

管理学

抖音短视频平台健康信息的媒介传播及管理策略探析

郭守运 林 腾

摘要：健康信息传播是一项必要的公共卫生事项，而抖音短视频平台则助力了健康信息传播效果的提升。在抖音平台，健康信息具有受众接收平等化、信息传播精准化和呈现方式多元化等优势。通过对其中高效传播的健康科普短视频进行内容分析发现，论述详细、可信度高和使用多元传播策略是这些视频的共性，可以作为经验进行推广。同时，研究也发现目前抖音平台的健康信息传播存在着受众难辨信息真伪和信息引起受众焦虑的问题。因此，抖音平台应当完善健康信息传播领域的账号认证机制，还要通过推送视频对创作者进行指导。此外，抖音平台还应该做好对平台受众的媒介素养教育，维护传者和受者的交流环境。在监管方面，抖音平台则要进一步完善信息的识别和预警机制。

关键词：健康信息传播；抖音；媒介管理

DOI:10.16100/j.cnki.cn32-1815/c.2023.01.011

健康是人类永恒的话题，世界各国都把提高公共卫生质量和卫生水平作为社会发展的优先战略。特别是自2020年1月新冠病毒感染暴发以来，健康更是成为备受大众关注的焦点。实现全民健康覆盖是联合国《2030年可持续发展议程》的重要目标，也是我国一直致力于落实并寻求多方合作的事业，而高效的健康信息传播则是这一事业的重要组成部分。美国学者罗杰斯认为：“健康信息传播(Health Communication)是任何内容与健康有关的人际

传播，其目的是通过普及医疗卫生知识，改变受众的态度和行为，从而降低疾病的传播率和致死率。”^①早在传统媒体时代，健康信息就已通过各类媒体进行传播，报纸杂志的健康专栏和电视上的养生节目以及卫生宣传广告就充分地证实了这一点。随着技术的进步，新媒体为健康信息传播效率的提高提供了一个难得的契机。

^① Rogers, “The field of health communication today: an up-to-date report.”, Journal of Health Communication, no.1, 1996, pp.15-23.

先前的一项研究证明：“经常使用新媒体获取医疗健康信息的个体会拥有更好的健康状况。”^①因此，如何利用好新媒体提高健康信息的传播效率成为当下应当关注的问题。

一、抖音平台健康信息传播的时代优势

在众多类型的新媒体当中，抖音短视频平台是当前健康信息传播的有效途径之一。短视频的原创性、互动性和社交性，让年轻一代在寻求健康信息时体验更佳。同时，短视频提供了多样化的信息呈现形式，包含丰富的技术功能，如评论、聊天、关注、点赞和直播等，这些功能让公众更乐意通过短视频平台获取健康信息。除此之外，短视频在一些年龄较大的群体中逐渐得到普及。以上特点意味着健康信息可以以短视频为载体进行传播以提升影响力。目前，我国最具代表性的短视频平台是短视频社交软件“抖音”。据2021年的一项统计数据显示：“有45.2%的短视频用户选择使用抖音，抖音也成为我国用户数量最多的短视频平台。”^②因此，通过对抖音中传播效果较佳的健康信息进行内容分析，了解其优势与不足，并从政府监管、平台约束等视角提出管理方面的建议，有助于提高健康信息在抖音等短视频平台的传播效率。

抖音中的健康信息拥有更好的传播效果得益于抖音的既有特点。具体而言，海量用户、算法技术和内容形式的多样化使抖音平台中的健康信息具有平等化、精准化和多样化的优势。

首先是信息接收的平等化。在传统媒体时代，信息传播具有明显的不平等态势。美国学者蒂奇诺提出的“知沟”理论认为：“社会经济地位较高的受众拥有更快的信息接收速度和更多的信息接收量，这会扩大受众之间的知识鸿沟。”^③“知识鸿沟”出现的原因在于部分受众受到经济和知识背景等方面的限制而难以接入媒介获取信息。但在新媒体时代，短视频平台的出现正在减少这一现象。根据CNNIC的数据显示：“截至2021年6月，我国短视频用户的规模达到9.34亿人，占整体网民数量的90.5%。”^④抖音等众多短视频平台的高普及率意味着更多的人可以通过这些平台接收健康信息，健康信息由此

