



摘要

在健康中國戰略背景下，醫學科普作為提升居民健康管理能力和促進社會進步的重要途徑正日益受到關注。本文基於《科普法》和《基本醫療衛生與健康促進法》，系統分析了當前公眾對醫學科普的需求與現狀，並探討了短視頻科普與 MG 動畫在網路傳播中的應用優勢。MG 動畫憑藉其直觀視覺化、生動表達和高效資訊傳遞的特點，已迅速成為醫學知識普及的重要助力。文章同時提出，通過保持科普內容的專業性與嚴謹性，借助符號化表達、受眾獲得感提升以及資訊簡化與節奏控制等策略，可進一步優化 MG 動畫在醫學科普中的應用效果，為醫務工作者構建權威科普平臺、滿足公眾多元化健康需求提供有力支援。

關鍵字：MG 動畫；公眾需求；醫學科普；應用策略；

MG 動畫在 公眾醫學科普中的應用



邱國冉

鄭州大學

基本資訊

2002 年 6 月，全國人民代表大會常務委員會通過了《中華人民共和國科學技術普及法》（以下稱《科普法》），該法為我國實施科教興國戰略、可持續發展戰略，加強科學技術普及工作，提高全民科學文化素質，推動經濟發展以及社會進步提供了法律依據^[1]。

2020 年 6 月《中華人民共和國基本醫療衛生與健康促進法》開始實施，其中強調醫療衛生、教育、體育、宣傳等機構、基層群眾性自治組織和社會組織應當開展健康知識的宣傳和普及，確保科學準確^[2]。

一、醫學科普的公眾需求和現狀

1.1 民眾的現實需求

人民群眾對醫療衛生服務方面的需求日益增多，使得以治療為主的傳統醫療模式正向以維護健康為主的新模式轉變^[3]。

新冠疫情前後，公眾獲取官方資訊的管道發生了變化，疫情前：官方資訊主要通過電視、報紙、政府官網和新聞發佈會等傳統管道發佈。疫情時期由於封控，政府及官方醫學機構更加依賴社交媒體（如微博、微信、抖音）、短視頻平臺等方式來發佈疫情動態及防疫舉措。使得人們認識到互聯網平臺不但能擴大傳播資訊的覆蓋面，也大大提高了獲取資訊的便捷性。疫情期間，由於互聯網資訊的資訊來源繁雜，公眾會面對很多謠言與虛假新聞，獲取錯誤的資訊同時產生消極的情緒，讓公眾希望能有更多的醫務工作者使用互聯網平臺來普及正確醫學知識^[4]。

患者就醫前，由於對於疾病認識不全面造成的誤解和恐懼會導致醫療資源的浪費，公眾會因為感覺自己患病而去到大醫院進行不必要的醫療行為，同時就醫時由於醫生使用的專業詞彙和醫學術語，患者對自己的病症仍然存在迷惑，會導致增加溝通成本，重則惡化醫患關係^[5]。

1.2 醫學科普的現狀

受社會經濟變化、新媒體衝擊以及公眾在獲取資訊時動機與能力存在差異等多重制約^[6]，加之權威醫學科普平臺匱乏、科普資訊品質參差不齊以及科普參與度低，這些因素共同擴大了醫學專家與公眾間的知識差距，也加大了醫學科普的難度，並引發了醫學科普供需結構的不平衡^[7]。

由於個體間的年齡、知識背景、職業背景、生活方式、文化差異、健康狀況等的差異，因此每個人想要瞭解的醫學領域不同，公眾對醫學知識存在多樣化的需求；同時，後疫情時代下，越來越多領域的資訊趨向“醫學化”，公眾對醫學知識也有更加專業化的需求^[8]。

社交媒體及互聯網平臺的發展擴大了資訊傳播的覆蓋面，同時也提高了獲取資訊的便捷性，當前，公眾習慣通過多種管道（如微信公眾號、短視頻、健康 APP、論壇等）獲取醫學知識，例如，微信作為目前主流的社交媒體軟體，借助微信公眾號發佈的資訊有很大的曝光率和傳播率。公立醫院建立微信公眾號，一方面可以集成預約掛號、線上諮詢、檢驗報告查詢等服務模組，另一方面傳播醫學科普知識，提高公眾健康意識。這已逐漸成為一種普遍的現象，大大提升了醫院的專業形象的同時建立權威的科普平臺來拓寬資訊傳播的覆蓋面^[9]。

二、科普短視頻與 MG 動畫

科普傳播的形式包括書籍、文章、圖文、漫畫、短視頻、講座等。

科普短視頻讓科普從書本走向互聯網平臺，讓文字躍然紙上，從平面走向立體，有著其獨特的表達形式和表達效果。短視頻科普適應現代人快節奏的生活方式，將知識濃縮在短短幾分鐘內傳遞，符合碎片化資訊消費的趨勢，表現得更加精練和觸手可及。如今，越來越多的醫學工作者在短視頻平臺如微信視頻號、抖音開設帳號，利用平臺普及醫學知識^[10]。

