DOI 编码：10.3969/j.issn.1672-884x.2020.08.015

在线健康社区用户持续参与动机的演变机理研究

张薇薇 蒋 雪
（南京信息工程大学管理工程学院）

摘要：用户持续参与是在线健康社区成功运营的关键。采用扎根理论方法，结合 41 位持续参与用户的访谈资料进行探索性研究，以揭示用户持续参与在线健康社区的动机演变过程。研究表明：在初始参与阶段，用户参与行为由外在动机（感知社区质量、感知社区同伴支持和感知收益）驱动；用户情境的契机作用以及外部环境刺激所产生的积极情绪可促进用户外在动机的内化；当用户在社区中的 3 种基本内在需求（健康能力感知、自主性感知、关联性感知）得以满足时，会产生持续参与动机。此外，平台类型差异对用户的动机演变机制也会产生一定影响。

关键词：在线健康社区；扎根理论分析；持续参与行为；自我决定理论
中图法分类号：C93 **文献标志码**：A **文章编号**：1672-884X(2020)08-1245-09

Research on Motivational Evolution Mechanism of Users' Continuous Participation in Online Health Communities

ZHANG Weiwei JIANG Xue
(Nanjing University of Information Science and Technology, Nanjing, China)

Abstract: Users'continuous participation is the key to the success of online health communities. This paper adopts the grounded theory to analyze the interview data from 41 users for exploratory research, and reveals the motivational evolution process of users' continuous participation in online health communities from a dynamic perspective. The results show that users'participation behaviors are driven by external motivation (perceived quality of communities, perceived support from community members and perceived benefits) in the initial stage of participation. The opportunity effect of the users' context and the positive emotion generated by the external environment stimulus promote the internalization of the users'external motivation. When the three basic internal demands (perceived health competence, perceived autonomy, and perceived relatedness) in communities are satisfied, users'motivations for continuous participation are generated. In addition, differences in platform types have specific impact on the evolution mechanism of users' motivation.

Key words: online health communities; grounded theory analysis; continuous participation behavior; self-determination theory

1 研究背景

在线健康社区（online health communities, OHC）旨在为患者、医护人员、健身与养生爱好者等各类健康问题关注者搭建信息分享和社会支持的重要网络平台。《2018 健康大数据：中国国民健康与营养大数据报告》指出，我国健康大数据不容乐观，慢性病、恶性肿瘤已经成为威胁中国人健康的致命因素，并且疾病呈现年轻化趋势，而“互联网＋”大健康行业是未来发展的大趋势[1]。在健康中国战略、“互联网＋医疗健康”等政策的支持下，我国在线健康社区展现出蓬勃发展的态势。好大夫在线、甜蜜家园、薄荷健康等一批批针对不同健康主题的社区不断涌现，在医疗服务模式创新、改善医疗环境及公众的自我健康管理等方面发挥着重要作用。对于公众来说，实现健康目标是一个长期的过程，尤其是对于一些慢性病、减肥、健身等。一个虚

收稿日期：2020-01-17
基金项目：国家自然科学基金资助青年项目（71804072）；江苏省社会科学基金资助项目（18TQB005）

拟社区的平稳发展，也有赖于用户的持续参与及源源不断的内容创造，坚持使用在线健康社区，不论是对于用户还是社区运营者都至关重要。然而，如何留住用户即提升其持续参与意愿，一直是在线健康社区面临的主要挑战[2]。

目前，一些学者对用户参与在线健康社区的心理动因进行了研究[2~4]，并取得了一定的研究成果。但是，相关动机研究大多侧重于对静态原因的分析，包括加入社区的原因和持续参与社区的原因，忽略了对用户持续参与动机演变过程的探讨。鉴于此，本研究拟采用扎根理论方法建构理论模型，来揭示在线健康社区用户持续参与行为的动机演变机制，以期为社区管理者提供新的思路。

2 文献综述

动机是激发个体产生某种行为的内部驱动力。基于动机和心理认知视角，能够从根源上了解用户持续参与虚拟社区的影响因素及机制。HASHIM 等[5]基于承诺-信任理论，研究证实了商业在线社区成员的持续知识共享意图受到满意度的影响，而情感承诺和身份信任能够调节满意度与持续知识共享意图之间的关系。GUAN 等[6]以信息系统持续理论和期望确认理论为基础，发现对知识贡献的满意度直接影响社会问答社区用户的持续意图，而满意度受到知识自我效能、对知识贡献的态度和感知有用性的作用。张长亮等[7]以整合型科技接受模型和感知价值理论为指导，认为信息基础设施感知和信息共享态度对网络社群用户的持续信息共享行为有正向影响，而信息共享态度又受到感知有用性、社会影响的积极作用。

此外，部分学者探讨了虚拟社区用户不同信息行为之间的转化及不同参与阶段的动机演变。付少雄等[8]通过对已有文献的梳理，以信息系统持续使用理论为基础，引入批判性思维效能这一重要内在因素，构建了社会化问答社区用户从信息采纳行为到持续信息搜寻行为的转化模型。贺爱忠等[9]通过扎根分析发现，在线品牌社区用户持续参与行为的产生，经历了初始参与、逗留和持续参与 3 个动机演变阶段，并且在此过程中用户参与动机的内化程度不断加深。