可以覆盖到拥有不同经济水平、知识背景和不同年龄的受众。这有助于促进健康信息获取的平等化，进而推动健康信息得到更加高效地传播。

其次是信息传播的精准化。健康信息是一个宽泛的概念，它包括一切与人类健康有关的信息，并且可以细分为疾病、卫生、药物、养生等多个层面，每个层面又包含着多个小类。并且，互联网的信息海量的特点使得各式各样的健康信息得以在其中传播，增加了受众获取目标信息的难度。针对这一问题，抖音给出的解决方案是信息的精准推送。精准推送是“抖音”的基本运行策略之一，“它通过算法技术采集用户的资料信息并对用户进行画像，再将平台存在的信息与画像进行匹配，最后将信息推送到用户的眼前”^⑤。精准推送对健康信息传播产生的益处在于，受众可以快速在海量的信息中获得自己想要了解的健康信息，通过提高信息传播的准确度提升信息的传播效率。

最后是信息呈现方式的多元化。一方面，相较于纸质媒体和广播媒体，抖音的优势在于它能同时结合画面、声音和文字三种形式呈现信息，这对于健康知识的传播极其重要。健康信息中常含有一些较为深奥的知识，如何减少受众接受这些知识的难度是长期困扰传播者们的一大问题。在先前的研究中也有学者提出：健康传播需要结合专业性和通俗性，要让普通人能准确地理解信息。^⑥在抖音中，健康信息传播者往往可以通过亲身演示或动画演示等方

① Tang、Wang, “Effects of New Media Use on Health Behaviors: A Case Study in China.”, Iranian Journal of Public Health, no.5, 2021, pp.949–958.

② 《2021年中国短视频用户最常使用的短视频平台Top5》,艾媒数据中心,2021年1月28日,<https://www.iimedia.cn/c460/76765.html>。

③ Tichenor, Donohue, Olien, “Mass Media Flow And Differential Growth In Knowledge.” Public Opinion Quarterly, no.2, 1970, pp.159–170.

④ 《第49次〈中国互联网络发展状况统计报告〉》,中国互联网络信息中心,2022年5月29日,<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxzbg>。

⑤ 陈昌凤、师文,《个性化新闻推荐算法的技术解读与价值探讨》,《中国编辑》2018年第10期。

⑥ 白净、吴莉,《健康传播中的可视化应用——以新冠肺炎报道为例》,《新闻与写作》2020年第4期。

式,将知识可视化地呈现给受众,帮助受众直观地理解知识,从而影响他们的态度和行为,达到健康传播应有的效果。另一方面,抖音的信息呈现简洁的特点,更符合碎片化时代大众的要求。大众可以利用碎片化时间浏览相关信息,这种随时可得的便捷性进一步扩大了健康信息的影响力。

健康信息在抖音中具有信息接收平等化、信息传播精准化和呈现方式多样化等优势,这使得抖音具有成为当今健康信息传播主要阵地的潜力。然而,尽管优势众多,抖音中的健康科普类短视频却在传播效果方面存在着较大的差异。如何利用这些优势以优化健康信息在抖音中的传播效果,是有必要进一步探讨的问题。

二、抖音平台健康科普信息的内容分析

高效传播的健康科普类短视频往往具有共性,这些共性与它们的传播效率密切相关。因此,以具有代表性的短视频平台“抖音”为样本选择范围,从视频信息、内容质量和受众反应三个层面分析高效传播的健康科普类短视频,有助于梳理其共同特点,为政府部门和抖音平台对健康科普类短视频的管理提供参考。这一分析主要分为以下两个步骤。

一是样本选择与数据抓取。通过在抖音平台搜索健康知识、疾病、卫生知识和健康科普四个关键词,按点赞量从高到低排序后使用 Python 程序抓取视频信息,共获得有效视频 468 个。在此基础上,研究选择其中传播效果最佳的 100 个短视频进行内容分析。传播效果是指传播行为在受传者身上引起的心理、态度和行为上的变化,是一个抽象概念。因此,在对传播效果进行排序之前需要对其进行量化处理。在抖音平台中,受众对某一视频的点赞、评论、转发和收藏等行为都可视为受众的心理、态度和行为发生改变的结果。因此,视频收获的点赞量、评论数、转发量和收藏量可以反映短视频的传播效果。由于每个视频收获的各项数据不同,在计算各个视频传播效果时,需要先利用自然对数对四项数据进行标准化,再用熵值赋权法对四个指标进行权重赋值,最后计算出每条短