MG 動畫全稱為 Motion Graphics（動態圖形設計），MG 動畫（Motion Graphics，動態圖形）是一種結合了平面設計、動畫、影視特效等元素的動畫表現形式，主要通過圖形、文字、形狀、色彩、聲音等元素的動態變化，來傳遞資訊或講述故事^[11]。由於短視頻平臺的飛速發展、現代生活節奏的

加快、數位時代的資訊超載等因素，人們習慣了即時滿足和短暫的注意力停留，因此科普的內容、形式、時長也應該隨之調整，採取更加簡短、直接的表達形式。

MG 動畫的特點恰好滿足了這種需求，讓公眾在碎片化的時間裡能夠對某個醫學知識建立大致的認知，MG 動畫視頻在資訊傳播方面有著更高效的節奏，其通過人物、圖形、文字、特效等多種元素相結合的表現方式，承載大量資訊的同時有著更生動的表現力，已經逐漸成為大眾科普的趨勢^[12]。

三、MG 動畫在醫學科普應用的優勢

3.1 視覺化表達

許多專業的醫學知識難以用語言描述和傳遞，或者通過單一的語言描述無法使公眾理解，對於知識持有者而言，可以通過文字的描述來進行想像，而公眾則會感到費解。MG 動畫通過視覺化手段，將抽象、晦澀的專業知識生動化、立體化，降低科普短視頻的閱讀門檻和理解難度^[13]。例如，抖音帳號“醫學科普聯盟”發佈的科普短視頻《中風，我國第一大疾病殺手，身體有哪些求救信號？》，利用 MG 動畫直觀、形象地演示黃色粥樣的脂質在動脈內膜積聚，加強人們對動脈粥樣硬化和血栓形成等過程的理解。

3.2 生動與直觀

公眾普遍存在這樣一種刻板印象，為了達到科普專業知識的目的，科普短視頻總以枯燥乏味的乾貨為主，這種先入為主的刻板印象也導致許多科普宣傳的傳播率低，效果差。事實上，科普的目標不單是傳播科學知識，同時也為了激發大眾對於科學知識探索的興趣，好的科普是具有娛樂價值的^[14]，從激發興趣的角度來看科普的形式很重要。MG 動畫的動態圖形特點相比于枯燥的文本能讓觀眾更樂意接受。運用生動、可愛的動畫圖形、有趣的情節劇本，配合適宜的音效和配音，創造出內容更加豐富和有吸引力的科普短視頻，在具有極強的視聽新鮮感的同時也能吸引大眾的關注^[15]。

3.3 資訊傳遞高效性

MG 動畫作為一種新型的動畫形式，它可以在幾分鐘內高度概括一個主題，避免長篇文字或冗長講解，提高資訊獲取效率。現已切實的推動了互聯網科普資訊的傳播效率與速

度^[4]。相比長篇科普文章或冗長講解，MG 動畫製作的醫學科普類短視頻能以簡潔明瞭的方式展示關鍵內容，使資訊更加聚焦。其資訊濃縮和較短的時長能夠符合觀眾利用零碎時間學習的習慣，提高學習效率和知識獲取的便捷性。

四、MG 動畫在醫學科普中的應用策略

4.1 保持專業性與嚴謹性

科普最基本的要求就是科學性與嚴謹性，MG 動畫與科普短視頻的結合是很好的嘗試，是一種新穎的公眾獲取科學知識的方式，但不能顧此失彼，為了趣味的藝術形式失去清晰嚴謹的知識表達。專家在選取題材時，需要聚焦當前的社會需求，基於權威的知識來源進行創作，切不可脫離循證主觀臆斷的傳播錯誤的資訊。另一方面，科普動畫的製作可以成立相關的專業團隊，團隊內部互相討論與審查，提高產出效率，減少工作錯誤，保證作品品質。高校、醫院、機構、網路平臺中也可以開設科普動畫相關的課程，為感興趣的人士提供學習的平臺和機會，也為科普工作培養更多高素質的專業人才^[15]。

4.2 符號化表達，化抽象為具體

MG 動畫是一種利用各種視覺元素以符號的形式傳達和交流資訊的藝術表現形式^[16]。MG 動畫的符號化表達有著其獨特的優勢，利用簡潔明瞭的符號，能將難懂的专业知識具象化，符號也具有獨特的視覺衝擊力，能夠說明觀眾形成深刻印象，便於長期記憶。例如，MG 動畫在科普宣傳中畫面色彩符號的運用，相比單調乏味的文字，鮮亮的色彩更有衝擊力和記憶性。抖音帳號科學旅行號”發佈的科普短視頻《吸煙的危害到底有多大？看完你還敢抽煙嗎！》中利用肺部由紅到黑的顏色變化來表現煙草中有害物質和堆積，也能強調肺部組織的損傷。

