

基于文献计量分析的无偿献血有效宣传探讨

梅媛媛¹,林振平¹,王 晖²,赵轶伦²,蔡旭兵²

(1. 南京医科大学医政学院,江苏 南京 210029;2. 南京红十字血液中心,江苏 南京 210003)

摘要:目的:探讨我国无偿献血的有效宣传情况。方法:采用文献计量分析法对无偿献血宣传期刊文献进行分析。结果:110 篇文献涉及 19 个省市,作者单位是采供血机构占 85.45%。期刊来自《中国输血杂志》占 32.73%,以定性研究为主占 52.73%。宣传对象是在校大学生和街头流动人群占 58.89%,宣传活动有效评价比例为 47.83%,宣传媒体有效评价比例为 32.00%。结论:无偿献血宣传研究日益受到重视,评价有效宣传活动位居前 3 位的是名人效应活动、献血英雄事迹报道、特殊日期活动,评价有效宣传媒体位居前 3 位的是广告、电视新闻、宣传栏。

关键词:无偿献血;宣传;文献计量分析法

中图分类号:G255;R331

文献标志码:A

文章编号:1671-0479(2015)02-114-004

doi:10.7655/NYDXBSS20150207

无偿献血是为了拯救他人生命,自愿将自己的血液无私奉献给社会的公益事业^[1]。我国自 1998 年实行无偿献血制度以来,有效地保障了血液安全和临床用血需求。但近年来,特别是 2010 年“血荒”在全国主要城市蔓延^[2],无偿献血事业引起了社会各界的广泛关注。宣传教育是提高人们对无偿献血认知和改变献血行为、行动的重要手段^[3],是无偿献血工作开展的重要组成部分,涉及相关理论应用、宣传对象选择、有效宣传措施及其效果评价等方面。为此,全国各地无偿献血宣传工作的开展和成效,被陆续报道和发表。随着我国临床用血需求的快速增长,血液的供需矛盾日益突出,而如何有效宣传、动员和招募献血者,是各采供血机构面临的重大挑战。本文依据高度相关的无偿献血宣传期刊文献,采取文献计量法,探讨我国无偿献血的有效宣传情况,为各地开展无偿献血宣传工作提供依据。

一、材料与方法

(一)材料来源

以中国知网、万方和维普数据库为文献获取平

台,采用高级检索类型,以“篇名”、“题名或关键词”为检索项,以“无偿献血”、“宣传”为检索词,以“模糊”匹配为检索式,检索时间范围设定 1998~2013 年,共获取相关期刊文献 218 篇。考虑到权威性与学术性问题,剔除报纸、会议记录、领导讲话及不相关的文献,纳入分析的有效期刊文献 110 篇。

(二)研究方法

采取文献计量分析法,它是采用数理统计学方法来定量描述、评价和预测学术现状与发展趋势的图书情报学研究方法^[4],具有显著的客观性、量化、模型化的宏观研究优势。通过对 110 篇期刊文献仔细阅读,摘录文献基本信息、研究方法与结果等,建立 Excel 文献评阅库,利用 SPSS17.0 软件进行统计分析,结果分析主要采用描述性分析。

二、结果

(一)文献数量

我国自 1998 年《无偿献血法》颁布后,有关无偿献血宣传问题的研究日益受到关注和重视,相关文献的数量呈逐渐上升趋势。在 110 篇期刊文献中,

基金项目:教育部人文社科研究基金青年项目“区域性采供血管理保障机制研究”(11YJC630120),南京市医学科技发展项目“基于动机保护理论的无偿献血者献血动机研究”(YKK13165)

收稿日期:2014-08-19

作者简介:梅媛媛(1992-),女,江苏太仓人,在读本科生,研究方向为采供血管理;林振平(1975-),男,安徽临泉人,讲师,博士研究生,研究方向为卫生经济与医疗保障政策、采供血管理,通信作者。

1998~2002年共发表5篇,占总量的4.55%,平均每年仅有1篇;2003~2010年文献数量开始缓慢上升,共发表38篇,占总数的34.55%,年均4.75篇,2007年数量最多为11篇;2011~2013年文献数量上升迅速,达67篇,占总数的60.90%,2012年数量最多为39篇。

