

分类号 _____
U D C _____

密级 _____
编号 10741



硕士学位论文

(专业学位)

论文题目： 知乎问答社区健康信息传播研究

研究生姓名： 王煜宇

指导教师姓名、职称： 杨晓峰 教授

学科、专业名称： 新闻传播学 新闻与传播

研究方向： 网络与新媒体

提交日期： 2021年5月20日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 王煜宇 签字日期： 2021.06.01

导师签名： 杨晓峰 签字日期： 2021.06.01

导师(校外)签名： 周海波 签字日期： 2021.6.1

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 王煜宇 签字日期： 2021.06.01

导师签名： 杨晓峰 签字日期： 2021.06.01

导师(校外)签名： 周海波 签字日期： 2021.6.1

Zhihu Q&A Community Health Information Dissemination Research

Candidate : Wang Yuyu

Supervisor: Yang Xiaofeng

摘 要

近年来,随着各类社交平台的兴起,社会化问答社区也应运而生,它兼备社交属性和网络问答网站属性。是以用户之间“提问”和“回答”的互动形式为基础而建立的网络社区。问答社区发源于国外,作为舶来品引入国内,知乎是国内问答社区的代表,于2010年12月正式开放,意在通过社区内部邀请机制的建立,形成开放全面的信息问答体系 and 高质量信息系统。

伴随着国内问答社区上线和成长的同时,国民生命健康意识不断提升,传播学科也在不断走向成熟,人们对健康信息越来越重视,健康传播也逐渐成为了研究的热点。互联网环境下的某一类信息迅速发展,带来的结果会是一把双刃剑,健康信息也不例外,知乎问答社区内针对健康类话题形成的用户互动值得我去探究。

本文主要在介绍知乎社区以及健康传播研究背景的基础上,细化研究了知乎社区健康信息的内容生产机制、健康信息特征、健康信息话语描述、健康信息传播途径这四个方面,进而对知乎社区健康信息的传播现状提出了存在的问题以及优化举措。最后,笔者针对知乎健康信息传播方式以及当前存在的问题中,得出了以下结论:首先,要搭建知乎平台全面的健康信息系统;其次,要防止知乎平台健康信息娱乐化;再次,要促进知乎平台健康信息用户互动频率;最后,需要缩小知乎问答社区在社会群体中产生陌生感。

关键字: 问答社区 健康信息 知乎社区 传播方式

Abstract

In recent years, with the rise of various social platforms, a social Q&A community has also emerged, which has both social attributes and network Q&A website attributes. It is an online community based on the interactive form of "question" and "answer" among internal users. The Q&A community originated from abroad and was introduced into China as an imported product. Zhihu is a representative of the domestic Q&A community. It was officially opened in December 2010. It is intended to form an open and comprehensive information Q&A system and a high-quality information system through the establishment of an internal invitation mechanism within the community. .

With the launch and growth of domestic Q&A communities, people's awareness of life and health continues to increase, and the discipline of communication is also becoming more mature. People are paying more and more attention to health information, and health communication has gradually become a research hotspot. The rapid development of a certain type of information in the Internet environment will bring about a double-edged sword, and health information is no exception. The user interaction formed on health topics in the Q&A community is worthy of my investigation.

Based on the introduction of Zhihu community and the research background of health communication, this article detailed research on the

content production mechanism, health information characteristics, health information discourse analysis, and health information dissemination methods of Zhihu community health information. The current status of the dissemination of health information in the Zhihu community raises existing problems and optimization measures. Finally, the author draws the following conclusions regarding Zhihu's health information dissemination methods and current problems: First, it is necessary to build an in-depth health information system on the Zhihu platform; secondly, to prevent the entertainment of health information on the Zhihu platform; again , To promote the interaction frequency of health information users of Zhihu platform; finally, it is necessary to reduce the strangeness of Zhihu Q&A community in social groups.

Keywords: Q&A Community; Health Information; Zhihu community;
Dissemination method

目录

1 绪论	1
1.1 研究背景和意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	2
1.2 文献综述.....	2
1.2.1 国内外健康传播研究现状.....	2
1.2.2 网络问答社区相关研究.....	5
1.2.3 知乎相关研究.....	7
1.3 研究思路与方法.....	8
1.3.1 研究思路.....	8
1.3.2 研究方法.....	8
1.4 相关概念的界定.....	9
1.4.1 问答社区.....	9
1.4.2 健康信息.....	9
2 知乎健康信息的传播现状	10
2.1 知乎健康信息的内容生产机制.....	10
2.1.1 知乎健康信息生产机制.....	10
2.1.2 知乎平台健康信息的特征.....	12
2.2 知乎社区健康信息的话语描述.....	15
2.2.1 知乎社区健康信息的话语特征.....	15
2.2.2 知乎社区健康信息话语权的构建.....	17
2.3 知乎健康信息的传播途径.....	18
2.3.1 基于多栏目的健康信息传播.....	18
2.3.2 知乎健康信息的传播特点.....	19
3 知乎社区健康信息传播中存在的问题	21
3.1 知乎社区健康信息“碎片化”趋势加重.....	21

3.1.1 健康信息数量过于饱和.....	21
3.1.2 知乎问答模式造成信息不集中.....	22
3.1.3 健康信息自身特性所致.....	22
3.2 知乎社区健康信息逐步娱乐化.....	22
3.2.1 用户娱乐心理强烈.....	23
3.2.2 健康信息具备科学性.....	23
3.2.3 传播方式日渐丰富多样.....	23
3.3 知乎社区健康信息互动积极度不高.....	24
3.3.1 健康信息话语权过于集中.....	24
3.3.2 健康信息质量下降.....	24
3.3.3 健康信息用户群体少.....	25
3.4 知乎社区健康信息与社会群体产生“鸿沟”.....	25
3.4.1 知乎社区覆盖群体较少.....	25
3.4.2 社会各阶层健康意识不一.....	26
3.5 知乎社区“伪健康”信息的增加.....	26
3.5.1 识别度较低，难以监管.....	26
3.5.2 商业化驱使，较难控制.....	27
3.5.3 个体化差异，无法辨别.....	27
4 知乎社区健康信息传播优化举措.....	29
4.1 搭建知乎平台全面的健康信息系统.....	29
4.1.1 控制健康信息发布数量.....	29
4.1.2 明确健康信息来源.....	29
4.1.3 丰富原有问答形式.....	30
4.2 防止知乎平台健康信息娱乐化.....	30
4.2.1 加强健康信息的用户背景审查.....	30
4.2.2 增强健康信息叙事性.....	31
4.2.3 鼓励多形式的健康信息传播方式.....	31
4.3 促进知乎平台健康信息用户互动频率.....	31
4.3.1 适当分散健康信息话语权.....	32

4.3.2 提高内容原创性.....	32
4.3.3 升级原有互动形式.....	32
4.4 缩小知乎平台在社会群体中产生的“社会鸿沟”	33
4.4.1 加强知乎平台品牌建设.....	33
4.4.2 研发在线问答新功能.....	33
4.4.3 改进分享运行机制.....	34
4.5 防控知乎社区“伪健康”信息的增加.....	34
4.5.1 培养用户素养.....	34
4.5.2 打击不良商业推广.....	35
4.5.3 建立全面的信息审查制度.....	35
结语.....	37
参考文献.....	38
中文文献.....	38
外文文献.....	40
后 记.....	42

1 绪论

1.1 研究背景和意义

1.1.1 研究背景

伴随着社会生产力水平的提高,人们的需求从日益增长的物质基础,逐步拓展到各个生活领域,生命健康意识也在不断增强。首先,并且我们国家将“健康中国”列入国家发展的总战略,国家也在高度关注着民生健康,在《“健康中国2030”规划纲要》中提到,在2030年,我们国家的居民健康水平至少要达到30%以上,政府、社会、个人协同推进,促进以治病为中心向以健康为中心转变,提高人民健康水平。¹从传播学角度出发,做好健康信息的传播是促进国家健康中国战略的有力推手。此外,在各个社交平台当中,健康信息的传播数量增加,并且有更多的健康信息的生产者也投入到健康传播事业中来,在我们国家,健康信息传播的热度不断上升。

在科技高速进步的今天,传播技术日益精进,5G时代的到来,社交平台的不断更迭交加,移动媒体走向成熟。这不仅仅意味着传播事业达到高潮,人们获取信息的途径变得丰富多元。这样的传播背景下面临这样的社会传播环境,铺天盖地的信息出现在人们面前,我们被杂乱无章且庞大的信息环境包围着。而且随着社交平台传播方式的优化,已经形成了UGC的内容生产模式,信息传播的话语权实现平民化。从而,健康意识的提升和当代传播事业的进步,为健康传播的发展提供了良好的生存环境。

综上所述,社会技术发达、传播形态进步为健康信息的在社会化问答社区里的传播提供了良好的温床。健康传播作为传播学的重要分支,成为了近几年来研究的热点。在2011年国内国内问答社区——知乎的出现,通过社区内邀请回答制吸引了大量的健康信息专业生产者和参与问答的用户。社区内部原本陌生的用户之间通过问答形式构建起一种无形的社交网络,从而,社会化的问答社区就这样形成了。国内社会化问答社区以知乎为例,我们将探讨健康信息在该社区中的

¹ 健康中国行动推进委员会. 健康中国行动(2019-2030年)
[EB/OL].[2020-04-17].http://www.gov.cn/xinwen/2019-07/15/content_5409694.htm.

传播过程和发展趋势,笔者想要对我国社会化问答社区中健康信息的传播现状进行研究,从中得出自己的结论,为我国社交平台健康信息传播贡献自己的一份力量。

1.1.2 研究意义

近年来,新媒体环境下信息传播技术和观念日渐成熟,全民健康意识不断提升,健康政策在各地有序推进,并且健康传播学科发展迅猛,成果突出。在这些发展条件成熟的基础上,新媒体环境下的健康传播达到空前兴盛局面。笔者正是在这样的社会环境和理论环境下进行了知乎社区健康信息的传播研究,在进行论文写作的过程中,从以下两个方面的写作意义出发,在进行自己的学术研究。

第一,从现实意义角度来讲,随着社会总重大公共卫生事件的发生和公民对健康问题的重视,希望能够对社交平台,尤其是问答类社交平台中的健康信息传播提供发展的借鉴意义。针对目前互联网中出现的健康信息质量差、“碎片化”、娱乐性强、互动低等现实问题通过自己的观察研究提供相应的解决举措。所以,笔者尽量去揭示社会化问答社区健康信息传播现状和问题的同时,希望能够为互联网背景下如何获取和传播高质量的健康信息贡献出自己的绵薄之力。

第二,从理论创新角度来讲,在现有的传播学、新闻学的基础上,在进行对知乎问答社区健康信息传播分析的同时,运用了相关的传播理论去进行论证分析。比如,在文章写作的过程中,引入了传播学中“意见领袖”、“沉默的螺旋”等概念,笔者尽可能将自己研究内容符合科学规范,让传播学和新闻学理论运用到新媒体环境下社交平台的传播中。让新媒体技术不断进步发展的同时,也让经典理论在这些环境中发掘自己的生命里,保持理论新鲜的同时,也推进互联网新媒体的研究进程。

1.2 文献综述

1.2.1 国内外健康传播研究现状

以健康信息以及健康传播为对象的研究中,笔者在阅读文献的过程中发现,大多数专家学者一致认为:1971年美国心脏病学专家 Jack Farquhar 和传播学家 Nathan Maccoby 在美国斯坦福大学实施著名的“斯坦福心脏病预防计划”视

为健康传播研究的开端。¹目前，针对健康传播的研究已经在海外形成了较为成熟发展路线和规模。在国外的研究学者当中，美国传播学者罗杰斯（Rogers）的观点最具有代表性，他认为健康传播是一种将医学研究的效果转化为公共卫生知识的行为，通过改变态度和行为，有效地提高社区或国家的生活质量，通过降低患病率来提高健康水平。²尽管健康传播研究发展进程在不断的加快，但对于健康传播的定义国内外都尚未有明确规范。

对于我国来说健康传播是舶来品，1993年发表在《医学与哲学》上的《健康传播学探索》可以视为国内第一篇介绍健康传播的学术期刊论文。³早期我国的健康传播主要为健康卫生领域的工作者主导，而新闻传播研究则参与较晚，韩纲以1991-2002年大陆主要发表健康传播研究成果进行分析，指出12年来我国健康传播研究重要特性是传播学者的缺席。⁴喻国明、路建楠指出自1999年来，我国健康传播研究以个人阶层知识、态度、行为和人际阶级间健康教育为重点，以高度的实践应用为导向，然而在公共政策层级面缺乏研究，新闻传播学者使用规范研究方法的数目较少。⁵金恒江、聂静虹、张国良以2006-2016年新闻传播类CSCCI中有关健康传播的论文为研究对象深入了解中国大陆新闻传播学领域内健康传播研究的现状。⁶孙少晶、陈怡蓓以1987-2016年中国知网期刊数据库中健康传播研究为主题的论文为研究对象，对论文的时间分布、学科与主题变迁、研究热点等进行定量与定性分析认为大陆的健康传播研究分为三个阶段⁷：健康传播的观念萌芽阶段（1987-2002年）、健康传播议题扩展阶段（2003-2012年）、健康传播学科交叉碰撞阶段（2013年以后）。张自力以传播学维度和社会学维度为两个健康传播主要研究维度，重新对健康传播领域进行划分，并依据研究者们关注度的差异性，细分出9个重要的健康传播研究方向。⁸

从健康议题研究来看，除了对癌症、吸烟、艾滋病三大主要健康议题进行研究外，还包括如抑郁症、精神分裂、肥胖等特殊议题。Jennifer Lueck&Marco Yzer

¹ 王迪. 健康传播研究回顾与前瞻[J]. 国际社会科学, 2006, (5): 49-52.

