

儿童健康科普视频传播策略及意义

刘永琴

成都中医药大学临床医学院, 四川 成都

收稿日期: 2024年12月2日; 录用日期: 2025年1月1日; 发布日期: 2025年1月9日

摘要

在新媒体背景下, 可借助自媒体的窗口以“科普视频”的形式有效传输健康知识, 开启大健康时代的大门。儿童青少年的健康水平是未来社会健康的基石, 应积极把握幼年阶段健康状况, 对提高成年后身体素质, 推进全民健康有着深远影响。本文提出了儿童健康科普传播策略, 浅析儿童健康科普视频传播意义, 以为更多优质相关科普视频的产出提供参考性建议。

关键词

儿科, 健康, 科普视频, 策略, 意义

Children's Health Science Video Communication Strategy and Significance

Yongqin Liu

School of Clinical Medicine, Chengdu University of Traditional Chinese Medicine, Chengdu Sichuan

Received: Dec. 2nd, 2024; accepted: Jan. 1st, 2025; published: Jan. 9th, 2025

Abstract

In the context of new media, we can use the window of the media to effectively transmit health knowledge in the form of “popular science video”, and open the door to the era of great health. The health level of children and adolescents is the cornerstone of the future health of society. We should actively grasp the health status of childhood, which has a profound impact on improving the physical fitness of adults and promoting the health of the whole people. This paper puts forward the communication strategy of children's health science popularization, analyzes the communication significance of children's health science popularization videos, in order to provide reference suggestions for the output of more high-quality relevant science popularization videos.

文章引用: 刘永琴. 儿童健康科普视频传播策略及意义[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(1): 59-63.
DOI: 10.12677/jc.2025.131009

Keywords

Pediatric, Health, Science Popularization Video, Strategic, Significance

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在大健康时代，儿童健康服务的提供与完善存在种种问题，儿科疾病发病率高与儿科医生短缺的矛盾日益突出。从疾病发病情况来看，肺炎据全球数据统计，每年都有超过 400 万 5 岁以下儿童失去生命，其中占比最大的是发展中国家的儿童；哮喘全球有 1 亿左右的儿童患者[1]，2008~2018 年中国 0~19 岁人群哮喘死亡率波动于 0.023/10 万~0.046/10 万之间[2]；抽动障碍中国儿童患病率为 2.68% [3]，严重影响患儿的学习和生活质量的同时，易导致社交功能障碍和社交回避；目前抑郁症发病愈发年轻化，《中国国民心理健康发展报告》显示，2020 年中国青少年的抑郁风险检出率为 24.6%，其中，重度抑郁风险检出率为 7.4% [4]。

在儿童医疗方面，据世卫组织估计，全世界每 17 人中就有 1 人无法获得包括疫苗、孕产妇和儿童保健或健康检查在内的基本卫生保健服务[5]。“健康传播”理念的提出，可将医学界较为复杂的理论转换为通俗易懂的内容，利用有效的传播形式，进一步改变大众的健康观念和行，在一定程度上可减少患病率和死亡率，提高一个国家的健康水平。因此，在选择健康传播的媒介中，科普视频起着主导地位，其可在通信、新媒体等技术崛起的助推下，凭借其门槛低、互动性强、形象化等天然优势，将儿科疾病的“健康传播”进行有效输出成为知识下沉的关键渠道，科学传播新的窗口，从而弥补儿童健康服务方面的不足。本文旨在关注医学科普视频价值诠释的内容选择、视频制作、后期投放系列过程，研究儿科疾病科普视频制作策略，以期为促进儿童健康提供一定建设性思路。

2. 重视儿童健康是大健康时代的必然要求

基于“未病先防，既病防变”的中医理念，疾病的根源往往可追溯于幼时。在受“先天禀赋”的影响下，疾病往往在儿童时期便初见雏形，在此阶段疾病若得不到重视和彻底根治，便会持续延展于未来，甚至发展为更严重的疾病，影响成年期健康。与此同时，儿童早期是人类生命全周期中人力资本投入产出比最高的阶段。于个体而言，儿童早期发展对儿童自身的健康状况及未来成就起着决定性作用；于国家而言，儿童早期发展会对国家人力资源和社会经济进步产生重要影响。儿童作为社会中最具发展潜力但又极为脆弱的群体，儿童时期的健康代表着未来社会的健康，在追求大健康时代的背景下，儿童健康不容忽视，应抓住源头，积极把握儿童时期身体素质，重视儿科疾病治疗，建立健康的生活习惯，才可真正达到“治未病”。

