

● 医院管理 ●

引用:唐华星,冯英. 融媒体时代提升公立医院宣传生产力对策思考[J]. 湖南中医杂志,2020,36(9):198-200.

融媒体时代提升公立医院宣传生产力对策思考

——以湖南省中医药研究院附属医院为例

唐华星¹,冯英²

(1. 湖南省中医药研究院附属医院,湖南 长沙,410006;

2. 湖南省中医药研究院,湖南 长沙,410006)

[摘要] 融媒体是充分利用网络等媒介,整合各媒体传播共同点,并加以整合利用的一种方法。本文就融媒体时代提升公立医院宣传生产力作了探讨,总结了医院常见的传统媒介与新型媒介的特点与各自弊端,并以湖南省中医药研究院附属医院为例,对医院创新宣传工作进行了实践探索,认为医院要充分利用融媒体发展的大好形势,既要继续利用好印刷、电视、户外等传统媒介的优势,更要充分发挥官网、官微等新媒体的巨大作用,切实做好医院宣传舆论工作,打造强大宣传生产力,助推医院持续发展、创新发展、高质量发展。

[关键词] 融媒体;公立医院;宣传;生产力;医院管理

[中图分类号] R197.3 **[文献标识码]** A **DOI:** 10.16808/j.cnki.issn1003-7705.2020.09.075

随着移动互联网时代的到来,新闻舆论的生产、推送和接收方式也发生了改变,媒体已进入了快速扩张与发展的新阶段。2014年8月,习近平总书记主持召开了中央全面深化改革领导小组第四次会议,审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,使“融媒体”这一新理念逐渐形成并迅速发展。融媒体是指能够充分利用网络等媒介,整合报纸、电视、广播等媒体传播的共同点,并对上述媒介的不同点加以整合利用,在真正意义上实现资源交融、利益共同化等优势的一种方法^[1]。在融媒体时代,宣传就是生产力,要充分发挥宣传工作在塑造医院品牌、宣传医疗特色、引导患者就医、构建和谐医患关系、树立良好公众形象、促进医院改革发展中的重要作用。本文以湖南省中医药研究院附属医院(以下简称“我院”)为例,对公立医院如何适应融媒体发展新形势,提升医院宣传生产力,做好医院宣传工作,助推医院高质量、高水平的发展进行探讨。

1 医院常见宣传媒介

1.1 传统宣传媒介

1.1.1 印刷媒介 印刷媒介是大众传播媒介最古老的一种,主要是报纸。我院运用印刷媒介开展宣传工作的主要途径有:1)主办医院院报,传播以医院大事件、临床专题、健康科普、党建与文化、医院科室团队宣传、大型新闻事件等为主的内容,主要用于义诊活动宣传、发放给就诊患者、同

行间沟通。2)与潇湘晨报、长沙晚报、三湘都市报、当代商报等纸质媒体合作,传播内容以普及医学知识、发布医院咨询信息为主。印刷媒介作为传统媒体的代表,具有直观性、公信力以及便于集中阅读的优势,在融媒体时代发展迅速的今天,其仍是医院对外展示实力形象、传播健康知识、服务就诊患者的重要窗口。但其缺点表现在受众已被任意切割蚕食、表现形式单一、时效性强、互动性差、信息储存量少、感染力和视觉冲击力较其他媒介差等方面。

1.1.2 电视媒介 电视媒介完全已融入并极大地影响着人们的日常生活。我院主要与湖南卫视、湖南都市、湖南经视、湖南政法频道、湖南娱乐频道、智慧长沙等媒体合作,共同策划健康知识传播内容,以传统的“医学知识+医者讲解”的形式居多,即医院提供具体病例,借助媒体平台进行讲述,使内容更具有故事性。电视媒体拥有比较稳定的受众群体,覆盖面广,且受众不受文化层次的限制,具有视觉冲击的效果,画面直观易懂,是医院最重视的宣传媒介形式之一,也是文化传播最主要的手段。但由于电视媒介是根据电视节目制作的需求而配合完成内容传播,因此较为被动,与纸质媒体类似,互动性较差。

1.1.3 户外媒介 户外媒介是存在于公共空间的一种传播介质,具有多种形式。我院设有宣传公告栏、发光二极管(LED)屏、电视机投放等户外媒体设施设备40处,主要用于

第一作者:唐华星,女,主管护师,研究方向:党建、宣传、医院管理

通讯作者:冯英,女,高级政工师,研究方向:党建、组织人事管理,E-mail:32146977@qq.com

发布就诊信息、公益广告、健康科普知识、名医视频等,根据节日气候、医学卫生日等不同时段进行更新。此形式作为医院的宣传重要阵地,是展示医院形象必不可少的窗口,并具有主题鲜明、简单明快、形象生动等特点。但因受场地所限,其传播内容简单,受众范围较窄,传达信息量较少。

1.2 新型宣传媒介

1.2.1 官方网站 官方网站(简称官网)是一个公开主办者意志、展示单位品牌形象并具有专用权威特性的宣传媒介。我院官网于2016年上线,主要用于公布医院基本信息、医生坐诊时间、宣传名医名科、发布新闻动态等。官网承载了海量信息,使用方便快捷,并具备空间、时间、受众不限的属性,在融媒体时代具有不可或缺的重要性。但作为网络媒体,若安全防护措施不高,管控不严,便有数据安全的隐忧,网络病毒和黑客是威胁官网信息安全的原因,在出现问题时不但影响公众的正常访问,还可能会影响到医院的社会形象。

