

新媒体在健康科普传播中的应用研究

项江韵

重庆市健康教育所

摘要：健康中国2030规划纲要中，将普及健康知识作为重要的工作内容，健康科普已经成为公众关注的重要工作。而新媒体作为公众获取健康知识的主要平台，面对新媒体下健康传播的优势和挑战。深入了解新媒体环境下用户需求和信息传播特点，制定全新的传播策略，结合受众者多样化的需求，完成健康信息普及，不断提升健康科普信息传播质量，促进公众健康意识和健康素养的提升。

关键词：新媒体；健康科普；信息传播

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.05.219

引言

网络时代背景下，以新媒体为代表的各种信息传播平台，展示出强大的能量，使健康科普工作利用新的媒体工具，完成数字化的建设，推动健康科普知识的快速传播。但同时，健康传播作为独特的研究领域，新媒体技术的应用缺少可参考的经验，导致涉及健康内容的信息，容易出现质量不高的问题，降低健康科普工作的运行质量。对此，具体分析健康科普传播中新媒体技术的优势和存在的问题，促进新媒体传播价值的全面发挥。

一、新媒体在健康科普传播中应用价值

（一）丰富传播形式，促进传播再中心化

新媒体打破传统媒体信息传播的单向性，短视频平台、社交软件、公众号、网站的建立，使人们能够利用移动设备及时地接受、浏览、下载健康科普知识，不但降低信息获取的时间成本，还使信息传播有着更强的针对性、时效性、高效性，扩大信息辐射面积，为健康科普工作提供全新的信息传播渠道。在新媒体平台中，健康科普不再以文字加图片的形式呈现，而是能够融合声音、影像、文字为一体，利用碎片化的传播方式，以及生动立体的表现形式，为人们带来更容易理解的医学、疾病、养生、保健的知识，满足不同文化程度受众群体，对健康信息的需求。而更容易理解的内容，也能够增强公众对健康科普信息的接受程度，是人们养成观看健康科普信息的习惯，将健康理念融入受众者的生活中，为营造健康文化氛围创造了便利的条件。与此同时，新媒体平台中的健康科普信息还能够实现多次的传播，将具有相似需求的受众群体进行分类，利用大数据技术，完成信息的精准投送。促使公众账号形成固定的粉丝群体，实现群体内部科普信息的人际传播，从而促进传播的再中心化，扩大健康科普信息的覆盖面，促进健康信息的普及，有效提升的公众的健康素养和水平。

（二）传播内容通俗化，提升受众群体的信息接受

程度

健康科普传播的内容涉及生理结构、疾病发展流程、诊疗规范的专业医学知识，部分受众群体缺少医学知识背景，不能深入解读传播的知识内容，降低健康科普信息传播的质量。而新媒体背景下，受众群体寻求健康信息有着较强的目的性，能够在满足自身的息需求后，指导自己的行为，对自身的身体健康产生积极的影响。很多短视频、公众号，能够快速获取受众群体的健康需求，生成相应的报告，利用通俗易懂的内容，完成对健康客户信息形式化的包装，从而提升信息传播的有效性。例如短视频能够利用封面图加标题的方式，帮助受众群体快速定位所需要的信息内容，并利用音乐等情绪符号，增加受众群体的情感认同，对于部分专业化程度更高的医学知识，可进行专题讲解，并搭配相应的字幕和补充知识，使健康科普内容更为完善，满足不同受众群体的健康需求。与此同时，更加贴合受众需求的健康信息，还能够引发受众群体的讨论，可通过传播主体和受众之间的互动，对视频内容进行深入探讨，通过转发、评论、点赞，使健康科普区别于差异化的个人属性，完成健康信息内容的对话。部分平台开设线上问诊、医疗咨询等板块，可将传统的健康普及工作转移到线上，解答人们存在的医疗和健康困惑，促进健康信息真正的进入到传播渠道中，为人们的健康与幸福生活提供高质量的健康服务。

二、新媒体健康科普传播的问题

在人人都是传播者的新媒体时代下，信息生产、传播、使用的效率逐步提升，对健康科普带来新的媒介工具。但同时，新媒体平台信息传播也面临着较多的问题。首先，虚假信息泛滥。健康信息是人们获取健康知识，展开自我诊断和保健的重要依据。健康信息的生产有着专业性的要求，对信息的制作者、生产者、传播者的身份、资质、经验都有着专业化的要求。但在新媒体

