

关于融媒体时代背景下健康精准传播实践路径思考

常文林 沈凌云 杨卫东 李青花
(曲靖医学高等专科学校, 云南 曲靖 655099)

摘要: 经过多年发展, 健康传播现已越来越走向系统化、专业化、学科化。伴随社会老龄化日益严重、卫生防控常态化等因素, 在特定群体中、特定场景下开展健康传播精准研究价值与意义日益凸显。在融媒体方兴未艾的当下, 如何实现医学领域与充分发挥融媒体优势良性结合, 根据新闻传播规律, 紧跟医疗健康领域的热点、围绕老百姓关注焦点话题, 进一步优化健康传播方式方法, 实现精准传播, 是值得思考的。

关键词: 融媒体; 健康; 传播路径

一、健康传播正处于方兴未艾时期

业界一般认为, 健康传播兴起于 20 世纪 70 年代的美国。并于 80 年代走向成熟, 于 90 年代取得新的发展。1992 年美国学者 Jackson 首先提出了健康传播这一概念。

随着社会发展、科技进步与公民健康意识增强, 健康传播的研究关注面更广、研究内容更加深入, 已成为一门显学。

对于健康传播的定义, 有多种说法与解释。但健康传播逐渐发展为广义的、多角度的概念。

有关“健康传播”的界定中一个得到普遍认同的定义是“健康传播是指通过各种渠道, 运用各种传播媒介和方法, 为维护和促进人类健康而收集、制作、传递、分享健康信息的过程”。

美国 CDC 将健康传播分为: 医患传播、健康教育、健康促进、公共卫生、风险传播、社会健康营销、健康倡导、消费者健康信息、医学教育等。根据传播的情境, 又可分为医学教育、医患互动、疾病诊治、社会支持、文化动力、医疗卫生管理、健康知识和信息传播。根据性质和特点, 又分为: 说服性传播、风险传播、媒体倡导、娱乐化教育、互动性健康传播以及社会改变传播。

健康传播的实质是为了消除环境的不确定性而进行的信息传递和交流活动, 是把医学科学和健康知识转化为人们保护和促进自身健康的能力的过程, 是为了保护和促进健康而进行的一种平等合作、参与和体验; 健康传播传递与健康有关的思路和价值观, 最终形成健康的社会规范和健康文化。

二、融媒体传播特点分析

“融媒体”是一种形象生动的说法, 更多代表的是一种传播理念。融媒体主要是指通过系统整合传统报纸、电视、电台与微博、微信、各类 App 等各类新媒体, 以系统整合思维, 实现媒体运营在人力、内容、宣传、传播等多方面优势, 从而实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”。

融媒体具有以下几方面的特点:

(一) 传播方式呈现出多样性、开放性及碎片化特点

与报纸注重图文、电视的画面与声音兼具、电台以声音为主的传播渠道与传播形式相比, 融媒体通过整合, 可以实现文字、图片、视频多种形式展现。此外, 由于现代技术的运用及手机、电脑的普及, 广大受众可以与传播主体进行评论、点赞等互动。随着生活节奏的加快, 人们越来越习惯于用零碎时间看咨询、新

闻等内容。

(二) 传播更注重专业、精细、个性化

随着人工智能、大数据采集、算法推荐在新闻采编领域的运用, 受众已由原来的“大众”更精细地被划分为“小众”, 用户可以根据自己的兴趣爱好、关注焦点来选取内容, 这促使在内容方面的“垂直领域”要求更高。

(三) 媒体人与受众的明显界限已不再突出

如今日头条、百家号等, 基本是以用户自产内容为主, 辅助于广告营销来运营。但与之相对应的是由于“把关人”缺失, 导致信息内容良莠不齐, 多而杂乱。

三、融媒体视野下的健康传播现状浅析

目前, 融媒体视野下的健康传播呈现以下几个特点:

(一) 新媒体发展迅猛

5G 技术、人工智能、大数据技术、摄影摄像技术的普及, 以及网络、微博、微信、抖音、今日头条、百家号等传播载体的兴起, 大大降低了企业、公民从事新闻传播的门槛, 全民已进入“公民记者”“全民视频”时代。传统的报纸、电视台、电台已相对被“边缘化”。与传统媒体相比, 新媒体具有进入门槛较低、运营成本较低等优势, 在信息传播方面, 更具时效性, 可以实现全时、全天候传播, 传播速度可以以秒计。此外, 更具有交互性、互动性强的特点, 能针对不同热点、不同人群, 实现较好的精准传播, 从而达到更好的传播效果。

(二) 媒介平台呈现多样化

目前, 涉及传播媒介主要有如下类型:

1. 较为权威的官方媒体。如各级卫健机构, 正规医疗机构所开设的网站、微博、微信。

2. 健康研究机构开设的专业领域平台。如医学类院校、医学研究机构所开设的网站、论坛等。

3. 自媒体平台, 如一些盈利保健机构、行业协会、医护人员开设的个人微博号、微信公众号。

(三) 老年人成为不容忽视的受众群体

根据《2021 大健康行业趋势发展报告》, 当前, 中国 65 岁以上老龄人口突破 1.9 亿, 到 2030 年, 中国 65 岁以上的老龄人口将超过 2.6 亿。随着我国老龄化日益加深, 关注老年群体的身心健康将会成为一大焦点。

(四) 从受众需求看

可分为求医问诊型和求知保健型两大类,求医问诊型目的性较强。而求知保健型侧重于日常疾病的预防及对突发事件的关注。

目前,融媒体在健康传播方面存在以下不足:

