

试论医学科普短视频传播方式

郭梁明

西安培华学院 陕西西安

【摘要】疫情环境之下，将深奥晦涩的医学知识广泛地传递给广大人民群众，以使民众能够迅速理解并掌握防疫知识，成为医学科普媒体迫切而必要的工作。本文以“丁香医生”抖音号为研究对象，尝试讨论如何利用短视频，将专业的医学科普知识传播给大众，达到较好的传播效果。

【关键词】医学科普；丁香医生；抖音科学网红

On the dissemination method of short video of medical science popularization

Liangming Guo

Xi'an Peihua University, Xi'an, Shaanxi

【Abstract】 Under the epidemic situation, it is an urgent and necessary work for medical science popularization media to widely transmit profound and obscure medical knowledge to the masses so that the masses can quickly understand and master epidemic prevention knowledge. This paper takes "doctor clove" Tiktok as the research object, and tries to discuss how to use short video to spread professional medical science knowledge to the public, so as to achieve better communication effect.

【Keywords】 medical science popularization; Dr. clove; Tiktok science network red

短视频的内容具备形象生动、操作便捷以及精准，集中等特征，所以它拥有大众化传播的独特优势。根据一则报告显示，在 2022 年短视频的用户规模高达 8.2 亿。目前短视频的用户数量规模还在持续增长，短视频平台已经逐渐变成新媒体传播的核心阵地。通过统计后发现，抖音的日活跃用户大概有 6 亿，此可以看出抖音已经是我国最大的一个短视频平台。而丁香医生则是该平台上最优秀的创作者，在 2022 年 8 月 25 日，该账号的粉丝数超过 900 万。在疫情爆发的时候，该抖音号每天都会不断向大众普及各种防疫知识，其对疫情防控工作的推动起到了非常重要的作用。在疫情爆发的社会背景下，怎样借助新媒体方式把专业的医学知识传授给大众，让大众理解与接受，是当前医学类媒体平台需要急需解决的问题之一。

1 传播医学知识是“壮大互联网正能量”的重要方式

由于新冠肺炎有很强的传染性，严重的情况下还会造成死亡，所以其给人类的生产与生活带来了很大的影响。特别是在新冠疫情初期，人们对这个

传染病的了解还比较少，很多人产生极度的恐慌，所以在疫情中怎样把生涩的医学内容传播出去，是很多媒体平台正在思考的问题之一。

2 疫情之下“丁香医生”抖音号医学科普传播的特点

在这次疫情期间，丁香医生抖音号一共创作出了 10 集和疫情防护有关的视频。这些视频内容涵盖了口罩的正确使用方法、怎样进行居家消毒防护以及儿童防护需要做到哪些等各种人们关心的防疫内容。该内容的累积播放量为 3076.7 万次，也就是说有 3076 万人左右有观看过该视频。除此之外，还有一些其他的内容，比如外出后应该怎样对衣物进行杀菌；在外面洗手不方便的时候要怎样处理以及正确的洗手方法等。这些短视频有很高的点赞量，从整体来看，丁香医生抖音号在疫情时期的科普短视频有这些特征：

2.1 以“田太医”为核心的人格化传播

如果认真观看丁香医生抖音里面的视频就可以发现，很多视频都是以“太医驾到”的方式来展开。疫情时期的防护合剂以及发布的零散短视频也是这

种形式，该形式主要是以田太医这个人物为核心。通过一系列的夸张幽默的方式，把自己和短视频中所要表达的内容进行交融，向用户讲解各种和翻译相关的知识点。田太医在现实中是一名临床经验经验丰富的医生，其如今医学科普界的网红。用户在观看的时候，会不由自主的融入田太医的各种医学科普故事里面，在这种高沉浸感里面能够快速理解一些晦涩的医学科普内容。

丁香医生不仅仅只有“太医驾到”到这个栏目，还有其他栏目。比如田太医等。这些栏目都有一个共同的特点，那就是使用人格化的方式来传播。实验证明这种科普形式能够提高用户观看的兴趣，加强对里面内容的理解，受众从传统的被动了解科普知识，逐渐变成主动的去获取科普知识，这有利于科普知识的触达率与传播效果的提升。

