

A 基于抖音平台的中医药文化传播策略探析

任奕蒙 张博寒 薛舒文 蔡馨 李孟尧

(西安外国语大学新闻与传播学院 710128)

摘要: 中医药是我国传统文化的瑰宝,在疫情防控的大环境下,中医药文化更是发挥了重要的作用。对于中医药文化而言,短视频平台是一个更容易为大众接受的传播形式,因此将短视频平台作为传播中医药文化的一个重要载体,对于传统文化的传承、中医药行业的发展都有着深远的意义。

关键词: 抖音; 中医药; 文化传播

中图分类号: R2-03; G206

一、“抖音”等短视频平台传播中医药文化的现状分析

我国传统文化中包含着丰富的中医药文化,随着人们对健康养生重视程度的不断提高,中医药文化在人们心中的地位也越来越高。在移动互联网时代,短视频平台凭借其短平快的特点,成为传播中医药文化最主要的平台之一。根据艾媒咨询 2021 年的数据,在最受欢迎的短视频平台排行榜上,抖音位居榜首,高达 45.2%,其次是快手,哔哩哔哩,分别高达 17.9%,13.0%。西瓜视频的占有率为 4.3%,抖音火山版的占有率为 1.6%。如图 1-1 所示。

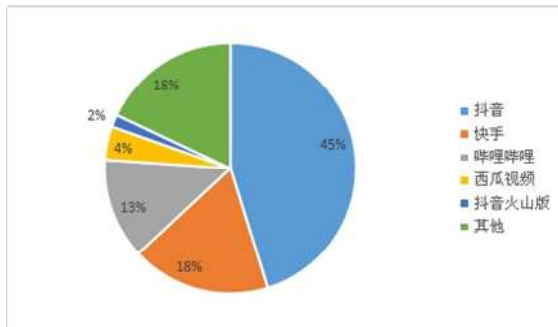


图 1-1 用户最常使用的短视频平台排名占比

(数据来源:艾媒咨询.《2020-2021 年中国短视频头部市场竞争状况专题研究报告》)

根据抖音平台视频搜索区,在关键词的搜索下,分为视频,用户,商品,直播,音乐,话题,地点等类别。在抖音上输入“中医药”关键字后,与中医药有关的短片有:科普类,故事类,养生类,中医药大学。科普性质的中医药短视频,由中医医师来介绍中草药的作用和使用方法。一些中药展会的创作用户为中医展销会提供的短片,主要由中医爱好者、中医协会和县级市等传统媒体共同推出,其中以中医药的典故和发展历程为主要内容。其它的都是关于中医养生和中医机构的。在快手上,中医短视频的数量也是非常多的,可以搜索到很多关于中医的知识,比如中医的基础理论,中医的文化,中医的故事等等。

在抖音平台提供的技术和流量的激励下,中医短视频的创作人员受到了激励,但是也让创作人员鱼龙混杂,创作的内容真假难分。过分的商业化行为会影响了中医的价值体现。在抖音平台上,中药短视频有其存在的意义,也有其存在的价值,但是,必须面对现实,解决现实问题。

二、提升短视频平台助力中医药文化在区域内发展的策略

2.1 从创作者角度:提升能力,打造优质作品

我国地域辽阔,各地区的文化、气候、经济等方面的差异较大,形成了独特的中医药文化体系。中医文化作为我国优秀传统文化之一,是我国宝贵的文化遗产,但当前我国中医药文化的传播还存在一定的问题。目前我国短视频平台发展迅速,且与大众生活息息相关,这为中医药文化在区域内传播提供了新的机遇。短视频平台是新媒体时代下新出现的一种媒介形态,其具有传播速度快、交互性

强等特点。但是由于门槛低,内容质量往往参差不齐。随着中医短片的制作范围在不断扩展。利用新榜数据平台,根据用户认证情况,随机抽取 500 个中医药短视频生产账号进行统计分析,其中,官方中医机构账号占比为 10.8%,专业传统媒体账号占比为 3.6%,个人认证账号占比为 61.6%,个人账号还可以被进一步细分为两类,分别是官方认证和未认证的抖音账号。

表 2-1 500 个中医药短视频生产账号统计分析

账号类型	占比
官方中医机构账号	10.80%
专业传统媒体账号	3.60%
个人认证账号	61.60%

注:数据来源于对 500 个中医药账户的数据统计

官方中医机构的抖音账户具权威性专业性,生产短视频内容的目的倾向于公共性。抖音平台用户覆盖范围广加上短视频的碎片化传播,解决了传播中医药的场地与受众群的问题,使得更多官方中医机构涌入到抖音平台。但从数据来看官方中医机构账号占比仅在 10%左右,说明权威的中医药机构仍较少。