视频的传播效果并选取数值最高的 100 条视频进行内容分析。传播效果的计算公式如下:

其中, E 为视频的传播效果数值, X_1 、 X_2 、 X_3 和 X_4 分别为每条视频的点赞数、评论数、收藏数和转发数数据。 B_1 、 B_2 、 B_3 和 B_4 则分别为对应的权重值。此外,为了进一步了解受众对健康信息的情感反应情况,每条视频的评论区中获赞最多的 15 条评论文本也被抽取出来,作为研究样本加入内容分析当中。

二是通过 Divominer 软件对已抓取的样本进行编码分析。首先,通过对已有研究的梳理,结合短视频的传播特点,可以从视频信息、内容质量和受众反应三个层面对短视频进行内容分析。其次,为了确保最终编码方案的有效性,研究在正式编码前,随机抽取 20 个样本进行预编码处理。最终的编码方案如表 1 所示。最后,在信度测试方面,为保证研究结果的科学性,两位编码员随机抽取了 20 个样本进行独立编码。最终,通过 Divominer 的信度计算功能得出,编码员之间的霍尔斯蒂系数为 0.79,表明编码员之间信度良好,可以对其他样本进行编码。

表 1: 内容编码表

分析层面	序号	类目	编码项
视频信息	1	视频时长	1= 30 秒内;2= 30 秒至 1 分钟;3= 1 分钟至 2 分钟;4= 2 分钟以上
	2	视频来源	1= 从业医生 / 医疗专家的个人账号;2= 医院的官方账号;3= 互联网医疗机构的官方账号;4= 新闻媒体的账号;5= 其他个人自媒体
内容质量	3	详细程度	1= 详细介绍且论证观点;2= 详细介绍;3= 简要概述;4= 简单提及
	4	是否引用研究数据	1= 是;2= 否
	5	呈现形式	1= 问诊现场实录;2= 现场演示;3= 个人讲述;4= 原创动画
	6	呈现策略	1= 设置悬念;2= 开门见山;3= 给予警示;4= 部分夸大
受众反映	7	高赞评论的情绪反应	1= 提出质疑(转至类目 8);2= 表示困惑;3= 产生焦虑;4= 表示得到帮助;5= 表示赞赏
	8	提出质疑的原因	1= 与其他科普视频内容冲突;2= 与个人生活经验不同;3= 缺乏数据;4= 部分内容难以实现

通过对样本进行编码分析发现,抖音平台中传播效果良好的健康科普类短视频在内容质量和传播策略上拥有一些共性,这些共性与健

康科普类短视频的传播效率有着紧密的联系，对指导抖音平台管理健康信息短视频具有重要意义。

其一是视频内容论述详细。一方面，尽管已有的研究普遍认为碎片化时代受众将更倾向于接受短、平、快的碎片化信息。但研究结果表明，在所抽取的100份样本当中，40%的视频时长在2分钟以上，26%的视频时长在1分钟到2分钟之间。视频的时长往往与视频内容的丰富程度直接相关。由此可见，内容丰富、时长较长的健康科普类短视频在抖音平台中不仅没有受到排斥，反而呈现出了良好的传播效果。另一方面，编码类目“内容的详细程度”的结果显示，45%的视频内容详细，即传播者详细介绍了视频主题的主要内容。33%的视频内容非常详细，即传播者不仅详细介绍了视频主题的主要内容，还延伸了其他相关知识或讲述了相关例子，帮助观众理解。由此可见，内容翔实的健康科普类短视频在抖音平台中更受欢迎。

其二是视频内容具有可信度。信息具有可信度是受众接受信息的重要前提。从编码分析的结果来看，抖音平台中传播效率较高的健康科普类短视频具有较高可信度。这主要体现在两个方面，一是传播者具有权威性。在调查的样本当中，有72%的视频来源于从业医生或医疗专家的个人抖音账号。有16%的视频来源于互联网医疗机构的官方账号，如丁香医生、南方健康等，这些账号均通过了抖音平台的认证。专业人士往往被视作行业权威，他们传递的信息更容易被受众接受。二是视频内容大多引用了相关的研究结论或数据。在收集的样本中，有69%的短视频引用了相关研究的结论或权威机构发出的数据，一些从业医生也会适当提及在实际工作中遇到的相关案例。研究的结论和数据可以使信息看起来更具有科学性和可信度，相关案例的阐述则有利于拉近传播者与受众之间的距离，提高信息的可信度。

