

面向年轻用户的两性健康科普短视频信息采纳研究

——以B站“芝士解结”账号为例

李悦 张薇薇

(南京信息工程大学管理工程学院, 南京 210044)

[摘要] 本研究聚焦两性健康科普短视频, 以“芝士解结”账号为例, 揭示年轻用户信息采纳行为的影响因素及作用机理, 通过对年轻用户以及该账号创作团队成员进行深度访谈, 运用主题分析法对访谈资料进行编码, 归纳出新媒体运营、两性认知、内容质量、感知价值与外部环境五大核心主题, 对应健康传播过程中的信息知晓、信念认同、态度转变与行为采纳4个阶段, 构建两性健康科普信息采纳模型。其中, 新媒体运营在信息采纳的初始阶段发挥驱动作用, 两性认知和内容质量共同构成两性健康观念的认同基础, 感知价值推动信息采纳前的态度转变, 外部环境则与两性认知互相调节。研究建议构建短视频平台、家庭与学校三方协同的两性健康科普生态, 系统弥补年轻群体的认知缺失。本研究有助于探究婚育适龄人群对两性健康的认知观念与采纳意愿, 推动两性健康知识普及, 增进两性关系与社会和谐。

[关键词] 科普短视频 信息采纳 健康传播 两性健康 主题分析法

[中图分类号] N4; R167 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2026.01.004

近年来, 中国社会正经历家庭结构变迁, 并面临生育率走低的问题。2024年全国出生人口为954万人, 出生率降至6.77‰^[1], 反映出公民婚育观念与行为的变化。与此同时, 社交媒体中两性议题的讨论日益活跃, 折射出相关认知与沟通的普遍需求。政策层面, 国家已明确提出要推动建设生育友好型社会, 强调营造尊重和支持生育的社会氛围^[2]。在此背景下, 探究两性健康知识的传播机制与年轻

用户的信息采纳行为, 对促进健康认知、改善两性关系具有现实意义。

受传统观念束缚、教育资源不均等因素影响, 年轻用户的两性知识普及与采纳面临诸多挑战^[3]。短视频平台以其碎片化、强互动、易传播的特点, 为两性健康科普提供了新的传播渠道, 能以生动直观的形式提升信息的接受效率^[4]。然而, 该类内容在发展中仍面临创作者稀缺、内容审核复杂、信息质量不一等

收稿日期: 2025-04-16

基金项目: 国家社会科学基金一般项目“网络伪健康知识的生成机理、效应及评估机制研究”(22BTQ056); 江苏省高校哲学社会科学重大项目“网络伪健康知识的生成机理、效应及评估机制研究”(2022SJD096)。

作者简介: 李悦, 南京信息工程大学硕士研究生, 研究方向: 网络健康信息行为, E-mail: li09yue17@163.com。张薇薇为通讯作者, E-mail: zhangww@nuist.edu.cn。

挑战。

在众多平台中，哔哩哔哩（Bilibili，以下简称 B 站）以其活跃的年轻用户社区成为两性知识传播的重要场景。作为该领域的代表性账号，“芝士解结”在 B 站与小红书累计拥有粉丝超过两百万，获赞约六百万次^①，其内容影响力与受众覆盖面均具有典型性。因此，本研究以 B 站“芝士解结”账号为例，聚焦年轻用户对两性健康科普短视频的信息采纳机制，旨在为健康科普实践提供理论参照。

1 文献综述

年轻用户对两性健康科普短视频的采纳行为属于广义的健康信息采纳范畴，即用户为满足健康相关需求而对信息进行检索、评估并应用于实践的过程^[5]。当前，健康信息采纳领域已形成多种理论框架，包括强调感知有用性与易用性的技术接受模型^[6]、区分中心与边缘说服路径的精细加工可能性理论^[7]以及关注信源与信息质量的信息采纳模型^[8]。此外，健康信念模型从感知疾病威胁与行为益处的角度解释决策^[9]；卡诺（KANO）模型，则通过必备、期望与魅力属性分析用户满意度^[10]；媒体丰富度理论^[11]与社会认知理论^[12]为理解媒介与环境的影响提供了依据，这些理论也可用于健康信息采纳领域的研究。

传统的“缺失模型”假定单向的知识灌输即可改变公众认知，但其效果有限^[13]，当代研究更强调基于公众先验认知、价值共鸣的双向对话模式。在两性健康领域，学界普遍认同性教育是涵盖生理、心理与社会维度的健康基石^[14-15]。实证研究揭示青少年在性别认知、性心理和安全性行为等领域存在知识空白^[16-18]，可能诱发健康风险^[19]。尽管网络已成为青少年获取性知识的主要渠道^[20]，但网络

信息质量参差不齐可能会带来误导风险^[21-22]。

短视频平台的健康传播内容生态正从娱乐向专业领域转型，健康科普已成为垂直热点^[23-24]。然而，当前健康科普短视频仍存在内容宽泛化与专业账号稀缺等问题^[24]。有研究表明，信息质量、信源可靠性、情绪与从众心理等因素均显著影响健康信息采纳行为^[25-26]，发布者专业性、平台易用性和内容表达质量对健康信息采纳行为具有正向影响^[27]。家庭、社会等外部系统同样影响着个体的健康信息实践^[28]，用户的信息评论情感、用户涉入度与冲突解决方式也在社交媒体环境中影响采纳意愿^[29]。

