

# 基于短视频平台传播中医药文化

## ——以泰州职业技术学院中药专业支撑的个人账号“绵小满”为例

耿语含 石丁丁

(泰州职业技术学院, 江苏泰州 225300)

**摘要:** 中医药文化是我国传统文化的瑰宝,是中华民族智慧结晶,是中华文化不可缺少的一部分。加强中医药文化线上线下宣传是时代的要求,从宏观层面看,多个文件对中医药传承创新发展提出了新要求和规划。从中观层面看,需要提升全民的数字素养和技能。从微观层面看,新时代背景下教育对象的改变、教育模式的挑战需要个人适应变化、拥抱变化。短视频创作成本低、传播速度快、受众人群广、具有很强的社交属性,有利于提升中医药文化影响力,拓宽中医药文化的传播途径。运用短视频平台在传播中医药文化中存在缺乏专业运营团队支撑、视频完播率不高等问题,今后可以从提升数字素养、组建专业团队、加强平台监管使得短视频平台传播中医药文化更加顺畅。

**关键词:** 中医药文化; 短视频; 传播

近年,短视频软件逐渐发展成为人们获取信息的方式之一。我国短视频用户规模总体呈上升趋势,短视频的覆盖范围和社交影响力不断扩大。中医药文化、中药专业都需要与时俱进,短视频拥有广泛的用户群体并且涉及不同层次,具有获得成本低、传播速度快、社交属性强、内容丰富的特性,符合当代年轻人碎片化的学习模式,有利于中医药文化的传播。

### 一、运用短视频平台传播中医药的必要性

基于短视频平台传播中医药的必要性,从宏观政治战略层面的规划、中观社会层面对全民数字素养和技能提升要求、微观个人层面适应新时代知识传播的挑战两个层面进行阐述:

#### (一) 中观社会层面

为扎实推进《提升全民数字素养和技能行动纲要》,促进全民共建共享数字化发展成果,聚焦“数字生活、数字工作、数字学习、数字创新”四大场景,《江苏省提升全民数字素养和技能行动计划(2022-2025年)》助力提升全民数字化发展适应能力、发展能力、胜任能力、创造能力,助力促进数字化发展成果更好的支撑经济社会发展和民生福祉增进。泰州职业技术学院位于国家级医药高新区,通过短视频对中医药文化的宣传有助于提成城市文化形象,助推医药产业发展。

#### (二) 微观个人层面

随着经济的发展,时代的变化,在新时代背景下,高校对于老师要求也在不断地变化,老师所面对学生的特点也在变化。短视频平台的每一位用户都可以拍摄制作并上传短视频,参与平台内容生产,给大众提供了文化表达的渠道,共同参与记忆的书写。随着网络的发展,5G时代的到来,传统的知识传播教育模式正在发生改变,学生们受到的短视频的影响较大。短视频平台为了增加用户的停留时间,也在引导用户发布“中视频”(时长 $\geq 1$ 分钟),更加适合文化科普类的知识传递。从学生们常用短视频平台进行传播,达到事半功倍的效果,同时也符合当下快节奏的生活方式,碎片式的学习模式。激发了大众对传统文化的记忆和价值认同。

### 二、短视频形式传播中医药文化的优势和特点

随着时代的发展,传统媒介如报纸、书籍、电视等由于各种因素已不再是当代人获取信息的主要方式,现在大多数年轻人了解信息的主要媒介来自短视频APP。短视频顾名思义就是时间较短的视频,普遍在一分钟以内,因此用户可以利用碎片化的时间随时随地的观看。

#### (一) 短视频的创作成本低,传播速度快

短视频的创作只需要手机就能完拍摄,可以通过手机端的新媒体软件实现即拍即发,新媒体软件拥有简单的画质美颜、一键成片、智能文案、智能包装、克隆音色等功能降低了用户的创作门槛。短视频平台的设置了点赞、评论、转发等功能使得传播速度加速,视频完播率高的情况下还会得到数据算法的推流。中医药文化是专业性知识具有一定的获得门槛,非专业的人员或者普通的短视频用户是不具备分辨信息真伪的能力,中医药文化是专业性知识具有一定的获得门槛,非专业的人员或者普通的短视频用户是不具备分辨信息真伪的能力,加之短视频的创作门槛低、传播速度快可能会造成不好、不良、有误的信息知识流入传播渠道具有一定的负面影响。

