

受众参与度提升对健康文化传播效果的作用分析

黄恋清

广西壮族自治区药用植物园, 广西 南宁 530023

DOI: 10.61369/SSSD.2025030032

摘 要 : 本文分析了受众参与度提升对健康文化传播效果的作用, 探讨了如何通过提高受众参与度来增强健康文化的传播效果。通过回顾相关文献和实地研究, 文章首先总结了受众参与度与信息接受、认同感、传播效果之间的关系。

关 键 词 : 健康文化; 受众参与度; 传播效果; 健康传播

Analysis of the Role of Audience Participation in Enhancing the Effectiveness of Health Culture Communication

Huang Lianqing

Guangxi Botanical Garden of Medicinal Plants, Nanning, Guangxi 530023

Abstract : This paper analyzes the role of increased audience participation in the effectiveness of health culture communication and explores how to enhance the communication effect of health culture by increasing audience participation. Through a review of relevant literature and field research, the article first summarizes the relationship between audience participation and information acceptance, sense of identity, and communication effectiveness.

Keywords : health culture; audience participation; communication effectiveness; health communication

一、受众参与度提升对健康文化传播效果的作用

(一) 受众参与度对信息接受的影响

受众参与度提升可大幅增进健康文化信息的接受度, 在受众主动介入传播过程之际, 其绝非仅为信息的被动接收者, 还能凭借互动、探讨与反馈等方式增强对健康文化的理解和赞同, 这种参与感推动了信息可接受性的提高, 让健康文化的传播不再是单向信息灌输, 而是达成互动与共鸣的过程, 受众积极参与可增强传播精准性, 让信息在传播进程里更匹配受众需求, 由此更高效地推动健康理念获接纳^[1]。

(二) 受众参与度与健康文化认同感的关联

参与度与认同感之间的关系极为密切, 高参与度的受众一般能对健康文化形成更强认同, 这是鉴于其在参与相关过程中得到了更多情感投入与认知进益, 借助活动、讨论及实践等途径, 受众不但能更精准把握健康文化内涵, 还会在现实生活里自觉落实健康理念, 由此实现对健康文化的深层认可, 这种认同感不仅能推动健康文化的向外传播, 还会激励受众采取更积极的健康举动, 以此达成传播的实际成果^[2]。

(三) 受众参与度的提升给传播效果带来的综合效应

健康文化传播效果受受众参与度这一关键方面影响, 高参与度说明受众的关注度、参与度和行动力都处在较高的水平层面, 这直接带动传播效果的积极发展, 参与感的强化使受众在情感和认知方面与健康文化紧密相连, 这种联系不仅推进了传播的深度, 亦能推动传播的广度拓展, 受众高度参与不仅可增强信息传播效力, 还会促进健康文化在更宽泛的范围内推广普及, 实现全

社会共同的认同^[3]。

二、在健康文化传播里提升受众参与度的策略

(一) 创新传播形式, 增加互动性

创新传播形式是提升受众参与度核心策略中的一环, 采用富有创新与趣味互动性的传播形式成为提升受众参与度的关键点。伴随社交媒体平台的普及, 健康文化传播进入全新阶段, 依托社交媒体, 可采用更生动、灵活的模式将健康知识传递给受众, 健康知识问答、线上互动研讨、健康挑战活动样式, 可调动起受众的参与积极性, 培养其对健康文化的喜好。采用此种方式, 健康文化传播不再是干巴巴的知识灌输, 而是变得生动鲜活, 呈现显著的吸引力^[4]。

直播和短视频平台也为健康文化的传播增添了更多创新方式, 依靠专家讲座、健康体验直播、健康生活分享等活动, 受众可获得专业的健康知识, 还可目睹真实案例与实际健康活动, 这种“真人互动”的传播途径可拉近传播者与受众的距离, 增添信息的亲和特质, 进而带动受众参与度的上扬, 直播期间的实时互动特性, 如弹幕及评论区的话语互动, 使观众可在瞬间提问、反馈, 进一步促进了信息互动和参与的积极性^[5]。

(二) 利用情感共鸣, 促进深度参与

促成情感共鸣是提升受众参与度的另一重要手段, 在促进健康文化传播之际, 只是知识传授往往难有感染力, 不易激发受众的深度思考与情感上的认同, 而情感共鸣可高效地突破受众的认知壁垒, 激起其情感波动, 让其在心理和情感维度跟健康文化构

建深层次纽带，从而带动参与积极性的上扬。健康文化传播可借助讲述真实案例达成情感共鸣，由此引发其对健康文化的接纳，健康文化不再只属于抽象知识范畴，而是投入到一个个真实的、具体的情境里面，强化了它的感染力及亲和力^[6]。