在线健康社区有别于其他类型的虚拟社区，在用户持续参与动机及其作用机制上有其独特性。ZHANG[2]通过对 21 位美国糖尿病社区用户进行深度访谈，探索出基于能力、关联性和自主性的持续使用机制。STRAGIER 等[10]以在线健身社区为研究对象，发现自我监督动机是新手用户持续使用健身社区的主要因素，而有经验的用户更多地受到社交动机和享受动机的驱动。董庆兴等[11]基于感知价值理论和期望确认模型，从感知成本和收益的视角，分析了影响在线健康社区用户持续使用意愿的因素。其中，感知收益包括来源可靠性、信息准确性和时效性，感知成本包括隐私安全性和反馈及时性。AKTER 等[12]综合信息系统持续使用模型和期望确认模型，发现感知服务质量和感知信任对移动医疗服务的持续使用有显著作用。此外，IMLAWI 等[13]从医疗专业用户的视角展开研究，证实了帮助动机、声誉动机、道德义务动机和满意度会影响医疗专业人员的持续贡献意图。

综上所述，①从理论视角来看，期望确认理论、信息系统持续使用理论、感知价值理论等是学者们探索用户持续参与行为影响机制的重要理论指导。满意度、信任等被证实是维持用户行为的重要因素。②在研究内容方面，虚拟社区用户持续参与行为的影响机制研究成果较为丰富，大部分是对静态的持续参与原因的分析，对动机演变过程和信息行为转化的动态监测的文献相对较少，并且是以品牌社区、社会化问答社区为研究对象。而在线健康社区中，用户的持续参与行为是如何产生的？其动机是如何发生转变的？这同样值得深入挖掘和探索。③在研究方法上，已有文献大多基于现有理论构建影响因素模型，通过问卷调查法收集数据，并利用结构方程模型进行实证检验。这种静态的研究方法无法揭示用户的心理认知过程，也容易忽视参与过程中用户的外部动机、内部动机可能发生的变化。

3 研究设计

3.1 研究方法

扎根理论方法有助于发展一种从概念上解释人类动机或行为模式的理论[14]。它被认为是社会学中最适合理论建构的方法，其规范、严谨的研究程序使所建构的理论模型牢牢地植根于经验数据之中，研究能够被追溯和检查，提高了研究结论的信度和解释力[15]。本研究以扎根理论分析为主线，并对收集的资料采用内容分析的方法，以揭示在线健康社区用户持续参与动机的演变机理。

本研究严格遵循“开放式编码—主轴编

码—选择性编码”3 个基本步骤，利用质性研究工具 Nvivo 12 辅助完成编码分析。数据收集与编码分析同步进行，并在此过程中及时将脑海中出现的新概念、新想法记录在备忘录中，直至概念达到饱和，即不再有新的概念、范畴或关系结构产生。

3.2　数据收集

在扎根理论研究中，访谈是非常重要的数据收集方法[15]。本研究采用半结构化访谈的方式收集第一手数据资料，并通过以下 3 种途径来扩大数据采集范围，提升受访者参与积极性。具体包括：①在多个用户数量庞大的社区发布访谈邀请信息，包括豆瓣、百度贴吧、微信群、QQ 群等；②承诺在访谈结束后发放 50 元的现金红包作为物质奖励；③在访谈结束后，会鼓励受访者帮忙推荐符合要求的访谈对象。本研究数据采集的对象为持续参与用户，访谈对象的筛选依据主要为在线健康社区的持续使用时间和使用频率。ZHANG[2] 在研究美国糖尿病社区用户持续使用机理时，采用 1 年为筛选标准。考虑到在线健康社区在我国发展的时间和具体国情，本研究采用 6 个月为持续参与的时间界限。由于社交软件的便利性和对个人隐私的保护，受访者都选择在微信、QQ 上接受访谈。在访谈正式开始前，受访者需要填写一份调查问卷来报告一些基本情况。问卷内容由两部分组成：①人口统计特征，包括性别、年龄、受教育程度；②社区使用情况，包括使用的社区名称、使用时间、使用频率等。

整个访谈工作从 2019 年 3 月 21 日开始，至 2019 年 5 月 13 日结束。当理论达到饱和，即新的数据不能再产生新的概念和理论见解时，停止样本数据的收集。44 位在线健康社区用户有意向参与本次访谈，经过第一轮的问卷筛选，3 名用户的社区使用频率为“除非特殊情况几乎不使用”，使用频率较低，其社区经历不具有对照和深入研究价值，故均未进入第二轮的深度访谈。最终符合本研究要求的访谈对象共 41 位，其中男性有 20 位，女性 21 位，平均每位用户的访谈时间为 1 小时。每次访谈结束后，研究者都及时将访谈内容整理成 Word 文档，并且严格检查录入内容，以尽可能地保证研究的准确性。

