

# 网络女性健康科普的内容生产与身体观念重塑

## ——基于社交媒体平台的话语分析

申 爽<sup>1,2</sup> 谭华玮<sup>3</sup>

(郑州大学新闻与传播学院, 郑州 450001)<sup>1</sup>

(新华通讯社—郑州大学穆青研究中心, 郑州 450001)<sup>2</sup>

(华东师范大学政治与国际关系学院, 上海 200241)<sup>3</sup>

**[摘 要]** 女性健康是妇女地位的集中体现。随着新媒体时代女性用户诉求的多元化, 女性对健康话语权与性别意识的诉求愈发强烈, 网络女性健康科普在传播女性健康科学知识的基础上, 试图通过科学话语的传播帮助女性建构全面、客观的身体与健康观念, 彰显女性主体意识。本文从身体社会学的理论视野出发, 对新媒体平台女性健康科普的内容生产特征与身体话语建构路径展开分析。研究发现, 通过生理周期、妇科疾病、生育维度的主题叙事框架建构, 当下的网络女性健康科普分别以女性身体的可见性表达、疾病的去污名化叙事、身体角色重塑三重路径拓展了大众理解和认知女性身体健康的新价值取向, 进而从知识—话语—观念层面回应了新媒体时代健康科普的内在价值需求。

**[关键词]** 女性 健康科普 互联网科普 身体观念

**[中图分类号]** N4; R193 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2023.04.006

女性健康是衡量妇女地位的重要标志, 是女性的政治、经济、教育、文化和婚姻家庭地位以及性别观念的综合反映。《“健康中国 2030”规划纲要》提出, 要坚持共建共享、全民健康, 突出解决好妇女儿童等重点人群的健康问题<sup>[1]</sup>, 以此为指导, 女性健康科普对全面提升健康教育和妇幼健康水平尤为重要。随着新媒体时代女性受众群体价值与诉求日趋多元化, 女性主体的性别意识不断增强, 其对健康话语权的需求也日益增加。现有的女性健康传播研究大多关注女性健康议题在

新媒体平台的传播机制、策略、效果与影响。部分研究运用批判性话语分析框架, 对社会性别理论视野下新媒体女性健康传播展开“话语—权力”层面的探析, 并试图揭示平台化资本运作下“她经济”与健康传播的结构真相<sup>[2]</sup>。然而, 现代社会对健康知识的接受与认知, 极大程度上受到社会对人的身体观念建构的影响, 有关身体健康的知识本身同样是社会建构的结果。反之, 健康知识也凭借其科学权威性参与并主导着人们看待自身身体的观念及其日常生活。

从身体社会学的视角看, 身体是社会生活的来源, 同时亦承担着社会的结构性场域

收稿时间: 2022-12-30

作者简介: 申爽, 郑州大学新闻与传播学院讲师, 研究方向: 媒介文化研究, E-mail: shenshuang@zzu.edu.cn。

功能,身体不仅是社会分类的单位与场所,也是社会关系与人类知识的生成因素。在高度现代性的境况下,身体越来越成为现代人自我认同感中的核心要素。相应地,人的具身性存在(embodied-being)也由话语、技术发展及社会结构所塑造<sup>[317]</sup>。米歇尔·福柯(Michel Foucault)在其有关知识话语与权力的论述中指出,身体观念以及对身体规训的权力建立在无所不在的知识话语之上,身体是不断被话语建构并赋形的<sup>[4]</sup>。不可忽视的是,新媒体时代女性健康科普对身体观念不同维度的“知识—话语”建构,正在不断为当下女性性别意识与主体意识的形成提供重要的现代医学基础。以妇幼健康知识和两性健康知识为核心的女性健康科普正逐渐超越单纯的科学知识传播范畴,转而通过科普内容传递并塑造正确的疾病认知、健康观念及身体观念,为女性健康整体水平的提升带来“观念—价值”层面的转向。当下网络女性健康科普呈现出怎样的内容产制特征?依托垂直细分的“互联网+”科普平台,女性健康科普的内容生产呈现出怎样的价值取向与趋势?女性健康科普如何重塑女性的身体观念与健康认知?

针对以上问题,本研究分别在微博、微信公众号、抖音三大社交媒体平台以“女性健康”“科普”为关键词进行检索,根据各平台的热度排序机制,利用Python对微博与微信公众号前20页、抖音半年内发布的相关内容抓取,共获得内容语篇1149条。对检索结果数据进行人工清洗,剔除无效与重复样本后共得到有效样本532条。使用爬虫工具Gooseeker的分词模块对文本进行分词处理,作为本文展开话语分析的基础语料库。同时,将检索结果的发布账号按发布内容频率、传播指数等指标排序,筛选其中排名前5位的账号作为本研究主要考察的女性健康科

普“头部账号”,对其日常内容生产与互动过程以“行走法”(walk through)进行观察与记录,以研究者的亲身实践获取科普内容在不同平台的日常分发与流动情况。

总体而言,本研究从福柯的“知识—话语”理论视野出发,对以上所得语料进行文本与话语分析,阐述其内容、结构与话语建构过程,探究新媒体平台女性健康科普话语生产背后的身体观念、价值与社会意义。以期能够进一步厘清女性健康科普的身体面向,从而在知识话语与观念建构的层面理解当下的社会性别处境,回应新媒体时代健康科普与全民健康建设的内在需求。