² Rogers E M. The field of health communication Today. American Behavioral Scientist[J]. 1994, (2): 208-214.

³ 孙少晶, 陈怡蓓. 学科轨迹和议题谱系: 中国传播研究三十年[J]. 新闻大学, 2013, (3): 84-150.

⁴ 韩纲. 传播学者的缺席: 中国大陆健康传播研究十二年[J]. 新闻与传播研究, 2014, (1): 64-96.

⁵ 喻国明, 路建楠. 健康传播的研究现状、问题及走向[J]. 新闻与传播研究, 2011, (1): 12-21.

⁶ 金恒江, 聂静虹, 张国良. 新闻传播学领域的健康传播研究: 谁做什么? 引用谁和被谁引用? [J]. 西南民族大学学报, 2017, (9): 152-158.

⁷ 孙少晶, 陈怡蓓. 学科轨迹和议题谱系: 中国传播研究三十年[J]. 新闻大学, 2013, (3): 84-150.

⁸ 张自力. 健康传播研究什么[J]. 杭州师范学院学报, 2015, (10): 42-48.

从责任信息框架的背景下,进一步了解健康信息在塑造大学生寻求帮助的意图中所起的作用,使用了一种合理的行动方法来对抑郁症状寻求帮助的意图进行实验,意图寻求帮助的决策因素缓解抑郁症状。¹Anna Rae Gwarjanski&Scott Parrott 定量内容分析研究了美国 8 个最热门的在线新闻出版物中对精神分裂症的描述。该分析记录了在与精神分裂症相关的 558 篇文章中,对精神分裂症的刻板印象,以及与刻板印象相矛盾的刻板印象框架的流行。²

目前国内外对健康传播的研究主要集中在健康传播理论、互联网环境下健康传播的机遇与挑战、互联网环境下健康传播效果等方面。

健康传播理论研究根据胥琳佳,蔡志玲通过以健康传播领域最权威的两本期刊《健康传播 (health communication)》和《健康传播杂志 (Journal of healthcommunication)》上所发表的原创性研究论文为对象,发现国外健康传播研究中所使用的理论十分零散,涉及面很广,包括了传播学、社会心理学、社会学等多种学科理论。其中最多使用的理论主要有计划行为理论、扩展并行过程、框架理论论点、社会认知、自我效能、扎根理论、服从获得、健康信念、详尽可能性模型、社会资本、保障激励、理性行为理论、恐怖诉求 (Fear appeal)、知沟理论、社会学习理论、议程设置、社会认同、风险认知态度框架等。³媒介形式的变革打破了传统的知信行 (KAP) 模式,健康传播不再由精英主导,其变化体现在由单向度线性模式转变为多向互动的平等对话模式,在大数据移动互联全媒体的背景下,形成了健康传播 4.0 范式。⁴刘双庆、涂光晋以社会网络分析框架为基础,提出了健康传播的结构与功能分析,分析健康扩散行为与行动者行为改变是否受到网络结构影响,并讨论健康传播实践中社会网络分析的应用场景。⁵赵加奎、林军、陆瑛、潘匀、朱艳红采用对阶段随机抽样的方法,调查包括移动互联网健康知识的获取途径、居民健康信息素养等,并得出移动互联网健康传播的主题是医疗机构,其传播遵循一定的模式。⁶金晓玲、章甸禹、冯慧慧采用结构方程模型和 K-Means 聚类分析等实证研究方法,从受众对健康信息的采纳视

¹ Jennifer Lueck, Marco Yzer.Explaining Intentions to Seek Help for Depressive Symptoms in the Context of Responsibility Message Framing[J].Health communication.2017:32-38.

² Anna Rae Gwarjanski, Scott Parrott.Schizophrenia in the News: The Role of News Frames in Shaping Online Reader Dialogue about Mental Illness[J].Health communication.2017:45-47.

³ 胥琳佳, 蔡志玲. 国际健康传播研究的现状及趋势[J]. 科学与社会, 2013, (3): 73-84.

⁴ 苏婧. 健康传播 4.0: 从经营主导到平等对话[J]. 新闻战线, 2017, (6): 15-16.

⁵ 刘双庆, 涂光晋. 社会网络分析视野下的健康传播[J]. 现代传播, 2016, (4): 46-50.

⁶ 赵加奎, 林军, 陆瑛, 潘匀, 朱艳红. 基于移动互联网的健康传播模式构建及实证研究[J]. 健康教育与健康促进, 2016, (8): 246-249.

角出发,对新媒体环境下健康信息采纳意图主要影响因素进行了归纳整理。¹

互联网环境下健康传播的机遇与挑战该类文献认为新媒体技术是一把“双刃剑”,虽然推动了健康传播发展的但也伴生了许多问题。其旨在发现健康信息、行为在新媒体传播中出现的问题并提出针对性策略。许琳指出在健康传播过程中,部分媒介的专业素养缺失容易在传播过程中误导公众,健康信息传播不当甚至会引起社会恐慌,提高媒介的专业素养迫在眉睫,使公众能够及时接触到专业权威的健康信息。²陈虹,梁俊民认为移动社交媒体对于健康传播的发展起着重要的作用,同时指出了新媒体中健康信息同质化、飞沫化等问题干扰了健康传播的效果。构建公众的信任,形成价值共同体能够推动健康传播作用,还可从多维角度如政府、媒体、大众等进行移动社交媒体加健康传播的升级和优化。³邓勇、郭胜习、马韶青认为公众对于健康传播主体的信息出现迟疑和恐慌,是健康传播信息公信力的缺失,所以需要构建一套完备的健康传播构建机制。⁴

互联网环境下健康传播的效果 Michelle Jeong 通过对 28 项研究的系统性分析(包括 124 个子研究和 138898 名参与者),研究了大众媒体宣传活动对运动目标健康结果的影响。该研究通过一系列的适度分析,检验人际交往对带来预期结果的影响。⁵任景华梳理了互联网健康传播的发展过程,研究健康传播在网络环境中期望达到的效果及互联网健康传播现阶段效果,提出提高传播效果的对策。⁶许艺凡,马冠生以“接触、认知、说服和二次传播”四个环节作为指标,对互联网媒体的特点进行综合评判,并对它在健康传播中的作用进行讨论,探究在新媒体环境下如何更好地开展健康传播。⁷

1.2.2 网络问答社区相关研究

网络问答社区的出现,为公众提供了新的获取信息的渠道和方式,随着网络问答平台用户数量出现快速增长,国内外学者对其研究也逐步增多。目前,问答平台的发展可以按时间划分为两个阶段。第一阶段为 2002 年韩国 NHN 公司创建了第一个问答平台,随后百度知道和 Yahoo!Answers 等国内外网络问答社区相继

¹ 金晓玲,章甸禹,冯慧慧.移动社交媒体中健康类信息传播效应实证研究[J].2018,(9):129-135.

² 许琳.新媒体时代健康传播中的媒介专业素养探讨[J].新媒体研究,2017,(12):87-88.

³ 陈虹,梁俊民.(2013)新媒体环境下健康传播发展机遇与挑战[J].新闻记者,2013,(5):60-65.

⁴ 邓勇,郭胜习,马韶青.健康传播公共信赖机制构建探析[J].中国健康教育,2015,(4):425-427.

⁵ Michelle Jeong&Rosie Eungyuhl Bae, The Effect of Campaign-Generated Interpersonal Communication on Campaign-Targeted Health Outcomes: A Meta-Analysis[J].Health communication,2016.

⁶ 任景华.我国互联网健康传播效果及对策研究[J].新闻天地,2008,(10):94-96.

⁷ 许艺凡,马冠生.新媒体在健康传播中的作用及评估[J].中国健康教育,2018,(3):62-66

涌现。这一阶段是基于各平台的搜索引擎,将问答作为其功能的补充,但却没有展现出互联网的社交特性。第二阶段始于2010年,网络问答社区 Quora 在美国被推出,它代表着网络问答开始具有了社交关系的特性。随后,“知乎”在我国诞生,进一步推动了网络问答社区的发展。

网络问答社区的发展基于 web2.0 技术,由于互联网的社交特性,常常又被称为“社会化问答社区”,对于其定义当前还没有明确的界定。国外学者 Shah 认为网络问答平台的定义是模糊的,其普遍将其作为在线的知识分享和普通用户之间交换意见的平台。¹Radford 等认为网络问答社区是以社区为基础,经过有意设计以支持渴望提问的人和回答问题的人进行在线互动的一种服务。²在我国,陈娟、邓胜利等学者认为网络问答平台又可以被称作为社交问答平台、在线问答社区或知识问答网站,其重要的作用是满足用户对于信息需求,扩大自身的社交圈。³国外对于网络问答社区的研究包括理论和实证研究。杰夫·豪认为根据“众包”理论,每个人都具备着一定的知识和才华,而他人认为这是有价值的。瑞驰·甘瑟的研究表明,通过对用户反馈意见进行梳理,部分非专业回答者的回答获得用户认可度往往高于专家回答。⁴

在实证研究中,Sumanth Patill , Kyumin Lee 以 Quora 作为研究对象,获取其用户数据,(1)分析专家和非专家的行为热门话题;⁵(2)提出用户活动特点,质量回答特征,语言特征和时间特征确定专家和专家之间的区别模式;(3)根据这些数据建立统计模型功能自动检测专家。⁶.ChristophStadtfeld 建立了社会热点话题分析模型,研究了网络问答社区中的网络事件流动力学。

国内关于网络问答社区研究主要集中在以下几个方面:第一,对网络问答社区的技术研究。包括问答平台系统的架构设计、实现机制以及算法的优化等。郑若星以网络问答网站为研究对象,应用知识管理基础理论,排除无效资源,整合有效的资源,增强网站的竞争力,对网站技术框架,知识流程和知识管理模式进

¹ Shah C,Oh s , Oh Js.Research agenda for social Q&A[J].Library Information Science Research.2009,31(4):205-209.

² Radford ML,Connway LS,Shah C.Convergence and Synergy :Social Q&A Meets Virtual Reference Service[J].Proceedings of the American Society for Information Science and Technology.2012(1):1-8.

³ 陈娟, 邓胜利. 社会化问答平台用户体验影响因素实证分析——以知乎为例[J]. 图书情报工作, 2015, (12):102-108.

⁴ 叶星星. 论百度知道知识分享模式[J]. 产业与科技论坛, 2013, (6): 105—106.

⁵ Rich Gazan. Specialists and synthesists in a question answering community[J]. Proceedings of the American Society for Information Science and Technology. 2007,(1): 87-93.

⁶ Sumanth Patill , Kyumin Lee.Detecting experts on Quora: by their activity, quality of answers, linguistic characteristics and temporal behavior[J].Social Network Analysis and Mining.2016,(6):5.