环境下,信息传播主体有着较强的虚拟性,在开放的平台中,健康信息生产发布快速便捷,容易出现健康信息科学性和规范性不足的问题。部分信息生产者媒介素养不高,缺少对健康信息的辨别能力,导致错误的信息进入到传播渠道中,对受众群体带来不利的影响。其次,商业营销严重。自媒体的出现,使信息生产成为人们获取利益的主要途径。对于从事健康科普内容生产的个人创作者而言,健康科普信息的制作需要投入大量的时间和成本,而很多生产出的信息内容,无法保障获得较高的收入。这就导致健康信息的制作,容易出现功利化的倾向。部分个人创作者在利益的驱使下,容易照搬、拼接、盗用官方账号内容,使健康科普内容质量不高,并出现信息的错乱,难以形成新媒体健康科普内容的良性生态。最后,缺少监管。健康信息自身有着较强的特殊性,人们获得健康信息后,会指导自己的健康行为,对自身的健康产生影响。这就要求健康科普内容有着较强的真实性,对健康信息的质量进行有效的监管。但是当前,很多媒体平台缺少审核机制,对于自发的行为难以监管,价值很多健康信息发布后,传播速度较快,产生的不利影响难以量化,进一步增加信息监管的难度,容易因为潜在的信息风险,威胁人的身体健康,出现健康客户信息传播难以求证的困境和矛盾。

三、新媒体在健康科普传播中的应用对策

(一)利用大数据技术精准分析用户需求,提供多样化科普服务

利用新媒体广泛传播健康科普知识,必须要借助大数据技术手段,精准分析用户需求,设置用户画像,了解不同用户对不同类型健康科普知识的实际需求,以实现针对性、精准性知识科普传播,最终获取更高的流量推送,增强科普传播效果。首先,利用好大数据技术手段,深入健康科普类短视频平台、社交平台与各大网站,精准抓取平台浏览量信息,优先对忠诚度较高的粉丝在各大平台中的点赞、评论、转发、关注重点进行全面分析,精准定位用户需求所在。建立用户画像,为实现精准健康科普传播提供重要参考,指明方向。同时,提取各大平台中的爆款作品信息,借助语义识别将所有作品整合到一起,构建一个完整的数据库,按照内容、形式与品牌进行精准分类,为用户提供多样化、个性化科普服务。其次,坚持以提升用户忠实度、认可度为目的,通过各大新媒体平台宣传、号召广大用户积极参与健康科普作品创作。选取短视频平台中具有千万粉丝、有关健康科普的个人账号、网红账号进行合作,创作健康科普作品,号召广大用户踊跃参与,建言献策,从而

满足不同用户多样化需求,保证传播内容的垂直化。此外,基于新媒体环境用户画像信息,分析用户行为特征、实际需求,向不同性别、不同年龄段、不同个人特征的群体,针对性推送定制化健康科普视频。并丰富视频传播形式,采取文本、图片、短视频相结合的方式,分别生产H5页面、宣传栏、海报等产品,线上线下联合推广。有效提升该特征用户对传播载体的黏性,促进健康知识传递。

(二)重视加强新媒体健康科普作用认知,进一步强化责任意识

为更好地发挥新媒体在健康科普传播工作中的积极作用,必须要加强新媒体对于传播健康科普的责任感,正确认识自身在传播健康科普中的重要作用,树立责任意识,主动完善和改进健康科普报道工作,才能真正发挥其作用和价值,促进新媒体内涵式发展。首先,要做好新闻价值与经济价值的平衡工作,不能为追求商业利益,而使得健康科普报道,称为商业服务的科学产品。应树立责任意识和服务意识,维持好健康科普传播的公益性与公共性,避免在健康科普传播中融入大量商业广告,挤压传播内容中的科学性。其次,改进新媒体健康科普传播理念,建立“大健康科普传播”理念,持续跟进各大新媒体平台中的公众关注健康热点话题,重视加强冷话题的议程设置,如心理健康、环境健康主题方面。针对不同社群以及个体分众化、个性化传播健康科普,增强传播内容针对性。

(三)注重“内容为王”把控科普传播内容,提升社会公众认可度

在新媒体环境下促进健康科普传播工作,高质量、高效化开展,必须要坚持内容为王,严格把控好健康科普传播内容质量,重视打造垂直化品牌,以有效提升社会公众对健康科普传播内容的认可度与支持,从而吸引受众,主动了解健康科普知识。第一,在健康科普视频脚本编辑、分镜头制作、视频呈现等多个环节中,邀请医学情报人员负责整理专业的数据信息与科学证据,由专科医师进行内容审核确认。对视频中出现的身体结构、医疗过程等医学专业画面严格把关,多方位、多环节、层层把关,保证视频内容正确性、专业性与权威性。第二,由于医学知识具有极强的专业性和复杂性特征,普通公众是无法真正理解医学知识的。所以在内容创作中,必须要重视增强医学知识的通俗性,结合普通公众需求特点,将不可见的人体内部结构、复杂发病过程以及健康预防、治疗、康复等专业医学知识,采取模拟、类比的方式进行信息降维。适当借助网络话语以通