## 1 网络女性健康科普的产制特征:内容生产机制与传播形式转向

自五四运动起,随着西方医学知识的译介,以报刊等印刷媒介为中心,面向女性的卫生知识与健康知识科普力图通过科学启蒙话语塑造女性的身体认知,唤醒女性主体意识,服务于“强国保种”的民族国家议题。20世纪90年代,以《家庭医生》《妇幼健康》《婚育与健康》等为代表的报刊是进行女性健康知识与两性健康知识科普的主要平台。这一时期的女性健康科普以传递正确、科学的两性知识与妇幼健康知识为中心,面向的读者群体大多是婚育女性。因而科普内容的议题框架设置也围绕以家庭为单位的生育展开,整体以母婴健康知识传播为内容导向,关注为生育和家庭做准备的女性身体及其生理机制,女性身体的健康指向健康的两性关系、生育与家庭关系。21世纪初,以《女性健康》(Womens Health)、《时尚健康》(Trends Health)等为代表的诸多外资时尚健康资讯类杂志进入中国,迅速占据了女性读者市场,同时也推动了本土女性健康科普转型,女性健康科普内容产制重心逐渐偏离了健康知识

与疾病防治知识的普及,转而投向针对女性身体的消费文化与中产阶级“白领女性”生活方式的推介。健康的女性身体不再仅与生理机制、疾病和生育有关,而是越来越维系于外表,指向身体审美化的外在显现,呈现出身体时尚化与健康观念消费化的趋势。

随着传播技术的发展与普及,新媒体平台已经成为人们重要的知识来源,科普进入网络化时代。网络科普以提高公民科学素质为目的,利用数字技术搭建新媒体平台向大众普及科学知识,同时促进科普产品的数字化、市场化开发<sup>[5]</sup>。尤其是进入社交媒体时代,全新的传播模式推动用户与内容进一步垂直细分,移动互联网平台的开放性、去中心化及内容的流动性打破了专业壁垒,逐渐形成专门化的女性健康传播内容。

### 1.1 网络女性健康科普的内容生产机制转向

互联网时代女性健康科普的特征首先体现在内容生产的用户导向。进入 Web 3.0 时代后,网络用户数量规模崛起,催生出更为多样化的内容需求。商业调查结果显示,女性受众越来越倾向于通过社交媒体平台及健康类移动应用来关注、管理自身健康。网络女性健康科普面向的受众画像也以更为年轻化的女性群体为主<sup>[6]</sup>。而当社交媒体深度嵌入大众日常生活时,大量网络用户主动参与到内容生产中,发生了自媒体用户生产内容(User-Generated Content, UGC)的模式演变。

在此背景下,具备相关医学专业背景的科普内容生产者进入网络平台,向受众分享其专业知识、技能及从业经历,逐渐形成专业用户生产内容(Professional User-Generated Content, PUGC)的模式,带来超越传统科普渠道的广泛影响。参照清博指数提供的各平台榜单可以发现,抖音账号“妇科翟凌云”个人认证为“浙江大学医学院附属第二医院妇科主治医师”,在抖音平台发布内容共获

点赞量 197.9 万次;女性健康科普账号“第十一诊室”在微信公众号平台头条推文的平均阅读量均在 10 万次以上,预估其活跃粉丝数量超过 52 万。“第十一诊室”的创始人来自北京三甲医院肿瘤科,在科普视频中,他将自己定位为解决广大女性疑问与难题的知识服务者,并创设有用用户答疑频道“万千女性的小问号”,所发布的女性健康科普内容曾多次在社交媒体平台“破圈”“上热搜”,引发大范围公共讨论。这些 PUGC 模式下的女性健康科普内容立足当下女性群体对自身相关健康知识的多元化、个性化需求,热衷于呼应社会热点话题,以持续更新的专业产出服务受众,巩固用户黏性,打造科普品牌。在创制与传播过程中,不断吸纳各平台用户与受众的信息需求、情感态度与投稿反馈,从而形成以用户为中心的女性健康科普内容生产机制。

### 1.2 网络女性健康科普的传播形式转向

在媒介融合环境下,网络科普在制作与传播的形式上也发生了迭代创新。借助新兴媒介技术与平台,发展出图像、音视频、增强现实、虚拟现实、互动游戏等多元融合的表现形式,在科普内容生产领域形成了“中心化—去中心化”的新趋势。以 PUGC 模式为中心,网络女性健康科普的内容主体不断扩展版图,打破平台和渠道之间的界限,依据不同媒介平台的技术特性进行资源整合与内容的垂直细分,力图打造融合形式的多媒体科普矩阵。例如,“第十一诊室”在微博、微信公众号、抖音、B 站和小红书发布的文案、图像和视频体量各有特色,对内容的更新与排期也进行了差异化处理。其结合 B 站平台的互动游戏模式,向订阅用户推出了“月经知识考试”等内容,为受众提供可参与式、沉浸式的科普内容接受体验。在此过程中,受众凭借深度参与互动,与科普内容生产