基于对现有文献的系统梳理，本研究认为当前研究领域仍主要存在 3 点局限。（1）既有理论在迁移至短视频场景时面临情境适用性质疑，两性健康信息的高敏感性与文化约束性可能重塑变量间的作用路径，而现有研究缺乏针对该情境的质性探索。（2）对用户评估、内化与采纳两性健康信息的行为机制探讨尚不充分，尤其缺少从用户心理动机与决策逻辑出发的深度解析，且短视频平台的交互性、内容呈现等情境化因素尚未被系统纳入分析框架。（3）研究视角存在偏差，多聚焦传播者策略，对用户认知反应与行为转化机制的关注相对不足，尤其缺乏对两性健康这类敏感主题传播效果的深入探讨。因此，本研究采用深度访谈的质性方法，旨在从受众视角系统解析其信息采纳的决策机制。该方法能够有效回应既有理论在迁移至短视频情境时面临的适用性挑战，深入探究两性健康这类敏感话题下各变量间的真实作用关系；同时，通过对用户认知反应与行为转化逻辑的深度挖掘，弥补现有研究对用户视角关注不足、缺乏情境化探讨的局限，并进一步纠

①数据统计时间为 2024 年 3 月。

正以往研究多聚焦传播者策略而忽视受众心理动机与行为机制的偏差。

2 研究设计

2.1 研究方法

考虑到该议题具有较高的敏感性与复杂性,且涉及个体的文化背景、价值观与个人经历等多重因素,本研究将半结构化访谈作为核心数据收集方法。在访谈提纲设计上,本研究主要依据在线用户信息采纳机制的理论框架,即外部刺激通过影响个体的认知与情感系统,最终触发信息采纳行为^[30]。提纲内容聚焦3个核心维度:(1)受访者个人背景信息(作为认知前置因素);(2)用户对两性健康科普短视频的认可因素(涵盖信息质量、呈现形式等外部刺激要素);(3)视频内容产生影响的深层动因(反映认知与情感的中介作用和行为转化逻辑)。为确保访谈对象的代表性和针对性,本研究选取2024年2月至4月观看过两性健康科普短视频的年轻用户(指16~30岁)进行半结构化访谈。

在数据分析环节,本研究运用主题分析法对访谈资料进行系统处理。具体遵循三级编码程序:(1)进行初始编码,逐句标注原始访谈语录,提炼出初始编码;(2)进行子主题编码,通过比较与归纳,将相似编码合并形成子主题;(3)进行主题编码,在子主题基础上抽象与整合,归纳形成反映数据整体结构的核心主题。

2.2 数据收集

数据收集工作于2024年3月至4月期间完成。本研究聚焦B站知名UP主“芝士解结”所发布的两性健康科普短视频,内容涵盖女性健康、男性健康和两性知识的科普内容。访谈样本为18名观看过“芝士解结”在

B站发布的两性健康科普短视频的年轻用户。

2.2.1 “芝士解结”B站账号的粉丝画像

“芝士解结”B站账号粉丝基本属性见表1,粉丝粘性方面,该账号的活跃粉丝量为274 908人,其中观看互动粉丝量占活跃粉丝量的61.6%;在互动粉丝中,点赞粉丝占66.2%,收藏粉丝占14.0%,分享粉丝占7.7%;粉丝来源上,72.9%的粉丝来自视频,21.70%来自个人空间,3.20%来自搜索,2.00%来自其他渠道,仅0.20%来自直播。

表1 “芝士解结”B站号粉丝基本属性

粉丝基本属性	性别		年龄			
	男性	女性	0~16岁	17~25岁	26~40岁	41岁及以上
所占比例/%	54.1	45.9	9.4	58.7	22.4	9.5

注:数据来源于B站。

“芝士解结”B站号的粉丝画像显示,该账号拥有高粘性粉丝群体(观看互动粉丝量占活跃粉丝量的61.6%),粉丝互动意愿强烈(点赞粉丝量占观看互动粉丝量的66.2%),充分体现粉丝对其内容的广泛认同和喜爱,新增粉丝主要源于视频观看后的主动关注(72.90%),凸显了内容质量的关键引流作用,个人空间展示与多元化推广也贡献了部分流量。上述数据印证了“芝士解结”在B站具有显著的传播影响力与扎实的用户基础。

2.2.2 访谈样本特征

本研究在小红书平台上有偿招募观看过“芝士解结”在B站发布的两性健康科普短视频的用户参与访谈。为确保样本效度,设置两重筛选机制:一是受访者需通过3道视频知识点测试题;二是受访者需提供视频观看记录或收藏链接进行交叉核验。最终,18位符合条件且自愿参与的用户参与访谈。单次访谈平均时长约为20分钟,内容聚焦于3个核心方面,即受访者个人背景信息、用户对该账号科普短视频的认可因素以及视频内容对他们产生影响的深层动因。访谈样本编号与特征见表2。

表 2 访谈样本编号与特征

编号	性别	年龄 / 岁	职业	婚恋情况
A-01	女	25	医药制造	恋爱
B-02	女	16	高中生	单身
C-03	男	20	大学生	恋爱
D-04	男	21	快递员	恋爱
E-05	女	22	研究生	恋爱
F-06	男	21	大学生	恋爱
G-07	女	24	大学生	单身
H-08	女	23	研究生	恋爱
I-09	女	26	汽车制造师	已婚未育
J-10	女	23	大学生	恋爱
K-11	女	17	高中生	单身
L-12	男	22	银行客户经理	恋爱
M-13	女	22	大学生	单身
N-14	男	30	建筑师	恋爱
O-15	女	23	大学生	恋爱
P-16	男	26	电商运营	恋爱
Q-17	女	20	大学生	恋爱
R-18	女	24	研究生	单身

2.3 数据处理与分析

主题分析法（Thematic Analysis）作为质性研究方法之一，旨在系统识别、分析并呈现数据中蕴含的模式或核心主题^[31]，有助于研究人员形成对数据整体结构与类别的清晰认知，进而通过归纳分类提出类化指标。