(二)文献来源

110篇文献来自于《中国输血杂志》最多,有36篇(32.73%);其余来自《吉林医药学院学报》6篇,《临床输血与检验》5篇,《医学信息》和《中国卫生质量管理》各3篇。有8种期刊发表2篇,其他41篇文献来自41种期刊。

(三)作者情况

110篇文献共有207位作者,发表最多的作者有5篇,有31位作者各发表2篇,有172位发表1篇。根据普莱斯定律:“在同一主题中,半数的论文为一群高生产能力作者所撰,这一作者集合的数量上约等于全部作者总数的平方根。”^[5]计算结果为14.39篇,所以尚没有形成有较大影响力的核心作者群。

作者单位以采供血机构为主,有94篇(85.45%)。作者单位是医院的有6篇,作者单位为学校、政府行政部门、疾控中心的都在5篇以下,还有6篇未标明作者单位。

(四)研究地区

明确记载省份的有70篇,出现最多的是江苏省,有10次(14.29%),其次是浙江省、辽宁省、广西壮族自治区,各有7次(10%),其余的省份在1~6次。还有一些是定性分析和探讨无偿献血宣传的,没有非常明确的研究对象。

(五)研究方法

研究无偿献血宣传的论述方法以定性论述最多,有58篇(52.73%);以定性为主,引用少量数字展开论述的文献有32篇(29.09%);定性与定量结合论述,且有统计处理的文献有20篇(18.18%)。

(六)理论应用

宣传研究中应用的理论主要涉及激励理论、4C营销理论、马斯洛需求理论和KAP理论,文献分别为8篇、2篇、1篇和1篇。

激励理论认为人们在采取某种行动之前,通常会考虑行动的结果,如果结果对自己有利将促进其采取行动。在宣传中,强调无偿献血有些激励措施,通过建立未来会有很多益处被激励氛围,鼓励大家积极献血,因此重视感恩宣传和激励理论能进一步促进我国无偿献血事业的发展。目前我国最常见激励有两种:一是物质激励,主要是血费报销和积分奖

励^[6];二是精神激励,包括颁发献血证书、宣传献血英雄、献血者的思想和信仰等^[7]。

4C营销理论即产品(product)、价格(price)、促销(promotion)、渠道(place)四要素,是营销学发展史上的营销策略组合理论之一,强调应把追求客户满意放在第一位,努力降低客户的购买成本,充分注意到客户的便利性,以客户为中心实施有效的营销沟通^[8]。该理论应用于无偿献血宣传和动员招募,应重点关注服务好无偿献血者和潜在献血者,优化献血点布局,重视各个环节的沟通交流。该理论在国外被成功地运用到无偿献血事业后,我国才慢慢引入并已经取得了初步的成效^[9-10]。

马斯洛需求理论在献血者宣传和动员招募中,包涵五个方面:对环境的基本要求、工作人员对献血者的尊重、献血者本身的安全感、归属感及自我价值的实现。该理论揭示,无偿献血者及潜在献血者对献血事业是有要求和期望的,希望通过无偿献血得到满足。

KAP理论(knowledge, attitude, practice, KAP)即知-信-行理论,强调了无偿献血宣传的重要性,只有人们了解无偿献血、信任无偿献血,才会积极主动地献血。马斯洛需求理论和KAP理论两者相辅相成,只有将两者结合起来才能推动无偿献血事业的发展^[11]。

(七)无偿献血宣传对象及措施

明确提及宣传对象的共有90篇,每篇多次提及的仅按照1次统计。提及学生的有27篇(30.00%);提及街头流动性人群的有26篇(28.89%);其他宣传对象被提及为4~8篇。同时还总结归纳了针对这些宣传对象而采取的主要宣传措施,见表1。

(八)宣传媒体

大众宣传传媒被提及的有75篇,电视新闻媒体被提及的篇数最多达18篇。有24篇(32%)明确给出了有效评价,有48篇次进行了含糊的评价。评价有效比例位居前3位的媒体是广告、电视新闻、宣传栏,见表2。

(九)宣传活动

宣传活动被提及了46篇,其中有22篇(47.83%)明确做出有效评价,有22篇次做了含糊评价。有效评价比例排在前5位的依次是名人效应活动、献血英雄事迹报道、特殊日期活动、针对城市社区、进校园课堂和单位进行无偿献血科普讲座,见表3。