者个人 IP 长期联系,不再是单纯的接受者或咨询者,转而成为能够有效获得参与感和知识的互动对象,进而加深了科普知识的常识化、观念化。

网络平台的去中心化、匿名性特征带来的健康信息支持,使得网络女性科普在某种程度上为女性受众摆脱了“谈性色变”的羞耻感,从而进一步将寻求女性健康信息支持的行为动因指向对个人身体的照看与规划。社交媒体平台提供的开放性多元话语场域,同样带来了科普内容与个体经验反馈的互证互构,尤其是当受众共享相关科普议题的经历与记忆时,进一步加深了从知识到经验、观念的内化和认同,提升了科普的效果。

## 2 重识身体:社会性别视角与网络女性健康科普的价值取向

近年来,“高校月经盒互助”“高铁是否应贩售卫生巾”“女性生育伤害”等性别议题引爆网络舆论,彰显出女性主义与社会性别理论在当下的泛化影响。20 世纪 70 年代末,西方女权主义运动和女性主义理论开始注意到社会实践与文化观念对性别差异及性别不平等的影响,认为两性差异并非只存在于生理层面,而更多由社会及文化建构而来。而无论是社会性别与生理性别的差异还是二者之间的联系,最终都会回归到人的身体及其社会存在。朱迪斯·巴特勒 (Judith Butler) 指出,女性是在具有性别规范性的言语行为与社会话语中,观察揣摩他人意图使自己成为的对象,以此为目标加以效仿而形成的,这些关于性别的符号暴力同样对女性的物理身体施加影响<sup>[7]</sup>。这提示我们,通过正确的女性健康知识普及与观念传达,女性能够从生理身体的层面摆脱传统性别观念加诸其上的固有认知。而舆论场的波动也体现了当下社会在回归女性生理身体层面的科普与性别观念

认知层面的缺位,反映出女性受众群体的迫切需求。

因此,和传统女性健康科普相比,一些以专业妇产科医生身份参与女性健康科普内容生产的账号开始在科普的基础上有意识地倡导女性树立自主、独立的身体认知和性别意识。例如,抖音账号“妇科翟凌云”在其个人简介中明确提出其科普的主旨是“自尊、自强、自爱;自信,自我保护;提倡女性维护身体自主权和生育自主权”。这种自主权强调,无论婚育与否,女性首先应当爱自己 and 认识自己,而将其付诸实际的基础源自正确、科学地了解作为女性的生理身体及生理机制。女性健康科普的头部账号“六层楼先生”及旗下微信公众号“第十一诊室”将自身定位为“打造新时代女性的健康观念和生理认知”,在一系列针对女性生育伤害的科普内容中,不断通过产科临床知识的普及传递“看见生育伤害”“凸显女性主体意识”的全新主张,进而使知识在科学之上获得了价值与观念意义。

网络女性健康科普的价值转向恰恰来自对女性生理身体特质的强调。布尔迪厄 (Bourdieu) 与希林 (Shilling) 曾先后指出,个体对身体的管理与维护将身体视作重要的个人资源和身体资本 (body capital)。尤其是在消费主义与大众传媒的作用下,人们不再从超人身的意义结构中得到世界观和自我认同,而是转而将自我认同投向自身的健康、体型、外表及种种身体规划<sup>[3][12]</sup>。网络女性健康科普的传播者正是在借助不断浮出视野的女性主体意识,凝聚对知识的经验叙述和情感认同,增加知识传播的说服与信服效果。另外,健康科普的知识与话语本就关乎身体观念及其社会塑造,针对固有的女性生理认知、健康观念与身体观念,试图通过科学的健康知识普及去证伪,从而传递正确的健康认知,塑

造科学且自主的身体观念。在此过程中,新知识不仅是医学科学发展进步的更新迭代,更指向新的生活方式与价值理念,同时意在揭示女性应有的性别意识与社会价值。

### 3 网络女性健康科普重塑身体观念的话语维度与建构路径

新媒体时代女性健康科普主要围绕生理周期、女性生理疾病、生育三重维度的话语叙事框架,试图通过可见性表达、去污名化叙事、身体角色重塑等话语建构路径,重新塑造新时代女性的身体观念与健康认知。

#### 3.1 身体的可见性表达: 围绕女性生理周期科普的话语建构

女性生理周期是促使女性意识到性别差异的重要转折,是衡量女性身体健康的重要维度。而几个世纪以来,围绕女性月经的相关话题在全世界范围内都被认为是边缘、禁忌的。《本草纲目》载,“女子入月,恶液腥秽,故君子远之,为其不洁,能损阳生病也”。许多研究指出,在传统父权制社会中,男性的身体与观念成为“标准人”的尺度,女性一切排出物都被认为是不洁净的,经血及与之相关的人和物都被视为不洁的污秽之物<sup>[8]</sup>。对女性生理周期的禁忌认识使得女性生理周期往往以“大姨妈”“来事儿”“来倒霉”等隐秘之语代称,逐渐衍生为常识性的社会符号。在网络女性健康科普对女性生理周期相关知识的传达中,作为医学术语的“月经”不再以“大姨妈”等代称表达,而是通过言说的科学性来重新赋予女性直面身体生理周期的话语权,从而消解禁忌与羞耻(见表1)。

表1 “月经”科普文章高频关键词表(部分)

| 关键词 | 词频  | 关键词 | 词频  | 关键词 | 词频 |
|-----|-----|-----|-----|-----|----|
| 月经  | 355 | 内膜  | 105 | 卵巢  | 62 |
| 子宫  | 185 | 痛经  | 79  | 激素  | 47 |
| 女性  | 151 | 出血  | 70  | 排卵  | 45 |