#### (二) 短视频受众人群众广,具有很强的社交属性

据不完全统计,短视频的用户高达8.7亿,日活用户达到4.6亿。随着通信技术的发展,短视频可以实现多人同一时间在平台上互动交流,在短视频互动中扩大了社交范围增加了用户的参与感和体验感,短视频设置的评论、点赞、转发、打赏等功能使得社交属性更加明显,社交属性增加了用户的在短视频平台的停留率,增加了短视频用户与短视频内容接触理解时间,促进中医药文化更好地传播。

#### (三) 短视频的呈现方式更容易接受

现今社会阅读方式和获取信息的碎片化,相对于长篇大论的中医药文化,短视频的呈现方式更容易接受。短视频的载体是手机,手机作为现代人的必要沟通工具,载体的随声携带,使得短视频传播信息的方式成为可能,短视频成为了一种重要的传播媒介。年轻人的注意力也更容易被吸引,年轻人是中医药文化未来传播的主力军。从学生角度出发,短视频传播中医药文化能够具有趣味性、娱乐性,专业知识的学习是可以“无痛”获得的,增加专业知识内化的可能性,促进中医药文化知识的传播,促进学生的学习兴趣,从而想更深入地了解和学习。

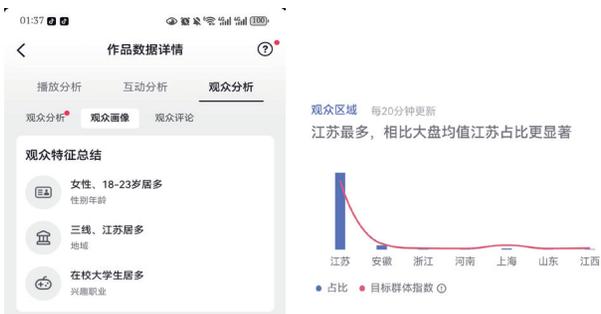
### 三、泰州职业技术学院中药专业支撑的“抖音”平台中医药文化传播现状

为了更好地传播中医药文化,以泰州职业技术学院中药专业为支撑建立创建“绵小满”个人账号,同时“绵小满”账号在一定程度上也影响着中医药专业,在一定区域范围内产生了一定的积极作用。以中医药养生角度出发传播中医药文化,中医药文化的传播不仅仅要传播中医药文化的“形”,更要传播重要文化的“神”。中医药文化的传播不仅限于记住中草药的名字、治疗的病症、

中药的方剂等,更是要传播中医药文化的价值观、理念、生活智慧等。通过个人的直播打八段锦、艾灸活动等传递中医药文化智慧,在用户心中种下中医药文化的种子,用户带着兴趣、爱好、好奇让中医药文化的种子生根发芽,这也是我们要解决的中医药文化传播过程中的心理困境。

(一) 账号具有地域属性,有助于扩大中医药文化的地区影响力

个人创建的账号系统通过读取通讯录的方式推荐关注,通过系统功能“把我推荐给可能认识的人”可以和身边的人建立联系,通过公开粉丝可以链接朋友圈。作品还可能通过“同城展示”在同一区域获得更多的曝光量,发布作品时添加校园地址可以通过“校友圈”的形式发现附近的人。“绵小满”账号目前观众画像是江苏、18-23岁的女性、在校大学生居多,通过平时的互动发现大多数是本校的学生以及本地居民。



(二) 普及中医药养生方法,提升中医药文化的影响力

中医药专业学生或中医药老师能够运用短视频平台进行八段锦、艾灸等养生方式做专业展示,带领人们感受中医药养生的风采和魅力,了解中医药文化的养生技巧和方法。短视频在传递人体静脉脉络、穴位保健知识,提升中医药文化在人民大众的心理地位,扩大中药文化的传播推广范围。短视频能够展示养生的全过程,打破人们对传统中医药文化的固有印象,激发人们对中医药文化的兴趣,不受空间和时间的限制了解中医药文化。

(三) 新方式助力中医药文化与时俱进,丰富传播途径

以中医药传播为出发点的短视频账号,并未得到广泛关注原因可能是短视频平台更多是以娱乐为主,与文化传播的特性不符。目前短视频账号有传统媒体账号、各大医院官方账号和部分个人账号,其中传统媒体账号多以专家讲座、人物故事类的形式呈现,个人账号以讲述原理和具体操作为主,个人账号以私信问答的形式呈现。短视频平台的使用拓宽了人们接触中医药知识的渠道,丰富了中医药知识的传播途径及手段。