3. 新媒体时代以视频作为媒介科普儿科疾病的可取性

在针对儿童医疗方面，我国儿童医院存在总量不足、分布不均等现象，导致了各地儿童医院均不同程度地出现就医困难、床位短缺、医护人员超负荷运转和儿科医疗人才流失等现状。最新数据显示中国执业临床儿科医生或存在超 20 万人的缺口[6]，除此之外，不同类型医疗机构间儿科医师学历分布不均，医疗水平差距显著，基层儿科医师职称低、学历低，亟须对儿科诊疗规范及执业技能进行培训，因此对

于儿科医疗资源的补充显得尤为关键。

在新媒体行业日益火爆的时代,大量新兴传播形式如短视频、直播、图文等被应用于科普传播。而视频形式通过将抽象的概念具体化,将枯燥的文字生动化,将扁平的信息立体化,以简短生动的内容呈现快速抓住受众的眼球,拥有灵活的传播形式、海量的信息基础、便捷的实时交互等优势,能有效直接的输出健康知识,使科学知识走近、影响公众,提升社会的精神气质和文化底蕴[7]。将科普与更具活力的短视频相结合,通过非文字的方式能够更加深入人心,提高医学知识的接受度,达到更好的传播效果,从而可以弥补儿科医疗短缺的现状。

2021年泛知识类短视频播放量年同比增长74%,其中科普类同比增长207%,稳居知识类短视频前三,但健康科普类内容在娱乐内容相对饱和的短视频平台中占比相对较小。在健康中国发布的《2019年健康中国健康科普视频洞察报告》显示,健康科普视频内容热度较高,大众对健康科普内容有着强烈诉求,且用户在观看过相关短视频后,对于医疗信息、问诊、挂号等服务产生明显需求。从目前医学科普视频内容看,大部分的内容围绕老年人及成年人疾病居多,儿童健康板块相对较少,而在实际生活中儿童哮喘、肺炎、抽动症、脾胃病、抑郁以及各种传染病等屡见不鲜,对儿童健康危害极大,甚至伴随儿童一生。因此,在新媒体时代的背景下,可借助各种视频软件爆火的契机,儿童健康问题通过科普视频进行有效普及,提高大众对儿科疾病、健康知识的了解程度。

4. 科普短视频传播儿科常见疾病的策略(内容/视频制作/投放)

4.1. 把握视频受众群体

由于儿科健康科普视频的受众定位于儿童及家属,因此不管是从年龄层次还是类型来看,内容都应通俗易懂,贴近生活。并且从本质来讲,科普就是一种社会教育[8],应以大众的需求为导向,做看得懂、学得会、用得上的实用科普。

儿童健康科普视频的价值靶向是为提升儿童整体健康水平,从健康管理政策定义来看,《纲要》将儿童纳入15项专项行动四大主体之一,阐述“孩子亦需要成为自己健康的第一责任人、需要为自己的健康负责”,且明确指示推进儿童健康自我管理、增强个人健康主体责任意识,倡导“每个人是自己健康第一责任人”的理念[9]。因此在儿童健康科普视频应尤重视儿童群体喜恶特点,制作儿童能看、爱看、感兴趣的视频,使儿童在耳濡目染中掌握一般疾病的预防,甚至面对突发急性事件的处理,在生活中保持积极良好的习惯,从儿童自我学习出发进行科普能在源头上更有效的传播相关健康知识,并且从早阶段贯彻健康理念有利于提升成年后的健康水平。具体视频形式可借鉴B站“A博士云课堂”up主发布的“孩子一看就涨知识的儿童科普纪录片”系列视频,该系列视频通过通俗易懂的语句,采用动画形式,传达疾病有效信息,从小建立儿童对疾病的基本认知。

家属作为小孩的第一监护人,对儿童健康承载着不可忽视的关键作用,与此同时还存在儿童年龄过小及自理、认知能力尚且缺乏的客观情况,因此儿童健康科普视频的受众主体依旧是以家属为核心,针对家属,儿童科普视频应紧扣儿童常见疾病临床表现、基础防治措施,而不应做“废话科普”、“无效科普”。