“第十一诊室”微信公众号发布的154篇文章中,“月经”“子宫”“经血”等与女性生理周期相关的医学名词构成了相关科普话语的主要表达语汇(见图1)。斯皮瓦克(Spivak)指出,“命名”是一种话语权力运作的结果,同样预示着与之相关的伦理、规则与霸权。相应地,那些不可言说之物则被话语霸权不断排斥、边缘化<sup>[9]</sup>。基于科学话语的命名与“正名”将有关女性生理周期的知识置于新的表达体系之下,相关医学常识及术语的运用使其逐渐显示出“可见”的合理性与必要性。网络女性健康科普正是以对女性身体的科学性表达,试图消除女性由于对自我身体的未知而造成的恐惧与羞耻,帮助女性直面自我身体特质存在的正当性。由此衍生出的诸如“我是女生,我来月经”等话语表达,从科普的立场出发,进一步传递了鲜明的女性主体意识。



图1 “第十一诊室”微信公众号以“月经”为关键词检索所得文章词云图(部分)

类似地,在《不能被正视的月经,竟有5 000多个别称》一文中,科普内容主体进一步从女性生理周期的医学定义转向了对社会观念中“为什么月经是羞耻的”这一问题的探讨,并将文章主旨引向对“月经”言说的社会承认。科普博主“六层楼先生”同样指出,自己在科普创作中有意识地不使用

表 2 账号“六层楼先生”发布的月经相关科普视频主题统计表

| 名称                      | 主题        | 呈现形式 | 转发量 / 次 | 评论量 / 个 | 点赞量 / 次 |
|-------------------------|-----------|------|---------|---------|---------|
| 消除月经贫困为什么这么难?           | 月经贫困      | 短视频  | 560     | 244     | 1 672   |
| 月经到底是什么色号?              | 经血颜色与身体状况 | 短视频  | 1 956   | 836     | 8 292   |
| 整天讲月经不觉得羞耻?             | 月经羞耻      | 短视频  | 929     | 666     | 14 000  |
| 来月经很怕冷是病吗?              | 经期体感变化    | 短视频  | 452     | 585     | 3 402   |
| 快闭嘴吧! 月经不调 = 卵巢功能早衰?    | 经期不规律问题   | 短视频  | 294     | 250     | 1 901   |
| 不能被正视的月经, 竟有 5 000 多个别称 | 月经羞耻及其污名化 | 图文   | 428     | 256     | 2 143   |
| 月经不好真的会提前绝经吗?           | 经期不规律问题   | 短视频  | 284     | 767     | 2 392   |
| “宫寒”, 你还在信吗?            | 经期饮食与禁忌   | 短视频  | 508     | 802     | 3 177   |

“大姨妈”等代称，而是用“月经”，其围绕生理周期展开的一系列科普内容也有较多主题涉及社会观念对女性生理周期的认知偏差问题（见表 2）。

除了在科学话语框架下对女性生理周期的可见性表达之外，网络女性健康科普内容也致力于通过知识科普使生理周期进程中的身体感受变得可见。例如，痛经、经期情绪波动等生理与精神症状，这些女性生理周期的科普内容，往往通过对药理和病理的阐述，从身体机能的视角重新定义女性生理周期中的疼痛。在“六层楼先生”的生理科普专栏中，“痛经”都被叙述为一种可以通过药物进行科学、合理控制的疼痛，呼吁女性“承认经期带来的生理不适，该吃药吃药，该请假请假，不必强忍痛经，假装正常”。也就是说，女性在面对生理特质带来的身体疼痛时，应当拥有管理疼痛、去除疼痛的权利，而非传统观念中对疼痛的忍耐。相对于“喝红糖水”“宫寒”等固有观念，可被药物征服的疼痛背后意味着自我对身体状况的科学管理，也指向一种女性对生理身体的自主意识与自由选择。女性对身体的主体意识由此集中在对遏制疼痛的自主权争夺。

此外，这些网络女性健康科普内容从生理周期的持续时间、阶段划分、“生理—精神—情绪变化”等方面，将女性的生理周期从不可见的身心内部进一步抽象提炼为可被阅读与了解的符号，帮助女性消除对自我身体认知的误区，并将女性生理周期的躯体症

状与精神、心理感受连接起来。例如，多数科普内容通过医学解读，将女性经期前后的情绪起伏描述为可被病理化认知的“经前期综合征”（Premenstrual Syndrome, PMS），并详细解释了易怒、烦躁、失眠等精神现象与女性身体激素水平、荷尔蒙变化的关联性。这不仅强调了生理周期中身体的可见，更促使女性主动看见并关心自身生理期的情绪健康，主动、全面认识身体与自我。

3.2 身体的去污名化叙事：对女性生理疾病的隐喻消解

西方分类医学认为，疾病具有与生俱来、与社会空间无关的形式和时序。疾病有一种“原始”性质，在没有经过医学的加工之前，它显示了自身本质，但随着疾病所处的社会空间变得越复杂，它就变得越不自然。正如苏珊·桑塔格（Susan Sontag）指出，在疾病的隐喻下，患者生病被认为是咎由自取，只有当个体存在道德缺陷，疾病才会产生，甚至疾病被认为是耻辱的、罪恶的、堕落的、肮脏的<sup>[10][19]</sup>。传统认知中，妇科疾病一度与私生活不检点等道德判断绑定，例如，认为妇科炎症通常与性行为有关，进一步指向女性道德层面的“不洁”，而非妇科疾病本身的病理性阐释。这种从病理到社会象征意涵的想象性建构，逐渐在患病者的生理性痛苦之外带来另一重病耻感（stigma）。随着现代医学观念的发展，对女性生理病变的定义也在不断更新，网络女性健康科普通过对医学研究观点的通俗化阐述与澄清，传递出更为清晰、