本研究将主题分析法的归纳路径划分为 3 个编码阶段，即初始编码、子主题编码和主题编码。从识别的编码中提炼出驱动年轻用户采纳两性健康科普知识的主题，并利用

Nvivo12 软件完成编码分析，同时辅以分析备忘录记录研究人员的思考与洞察，以保证分析的系统性和理论饱和度。

3 数据分析过程与结果

3.1 初始编码和子主题编码

初始编码是主题分析法的基础，也是主题分析法的初始环节。在初始编码阶段，本研究遵循两个原则。（1）逐行、逐句阅读数据。研究人员对数据中有意义的部分进行标记，并赋予简短的词语或短语。（2）持续比较。这是一个迭代的过程，研究人员不断地将每个受访者的数据与其他受访者的数据进行比较，寻找彼此间的相似性和差异性^[32]。本研究对原始访谈资料进行详尽拆解，逐字逐句执行标注、编码与录入工作。通过深入比较与辨析，成功识别并提取了 82 个初始编码。

子主题编码是主题分析法的中间环节。在初始编码的基础上，研究人员通过细致的比较和分析，将关系相似的初始编码合并，提炼出子主题。相较于初始编码，子主题是更为广泛的模式或概念。本研究对 82 个初始编码进行合并归类，最终形成 16 个子主题（见表 3）。

表 3 开放式编码结果

子主题	初始编码
A1 两性观念	a1 避免未知恐慌；a2 减少错误愧疚感；a3 恐惧职业医生；a4 羞耻态度改变；a5 自身感兴趣；a6 分清现实与文学；a7 改变传统看法；a8 纠正错误观念和启蒙
A2 两性关系	a9 改善体验；a10 责任感；a11 增进理解，改善关系；a12 尊重伴侣
A3 两性知识	a13 自身需要性知识；a14 查漏补缺；a15 对性存在困惑；a16 了解相关俗语原理；a17 求知欲；a18 自身性知识缺失
A4 感知权威性	a19 信任平台和创作者；a20 粉丝基数大；a21 引用权威内容；a22 补充少见科普；a23 避免在线专家羞耻；a24 与百度相符；a25 打破谣言；a26 促进社会健康发展
A5 感知有用性	a27 揭露异性真实想法；a28 清楚认知自身；a29 涉及多面知识；a30 实用性；a31 提升安全健康；a32 贴近日常
A6 感知易用性	a33 内容时长合适；a34 逻辑清晰；a35 视频形式易接受；a36 易懂易学
A7 内容必备属性	a37 内容全面准确；a38 内容有意义；a39 内容专业；a40 客观中立
A8 内容期望属性	a41 创新能力强；a42 兼具功能性和话题性；a43 内容细致；a44 内容有趣；a45 内容质量高；a46 文案优质；a47 知识传递性明显
A9 内容魅力属性	a48 帮助正视性；a49 产生共鸣；a50 价值观契合；a51 思想前卫
A10 交互性	a52 互动性好；a53 了解用户兴趣；a54 尊重个体差异
A11 广告融合度	a55 广告处理得当

续表 3

子主题	初始编码
A12 视频形式	a56 视频形式固定; a57 停顿节奏适宜; a58 形式多样; a59 形式官方正式; a60 形式特别; a61 出镜者吸引力; a62 生动形象
A13 初始吸引	a63 同类视频中推荐; a64 封面和标题有吸引力; a65 概念新颖鲜明; a66 话题切入点好
A14 社会氛围	a67 类似博主稀缺; a68 地区性教育差别大; a69 男女开放差异; a70 社会观念进步; a71 社会性科普匮乏; a72 网络风气开放; a73 网上医生真假不定; a74 医生科普过于书面化; a75 社会风气保守
A15 家庭教育	a76 家庭性教育缺失; a77 家庭性教育停留表面; a78 家长思想保守; a79 上一代性教育缺失
A16 学校教育	a80 学校科普过于学术; a81 学校性教育缺失; a82 学校科普较浅

3.2 主题编码

主题编码是主题分析法的最终环节,反映整个数据集的内容,能够解释研究问题。为了保证主题命名的科学性和合理性,由课题组的两位研究人员共同探讨、归纳主题。本研究对 16 个子主题进行系统归类、抽象、提升与整合,旨在探寻共同内涵框架,并厘清建立各范畴间的逻辑关系,最终归纳出 5 个核心主题(见表 4)。

究主题编码在理论上已达饱和状态。

3.4 短视频运营方的访谈结果分析

除了对短视频用户进行数据采集与分析,本研究还对“芝士解结”团队,即两性健康科普短视频的生产与运营方,进行了访谈和资料分析,分别从用户、视频和内容 3 个层面对访谈结果进行总结,并与用户访谈资料的编码结果开展关联分析。(1) 在用户层面,“芝士解结”团队成员指出用户采纳的关键因

表 4 主题编码结果

主题	子主题	子主题内涵
两性认知	A1 两性观念	用户对性知识的观念和态度
	A2 两性关系	用户的亲密关系状态和性经验
	A3 两性知识	用户在性知识方面的学习和了解程度
感知价值	A4 感知权威性	用户感知到的视频 UP 主及其视频内容的权威性
	A5 感知有用性	用户感知到短视频中信息对生活提高的帮助程度
	A6 感知易用性	用户从短视频中获取信息的容易程度
内容质量	A7 内容必备属性	内容必须包含的基本元素,如准确、有意义等
	A8 内容期望属性	用户期望内容具备的属性或特点,如有趣、新颖等内容吸引人的特质,如灵魂共鸣、价值观契合等
	A9 内容魅力属性	用户与用户、用户与内容创作者之间的互动机制
新媒体运营	A10 交互性	广告与内容整合的自然度,如情景嵌入、时长合理等
	A11 广告融合度	视频情景演绎、道具运用、声效设计及人物形象等
	A12 视频形式	触发用户点击行为的要素,如标题、封面的设计特殊等
外部环境	A13 初始吸引	社会对性知识的整体态度和看法
	A14 社会氛围	家庭对性知识的态度和教育方式
	A15 家庭教育	学校提供的性教育课程和环境氛围
	A16 学校教育	