行分析,进而帮助网站达到对知识的合理分布。¹第二,对网络问答社区的内容研究。其将网络问答社区中的问答内容进行分类、总结,并评估其效用。张萌认为社会问答社区“知乎网”的内容是高质量的,对其内容的生产与传播策略进行研究总结,为问答社区的运营提供经验建议。²第三,对网络问答社区的用户研究。其将研究点聚焦在网络问答社区中用户的参与过程和用户行为。王哲以ECM-IT信息系统持续使用的模型作为研究基础,以自变量、中间变量、因变量、调节变量作为研究类目,对知乎用户持续使用行为进行分析研究。³

1.2.3 知乎相关研究

知乎是以国外网络问答社区 Quora 为原型的本土化网络问答社区,知乎网站的开放时间为 2010 年 12 月,开放伊始采取邀请制注册方式,形成了高质量的用户圈子和问答体系。2013 年 3 月开放注册。2013 年学界开始有关于知乎的研究,主要对其用户和问题质量的研究,但研究数量较少。

随着知乎社区的不断发展,其相关研究数量逐步增加,研究方向也呈现多元化。第一,知乎的内容生产研究。季芬通过了解网络问答网站用户互动的行为模式,探究知乎中活跃用户参与知识分享的行为特征,并以此为基础,根据认知盈余理论,对网络问答社区的内容生产特点进行总结归纳。⁴陆地认为知乎建立了一套完整的知识生态圈,将知识生产,知识管理和知识服务三个环节有机融合,形成一个紧密衔接,相互依存的循环,源源不断地生产着高质量的专业知识。⁵第二,知乎的社会网络研究。宁菁菁通过“弱关系理论”分析得出知乎网用户获得和生产的内容是多元化的,且在网络问答社区知乎中其传播的隐性知识是对外开放的。宋文丹将社会网络分析法和传播网络等理论相结合,对知乎话题网络 and 用户网络进行分析,将其与社会学结合起来,开创了知乎研究的新视野,能够更加清晰明了的探寻用户之间的关系。⁶第三,知乎的公共说理研究。胡泳认为虽然网络赋权一定程度上赋予了公众表达平等的权利,但在网络公共领域的构建中也带来了负面的影响,而知乎社区作为一个相对精英化、不以过滤为前提条件的媒介平台,在今天的国内网络公共领域构建中扮演了不可替代的角色。李轶凡

¹ 郑若星. 社会化问答网站的知识管理模式研究[D]. 吉林大学, 2012.

² 张萌. 社会化问答社区—“知乎网”的内容生产与传播策略研究[J]. 新闻研究导刊, 2014, 10(14): 79-80.

³ 王哲. 社会化问答社区知乎的用户持续使用行为影响因素研究[J]. 情报科学, 2017(1): 78-83.

⁴ 季芬. 认知盈余时代社交问答网站知识分享研究[J]. 中国出版, 2018, (8): 22-26.

⁵ 陆地. “知乎”的知识生态圈分析与探究[D]. 北京印刷学院, 2016, 12.

⁶ 茹西子, 胡泳. 知乎: 中国网络公共领域的理性试验田. 新闻与传播研究, 2016, (2): 20-24.

以新生的理性自媒体平台—知乎为研究对象，立足相关理论，结合其产品机制和用户调查综合分析，探究知乎如何培育公共说理氛围，并试图评判知乎公共领域的理性程度值。¹

1.3 研究思路与方法

1.3.1 研究思路

在对知乎问答社区健康信息的研究中，笔者一共将文章分为四个章节进行撰写，这四个章节循序推进知乎社区健康信息传播研究，按照确定研究对象、查找研究现状、探索传播现状、提出研究问题、给出优化举措这样的思路进行。文章的四个章节分别是：绪论、知乎健康信息的传播现状、知乎社区健康信息传播中存在的问题以及知乎社区健康信息传播的优化举措。每个章节力图阐述各个研究阶段的问题。绪论中主要交代了论文中研究对象的研究现状以及研究意义。第二个章节是该论文的核心章节，首先介绍了知乎社区健康信息的三种内容生产机制，分别是投票机制、徽章奖励机和盐值体系；进而将健康信息特征归纳为四个方面，分别是知乎社区内健康信息的经验性、专业性、多样性和时效性；接着通过对知乎健康传播的话语分析了解了健康信息的话语权分配比重以及话语权的构建框架；最后通过对知乎社区各个健康信息传播栏目的分析得到了知乎健康信息的多渠道传播现象。在最后两个章节中，通过对知乎健康信息传播方式的探究总结出了健康信息在传播中出现的问题，笔者针对这些问题一一提出相应的改进措施。

1.3.2 研究方法

文献分析法：在论文写作的过程中，笔者阅读与传播学、新闻学、健康传播、问答社区相关的著作和研究。从中获取了论文写作的目的和方向，整合出论文框架。在论文的文献综述这一小结中引用众多专家学者的研究成果，来进行对阅读文献的归纳总结，提升自己的理论思维。

案例分析法：在论文的第二、三、四个章节中，为了对知乎社区健康信息传播现状进行各个维度的分析，从而提出其中存在的发展问题和优化举措的过程中，对知乎社区内知名的健康信息创作者进行了传播行为的分析，出现频率最高的三

¹ 李轶凡. 知乎公共说理研究[D]. 中央民族大学, 2017, 5.

位健康信息创作者为“丁香医生”、“健康中国”和“普外科增医生”，他们在知乎社区内健康信息的传播行为有重要的研究意义。

1.4 相关概念的界定

1.4.1 问答社区

社会化问答社区是一种新鲜的互联网产物，它出现于问答社区之后，属于社会化产物。社会化问答网站或者社会化问答平台是社会化问答社区的另外一种称呼。又因为社会化问答社区是基于互联网而虚拟存在的，所以被称之为虚拟社区。虚拟社区的典型特点是将个体以独立又共存的方式的聚集在一起，使得人们在公共区域内，凭着某事物共同的喜好建立联系。在社会化问答社区中，人们需要自觉遵守社区行为规范，从而保证社区有序有效的运转。通过不同形式的互动与交流，实现了基于内容的互动与共享。虚拟社区的内容包括文字、语音、视频这三种形式。分别是以微博、微信为代表的文字形式和以自媒体或视频网站为代表的视频形式、以虎牙直播等电子竞技类为代表的语音形式，以上三种形式互为补充，共同丰富着虚拟社区的表现形式。社会化问答社区具有互动性及问答性的双重属性，通过内容将用户之间、用户与内容之间形成互动关系，形成了基于内容之上的社交网络。若社区运营情况和传播状况良好，会出现知识大量涌现、用户之间交流密切、社交属性明显的良好状态。其中，通过对不同话题的提问与回答，能够衍生更多的互动行为和优质内容。因此在这种良性的传播模式下，内容能够得到有效的传播，从而形成一个以内容为中心的社交网络，在互动反馈的过程中实现从知识到信息的转化。

所以，本文中对社会化社区定义为基于社交、内容基础之上的知识分享平台。通过对子话题的提问与回答，实现了信息传播、内容建设以及社交功能。

1.4.2 健康信息

综合第一章第二小节关于问答社区和知乎文献综述的总结和归纳中，笔者对健康信息的定义如下：健康信息是在进行健康传播的过程中所携带的所有信息，它形式多元、内容丰富、专业性强，是健康传播的主体。

2 知乎健康信息的传播现状

2.1 知乎健康信息的内容生产机制

2.1.1 知乎健康信息生产机制

健康一直是人们关心的重要话题。在过去的 20 年里，健康医疗不断朝着以消费者为中心的模式转变，也衍生出了与图书情报领域高度相关的消费者健康信息学。¹在 5G 浪潮迎来之际，互联网信息的生产与传播权利已经实现了由专业化向大众化的让渡。随着传播技术的发展进步，信息反馈的效率和频率大幅度提升，从而推动传统意义上的信息接受者向信息的传播者转化。在国内大型社会化问答社区知乎平台中，反馈是必不可少也是至关重要的一个环节。在知乎问答社区，健康信息搜寻和回答全部都由用户自发完成，健康信息搜寻行为指的是用户基于具体的事件或情境，在获取、澄清及确认健康信息的过程所表现出的行为。²用户为了解某一方面的知识可以在社区内部进行搜索，检索结果中，可以看到不同用户对同一问题的理解和认识，并且，不同回答的点赞数和收藏量也不相同。因此，在用户参与回答问题的同时，无意间与其他用户的回答形成比较，从而产生用户内部竞争。在公共卫生和公民健康越来越受重视的社会环境下，健康信息的传播成为了问答社区中的重要讨论内容，所以，促进健康信息的问答互动是知乎平台的发展目标之一，如果知乎无法再向用户提供全面的、有价值的健康信息，不仅仅会造成该平台健康传播的公信力，还可能会造成整个平台用户的减少和流失。为了提升用户针对健康信息的生产 and 反馈，知乎平台创建了一系列内容生产激励机制。笔者在对知乎平台的研究过程中，将这些激励机制总结如下：赞踩激励机制、成就徽章机制、盐值体系。

在赞踩激励机制当中，用户搜索到想要了解问题时，用户根据对该问题对自己的有用性、可行性、科学性等方面综合的评估来选择是否给创作者一个“点赞”或者“反对”。但对创作内容的评价不仅仅拘泥于此，在创作内容之后，还设置了“收藏”、“喜欢”、“追更”、“赞赏”、“进行评论”的图标。“追更”顾名思义，

¹ 宋士杰，赵宇翔，宋小康，等. 互联网环境下失真健康信息可信度判断的影响因素研究 [J]. 中国图书馆学报, 2019, 45 (4): 72-85.

² 李月琳，蔡文娟. 国外健康信息搜寻行为研究综述 [J]. 图书情报工作, 2021, 56 (19): 128-132.

是对浏览内容的后续更新动态的关注，是知乎平台激励创作的一次升级，创作者可以通过编辑器或者回答页面点击“开启追更”的选项，这样一来，创作者的每一次信息更新都会通知想看的用户。“赞赏”则是根据自己对创作内容的喜爱程度进行打赏，可以根据平台的既定金额进行打赏，也可以自定义打赏金额。总体来说，对创作内容的肯定图标居多，从而，不管是点击“点赞”、“收藏”、“喜欢”等这些图标，都在一定程度上肯定了创作内容，提高了创作者在知乎平台的参与度、积极性。在知乎问答社区中，医学科普用户“丁香医生”属于拥有三百多万粉丝量的知乎“顶流”，该账号发布内容中点赞收藏量较多，在账号运营中，点赞收藏量是账号内容被认可的重要指标，点赞收藏量与账号创作内容息息相关。在账号运营的过程当中，点赞收藏数量较高类型的文章，创作者便会对症下药，会增加该类型文章的数量。

成就徽章机制属于知乎平台激励生产机制的一种，该功能与2018年7月27日正式上线，单次上线了13个徽章类别。成就徽章的目的在于能够让知乎用户更直接的记录自己在社区的成长历程。进入知乎APP，点击底部的导航栏目就可以进入用户的个人页面，进入到“个人主页”之后就可以领取属于自己的成就徽章。其中，“专业徽章”是用户在社区内的回答能够得到专业认可之后可以得到；“博闻强识徽章”是用户在社区内的回答被给与“优秀回答者”之后就能获得；“给自己证明徽章”在社区用户全面完善自己的个人信息之后就会获得；“备受瞩目徽章”在用户粉丝积累到相应数量时就可以获得；“专栏作家徽章”鼓励用户开通个人专栏，并且专栏关注者达到1000以上就会获得；“有口皆碑徽章”在用户获得相应数量的点赞之后就会获得；“社交达人徽章”在用户关注到足够的创作者时便会获得；“有求必应徽章”对应邀的问题中达到对应数就可以获得；“笔耕不辍徽章”在用户回答问题的天数连续到对应要求的天数就可以获得；“每天逛逛徽章”在用户每天登陆知乎，并且进行签到达到要求天数就可以获得……从部分徽章获得的途径和方法来看，知乎社区为了提升用户的活跃度，设置各种徽章对用在精神上进行鼓励和支持。知乎社区内健康信息的传播也是属于与这种激励机制的，要想提升账号等级，提高健康信息创作者知名度，这一套徽章激励机制发挥了一定的积极作用。