正确的健康观念导向与身体认知。

妇科疾病的去污名化叙事体现在多数社交媒体平台的女性健康科普账号对“宫颈糜烂”及其相关医学知识的普及。通过对新浪微博平台话题“宫颈糜烂”进行文本抓取,梳理内容后可以发现,绝大多数由专业医科背景账号发布的科普文本均指出“宫颈糜烂是一种被创造出来的疾病”,其本身仅仅是女性雌孕激素变化带来的正常生理现象,并不需要过度治疗。微博账号“段涛医生”(微博认证为上海市第一妇婴保健院教授)指出,2008年国内相关医学研究杂志已提出建议取消“宫颈糜烂”病名,以“宫颈柱状上皮外移的生理现象”取代。抖音账号“妇科翟凌云”在针对该主题的科普短视频中,首先拆解了“宫颈糜烂”背后被污名化的女性生理现象,尤其是“糜烂”一词从对性状的描述如何被延伸至女性私生活的道德化隐喻,再通过科普框架阐明其医学内涵,完成去病化的语词脱喻。账号“39健康网”则以科普漫画的形式向大众点明“宫颈糜烂=私生活混乱?醒醒!它根本就不是病!”,以通俗、直观的图像叙事建构起正确的身体认知常识。类似的还有科普视频中对“盆腔积液”及其治疗的相关去污名化阐释。这些科普内容在纠正错误认识的同时,向广大受众普及其作为女性正常生理状态的发生机制,通过消除隐喻的科学话语实践,直接传达出“疾病仅为身体现象的命名,身体就是身体本身,而不是对自我价值的判断”的观点,试图重塑社会大众对女性生理疾病的科学认知。

桑塔格认为,看待疾病最真诚的方式同时也是患者对待疾病的最健康的方式是尽可能消除或抵制隐喻性思考<sup>[10]3</sup>。网络女性健康科普通过对女性生理疾病病理机制的澄清,以去污名化的科普叙事对固有观念中的妇科疾病进行脱喻处理,部分妇科疾病从刻板的

象征意义中脱喻,不再指向不洁的、羞耻的身体。尤其是对网络女性健康科普的主要受众群体——未婚育女性而言,妇科炎症与疾病也不再隐喻传统的贞洁观念和道德准则,从而建立起疾病与科学的关联,也就断开了女性身体、疾病与道德准则的连接。医学话语作为科普中共享、通用的表达,建构出一种反污名化的科普叙事,消解女性群体的病耻感,促使女性正视自身的生理变化。

### 3.3 身体的角色重塑:对女性生育观念的知识建构

首先,网络女性健康科普中的生育叙事不再延续大众传媒时代两性科普内容的家庭框架,其科普的出发点从女性身体的生育角色转向对女性自身生育权掌控的强调。在传统生育文化中,人们将生育视为性行为的唯一目的,也因此成为社会赋予的女性个人价值体现。而在网络女性科普账号的生育科普内容中,对女性健康与生育角色之间的意义传达则更加多元化。科普内容生产者以专业妇产科医生的科学视角积极回应社会热点问题中的生育焦虑问题,科普生育与避孕知识,并试图向更多未婚育女性传达“生育是一种个人选择而非目的”的生育观念。

以“第十一诊室”微信公众号“产科往期文章合集”的内容为例,在剔除与生育主要相关主体,即“产妇”(例如“母亲”“妈妈”)、“胎儿”(例如“宝宝”“孩子”)等关键词后,得到的高频关键词主要为“检查”“问题”“感染”“糖尿病”等与产妇身体健康直接相关的词汇,科普文章的核心内容主要围绕女性保障生产平安、产后恢复身体等自我身体恢复需求(见表3、图2)。这样的科普导向,使得女性身体的生育角色逐渐超越“为了孩子”或“为了家庭”的基本观念,转向聚焦女性自我角色为中心的身体健康需求。在女性自我身体本位的叙事中,即便是作为

他者母亲的女性，也能从中找到自我身体的话语权。

表 3 “产科” 科普文章高频关键词表（部分）

| 关键词 | 词频  | 关键词 | 词频  | 关键词 | 词频  |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 妊娠  | 558 | 子宫  | 389 | 流产  | 337 |
| 产后  | 431 | 检查  | 349 | 胎盘  | 307 |
| 感染  | 409 | 分娩  | 339 | 问题  | 307 |