3.3 饱和度检验

本研究对样本进行逐个访谈与编码。完成前 15 个样本的深入分析后,初步构建了年轻用户对两性科普短视频的采纳行为理论框架。为验证该理论框架的饱和度,对剩余 3 个精心挑选的样本进行饱和度检验。通过随机抽取与分析访谈内容,未发现新主题和关系,主题内部也未产生新构成元素。据此,本研

素包括强烈的信息需求(源于现实困惑)、可靠的信息获取渠道匮乏、家庭和学校教育环境造成的沟通障碍,以及长期科普积累形成的受众信任。(2) 在视频层面,“芝士解结”团队成员指出关键因素包括视频差异化风格(如极简动态图文)、趣味性与创新性元素(如道具应用、AI 旁白)、主题概念的新颖性与鲜明性,以及功能性与话题性的有效结合。(3) 在内容层面,“芝士解结”团队成员指出关键因素包括内容的科学性与立场的客观中立(通过文献查阅与专业咨询保障)、内容表达的趣味性(如谐音运用),以及内容传递的价值观与受众价值观的契合度。

4 两性健康科普信息采纳模型

在系统分析各主题及其内在关联的基础上，本研究识别出影响年轻用户采纳两性健康科普短视频信息的多维度因素。健康传播过程包含信息知晓、信念认同、态度转变和行为采纳 4 个阶段^[33]，“新媒体运营”对应采纳前的信息知晓阶段，“两性认知”和“内容质量”共同构成两性健康观念的信念认同基础，“感知价值”对应信息采纳前的态度转变阶段。同时，“外部环境”与“两性认知”之间可以互相调节。据此构建两性健康科普信息采纳模型（见图 1）。

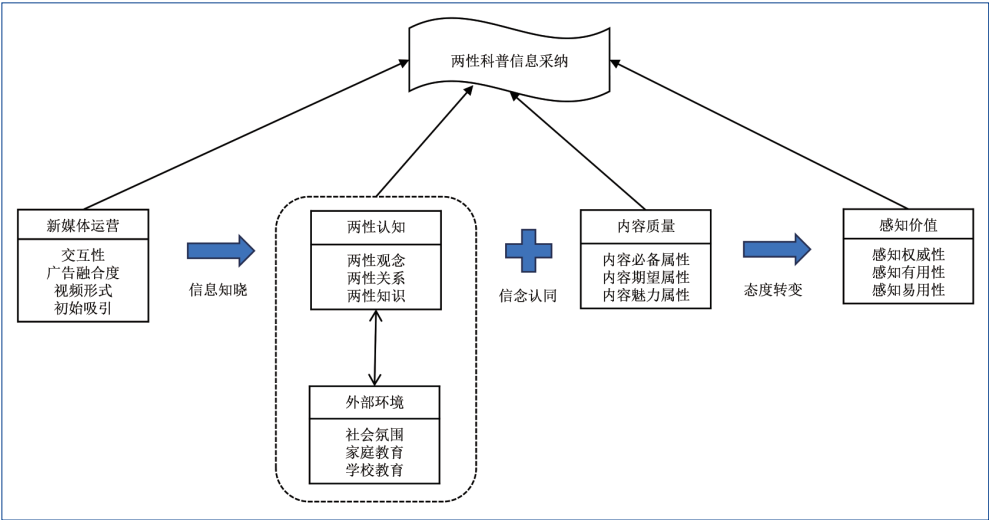


图 1 两性健康科普信息采纳模型

4.1 新媒体运营

新媒体运营主要作用于用户对科普信息的知晓阶段^[34]，其核心效能在于降低信息接触门槛、引发用户初始兴趣与浅层互动行为（如点击、观看、点赞），为后续的两性健康科普短视频信息采纳创造机会。（1）交互性是营造用户归属感与促进知识沉淀的机制。用户与用户、用户与 UP 主间的互动（如评论、提问、回复）增强了社区参与感，用户能通过讨论辅助信息理解，如 P-16 所述：“如果你有问题，你可以去评论、提问，她都会回复。”（2）广告融合度是维持用户体验与信

任的平衡点。广告与科普内容的自然结合程度直接影响用户对内容的整体感知，高融合度可维持甚至提升体验，而生硬植入则会损害可信度，如 J-10 所述：“她虽然接广告，但广告与科普内容处理得很自然，感觉广告也是科普内容的一部分。”（3）视频形式是降低用户注意力获取成本的核心手段。特定的视觉表现与创意形式能高效吸引用户注意力，降低信息呈现的枯燥感，如 R-18 所述：“真人出镜再搭配一些比较形象的物品辅助表达，让视频既有娱乐性，又有科普性。”（4）初始吸引是捕获用户注意力的首要触点。视频封面、标题的设计和话题的新颖性是用户决定是否点击的关键，如 O-15 所述：“她能抓住热点话题，从小的方面切入，既有趣，又抓人眼球。”

因此，新媒体运营各维度主要通过其吸引性、便利性和互动性，在两性健康科普信息采纳的信息知晓阶段（注意—接触—知晓）发挥驱动作用，其价值在于为信息争取到被用户进行核心价值评估的机会，但其本身难以直接决定用户的深度采纳决策。

因此，新媒体运营各维度主要通过其吸引性、便利性和互动性，在两性健康科普信息采纳的信息知晓阶段（注意—接触—知晓）发挥驱动作用，其价值在于为信息争取到被用户进行核心价值评估的机会，但其本身难以直接决定用户的深度采纳决策。