4.2. 重视视频内容质量

科普视频内容首要核心便是科学性。对于一个优秀的科普视频来说,内容的质量尤为关键。目前儿童科普视频缺乏选题的系统性策划和内容的深层次挖掘,同时质量良莠不齐,缺乏相关部门质量监督,出现一些人滥用噱头,进行一些错误科普,维护科普内容的科学性是医疗科普的首要前提。错误科普会带来严重后果,因此针对发布科普视频的用户及视频内容需要在未来进行更为严苛把控,例如应加强医

专业人士对科普内容的审核, 严格把控科普视频发布者的医学背景。

科普视频还应重视效用性, 因视频传播对象多聚焦在家属群体, 因此把握受众需求是内容产出的核心。首先可关注近几年儿科疾病流行病学趋势, 针对发病率逐年增高或发病率激增的疾病可做重点详细科普, 目前儿科门诊多以感冒、咳嗽、哮喘、紫癜、抽动障碍、发育问题等常见, 还可通过网上及儿科门诊做问卷调查了解目前家属最想了解的疾病及问题。有针对性的内容产出才能将医学科普效果最大化, 实质性解决现实问题, 达到精准有效的科普, 提高儿童健康水平, 解决儿童家属的切实所需。什么内容是家属最关心的, 无非是疾病的诊断, 治疗及预后, 因此常见疾病的诊断要点、基础治疗、饮食禁忌、疾病预后等都是科普重点, 在积极灌输健康知识的同时, 可有效提高儿科门诊医生效率, 将有效医疗资源分给更多的患者。

4.3. 丰富视频元素形式

从医学科普视频性质来看, 其内容以冗杂枯燥的医学知识输出为主, 如何能将复杂的疾病原理持续得到有效“回应”的普及, 在制作视频的呈现设计上得紧跟进时代热点, 与社会同频, 才能使科普视频获得可持续性的流量, 形成长时间、大范围普及, “大健康时代”才算真正践行。目前最常看到的儿童健康科普视频大多为医生讲解疾病症状、治疗, 虽直切主题, 但形式单一, 易引起视觉疲劳, 普及程度相对有限。儿童科普视频的呈现可利用多元化的形式, 例如将复杂的疾病机制转化为形象动画, 不仅清晰易懂, 印象也会更加深刻; 将医生的平铺直叙的陈述转变成情景复现; 将街头采访或病人采访融入视频作为视频开头; 或以故事、小纪录片的形式使科普视频内容更加深入人心, 例如抖音名为“你好儿科医生”通过拍摄儿科真实案例, 记录从接诊到治疗整个过程, 内容充满视觉冲击, 引起了不错的反馈, 累计获赞 1381.8 万赞, 积累了 293.2w 粉丝。以上方式皆可丰富儿童健康科普视频呈现形式。

丰富的呈现形式可迎合更多人的偏好, 进一步扩大了科普的受众人群, 在无形中将传统的儿童健康科普知识与现代自媒体完美融合, 捕捉时代热点, 穿插一些可融合的实时“网感”词汇及内容去摸索医学知识与现代潮流的平衡点, 使晦涩难懂的医学知识变得“平易近人”, 将儿童健康科普知识真正全民化普及, 提高自我意识, 给受众群体带来实际有效的帮助。

4.4. 利用多渠道组合投放

将制作的科普视频不仅限于一个平台去投放, 而在抖音、公众号、B 站、快手等多平台投放, 粉丝进行分享转发而形成裂变式传播, 最大程度积累各平台粉丝及流量从而达到一个广范围科普的效果。微信公众号具有成本低、操作便捷、用户数量多、方便二次传播等巨大优势, 视频号的点赞可形成链式传播, 而基于阅读、点赞和评论等指标, 评价科普视频的传播影响力乃至实际传播效果是有意义的; 短视频已成为人们日常生活的重要组成部分。短视频平台集转发、评论、点赞等功能于一体, 可以使短视频传播范围更广、互动性更强。在第 51 次 CNNIC 报告指出, 截至 2022 年 12 月, 我国短视频用户规模首次突破 10 亿, 用户使用率高达 94.8%, 短视频 APP 也随之成为全民性应用软件。艾媒咨询数据显示, 抖音、快手是目前为止短视频类 APP 头部平台, 哔哩哔哩以 13% 的占比位居第三[10]; 小红书小红书拥有超过 2.6 亿的月活用户, 其中 60% 的日活用户每天都会在平台主动搜索, 日均搜索 3 亿次, 小红书已替代知乎成为首选的搜索引擎, 在搜索领域具有极大优势。除多平台投放之外, 创作者应充分考虑受众性别、地域等因素, 覆盖不同类型的用户群体, 形成矩阵效应, 以满足多元需求。