4　数据分析与结果

4.1　社区使用情况统计

受访者的社区使用情况见表 1。由表 1 可知，根据平台特点，受访者使用的社区大致可以分为两类：①健康服务平台，该类平台以提供医疗、减肥、健身等专业健康服务为主要目标，如好大夫、薄荷健康、Keep 等；②社交媒体平台，如 QQ、微信、微博、知乎、百度贴吧等。社交媒体并非专门提供健康服务，而是为有共同健康需求的用户提供相互交流与分享的平台。其中，使用社交媒体平台的受访者较多，共 27 位。这两类平台涉及的健康主题均十分丰富，包括医疗健康、健身减肥、养生保健等。受访者的社区使用时间大多分布在 1～5 年间，共 31 位，占比 75.61%。从使用频率来看，有 15 位用户经常使用，5 位用户几乎每天都会使用，13 位用户有时候使用，总体使用频率较高。超过一半的用户每次访问社区的时间在10～30 min，甚至有 2 位用户的访问时间达到了 1～3 h。关于是否有信心通过参与社区活动改善健康状况，所有受访者都给出了积极的答案，其中 9 位用户表示非常有信心。受访者参与的社区活动形式多样，大部分社区活动均有超过半数的受访者参与，其中频率最高的是浏览社区内容、提问/搜索、回复/评论/话题讨论。有 7 位受访者报告了其他形式的社区活动，如打卡、互动抽奖、线上直播等。

表 1　受访者的社区使用情况($N=41$)

类别	选项	频数	比例/%
平台类型	健康服务平台	14	34.15
	社交媒体平台	27	65.85
使用时间/年	0.5～1	5	12.20
	1～2	17	41.46
	2～5	14	34.15
	≥5	5	12.20
使用频率	偶尔使用	8	19.51
	有时候使用	13	31.71
	经常使用	15	36.59
	几乎每天都使用	5	12.20
每次访问时间	≤10min	6	14.63
	10min～0.5h	22	53.66
	0.5～1h	11	26.83
	1～3h	2	4.88
是否有信心通过参与社区活动实现健康目标	非常有信心	9	21.95
	有信心	22	53.66
	一般	10	24.39
参与过哪些形式的社区活动	浏览社区内容	41	100
	提问/搜索	38	92.68
	回复/评论/话题讨论	38	92.68
	点赞	27	65.85
	关注	22	53.66
	转发	9	21.95
	添加好友	20	48.78
	其他	7	17.07

4.2 编码分析

4.2.1 开放式编码

开放式编码是整个编码过程的基础，为最大限度地保证其科学性，充分体现质性研究和内容分析的原理，本研究开展了如下工作：①利用质性研究工具 Nvivo 12 辅助完成编码分析；②反复思考、推敲合适的概念，为避免对受访者的想法产生误解，尽量使用受访者原话来概括，以保证编码与数据的贴合度；③采用合理的数据单位进行编码。一般而言，是以一句话为一个数据单位，但有时一句话中可能包含了不止一个概念，或是一大段话中只包含了一个概念，这就需要编码者在此过程中始终保持灵敏；④本研究由 3 名研究人员分别进行独立编码，并在完成后就各自的编码结果互相探讨。

开放式编码的结果见表 2，本研究共得到 24 个有效概念和 8 个范畴，其中，频次小于 3 的概念已被剔除。由于篇幅所限，这里只列出了部分开放式编码过程，即一个概念对应 1 条原始语句。

表 2 开放式编码结果

范畴	有效概念(频次)	代表性原始语句
A1 感知社区质量	a1 内容质量(17)	“薄荷健康是因为它的食物热量库数据比较齐全，种类也比较丰富，所以一直用它”
	a2 服务质量(7)	“我觉得首先医生需要比较负责任一些地回答患者的问题，不能太敷衍，也不会有后续的纠纷”
	a3 技术功能(7)	“薄荷健康能在减肥领域独树一帜，最主要就是它的核心功能比较简单、比较直接”
	a4 社区氛围(6)	“很多人也注重养生，大家一起讨论和分享自己养生的经验，这种氛围很好，也能学到很多”
A2 感知社区同伴支持	a5 普通用户的支持(15)	“因为这个群会分享一些好的养生、护肤的法子，然后看着别人的实践经验会比较容易引发自己也去做”
	a6 健康达人的支持(9)	“像 Keep 上某些健身达人、瑜伽教练，他们自己身材很好，我会比较信任他们提供的知识”
	a7 专业用户的支持(11)	“我一般咨询都是疑问性的，比如我去医院检查的单子，咨询网站上比较权威的医生看看有什么问题”
A3 感知收益	a8 感知便利性(15)	“获取信息方便，生活中不容易获得，广大网友分享的经验比较多，而且在线交流也比生活中方便，生活中找起来比较困难”
	a9 感知有用性(13)	“因为我在使用的时候，发现里面有些答案和解决方法很实用，而且很有效，我比较相信他，所以我一直在使用”
A4 客观情境	a10 时间允许(20)	“之前是因为不了解，时间上也不允许，最近一年有空了”
	a11 线下条件限制(7)	“有时候一些亚健康的身体状况，并不会引起重视。而去医院咨询医生的话，就会很麻烦，耽误时间”
A5 健康情境	a12 获取健康信息(13)	“想学习一下健身的规范动作，比如平板撑、卷腹之类的，如何做才能做规范，如果动作错了，不但没有效果，还可能损害身体”
	a13 感知身体状况(13)	“因为我本身皮肤有点糟糕，有痘，然后熬夜，想要改善一下自己的皮肤状况”
	a14 遭遇生活挫折(7)	“在实验做得不成功，怀疑自己的时候，会寻求帮助”
	a15 健康目标难以实现(9)	“减肥遇到平台期，每天运动控制饮食，体重还是不下降”
A6 健康能力感知	a16 健康知识自我效能(29)	“通常情况是，自己懂(我学医)的、自己有过这方面的疾病，有治疗经验，就会分享一下，包括回答问题、回复他人等”
	a17 健康知识查证能力(16)	“看自己的验证结果吧，比如别人分享的知识，我可能会尝试做个小实验感受一下，或者通过互联网搜索一个这个知识的真实性啥的”
	a18 健康知识纠错能力(5)	“看到别人在帖子里的答案不正确，会想要纠正”
A7 关联性感知	a19 个体相似性(25)	“都是一个地方的人”
	a20 健康相关性(10)	“会按照自己的亚健康身体状况，搜索关键词，寻找与自己身体健康状况相似的案例”
	a21 互惠意识(6)	“因为我遇到挫折的时候，别人也给予过我帮助，知恩图报嘛”
A8 自主性感知	a22 习惯(16)	“记录生理期这个东西，一般就是用习惯一个软件，就会一直记录下去”
	a23 兴趣(15)	“当博主分享一些我比较感兴趣的帖子或者经验，我会去回复，同时还会和下面回复的人做一些交流，交流健身的经验”
	a24 尊重(7)	“因为社区也是一个小社会，也需要互相尊重，不能够随意辱骂别人”