4.2 两性认知

在两性健康科普短视频的传播与采纳过程中，用户的两性认知因素构成影响两性健康科普信息采纳行为的关键前置推动变量^[35]。两性认知因素直接形塑了用户对两性健康科普内容的理解深度、接受阈值和后续的行为决策逻辑^[36]，是形成健康信念认同

的重要个体基础。(1) 两性观念是采纳意愿的认知门槛。开放、理性的两性观念能显著降低认知壁垒,正向驱动信息寻求行为,如 Q-17 所述:“我会有意识地找一些两性健康方面的科普知识学习。”而保守或负面观念则可能引发认知抵触,成为信息采纳的主要障碍^[37]。该维度直接体现了两性认知作为关键前置推动力在塑造用户初始接触倾向中的作用。(2) 两性关系是需求强度与应用情境的塑造者。处于稳定两性关系中的用户更关注伴侣间的两性健康与沟通议题^[38],如 F-06 所述:“不能不做作业就考试,要尊重对方,希望给对方更好的体验。”性经验水平也会影响用户对科普内容的理解深度与实际应用能力。此维度解释了两性认知如何推动用户基于自身情境形成差异化的信息需求与价值感知。(3) 两性知识是理解效率与价值判断的认知基础。用户既有的知识储备直接影响其对两性健康科普信息真伪的判断与理解效率,如 M-13 所述:“对科普知识的了解欲望主要源于求知欲的驱动。两性健康知识匮乏导致我最开始接触到这方面的知识时,会产生非常大的困惑。”同时,两性健康科普短视频成为修正既有误解的重要途径,从而动态更新用户的认知框架^[39],如 N-14 所述:“以前有些传统观念不完全正确,通过科普短视频更新观念后,会改变自己的一些习惯。”该维度有力支撑了两性认知作为关键推动力在信息处理、评估和认知重构中的核心地位。

综上,两性认知通过塑造用户的初始接触意愿、需求焦点、信息处理框架和价值评估基准,为两性健康科普信息采纳提供了不可或缺的前置推动力,是认同两性健康观念的重要维度之一。尊重并回应用户在此维度的差异,是提升两性健康科普内容传播效能的基础。

4.3 内容质量

两性健康科普短视频的内容质量是驱动用户进行深度信息采纳(如反复观看、实践应用、主动分享等)的核心协同推动要素^[10],其多维属性共同满足用户对两性健康科普信息内在价值的深层次需求^[40],是用户认同两性健康科普观念的重要客观维度。(1) 内容必备属性是可信信息采纳的根基。内容的科学性、准确性和表述的清晰性为用户建立信任并采纳两性健康科普信息的绝对前提,如 I-09 所述:“我觉得这个视频比较客观、比较真实。”具有尊重性的呈现方式保障了用户接收信息的舒适度,是内容产生采纳推动力的基础。(2) 内容期望属性是提升用户采纳意愿与体验的杠杆。趣味性与互动性设计能有效降低两性健康敏感话题的接触心理门槛,如 K-11 所述:“每次看她的视频我都觉得很好笑、很好玩。”增强用户接收信息时的愉悦感,可以显著提升用户持续观看与浅层互动的意愿。(3) 内容魅力属性是触发深度认同与内化的催化剂。内容所传递的价值观与用户自身观念的契合,容易引发思想共鸣,如 R-18 所述:“到了最后一两分钟,她会升华主题,我感觉蛮不错的。”这样能够与用户建立深层次的情感连接,从而推动两性健康科普知识的内化与分享行为^[41]。

综上,高质量科普内容通过其必备属性奠定信任基石,通过期望属性提升接触意愿与体验,通过魅力属性激发深度认同与行动,3个维度共同构成推动用户实现深度信息采纳的协同力量。内容质量与两性认知共同构成两性健康科普信息传播的信念认同基础,并协同推动后续的态度转变和行为采纳。

4.4 感知价值

感知价值,即用户比较从两性健康科普短视频中获得的收益(功能性、情感性等)

与付出的成本（时间、认知努力等）后形成的总体效用判断^[42]。感知价值主要体现为对信息可信度、实用性与易获取性的核心评估。（1）感知权威性是可信度评估的核心维度。用户对两性健康科普信息源专业性的信任构成态度转变的认知基础，如 R-18 所述：“视频里出现其他观点之前，会有数据介绍。”短视频内容的科学性、客观性与可靠性会直接影响用户是否愿意进一步采纳视频中的两性健康科普信息。（2）感知有用性是两性健康科普信息采纳效用的终极判据。用户对科普信息解决实际问题、改善生活品质的效用感知^[43]，是推动其态度转变并形成深度采纳意愿的关键驱动^[44]，如 E-5 所述：“通过科普，大家会知道怎么保护自己，不让自己受到伤害。”（3）感知易用性是降低两性健康科普信息采纳成本的关键机制^[45]。短视频在信息呈现上的生动性、逻辑清晰度与适当时长，可以显著降低用户的认知负荷与信息获取门槛，为其态度转变提供便利条件^[46]，如 M-13 所述：“她会把一些非常专业的医学用语转化为可以让普通用户更易理解的词语。”

因此，用户对感知权威性、感知有用性和感知易用性的综合评估，构成了两性健康科普信息采纳决策的主导因素，也是用户两性健康态度转变的决定因素。

4.5 外部环境

外部环境因素在两性健康科普信息采纳模型中主要扮演调节变量的角色，且与两性认知间存在反馈回路。外部环境不直接决定采纳行为，而是通过影响两性认知与采纳行为之间的关系强度与方向发挥调节作用。（1）社会氛围是宏观情境的调节器。社会对两性健康知识的整体态度可以显著调节用户对两性健康科普内容的认同感^[47]。相对开放、包容的网络环境能够促进两性健康科普信息采纳，