盐值体系是知乎社区针对提升用户体验的一次升级，目的在于让知乎用户深

刻的感受到，他们在知乎社区所花费的时间都是值得的。知乎盐值体系于 2018 年 6 月正式上线，知乎盐值具体都有什么用处？我们首先看下官方给的权益：知乎盐值以 600 分为界限，判断用户是否能获得官方审核优先处理权；知乎盐值以 620 分为界限，判断用户能否去编辑问题；知乎盐值以 640 分为界限，判断用户能否编辑话题，有利于用户提前占提场域；知乎盐值以 650 分为界限，判断用户能否在反对的时候加个反对理由；知乎盐值以 660 分为界限，判断用户能否进行问题重定向；知乎盐值以 700 分为界限，在知乎社区内所有的申请都会优先进行考虑；知乎盐值以 850 分为界限，不论支持还是反对某个观点，用户将拥有很大的话语权；知乎盐值以 950 分为界限，你将拥有折叠对方话语的重大权力。实际上，就是随着你盐值的不断提升，你拥有的权利会越来越大，换句话说，盐值的不断增加的过程就是平台对于你信任度不断提高的过程，到了后期你的一个信号可能会改变平台对于其他人的看法。所以说知乎盐值是你运营知乎时最大的晋级推手，你可以随时了解自己处于什么样的位置，不同的阶段对于知乎的运营是完全不同的。提高盐值的方法有很多：一是完善我们的个人账号信息，可以提高基础信用分；二是通过提问、回答问题、写专栏、发布想法，获得赞同、感谢、收藏则是可以提高我们的内容创作分；三是通过在不同回答下的友好评论，与其他评论交流，互相关注，赞同，感谢，就能提高我们的友善互动分；还有一个动作就是看到过渡营销、撕逼、反动的回答，点击举报、反对就能提高我们的社区建设分。马斯洛的需求理论中，将人的需求划分为了五个层次，从低到高分别是：生理需求、安全需求、社会需求、尊重需求和自我实现需求。知乎平台的一系列创作激励机制中分别满足了健康信息创作者的社会需求、尊重需求和自我实现需求。健康信息创作者和用户这对健康信息的发布和反馈，不仅仅得到家人、朋友、同事的认同，而且获得了来自他人的支持和尊重，从而将自我价值在社会中得以展现。

2.1.2 知乎平台健康信息的特征

健康议题在人们日常生活所占的比例越来越大，知乎问答社区所建立的创作激励机制也催生着大量的健康信息活跃于平台中。一大批专业人士以及具备经验人士在社区中大量进行健康信息的生产和分享。针对知乎平台中的健康信息一般由在纷繁的健康信息中，都呈现出相同的特征，笔者经过总结，将知乎平台的健

康信息的特征总结如下：知乎健康信息具备专业性、经验性、多样性和时效性。

健康信息的专业性主要是由这一类信息本身的特点和性质决定的。知乎社区健康信息不同于日常信息，不是所有群里都可以群体都可以参与健康信息的讨论，健康信息最主要的发布者都具备相关医学学习和工作背景，相对其他领域的知识来讲，参与健康信息讨论的门槛较高。在知乎社区进行健康信息发布知名用户“丁香医生”、“健康中国”、“普外科曾医生”等在社区内有大量的关注度，这些账号的发布者都具备专业的医学知识，他们将自己在工作和学习中遇到的案例进行总结和分析，再结合提问者的需求，进行一次完整的回复。从知乎社区针对健康信息进行提问的群体出发，他们更愿意去点击和阅读具备专业素养和资深从业经验的回答。此外，知乎平台也是通过自己内部的邀请回答机制和推送原则，将阅读量点赞量多的创作内容筛选出来在相关提问中优先进行推送，让更专业更高质量的回答内容出现在用户的浏览页面。一方面培养了用户更倾向于浏览专业人士的回答，养成取向专业性内容的阅读习惯。另一方面也让内容生产者之间产生竞争关系，在层层竞争对比筛选下让产出的内容更加精准真实。以上这些论述意在说明在知乎社区内健康信息具备专业性的特征，这一反面有利于用户减少对相关提问回答的筛选，防止一些错误信息误导用户，保证信息真实有效的同时维护了人民群众的生命健康。

健康信息的经验性主要是由两个方面的因素形成的。第一个主要因素是在健康信息的专业性的基础上形成的，内容生产者有了令用户信服的专业学习和工作背景之外，还有大量相关健康问题的处理经验，这种经验只有通过大量的实践可以获取。相对于没有专业背景的提问者来讲，既具备理论知识又有丰富实践经历的内容更具有说服力，这是专业和经验的结合产生的健康信息。同样，像“丁香医生”这样的知乎账号，所有的内容并不是某一个具备专业背景的医生产出的，而是汇聚了各个医学领域的专家学者，结合自己的理论知识与临床经验共同完成的。

其次，健康信息的经验性来自于没有专业背景的用户，他们在问题的回答和与其他用户的互动中往往是结合了自身的经验。从用户的心理出发，与自己有相似健康问题用户的回答更能够赢得他们的关注，这种产生共鸣的心理感受是专业医生所提供不了的。更有优势的是，在非专业人士针对健康信息的交流中，专业

术语的省略更好地降低了沟通成本，从而让专业的健康知识变得通俗化，使提问者能够在一定程度上产生对某种健康问题的全面认识。健康信息的经验性在一定程度上提高了信息安全性的同时方便对健康新的理解和使用，使知乎社区健康信息逐步累积起全面准确的信息系统。

健康信息的多样性是由两个方面的因素造成的。第一个因素是健康领域的多样性引起的，在健康传播的大框架下，还有很多隶属的分支。从不同的角度有不同的分发，笔者再次将按照医学专业的分类进行阐述，那就可以将健康信息划分为儿科健康信息、骨科健康信息、五官科健康信息等等，所以在整个健康信息话题的范围内，还有很多的子话题存在。在知乎社区中，健康信息相对应的疾病是不同的。比如，知乎用户“普外科曾医生”在知乎中的认证信息为“北京协和医院，肿瘤学医学博士”，但从他回答和发布作品的内容来看，他提供的健康信息不仅仅拘泥于肿瘤病领域。在 2020 年 12 月 22 日，该用户回答了“作为医生，你有哪些‘一般人我都告诉他，但他不听’的忠告”；在 2021 年 3 月 4 日发布了以“根治幽门螺旋杆菌，其实很简单，只需要吃药两周就可以”的视频。健康信息多样性的第二个引起因素是因为在知乎社区，针对健康信息提问的用户诉求是不一样的，由于用户个体诉求的差异性，面对的健康问题不同，他们想要了解的健康信息也不同，所以在知乎社区会有用户提出关于各个医学领域的问题，从而促使健康信息创作者根据提问的内容进行内容创作。在这两大因素的影响下，久而久之，知乎社区健康信息多样化的局面就形成了。

健康信息具备时效性的主要原因由新闻的性质和信息的性质决定的。首先，健康信息是新闻的一种，在新闻中信息的新鲜性是非常重要的，此外，信息是对社会中最发生时间的呈现，那健康信息的时效性就和社会中各类卫生事件紧密相关。在 2020 年初发生的公共卫生事件——新型冠状病毒感染事件中，各大新闻媒体进行跟踪报道，在报道中，涉及到疫情所覆盖的范围、感染人数、预防办法、疫苗研发、医疗手段等各个方面。这写内容时时刻刻都在发生着变化，与人们生命健康息息相关，知乎社区中健康信息的发展也不例外，也与外界医疗卫生事件环环相扣，互相具有联动性。在知乎社区的用户“健康中国”，作为国家卫生健康委员会官方认证机构账号，也在根据疫情的发展不断更新相关健康信息。官方用户所发布的信息可信度更高，并且大都是是卫健委宣传部门输出的权威通

告。在 2020 年底，该账号根据当下疫情发展情况以及防控措施的变动，时时刻刻发布春运防控政策，给用户进行春运指引。而一些非官方账号，也会根据社会中卫生事件的热点，结合自己的临床经验以及专业知识，力所能及给用户提供一些有效的健康信息。综上所述，健康信息的传播其实是一个流动运转的状态，它并不是一成不变的，也是会随着社会中热点事件的产生而数量增多。

2.2 知乎社区健康信息的话语描述

在如今庞杂的传播系统中，话语是传播中必不可少的要素，随着传播媒介的发展，虽然至今传播形式多种多样，但不管是以什么样的方式进行传播，在信息载体中，都隐含中不同形式的话语。而在社会化问答社区当中，用户与用户之间并没有实际的生活联系，所有的社交关系都是通过虚拟的问答空间建立起来的。在文章知乎社区最核心的作用是进行问答，在用户之间进行问答的同时，他们所使用的文字、图片、视频等健康信息的传递方式，都是社区中话语形式的一种表现，在这一章，笔者将社区内的健康信息系话语系统进行分析和探究。

2.2.1 知乎社区健康信息的话语特征

由于知乎社会化问答社区具备社会开放性，进去社区的用户都可以参与到健康信息的问答中来，所以，用户进入社区的门槛较低。用户通过各类话语参与到健康信息的讨论中来。由于用户主体的差异性、问答社区的互动性、健康信息的联动性将该社区中健康信息的话语特征总结为以下三个方面。

第一，知乎社区的健康信息具有多元的话语主体。在知乎社区中笔者将健康信息话语主体主要分为两个群体，一类是健康信息的提问者，另一类是已经具备健康信息的回答者。在回答和提问的过程中，话语双方都必须遵守自己的群规与义务。在知乎社区健康信息的话语互动中，话语双方都持有不同的利益诉求。一些具备医学专业知识的专家学者追求生产高质量的健康信息内容，进行健康知识的科普，引导受众进行健康科学的疾病预防和养生。比如，知乎社区内有名的健康传播者“丁香医生”，在知乎社区内经常发表长文进行医学科普，纠正受众在医学上的错误认识，从而提升自己知名度，打造健康传播品牌，扩大了该用户在社区内的影响力。除此之外，一些健康信息的提问者他们在社区内部因为不具备专业的医学知识，有一定的健康信息需求，所以，相对于医学专家精英而言，可

以将这一类群体归结为健康信息传播中草根群体，他们的诉求即希望通过自己的提问，可以得到能够解决自身健康问题的回答。在知乎问答社区的运营机制下，正是因为针对健康话语的诉求不同，从而形成了多元的话语主体。话语主体的分散也意味着，在健康信息传播的过程中能够形成一批有公信力的健康信息传播者，能够赢得用户的信任，传播更加专业、准确的健康信息。

第二，知乎社区健康信息话语权是流动的。话语权的流动是建立在知乎社区的问答机制以及话语主体多元的基础上形成的，每一个参与互动的健康信息话语主体都具备话语权。按照对话语主体的划分，笔者依旧将话语主体化分为两个部分，一个部分话语权归属于提问者，另一部分话语权归属于内容生产者，我们也可以理解为话语权一部分属于草根群体，另一部分属于精英群体。在知乎社区的健康信息传播过程中，问与答的互动带动了话语主体的互动，在这种互动过程中，话语主体将“话筒”进行传递，这个“话筒”传递的过程中就形成话语权的流动。在知乎社区内，国家卫生健康委员会官方认证机构账号——“健康中国”的账号数据中我们可以看到，截止 2021 年 3 月 1 日，该账号一共进行了 288 次回答，发表了文章 2831 篇，视频 531 个。可以看到，“健康中国”在进行回答问题的同时，便将信息传播的话语权掌握到了自己手中。并且，在文章发布后，针对评论区的留言进行回复也是话语权流动的重要表现。在知乎社区健康信息话语运转的过程中，表现出的是一种动态化模式，这种模式是由知乎社区内纷繁的话语主体、话语表现形式、话语本身组成的。综上所述，在知乎社区中健康信息的话语权从来都不是固定在某个用户身上的，而是通过不断的交流进行流动的。

第三，知乎社区健康信息话语本身具有联动性。笔者在这里将健康信息话语本身的联动性定义为健康信息之间的联动性，因为健康信息话语是健康信息所有表现形式的总和，有时候，虽然健康信息的表现形式不同，但是它们所表达的内容实质上是一样的。而健康信息是一个极为复杂的信息系统，在笼统的健康信息下面有无数个细小的子系统存在，并且由于健康信息的特殊性，这些子系统有时候并不会是单独存在的，而是与其他系统息息相关的。所以，在知乎社区进行针对某一个健康问题中涉及的健康领域进行回复的同时，还可能会涉及到其他领域的健康知识，因为没有相关知识的补充就不能进行完整的回答。这种环环相扣的医学知识使得健康信息之间联动起来，从而相互补充，逐步形成完整的认识。健康信

息话语具备联动性的第二个方面则是针对不同形式的健康信息可以进行相互补充。比如，同样是针对统一健康信息的解读，但是由于表达形式的不同，视频和文字之间相互联动，共同解决健康难题，也让用户对健康问题有更加深刻的认识。根据以上两个方面的论述，知乎社区各类、各形式健康信息的传播内部具有很大的关联性，这种关联性有利于促进传播效果，但如果没能找到契合的联动点，那这也为知乎社区健康信息的发展造成有一定程度上的阻力