4.2.2 主轴编码

在主轴编码过程中，研究者需要理清各个子范畴之间的联系，并将其通过合并、归类发展成主范畴。本研究通过对各个子范畴的内涵及相关关系的梳理，最终确定了 3 个主范畴，分别为初始参与动机、用户情境和自我决定感。其中，初始参与动机包括感知社区质量、感知社区同伴支持和感知收益；用户情境包括客观情境和健康情境；自我决定感则由健康能力感知、关联性感知和自主性感知构成。主轴编码结果见表 3。

4.2.3 选择性编码及理论饱和度检验

选择性编码的任务是进一步挖掘出核心范畴，并通过“故事线”的形式描述核心范畴与各主范畴之间的逻辑关系。基于研究主题，本研究将核心范畴确定为“在线健康社区用户的持续参与动机”。

S-O-R 模型由外部刺激、机体和反应 3 部分组成，它表示个体在受到外部环境的刺激后，内在认知和情感状态会发生改变，从而产生行为反应。ISC-ECM 模型以满意度和期望确认为核心变量，在揭示用户持续使用行为方面具有重要作用，但该模型比较适用于解释网络银行这一类传统信息系统[16]。在解释在线健康社区这样的社会化媒体系统时，ISC 模型对外部

表 3　主轴编码结果

主范畴	子范畴	子范畴的内涵
初始参与动机	A1 感知社区质量	用户对在线健康社区的内容质量、服务质量、技术功能和社区氛围的综合评估
	A2 感知社区同伴支持	用户获得来自社区同伴(健康达人、专业用户及普通用户)的信息支持和情感支持等
	A3 感知收益	用户衡量参与在线健康社区所能够获得的收益
用户情境	A4 客观情境	时间允许及线下活动受到限制的情况,为用户长期参与在线健康社区提供了契机
	A5 健康情境	健康需求亟待满足的情况为用户长期参与在线健康社区提供了契机
自我决定感	A6 健康能力感知	用户感知自己能够在健康社区中展现自身能力,获得成就感
	A7 关联性感知	用户感知自己能够在健康社区中与其他成员建立联系,获得归属感
	A8 自主性感知	用户感知自己在参与健康社区的过程中拥有自由意志,能够自我决定

环境中的社会性因素(如同伴支持等)较为忽视。此外,用户持续参与健康社区是一个复杂的认知和行为过程,仅用满意度和期望确认无法揭示参与动机的演变机理。相较而言,S-O-R 模型更有助于理解个体是如何在受到外部刺激后产生认知和情感反应,并影响其行为决策的。已有研究证实,S-O-R 模型在阐释虚拟社区用户持续参与行为的影响机理方面具有指导意义[17,18]。基于此,本研究以 S-O-R 模型为理论指导框架,探索 OHC 用户持续参与动机的形成机理。

通过对访谈资料的深入剖析,本研究梳理了各个主范畴与核心范畴之间的关系结构,并构建了在线健康社区用户持续参与动机的演变机制模型(见图 1)。选择性编码结果表明:在线健康社区用户持续参与行为的动机演变过程,是在用户情境因素的契机作用下,由初始参与动机不断内化形成持续参与动机的过程,它包括两个阶段的变化:①刺激(S)→机体(O)。该阶段表明初始参与动机是如何发生内化的。首先,客观情境和健康情境为用户长期参与健康社区提供了契机;其次,外部刺激(如感知社区质量、感知社区同伴支持和感知收益)影响了用户的内在认知和情感状态,产生了认同感、归属感、满意等积极情绪。②机体(O)→反应(R)。这些积极情绪的不断发酵为用户自我决定感的产生提供了支持,当用户在社区中获得了自我决定感,即健康能力、自主性和关联性 3 种基本需要得以满足时,就产生了持续参与动机。