俗易懂、风趣幽默的方式向受众传递健康科普知识。

(四) 多措并举拓宽健康科普的传播渠道, 扩大健康传播覆盖面

媒体是连接医疗卫生与公众健康需求之间的桥梁, 在传播健康科普知识中起到着不可忽视的载体作用。在新时代发展下, 随着传播环境的改变, 新媒体、网络平台已逐渐成为健康科普传播的主渠道, 为健康科普传播范围扩大、影响力提升提供了重要支持。因此, 为进一步增强健康科普传播效率, 扩大健康科普传播范围, 应积极把我新媒体传播优势, 多措并举拓宽健康科普传播渠道。利用多种网络媒介载体, 多途径、多渠道科普知识、传播健康信息, 在无形中将健康科普知识全范围覆盖至各个方面, 能够进一步增强传播效果, 扩大传播覆盖面, 实现预期传播目标。首先, 加强新媒体与传统媒体之间的深度融合、协同发展, 重视利用传统媒体权威性、公信力优势, 借助新媒体平台开发传统媒体健康科普传播阵地, 让网民听得懂、用得上, 任务系无声的让健康科普融入生活。其中, 可选择开发传统新闻官方媒体网站, 借助该网站传播专业权威的健康养生观点、鲜活的健康养生案例, 借助新媒体技术制作成生动、直观、可视化的视频、短片, 动态化传播健康科普知识, 从而赢得影响力, 引导受众建立健康生活方式。其次, 利用抖音、快手等新媒体平台创设官方媒体健康科普账号, 在账号中, 每天定时发送健康科普知识视频, 并打造明星人物, 在团队运作下, 将科普类内容以趣味性形式进行演绎, 能够吸引广大网民前来观看、点赞、转载、评论, 实现健康科普内容与新闻生产的有效融合。以“丁香医生”为例, 运营初期阶段, 该团队仅有两到三个人, 每个人都是随手将自己录下的视频发出去, 并未进行系统的营销。但由于丁香医生始终秉持有知识、有温度、有态度的原则, 以提升社会大众群体自身健康意识和行为为总体目标, 针对不同用户需求推出了美容塑身、造谣打假、故事讲述等多个栏目。围绕饮食健康、生活百科、疾病防治等多个方面创作作品, 吸引了广大网民的目光, 深受人们喜爱和支持。仅在短短的45天内该账号粉丝便突破了一百万, 迅速获得大量粉丝关注, 该账号已在多个平台进行认证, 包括“两微一端”、知乎等, 形成了全媒体宣传矩阵。此外, 还可借助微信公众平台设置问诊平台, 拓宽服务范围。其中, 应针对健康知识科普设置系统咨询服务, 在微信公众号主页平台开设问诊服务, 需要用户通过身份认证、注册登录账号, 便可进入问诊平台, 内部获取专业的问诊服务。同时, 还可选择在平台内开设知识付费模块, 协助

旗下合作的健康达人开发制作一系列课程专栏, 在模块内设置健康科普视频, 完成课程销售, 形成完整的商业闭环。

结语

总而言之, 新媒体背景下, 健康科普工作利用全新的媒介工具, 能够创新信息传播形态, 并降低受众着的接受难度, 使科普知识能够真正的进入到传播渠道中, 获得健康普及的效果。但与此同时, 新媒体中信息质量难以监管, 容易出现健康科普信息质量不高的现实问题, 对人的思想和行为带来不利的影 响。对此, 需要充分的分析和了解用户需求, 强化主体的责任意识, 树立内容为王的工作理念, 通过传播高质量的健康科普知识, 提升社会公众的认可程度。与此同时, 面对差异化的需求, 需要不断拓展传播渠道, 增加健康传播的覆盖面, 逐步提升健康内容的专业性, 减少不良信息对人们的影响, 从而使健康科普工作能够获得强劲的发展动力。

参考文献

- [1] 申爽, 谭华玮. 网络女性健康科普的内容生产与身体观念重塑——基于社交媒体平台的话语分析[J]. 科普研究, 2023(04): 47-55+105+108.
 - [2] 马维敏. 健康新媒体科普内容创作创意传播研究——以“腾讯医典”微信订阅号为例[J]. 科技传播, 2022, 14(16): 142-145.
 - [3] 龚桂芳, 肖玉梅, 余旺灵, 邵幸儿, 黄丹媚, 何坤燕, 李兵媛, 殷彩欣. 新媒体视角下科普健康教育新模式的构建[A]. 广州市第十三届健康教育与健康促进学术交流 活动稿集[C]. 广州市卫生健康宣传教育中心: 广州市卫生健康宣传教育中心, 2022: 420-423.
 - [4] 郑源, 刘沁. 全媒体背景下公立医院健康科普模式的构建与应用——以四川大学华西医院科普实践经验为例[J]. 华西医学, 2022, 37(09): 1365-1370.
 - [5] 文俊骁. 新媒体时代医院健康科普的实践与思考——以广西壮族自治区妇幼保健院为例[J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(04): 236-238.
 - [6] 袁依宁, 牛婧琦, 张佳情, 于思琦, 郭竞遥. 融媒体时代健康类科普作品创作中健康文化元素的呈现形式探析——以“腾讯医典”为例[J]. 西部广播电视, 2021, 42(10): 134-137.
- 作者简介: 项江韵(1987.8-)男, 汉族, 重庆人, 本科学历, 研究实习员, 研究方向: 科学传播。