2.2.2 知乎社区健康信息话语权的构建

在社交平台中有话语出现的地方就会有话语主体，而话语主体之间的对抗是一直存在的，在知乎问答社区中，用户进入社区必须要进行注册、个人信息的完善。获取用户的身份信息之后，在用户进行健康信息传播的过程中，创作者之间形成的是竞争关系，所以他们传播的健康信息也存在对抗关系。这种对抗主要表现在两个方面：一是健康信息话语权的对抗；二是健康信息话语结构的形态。

首先，话语权利普遍存在任何社交媒介中，并且具备流动性和维稳性两种属性。在知乎社区中，话语权力的这两个特点也是明显存在的。所谓话语权力的流动性，结合知乎社区问答形式的传播方式，在用户进行一问一答的过程中，用户具备了发言权，发言权的流动便是话语权力的流动。并且再问打的过程中，伴随着信息的流动以及发言权的流动，这个过程维持了知乎社区问答生态的平衡，如果只有提问，没有健康信息的回答，或者是只有健康信息的创作没有健康信息的提问，那对于知乎社区来讲，这个过程是无意义的。而知乎社区健康信息话语权力对抗的局面是由两个方面的因素造成的。第一，知乎社区专业生产者之间存在个体差异。因为不管是在哪一个社交平台，创作者之间形式存在信息输出竞争关系，这是必然的局面，比如知乎用户“普外科曾医生”既是个人账号的创作主体，也是用户“丁香医生”这个科普机构邀请范围内的专辑学者，在知乎社区中，不同的角色身份都是形成竞争关系的原因。此外，在健康信息创作的过程中，针对同样的健康问题，不同创作者有不同的创作观点。第二，知乎社区中不仅仅是创作者之间存在竞争关系，提问者以及普通阅览者之间也存在话语竞争关系。在知乎社区查阅相关健康问题，用户进行评论和回复时，因为观点的不同，也会产生话语权的对抗，这种对抗相比于知名专家学者用户之间的对抗力量较小。

其次，知乎社区话语权力的结构关系在整体上呈现出“金字塔”结构。在知

乎社区健康信息传播的形势下，位于金字塔顶端的则是具备大量粉丝基础、创作内容优质、互动性强、认可度高的健康专家学者。这毕竟是知乎社区内极少数健康类专家达到的地步。从金字塔顶端慢慢往下，健康类用户的话语权逐渐下降，直至金字塔底端的用户，他们拥有极少话语权。这种金字塔式的话语结构，既具备稳定性有具备不稳定性。稳定性是指，在金字塔结构中，拥有极大健康信息话语权的用户及数量较少，他们之间产生的对抗关系也较少；而如果这类用户过多，话语权争夺的形式必然会变庞大，从而会导致整个社区内部健康信息传播混乱的局面出现。金字塔的不稳定性是因为金字塔内部的话语权是不断在交换更替的，随着健康信息传播局面的改变，创作者影响力、创作力等条件的变动，会引起金字塔内部用户位置的调整。这种金字塔结构的话语权有缺点也是非常明显的，优点在于，这样的结构基于稳定性基础上可以获得长久发展的动力，有长期发展进步的潜质，健康信息环境相对和谐，健康信息结构呈现对等状态；缺点就在于，这样的结构容易忽略金字塔底部的声音，长期拥有话语权的健康信息传播者一直在发声，而部分用户一直在社区内保持沉默，当不同观点出现的时候，沉默者越来越沉默，容易形成健康意见一边倒的局面，由于少数用户沉默产生的“螺旋”在经过长期积累之后会影响知乎社区内整个健康信息的传播环境。

2.3 知乎健康信息的传播途径

知乎问答社区力图将收集到的高质量信息以最低的成本提供给用户，所以知乎创建了内部独特的邀请和创作激励机制，在激励机制积累到大量用户的基础上，需要将收集到的高质量信息通过不同的渠道传播出去。问答形式是知乎健康信息最主要的获取形式，这种信息获取的目的性很强，因为有医学类疑惑所以去查阅信息。但是在用户并没有强烈疑惑的情况下，依旧能将健康信息用户保留在社区内，维持他们的阅读量和互动量，这就靠知乎社区其他的传播栏目，将健康信息进行输出，从而增加用户粘性。

2.3.1 基于多栏目的健康信息传播

知乎作为现代化互联网社交平台，不仅仅具备大众社交媒体的传播形式，同时还兼备问答社区的传播特点。在知乎社区中健康信息的传播并非只是通过问答这一种形式来进行的，通过各种类型的参与和互动，让健康信息渗透在知乎社区

的每一个角落，让用户能够接收到更加丰富的健康信息。笔者选取知乎部分传播栏目，对健康信息的栏目化传播进行分析。

首先是知乎专题栏目，知乎具有完整的主题结构，这套系统被称为“父子”主题。父级健康主题是包含所有子主题的大型主题，健康子主题是完全从属于该主题。知乎一直致力于创造垂直的知识领域，并且邀请该领域具有专长的人带来的知识共享。因为大多数父级健康主题定义是广泛且庞大的，其次考虑到拥有相对大量的用户针对细化健康信息的需求。但是，细分的健康主题通常很容易被人们忽略，并且，在健康信息寻找的过程中，许多真实的话题被忽略了。但是，这种父子话题结构的优点是，当用户提出问题时，向该问题添加一个或两个主题可确保该问题被细分为健康领域的一组专家用户检测到，这对于其他感兴趣的用户也很有用，能够让他们发现相类似健康主题。此外，从主题门户到最深层的门户，从普通公众到复杂的门户，用户都可以在健康领域获得各种内容。主题之间的相互关系显示了知乎中健康内容的真实客观分类和目录结构。

其次是知乎日报栏目，知乎日报是知乎于 2013 年 5 月启动的新闻和信息客户端。顾名思义，日报意味着知乎社区每日固定推出健康信息，将它是根据新闻热点和用户关注度启动的应用程序，用于组织、编辑和评论高质量的内容。知乎的首席运营官黄继新在谈到知乎日报时说：“知乎的日报希望成千上万不认识他的人看到你的'创造'。”知乎日报为未使用知乎的人提供重要信息。新的沟通渠道扩大了智虎的宣传和影响力。知乎日报有两种主要的健康信息来源，一种是由编辑选择的，另一种是由用户选择的。知乎中地区健康信息的传播也包括两个阶段的筛查。第一种方法是让社区用户根据喜欢，评论等内容来过滤高质量的健康内容。日报应该每天发布。知乎日报的编辑通过二次审查提出了建议。知乎日报的出现是在线阅读零散环境的产物。每次七分钟完全可以满足人们在互联网上阅读的需求，并扩展了新内容。健康交流渠道。通过呈现内容，用户可以节省时间在大量的信息和准确的知识中找到有价值且健康的内容。

2.3.2 知乎健康信息的传播特点

知乎的在线社区使用问题和答案来传播健康信息。这种用于提问和回答问题的一对一，一对多对话模式的优势在于，它可以提高信息的可信度，并减少涉及医疗保健信息的一般谣言。

在当今的互联网时代，网络合理性是互联网健康发展的基础。不合理的氛围不利于舆论的积极导向，甚至威胁到现实社会环境的稳定与安全。此外，合理性网络还意味着培育一个理想的公共领域网络，并创造健康的合理性，这是公共空间的重要前提。在健康的传播中，不合理的讨论将导致“虚假的健康信息”，广泛的健康谣言以及对个人身体的损害。不良的健康传播甚至会引起社会恐慌。智虎一直在努力维护和营造社区理性氛围。它的口号是“与世界分享您的知识，经验和想法”和“发现更大的世界”。

3 知乎社区健康信息传播中存在的问题

通过以上针对知乎问答社区健康信息各方面的研究,我们对问答社区的形成和发展以及知乎问答社区的传播方式有了一定的了解。尽管,知乎社区为健康信息的传播提供了新的传播渠道,推进了健康传播在国内的发展,但是,随着网络信息传播中存在的诟病以及社会化问答社区的进一步发展,笔者在认识知乎平台健康信息传播的基础上也看到了这类信息在问答社区传播中存在的问题。互联网背景下各类信息呈现出爆炸性涌态,公共卫生以及个人健康问题被国家以及各阶层人民高度关注。在这样的各社会背景下,各个科普网页以及社交平台都会生产和发布相关健康信息,并且,在健康信息传播竞争日趋激烈的环境下,知乎社区健康信息的传播也催生出了一些传播问题,主要总结为信息碎片化问题、娱乐性侵入问题、用户互动性低、信息匹配度不符、“伪健康”知识的增加这五个方面。

3.1 知乎社区健康信息“碎片化”趋势加重

信息源是信息的载体,在健康领域,信息来源的选择尤为重要甚至影响着健康信息搜寻的成功与否。¹面对日益发达的传播环境,我们不得不承认,这是一个信息过能的时代。传播技术的飞快进步、传播平台的不断出现、传播形式日趋便捷新颖……每一个领域的发展,都让公众在“信息银河”中遨游,信息数量的增加意味着我们可以了解到更多的信息,可以了解到针对同一问题的不同反思。但是,在眼花缭乱的信息背后,是没有系统、没有深度、没有约束的“碎片化”信息。换言之,公众在互联网上浏览的内容更加庞大,但是也更加分散。完整的信息被分解为多个部分,在不同平台、不同时间、不同地域、不同方式呈现着。

3.1.1 健康信息数量过于饱和

健康信息碎片化是由于信息地过量生产而出现的。每天似乎在阅读者大量的信息,可到头来,能够真正产生价值和作用的信息寥寥无几。根据知乎问答社区

¹ YEUNGTM,MORTENSENNJ.Assessment of the quality of patient oriented internet information on suegery for divert icu disease[J].Diseasea of the colonan drectum,2012,55(1):85-89.

UGC 内容生产模式, 让该平台拥有了处于各个社会阶层的用户和内容发布者。伴随知乎社区健康科普主体和提问主体的增多, 该平台健康信息数量大幅度激增, 而在浩瀚的健康信息中, 专业性、可靠性、适用性等健康信息的性能在逐步降低。这就意味着尽管知乎社区内健康信息源源不断地被生产出来, 但这些支离破碎、浅显的信息并不能够满足用户的需求。

3.1.2 知乎问答模式造成信息不集中

健康信息的碎片化是由于知乎社区问答模式的传播方式所造成的。用户进入知乎平台在搜索引擎内提出自己的健康需求。搜索结果中, 知乎社区会将最优内容推给你, 用户在优先看到优质内容的同时, 也将会看到其他用户在评论区针对发布内容的评价和讨论。在评论区的讨论内容, 将原本完整的文章进行“打碎”, 将其中的内容节选进行讨论、评价甚至是质疑。这样一来, 问答社区讨论模式的优势也逐渐展现出自己的缺点, 帮助用户在进一步理解文章内容的同时, 也有可能加重提问用户的疑惑, 形成零碎的信息内容。

3.1.3 健康信息自身特性所致

健康信息的碎片化是由于健康信息本身的特质所引起的。健康信息不同于其他类型信息的最主要特征是具备专业性, 并且, 在笼统的医学专业背景下, 还会细分为不同方向的医学知识。用户在进行健康信息查询时, 需要的是在细化之后的分析结果, 知乎社区的问答结果中未必能详细的解决提问者的难题, 得到的回答仅仅是停于表面无关紧要的信息。

知乎社区健康信息的碎片化造成信息质量的下降, 这不仅仅是知乎社区健康信息的问题。在传播迅速发展的社会中, 知乎社区其他领域信息的传播以及整个 5G 时代互联网信息传播需要解决的难题。

3.2 知乎社区健康信息逐步娱乐化

本文在这里将通俗意义上的娱乐性表述为能够给他人带来愉悦感受的传播性能。这种具备令人愉悦功能的传播可以融入任何类型的传播事件当中。并且在如今信息横流, 大众狂欢的环境下, 一些令受众精神上感受到愉快的信息更能够引起他们的注意和浏览, 从而, 互联网中各个平台为了能够获得大量的阅读量和