中医院创作者作为中医药文化在区域内传播的主力军,其专业能力、传播能力对于中医药文化的传播至关重要。从目前区域内中医药文化在短视频平台传播情况来看,其作品质量良莠不齐,主要表现在:一是内容单一,形式同质化。二是对中医理论缺乏深刻认识,缺乏创新。三是缺少中医药文化传播的专业人才。创作中医药文化类短视频内容是一个较长的过程,涉及中医基础理论、临床知识、文化知识等多方面内容,而创作者专业能力的高低将直接决定作品的质量。因此,相关部门应加强对中医药文化创作者的培训,通过组织中医药文化知识讲座、邀请专家开展相关课程、定期组织专家进行点评等方式,提升中医药文化创作者专业能力。在此基础上,相关部门应鼓励创作者探索创新,加强内容质量。

2.1.1 关于中医文化传播的“态度”的问题

在通过“抖音”这样的短片来传播中医药文化的时候,我们要调整自己对中医药文化的认识,要注重在现代化的大环境下,怎样才能更好地掌握中医药的传统特色,并让受众深入地去反思它的理论和实质,从而更好地规范和提升中医药文化的传播,提升中医药文化的普及率和覆盖面。通过短视频的传播,我们要提升中医药文化作为中国传统文化的信心,从而全面推动“健康中国”的发展。与此同时,我们还需要对我国的传统文化进行再认识,将中医药文化放在传统文化的背景下,以开放的心态,让受众去了解我国的传统文化,提高受众对我国中医药知识和健康功能的认识。

2.1.2 中医学文化的创造者要提高中医文化的素质

目前,互联网上有关中医文化的虚假信息越来越多,不仅对消费者造成了极大的误导,而且对中医文化的健康发展产生了极大的负面影响。所以,在使用“抖音”这样的短视频平台进行中医文化传播的时候,一定要根据中医的实际情况,保证自己的信息是真实的和科学的,在具体的操作过程中,要注意以下几个问题。尽管有关中医药文化的短片表现了一个人的文化形象,但是发布的内容必

须是正确的,真实的,积极的,具有可操作性的。传播的短视频可以采用开放的、通俗易懂的语言,采用实时的和互动的信息即时交流反馈方式,从而加快传播弘扬中医药文化,促进中医药融入社会的生产生活。

在进行中医药文化知识传播的过程中,对中医药短视频的创作切入点的选择是非常重要的。在内容方面,不仅要具有一定的文化价值,还要尽量是当前社会、行业的关注点,或者是能够引发人们关注的话题。在这些方面,可以是中医药前瞻性科技,也可以是与大家分享中医临床病案趣事,还可以是记录中医药科普作品等,这些都可以让大家产生更多的思想火花。

2.2 从平台方的角度:加强监管,优化服务

由于短视频平台具有传播快、互动性强、传播内容多样化等特点,所以短视频平台对中医药文化的传播起到了非常重要的作用。但近年来,中医药文化在短视频平台上呈现出鱼龙混杂、良莠不齐的状况,这不仅对中医药文化的传播带来了极大不利影响,也制约着中医药文化在区域内的发展。

加强监管,增强责任意识。2019年8月12日,国家广播电视总局、中央网信办、国家卫生健康委员会联合发布《关于加强网络直播规范管理工作指导意见》(以下简称《意见》),要求网络主播在进行直播时要遵守法律法规和社会公序良俗;严格落实直播平台主体责任,加强对平台内网络主播的管理等。在此之前,抖音平台发布了《抖音关于加强直播内容管理的公告》,主要内容为:对相关违法违规行为将采取“一案双查”原则,即对直接责任人和负有管理责任的主管人员将根据情节轻重采取警告、暂停直播、关闭账号等处罚措施,构成犯罪的将依法追究刑事责任。同时,在《意见》出台后,抖音平台针对此类内容进行了严格监管。由此可见,加强监管力度、增强责任意识是短视频平台在中医药文化传播中发挥作用的前提和保障。

优化服务,满足用户需求。目前来看,一是平台上发布中医药文化内容的数量仍然较少;二是部分短视频内容质量不高;三是部分用户存在过度依赖平台、缺乏主动学习意识和能力等问题。因此,短视频平台可以通过以下几点来优化服务:一是从平台方出发提升中医药文化内容质量;二是通过平台内相关内容培训机制强化用户自主学习意识和能力;三是加强对用户数据的收集和分析以便于针对不同用户制定个性化传播策略。