如 B-02 所述：“这么开放的世界，两性问题也能在网上传播。”而保守、压抑的社会氛围则可能强化认知壁垒，抑制信念认同的建立^[48]。（2）家庭教育是早期认知框架的塑造者与调节者。家庭对两性健康知识的态度与教育方式深刻影响用户的初始认知基础。开放、科学的家庭交流有助于形成积极的认知取向，而家庭教育的缺失或保守的家庭交流则会形成显著的认知隔阂，进而影响用户对两性健康科普信息的价值判断，如 J-10 所述：“家长还是会害羞，不好意思说。”（3）学校教育是传授基础知识与规范认知的制度化调节者。学校性教育的课程设置与氛围直接影响用户的两性健康知识储备与对两性话题的规范认知。系统、科学的学校教育能显著提升用户对两性健康科普内容的接受度，反之，其缺失则会强化个体对外部科普信息的需求与依赖，如 R-18 所述：“有些学校总是‘谈性色变’，完全没有讲过两性健康的相关知识。”

研究同时发现，外部环境两性认知之间存在动态反馈回路。用户通过两性健康科普短视频更新认知后，其态度与行为的改变可能小范围重塑其所在的微观环境，例如在家庭或同辈群体中引发更开放的讨论，从而形成环境与认知之间的持续互构。

因此，外部环境通过其社会规范塑造力、早期认知框架构建力和制度化知识传递效能，持续调节着两性认知与两性健康观念认同之间的作用效力与方向，构成采纳行为的动态边界条件。同时，用户的两性认知改变也能反作用于微观环境，形成动态互构关系。

5 结论与建议

本研究聚焦两性健康科普短视频，通过深度访谈与主题分析，揭示了影响年轻用户信息采纳的 5 个核心因素，即新媒体运营、

两性认知、内容质量、感知价值和外部环境。研究发现,(1)新媒体运营主要作用于促进两性健康科普信息的知晓阶段,通过具有吸引力的标题封面、新颖的视频形式、良好的交互性以及自然恰当的广告融合方式,降低信息接触门槛,引发用户初始兴趣和浅层互动(如点击、观看、点赞),其广告融合方式直接影响用户信任与持续接触意愿。(2)两性认知是影响健康观念认同的关键前置个体因素,包含两性观念、两性关系和知识储备,用户的初始两性知识水平、观念开放程度和关系状态显著影响其对科普信息的筛选、理解与接受意愿。(3)内容质量需同时满足三重标准:以准确性、科学性为核心的必备属性奠定信任根基;以趣味性、创新性为特征的期望属性提升用户体验;以价值观契合、思想共鸣为内核的魅力属性触发深度认同。内容质量与两性认知共同构成两性健康观念认同的客观与主观基础。(4)感知价值是年轻用户态度转变与信息采纳决策的核心驱动力,贯穿采纳过程并统摄其他因素。用户对信息的权威性、有用性和易用性的综合评估,直接决定了其是否将科普知识内化为自身认知并付诸实践。(5)外部环境(社会氛围、家庭教育、学校教育)并非直接决定用户的信息采纳行为,而是显著调节两性认知与科普信息认同之间的关系强度与方向。同时,研究观察到用户的两性认知改变能够逐渐影响其微观社会环境(如朋友圈氛围、家庭沟通开放度等),形成对环境的反馈作用,体现了两性认知与环境间的动态互动关系。

在理论层面,本研究整合健康信念模型、KANO模型与媒体丰富度理论等,构建了一个适用于敏感健康话题的“新媒体运营—两性认知—内容质量—感知价值—外部

环境”多维信息采纳模型,系统阐释了各因素在健康传播“知—信—行”各阶段的协同作用机制,为理解两性科普信息的传播路径提供了整合性分析框架。

在实践层面,为推动构建“健康中国”战略下的两性健康科普生态,基于研究结论提出以下三方协同建议。(1)对内容创作者:深耕内容质量,优化价值感知。创作者应坚守科学底线,通过显性化展示专业资质(如文献引用、专家背书)来夯实感知权威性。在表达策略上,可借鉴“芝士解结”的成功经验,运用“隐喻化表达辅以严肃框架”的方式,将专业术语转化为通俗易懂的语言,以提升感知易用性。同时,需高度重视广告融合度,严格控制广告时长,并探索广告内容与科普主题的自然衔接(如将产品作为科普案例的一部分),避免生硬植入损害用户来之不易的信任。(2)短视频平台应不断完善运营机制,营造健康氛围。平台应承担起外部环境建构者的角色,优化审核机制,明确区分科普内容与低俗不良信息,为优质科普内容提供流量支持和专属推荐通道,降低用户的获取成本。此外,平台可鼓励并引导健康的社区交互性,通过置顶专业评论、开设问答专区等方式,营造理性、友善的讨论氛围,帮助用户在互动中深化对信息的理解,促进知识的正向内化。(3)家庭与学校应打破观念壁垒,协同认知启蒙。针对用户在访谈中普遍反映的家庭教育缺失与学校教育不足的问题,家庭应成为性教育的“第一课堂”。家长需主动提升自身认知,以开放、自然的态度回应青少年的好奇,将性教育融入日常生活对话。学校则应将性教育纳入制度化课程体系,避免“谈性色变”或流于形式。可借鉴优质科普短视频的形式,开发适用于课堂的标准化教学资料,系统性地弥补

年轻用户在两性知识方面的结构性缺失，为其建立科学、健康的两性观念奠定基础。

本研究的局限主要是案例集中于“芝士解结”单一两性健康科普短视频创作者，且质性研究方法在结论概化上存在局限。后续研究可沿以下方向深化探索：（1）开发标准化测量工具（如《两性健康科普信息采纳量

