

以短视频为载体的中医药文化科普实践研究

白丹宇 刘琳^{通讯作者}

(广西壮族自治区药用植物园, 广西南宁 530023)

摘要: 当前, 短视频平台飞速发展, 已经逐渐成为人们获取信息的重要渠道之一, 深受年轻群体的欢迎和青睐。中医药文化是我国优秀传统文化中的重要组成部分, 有着悠久的发展历史, 更蕴含着中华民族千年来的健康养生经验。通过短视频平台宣传中医药文化, 不仅能够拓宽中医药文化的宣传渠道, 拓展受众面积, 同时还能够使我国中医药文化得以生动、直观地呈现给公众, 强化他们对中医药文化认知, 提升其接受程度, 为普及中医药文化奠定坚实基础。对此, 本文就以短视频为载体的中医药文化科普实践进行简要分析, 希望为广大读者提供一些有价值的借鉴和参考。

关键词: 短视频; 中医药文化; 科普

中医药文化是我国的文化瑰宝, 其中不仅蕴含着丰富的中医理论知识, 同时还具有独一无二的诊疗方法和养生方法。中医药的理论体系以阴阳五行学说为基础, 强调要以预防疾病为主、治疗次之的健康理念。在诊疗方式上也是丰富多样, 包含针灸、推拿、药剂等方法。中医药文化历经千年的发展, 并不断汲取先进的医疗经验, 逐渐形成了完整且独特的医学体系, 在治疗疾病和养生方面发挥着重要的作用。然而, 在西方医学的影响下, 中医药文化受到较大的冲击, 其传播程度以及接受度受到较大的影响。而在短视频发展背景下, 中医药文化传播和普及迎来了新的机遇。通过短视频平台, 可以将先进的中医理论知识、预防疾病手段以及诊疗方式, 以直观、生动的方式呈现给公众, 以此拓宽他们的视野, 强化他们的认识, 使他们认识到中医药文化独特价值, 并继承和弘扬我国中医药文化, 从而为我国中医药行业发展奠定坚实基础。

一、短视频平台发展现状

当前, 随着网络技术的飞速发展和广泛运用, 短视频平台逐渐兴起, 并逐渐与各个领域广泛融合, 极大地改变了人们的生活方式。短视频是互联网技术与移动通信技术发展的产物, 随着4G、5G网络的逐渐覆盖, 短视频以短小精悍、便捷高效等特点迅速占据视频市场, 用户可以突破时间和空间的限制, 任意时间和地点登录观看短视频, 以此获取信息。这种方式极大地满足了当前人们快节奏的生活需要。现今, 抖音、快手等短视频平台已经逐渐成为人们日常生活中的重要组成部分。

在此背景下, 短视频平台的发展为中医药文化普及和宣传提供了新的发展契机。通过短视频平台, 视频制作者可以将相关的中医理论知识、诊疗手段以及养生方式等内容制作成短视频, 以生动、直观的方式呈现给公众, 这样做不仅能够有效激发公众对中医药的兴趣, 增强中医药文化认知, 提升对中医药文化的接受度, 同时也能够有效拓展中医药文化宣传面积, 使更多的人了解我国博大精深的中医药文化, 从而为他们健康生活奠定基础。

二、短视频对中医药文化推广的重要意义

短视频对推广中医药文化方面具有重要的现实意义。对此, 本文就以下几个方面进行简要叙述:

首先, 随着短视频平台的广泛使用, 使得信息传播的速度和效率明显加快。以短视频为载体, 传播传统中医药文化, 能够快速、高效地触达受众群体, 并且通过生动、形象的视频内容, 激发受众群体的兴趣, 使他们逐渐了解和认识传统中医药文化, 从而提升社会公众的中医药文化接受程度。

其次, 短视频具有强大的互动功能。受众群体能够通过短视频的点赞、评论以及转发等功能, 与短视频制作者进行沟通和交流,

分享自己的中医诊疗和养生经验。这不仅能形成良好的社区氛围, 促进中医药文化的交流和互动, 同时还能够提升中医药文化短视频的传播力, 使其更为广泛地传播。除此之外, 短视频平台可以借助人工智能、大数据技术以及算法推荐等技术的优势, 收集用户的相关数据, 并以此为基础, 向他们有针对性地推动中医药文化内容, 从而提升中医药文化普及的精准度, 更好地满足用户的多元化需求。