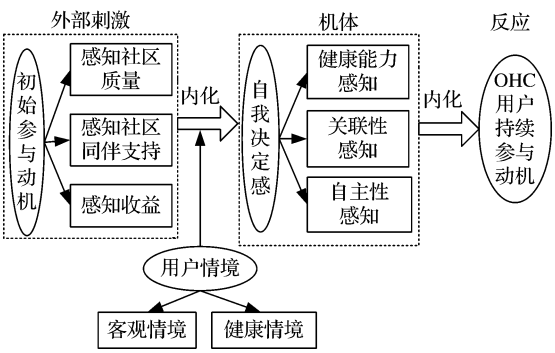


图 1　在线健康社区用户持续参与动机的演变机制

实际上,随着样本量的增加,访谈文本中出现的概念在不断收敛,33 号受访者所提供的信息基本都可以用之前的概念进行解释。出于严谨性考虑,本研究又访谈了 8 名用户作为理论饱和度检验。对这 8 位受访者的访谈资料分别按照"开放式编码—主轴编码—选择编码"3 个编码步骤执行,没有发现新的概念和关系结构。由此可以认为,本研究建构的理论模型达到了饱和状态。

5　动机演变的机理分析

5.1　初始参与动机的内化

用户在初始参与阶段,其行为主要受外在动机的驱动,即人们的行为很大程度上受到外部环境的控制。在本研究情境下,用户的初始参与动机主要包括感知社区质量、感知社区同伴支持和感知收益。这些外部环境的刺激不会直接影响用户的内在需求,但它可以从外在动机转变为内在动机,然后满足用户的需求。

用户的初始参与动机如何发生内化?从访谈分析结果来看,这需要满足两个条件。首先是环境条件的支持。客观情境和健康情境为用户长期参与健康社区提供了契机。一方面,在时间、空间等客观因素的作用下,用户长期参与社区的需求得到增强。许多受访者表示在时间充裕的前提下,会增加参与社区活动的时间和频率。另外,线下条件的限制也促使他们将在线健康社区作为替代选择,例如没有时间去医院,不方便请假;或是作为学生,无法每天去健身房等。另一方面,在有强烈的健康需求时,用户长期参与社区的意愿也会随之加强。一般地,在 4 种情况下,用户会更迫切地参与社区、寻求帮助:①获取健康信息。在线健康社区作为便捷的信息获取渠道之一,吸引了许多用户

的参与。他们获取健康信息的目的是学习健康知识,进行一些健康咨询等。②感知身体状况。当用户感知到自己的身体状况发生变化时,如身体健康出现问题、脸上长痘、身材变胖等,会通过搜索、浏览社区内容及发帖等方式在社区中寻求帮助。③遭遇生活挫折。在访谈中发现,用户在日常生活中因遭遇挫折导致情绪不佳时,会在社区中寻求支持。这些挫折包括人际交往、学习、恋爱等方面,往往与健康主题无关。④健康目标难以实现,这大多发生在健身社区中。健身、减肥是一个长期健康目标,在此过程中用户会遭遇许多困难,需要足够的毅力与克制力,而来自其他社区成员的鼓励和支持,包括经验和方法的分享,是支撑他们继续下去的动力。

其次是用户内在认知和情感状态的变化。根据 S-O-R 模型,个体并非在受到外部刺激后直接、机械地做出反应,内在情感变化在其中发挥着重要的中介作用。正向的外部刺激能够促进用户对社区的正面评价和积极情绪的产生。

由访谈结果可知,感知社区质量主要包括内容质量、技术功能、服务质量和社区氛围 4 个方面,社区质量的高低直接影响用户的使用体验及对社区的评价。其中,用户对内容质量的关注度最高,其概念频次达到 17。获取健康信息是用户决定加入社区的一个主要原因,高质量信息对健康相关的决策意义重大,分享劣质信息可能会对用户造成伤害[19],因此,拥有高质量内容的社区更易获得用户的信赖和良好的口碑。关于服务质量,许多受访者表达了对消息推送这一个性化服务的肯定,但也有部分用户抱怨社区中存在过多的广告推销、虚假广告等,严重影响了他们的使用体验。受访者认为,良好的社区氛围应该是互相交流和分享、互相帮助的,比较排斥商业氛围浓厚的社区,在功能上应当简单、直接,能够满足用户需求。高水平的社区质量能够提升用户的满意度[20]和对社区的好感度,因此,社区管理者应该重视用户的反馈及对社区环境的优化,这对维护用户的积极情绪至关重要。

社区同伴的支持包括信息支持、情感支持等不同形式。获得来自社区成员的支持,有助于增强用户的社区归属感和联系感,减少压力[3],也对提升用户满意度和信任有积极作用[21]。本次访谈分析的结果也证实了这一研究结论。由访谈结果可知,用户感知的社区同伴支持主要是指信息支持。其原因在于部分受访者表示,情感支持等可以从其他渠道(如身边的亲人、朋友)获得,并且在社区中他们也更倾向于添加原本就认识的人为好友。根据不同的社区类型及社区成员的专业背景,社区中的用户大致可分为 3 类,即专业用户、健康达人和普通用户。专业用户是指拥有专业医疗知识的用户,大多出现在医疗健康社区中,如医生、护士、医学生等。健康达人是指在健身、减肥、养生等健康领域具备丰富的实践经验和理论知识的用户,如受访者提到的健身大牛、瑜伽教练等。通过访谈发现,社区用户更愿意从专业用户和健康达人那里获取专业性的建议、知识,也更愿意与他们在网络上保持社交关系,这与 GOH 等[22]的观点一致。专业用户和健康达人作为社区专业健康知识的主要贡献者,更易获得用户的信任,其专业性的指导与建议也能够缓解用户的焦虑和紧张情绪。当在线健康社区用户认为其他成员可靠且值得信赖时,他们更愿意留在社区[23]。保持这两类用户在社区中的比例,对提高社区的可信度和用户满意度有重要作用。此外,大多数社区成员属于普通用户,他们并不具备专业知识,更多地分享一些真实经验、感受等,进而引起其他成员的共鸣。在线健康社区为用户寻求具有相似经历、志同道合的同伴提供了方便,在交流与分享的过程中互帮互助、相互理解,从而增强了对社区的认同感和归属感。