依靠情感饱满的语言及画面呈现，亦能有效激发受众的情感共鸣。采用饱含感染力的语言或生动的画面，可更全面地呈现健康文化的意义，令其更易于激发受众的情感波动，展示健康文化所倡导的快乐运动场景之际，通过呈现参与者开心笑容及健康有所改变的鲜活镜头，可引发观众在情感上的共鸣，进而唤起其投身健康活动的动力。这种情感传递不只是停留在理解和认同层面，还可唤起受众心底的积极情感，带动其主动去践行健康文化，情感共鸣亦能推动受众的行为实现改变，情感共鸣可激发人们的行为动力，譬如依照健康饮食指引、加入运动行列、定期做体检等，依靠这种情感驱动，健康文化传播不仅达成了认知的革新，还能在行为层面取得显著成效^[7]。

（三）赋予多样化参与渠道，贴合不同需求

在健康文化传播的过程里，受众需求及参与方式呈现出多样化的差别，推出多种参与途径，以满足多样化受众的需求，也能借助各类线上线下的方式开展，旨在为不同类型的受众增添更多选择，激起其主动参与的念头。线上平台为健康文化的传播开辟了广阔参与空间，由于互联网和社交媒体不断普及，越来越多的健康文化传播活动可借助网络实施，诸如微信公众号、短视频平台、健康知识问答平台等线上平台，可以凭借文字、视频、直播等多种形式呈现健康文化素材。这些平台赋予了便利的参与方式，受众能凭借评论、点赞、转发等方式参与进健康文化的传播里，甚至可借助在线学习、观看视频等手段获得健康知识^[8]。

线下活动依然是健康文化传播的必要组成，人与人面对面的互动不可替代，经由举办讲座、健康讲堂、健康跑、瑜伽课等线下活动，受众不仅可获得专业健康指引，还可和其余参与者开展互动交流。尤其是部分依托健康主题的活动，诸如社区健身实践活动、健康饮食宣传活动，可让受众在实际生活场景里体验健康文化的实践效能，供给多样化参与渠道，可满足不同年龄、性别、兴趣爱好等多维度需求，聚焦于年轻人群，能借助社交媒体、线上健身课程等形式实现传播目的；针对老年这个群体，能借助传统健康讲座、老年人独有的健康活动等方式开展传播活动，经由为不同受众提供相符的传播形式，能够进一步激发其参与兴致，增进参与积极性^[9]。

（四）激励机制的设计，提升参与动力

在健康文化传播进程里，激励机制的设计对增进受众的参与动力极为关键，有效的激励机制不仅能带动受众积极投身健康文化传播活动，还能保证其在参与期间维持高涨的热情与持久度，建立合理的激励机制是带动受众参与度上升的关键因素之一。常见又能产生效果的激励手段是奖励机制，在健康文化传播活动推进阶段，可采用设立奖励的方式鼓励受众参与，诸如为积极参与、互动的受众给予奖品或证书，又可借助设立健康成就奖项等途径，为受众赋予特定奖赏，这些奖励不仅能够契合受众对认可与奖励的渴望，还可激活其积极性，引导其更主动参与健康文

化传播与实践^[10]。

健康文化传播中的激励机制可借社交认可激发受众参与热情，处于社交媒体平台上，受众参与往往会收获一定程度的曝光与肯定，在社交媒体分享健康知识资料、参与健康挑战比拼，可收获其他用户的点赞、评论与转发，这种社交认可不仅唤起受众内心的自豪感，还会让其察觉到社会对其参与健康文化传播的赞许。依靠这种社交互动，激励机制可进一步驱动受众参与的积极性，催生传播的良性循环，搭建长期激励机制同样是促进受众持续参与的有效途径，筹备长期健康计划安排，订立健康目标并实施奖励，可促使受众在长期范围内保持参与积极性，依靠设立年度健康成就奖、持续健康挑战赛等活动，同样会推动受众不停地参与，提高对健康文化传播的高度关注及参与积极性^[11]。

三、对健康文化传播受众参与度提升效果做分析

（一）提升健康意识，促进健康行为

受众参与度提升可明显增进健康意识，并带动健康行为的转变，若受众参与健康文化传播活动期间，其对健康知识的认知显著增强，尤其是在疾病防治策略、营养健康管理、运动及心理状态等方面，采用参与互动活动、倾听健康讲座、阅览健康文章等形式，使受众能够接触到多样的健康知识，这些知识不仅拉伸了其视野范畴，还令其对健康文化的认同感进一步提高，采用这些传播途径，受众在心理与行为的层面出现积极的转变，不仅从理论逻辑上理解健康的重要性，还可在日常生活实践里运用健康理念，以此改良他的生活样式^[12]。

