

重庆市大学生器官捐献相关意愿与宣传推广方式调查

武少杰

重庆交通大学 重庆 400000

摘要:我国人体器官捐献管理中心的官方数据显示,截至2022年10月底,我国有效志愿登记数2397703人,器官捐献率3.70%,与美国25.0%以及西班牙46.9%的捐献率相比,仍有较大的发展空间。基于此背景,本文采取问卷调查的方式,对重庆市大学生群体对器官捐献的认知和意愿的调查,通过模型回归和系统聚类了解该群体对器官捐献的认知程度及认知误区,并且对不同专业背景下人群的认识态度以及差异化意愿进行分析。此外,本文将以传播媒介对大学生群体的影响和引导为导向,结合大数据时代的特点,为促进公益传播贡献力量。本文的研究目的在于为相关学术调研提供资料 and 新的思路,并且为器官捐献事业,为社会奉献思想的传播贡献的力量。

关键词:器官捐献;重庆;模型回归;系统聚类;媒体宣传导向

1. 问题分析

器官供体明显短缺、供需失衡的矛盾长期存在。我国在这方面的问题更为严重,尤其是在2015年全面停止使用死刑罪犯尸体或尸体器官后,公民逝世后自愿无偿的器官捐献成为除法律许可亲属活体器官捐献外的唯一合法来源。据估计,我国每年大约有30万器官衰竭患者在移植等待名单中,而每年实现的器官移植手术仅有1万多例,从约1:30的器官供需比来看,器官供体依然严重匮乏,许多生命仍在苦苦等待。截止2023年4月9日,据中国人体器官捐献管理中心数据统计,累计实现器官捐献44872例,共捐献器官数量136386个,近百万的待移植患者与目前捐献数量相比,供需严重失衡。

大学生群体数量庞大、思想先进、身份特殊,是器官捐献工作中极为重要的群体。该群体将会就业于不同领域,其特殊性在于可直接影响到其他大学生、家庭成员乃至社会对于器官捐献的认知与意愿,形成正向传播链条。因此,大学生群体对我国器官捐献发展有着不可忽视的支撑作用。2015年,中国已有3928.3万在校大学生,居世界第一。大学生作为器官捐献事业发展的关键支撑,如何推广号召更多此群体参与到器官捐献中成为最为关键的步骤。

2. 数据处理与检验

2.1 信度检验

从Cronbach信度分析表可知:3个不同维度下(放弃器官捐献的因素、选择器官捐献的因素、对待器官捐献宣

传态度)调查项目的Cronbach系数均大于0.7,从而说明研究数据的信度质量好,可反映受访者稳定的、一贯性的真实特征。

2.2 效度检验

通过效度检验可知,本次调查问卷量表题项 $KMO=0.814 > 0.7$ 。说明此问卷结构效度良好,适合进行因子分析,且问卷结构与题项设计具有一定的科学性及合理性。

2.3 数据处理

为保证数据真实有效,本次问卷设置“每台设备最高填写次数为一次”、“题目作答不完整不能提交”以防止受访者重复填写问卷、漏填问卷。同时,在数据处理阶段本次调查剔除以下3种无效作答样本以求最大程度筛选出有效数据:

1. 剔除填写速度异常样本
2. 剔除直线作答样本
3. 剔除未过陷阱题的样本
3. 模型方法等

3.1 模型概述

为了深入探究重庆市大学生器官捐献选择和渠道和内容需求,本次调查结合问卷建立了多个模型,主要研究三个问题:

(1)探究不同因素对学生群体器官捐献选择的影响以及分析;

(2)挖掘参与器官捐献的“高意愿学生人群”和“潜

在人群”特征；

(3) 探究学生群体对器官捐献宣传内容及宣传形式的偏好；

3.2 基于 Logistic 回归分析大学生器官捐献选择影响因素

3.2.1 模型建立

根据 Logistic 回归自身原理，现构建模型如下：

$$P = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \cdots + \beta_m \mu_m)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \cdots + \beta_m \mu_m)}$$

其中， β_0 为常数项， $\beta_1, \beta_2, \cdots, \beta_m$ 为偏回归系数。

Logistic 模型 OR 值为：

$$OR_j = \exp[\beta_j(c_1 - c_0)]$$

其中， β_j 为偏回归系数， c_1, c_0 分别为某因素的两个不同类别。

3.2.2 总结分析

通过总结以上模型分析结构可以得到以下结论：

1. 来自乡村的受访者更可能拒绝器官捐献；
2. 法学与历史专业的学生更可能参与器官捐献；
3. 女性更容易拒绝器官捐献；
4. 多数少数民族器官捐献参与程度低；
5. 接受过且比较了解器官捐献的人更可能拒绝参与器官捐献。