点点赞量，生产出来大量具备“娱乐性”的信息，在日复一日的浏览过程中，用户长期成为被娱乐的对象，从而培养和现代受众娱乐化的阅读思维和心理。但是，健康信息却恰恰站在了这种娱乐性的对立面。健康信息不管分布在任何平台都是不允许被娱乐的，而如今，知乎社区内健康信息娱乐性趋势日渐强盛，这需要引起用户以及社区监管者的注意。

3.2.1 用户娱乐心理强烈

健康信息娱乐化是由于用户猎奇心理造成的。正如笔者以上对互联网信息传播环境以及对娱乐化思维侵入用户的分析，知乎用户不会只针对知乎单个社交平台进行信息查询与生产，也是在通俗的传播背景下成长起来的。所以，知乎用户也具备信息娱乐化思维，他们期待能够在知乎平台看到更加有趣味的健康信息，浏览了越多娱乐性强的信息，知乎平台就会通过算法来给用户推荐相似内容，所以，用户想要看到娱乐化的健康信息，这种心理驱动了知乎社区生产出了大量经过包装的健康信息。

3.2.2 健康信息具备科学性

健康信息娱乐化是由健康信息本身过于严肃科学造成的。健康信息的绝对科学性也是健康信息区别于其他信息的最大特征之一，因为健康信息关系着公民的生命安全，甚至关系着国家公共卫生系统的安全，这就意味着健康信息必须是严谨的、科学的、专业的。所以，能够在知乎社区里传播的绝大多数健康信息也具备这样的特质。但是，通过上个小节对如今知乎用户猎奇心里的分析，严肃的健康信息并不能引起部分用户的阅读兴趣，为了讨好和迎合这部分用户的口味，知乎社区娱乐性强的健康信息出现，从而扰乱了整个知乎社区健康信息的生态平衡。

3.2.3 传播方式日渐丰富多样

健康信息娱乐化是由于当下传播方式进一步多样化导致的。在当下科学技术推动下，社会领域技术都在飞速进步，传播行业也不例外。新媒体技术的发展提供了能够让受众拥有越来越多选择的传播方式，有长图、视频、H5 等多样传播形式，让受众以更便捷的方式，让五官全方位能接收、体悟到信息内容。所以面对越来越丰富的传播形式，知乎社区容纳了较少的形式。问答社区内健康信息主要以文字为载体进行传播，比如社区内有名的健康科普账号“丁香医生”就是一

长文分析为主进行传播。社区内健康信息用户的感官并没有得到全方位满足的情况下，刺激了在内阅读中更具备娱乐性的文章出现，以这些无用的趣味性健康信息来获取愉悦感。

综上，知乎社区去健康信息娱乐性的侵入，让健康信息变质，这是知乎社区亟待解决的传播问题，防止健康信息的娱乐化，以高质量的传播内容引起用户是知乎社区必须要追求的目标。

3.3 知乎社区健康信息互动积极度不高

在信息传播空前发展的社会，互动成为了传播效力的有力代表。这种互动不仅仅体现在用户使用信息的反馈中，而且还体现在点赞、转载、打赏等传播活动里。在传播学中，传播效果是由用户的态度决定的，在问答社区中，根据知乎平台推行的运营机制中，我们不难看出知乎社区最具有说服力的互动则是文章后的留言。而在知乎现有的传播环境下，我们可以看到即便点赞量很高的文章，留言区互动的用户越来越少。如用户“丁香医生”2020年11月3日发布的文章《咖啡因是提升人的经历，还是预支人精力？》一文中，截止2021年3月1日，受赞量为841，而评论区互动留言仅有57条，知乎社区健康信息的互动进入低潮期的原因笔者总结为以下三个方面。

3.3.1 健康信息话语权过于集中

健康信息互动不积极是由于健康话题话语权过于集中而形成的。通常针对健康信息最具备话语权的则是知乎社区内经过认证的专家学者，经过长期的用户积累，这些专家学者应具备很高的话语权，在健康信息传播的过程中，无意就会形成健康信息的意见领袖。意见领袖的形成，一方面降低了用户对于健康信息发布者的新鲜感，减少在其评论区留言的次数。从另一个方面来讲，这些意见领袖在知乎社区内减少了更新次数和活跃度，那就意味着和他们互动的用户也在减少，从而影响了健康信息在知乎社区内总体的互动量。

3.3.2 健康信息质量下降

健康信息互动不积极是由于健康信息产生了质量问题。这种质量问题主要来自于两个场所。第一，用户在阅读知乎社区所推荐的文章后，从中没有发现针对

自己有价值的健康信息，会直接影响用户进行健康信息的反馈活动，可能会取消用户的评论或者点赞意向。第二，不仅仅是文章本身，用户在进行阅读结束之后可能还会对留言区的评论里寻找信息的信息，评论区不仅可以自由互动，而且还设置了评论点赞标志。如果评论区没有出现有质量的、与文章本身相关的讨论，那用户自然很大程度上不会参与到评论区的讨论内。所以不管是知乎社区里健康信息本身还是评论区里的互动，如果没有获取到高质量的健康信息，都会社区内健康信息互动下降。

3.3.3 健康信息用户群体少

健康信息互动不积极是由于知乎社区健康普及对象的数量少而决定的。在知乎社区内针对健康问题进行提问的群体只是知乎社区用户的一小部分，没有健康问题的用户自然不会参与到这种互动中来，所以，健康信息用户数量直接决定了用户互动频率的高低。

想要提升知乎社区健康信息的知名度，用户互动量十分重要，知乎社区应该需要着力去提升用户参与讨论的积极性。

3.4 知乎社区健康信息与社会群体产生“鸿沟”

如今，传播媒介虽然提供大量的信息，但由于公众的物质基础不同，从而将公众在社会中划分为不同的阶层，不同阶层的群体所处的信息环境就会不同。对于物质基础雄厚，受教育水平较高的群体来讲，他们获取信息的渠道更广、速度更快、思想更超前。物质基础薄弱且受教育水平较低的群体与他们恰好相反。在这样的环境下，知乎社区健康信息的用户也会有这种差异出现，形成的局面是，部分群体在知乎社区内能够获取大量有用的信息，而另一部分群体则只能获得价值和数量较少的健康信息。

3.4.1 知乎社区覆盖群体较少

健康信息的“鸿沟”是由于知乎问答社区用户覆盖范围较小而引起的。相对微博、微信、QQ等社交平台，知乎问答社区用户并不占优势。知乎比起之前提及的社交平台相对年轻，从2010年开放至今，积累的用户也相对年轻。所以，相对于年龄偏大的群体来讲，即便他们对健康信息具备大量的需求，但是由于对

问答社区平台的不了解，他们不太会选择知乎社区作为他们健康信息获取的第一选择平台。

3.4.2 社会各阶层健康意识不一

健康信息的“鸿沟”是由于各阶层社会人士健康意识不一形成的。导致健康意识不均等的原因笔者归纳为以下两个方面：第一，受教育程度不同，对于自身的健康要求就不同。受教育程度越高的群体整体上会呈现出对各类知识的学习欲望越强烈，健康知识也包含在内，会提高这类群体在知乎社区的活跃度。此外针对专业性较高的健康知识也对知乎社区健康信息用户的文化水平提出要求，文化水平过低，则会大致健康信息无效的结果产生。第二，经济基础决定着健康意识的不同。经济基础较好的群体对自身健康水平要求较高，可能促进知乎社区健康信息的传播，而经济基础较差的群体，在维持温饱和的基础上使用社交平台的频率都会降低。

3.5 知乎社区“伪健康”信息的增加

“伪健康”信息顾名思义指的是由非健康类信息披着健康信息外衣伪装而形成的，这类假冒信息与真正的健康信息在本质上存在着差别。首先“伪健康”信息并不完全等有害健康信息，这是这类信息最大的特点，看起来是专业的、科学的、可信的，但其实只是看起讲得有道理，实则没有任何有价值的信息在里面，甚至与科学内容相悖，经不起科学的验证和推敲。其次，针对健康的话题争议总是不断，原因在于即便同样具有医学背景，但是具有不同研究方向的专业人士来讲，跨研究方向专家眼中的健康信息，可能成为自己眼中的“伪健康”信息。比如中西医学之间的针对同一疾病的解决将会产生较大的分歧，知乎社区也不例外，“伪健康”信息传播将会是健康传播中的长期干扰项。

3.5.1 识别度较低，难以监管

“伪健康”信息监管高难度高是由该类信息本身的特征决定的。这类信息较难识别，首先，医学是一个不断发展的学科，在此过程中，医学知识也在更迭换代，所以，当前被界定为健康信息，随着时间的推移以及学科的发展，在将来的学科背景下站得住脚。其次，因为健康科普难度大、学科性强，在进行健康信息

筛选的过程中，知乎用很难识别“伪健康”知识，因为不是所有用户都具备相关专业知识，与此同时，知乎社区内部信息监管人员在遇到“伪健康”信息时也很难辨别和监管，这就使部分“伪健康”信息流入知乎社区，成为知乎社区健康信息传播中的“噪音”。

3.5.2 商业化驱使，较难控制

“伪健康”信息的传播是由传播商业化引起的后遗症。“带货”已经成为一种常见的传播目的，这种具备商业目的性的传播方式也悄然影响着知乎社区健康信息的传播。首先，随着传播手段的成熟，社会商业环境的发展，用户想要维护健康的心理等多种因素的加持下，许多文章看似在进行健康传播，实际上，文章内将所要推广的商品潜藏于其中，从而将商品营销转化为生产力。其次，并不是所有的保健药品、医学药品都是广告，正是因为有专业人士的用药推荐，知乎社区内便有人掺杂于其中进行商品推广，很难辨别到底哪一种药品是传销，哪一种药品是有利于健康。这样一来，受到金钱推动后形成的“伪健康”信息在社区内活跃，让平台很难去进行管控。

3.5.3 个体化差异，无法辨别

“伪健康”信息的传播是由于个体的耐受度不一而产生的。每人的在性格上不仅仅是独一无二的，在健康方面，每个人的体质也是独一无二的，所以，不同的个体即便产生了同样的健康问题，所面临的治疗方式不一定相同。由于身体上、认知上或心理上的限制，一些老年人、收入或教育水平较低的用户在使用互联网获取健康信息及获取效果方面受到了或多或少的的影响，对于这些无法自己利用互联网来满足其健康信息需求的人来说，能够使用互联网的家人或朋友在搜寻、识别和分享健康信息方面发挥着重要作用¹。知乎社区问答方式限制了用户之间的互动方式，在解答健康问的时候，通常是凭借经验性知识来给出建议，并不像线下问诊一样，能全方位观察患者。所以，面对经验性提议，用户在实际操作中，可能会产生个体性偏差，这也会被用户认为是“伪健康”信息的一种。“伪健康”信息产生的原因多种多样，笔者根据前一章节对知乎社区的研究以总结出以上三

¹ ABRAHAMSONJA,FISHERKE,TURNERAG,etal.Lay information mediary behavior uncovered:exploring how non professionals seek health information for themselves and others onlian[J].Journal of the Medical Library Association,2008,96(4):310-323.