此外,短视频平台还可以通过与知名高校合作设立相关中医药文化知识比赛等方式来帮助大学生更好地学习和掌握中医药文化知识。总之,推动中医药文化在区域内更好地传播与发展,可以从短视频平台方出发优化进行服务。

3.从行业视角看:制定标准,规范环境

在新媒体的环境下,中医药文化的宣传和传播更加具有立体感和趣味性,而短视频的这种内容表现形式,更能让观众在任何时间、任何地点都能获得关于中医药文化的信息。中医药文化的制作必须要有一定的娱乐性,才能引起观众的兴趣。但是,过分地追逐“眼球”,陷入“消费”的恶性循环,反而会弱化中医的文化内涵。这就要求短视频产业和中药产业都要加强对内容的价值导向和审查,以推动其健康发展。

3.1 短视频行业:强化内容监督,严把质量关

在抖音平台上,中医药文化短视频的生产主体以个人认证的用户群体为主,在制作中医药短视频的过程中,并没有形成统一的行业标准。而在市场竞争中,同业间存在相互竞争的动机,在各方利

益的争夺下,对于中医短片的内容理解不一,更易削弱中医的权威。另外,随着中医药短视频制作的主体不断扩张,其内容审查员数量不断下降,甚至出现了空缺。这就造成了中医药短视频的内容良莠不齐,很难保证其传播和普及中医药知识的专业性。长期来看,会导致短视频用户对其所提供的中医药知识缺乏信任度。所以,要想让中医药文化短视频在抖音上健康发展,就必须要有中医药产业和短视频产业的共同努力。

3.2 中医界:坚持高质量输出,引导中医界健康发展

在新媒体环境下,中药产业要主动担当起中医传播的重任,必须有相应的政策引导。《国务院关于扶持和促进中医药事业发展的若干意见》提出,要在全国范围内大力发展中医科技文化,大力发展中医科技文化,强化中医科普教育、中医药文化知识普及。要加大对中医药文化资源的挖掘和利用力度,创建中医药文化品牌,还要加大宣传力度,在全社会形成一个尊重和保护中医药传统知识,关心和支持中医药事业发展的良好气氛。在“抖音”平台上,中医药短片的制作和传播,必须保持正确的舆论导向,以思想观念为导向,以“技术”为核心,以“思想观念”为导向。另外,中医界还应鼓励中医界的专业人士,通过短视频等新媒介,积极参与到中医界的宣传和推广工作中来。在中医领域,中医专家拥有专业的科学素质,他们承担着将中医传播出去的历史责任,利用新媒体平台,对中医的基本知识展开宣传,有助于从源头上纠正中医的错误观念,并将中医知识普及到广大人民群众之中。由于使用新媒体的人数很多,特别是使用“短视频”的人很多,所以,利用“短视频”进行中医科普是一种必然。

三、结语

抖音平台是一个短视频社交平台,是当代年轻人表达自己的一种重要途径,在新媒体的大背景下,传统中医药文化也在不断地与新媒体融合。抖音平台上的中医药文化传播呈现出多样化的传播模式,通过分析其平台与中医药文化相关视频内容,发现该平台为中医药文化在新媒体环境下的传播提供了新的路径和策略。本文从中医药文化的现状、传播途径及抖音平台的特点入手,分析了利用其平台进行中医药文化传播所存在的问题,并提出相应的策略。同时,本文也为其他传统文化在新媒体时代下的传播提供了借鉴,即利用新媒体平台传播优秀传统文化时不能生搬硬套,要结合当下实际情况,合理地、有效地利用新媒体,使传统文化焕发生机与活力。

参考文献

- [1]贤丽梅,余来辉.新媒体语境下中医药文化的时尚传播秩序构建——基于广药集团的案例研究[J].科技传播,2022,14(19):41-44.
- [2]郑烜,韩香,张潞霞,孙琳.传统中医药文化与短视频相结合——以《药绘图》与“新媒体”相结合为例[J].人人健康,2022(18):54-56.
- [3]罗宾.新媒体视域下中医药文化国际传播研究[D].上海外国语大学,2022.
- [4]韩继红,王红,刘丽芳.关于新媒体环境下利用高校资源开展中小学中医药文化传承教育的策略研究[J].职业,2022(10):25-27.
- [5]崔为.新媒体环境下中医药文化传播体系的重构[J].社会科学战线,2021(12):25-32.
- [6]张晨,牛素珍.新媒体视角下中医药文化弘扬路径研究[J].中国中医药现代远程教育,2021,19(08):88-91.

编号: 107242022045

作者简介:任奕蒙,女,西安外国语大学新闻与传播学院,主要从事广告与传播研究。