3.3 基于系统聚类分析探究参与器官捐献不同人群特征

3.3.1 模型建立

本文选用系统聚类作为采用算法进行聚类分析。本文采用 SPSS 进行系统聚类的求解，主要过程如下：

1. 确定距离的基本含义和类间距离的计算方式；
2. 将 n 个变量各自聚成 1 类，共 m 类；
3. 根据计算好的类间距离将距离相近的变量聚成 1 类，其他变量仍各自为 1 类，此时共 $n-1$ 类；
4. 将距离相近的类进行进一步聚合，此时为 $n-2$ 类；
5. 依次进行，直到数据完全归为一类为止。

3.3.2 结果分析

问卷通过题 16 “您会愿意捐献器官吗”，设置有六种分类：“不会”、“不会，曾签订过器官捐献同意书但现已取消”、“没有想过”、“有可能会”、“会，但未签订器官捐献同意书”、“已签订器官捐献同意书”。本部分针对“会，但未签订器官捐献同意书”和已签订器官捐献同意书的以及

没有想过学生群体进行聚类，通过最后的聚类成果来探究人群特征的相关性和主要差异，从而提出有效性建议。

(1) 高意愿人群

本文将处理好的数据导入 SPSS，经过统计，可以得到，一共有 146 个高意愿学生群体确定具有器官捐献意愿，其中第 1 类舆论影响型有 37 人，第 2 类了解匮乏型有 109 人。分析结果显示，所有类别大学生受到影响占比最大的都是回馈社会的影响。可见学生群体认知水平较高，对于自我价值的实现具有一定的追求；同时在捐献人群的看法上也比较类似。

(2) 潜在人群

本文将处理好的数据导入 SPSS，经过统计，可以得到，一共有 553 个潜在学生群体确定具有器官捐献意愿，其中第 1 类主动获取型有 438 人，第 2 类被动获取型有 115 人。分析结果显示这两类人群在器官捐献宣传内容和形式上有着巨大差异，总体来说第 2 类被动获取型对待器官捐献态度更消极，第 1 类主动获取型对待器官捐献态度更加开放。

4. 结论及建议

通过调查以下内容：重庆市高校学生群体捐献器官认知及意愿调查；传播媒介对学生群体自愿捐献器官的观念起着积极还是消极的作用；影响学生群体不同捐献意愿的其他影响因素。得出了如下结论：

1. 器官捐献意愿受宗教信仰及传统思想束缚；
2. 周边环境对器官捐献意愿有较大影响；
3. 线上线下宣传渠道过于单一且内容较片面；
4. 部分大学生群体责任意识欠缺。

基于以上结论，为正确发挥媒体的导向以及正向的引导上，因此我们提出以下建议：

1. 加大普及器官捐献与移植的科学知识传播速度

(1) 在互联网时代，信息的传播速度是极为快，传播力也是极为惊人，但是对于大学生群体的认知偏见上，媒体需要深刻认识到器官捐献意识的构建不是一蹴而就，而是一件任重道远的事情，需要系统化的思维，以及较为完善的理论系统和传播机制。对于 70% 收到宗教信仰以及家庭环境影响的大学生群体应该加大知识普及的力度，对于少部分刻板印象的群体，则应该在宣传上侧重于数据——捐献率、存活率等。

(2) 在国外器官捐献的意识是比较超前和完善的，其

自然离不开媒体传播的引导以及政府部门的重视, 中国在发展上, 也可以对西方的器官捐献意识的发展进行参考。

2. 国家加深器官捐献核心价值观的构建

(1) 针对国内器官捐献议题报道较少的情况, 国家应该支持和鼓励新闻工作者以及网络的传播者更应该关注事件的真实性以及切入点的独特性和导向性, 塑造温暖、责任、大爱、感恩、延续等等贴入人心的情感需求, 其目的在于刻画出器官捐献事业的目的导向: 是一种责任, 是生命的延续, 是大爱的传递。此外, 器官捐献的公益广告则是另一种动员的方式, 采用感性的诉求激发观看者的情感共鸣。