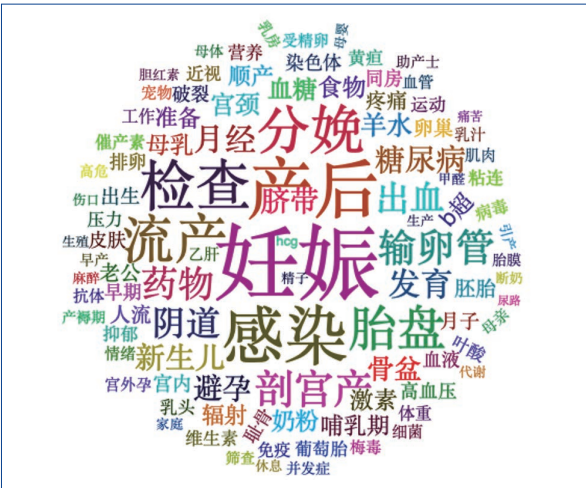


图 2 “第十一诊室” 微信公众号“产科往期文章合集” 词云图（部分）

此外，多数科普博主共同普及并澄清了“女性最佳生育年龄”等模糊认知，鼓励女性打破生育焦虑、回归自身价值。可以看到，女性通过对自我身体、生育知识的了解，消解了自身价值与生育之间的必然联系，进而从生育的压力和焦虑中解放出来，在生育以外建立起对身体的主导意识。

其次，网络女性健康科普促使女性，尤其是未婚育适龄女性，进一步科学认识生育对身体带来的风险与影响。2022 年初，科普博主“六层楼先生”在微博平台发布了一系列以“看见女性生育伤害”为主题的相关科普内容，向大众普及女性身体与生理机制在进入生育后产生的一系列变化以及在生育中、生育后面临的身体及心理风险，产生了广泛影响，多次登上微博热搜榜。在“看见女性生育伤害”系列视频中，科普生育伤害与生育风险知识的目的是让选择生育的人，可以尽可能降低风险，保护好自己；让不选择生

育的人，了解自己的选择避免了哪些问题和风险；让还没有做出选择的人，可以充分了解权衡利弊，做出理性的选择。梳理生育科普内容的文本可以发现，与“妊娠”相关的，除了“母婴”“老公”“母亲”等连接着女性社会角色的词语外，生育话语本身更多与“流产”“感染”“病毒”等和女性身体相关联的中性或负面词汇挂钩（见图 3、图 4）。这在某种程度上表明，女性身体的生育角色不再是脱离医学与科学的“母职神话”。网络女性健康科普从临床学的角度，以科普的形式向大众呈现出女性在生育过程中面对的现实，从而将应对风险的主导权回归女性自身而非家庭角色，丰富了当下社会对于女性母职观

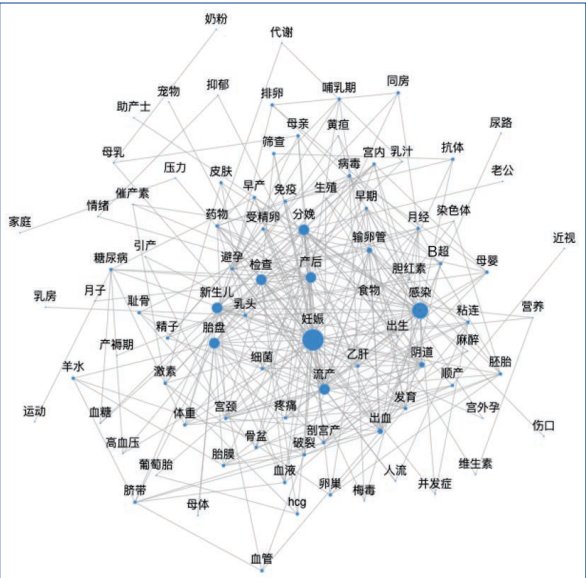


图 3 “第十一诊室” 微信公众号“产科往期文章合集” 社会网络关系图（部分）

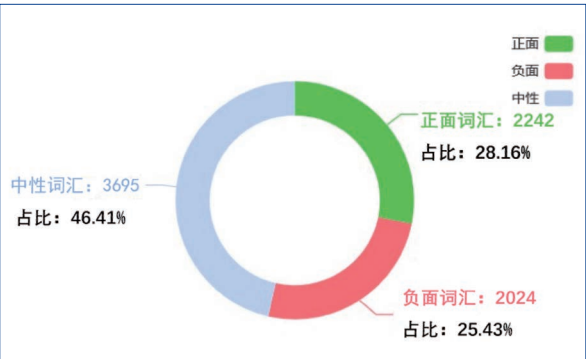


图 4 “第十一诊室” 微信公众号产科内容词汇情感倾向统计图（部分）

念、身体角色的多元理解。

在传统话语中，女性的生育过程同样是隐秘而个人的，在拥有成为母亲的经验以前，女性对于生育的认知大多来源于代际话语的传承。网络女性健康科普一方面将女性在整个生育周期中可能遇到的问题进行较为全面的科普，尽可能消除怀孕女性在生育过程中由于信息缺失造成的恐慌，也通过真实地再现女性在生育周期中可能遇到的问题，使人们重新理解并反思“做母亲的女人才完整”的“母职神话”。科普生育控制（birth control）与避孕知识，以及在此过程中对上一代生育观念与生育经验的重述，一方面，影响着新时代女性对生育与身体的认知和意愿，以此促进两性关系认知中女性主体地位的提升；另一方面，这类女性健康科普从临床学的角度以科普的形式再现生育的真实，从知识的层面挑战了“母职”，逐渐改写女性生理身体的社会角色与社会认知。年轻女性得以全面把握生育风险，在此基础上科学决策是否生育、生育的时机等。做母亲不再成为作为女性身体承担的必然角色，而成为个体理性选择的结果。

