

论新媒体时代如何加强健康知识的普及与宣传

雷彩叶

卫生健康综合服务中心

[摘要] 随着社会的不断进步,信息技术发展速度越来越快,新媒体已经成为了传播健康科普信息的一个重要途径。在传播健康信息时,人们更加愿意通过网络的形式进行,这样可以使健康知识的传播效率大大提高。为了提高广大人民群众的健康水平,最根本和最有效的一个方法就是向广大人民群众普及科学、专业的健康知识,并且努力提高人民群众的健康素养。基于此,本文对新媒体背景下健康科普的宣传进行了研究,希望本文所作分析能够为有关研究人士带来借鉴和参考。

[关键词] 新媒体; 健康信息; 科普宣传

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.09.055

随着社会的发展,人们的生活水平逐渐提高,对于健康有了更高的追求,有关健康卫生部门愈发重视健康科普宣传工作的开展。在健康中国行动当中,有关部门明确指出,每个人都要对自己的健康负责,并且要在健康科普宣传当中学习健康方面的知识,努力提高自己的健康水平。人们应该在生活过程中养成健康的生活方式,这样能够显著提高人们的幸福感。

一、新媒体对健康知识宣传的作用

(一) 有助于大众加强对健康的认知

新媒介相比于传统媒体而言,由于有着突破了空间限制、信息的传递量大、传递时间准确等优点,使得新媒介成为了目前的主要媒介,为其在健康知识的传播过程中的有效运用打下了扎实的基础,在对大众开展健康常识教育的过程中能够有助于大众提高对身体健康的意识,在接触各类健康知识的过程中也能够潜移默化的了解到身体健康的重要意义,也因此人们越来越重视自身的健康。

(二) 新媒体促进健康知识的宣传普及效果的提升

媒介本身就有着相当强大的外向性以及立体性,并且其应用范围非常广阔,由于当前通讯科技的发达,让世界上的每一个角落都能够直接通过互联网,为健康资讯的传播创造了一种崭新的途径,而新型媒介相对于传统的媒介形式来说,是一个毫无边界的新媒介形态,这将使健康知识宣传普及的领域得以进一步扩大,更有利于带动全民共同关注身体健康。

(三) 新媒体为大众辨识健康知识的真伪提供了探索的可能

伴随经济社会进步和人民生活水平的普遍提高和生活方法的改变,对保健商品的总需求也在扩大,营养保健、健身娱乐等保健服务功能的保健产品已被人类看作是有着巨大市场潜力的新兴产业,随之而来的以宣传为目的片面、夸大其辞的保健资讯也大量地在新兴媒介上投放,人类也能够借助互联网上专门的医疗网络平台查找相关文字并且向专家求证,在探讨的流程中进一步提高人类对保健知识的了解。

(四) 对新媒体平台中的信息进行规范

目前市面上还存在着不少没有考证的消息,而此类消息也很有可能对大众产生消极的影响。例如,一些没有经过考证的关于健康方面的资料在互联网上疯传,误导了大众。所以在

运用新型媒介对大众进行养生常识宣传时,一方面要做好对所有的新媒介平台的监督工作,对各个新媒介平台所发出的消息也要加以核实,避免某些不合格或者是严重负面的消息发生在新媒介平台上。比如,在互联网上流传的一条由益生菌微商发出的关于儿童高烧使用益生菌产品治疗的消息,读者就必须结合科普处理儿童退烧的常识,切勿盲目认为通过口服益生菌产品便能达到儿童退烧的目的。

二、健康宣传材料在新媒体上推广与运用的特点

与传统宣传材料的运用方法比较,利用新型媒介开展卫生宣教资料传播出现了两个在以往没有发现的创新特征。一是能够进行对保健宣传资料的高效率、更广覆盖范围的宣传。由于互联网研究成果的广泛应用,现在人类的生活已离不开手机、个人电脑等网络设施,因而使得保健宣传资料的受众群体覆盖范围更广,在传播内容上也产生了巨大变化,每一次宣传能够传递更大信息量的保健材料,而且信息内容还能够以文本、录像、照片等各种方式表达,使公众能够更直接的认识和掌握保健宣传资料所要传达的信息内容。二是健康宣教资源推广工作不再受时间和空间的约束,公民能够在任意时候、任一场所接受健康宣教资源信息。这种冲破地理位置束缚的推广和传播,便利了各类别公民接受信息。

健康传播资源在新型媒介上的普及和使用,是“互联网+”大背景下发展的必然路径和必然结果,人们利用网络整理、总结健康常识以及制作各种形态的健康传播资源,再通过新型媒介普及到移动终端或PC终端上,公众就能够在坐公车时、等地铁时、排队时等时间零碎的时候看到健康资讯,同时这些资讯传播方式也给公众创造了自由选择空间,既可以选择仔细查看、又可以选择粗略查看,从而彻底改变了以往的健康传播模式,在某种程度上来说,这也是当前在健康传播领域针对公众需要变化进行的重大调整,并获得了更多公民的认同,从而降低了对健康传播的阻碍。

三、健康信息在新媒体的传播现状

在社会发展的过程中,人们逐渐进入到全媒体时代,传统媒体尤其是纸质媒体对大众的影响慢慢被削弱,并且在Web2.0的发展过程中,新媒体出现了,用户的需求也发生了改变,开始从传统的信息搜索,转变为信息互动和信息交流,并从中完