其三是视频传播运用了多种策略。在所收集的样本中，抖音平台的健康科普类短视频主要采用了四种内容呈现策略，即开门见山、设置悬念、给予警示和部分夸大，各种策略常交互出现。其中，使用频次最多的策略为“开门见山”，

有53%的视频使用了该策略。“开门见山”是指在视频的题目或开端就点明该视频的主题，让受众能直截了当地明晰主要信息并选择是否继续观看。对于受众而言，他们一旦发现视频的内容符合自己的预期，便会投入其中以期获得更多的信息，从而能最大限度地接收视频传递的所有信息。“设置悬念”策略和“给予警示”策略同样也多次出现，分别有45%和30%的视频采用这两个策略。“设置悬念”即通过设置问题等方式让受众猜测视频接下来要传递什么信息，由此引起受众的好奇心。“给予警示”则是通过告知受众潜在的风险，激发受众观看视频的动机。这是因为受众在接收到风险信号后，试图通过接收更多的信息去寻找规避风险的有效途径。从整体上看，这些策略的基本逻辑在于激发受众的动机，从而使受众进一步接收信息。由此可见，激发受众获取信息的动机是促进健康信息传播的一大要素。

健康科普类短视频的共同特点解释了为何它们拥有良好的传播效果，这些特点可以作为经验，为抖音平台对健康科普类短视频的管理与引导提供方向指导。

三、抖音平台健康信息传播的现实困境与管理策略

尽管研究抽取的样本具有良好的传播效果，其成功的经验可以起到指导作用，但通过内容分析也发现影响健康信息传播效果的问题仍然存在。这些问题将是抖音平台在管理健康科普类短视频时应当注意的重点。

一方面，抖音平台的大部分受众缺乏甄别健康信息真伪的能力。由于健康信息的专业性强，信息接收者需要拥有足够的知识背景，才能自主判断信息真伪。但是，大部分受众缺乏相关的知识背景。通过对每条视频的评论区中获赞量最多的15条评论进行编码分析发现：30%的视频评论区中有受众质疑信息的真实性。在这些被质疑的视频中，68%的视频被质疑是因为被受众认为与其他科普信息产生冲突，71%的视频被质疑是由于受众认为其与个人日常生活经验不相符。这表明大部分受众并不具备合

理使用理论依据判断信息真伪的能力,他们更多通过既有认知与信息的符合程度来判断。然而,这种“经验主义”的方法并不能帮助他们正确区分真伪。因此,有必要减少抖音平台中虚假健康信息的传播,同时提升受众判断信息真伪的能力。

另一方面,抖音平台的健康信息传播引发了部分受众的健康焦虑。健康信息传播的初衷之一是帮助大众掌握更多的健康知识,减少对身体状况和疾病发展的未知性,从而以平稳的心态面对生活。但抖音平台中的健康信息传播却存在着引发受众焦虑的问题。在所收集的样本中,21%的视频评论区中,有受众表示自己在观看视频后对自身的身体状况产生了怀疑和焦虑。这一现象尤其常见于疾病科普类短视频当中。当传播者在描述某些可能与疾病有关的身体表现时,有类似表现的受众会怀疑自己是否患有某一疾病,从而陷入对自身身体状况的焦虑当中。这一现象也常出现在饮食健康科普类信息中,当传播者告知受众某一食物可能诱发疾病时,受众会因为自己爱吃这一食物而感到恐慌。这与传播者滥用“给予警示”的传播策略有关,因为这一策略的目的是让受众感知风险从而吸引其注意力。因此,如何通过优化传播策略,让受众感知到风险,重视风险,同时又不使其过度焦虑,成为当下亟待解决的问题。

抖音平台中健康科普类短视频传播存在的问题,阻碍了健康信息传播效率的提升。因此,抖音平台作为传播渠道的管理者和运营者,应当发挥自身的作用,帮助推动健康科普类短视频的内容质量和传播效果。具体而言,抖音平台与传者、受者和传播内容三个主体都存在联系。因此,抖音平台的管理者可以根据这三个主体的特点采取相应的策略。

首先,对于健康科普类短视频的传播者,抖音平台应该在账号管理和内容生产两方面进行管理。就账号管理而言,抖音平台应进一步完善个人账号的认证程序,减少认证过程中的障碍。在抖音平台,得到平台认证的专家医生往往被受众视为权威,他们传递的信息更易被受众接受。因此,抖音平台可以出台奖励策略,如已认证的账号可享受优先分配流量、提高热度上限