4.3 增強受眾獲得感

明確科普主題的受眾，要以公眾的需求為中心選擇科普

主題，在臨床工作、網路評價、科普活動回饋等過程中瞭解公眾的疑問和欠缺的知識，針對不同的受眾群體打造對應的科普專案作品，提高受眾的獲得感和科普的觸達率，讓科普切實的滿足受眾的需求。例如老年醫學科進行老年慢性疾病例如糖尿病、高脂血症、慢性阻塞性肺疾病等的宣教，以增強受眾群體的獲得感^[17]。



4.4 資訊簡化與節奏控制

在設計科普動畫時，資訊簡化是提高受眾接受效率的一個關鍵方面。在創作前，創作者需要對內容進行深入分析，確定最重要的知識點，避免資訊超載。同時篩選出能直接支撐主題的部分，把輔助說明和細節儘量簡化或以視覺符號代替。動畫的節奏也不能太快，給受眾足夠的時間來吸收資訊，搭配適時的背景音樂和音效，既能增強氛圍，又能在轉場時起到提示作用，幫助觀眾更好地把握節奏^[18]。

五、結語

醫學科普在我國正處於起步階段，我國公眾對醫學科普的需求相對較高，現如今，短視頻科普和 MG 動畫在科普宣傳方面的運用愈發廣泛。醫務工作者也要合理利用 MG 動畫和網路平臺的優勢，以公共需求為導向，積極開展醫學知識普及，為提升全民健康素養，並為實現科教興國和可持續發展戰略貢獻重要力量^[4]。

參考文獻

- [1]全國政協科普課題組. 深刻認識習近平總書記關於科技創新與科學普及“兩翼理論”的重大意義建議實施“大科普戰略”的研究報告[EB/OL]. (2021-12-15) [2023-05-26].
- [2]全國人大常委會辦公廳. 中華人民共和國基本醫療衛生與健康促進法[M]. 北京:中國民主法制出版社, 2019.
- [3]黃夏甯, 楊吳長, 秦雯. 新醫科背景下提升全科醫學生科普素養的教學與實踐[J]. 教育教學論壇, 2022, (08):44-47.
- [4]麥璟瑩, 丘傳鈺, 夏晗菲, 朱郁憫. MG 動畫在醫學科普中的應用[J]. 中國初級衛生保健, 2023, 37(09):54-56.
- [5]粟昭隱, 蘆帥, 張明. “互聯網+”新媒體醫學科普的現狀及發展前景[J]. 健康教育, 2022, 5(36):84-87.
- [6]馬豔. 淺析新媒體時代知識鴻溝產生的原因及其消解策略[J]. 視聽, 2017(10):150-151.
- [7]吳祖贊, 李思瑾, 湯書昆, 等. 新需求視角下農村科普供需匹配及路徑優化研究[J]. 科普研究, 2023, 18(1):34-41, 106-107.
- [8]盧澤鋒, 葉米真, 麥思捷, 等. 我國醫學傳播現狀及研究進展[J]. 廣東醫科大學學報, 2023, 41(5):486-491.
- [9]張軒燁, 王麗, 魏威, 等. 公立醫院科普微信公眾號運營策略與實踐探究[J]. 醫學教育管理, 2021, 3(7):336-339.
- [10] 李霞, 陳耕. 抖音與科普: 社交媒體傳播功能再探析[J]. 傳媒, 2020(2):49-52.
- [11] 張美娟, 徐婉晴, 吾木提·沙瑪勒. 圖書短視頻知識傳播: 特徵、範式與策略[J]. 中國編輯, 2022(4):91-96.
- [12] 李濯纓. 論新媒體傳播語境下圖形動畫視聽語言特徵[J]. 當代電影, 2018(8):171-173.
- [13] 劉芳. 中國歷史題材紀錄片中的動畫應用[J]. 電影文學, 2021(23):51-53.
- [14] 馬奎, 莫揚. 科普類抖音號分析研究: 以 21 個傳播影響力較大的科普抖音號為例[J]. 科普研究, 2021, 16(1):39-46.
- [15] 侯奕多, 叢紅豔. MG 動畫在科普短視頻中的優勢、問題及優化策略探究[J]. 新聞研究導刊, 2023, 14(08):7-9.
- [16] 王皓. MG 動畫短視頻如何助力抗疫宣傳[J]. 傳媒, 2021(11):56-58.
- [17] 郭程, 黃敏, 范江, 等. 主動健康背景下公立醫院開展醫學科普工作的探索與實踐[J]. 上海管理科學, 2022, 44(3):103-105.
- [18] 時楓哲. 動態圖形設計在科普動畫中的應用研究——以面向老年受眾人群的科普動畫創作為例[J]. 玩具世界, 2024, (04):93-95.