再次, 短视频的形式多样, 内容丰富。视频制作者可以将传统中医药文化与动画、故事、实践操作等进行有机结合, 通过这样的方式, 将中医药文化更加直观、生动地呈现给受众群体, 从而提升他们对中医药文化的理解和认知。

最后, 短视频制作成本较低。与其他视频制作相比, 短视频的制作成本相对较低, 这使得中医药机构以及个体创作者能够更加轻松地开展视频创作和发布, 这样一来, 中医药文化宣传工作的门槛将会大大降低, 从而使更多的人了解中医药文化, 认识到中医药知识在维护健康和预防疾病过程中的重要作用。

三、当前中医药文化科普现状

中医药文化是我国优秀传统文化中的重要组成部分, 它经历了千年的发展, 逐渐形成了较为完善的中医药体系, 保持着旺盛的生命力。然而, 当前, 中医药文化科普工作面临较大的挑战。对此本文就以下几个方面进行简要分析:

首先, 中医药文化宣传偏重学术, 缺乏实用性。当前, 我国非常重视中医药文化的普及和宣传工作, 并建立了很多科普宣传教育基地。在宣传基地中往往是中医药学者或研究人员开展学术交流, 探讨中医药行业发展。尽管这有利于推动中医药行业发展, 但宣传基地的受众还包括非专业性受众群体, 这些学术性文化宣传无法被普通受众群体所接受, 他们无法深入理解和运用; 同时, 在对一些实用性药材的辨别、功效以及如何利用中药材进行急救等方面的宣传内容较少, 或者一笔带过, 从而影响中医药文化宣传实效的提升。

其次, 受众群体实际需求分析不准确。当前, 在中医药文化科普和宣传过程中, 经常会出现忽视受众群体实际需求的情况, 相关机构或者负责人并未对受众群体进行深入调查, 无法精准掌握用户真正关心的问题。例如, 大部分受众, 他们往往更加关心如何在日常生活中正确运用中药养生或预防疾病。然而大部分中医药文化推广和普及工作依旧停留在表面, 与受众群体实际生活无法紧密相连, 从而影响宣传和科普实效的提升。

再次, 人员专业素养参差不齐。当前, 开展中医药文化宣传工作的人员主要为高校医学类教师或者医疗工作从业人员, 尽管他们对中医药文化有较为深入地了解, 但在宣传能力、宣传策略

方面却缺少专业素养,导致中医药文化科普工作进展缓慢。此外,以往的宣传模式主要以文字和图片为主,无法有效激发公众兴趣。同时宣传渠道大多依赖于传统媒体行业,比如说报纸、电台、电视等,而忽视了新媒体平台的巨大作用。

最后,短视频平台监管不足,内容质量无法保证。随着短视频平台的广泛运用,且制作门槛较低,原创内容数量开始井喷式增加,这给短视频平台监管增加了较大的难度,导致短视频平台无法全方位监管每一条视频。部分机构、团队或个体制作、发布的视频内容缺乏专业性和规范性,不经仔细研究就随意发布。而社会公众的专业程度不高,辨别能力不强,无法有效辨别视频内容的真假。由此导致很多用户对中医药文化不认同,认为它是迷信,缺乏科学的依据,这对中医药文化的宣传和科普造成巨大的影响。

四、以短视频为载体的中医药文化科普创新路径

(一) 创新短视频内容形式

在信息时代背景下,为了更为有效地借助短视频载体弘扬中医药文化,相关单位有必要对短视频内容进行创新和优化,结合当前审美趋势,借助技术手段,打造一系列符合公众口味的中医药文化短视频,以此激发公众观看兴趣,从而提升中医药文化宣传和科普效果。对此,应对当前受众群体进行深入分析,了解他们对审美喜好和消费习惯,并以此为基础,优化短视频内容,以此激发公众观看兴趣。可以采用动画、微电影等形式,以引人入胜的故事、优美的画面、动人的情节等激发用户观看兴趣,从而打破传统中医药文化刻板的印象,为其注入新的活力。例如,可以以某一特色中药材为主角,制作一系列动画片,通过这样的方式,向公众分享这些中药材的适宜生长环境、特征、功效等;也可以围绕中医药历史中的相关人物或者主题,拍摄一系列微电影。通过细腻、生动的电影语言,将中医药的历史发展进程分享给公众,使他们在了解中医药文化发展历史的同时,深刻体会到中医药文化的内涵,领悟到悬壶济世、救死扶伤、敬畏生命的理念。总之,为了更为有效地借助短视频媒介宣传和推广中医药文化,相关单位有必要对短视频内容进行优化和创新,根据公众需求,打造一系列服务公众口味的短视频内容,以此提升中医药文化科普实效,推动其更好地继承和发展。