(十)政府及医疗机构参与宣传被提及情况

政府参与宣传共出现了10篇,其中为应对血荒、突发事件处理的有2篇,领导人参与无偿献血活动

表1 期刊文献中明确提及宣传对象与针对性宣传措施的情况

宣传对象	文献(篇)	百分比(%)	主要针对性宣传措施
在校大学生	27	30.00	由血站、校团委、校医院、辅导员等人,开展专题讲座,设立无偿献血宣传栏;建立固定献血爱心屋进行宣传
街头流动人群	26	28.89	由血站人员利用献血车,特殊日期组织活动
农民	8	8.89	由血站人员利用献血车,专题讲座,献血组织活动
政府机关人员	7	7.78	知情人通报临床用血供需情况动员献血
军人	6	6.67	集中采血前,利用专题讲座、宣传栏动员献血
企事业单位人员	5	5.56	由单位工会组织动员与宣传
社会团体	4	4.44	通常采取发放宣传彩页
其他	7	7.78	针对社区居民在无偿献血等特殊日期里做专题宣传栏

表2 期刊文献中大众传媒出现的篇数与评价

媒体名称	文献		评价		有效比例(%)
	总数(篇)	有效(篇)	一般(篇)	未做评价(篇)	
电视新闻	18	7	2	9	38.89
宣传栏	12	4	1	7	33.33
有无线广播	11	3	0	8	27.27
互联网	10	2	0	8	20.00
广告	9	6	0	3	66.67
报纸	6	1	0	5	16.67
传单	5	1	0	4	20.00
期刊	1	0	0	1	0.00
影像	1	0	0	1	0.00
其他	2	0	0	2	0.00
合计	75	24	3	48	32.00

(包括献血)的有8篇,文中基本没有做出评价。提及医疗机构参与宣传的仅有3篇,是医生针对患者及其亲友而开展的无偿献血宣传,仅有1篇做了评价。

三、讨论

我国自1998年实施无偿献血以来,无偿献血宣传工作逐渐受到关注,但发表文献的数量具有波动性。2003年前,每年数量较少,之后逐渐增加,2012年最多达39篇,这可能与2010年全国多地出现“血荒”有关,2013年有所减少。这些文献主要发表在《中国输血杂志》,占32.73%。作者单位主要是采供血机构且没有形成有核心影响力的作者。无偿献血宣传工作研究文献发表的地区主要是东部地区,这

表3 期刊文献中采供血机构开展宣传活动的篇次数与评价

活动名称	文献总数(篇)	评价有效(篇)	评价一般(篇)	未做评价(篇)	有效比例(%)
进校园课堂和单位开展无偿献血科普讲座	9	4	0	5	44.44
特殊日期开展活动	7	5	0	2	71.43
献血英雄事迹报道	6	5	0	1	83.33
针对城市社区名人效应活动	6	3	1	2	50.00
献血车现场宣传	2	2	0	0	100.00
文艺演出	5	2	0	3	40.00
献血知识竞赛	5	1	0	4	20.00
主题活动	2	0	0	2	0.00
座谈会	2	0	1	1	0.00
合计	46	22	2	22	47.83

可能与该地区科研氛围浓厚、采供血压力较大有关。

《献血法》规定:年满18周岁到55周岁的健康公民,都可以参加无偿献血。实际被提及的无偿献血宣传对象集中于在校大学生和街头流动人口。事实证明,动员招募高校学生无偿献血者的工作常常会收到事半功倍的效果^[12]。街头无偿献血是我国许多地方临床用血的主要来源。

目前无偿献血宣传媒体研究以定性为主,有宣传、有干预、有评估的定量研究较少。宣传媒体评价

有效比例位居前3位的是广告、电视新闻和宣传栏。其中电视新闻被提及的次数最多,这种方式宣传范围广、对象多。报纸作为大众传媒,由于其阅读人群大部分是老年人,降低了报纸宣传效率。有人建议,应该充分利用传统媒体与新媒体的合力作用,策划设计无偿献血公益活动,以提高公众参与率与支持度^[13],还需要通过问卷等形式评价宣传教育的效果,完善宣传措施,提高宣传教育的有效性^[14]。