种可能性最大的原因。

4 知乎社区健康信息传播优化举措

随着大量的用户进入知乎社区,越来越多的人开始通过知乎社区关注健康信息,在探究知乎社区健康信息传播形态之后,指出了知乎社区健康信息传播中存在的问题。针对这些问题笔者提出了自己的优化举措,希望可以在互联网传播不断进步,国内问答社区不断走向成熟的同时提高知乎社区健康信息的传播效率,为推进我国社会化问答社区健康信息的传播提供可借鉴举措。这些举措主要在改善健康信息质量、杜绝健康信息娱乐化、提高用户互动积极性、降低知乎社区的“社会鸿沟”和监管“伪健康”信息的生产这五个方面进行讨论。

4.1 搭建知乎平台全面的健康信息系统

通过上一章节笔者针对知乎社区健康信息“碎片化”弊端的分析和反思,在此,针对这一矛盾提出了自己的看法,搭建一个具备足够深度的健康信息系统对知乎社区健康传播来讲是非常有意义的。具有深度就意味着健康信息很少以“只言片语”的形式出现,将输出的健康信息做到细致的解释,一方面是因为健康信息有可能晦涩难懂,可以促进用户更好地理解,另一方面,周到准确的解释会让用户能够增加对知乎社区以及健康信息发布者的信任度,从而提升健康信息质量的同时,也会无意中增加知乎社区的用户粘性。

4.1.1 控制健康信息发布数量

追根溯源,知乎社区健康信息的“碎片化”传播是由于健康信息过度饱和而引起的,所以,防止“碎片化”传播的最佳方式也是控制健康信息的传播数量。这种控制主要针对以下两种健康信息进行,第一类是生产者产出的健康信息过于肤浅,停于问题表面,没有由表及里分析问题的内容应该在审核过程中引起大家注意,第二类是面对同质化的健康信息,是知乎社区里不应该过度出现,相同内容的反复出现会造成用户阅读障碍,浪费用户时间的同时,也浪费了知乎社区传播精力。所以,这两类健康信息在审核的过程中应当加大审核力度,防止低质量的健康信息流入知乎社区内。

4.1.2 明确健康信息来源

从新闻学的角度出发,不论是作为一则新闻来讲,还是在互联网社交平台上

的发言来讲，所有的发言者都应当遵守信息真实的原则进行网络社交，尤其是针对关乎人民生命健康的信息而言，信息的真实形势非常有必要去追究的。在很多“碎片化”的健康信息中，用户都不能确定信息的真实性，那何谈信息的有用性。在知乎社区中健康传播账号“丁香医生”则会在长文中注明一些医学研究结论的来源，刊登于何时何地，有明确健康信息的来源之后，一方面能够加持信息的可信度，另一方面，培养了用户的阅读习惯，会绕开“碎片化”的健康信息，找到更加可靠的真实的健康信息。

4.1.3 丰富原有问答形式

知乎社区问答形式多以文字为信息载体，而如今，随着移动媒体的发展，文字已经不再是最有效的传播手段，在知乎社区健康信息的传播很大程度上还依赖于以文字表达为主。从知乎社区数据来看，健康分享博主“丁香医生”截止 2021 年 3 月 1 日，拥有粉丝 3020468 人，进行了 773 次回答，提供了 1064 个想法，发表文章 313 篇，但是仅仅只发布了视频 55 个。在短视频传播如此发达的今天，该健康科普者并过多尝试短视频这种科普方式，相对于文字而言，短视频虽然需要具备制作技能，但是传播效果上更加直观立体。而且短视频的方式呈现下，会让健康信息变得更有趣味，在更被用户接受和理解的同时，也在另一种程度上打击了“碎片化”健康信息的形成。所以，知乎社区可尝试多鼓励健康信息生产者多使用短视频的传播方式进行健康信息的传播。

4.2 防止知乎平台健康信息娱乐化

娱乐化的侵入让知乎社区健康信息的可信度降低，不仅仅毁坏了健康信息科学、威严的形象，而且还有可能会对人民群众的生命安全造成危害。比如知乎社区认证信息为“知名健康领域创作者”的用户“协和医生 Do 先生”，发布大量与健康信息无关的文章。比如 2021 年 1 月 14 日发表的《有哪些高级内内涵的句子》和 2020 年 12 月 9 日发表的《知乎上有没有长得比较帅的医生？》等这些文章与健康信息并无关系。知乎社区要警惕以健康传播为面具进行的娱乐文化的输出。严肃的健康信息在阅读起来的确相对枯燥，但是不能因为吸引用户的眼光就抛弃健康信息的科学性去顾左右而言他，发表与健康无或者具备娱乐性质的信息。

4.2.1 加强健康信息的用户背景审查

在很多社交平台中，有些用户为了营销和推广自己，在用户认证的信息中将自己归为一类专业博主，但是在他们日常的社交和信息发布的过程中，却很少发表与自己专业相关的内容，而会发表大量热点话题或者有很强的娱乐性的信息，来吸引社交平台中用户的关注，从而让自己提升知名度。在知乎社区健康传播的过程中，这类现象也存在其中，很多内容生产者，在认证的过程中称自己为健康信息科普类创作者，但实际上很少进行与医学相关的知识科普，也很少回答知乎社区内健康类提问，所以，这类挂羊头卖狗肉的用户对对知乎社区的健康信息传播氛围造成不良影响，知乎社区应定时对健康类创作者进行审查合格评审，如果用户并不具备健康信息传播的能力合格或者传播与健康信息无关的话题，知乎社区可针对该类用户进行“禁言”、“账号吊销”等处罚。

4.2.2 增强健康信息叙事性

健康信息自身携带的科学严肃属性给很多受众带来一些距离感，不像其他通俗类的信息通俗易懂且具备阅读趣味，这主要是因为具备科学性的科普类文章大多数的是枯燥的，健康信息就是如此。但是，在社交平台中，为了能够增强用户对康信息的理解程度，让用户取得更好的信息体验。可以将健康信息进行有叙事形式的改编。在知乎社区进行健康信息创作的同时，将枯燥的专业知识以拟人化的方式展现出出来，增加健康信息的可读性。在将专业医学知识进行梳理解释的同时，也让知乎用户更好的理解信息内容。

4.2.3 鼓励多形式的健康信息传播方式

如今，随着各类社交媒体的兴起，多样的传播形式随之产生，健康信息也可以同多种形式传播出来，解说长图、海报、真人短视频、动画等都可以成为健康信息传播的方式。相对于单纯的文字科普来讲，其他形式的科普会更容易受到用户的理解和关注。在丰富了医学信息的传播形式的同时，用户还在一定程度上能够对多余的娱乐内容进行分辨，从而避免健康信息娱乐化的后果。

4.3 促进知乎平台健康信息用户互动频率

问答社区最有价值的地方在于社区内有用户能够进行有效问答，如果社区内没有高频的用户互动，那就如同大众传媒在进行传播事业的同时没有收到受众的

反馈,从传播学的角度讲,没有或者缺乏反馈环节的传播是不完整的,没有形成双向传播的局面,仅仅单向的传播是缺乏传播价值和意义的。所以,如果在问答社区内没有,没有高度的用户互动,那信息流向和价值也就缺乏传播的意义。在知乎社区健康信息的传播中,单向信息输出的的局面较为严峻。比如用户“普外科增医生”具备40多万粉丝,虽然创作频率高,创作内容具备医学价值,但是,点赞和评论的用户非常少,大多数作品只有个位数的用户进行评论和点赞。所以面对互动消极的局面,知乎社区应该提高关注度,推动用户积极互动。

4.3.1 适当分散健康信息话语权

在日常生活中,如果话语权利过于集中,就会在受众群体中形成意见领袖,意见领袖的形成在就会将话语权过度集中到领袖身上,从而削弱了其他用户的话语权。在知乎社区健康传播过程中,由于老用户在社区内已经具备大量粉丝,具备名人效应,所以这对新入住的健康信息创作者来讲是一个挑战,他们没有用户,没有名气,一切从零开始。所以当他们在发布健康信息的时候很少能受到社区内其他用户的关注,并且在回答健康提问的同时,也没有较强的公信力。面对这样的传播劣势,新崛起的健康创作者拥有较少的话语权,也很少有机会可以和用户进行互动。所以,知乎社区健康信息传播系统在进行内容推送的同时,应该考虑到不太具备话语权的用户处境,尽量平均社区内健康信息话语权。

4.3.2 提高内容原创性

如今社会虽然是一个信息爆炸的时代,但并不意味着这是一个信仰无意义传播的年代,在信息横流的互联网,内容为王依旧是各大新闻平台和社交平台的追求目标。只有生产优秀的创作内容,才能维持手中长期的关注和互动,所以,在知乎社区内,提高健康信息的原创性,是提升用户之间互动的有效途径之一。面对纷繁复杂的社交平台,同一用户在不同的平台都开设过账号,而他们在不同平台所发布的内容是一样的,只是将相同的信息在不同平台之间进行了搬运,在其他平台观看和浏览过相同健康信息的条件下,知乎平台相同的内容并不会引起用户互动。所以,知乎平台的健康信息并没有享受到独创优势,鼓励健康信息创作者内容的独创性,成为了提升用户之间互动的有效途径。

4.3.3 升级原有互动形式

根据问答社区的运行机制和邀请回答机制,知乎社区的用户互动形式有点赞、评论、打赏、私信。这些互动都是远程进行的。而这些互动形式有一个弊端,则是用户与用户之间不能进行语音互动。语音互动相比文字互动更能够拉近用户与用户之间的距离,提升用户之间互动的积极性。知乎社区中,针对健康信息的传播可以开通语音互动形式或者直播互动形式,让用户之间有更直接的互动形式,从而激发用户之间进行健康信息交流沟通的积极性。

4.4 缩小知乎平台在社会群体中产生的“社会鸿沟”

即便一个社交平台具备优秀的运营和管理模式,即便一个社交平台能够产生优质的内容,但如果该平台没有用户使用,在互联网中没有知名度,那这样平台相比其他的社交平台拥有较少的用户。并且问答社区的概念不论是国内还是国外都形成的相对较晚,所以知乎社区在国内社交平台上更年轻。知乎社区而这样的局面造成的后果就是知乎社区当前的用户中绝大多数是年轻用户,而类似于抖音、快手、微信这样的社交平台各个年龄阶段的用户都有,知乎用户年龄段过于集中的另外一个原因是不同于其他社交平台,知乎社区用户普遍对受教育程度有一定要求,所以面对部分受教育程度低的年幼和年长的用户来讲,进入知乎平台对他们来讲有难度。而在过于集中的知乎用户中,针对知乎健康信息的用户又进行了二次筛选,使用健康信息的用户就更少了。

4.4.1 加强知乎平台品牌建设

从知乎平台面对的用户面狭窄的问题而言,加强知乎平台的品牌建设以及知乎平台健康信息传播品牌的建设是十分重要的。在互联网各类社交平台涌现的环境下,即便知乎社区以及知乎社区健康信息传播很发达,但是缺少社会群体去使用这个平台,那一切都没有存在的意义。要让社会各个阶层的群体都要了解知乎社区,并且在此基础上形成“有健康问题,就上知乎”的品牌意识。

4.4.2 研发在线问答新功能

能够国内知名的问答社区中来看,微信社交软件的成功对于国内社交软件的发展有非常成功的借鉴意义。在当时QQ社交软件风靡的背景下,微信也能获得大量地关注度,它不仅仅具备QQ相似功能,而且使用起来更加简便。在后续的

发展中，微信不仅仅以一款简单的聊天软件，而且上线了很多生活化功能，比如在小程序中可以打游戏、购物、打车、问诊等，包含了微信用户方方面面的生活需求。知乎健康信息传播也可以借鉴此类做法，在进行健康信息问答的同时，可以开通在线问诊功能，允许健康创作者申请问诊资格，知乎社区根据创作者在社区内的综合表现来评审该用户是否具备在线问诊资格。这样不仅仅进一步加深知乎社区医学健康信息的科普力度，还激发了健康信息创作者在社区内的活跃程度。

4.4.3 改进分享运行机制

知乎社区可以通过创新健康信息分享机制来降低社会群体的认识“鸿沟”。

这条优化举措是针对知乎社区健康信息付费内容提出的，在知乎社区有部分健康信息问答以及相关延伸书籍等都是需要付费或者VIP用户才能进行阅览的。比如说在用户“普外科曾医生”的主页的橱窗里有《中国居民膳食指南（家庭实用版）》这本书，售价为22.45元人民币。知乎社区可以通过跨社交平台的分享形式来进行付费内容的砍价。也就是说，当知乎社区付费健康信息在进行跨社交平台邀请新用户进入知乎社区，一方面是邀请新用户注册是知乎社区，关注健康信息动态。另一方面来讲，可以在原来的付费信息上减去一部分价格，形成双赢的局面。这样既达到了让更多没有接触过知乎社区的群体认识了解知乎社区，也让现有用户得到了优惠政策。推动开辟新用户的同时，也留住了老用户。

4.5 防控知乎社区“伪健康”信息的增加

防止“伪健康”信息的出现这是一个长期的、持续的过程。因为这不仅仅是知乎社区面临的问题，也不仅仅是健康信息面临的窘境，而是在大数据互联网发现环境，各类传播都需要注意和提防的问题。“伪健康”信息难以辨别是最大的突破难点，所以说，要时时刻刻防止“伪健康”信息的出现，发现“伪健康”之后，及时进行下架处理，以免对用户的生命健康造成不可挽回的影响。对“伪健康”信息打击不仅仅要对外部传播环境有清晰地认识，更重要的是要从内部做起，筑起防止“伪健康”信息的高墙。