儿童健康科普视频不仅要重视内容的质量, 视频的传播渠道也尤为关键。多平台组合投放的同时, 应重视在不同平台账号的差异化运营、作品的多平台分发, 进一步探索各平台流量规律后, 了解视频类型偏好, 建设出更稳定的儿童科普视频输出平台, 形成更有效更精确的广范围儿童健康科普视频传

播效果。

5. 儿科疾病科普视频传播意义及未来展望

近年来,我国儿童健康水平虽然明显提升,但儿童早期健康服务仍存在儿童医疗保健资源供需矛盾突出,儿科医师短缺形势严峻,城乡、地区间儿童健康发展不平衡,贫困儿童健康水平较低等问题。在研究儿科疾病健康科普类短视频的传播及策略,一方面,为科普短视频传播主体提供一些有价值的经验参考,提高短视频知识传播的科学性、有效性,做“实用科普”,补充现实资源的短缺;另一方面,医学科普视频存在意义便是降低患病率,缩短病程,恢复健康,提高医学意识,广范围普及儿童健康知识,有益于提升大众健康素养,可从根源建设健康时代,例如海姆立克急救法的有效科普挽救了很多人的生命,人人皆可为“医生”。儿童医生、主流媒体、卫生健康部门、医疗机构等合理用药科普传播主体应主动适应短视频时代舆论生态、文化业态、传播形态的深刻变化,坚持为人民健康服务的根本宗旨,利用短视频时代背景^[11],积极传播儿科知识,有效回应用户需求及意见。目前来看儿童医学科普视频存在数量少,内容质量良莠不齐、输出功能相对弱化、技术不足和人员短缺等一系列问题,未来应提高儿童科普视频产出,不断优化健康短视频的发展路径,总结流量及传播效果中探索出制作儿童健康视频的最优解,建立科学有效的科普平台,全面促进儿童健康水平,进一步达到健康中国的目标建设。

基金项目

成都中医药大学校级课题:以“支气管哮喘科普视频”制作为示范探索儿科常见病科普平台建设的
研究,课题编号:KPZX2022004。

参考文献

- [1] Smith, D.K., Kuckel, D.P. and Recidoro, A.M. (2021) Community Acquired Pneumonia in Children: Rapid Evidence Review. *American Family Physician*, **104**, 618-625.
- [2] 刘婷婷, 齐金蕾, 殷菊, 等. 2008 年至 2018 年中国 0~19 岁人群哮喘死亡现状及变化趋势分析[J]. 中华实用儿科临床杂志, 2021, 36(6): 471-475.
- [3] 姜妍琳, 张普, 翟睿, 等. 中国儿童抽动障碍患病率及危险因素系统评价[J]. 中国儿童保健杂志, 2023, 31(6): 661-667.
- [4] 郭蓉娟, 袁勇贵. 青少年抑郁障碍中西医结合防治指南[J/OL]. 北京中医药大学学报: 1-24. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.3574.R.20240514.0929.004.html>, 2024-10-14.
- [5] 世界卫生组织. 世卫组织总干事谭德塞博士将率领世卫组织代表团参加在汉堡举行的二十国集团峰会[EB/OL]. <https://www.who.int/zh/news/item/04-07-2017-who-director-general-dr-tedros-will-lead-who-delegation-at-the-g20-summit-in-hamburg>, 2024-01-04.
- [6] 开迪. 促进儿童发展: 福利政策与服务模式[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2018: 231.
- [7] 谈远锋, 宁小清. “爱中医爱中药”实践教学体会——以小学生中医药科普活动为例[J]. 天津科技, 2022, 49(5): 75-77, 82.
- [8] 王堃文. 增加科普内容 突出报纸实用性[J]. 新闻研究导刊, 2017, 8(6): 164.
- [9] 国家卫生计生委解读《“健康中国 2030”规划纲要》建设健康中国的行动纲领[J]. 亚太传统医药, 2016, 12(21): 2.
- [10] 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[EB/OL]. <https://www.100ec.cn/detail--6583854.html>, 2021-01-26.
- [11] 朱亦凡. 健康中国背景下合理用药科普类抖音短视频优化策略研究[J]. 科技传播, 2024, 16(16): 53-56. <https://doi.org/10.16607/j.cnki.1674-6708.2024.16.010>