（二）夯实社会健康责任的思想根基，推动健康文化宣扬

随着受众参与热情度的上扬，社会整体在健康责任方面的意识逐步增强，高参与度的受众不仅更关注自身健康相关事宜，还会主动扩散健康文化，推进健康理念的社会普及。受众在健康文化传播进程里面，意识到健康文化价值时，不仅会在个人生活期间做出健康相关选择，还会积极向周围伙伴传播健康理念，进而催生健康文化的“裂变效应”，此种传播不只是针对个人与家庭，还渐渐延伸至更宽泛的社交圈及工作圈，甚而触及社会各层面^[13]。

（三）提升传播效果的持久性

增加受众参与的投入度不仅可促进短期内健康文化传播效果，还可强化传播效果的长期成效，跟单次的信息传播相比，受众参与感的提升让其对健康文化的认识更深刻，影响力也维持更久时长，凭借参与健康文化传播活动，受众获取的健康知识和实践经验逐渐渗透进其生活方式与行为习惯，保障健康文化的传播效果长期留存^[14]。

（四）促进健康文化的持续发展

受众参与密切度的提高不仅会扩大健康文化传播的覆盖范畴，还能推动健康文化的持续拓展。伴随受众积极参与及相关反馈，健康文化的传播已非短期单向活动，而是进入了一个呈现长期互动的良性循环格局，受众在传播的进程里不只是作接受者，其建议、反馈以及积累的实际经验不断推动健康文化的创新拓

展。健康文化的传播方式、内容和形式会根据受众需求及其变动实施动态调整，逐步贴合不同群体的需求，让其更贴合实际情况，呈现更强的吸引力与传播效力^[15]。

四、结论

综上所述，受众参与度的提升对健康文化传播效果有着显著

的作用。从信息的接受度、认同感的增强到传播效果的整体提升，受众的高参与度无疑为健康文化的传播提供了坚实的基础。因此，在健康文化传播过程中，应注重创新传播形式、增加互动性、加强情感共鸣、提供多样化参与渠道并设计有效的激励机制。这些策略能够有效提升受众的参与感，促进健康文化的广泛传播和社会认同，推动全民健康水平的提高。

参考文献

- [1] 董少校, 曾艺, 程海铭. 将文化艺术融入健康传播的创新特色与启示 [J]. 今传媒, 2023, 31(06): 112-114.
- [2] 蒋明睿. 主流媒体深耕健康文化传播垂直领域的新路径——以新华日报健康传媒中心为例 [J]. 新楚文化, 2022, (01): 72-75.
- [3] 赵楠. 提升健康文化生态建构的大众传播策略研究 [J]. 黑龙江科学, 2020, 11(20): 114-115.
- [4] 唐吉云. 由瓦茨拉维克交际公理探讨公立医院微信端健康文化传播 [J]. 智慧健康, 2020, 6(09): 27-29.
- [5] 黄晓兰, 李圆圆, 李宁, 等. 用人文艺术推进职业人群健康传播的实践与探索 [J]. 中国卫生资源, 2019, 22(05): 355-357+372.
- [6] 陈盼盼, 孙绍勇. 中华文化对外传播的跨媒介叙事机理, 挑战与对策 [J]. 甘肃社会科学, 2024(6).
- [7] 郑文宝. 中华民族共同体文化认同的伦理进阶研究 [J]. 新疆社会科学 (汉文版), 2021, 000(004): 124-131.
- [8] 薛淞月, 张彦红, 范春, 等. " 一带一路 " 背景下岭南中医药文化对外传播策略探讨 [J]. 广州中医药大学学报, 2023, 40(8): 2124-2130.
- [9] 林姝扬, 柯安彤, 黄思懿, et al. 受众视角下良渚文化传播效益研究 [J]. Advances in Social Sciences, 2024, 13. DOI: 10.12677/ass.2024.137654.
- [10] 菅利荣, 张洁, 郑洲洲. 政府引导下古迹类文化传播的激励机制研究 [J]. 运筹与管理, 2024, 33(06): 227-233.
- [11] 王波龙, 练璐, 张海波, 等. 基于品牌基因理论的健康促进医院建设路径分析 [J]. 中国健康教育, 2024, 40(2): 187-191.
- [12] 付二晴. 数字化视域下郑州市黄河文化传播研究 [J]. 河南牧业经济学院学报, 2023, 36(6): 71-76.
- [13] 袁琴, 王雨婷, 王园丹. 乡村振兴背景下提升乡村居民健康素养的传播路径研究——基于江苏省乡村地区的实证调研 [J]. 农村经济与科技, 2023, 34(16): 218-220.
- [14] 张雯雯. 新媒体传播与受众参与式文化的发展研究 [J]. 传播力研究, 2024, 8(35): 1-3.
- [15] 赵明发. 新媒体传播与受众参与式文化的发展 [J]. 新疆新闻出版广电, 2024(3): 107-109.