4.5.1 培养用户素养

健康信息传播也由对消费者进行健康教育转变为鼓励消费者进行健康信息

获取和自我健康教育。¹知乎社区内“伪健康”信息最终的归宿还是流入到了用户手中，用户对其进行阅读和浏览，所以，一般来讲，针对专业性较高的健康信息，普通用户很难辨别哪一条信息为真，哪一条信息为假。所以培养用户辨别真假健康信息的素养十分重要。在用户培养的过程中，以下两点需提起知乎社区注意，第一，尽量推荐给社区内健康信息用户一些专业的内容生产者，久而久之，用户就会建立起对于在社区内健康信息品牌生产者的意识。第二，在健康内容发布后，邀请有相似经历的用户进行评论，即改进评论邀请机制，从而来验证健康信息内容是否真实。通过以上两点长期在知乎平台的推广，用户也逐渐养成了习惯，会更加倾向于质量高、可信度高的内容阅读。

4.5.2 打击不良商业推广

不良的商业推广是虚假信息生成的“激素”，面对金钱的诱惑，互联网各个领域都会受到虚假信息的干扰，在知乎平台中，一些健康科普者在经历前期的用户吸收后会进行一系列的“好物推荐”。这种现象在一些短视频平台会比较常见，比如快手和抖音。从近年频繁爆出的网络中直播带货负面新闻中可以受到警示，短视频带货和直播带货中难免会遇到假冒伪劣产品。虽然知乎社区是作为问答社区出现的，但是随着社会中养生观念被越来越重视，健康传播中也不难躲开保健品和药品的推荐。这对这一类恶性商业推广需要在社区内部建立更加严格的审查制度和处罚制度，对其中的无用产品宣传坚决抵制，在知乎社区内营造良好的健康信息传播环境。

4.5.3 建立全面的信息审查制度

根据笔者提供的以上所有优化举措中，不难看出全面的信息审查制度对于知乎社区健康信息的传播有多么重要，不论是在信息内容“去碎片化”、提升用户的素养、打击恶性商业推广等各个方面都有很好的防范作用。并且，笔者在文章一再强调健康信息关乎公民生命健康，所以，审查制度的严格性和全方位性是知乎社区有必要花精力去提升的事。只有建立起全面的审查和处罚制度，才能够大幅度清除知乎社区健康信息传播的绊脚石，创建干净的知乎社区环境，赢得用户

¹ RAMSEYI,CORSININ,PETERSM DJ,etal.Arapid review of consumer health information nedasandpre ferences[J].Patiented ucationan dcounseling,2017,100(9):1634-1642.

信任，争做国内一流的社会化问答社区。

结语

在对知乎问答社区健康信息的研究中,笔者一共将文章分为四个章节进行撰写,这四个章节是:绪论、知乎健康信息的传播现状、知乎社区健康信息传播中存在的问题以及知乎社区健康信息传播的优化举措。四个章节各司其职,绪论中主要交代了论文中研究对象的研究现状以及研究意义。第二个章节是该论文的核心章节,首先介绍了知乎社区健康信息的三种内容生产机制,分别是投票机制、徽章奖励机和盐值体系;进而将健康信息特征归纳为四个方面,分别是知乎社区内健康信息的经验性、专业性、多样性和时效性;接着通过对知乎健康传播的话语分析了解了健康信息的话语权分配比重以及话语权的构建框架;最后通过对知乎社区各个传播栏目中健康信息的分析得到了知乎健康信息传播的特点。

在最后两个章节中,通过对知乎健康信息传播方式的探究总结了出健康信息在传播中出现的问题,笔者针对这些问题一一提出相应的改进措施:首先,为解决知乎社区健康信息“碎片化”趋势加重,要控制健康信息发布数量、明确健康信息来源、丰富原有问答形式;其次,为避免知乎社区健康信息逐步娱乐化,要加强健康信息的用户背景审查、增强健康信息叙事性、鼓励多形式的健康信息传播方式;再次,为调整知乎社区健康信息互动不积极,要适当分散健康信息话语权、提高内容原创性、升级原有互动形式;最后,为解决知乎社区健康信息与社会群体产生“鸿沟”,要加强知乎平台品牌建设、研发在线问答新功能、改进分享运行机制。

参考文献

中文文献:

- [1] 健康中国行动推进委员会. 健康中国行动 (2019-2023 年)
[EB/OL].[2020-04-17].http://www.gov.cn/xinwen/2019-07/15/content_5409694.htm.
- [2] 王迪. 健康传播研究回顾与前瞻[J]. 国际社会科学, 2006, (5):49-52.
- [3] 孙少晶, 陈怡蓓. 学科轨迹和议题谱系: 中国传播研究三十年[J]. 新闻大学, 2013, (3): 84-150.
- [4] 韩纲. 传播学者的缺席: 中国大陆健康传播研究十二年[J]. 新闻与传播研究, 2014, (1): 64-96.
- [5] 喻国明, 路建楠. 健康传播的研究现状、问题及走向[J]. 新闻与传播研究, 2011, (1):12-21.
- [6] 金恒江, 聂静虹, 张国良. 新闻传播学领域的健康传播研究: 谁做什么? 引用谁和被谁引用? [J]. 西南民族大学学报, 2017, (9): 152-158.
- [7] 孙少晶, 陈怡蓓. 学科轨迹和议题谱系: 中国传播研究三十年[J]. 新闻大学, 2013, (3): 84-150.
- [8] 张自力. 健康传播研究什么[J]. 杭州师范学院学报, 2015, (10):42-48.
- [9] 胥琳佳, 蔡志玲. 国际健康传播研究的现状及趋势[J]. 科学与社会, 2013, (3): 73-84.
- [10] 苏婧. 健康传播 4.0: 从经营主导到平等对话[J]. 新闻战线, 2017, (6): 15-16.
- [11] 刘双庆, 涂光晋. 社会网络分析视野下的健康传播[J]. 现代传播, 2016, (4): 46-50.
- [12] 赵加奎, 林军, 陆瑛, 潘匀, 朱艳红. 基于移动互联网的健康传播模式构建及实证研究[J]. 健康教育与健康促进, 2016, (8): 246-249.
- [13] 金晓玲, 章甸禹, 冯慧慧. 移动社交媒体中健康类信息传播效应实证研究[J]. 2018, (9):129-135.
- [14] 许琳. 新媒体时代健康传播中的媒介专业素养探讨[J]. 新媒体研究, 2017, (12):87-88.
- [15] 陈虹, 梁俊民. (2013) 新媒体环境下健康传播发展机遇与挑战[J]. 新闻记者, 2013, (5):60-65.

- [16] 邓勇, 郭胜习, 马韶青. 健康传播公共信赖机制构建探析[J]. 中国健康教育, 2015, (4): 425-427.
- [17] 任景华. 我国互联网健康传播效果及对策研究[J]. 新闻天地, 2008, (10): 94-96.
- [18] 许艺凡, 马冠生. 新媒体在健康传播中的作用及评估[J]. 中国健康教育, 2018, (3): 62-66
- [19] 陈娟, 邓胜利. 社会化问答平台用户体验影响因素实证分析——以知乎为例[J]. 图书情报工作, 2015, (12): 102-108.
- [20] 叶星星. 论百度知道知识分享模式[J]. 产业与科技论坛, 2013, (6): 105—106.
- [21] 郑若星. 社会化问答网站的知识管理模式研究[D]. 吉林大学, 2012.
- [22] 张萌. 社会化问答社区——“知乎网”的内容生产与传播策略研究[J]. 新闻研究导刊, 2014, 10(14): 79-80.
- [23] 王哲. 社会化问答社区知乎的用户持续使用行为影响因素研究[J]. 情报科学, 2017(1): 78-83.
- [24] 季芬. 认知盈余时代社交问答网站知识分享研究[J]. 中国出版, 2018, (8): 22-26.
- [25] 陆地. “知乎”的知识生态圈分析与探究[D]. 北京印刷学院, 2016, 12.
- [26] 茹西子, 胡泳. 知乎: 中国网络公共领域的理性试验田. 新闻与传播研究, 2016, (2): 20-24.
- [27] 李轶凡. 知乎公共说理研究[D]. 中央民族大学, 2017, 5.
- [28] 宋士杰, 赵宇翔, 宋小康, 等. 互联网环境下失真健康信息可信度判断的影响因素研究 [J]. 中国图[1]书馆学报, 2019, 45 (4): 72-85.
- [29] 李月琳, 蔡文娟. 国外健康信息搜寻行为研究综述 [J]. 图书情报工作, 2021, 56 (19): 128-132.

外文文献：

- [1] Rogers E M.The field of health communication Today.American Behaiviroal Scientist[J].1994, (2): 208-214.
- [2] Jennifer Lueck, Marco Yzer.Explaining Intentions to Seek Help for Depressive Symptoms in the Context of Responsibility Message Framing[J].Helath communication.2017:32-38.
- [3] Anna Rae Gwarjanski, Scott Parrott.Schizophrenia in the News: The Role of News Frames in Shaping Online Reader Dialogue about Mental Illness[J].Health communication.2017:45-47.
- [4] Michelle Jeong&Rosie Eungyuhl Bae, The Effect of Campaign-Generated Interpersonal Communication on Campaign-Targeted Health Outcomes: A Meta-Analysis[J].Health communication,2016.
- [5] S hah C,Oh s, Oh Js.Research agenda for social Q&A[J].lrary Information Science Research.2009,31(4):205-209.
- [6] Radford ML,Connway LS,Shah C.Convergence and Synergy :Social Q&A Meets Virtual Reference Service[J].Proceedings of the American Society for Information Science and Technology.2012(1):1-8.
- [7] Rich Gazan. Specialists and synthesists in a question answering community[J]. Proceedings of the American Society for Information Science and Technology. 2007,(1): 87-93.
- [8] Sumanth Patil1 , Kyumin Lee.Detecting experts on Quora: by their activity, quality of answers, linguistic characteristics and temporal behavior[J].Social Network Analysis and Mining.2016,(6):5.
- [9] YEUNGTM,MORTENSENNJ.Assessment of the quality of patient oriented internet information on suegery for divert icu disease[J].Diseasea of the colonan drectum,2012,55(1):85-89.
- [10] ABRAHAMSONJA,FISHERKE,TURNERAG,etal.Lay information mediary behavior uncovered:exploring how non professionals seek health information for themselves and others onlian[J].Journal of the Medical Library Association,2008,96(4):310-323.
- [11] RAMSEYI,CORSININ,PETERSM DJ,etal.Arapid review of consumer health

information needs and preferences[J]. Patient education and counseling, 2017, 100(9): 1634-1642.

后记

从2020年5月开题至今，硕士论文写作到此收官。在2018年金秋，我带着满心喜悦与期盼来到这里，三年如白驹过隙，求学的日子悄悄在指缝划走。

在投身财大三年的学习生活中，感谢我恩师的谆谆教诲，让我名明白科研是一段“独上高楼，望尽天涯路”的孤独之旅，需要累积，需要钻研。让我名明白科研更是一种“衣带渐宽终不悔”的执着，让我名明白是浮躁功利环境之下依然恪守学术规范，遵守学术道德，敢于质疑、勇于创新。不仅仅在学习中导师教导着我，在生活中也一次次给我启发，在人生最美好的岁月里远离心浮气躁、选择沉淀自我，拒绝安于现状、选择积极进取。不惧风雨，乘风破浪，用青春谱写平静却汹涌的人生，相信未来的生活中，我也一定会收获“蓦然回首，灯火阑珊处”的超越与欣喜。

乘风破浪会有时，直挂云帆济沧海。在父母以及家人的鼓励下，我尽自己所能，迎接生活和学习带来的挑战，不畏艰难、永葆初心。以求真务实的态度，持之以恒的毅力探索未知，独立思考。不迷信书本，不盲从前人，传承优良校风，努力为自己学科领域的学术研究贡献自己的力量。保持在开放、严谨、和谐的氛围凝聚下，我们要向每一位老师和同学学习交流，碰撞友谊的火花，在有限的时间内，不断地充实自己，练就高飞的双翼。

彼此当少年，莫负好时光。光阴流转，时间流逝的速度我们难以想象，虽然留不住时光远去，但我可以留住逝去岁月里，曾经创造的一切美好的事物和感受。刻苦钻研，努力拼搏。研究生阶段的学习与本科阶段是不尽相同的，自己不仅仅是知识的学习者、接受者，更成为了新知识的创造者、贡献者。要进一步实现梦想，就要求自己必须珍惜每一次发展机会，潜心学问。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。迈出校门，我知道自己即将开启新的旅程。面对人生的又一个崭新阶段，我相信自己已经做好去面对更多的困难和挑战的勇气，能够更加坚定走向广阔的人生舞台。