宣传活动主要由采供血机构开展,其形式较为

丰富。对校园和单位进行无偿献血科普讲座被提及的次数最多。典型的有效宣传活动首先是名人效应活动,其次是献血英雄事迹报道。第三是利用各种节日策划无偿献血宣传推广活动,如国际红十字日、世界献血者日、元旦节、情人节、国庆节、春节、中秋节等特殊日子,针对不同的节日确定不同的宣传主题,制作宣传主题资料,借助新闻媒体宣传报道,邀请公务员等公众人物参与,突出无偿献血的公益形象。总之,这些宣传活动有助于提高人们对献血知识的知晓率,排除对献血的担忧^[15],有助于激发人们对无偿献血的热情并积极参加无偿献血,还有助于促进整个社会无偿献血氛围的形成。

参考文献

- [1] 王乃红,傅雪梅,廖耘.成都市无偿献血者血液检测结果与人群结构分析[J].中国输血杂志,2005,18(5):378-381
- [2] 姜安琪,沈倩,施文杰,等.行为经济学应用于献血激励政策的分析[J].安徽卫生职业技术学院学报,2013,12(2):7-9
- [3] 徐建,杨雪梅,章杏英,等.无偿献血教育的形式与内容探讨[J].中国输血杂志,2007,20(3):248-249
- [4] 邱均平,王月芬.文献计量内容分析法[M].北京:北京图书馆出版社,2008:25
- [5] 王崇德.期刊作者的量化研究[J].情报科学,1998,16(5):369-373,380
- [6] 张振燕.浅谈无偿献血可持续招募的若干策略[J].中国医药指南,2012,10(30):691-692
- [7] 薛亚利.社会动员的变迁及内在机制—以公益献血的动员为例[J].社会科学,2011,(7):86-95
- [8] 张清,周延风,高东英.社会营销献血者招募新方略[M].广州:中山大学出版社,2006:5
- [9] 王隆平.社会营销构建无偿献血的长效机制[J].临床输血与检验,2013,15(3):291-294
- [10] 彭继红,杨秋华,杨雨生.4C营销理论在开展农村无偿献血宣传招募工作中的应用[J].中国输血杂志,2009,22(7):586-587
- [11] 文国新,美黑丽,赵俊岭.浅谈KAP理论与自愿无偿献血招募[J].中国输血杂志,2005,18(5):438-439
- [12] 宋毅,张进,丁喜成.建立长效机制发展高校学生无偿献血者队伍初探[J].中国输血杂志,2010,23(7):562-563
- [13] 张淑琴,朱晓红.有效发挥新闻媒体宣传作用促进无偿献血事业健康发展[J].中国输血杂志,2012,25(S1):15
- [14] 林振平,王丽君,胡文静,等.我国无偿献血影响因素研究的文献计量分析[J].南京医科大学学报:社会科学版,2014,14(6):445-447
- [15] 陶红兵,苗卫军.影响公民无偿献血的顾虑因素分析及对策[J].中国卫生事业管理,2008,25(4):277-279

Bibliometric analysis on the exploring of the effective promotion of unpaid blood donation

Mei Yuanyuan¹, Lin Zhenping¹, Wang Hui², Zhao Yilun², Cai Xubing²

(1.School of Health Policy and Management, Nanjing Medical University, Nanjing 210029; 2. Nanjing Red Cross Blood Center, Nanjing 210003, China)

Abstract: Objective: To probe into the effective promotion of unpaid blood donation in China. **Methods:** Unpaid blood donation advocacy papers were analyzed by bibliometric analysis method. **Results:** A total of 110 papers involved 19 provinces and cities were selected. 85.45% authors' affiliations were blood collection agencies. 32.73% papers came from "Chin J Blood Transfusion". The ratio of qualitative research was 52.73%. The target audiences were college students and migrants in the street accounted for 58.89%. The ratio of effective evaluation was 47.83%. The proportion of effective evaluation of the mass media was 32.00%. **Conclusion:** The promotion of blood donation is receiving more and more attention. The top three evaluation of effective promotion are celebrity events, heroic deeds of donation reports and special date. The top three of media are advertising, TV news and billboards.

Key words: unpaid blood donation; promotion; bibliometric analysis method