等额外权益,鼓励更多专家医生主动进行账号认证,继而提高平台内权威医疗科普账号的数量。同时,抖音平台也应该严格把控认证材料审核环节,既要确保申请者提交的材料与实际情况相符,还要确保认证账号由申请者进行管理而非他人使用,维护官方认证的权威性。就内容生产而言,抖音平台可通过平台算法,将与创作技巧有关的内容精准推送给创作者。例如,抖音平台可以生成制作健康科普类短视频的教程,并将这些教程推送给相关创作者学习和参考。

其次,对于健康科普类短视频的受众,抖音平台应该做好教育指引和环境营造。一方面,抖音平台可以通过教育指引的方式,提升受众的媒介素养。“媒介素养是指使用各种媒介形式进行访问、评估、制作和交流的能力,它的重点在于批判性思考。”^①拥有良好媒介素养的受众在接收信息时,能够不轻信信息,并进行进一步的求证。这有助于减少虚假信息对他们的影响。因此,抖音平台可以制作与信息分辨技巧、信息搜索技巧等有关的系列动画或系列短剧,以短视频的形式推送到用户的首页,帮助平台用户提升媒介素养。另一方面,抖音平台应当为健康信息传播者与接受者营造良好的沟通环境,“改变了传统社会的文化结构,打破了传播机构和精英分子对于媒介的把持,知识和思想中心出现了多元化趋势。”^②在当今的互联网平台中,民众与精英群体的隔阂导致了负面情绪的蔓延和反智主义的抬头,使得大部分受众难以理智地接收信息。例如,部分受众因为健康信息的内容与自身生活经验不同,就对其持全盘否定态度,甚至对信息传播者进行辱骂、造谣等人身攻击行为。这些现象加深了传者与受者之间的隔阂,阻碍了健康信息在抖音平台的传播。因此,抖音平台应当加大审核力度,及时管控视频评论区中人身攻击、传播谣言等行为,保障传者与受者之间的信息交流环境。

最后,在传播内容上,作为信息传播监管者

^① Patricia, Charles, “Media literacy: a report of the national leadership conference on media literacy.” Queenstown, Aspen Institute, no.12, 1992, pp.3–16.

^② 徐国源:《新媒体传播与知识生产转型》,《东吴学术》2014年第1期。

的抖音平台,应当完善信息的识别和预警机制。抖音的主要局限是信息缺乏可靠性,平台中的健康信息同样如此。在健康信息传播中,受众一旦采信了虚假的、有偏误的健康信息,就会对身心健康造成威胁。针对这一情况,作为监管者的抖音平台应当介入。具体而言,一方面,由于健康信息专业性较强,抖音平台可以与有相关知识背景的个体合作,如医学生或健康领域从业者,邀请他们在业余时间参与审核活动,并给予相应的经济补贴。另一方面,抖音平台可以在视频中添加受众情绪反应反馈功能,即在视频的最后阶段,邀请受众就“视频是否引起不良情绪反应”等相关问题进行评分。通过这种方式,抖音平台可以快速了解视频是否会引起受众的不良反应,从而给出警示信号,必要时还可对视频进行“退回”处理。

综上所述,抖音平台推动了健康信息的接收平等化、传播精准化和呈现多元化,有利于提升健康信息的传播效果。通过内容分析发现,高效传播的健康科普类短视频普遍具有论述详

细、可信度高和策略多样的特点,抖音平台可以将这些经验推广给健康信息的创作者。同时,抖音平台的健康信息传播也面临着受众难辨信息真伪和健康信息引起受众焦虑的现实困境。因此,抖音平台应从账号管理和内容生产两方面对传播者进行管理,还要通过做好教育指引工作提高平台受众的媒介素养,通过营造良好的交流环境减少传者和受者之间的隔阂。最后,抖音平台还应当完善信息的识别和预警机制,履行好健康传播监管者的职责。

【本文为2020年度广东省“十三五”哲学社会科学规划项目(GD20CZW03)阶段性成果。】

【作者简介】郭守运,文学博士,华南师范大学城市文化学院副教授、硕士生导师,研究方向:文化传播;林腾,华南师范大学城市文化学院硕士研究生,主要研究方向:新闻传播与媒介管理。