#### 4 结论

知识社会学的视角认为，人类社会中多种多样的经验知识是通过社会建构被生产为一种真理的现实<sup>[1]</sup>。当下互联网女性健康科普话语建构的某种趋势，正是试图在科学普及的同时为社会形成某种话语的知识，从生

理层面重塑一代女性的身体观念、健康观念与性别意识，有意识地形成与传统女性身体观念的边界与区隔。通过生理周期、妇科疾病、生育三重维度的话语建构，新媒体时代的女性健康科普分别从女性身体的可见性表达、去污名化叙事、身体角色重塑过程中开辟了大众理解和认知女性身体健康的新价值取向。科普的主旨与出发点不再是家庭框架下的生育能力，而是以女性的自我与个体为中心。这种在生理层面建构起来的新知识，创建出新一代女性的主体性，指向的不只是单一的妇科知识，而是一整套生活方式和思想观念，而且与“女性的身体是可投资、可回报的，也是可被自主掌控的”女性身体观念有关。

需要指出的是，这一科普价值取向与身体观念的变化始终建立在网络科普垂直化与用户导向特征基础之上。尤其是面对社交媒体平台多元化的科普内容生产，女性健康科普内容中彰显的部分性别意识、身体观念与价值取向，本身亦是平台化与市场化内容生产的结果之一而非全部。这种将科普知识与价值观念联系在一起传播形式，试图从知识到观念的层面建立对身体与疾病的科学认知，探讨建立女性个体对生理身体自主权的可能性。这样的身体观念假设，只有在个体足够了解身体的生理机制的基础上，才能通过对健康的追求来主导两性关系，进而丰富女性的社会价值。其中网络女性健康科普的话语策略，指向了一种全新的、自我主导的女性生活方式，同时也是对当代科普伦理内在需求的回应。

#### 参考文献

- [1] “健康中国 2030”规划纲要 [M]. 北京：人民出版社，2016.
- [2] 王刚，顾婉莹. 新媒体健康传播：女性赋权的话语突破与资本困境——以“丁香医生”“第十一诊室”为例 [EB/OL]. (2020-11-07) [2022-10-03]. [https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=WGe0za3-fmILWVHpFQdyCi8z0VdC9y9xie9DOXQ1jyGnYk8VBPLmZXuJsbOm\\_6r6JRku8KYuSPrRuosS-BbizFEZ9g3rWELKNV6lLLuc0i0AqUtxVmeMmeQ\\_DCci6IJP&uniplatform=NZKPT](https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=WGe0za3-fmILWVHpFQdyCi8z0VdC9y9xie9DOXQ1jyGnYk8VBPLmZXuJsbOm_6r6JRku8KYuSPrRuosS-BbizFEZ9g3rWELKNV6lLLuc0i0AqUtxVmeMmeQ_DCci6IJP&uniplatform=NZKPT).

（下转第 105 页）

- [28] 黄星楼. 美国亦重《本草纲目》[J]. 医学杂志, 1959(52): 89-90.
- [29] 潘吉星. 李时珍—李约瑟—鲁桂珍 [J]. 大自然探索, 1993(2): 106-110.
- [30] 王淑军, 白剑峰, 燕玲, 等. 发展中医无须彷徨 [N]. 人民日报, 2006-10-26(15).
- [31] 孟庆云. 蒋兆和为李时珍画像 [N]. 中国中医药报, 2003-10-20.
- [32] 秦宇龙. “西学中”挖掘中医药伟大宝库 [EB/OL]. ( 2021-06-29 ) [2022-12-03]. <http://www.satcm.gov.cn/xinxifabu/meitibaodao/2021-06-29/22144.html>.
- [33] 陈邦贤. 中国医学史 [M]. 北京: 商务印书馆, 1956.
- [34] 钟晓媛, 郭震. 中华优秀传统文化在中学化学教科书中的百年变迁研究 [J]. 课程·教材·教法, 2019, 39(12): 133-138.
- [35] 李宗桂. 40 年文化研究的反思和前景展望 [J]. 社会科学战线, 2018(10): 1-25, 281.
- [36] 程佳宏. 对纪录片弘扬传统文化的几点思考 [J]. 中国电视, 2004(9): 57-59.
- [37] 美科学家肯定中医合法性 [J]. 山东中医杂志, 1993(3): 44.
- [38] 左言富. 中医药在世界的发展现状与展望 [J]. 江苏中医药, 2005(5): 1-6.

(编辑 李莹)

(上接第 25 页)