感知收益主要来源于两个方面,即感知便利性和感知有用性。在线健康社区的“在线”属性使其摆脱了时间和空间的约束,能够迅速有效地获取健康信息和知识、在线问诊等。这种便利性是线下医院、健身房等无法满足的。感知有用性是指用户认为参与在线健康社区对自己是有帮助的,包括能够获取有用的健康信息、改善健康状况、实现健康目标等。感知收益较高的环境更可能产生信任[24],随着用户感知收益的不断增加,其对社区的信任和好感度也在不断增强。

综上可知,外部刺激(感知社区质量、感知社区同伴支持、感知收益)使用户的内在认知和情感状态发生了改变。用户对于社区有了更为清晰和全面的评价,也在社区中获得了认同感、归属感和理解,以及信任、满意、愉悦等积极情绪,这些正面情绪的不断滋生有助于用户自我决定感的产生。

5.2 持续参与动机的形成

随着参与时间和参与程度的增加,用户在

社区中获得的认同感、归属感、满意等正面情绪不断发酵，外部刺激对用户行为的驱动作用在逐步削弱，已经无法维持用户继续参与社区的行为。用户在健康社区中更深层次的内在需求亟待满足。自我决定理论认为，内部因素是行为持续的主要驱动力，当人的行为满足内在对自主性、关联性和能力的需求时得以持续[25]。ZHANG[2]在对美国糖尿病社区用户持续使用行为的研究中证实了这一观点，能够满足自主性、能力和关联性3种基本需求的行为具有内在动机，是自我决定的。

健康能力感知是指用户能够在社区中锻炼和展示自身能力，获得成就感的需要。在本研究中，健康能力感知主要来源于3个方面，即健康知识纠错能力、健康知识查证能力和健康知识自我效能。健康知识纠错能力，是指用户在发现其他成员提供的信息有疏漏或是有错误时会予以指正，例如，10号受访者表示“看到别人帖子里的答案不正确，会想要纠正”，这反映了用户在社区中的健康能力展示需求。健康知识查证能力体现了用户良好的健康信息素养和自我保护意识。面对社区中良莠不齐的海量信息，用户在信息采纳时非常谨慎，往往依据自身经验和健康知识、其他用户的反馈或是利用搜索引擎等来检验信息是否可靠。健康知识自我效能是一种自我认知能力，即人们会依据自己的健康知识水平和实践经验，做一些能力范围之内的事情。在访谈中，许多受访者表示遇到自己明确答案的、有成功经验的问题，才会放心予以解答。已有研究证实，自我效能可以促进在线健康社区中的信任关系，用户的自我效能感知水平越高，对社区越信任，进而增强其持续参与意图[26]。

自我决定理论强调，仅仅感知到能力并不会增强用户的内在动机，除非伴随对自主性的感知[27]。自主性感知是指用户在社区中能做自己喜欢的事情，能自由地做出判断与选择。其中，习惯和兴趣的出现频次较多，是用户在社区中感知自主性的重要体现。习惯是积久养成的、自然而然表现出来的行为模式，是用户的自我选择。习惯与持续意图的关系表明，先前的习惯可以对行为产生有利的感受，从而增强持续意图[28]。本研究通过访谈发现，用户的习惯既有因长期参与在线健康社区而形成的，也有因先前的习惯而影响社区持续参与决策的。例如，16号受访者表示“每天晚上会看，边看边学习一小时左右的锻炼”，6号提到因为“自己有运动的习惯”而一直使用社区。兴趣表示用户根据自身的偏好选择是否参与社区活动以及参加何种社区活动，是影响用户持续关注的重要因素。特别地，一些在线健康社区，如薄荷健康、丁香医生等，具有用户群体庞大、帖子数量繁多的特点，因此，选择感兴趣的内容进行关注是用户采取的一种高效的参与方式。尊重是指被他人尊重以及尊重他人的需要。互相尊重是社区用户持续友好互动的前提，也是用户自由表达观点、自由参与社区活动的保障。根据马斯洛需求层次理论，尊重需要属于较高层次的需要，是维持人的自信心和满足感的重要内在要求。

除了上述两种需求外，有一个可靠的关系基础对于内在动机的表达也非常重要[27]。关联性感知是指用户在社区中能够获得归属感，而这种归属感是通过与社区其他成员建立联系来获得的，具体体现在以下3个方面：①个体相似性。用户倾向于和自己相似的人建立社交关系，社区中的社交关系包括评论、回复、添加好友等。这与CENTOLA等[29]关于一项在线健身计划的研究结论一致，即积极参与者几乎完全根据性别、年龄和身体质量指数(BMI)的相似性来选择合作伙伴。本研究发现，个体相似性既体现在人口统计特征上，也包括个人目标、兴趣爱好、经历遭遇等。②健康相关性。用户在浏览、搜索或采纳信息时，格外关注与自身健康状况密切相关的信息，也想要通过关注这些信息，了解其他人的解决办法、经验或者感受。③互惠意识。基于互惠规范的知识交流是积极影响用户持续知识贡献行为的重要因素[30]。用户在长期参与社区过程中，获取了丰富的健康信息资源和情感支持，对社区产生了强烈的感恩情绪，因此，当其他社区成员寻求帮助时，他们愿意贡献自己的一份力量以回报社区。

