的健康水平提升。为此本文构建了基于“知-信-行”的理论框架图(见图 2)。

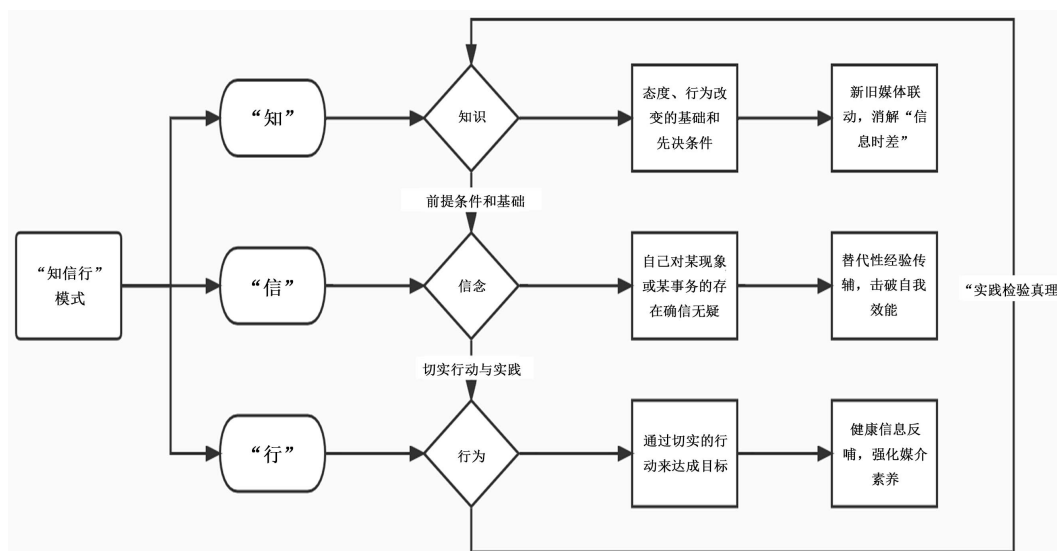


Figure 2. Frame diagram

图 2. 框架图

4.1. 知：新旧媒体联动，消解“信息时差”

“知信行”模式中的“知”，即知识——态度、行为改变的基础和先决条件。此处特指疫情信息及防护知识。而正是唯有将与疫情和防护信息的相关知识及时准确的传达给老年人，才能成为解决健康传播困境的基础条件。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2023 年 12 月，我国农村地区的互联网普及率为 66.5% [5]。因此针对城市网民来说，各种新媒体应当及时根据中共中央和党中央下达的指示，将相关信息整合加工来在各大平台和媒体上散播开来，

通过新媒体及时、迅速触达，以期实现信息的普惠；而对于农村受众，村委会应当及时组织好相关的宣传，例如：宣传手册、广播、横幅、组委会上门等方式，通过人际传播口口相传，来实现指示的传达。为此，借助新旧媒体联动，通过人际 + 大众双渠道传播，消解老年人群体中的“信息时差”，从而促使信息的普惠。

4.2. 信：替代性经验传辅，击破自我效能

“知信行”模式中的“信”，即信念——自己对某一现象或某一事务的存在确信无疑。此处特指如何让老年人相信，促成态度的转变。在进行疫情防治工作的时候，经常出现，老年人会根据自身能力的判断来采取行为，即自我效能感。因此，为了击破老年人这种自我效能感迷雾，应借助自己人效应或者替代性经验传辅，来促成态度改变。霍夫兰的自己人效应认为，人会对自己喜欢的，或者认为与自己有某种相似性的人更加认同，更加有效促成态度改变。同时杜班拉提出的替代性经验传辅概念，意为通过观察他人行为的结果，获得自我可能性认识。例如：在疫情期间，给不肯配合防疫工作的老人观看“姥姥不要我了”短视频，该系列视频的以老年人为主角，出演防疫宣传的搞笑视频，不仅在年龄上拉近了彼此的距离，而其中幽默诙谐的内容，也更加易于让老年人群体接受，从而促成态度的转变，配合疫情防治大局的实施和巩固。

4.3. 行：健康信息反哺，强化媒介素养

“知信行”模式中的“行”，即行为——通过切实的行动来达成目标。此处特指采取相关的措施，来实现老年人健康传播，强化其媒介素养。因为认知是行为的基础和依据。为此，在进行老年人健康传播时，媒体应当健全信息传播和反馈渠道，实现多向度的涵化进程交织。着重关注受众需求，针对性答疑解惑，用媒体报道促成公众行动。除此之外，各大社区及村委会要动员青年人做好信息反哺的工作。数字反哺理论可以说明当下借助作为“网络原住民”的年轻一代的言传身教来帮助老年人摆脱数字贫困，从而更好的实现健康传播效果的触达。“推进公共设施适老化改造”“发展银发经济，开发适老化技术和产品”“培育智慧养老等新业态”。“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要为完善养老服务体系、推动充分兼顾老年人需求的社会建设，指明了方向从而强化老年人的媒介素养和健康素养。

5. 结语

本文深入探讨了疫情期间老年人由于自我效能感的误区、媒介接触差异和社会文化规范的影响，在获取健康信息方面存在诸多障碍，从而深陷健康传播的困境。然而，通过构建“知信行”模式，本文为解决这些问题提供了理论指导和实践策略。新旧媒体的联动有助于缩小信息时差，替代性经验传辅能够促进老年人态度的转变，而健康信息反哺则强化了老年人的媒介素养。此外，社区和家庭的支持对于老年人的健康传播至关重要，年轻一代的积极参与和适当的信息反哺可以极大地提升老年人的健康素养。

年轻一代应该知道有效的沟通都应该从老年人的个体特点而不是刻板印象出发来不断修正传播行为，改变对老年人“无力”、“无能”的看法，在沟通中发挥老年人的能动性，采用适当的方式来帮助提升老年人的健康信息获取和判断能力。同时，子代应当重视老年人的情感需求，克服工具性的传播偏向，更多从情感的角度出发来看待老年人的健康信息传播行为，将信息支持建立在充分的情感支持基础之上。

参考文献

- [1] 杨新洪. 新时代广东青年人口发展状况研究——以第七次全国人口普查数据为主要依据[J]. 广东青年研究, 2024, 38(2): 1-16.
- [2] 赖小萍, 胡晓欢. 经济欠发达地区老年人健康信息获取影响因素与对策——以宿迁市老年人为例[J]. 新闻研究

导刊, 2015, 6(21): 15-16.

- [3] 秦美婷. 健康传播对提升国民健康素养的理论运用与实证分析——以新加坡为例[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2011(12): 51-56.
- [4] 蒋俏蕾, 黄悦鑫, 张晶. 老年人健康传播研究: 热点与趋势——基于 1997-2019 年中外文献的比较分析[J]. 新闻与写作, 2020(9): 45-54.
- [5] 中国互联网络信息中心发布第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊, 2024, 33(2): 104.