(二) 精准定位目标群体

精准定位目标群体,提升短视频内容的针对性,是提升中医药文化科普实效的关键步骤。对此相关单位首先应对目标群体进行深入分析,了解他们的实际情况,从而更加精准地了解目标群体的需求和偏好。例如,年轻人比较喜欢一些趣味性足、画面优美的视频,而中老年人则更加关注中医养生、健康保健方面的内容,对视频画面要求并不高。通过数据分析,可以制定具有针对性的短视频内容,确保其符合目标群体的实际需要。

其次,根据广大受众群体的反馈,不断调整和优化内容策略。例如,一些视频的点击量比较高,用户反馈较好。对此,可以考虑适当增加一些类似主题或者方式的视频制作。此外,为了提升用户的活跃度,还可以组织和开展线上线下互动活动,比如说有奖竞答、中医药知识问答挑战等活动,并针对参与人员赠送精美中医药文创宣传品,以此提升用户的参与度,激发他们对中医药文化的热爱。

最后,为了提升中医药文化科普实效,还可以利用短视频平台算法推荐机制,利用算法的强大功效,将中医药文化短视频有针对性地推送给目标群体,从而提升视频的观看率,促进中医药文化的推广和普及。

(三) 打造中医药文化专业科普队伍

在当前时代背景下,打造一支中医药文化专业科普队伍,是提升科普实效的重要基础。对此,首先,相关单位应对从事中医药文化科普工作的人员进行专项培训,不断提升他们的专业素养和综合能力,以此为制作出高质量中医药文化短视频内容奠定基础。

其次,还可以加大资源投入,组建一支由中医药学相关专业、短视频平台运营优秀从业者以及科普专家等组成的高质量科普队伍,在各个团队成员的协同配合下,以此更为有效地提升短视频制作质量,从而为中医药文化推广和科普奠基。

最后,为了保证短视频内容的真实性、准确性以及规范性,制作单位还应该建立和完善一套严格、完整的内部审核机制。所有中医药文化短视频内容在发布之前都需要经过专门工作人员的审核,待审核通过之后,才能够将其进行发布。同时,团队人员也应与受众群体开展紧密沟通和互动,及时了解受众群体的意见和建议,并以此为基础,不断改革和优化科普内容和方向,以此提升受众的满意度。总之,在新时期,相关单位有必要积极打造一支高质量的中医药文化专业科普队伍,从而提升科普效果,使更多的人了解中医药文化。

(四) 完善平台监管机制

完善平台监管机制是提升短视频质量,确保视频内容真实性的重要举措。短视频平台应构建一套完整的监管体系,对上传的视频内容进行全面、深入审核,确保其真实性和准确性。同时平台可以组建一支专业视频审核队伍,由中医药领域专业人员构成,对相关视频进行严格审查。此外,高校、科研机构、企业等相关单位还应该加大科技研发工作,充分利用人工智能、大数据等相关技术的优势,提升视频审核效率,避免劣质、不实、虚假等视频的发布。

其次,短视频平台还应积极鼓励用户参与监督工作。应开发和完善举报机制,当用户发现相关视频的内容存在质量问题或视频内容不真实、不规范等问题,可以对其进行举报。平台重点核实举报内容,若核实举报有效,可以适当为举报者提供相关奖励,以此激励更多用户参与到视频内容的监督中来。此外,平台还应定期对相关视频进行抽检,并向社会公布违规账号信息以及处罚措施,以起到警示作用。

最后,短视频平台还应与相关政府部门、行业协会、研究机构等开展深入合作,共同制定短视频标准和规范,从而促使短视频平台实现持续发展。

五、结束语

总之,在当前时代背景下,短视频已经成为人们日常生活中的重要部分,给人们的生活带来了较大的便利。为了做好中医药文化宣传和科普工作,有必要以短视频为载体,以此拓宽宣传渠道,拓展宣传形式,提升中医药文化宣传实效,为更好地传承和弘扬中医药文化奠定坚实基础。

参考文献:

- [1] 高鹏飞,崔瑞兰.融媒体赋能中医药文化新传播[J].文化产业,2024(23):126-128.
- [2] 李乐.张仲景中医药文化的时代价值与传播创新研究[J].新闻爱好者,2024(06):70-72.
- [3] 沈颖.中医药文化的全媒体创新传播[J].视听界,2023(06):101-103.