成对大量数据的筛选。

首先，从健康信息在微博上的传播现状上来看，在微博上搜索关键词“健康”，可以检索出大量与“健康”相关的微博，有一部分是由个人认证的，也有一部分是由机构认证的，并且经过统计数据可以发现，个人认证的微博更为活跃，更能受到粉丝的欢迎，这主要是由于粉丝往往认为个人认证的微博发布的信息更加具有真实性。

其次，从健康资讯在微信公众号上的广泛流传现象上来看，在微信公众账号中，健康资讯一直是一条热门内容，并引起了许多用户的注意。虽然从粉丝活跃度上，微信公共账号不及微博，不过微信公共账号的整体阅读率较高，同时传播速度也较快，说明用户的增长趋势是非常快的。但是，微信的公共号在传播过程中其商业色彩也相当强烈，有些公共号虽然订阅数相当多，但是传播速率却比较低下。

最后，从健康信息在APP客户端的传播现状上看，目前互联网上有很多健康类APP，占比比较高的是医药类，同时还有运动类和健康管理类等。这些APP客户端通常都需要与手机搭配起来应用，只要宣传到位，就可以快速吸引用户注册使用，但是APP客户端在传播健康信息时，经常会穿插一些广告，而没有真正做到传播健康信息。

四、新媒体背景下健康科普宣传的对策和建议

（一）应该兼顾健康科普宣传的科学性和通俗性

最近几年里，一些声称自己是养生专家的人，不停地在社交媒体上传播一些虚假的养生知识，实际上其发布的健康科普信息是不具备权威性与科学性的，迷惑了很多用户，尤其是一些年龄比较大的受众。在思考为什么伪养生信息经常出现时可以发现，实际上人们对养生保健知识是非常看重的，这也在很大程度上证明了人们非常希望能够提高自己的健康素养。不过在科普宣传过程中，一些医学专家没有意识到健康信息在传播过程中应该注意通俗性，确保受众可以听得懂、记得住，这就要求专业人士在进行科普宣传时，应该从受众的角度去看待专业医学知识，确保医学知识不仅科学实用，而且可以快速普及给受众，方便受众进行应用。

（二）应该提高健康科普宣传的趣味性 with 新颖性

为了能够吸引用户，一些虚假的养生专家经常会在新媒体网络上发布一些雷人的观点，并且还有故意放大的嫌疑。比如说，吃苹果能够治百病、吃茄子能够抗氧化等，这些虚假的养生信息往往都有一个共同的特点，就是特别简单，容易操作，尤其是上了年纪的人，特别容易相信。在正常进行健康科普时，不可以像伪科普那样，一味地欺骗受众，但是也要在最大程度上吸引受众的注意力，使得受众能够接受到正确并且科学的健康科普信息，这样不仅能够提高科普内容的时效性，更好地与受众进行互动，使得受众更加愿意参与科普内容学习，而且在进行健康科普宣传时，无论是内容还是形式，都应该不断

创新，使得科普宣传能够更加深入人心。

（三）应该把握健康科普宣传的时效性与前瞻性

在进行科普宣传时，应该注意科普宣传的时效性，举个例子，如果在春季宣传冬季心脑血管疾病高发的相关知识，那么就显得不合时宜了，缺乏科普宣传应有的时效性，也会降低人们对健康科普宣传的关注程度。此外，健康科普还应该关注前瞻性，比如每年都会进行中高考，这是社会重点关注的一个热点问题，在考试开始之前，专家可以向家长宣传一些备考营养配餐、心理疏导等方面的健康知识，保证在恰当的时机进行健康科普宣传。

（四）应该关注健康科普宣传的针对性

人们往往比较关注与自身利益密切相关的信息，如果健康信息与传播能够做到与人们利益紧密相连，那么就更容易吸引人们的注意。比如说，在2020年进行新冠疫情防控期间，我国的卫生健康部门多次与新闻媒体联动，以图片、文字、动画、讲座，以及召开新闻发布会等方式，对疫情防控方面的知识进行了广泛的宣传，内容非常丰富，涉及如何进行居家隔离，如何更好地做好自我防护，以及怎样在疫情期间进行心理疏导等方面的内容，能够帮助人们以更加科学的方式做好日常防护，达到更好的宣传效果。所以，在宣传健康科普信息的过程中，应该围绕人们更加关注的健康热点问题，对健康信息进行更加正向、专业的科普宣传。根据热点事件，做好健康科普宣传工作，并且在进行健康科普宣传时，充分考虑到健康信息的针对性，并且做到不对信息进行过度的加工与渲染，这样才能引导人们在新媒体背景下，获得更多贴近性，并且有针对性的健康科普信息。

结语

综上所述，传统健康科普发展到新媒体时代下的健康科普，健康科普理念得到了深化，使得我国的健康科普工作得到了进一步的发展。不过，在新媒体时代下，人们应该更加注意新媒体传播信息的真实性、科学性、有效性，以及权威性，为广大人民群众提供更加真实可靠，并且科学权威的健康科普信息，使得人们可以接收到专业的健康知识。

参考文献

- [1]黄雪敏,隋宇骋.新媒体时代健康信息的传播,误读与公众利益关系[J].齐齐哈尔大学学报:哲学社会科学版,2021(5):4.
- [2]高婷.新媒体时代医院创新宣传工作的实践与思考[J].现代医院,2017,17(10):4.
- [3]朱明宇.新媒体时代“互联网+健康宣传”模式的探索与实践[J].新媒体研究,2019(2):2.
- [4]安萌.新媒体时代健康传播的微博呈现及策略探析[J].新闻研究导刊,2019(16):3.