表》），对两性健康科普采纳模型中的核心变量进行量化验证；（2）采用控制实验法，通过操纵内容特征变量（如信源专业资质展示强度、广告植入情境合理性等）检验其对信息采纳行为的作用机制。此类研究将推动构建两性健康信息传播的理论框架，并为“健康中国”战略下的科普实践创新提供支持。

参考文献

- [1] 国家统计局. 中华人民共和国 2024 年国民经济和社会发展统计公报 [EB/OL]. (2025-02-08) [2025-02-08]. https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202502/t20250228_1958817.html.
- [2] 国务院办公厅印发《关于加快完善生育支持政策体系推动建设生育友好型社会的若干措施》的通知 [EB/OL]. (2024-10-28) [2025-02-08]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202410/content_6983486.htm.
- [3] 张若昕, 薛云珍. 我国青少年性教育发展的演变、困境及服务对策研究 [J]. 教育理论与实践, 2024, 44(2): 38-41.
- [4] 应峻, 赵梦圆, 潘其扬, 等. 活动理论视角下短视频博主健康科普信息实践的行动路径 [J]. 图书馆论坛, 2024, 44(8): 56-68.
- [5] 孟猛, 尤剑, 刘晨晖, 等. 健康信息采纳行为研究——概念界定、理论模型与未来展望 [J]. 现代情报, 2024, 44(6): 157-167.
- [6] Davis F D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology[J]. MIS Quarterly, 1989: 319-340.
- [7] Petty R E, Cacioppo J T. Source Factors and the Elaboration Likelihood Model of Persuasion[J]. Advances in Consumer Research, 1984, 11(1): 668-672.
- [8] Sussman S W, Siegal W S. Informational Influence in Organizations: An Integrated Approach to Knowledge Adoption[J]. Information Systems Research, 2003, 14(1): 47-65.
- [9] Rosenstock I M. Why People Use Health Services[J]. The Milbank Memorial Fund Quarterly, 1966, 44(3): 94-127.
- [10] Kano N. Attractive Quality and Must-Be Quality[J]. Journal of the Japanese Society for Quality Control, 1984, 31(4): 147-156.
- [11] Daft R L, Lengel R H. Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design[J]. Management Science, 1986, 32(5): 554-571.
- [12] Bandura A. Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective[J]. Annual Review of Psychology, 2001, 52(1): 1-26.
- [13] Wynne B. Misunderstood Misunderstanding: Social Identities and Public Uptake of Science[J]. Public Understanding of Science, 1992, 1(3): 281.
- [14] 刘文利, 李佳洋. 推动学校性教育 促进学生身心健康发展 [J]. 中国学校卫生, 2023, 44(11): 1601-1605.
- [15] 莫秀婷, 邓朝华. 基于社交网站采纳健康信息行为特点及其影响因素的实证研究 [J]. 现代情报, 2014, 34(12): 29-37.
- [16] 刘勇, 戴爱平, 李艳琼, 等. 湖南省大学生性知识与性健康教育的调查分析 [J]. 中国妇幼卫生杂志, 2017, 8(5): 19-22.
- [17] 胡龙会, 陆卫群. 贵阳农村中学生性知识水平现状调查研究 [J]. 中国集体经济, 2019(9): 167-168.
- [18] 杨颖, 朱焱, 黄刘波. 2022 年贵州省贵阳市贵安新区初中生性教育现状及对策研究 [J]. 中国健康教育, 2024, 40(1): 77-83.
- [19] Hu Z C, Fu Y, Wang X Y, et al. Effects of Sexuality Education on Sexual Knowledge, Sexual Attitudes, and Sexual Behaviors of Youths in China: A Cluster-Randomized Controlled Trial[J]. Journal of Adolescent Health, 2023, 72(4): 607-615.
- [20] Munyai H S, Makhado L, Ramathuba D U, et al. Experiences of Grade 8 Learners on Sexuality Education from Home and School at Mopani and Vhembe Districts[J]. African Journal of Reproductive Health, 2022, 26(8): 41-52.
- [21] 楼超华, 左霞云. 利用网络扩展青少年获取性知识的渠道 [J]. 人口与发展, 2010, 16(4): 62-64.
- [22] 陈建新, 郭佩文, 薛巧凤. 澳门青少年性相关行为的形成机制研究——基于性知识获取渠道的调节效应分析 [J]. 青年探索, 2020(4): 92-104.