2.2 用夸张幽默的故事来展现

著名的费希尔的叙事范式中强调，所有的传播其实就是讲故事，而故事也是人们理解外界事物最有效的手段之一。所推出的短视频很多都是通过剧情故事的展现来阐述防疫科普的内容，有时候还会加入一些夸张诙谐的表演与讲解。采用故事化的讲解方式，可以使原来非常乏味的内容变得更加生动有趣，而且这种形式对医学科普知识的理解也是非常有效的。其能够给观众提供一个场景化、直观化的思维想象空间，有利于对知识的快速理解。另一方面，这种极其夸张与幽默的展现方式和以往的科普视频在人们中的形象有很大的不同，用户更乐于观看这种视频，所以其能够涵盖更多的用户群体。

2.3 言简意赅，叙述清晰

因为短视频要的播放时间比较短，内容比较集中，所以它符合很多观众观看视频的习惯。短视频创作者需要在一定的时间内清晰地向受众叙述该视频的内容。这一点在丁香医生的防疫短视频中表现的最为突出。其短视频的时间在一分钟以内些，甚至只了短短 20 秒的时间就讲完了防疫的内容。

2.4 和微信公众号开展跨平台联动

现今“丁香医生”有很多媒体平台账号，比如微信公众号等。而抖音号是在 2019 年中旬的时候才进行运营，所以多媒体平台运营是该账号的主要特征。在没有疫情的时候，其抖音号太医驾到和微信公众号中的丁香医生在内容上有很强的联动性。而

在疫情爆发的时候，这种跨平台联动运营的特征表现地更加明显。比如，“不注意这两个细节，你的手洗了也没用”，疫情时期播放的坐电梯需要注意的细节有哪些以及吃饭时应当怎样远离病毒的侵袭等。除此之外，最受观众喜爱的疫情防护合集视频，在其微信公众号中也位于头部位置。这种多媒体跨平台联动的方法，不但能够让更多的用户观看防疫相关的科普视频，还可以强受众对防疫知识的理解和认识，这对防疫科普的传播效果也有很大的好处。

3 医学科普短视频的大众化传播策略及展望

3.1 加速科技下沉，实现医媒融合

字节跳动公司在 2019 年 3 月联合了包括中国科技馆在内的各个文化宣传部门，推出著名的抖知计划，也就是全民科普计划。在这一计划的促进下，到 2022 年的 8 月，有 200 多万个知识创作者，粉丝超过万数。根据相关数据统计，联盟发布的视频大概有 2586 万条，播放量高达 3.4 万亿次。除此之外，还出现了一个非常令人欣慰的现象，那就是科普内容如今已经是抖音短视频平台上最受观众喜爱的内容之一。

但是，在医学科普短视频的大众化过程中，不能仅仅依靠抖音推出的传播计划。而是要充分利用社会资源，让更多的媒体平台能够加入到医学科普的活动中去，还要动员更多的医学工作人员，甚至医学专家进入医学科普短视频的普及中，他们可以是医学科普短视频的作者，也可以是这类内容的素材提供者，塑造出更多像心血管王医生这样的医学科普作者，真正实现科技在医学传播中的高效运用。

3.2 内容简单易懂，富有趣味性

张文宏医生在疫情时期在一次接受记者采访的时候说过，他说他自己讲的每一个字好大家都听的懂，但是要是把这些字串联在一起，就听不懂了。这也直接给医学科普短视频在传播的过程中提供了一天依据。也就是说视频内容在讲述的过程中需要通俗易懂。使用刻板的方式是无法调动观众的兴趣，特别是一些晦涩难懂的内容很容易把人劝退。如果科普创作者可以采用趣味性的语言或展现方式来对医学内容进行解释，就有可能提高科普视频的接受度。