5.3　平台类型对用户动机演变机制的影响

由于访谈对象来自健康服务平台和社交媒体平台两类社区，这可能会影响用户动机演变机制的差异，为此，本研究做了简单的统计分析，对比结果见表4。因为这两类平台的受访者人数不一，所以主要以概念频次的占比来衡量用户参与动机的差异。由表4可知，平台类型差异对用户动机演变机制的影响主要体现在初始参与动机上，在自我决定感方面，仅健康知识查证能力和互惠意识有较大差异。健康服务平台用户对内容质量、技术功能和健康达人的支持，以及健康知识查证能力的关注度均高于

社交媒体用户。可能的原因是，与社交媒体平台相比，健康服务平台的核心竞争优势在于能够提供专业化、系统化的健康服务，并且吸纳了许多专业人才（如医生、健身达人），因此，用户对平台环境有更高质量的要求，对健康信息质量的把控也更为严格。但是，社交媒体平台的感知便利性要优于健康服务平台，并且该平台用户具有较高的互惠意识。社交媒体主要为具有相同健康目标和经历的用户提供相互交流、分享的平台，互帮互助是用户之间默认的社区准则。随着智能手机的普及，社交媒体在人们日常生活中扮演着非常重要的角色，尤其是 App 形式的社交媒体使用起来十分方便；而部分健康服务平台无法通过手机设备进入，如一些健康类的论坛，或是有些功能在手机设备上限制使用。

表 4　健康服务平台与社交媒体平台的对比结果

主范畴	概念	健康服务平台（频次）	占比/%	社交媒体平台（频次）	占比/%
初始参与动机	内容质量	8	57.14	9	33.33
	技术功能	5	35.71	2	7.41
	健康达人的支持	5	35.71	4	14.81
	感知便利性	3	21.42	12	44.44
自我决定感	健康知识查证能力	8	57.14	8	29.63
	互惠意识	0	0	6	22.22

6　结论与启示

在线健康社区用户持续参与动机的形成过程是外在动机不断内化的过程，也是用户行为由外部环境控制到自我决定的过程。初始参与阶段以外在动机为主，包括感知社区质量、感知社区同伴支持和感知收益，此时用户的自我决定程度比较低，受外部环境的控制程度较高，其行为是不稳定的，随时有可能离开社区。客观情境和健康情境为用户长期参与社区提供了契机，并且随着参与时间和参与程度的增加，外部环境的刺激引发了用户内在情感状态的变化。认同感、归属感、满意等积极情绪不断滋生，导致驱动用户行为的外在动机逐步削弱，从而内化产生更深层次的需要。当健康能力、自主性和关联性 3 种基本内在需要得以满足时，用户的持续参与动机随之产生。此时，用户的参与行为不再由外部环境刺激所驱动，而是自我决定的，行为的稳定性和持久性更高。此外，平台类型差异会对用户持续参与动机演变机制产生一定影响，主要体现在初始参与动机和自我决定感两个主范畴上。

本研究的管理启示如下。

（1）优化社区环境，满足用户的情境需求，以促进用户参与动机的内化。具体做法为：①引入内容质量审核机制，邀请社区中的专业用户、健康达人对帖子内容进行审核，审核通过后方可在社区中传播，对于多次传播虚假健康信息的用户，应该予以警告、拉黑等严厉处罚；②考虑到目前人们更多使用智能手机设备，社区运营者可以为在线健康社区开发专门的移动应用程序，或者与社交媒体平台合作，建立官方账号，以便拓宽用户使用的渠道；③鼓励社区中的核心成员、活跃用户等活跃社区气氛、维护社区和谐。同时，在社区管理方面应该张弛有度、赏罚分明，规范社区成员的行为。

（2）增强用户的自我决定感，以促进用户持续参与动机的形成。具体做法为：①开设“社区管理建议”板块，规定每位用户都可以针对社区现状或是管理问题建言献策，并且建议被采纳的用户能够获得社区的褒奖；②增设“健康信息查证”功能，提供相应反馈渠道，提升用户的健康能力感知；③积极举办同城会、老乡会等活动，将同一个地区的社区成员聚集起来，开展线下聚会，增强关联性感知；④定期举办优秀用户评选活动，对表现优异的社区用户进行嘉奖，授予其荣誉称号或积分、物质奖励。

参　考　文　献

[1] 医界. 2018 健康大数据：中国国民健康与营养大数据报告[EB/OL]. (2018-08-31)[2019-12-20]. https://cloud.tencent.com/developer/news/306935.

[2] ZHANG Y. Understanding the sustained use of online health communities from a self-determination perspective [J]. Journal of the Association for Information Science and Technology, 2016, 67(12): 2842-2857.