(2) 对于大学生群体来说, 其接受教育的层次较高, 思想层次较高的特殊情况, 应该针对这一特殊群体, 制作更具有针对性的公益广告, 一方面增加大学生群体对器官捐献意识的了解, 另一方面需要对正向的钦佩以及对器官捐献深度的思考上做出表率, 进而在潜移默化中对周边环境或者周边亲戚做出正向的积极影响, 构建正向器官捐献的认知。

3. 拓宽宣传渠道抑制负面不实宣传

(1) 传播媒介是一把双刃剑, 传播媒介的报道框架是具有正向和负向两种效果, 因此合理利用传播媒介, 协助大学生群体在认知客观世界的同时构建起自己的正确价值观, 降低负面的意识形态对大学生群体的不良影响和错误导向。

(2) 当下中国的互联网快速发展, 能够快速了解到希望的领域, 特别是对大学生这一群体来说, 大学生群体接收到了较为高等的教育。更为致命, 甚至会影响到大学生群体以及其他群体的理性认知。国家应该出台相关的法律法规, 严厉打击恶意引流, 夸大事实的无良媒体, 此外, 网络不是法外之地, 对网上造谣、传播不实言论的网友进行出发和规范, 起到监督的作用, 营造良好的网络氛围。

4. 完善激励机制以及公益广告的建设

(1) 根据我们的调研发现, 45% 的大学生群体对器官捐献的知识以及捐献流程等处于一种模糊且片面的认知下, 对于申请流程以及注意事项基本上不了解, 特别是有 30% 的大学生群体虽然有捐献的意愿, 但是对器官捐献的相关认识依旧不深入, 甚至不知道去哪里捐、可以捐给谁、能捐什么。诚然, 在这一领域离不开媒体的传播作用, 媒体需要对相关激励机制进行广泛传播, 针对国家对器官捐献保健的立法文件进行广泛传播, 例如: 《中国人体器官分配与共享基本原则和核心政策》。器官捐献相关激励机制的传播, 会鼓

舞更多大学生群体加入到这个队列里面来, 进而壮大我们的器官捐献志愿者队伍里来。

(2) 调查发现在现阶段公益广告的内容过于片面和单一化, 器官捐献公益广告是通过直观的形象、试听双通道的刺激引发情感共鸣, 成为在器官捐献中的主要形式。虽然国内器官捐献的广告涉及到人文伦理、情感关联等多元的因数里面, 但是从受众认知建构的规律角度来看, 只注重感情维度的规劝作用不明显, 在群体的认知程度上没有明显的界别作用, 整体还是模糊的。因此, 器官捐献公益广告的创意性策略要注重感性诉求和理性诉求的融通平衡, 更好的达成理想效果。

参考文献

- [1] 丁甜甜, 谈在祥, 钱爱兵. 我国人体器官移植发展困境及对策研究 [J]. 中国卫生法制, 2022, 30(05): 30-35+53.
- [2] 陈知水, 陈孝平. 移植医学—从基础到临床 [M]. 华中科技大学出版社, 2019.
- [3] 王恩君. 需求导向下的品牌设计研究 [D]. 天津美术学院, 2022.
- [4] 耿道来. 首份高等教育质量“国家报告”出炉 [EB/OL]. 中华人民共和国教育部, 2019-2-20.
- [5] 陈一诺, 陈馨悦, 李恩昌等. 基于大学生群体器官捐献宣传的艺术化传播策略研究 [J]. 中国社会医学杂志, 2021, 38(06): 601-603.
- [6] 田丽娟, 於晓芳, 朱小洁, 等. 基于文献分析的中国民众器官捐献意愿及影响因素研究 [J]. 卫生软科学, 2018, 32(3): 50-53.
- [7] 缪群芳, 阮维修, 邢冰玉, 等. 福利多元视角的器官捐献路径探析 [J]. 医学与哲学, 2020, 41(7): 37-40.
- [8] 谢勤, 雷蕾, 段方见, 等. 器官捐献协调员培训现状与思考 [J]. 护理研究, 2021, 35(2): 359-362.
- [9] 黎清香, 张明, 杨品娥, 等. 江西省器官捐献协调员作用发挥受限的因素及对策分析 [J]. 当代医学, 2018, 24(17): 113-115.
- [10] 胡婷, 林艳. 儿童器官捐献的研究现状及展望 [J]. 中华实用儿科临床杂志, 2020, 35(13): 1037-1040.

作者简介:

武少杰 (2003 年 8 月 -), 男, 汉族, 重庆, 本科, 重庆交通大学, 研究方向: 器官捐献推广方式。