#### 四、短视频平台在中医药文化传播中存在的问题

(一) 缺乏专业运营团队支撑

以绵小满个人账号为例,账号的创作者是学院的师生们,内容从个体养生角度出发,内容的制作是由老师和学生们共同完成,非专业视频运营人员,没有专业的运营人员、营销人员、推广人员等做后台支撑,短视频的传播受到一定影响。比如,在晨起八段锦直播中,出现过主播不在镜头中,中途网络断连直播中断,直播pk接不到等情况。由此可见,利用短视频平台传播中医药文化的传播应该组建专业的宣传团队,不仅仅在内容上做把控,更要符合传播规律,把握热点流量,做冲击视频剪辑。从短视频宣传运营角度出发,需要专业的内容创作者、视频剪辑师、新媒体运营师等复合型人才支持账号的运用和中医药文化宣传和推广。

(二) 短视频完播率、播放量低

短视频平台的推流,从视频展现量、播放量、播放时长、评论量、弹幕量、点赞量、收藏量、分享量、粉丝量、涨粉量、掉粉量、净增粉丝等数据进行评估,各方面数据良好视频将推荐给更多的用户。在众多评价指标中短视频的价值往往从短视频的完播率、播放量两个方面衡量,短视频的5秒完播率和播放量低,前五秒的内容不够有吸引力导致后续流量不上涨。“绵小满”账号两个流量最好的作品,5秒完播率35%,完播率15%-20%之间,这两个指标不要不断优化。

(三) 监管缺失内容难辨真假

短视频内容质量的失真在主观和客观情况相互作用下形成。短视频用户不断增加,由于短视频平台的创作成本低、创作门槛低、作品数量也在不断增加,存在部分创作者创作不规范、理解缺乏科学性和专业性,导致作品质量低、作品内容不真实的客观情况。同时也存在为了吸引眼球以夸张的形式展现视频内容,导致短视频内容失去真实性,出现了很多“抛开剂量谈药性”科普视频。所有短视频内容的真实性和科学性需要严格把关。

#### 五、短视频平台传播中医药文化策略

(一) 组建专业运营团队

短视频传播中医药文化是一条新的路径,意味着需要新的专业技能人才,需要内容生产人才、专业的视频的剪辑人才、熟悉平台的运营人才等。中医药文化是具有科学性和专业性,在短视频运营团队中需要有专业人才对内容进行把关和梳理并进行一定程度的创新。内容创作者需要具备与时俱进和开放包容的心态,以适应不断变化的观众需求。虽然新媒体软件或多或少都能智能剪辑、智能文案、一键优化等功能,但是不能完全匹配中医药文化创作需求。短视频平台具有一定的运营规则,需要熟悉规则的运营人才进行内容的编辑、热点的跟随、流量的投放等。总之,需要专业的人做专业的事情,才可以尽可能推动中医药文化内容传播的专业度,持久度。

(二) 有意识的提高5秒完播率

应该考虑用户心理,吸引用户眼球,遵循短视频平台规则,采用增加视频剪辑技巧、前移重点内容、结合多种表现形式增加中医药文化的趣味性、娱乐性,增加视频5秒完播率。

(三) 加强平台监管平台审核和人工审核

中医药文化具有专业性、科学性、规范性,为了防止虚假的中医药文化知识被快速传播,在遵循以往平台系统自动审核的基础上增加人工审核,确保正确的中医药文化知识被准确无误的传播。同时防止系统误判,导致正确的中医药文化知识不能被传播,所以需要增加人工审核保证传播的内容准确无误,也保证正常的内容不被误判。

#### 六、结束语

短视频平台为中医药文化传播注入了新鲜血液,提供了新的平台也提供了新的思路,如何利用短视频平台发展中医药文化成为关键。以泰州职业技术学院中药专业支撑的个人账号做了浅显的尝试,不断摸索传播方向、加强剪辑技术、把关内容科学性,助力中医药文化更好发展。

#### 参考文献:

[1] 王忠一. 新媒体赋能天津地区中医药文化科普宣传探究[J]. 天津科技, 2024, 51(S1): 103-106+111.

[2] 陈海月. 新媒体在中药市场的应用现状研究——基于安徽亳州的调查[J]. 传播力研究, 2019, 3(02): 61-62.

课题项目: "基于短视频平台传播中医药文化——以泰州职业技术学院中药专业为例"(TZYKY-23-26)