[3] WELBOURNE J L, BLANCHARD A L, WADSWORTH M B. Motivations in virtual health communities and their relationship to community, connectedness and stress [J]. Computers in Human Behavior, 2013, 29(1): 129-139.

[4] LITCHMAN M L, ROTHWELL E, EDELMAN L S. The diabetes online community: older adults supporting self-care through peer health [J]. Patient Education and Counseling, 2018, 101(3): 518-523.

[5] HASHIM K F, TAN F B. The mediating role of trust and commitment on members' continuous knowledge sharing intention: a commitment-trust theory perspective [J]. International Journal of Information Management, 2015, 35(2): 145-151.

[6] GUAN X, DENG S. Understanding the factors influ-

encing user intention to continue contributing knowledge in social Q&A communities [J]. Chinese Journal of Library & Information Science, 2013, 6(3): 75-90.

[7] 张长亮，王晰巍，王晨晓. 网络社群用户持续信息共享行为影响因素研究 [J]. 情报资料工作，2019，40(3)：53-62.

[8] 付少雄，陈晓宇，邓胜利. 社会化问答社区用户信息行为的转化研究——从信息采纳到持续性信息搜寻的理论模型构建 [J]. 图书情报知识，2017(4)：80-88.

[9] 贺爱忠，李雪. 在线品牌社区成员持续参与行为形成的动机演变机制研究[J]. 管理学报，2015，12(5)：733-743.

[10] STRAGIER J, VANDEN ABEELE M, MECHANT P, et al. Understanding persistence in the use of online fitness communities: comparing novice and experienced users[J]. Computers in Human Behavior, 2016, 64: 34-42.

[11] 董庆兴，周欣，毛凤华，等. 在线健康社区用户持续使用意愿研究——基于感知价值理论[J]. 现代情报，2019，39(3)：3-14，156.

[12] AKTER S, RAY P, D'AMBRA J. Continuance of mhealth services at the bottom of the pyramid: the roles of service quality and trust [J]. Electronic Markets, 2013, 23(1): 29-47.

[13] IMLAWI J, GREGG D. Understanding the satisfaction and continuance intention of knowledge contribution by health professionals in online health communities[J]. Informatics for Health and Social Care, 2019, 45(2): 1-17.

[14] WOODS P, GAPP R, KING M A. Generating or developing grounded theory: methods to understand health and illness[J]. International Journal of Clinical Pharmacy, 2016, 38(3): 663-670.

[15] 贾旭东，谭新辉. 经典扎根理论及其精神对中国管理研究的现实价值[J]. 管理学报，2010，7(5)：656-665.

[16] BHATTACHERJEE A. Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model[J]. MIS Quarterly, 2001, 25(3): 351-370.

[17] CAO X, SUN J. Exploring the effect of overload on the discontinuous intention of social media users: an S-O-R perspective[J]. Computers in Human Behavior, 2018, 81: 10-18.

[18] 甘春梅，黄凯，许嘉仪，等. 社会化商务持续意愿影响因素的实证研究：技术性因素与感知价值的影响[J]. 数据分析与知识发现，2018，2(4)：29-37.

[19] MPINGANJIRA M. Precursors of trust in virtual health communities: a hierarchical investigation[J]. Information & Management, 2018, 55(6): 686-694.

[20] YANG H, GUO X, WU T. Exploring the influence of the online physician service delivery process on patient satisfaction[J]. Decision Support Systems, 2015, 78: 113-121.

[21] 陈星，张星，肖泉. 在线健康社区的用户持续知识分享意愿研究——一个集成社会支持与承诺-信任理论[J]. 现代情报，2019，39(11)：55-68.

[22] GOH J M, YNDURAIN E. The value of expert vs user generated information in online health communities[C]//HCI in Business. Cham: Springer International Publishing, 2015:86-95

[23] ZHAO J, HA S, WIDDOWS R. The influence of social capital on knowledge creation in online health communities[J]. Information Technology and Management, 2016, 17(4): 311-321.

[24] 邓朝华，洪紫映. 在线医疗健康服务医患信任影响因素实证研究[J]. 管理科学，2017，30(1)：43-52.

[25] DECI E L, RYAN R M. Self-determination theory: a macrotheory of human motivation, development, and health[J]. Canadian Psychology, 2008, 49(3): 182-185.

[26] ZHAO J, HA S, WIDDOWS R. Building trusting relationships in online health communities[J]. CyberPsychology, Behavior and Social Networking, 2013, 16(9): 650-657.

[27] RYAN R M, DECI E L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being[J]. American Psychologist, 2000, 55(1): 68-78.

[28] HSIAO C H, CHANG J J, TANG K Y. Exploring the influential factors in continuance usage of mobile social apps: satisfaction, habit, and customer value perspectives[J]. Telematics and Informatics, 2016, 33(2): 342-355.

[29] CENTOLA D, VAN DE RIJT A. Choosing your network: social preferences in an online health community[J]. Social Science and Medicine, 2015, 125: 19-31.

[30] GUAN T, WANG L, JIN J, et al. Knowledge contribution behavior in online Q&A communities: an empirical investigation [J]. Computers in Human Behavior, 2018, 81: 137-147.

(编辑　桂林)

通讯作者：张薇薇(1978～)，女，安徽歙县人。南京信息工程大学(南京市　210044)管理工程学院副教授。研究方向为网络信息资源管理。E-mail：zhangww@nuist.edu.cn