(一) 健康传播内容参差不齐

与传统媒体相比,新媒体的信息生产和发布门槛低,而健康类信息往往会受到市民的广泛关注,一些不良自媒体运营者往往采取标题党、偷换概念、夸大危害等手法,以博取眼球,牟取利益。目前,健康类资讯是谣言频发的重灾区,伪专家充斥,关于市民关注的食品添加剂、健康管理、预防心梗、高血压防治、抑郁症诊疗等热点话题很难得到权威、可靠专家的解答与指导。

(二) 渠道管控难,辨别难度高

随着电脑、手机的日益普及,每台电脑、每部手机都可以成为信息发布源头,这又让信息传播呈现一种爆炸式的几何增长,造成的潜在危害较大。而面对铺天盖地的医疗资讯,大部分受众受制于专业知识,辨别信息的能力不足。

(三) 联动性较差

作为一门交叉学科,健康传播融医学、新闻学、传播学等学科于一身。而医学、新闻传播学自身专业性又较强,操作难度较大,这就急需医院、高校、企业、新闻界发挥各自优势,让深奥的医学专业知识通过通俗易懂的图文、视频信息传达给普通受众。同时,由于缺少具体明确的传播规范与标准,导致实施较难。

四、实现健康精准传播有效路径分析

融媒体时代大背景下,与传统报纸、电视、电台媒介相比,新闻传播方式、信息呈现方式、传播渠道与途径,已发生巨大变化。做好融媒体背景下的精准健康传播,应根据融媒体的属性与特点,根据新闻传播规律,注重创新,借助新技术、运用新形式,从而达到较好的传播效果。

(一) 注重创新采编方式,进行机制重构

与报纸、电视台、电台单一媒介形态不同,为更好地运行好健康传播融媒体,需要在采编方式上进行创新与重构。作为《人民日报》融媒体运行方式的一种尝试,“中央厨房”式的结构,是其推进媒体融合发展的重要平台,值得学习与借鉴。这种运行模式,可以实现一次性采集新闻信息,多种形式生成,通过不同平台实现多元传播,从而最大限度达到高效率、高产出、高质量。

(二) 注重塑造“意见领袖”,实现权威传播

媒体的品牌建设是媒体提升融合发展能力的关键。媒体数字品牌着重通过打造鲜明的新媒体产品来加深用户对媒体整体形象的感知力。在医疗健康领域,得到权威准确的医疗信息,医疗机构的重要性、权威性、可信度至关重要。在新闻传播领域中,“把关人”在新闻采编、新闻传播过程中具有重要价值。由于“把关人”的存在,可以进行正确的舆论引导,较好地去伪存真,较好地实现有价值的信息传播。健康传播涉及的内容多关系公民切身利益,对“把关人”的要求与标准更高。在全媒体时代,人人都是记者,但又最缺少记者。每个人都有发表与表达自己观点与建议的权利,

而由于缺乏权威、专业解答,往往会产生大量虚假信息泛滥。而如果通过政、企、校各界合力,可以联合医院医生、医学类院校教授,健康专业机构专家组成相应固定团队,解决市民关心的热点,从而消除健康信息的各种不确定性,构建起广大受众与传播主体的良性互动。

(三) 以受众为中心,关注受众需求

健康传播应从医者为中心,转变为密切关注受众,关注受众切身需求。针对不同人群,不同情景,分别采用不同的传播策略,施行不同的传播方式,从而达到良好效果。健康传播传播的不仅仅是内容,更应注重形式的创新,以求达到实现科学性与艺术性的有机结合,除了科学、准确等基本要素外,更要接地气,让老百姓真正接受。在政策方面,应积极鼓励医学院校教授、医疗机构专家积极主动承担起健康传播责任,形成传播的主力军。而新闻媒体则应主动履行社会责任,充分运用自身具备技能与传播渠道,寻求和医疗机构的合作,把深奥复杂的医学专业问题讲清楚,讲明白。

(四) 急需培养健康传播复合型人才

医学教育是卫生健康事业发展的重要基石。健康传播研究是建立在传播学、社会学、心理学、语言学、人类学,以及公共卫生学、教育学、管理学等多学科基础上的。这就注定了健康传播研究的多维特性。健康传播涉及医学、新闻学、传播学等领域。从数据的收集归纳到解释阐述复杂深奥医学理论,离不开医学、公共卫生以及新闻传播人才的共同努力。目前,既懂医学知识,又具备新闻传播学专业知识的复合型人才,市场缺口很大。在学科设置与人才培养方面,急需健康传播领域的复合型人才,这对助力健康中国建设是很有意义的,更有利于促进公民健康行为的建立和传播科学、正确的科学知识。

(五) 注重健康文化构建,提升公民健康素养

教育职能,是新闻传媒肩负的一项重要社会责任。而提高公民的健康素养,加大健康科普的宣传力度是十分重要的一环。应坚持“大卫生、大健康”理念,把健康融入所有政策。注重动员个人、家庭、社会行动起来,通过媒介合力宣传,可以将健康教育从传统卫生领域扩展到食品药品安全、教育、体育、资源环境保护、公共安全等相关领域,营造良好宣传氛围,逐步让市民树立健康理念,能很好地分辨非法医疗广告、虚假医疗信息。从高校角度而言,更多健康书籍和主题演讲应当走进校园;另一方面,高校可以充分利用图书馆、博物馆的平台推进健康科普传播工作,把健康科普的故事讲好。

参考文献:

- [1] 杨晓娟. 融媒体时代电视新闻发展创新方向分析 [J]. 记者摇篮, 2021(09): 134-135.
- [2] 胡宇辰, 江大红, 卢珊. 融媒体时代医院历史文化的挖掘与传播——以北京儿童医院“老专家口述历史”项目为例 [J]. 中国医学人文, 2021, 7(09): 49-51.