- [37] 余慧菊, 杨俊锋. 数字公民与核心素养: 加拿大数字素养教育综述 [J]. 现代教育技术, 2019, 29(7): 5-11.
- [38] 德国教育和文化事务部长常设会议. 德国“数字世界中的教育”战略 [EB/OL]. (2017-12-07) [2022-06-09]. <https://www.kmk.org/kmk.html>.
- [39] 英国联合信息系统委员会. 英国“数字体验洞察服务” [EB/OL]. (2020-10) [2022-06-09]. <https://digitalinsights.jisc.ac.uk/reports-and-briefings/our-reports/>.
- [40] 国际图书馆协会和机构联合会. 数字素养宣言 [EB/OL]. (2017-08) [2022-06-09]. <http://www.ifla.org>.
- [41] UNESCO Institute for Statistics. SDG 4 Ensure Inclusive and Equitable Quality Education and Promote Lifelong Learning Opportunities for all METADATA[EB/OL]. (2022-03-22) [2022-08-09]. <https://tcg.uis.unesco.org/wp-content/uploads/sites/4/2021/08/Metadata-4.4.2.pdf>.
- [42] 新加坡通信和信息部. 数字化就绪蓝图 [EB/OL]. (2018-06) [2022-06-09]. <https://www.mci.gov.sg/en/portfolios/digital-readiness/get-digitally-ready>.
- [43] 澳大利亚教育、技能和就业部. 澳大利亚“数字素养技能框架” [EB/OL]. (2021-10-20) [2022-06-09]. <https://www.dese.gov.au/foundation-skills-your-future-program/resources/digital-literacy-skills-framework>.
- [44] OECD. PISA 2006: Science Competencies for Tomorrow's World Vol.1. [EB/OL]. (2007-10) [2009-3-6]. <http://www.pisa.oecd.org/dataoecd/30/17/39703267>.
- [45] 贾义敏, 詹春青. 情境学习: 一种新的学习范式 [J]. 开放教育研究, 2011, 17(5): 29-39.
- [46] World Health Organization. Novel Coronavirus (2019-nCoV) Situation Report-13[R/OL]. (2020-02-04) [2020-02-17]. <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>.

(编辑 李莹)

(上接第 55 页)

- [3] 克里斯·希林. 身体与社会理论 [M]. 李康, 译. 北京: 北京大学出版社, 2010.
- [4] 米歇尔·福柯, 规训与惩罚 [M]. 刘北成, 杨北婴, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1999: 241.
- [5] 翟翠霞, 孙晓琦. 新时代健康领域网络科普现代化治理研究 [J]. 科技中国, 2023(1): 91-95.
- [6] 2021 年中国女性健康白皮书 [EB/OL]. (2021-09-25) [2023-08-01]. <https://www.cbndata.com/report/2718/detail?isReading=report&page=1>.
- [7] N Bonvillain. Women and Men: Cultural Construct of Gender[M]. London: Prentic-Hall, 1998: 11.
- [8] 焦杰. 传统习俗禁忌中的“厌女情结”及其原因考察——以社会性别和人类学为视角 [J]. 南开学报 (哲学社会科学版), 2015(4): 91-98.
- [9] 许宝强, 袁伟. 语言与翻译的政治 [M]. 北京: 中央编译出版社, 2001: 278.
- [10] 苏珊·桑塔格. 疾病的隐喻 [M]. 程巍, 译. 上海: 上海译文出版社, 2003.
- [11] 彼得·伯格, 托马斯·卢克曼. 现实的社会构建 [M]. 汪涌, 译. 北京: 北京大学出版社, 2009: 3-4.

(编辑 颜 燕 李 莹)

Structural Equation Model ( PLS–SEM ) to investigate the factors influencing digital youth’s willingness to adopt the science popularization information released by science popularization influencers on social media platforms. The study found that the quality of science information posted by science popularization influencers did not significantly impact the perception of the usefulness of the information. In contrast, the credibility of the source, the affinity of the discourse, the consistency of the information and the rating of the data all significantly positively impact the digital youth’s perception of the usefulness of the information. In addition, the perception of information usefulness can further positively influence the willingness to adopt science information. These findings further validate and extend the IAM in a theoretical sense, and in a practical way, they also provide some suggestions for different subjects: the science communication influencers can actively set some identity labels for themselves and adopt more friendly strategies for discoursing; social media platforms can display the reviews reflected by the audiences in a more dimensional way, making it easier for users to refer to the opinions of others.

**Keywords:** science popularization influencers; science popularization; information adoption; elaboration likelihood model

**CLC Numbers:** N4; G206.3 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673–8357.2023.04.005

## Content Production and Body Concept Reshaping of Internet Science Popularization in Women’s Health: A Discourse Analysis Based on Social Media Platforms

Shen Shuang<sup>1,2</sup> Tan Huawei<sup>3</sup>

( School of Journalism and Communication, Zhengzhou University, Zhengzhou 450001 ) <sup>1</sup>

( Xinhua News Agency–Mu Qing Research Center in Zhengzhou University, Zhengzhou 450001 ) <sup>2</sup>

( School of Politics and International Relations, East China Normal University, Shanghai 200241 ) <sup>3</sup>

**Abstract:** Women’s health is essential for women’s social status. With the more diversified demands of female users in the new media era, women’s demand for health discourse and gender awareness has become stronger. Based on spreading the scientific knowledge of women’s health, Internet women’s health science popularization attempts to help women construct a comprehensive and objective concept of body and health through the dissemination of scientific discourse. Starting from the theoretical perspective of body sociology, this paper explores the content production and discourse construction of women’s health science popularization on today’s social media platforms. Findings reveal that through the three–dimensional thematic narrative frameworks of the menstrual cycle, gynaecological diseases, and childbirth, the current women’s health popularization has expanded the understanding and perception of women’s physical health through the visible expression of women’s bodies, the de–stigmatization of diseases, and the remodelling of body roles. It responds to the inherent value demand of health science popularization in the new media era from the level of knowledge—discourse perception.

**Keywords:** female; science popularization of health; Internet science popularization; body concept

**CLC Numbers:** N4; R193 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673–8357.2023.04.006