在具有海量信息的现代社会，人们更加喜欢傻瓜式的信息获得途径。在学科普短视频的制作过程

中，需要始终坚持通俗易懂的制作理念，尽可能的减少观众的思考环节。另外，还需要注重视频的趣味性，使医学科普短视频不仅具有专业化的特点，具有娱乐化的特征。这种方式可以提高观众的接受率，对播效果的提升也有很大的帮助。

3.3 加强即时互动，减少和受众之间的距离

在短视频平台里面，抖音是最为突出的一个代表，其具有社交媒体的及时性和互动性。用户在观看短视频的时候，可以进行点赞、转发以及回复等各种操作，来和短视频的创作者以及其他观看群体进行互动。这种方式的互动不但可以提高观众在观看短视频时的趣味性、娱乐性，还有利于观众对短视频内容的深入理解。

医学内容往往有很强的专业性与抽象性的特征，未接受过医学训练的普通人，在了解的过程中会有很多疑问。所以医学科普的创作者在传播知识的时候，需要借助短视频平台的特性，及时和观众进行沟通与交流，调动观众的积极性，从而帮助观众能够更好的去认识医学科普短视频里面的内容。要做到这一点，就是要通过各种各样的方式来拉近创作者和用户之间的距离。除此之外，还需要引导受众能够积极实行点赞、转发以及评论的各种交互行为，提升医学科普短视频的传播速度，让医学科普知识可以渗透到更多的人群中去，改变传统的单项教育方式，进而改变受众对传统医学科普乏味枯燥的思想认识。

3.4 推动媒体矩阵建设，实施多平台融合策略

如今社会是一个 5G 社会，是一个移动终端设备不断普及的社会，所以短视频的发展非常的迅速，再加上新兴的媒体更新周期快，媒体融合的倾向日益显著。自然短视频平台有自身独特的优势，然而其也有很多的不足，所以加快短视频平台和其他媒体之间的融合速度，不仅是短视频发展的重要推动力，也是时代发展的趋势。在如今媒体融合的大环境下，医学科普短视频在传播的时候，也要注意自身媒体矩阵的建设。以丁香医生为例，可以创建微博、微信以及知乎等各种媒体举证，还需要提高和传统媒体之间的互动，进而实现各平台之间的高度融合。

国内部分学者认为反视频和媒体平台是相互成就的关系，优秀的视频作品也要有良好的平台作为

保障。视频的内容、展现方式以及品牌的特点需要有效地融合在一起，才可以把视频内容真正推向市场。从另一个角度来说，医学科普短视频需要超越平台的限制，尽可能的实现 1+1>2 的效果，提高传播的水平，使医学科普知识能够实现大众化与广泛化。

4 结语

通过新媒体的方式，扩大医学科普知识的受众群体，让更多的人可以了解和医学相关的知识，这也是互联网价值得到有效发挥的重要体现。在目前情爆发阶段，让医学科普可以普及更多的群体，探索出全新的医学科普传播手段，具有重要的现实意义，特别是像更多类似于丁香医生这种新媒体平台的出现，在一定程度上能够拓展医学科普传播的范围。

参考文献

- [1] 杨咏雪. 短视频环境下医学类科普视频的内容创作与传播策略[J]. 科技传播, 2021, 13(23):3.
- [2] 杨沛. 后现代语境视角下医学科普短视频文化传播的新向度[J]. 学会.
- [3] 张静, 周永进. 医学科普短视频在新冠肺炎疫情期间对全民健康教育的影响——以抖音短视频平台为例[J]. 中国医学教育技术, 2022, 36(1):4.
- [4] 王紫茜. 抖音医学科普短视频的叙事框架及创新路标[J]. 新媒体研究, 2021, 7(11):4.

收稿日期: 2022 年 9 月 12 日

出刊日期: 2022 年 10 月 25 日

引用本文: 郭梁明, 试论医学科普短视频传播方式[J]. 国际医药研究前沿, 2022, 6(5): 4-6
DOI: 10.12208/j.imrf.20220159

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。 <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS