

多领域数字化转型背景下健康科普短视频传播现状研究

路 瑶* 吕本浩 马翠翠 张 芹

山东石油化工学院 山东东营 257061

【摘 要】目的：分析健康科普短视频发展的传播现状，为探究健康科普短视频发展的新路径提供依据。方法：采用随机抽样法抽取多个平台共 100 个健康科普短视频的数据并采用统一问卷对 200 名用户进行调查。结果：时长适中（30s-3min）以及饮食相关的健康科普短视频播放量较高，传播较广泛。

【关键词】数字化；健康科普短视频；传播

数字化时代，多领域均积极进行数字化转型，其中短视频具有互动化的新颖呈现、轻量化的叙事呈现等多元化的表现形式，突破了传统模式，逐渐渗透到了多个领域当中^[1]。在享受短视频带来的新颖多彩的视听盛宴的同时，更需要激发出短视频平台更多积极的作用，使其符合社会主流价值观，促进数字化产业健康稳定发展。全民健康科普可有效提升公民健康水平、积极推进健康中国建设，具有重要的战略意义。本课题通过研究健康科普短视频的传播现状，进一步分析如何以健康科普为价值导向，依托短视频“时长短”“传播快”等传播优势，进一步扩大数字化转型对社会发展的积极影响。

1 研究对象

研究一：采用随机抽样方式，分别随机选取抖音、B 站、快手、微博上健康科普短视频各 25 个，共 100 个进行统计分析，问卷内容包括：主要内容、观看量、转发量、评论及分享情况。研究纳入标准：内容符合科学依据，有完整播放数据，且时长 > 30s。研究二：随机抽取 200 名不同性别、年龄、职业、学历的短视频用户进行问卷调查（问卷内容包括科普内容获取方式、内容偏好等），统计分析得出现有短视频用户的取向趋势。

2 调查工具与方法

查阅相关文献，自行设计调查问卷。本研究采用双人交叉重复统计方式，减少人为统计误差。综合两研究结果，从内容类别、账号类型、呈现方式、以及价值观导向等方面进行统计学分析，得出现有健康科普短视频的传播现状。

3 结果

3.1 平台播放量及时长分析

研究随机抽取 100 个健康科普短视频，每个平台 25 个。微博平台单个视频平均播放量较高，考虑与微博平台多转发等特征相关。短视频的时长，播放量最多的为 30 秒到 3 分钟的短视频科普医学知识的时长。具体情况见表 3-1：

3-1 短视频平台播放量及时长		
类别	选项	小计
单个视频平均播放量	抖音	367
	微博	2130
	B 站	154
	快手	246
短视频的时长	30 秒-3 分钟	73%
	3-10 分钟	20%
	10 分钟以上	7%

3.2 健康科普短视频的用户取向

调查问卷结果显示，以专业医师或专家出镜解说类别的短视频受欢迎程度较高，约占 75.5%的用户选择该项内容，考虑与专业性较强因素相关，可信度较高。内容方面以健康饮食相关内容受欢迎程度最高，约 86.5% 用户选择，考虑与生活联系较为密切，可结束度较高相关。用户对主流官方媒体账号、医院等医疗机构发布的短视频信任度分别达 74.5%、51.5%，考虑与权威性和可信度较高相关。具体情况见表 3-2：

表 3-2 短视频用户取向趋势调查情况

条目	选项	小计	比例
倾向于何种形式的健康科普短视频[可多选]	专业医生解说类	151	75.5%
	图片配音解说类	103	51.5%
	动漫拟人类	73	36.5%
	真实案例解说类	133	66.5%

倾向于关注哪些内容的健康科普短视频[可多选]	纪录片类	92	46%
	其他	21	10.5%
	健康饮食	173	86.5%
	生活常识	147	73.5%
	疾病预防和治疗	154	77%
	心理健康	126	63%
	女性健康知识	103	51.5%
	养生保健	114	57%
	主流官方媒体账号，如人民日报、央视新闻等	149	74.5%
	自媒体账号，如 paperclip 回形针、丁香医生等	86	43%
健康类短视频主要是由谁发布的[可多选]	个人账号（用户生产内容 UGC）	52	26%
	新闻门户网站	83	41.5%
	医院官方媒体	103	51.5%
	其他	25	12.5%

4 讨论与分析

社会对健康的关注度逐渐升高，健康类科普视频具有巨大的市场需求^[2]。社交媒体已经成为非正式健康科普的重要渠道，短视频是其中主要的呈现方式之一^[3]。通过短视频的形式传播医学知识能有效提高公众的健康认知^[4]。健康科普短视频的普及，可使公众提升对医务工作的认识、建立科学的医学思维、增强对生命的敬意、全面改善健康素养^[5-6]。目前短视频平台上已有大量的健康科普类的账号，其中不乏官方医学会以及公立医院^[7]。目前健康科普类短视频呈现的方式包括：专家讲解、动画演示、真人演示、实拍记录、歌曲艺术以及专业测评等^[8-9]。发布的内容主要涵盖以下几个方面：基础讲解类、专业认知类、以及辟谣解惑类，不同的科普主题关注度存在差异^[7]。原创力缺乏、横向内容单一以及公信力不足等是导致部分健康科普视频关注度低的常见原因^[2]。而通过融合多元内容、创新表现形式、强化账号 IP 属性等方式，开辟健康科普短视频发展新路径，有利于快速打造“网红”短视频，进而推进健康科普短视频的传播^[2, 20]。

本研究通过调查现有健康科普短视频的平台分布以及时长特点，并结合用户取向调查，进一步明确短视频内容的用户趋向性，从而掌握基本呈现形式及内容，明确现有健康科普短视频的传播现状。本研究结果表明，多平台转发利于短视频的快速传播，时长以适中最合适，且内容应提升科学专业支撑，并结合生活日常。通过本研究结果，为后续短视频可持续传播路径的提出提供依据，为推动短视频产业的可持续发展，提升全民的健康素养的做贡献。

参考文献：

[1]蒲信竹.自媒体科普短视频的内容生产与公众解读—兼议对话规则

的建立[J].中国编辑, 2021 (03) : 33-37.

[2]张晓婉.从“丁香医生”抖音号看健康科普短视频传播策略[J].西部广播电视, 2021, 42 (06) : 55-57.

[3]Bialy S E, Jalali A . Go Where the Students Are: A Comparison of the Use of Social Networking Sites Between Medical Students and Medical Educators[J]. Jmir Medical Education, 2015, 1 (2) : 1-7.

[4]Barnes K, Davies H C, Fazendin J M, et al. Can the Use of Video-Based Interventions Increase Public Knowledge About Endocrine Surgeons?[J]. Journal of Surgical Research, 2020, 256: 119-123.

[5]冯杨.医学科普短视频的创作特征和价值导向[J].青年记者, 2020 (26) : 74-75.

[6]邱洋, 王蕾, 杜孟凯.医院健康科普短视频内容生态优化的实践研究[J].中国医院, 2020, 24 (12) : 79-80.

[7]刘涵, 赵辰光.健康科普在短视频和直播平台中的传播现状及对策分析[J].中国预防医学杂志, 2020, 21 (12) : 1298-1301.

[8]何玉.突发公共卫生事件中的健康科普短视频传播技巧与对策研究[J].科技传播, 2021, 13 (05) : 152-154.

[9]蔡羽满, 陈斌冠, 龙玲, 陈芯语.科普艺术的发展、创作与传播——以健康科普歌舞艺术创作为例[J].大众科技, 2021, 23 (04) : 145-148.

[10]李楠.让科普短视频好看又好玩[J].传媒评论, 2021 (04) : 41-43.
第一作者及通讯作者：路瑶（1992.01-），女，汉族，山东东营人，博士在读，研究方向：康复医疗。

课题信息：山东省艺术科学重点课题“新媒体时代健康教育短视频的现状与创新研究”（编号：L2022Q06170132）。