- [23] 黄楚新. 2022 年中国短视频发展报告 [J]. 人民论坛·学术前沿, 2023(13): 78-85.
- [24] 王雪倩. 健康传播在短视频平台中的现状及发展探析 [J]. 新闻采编, 2019(1): 47-48.
- [25] 余先明, 孟猛, 王杏, 等. 冲突性健康信息情境下老年人健康信息采纳影响因素及其作用机制研究 [J]. 情报科学, 2025, 43(7): 63-73.
- [26] 王蔚. 微信老年用户的健康信息采纳行为研究 [J]. 国际新闻界, 2020, 42(3): 91-107.
- [27] 莫敏, 匡宇扬, 朱庆华, 等. 在线问诊信息用户采纳意愿的影响因素研究 [J]. 现代情报, 2022, 42(6): 57-68.
- [28] 吴金华, 付少雄, 剧晓红. 新生代父母在线婴幼儿健康信息采纳行为路径研究——基于中国式育儿实践的扎根分析 [J]. 现代情报, 2024, 44(12): 78-88.
- [29] 初彦伯, 王萍, 胡姝姝. 社交媒体健康信息用户信任形成机理研究 [J]. 现代情报, 2025, 45(1): 97-111.
- [30] 于艺浩, 闫慧. 在线用户信息采纳影响因素元综合研究 [J]. 图书馆建设, 2023(5): 95-105, 117.
- [31] Kiger M E, Varpio L. Thematic Analysis of Qualitative Data: Amee Guide No. 131[J]. Medical Teacher, 2020, 42(8): 846-854.
- [32] Hu Y, Zhu W H, Wang X C, et al. Experiences of Chinese Rheumatoid Arthritis Patients Who Chose Western Medicine, Traditional Chinese Medicine, and a Combination of Treatments: A Study Based on Interviews and Thematic Analysis[J]. Patient Preference and Adherence, 2024(18): 1423-1433.
- [33] 金晓玲, 章甸禹, 冯慧慧. 移动社交媒体中健康类信息传播效应实证研究 [J]. 情报科学, 2018, 36(9): 129-135.
- [34] Daft R L, Lengel R H, Trevino L K. Message Equivocality, Media Selection, and Manager Performance: Implications for Information Systems[J]. MIS Quarterly, 1987: 355-366.
- [35] Guvenç G, Akyuz A, Açıkel C H. Health Belief Model Scale for Cervical Cancer and Pap Smear Test: Psychometric Testing[J]. Journal of Advanced Nursing, 2011, 67(2): 428-437.
- [36] Biswas A, Sarwar Rafi M I, Rahman M A, et al. Barriers to Discussing Comprehensive Sexuality Education: A Qualitative Study of Home Tutor-Student Interpersonal Communication in Bangladesh[J]. Sex Education, 2025, 25(3): 454-463.
- [37] Lyu J, Shen X, Hesketh T. Sexual Knowledge, Attitudes and Behaviours Among Undergraduate Students in China—Implications for Sex Education[J]. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2020, 17(18): 6716.
- [38] Nguyen B T, Violette C. Condom Use at Coitarche among Men in Non-Steady Relationships in the United States, 2006-2013[J]. Journal of Adolescent Health, 2022, 70(1): 127-132.
- [39] Guerra C, Del Río F J, Cabello F, et al. Creation and Validation of a Scale of Sexuality for Adolescents: Scale of Myths About Sexuality[J]. Revista Internacional De Andrologia, 2019, 17(4): 123-129.
- [40] Zhou T. Understanding Online Health Community Users' Information Adoption Intention: An Elaboration Likelihood Model Perspective[J]. Online Information Review, 2022, 46(1): 134-146.
- [41] 赵云泽, 曾雷霄. “网感”: 网络时代下媒介内容价值要素分析 [J]. 当代传播, 2023(6): 19-25, 38.
- [42] 周密, 李嘉玥, 赵文红. 专业虚拟社区创意感知价值的影响因素——基于反馈类型的调节作用 [J]. 科技管理研究, 2024, 44(6): 147-156.
- [43] Tseng S Y, Wang C N. Perceived Risk Influence on Dual-Route Information Adoption Processes on Travel Websites[J]. Journal of Business Research, 2016, 69(6): 2289-2296.
- [44] Huang L, Dong X L, Yuan H, et al. Enabling and Inhibiting Factors of the Continuous Use of Mobile Short Video App: Satisfaction and Fatigue as Mediating Variables Respectively[J]. Psychology Research and Behavior Management, 2023(16): 3001-3017.
- [45] Karahanna E, Straub D W. The Psychological Origins of Perceived Usefulness and Ease-of-Use[J]. Information & Management, 1999, 35(4): 237-250.
- [46] 郭顺利, 张宇. 基于 vals2 的在线健康社区大学生用户群体画像构建研究 [J]. 现代情报, 2021, 41(10): 47-58.
- [47] 沈彦琪, 宋小康, 朱庆华. 在线健康信息替代搜寻对老年人健康素养的影响研究——基于社会认知理论 [J]. 现代情报, 2024, 44(10): 115-125.
- [48] 张文静, 殷桂金. 北京市小学高年级家长性教育知行信现状及影响因素分析 [J]. 中国健康教育, 2023, 39(5): 442-446.

(编辑 颜燕 马赫)

Research on the Adoption of Gender Science Popularization Short Video Information for Young Users: Taking the Bilibili Account “Cheese Unknotting” as an Example

Li Yue Zhang Weiwei

(School of Management Science and Engineering, Nanjing University of Information Science & Technology, Nanjing 210044)

Abstract: This study focuses on short videos on gender health science popularization, taking the account “Cheese Unknotting” as an example to reveal the influencing factors and mechanisms of young users’ information adoption behavior. Through in-depth interviews with young users and members of the creative team of this account, the thematic analysis method was employed to code the interview data, identifying five core themes: new media operation, gender health cognition, content quality, perceived value, and external environment. These correspond to the four stages of information awareness, belief confirmation, attitude change, and behavior adoption in the health communication process, leading to the construction of a gender health science popularization information adoption model. In this model, new media operation plays a driving role in the initial stage of information adoption, while gender health cognition and content quality together form the foundation for identifying with gender health concepts. Perceived value promotes attitude change before information adoption, and the external environment interacts with gender health cognition in a mutually regulating manner. It is recommended to build a tripartite collaborative ecosystem for gender health science popularization involving short video platforms, families, and schools, systematically addressing the cognitive gaps among young people. This study contributes to exploring the cognitive perceptions and adoption intentions of individuals of marriageable and childbearing age regarding gender health, promoting the dissemination of gender health knowledge, and enhancing gender relations and social harmony.

Keywords: science popularization short videos; information adoption; health communication; sexual health; thematic analysis

CLC Numbers: N4; R167 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2026.01.004

Research on High-Quality Development Models of Science Popularization from the Perspective of Scene Theory

Wang Dapeng Cao Jing Zhang Lijie

(China Research Institute for Science Popularization, Beijing 100081)

Abstract: At present, the paradigm of science popularization is undergoing a profound transformation from one-way output to participatory and interactive models. In this transition, the high-quality development of science popularization has an increasingly prominent demand for scene-driven innovation. From both theoretical and practical perspectives, this paper systematically analyzes the coupling logic between science popularization and scene theory. On this basis, it proposes four