1.2.2 官方微信 对于医院而言,微信公众平台是一种沟通、公关和管理的工具^[2],既服务于患者,也让职工受益。我院官方微信(简称官微)于2017年开通,官微公众号主要分医疗服务、患者中心、办公平台、满意度调查等几大版块,功能包括在线挂号取号、门诊缴费、化验报告查询、住院服务、体检预约、在线问诊、在线办公等,并每周定时推送健康医学知识科普、就诊公告、医疗资讯、名医名科等信息。官微具有较高的互动性,受众有话语权发表个人评论,管理员对信息进行及时有效的追踪,增加了信息的透明性,不受时间与空间的限制,具有高时效性且传播范围较广。但其在收集、整理推文内容和设计编排版面方面需要花费大量的时间和精力。

1.2.3 院外各种新媒体 新媒体是在新的技术支撑体系下所出现的媒体形态,新媒体的出现使信息无处不在、无人不用、无所不及,为医院宣传工作提供了新的传播方式、手段,拓宽了工作平台,提升了工作能效^[3]。近年来,我院与红网、新湖南、华声在线、今日头条、ZAKER潇湘、掌上长沙等新媒体合作,以普及科普健康医学知识为主,满足媒体在传播健康内容时对专业医学知识的需求。据统计,2019年4月至2020年4月,我院在报纸、电视、网络等媒体平台发布的健康信息共计1867条,其中印刷媒介144条(7.7%),电视媒介108条(5.8%),新媒介1615条(86.5%)。新媒体拥有更为丰富的多元性信息,传播与更新速度快,阅读方式更为便捷,传播覆盖面广,受众的互动性大大增强,新媒体在医院宣传中的地位作用越来越凸显。但在监管较薄弱的网络环境,存在舆情难控的问题。

2 医院创新宣传工作的实践探索

2.1 优化宣传模式,强化媒体融合发展 我院打破传统观念,准确把握新形势、新任务、新机遇和新挑战,积极推动传统媒体和新媒体融合发展,加强与媒体的沟通交流,拓宽了

新媒体、电视媒体、平面媒体等传播渠道,推进优化合作,宣传医院文化、中医药文化、医学科普等,全方位展示医院形象,实现宣传价值最大化。

2.2 优化宣传方式,提升科普宣教能力 我院注重正面宣传医院特色疗法,讲好身边医患故事,多方位、多角度普及健康知识,拍摄名医视频、科普视频等,医院微信公众号的文章数、阅读数、点赞数均呈现上升态势,并且还举办了医院首届“健康科普宣讲”大赛活动,提升了医务工作者的科普宣教能力。

2.3 优化宣传内容,加强医院文化建设 我院不断扩大医院宣传的覆盖面,开展了最美丽工评选、志愿服务、下乡义诊等主题宣传,加大弘扬模范事迹报道力度,树立医院品牌形象,彰显高尚情怀,普及医学知识,丰富职工文化生活,打造职工精神家园,提升职工综合素质,展现了医院新风采。我院加入了湖南省医院协会文化委员会,被评为“医院文化建设先进单位”。

2.4 优化宣传管理,加强通讯员队伍建设 为提高通讯员业务素质和写作能力,我院实行通讯员聘用考核制,并定期组织学习、培训和交流等活动,每年开展优秀通讯员评选奖励,不合格者予以通报或者解聘。

2.5 优化宣传视角,正确把握舆论导向 在抗击新冠肺炎疫情期间,我院迅速展开了各项正面宣传和报道,及时在宣传栏、官网、官微上进行有效宣传。如官网开辟了抗击疫情、战疫前线、援鄂前线、疫情科普等四大专栏,及时报道医院防控疫情工作情况、全院职工战“疫”事迹等,其中首发稿件《方舱医院湖南护士田芳芳的“心愿”:希望疫情结束,国家分配一个男朋友》刊发后反响强烈,并受到央视新闻、人民网、中新网等近百家媒体的关注,引发全网转发阅读量高达2.5亿次,相关微博话题“火箭军回应护士向国家要男朋友”登上热搜,阅读量达5亿次。同时我院迅速调整宣传角度,加强正面宣传,及时回应中医药防治疫情热点问题,引导公众更多地关注疫情。

3 提升融媒体时代医院宣传生产力

3.1 坚持导向为魂,内容为王 从国家顶层设计到媒体实践,媒体融合发展的趋势均得到了坚定认可。习近平总书记强调,要坚持以导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要,积极推动媒体融合向纵深发展。医院宣传工作应当在发挥现有优势的基础上,坚持把正确的政治方向、舆论导向、价值取向贯穿宣传工作各环节的全过程,运用多方法、多途径进行广泛传播,为人民群众提供更多更好的文化和信息服务,通过优质专业内容的传播,进一步加快与新兴媒体的融合发展。

3.2 了解受众需求,创新机制 1)在融媒体时代,医院宣传工作者要顺应时代发展的需求,把握新闻规律,深入研究受众群体对于信息的需求,多站在受众角度思考,分析受众的习惯和喜好。2)学会使用贴近受众心理的通俗语言,把

科普知识“重要的”转变“需要的”,把“有意义”转变为“有意思”,把权威医学知识请下“神坛”,合理引导公众的就医期望值,采用接地气的方式传播。3)加强用户维护意识,切中现实热点议题,掌握受众兴趣点,吸引读者注意力,注重互动性。4)学会借力用力,找到既是媒体想要的又是医院想表达的信息,以达到良好的传播效果,打造和树立有特色、有温度的医院品牌。

3.3 完善舆情处理,正确发声 公立医院是舆情高发地,在融媒体时代,手机、电脑等传播工具广泛使用,随时、随地、随手就可传播信息,这使得信息在传播过程中容易产生不可控的负面影响。因此医院要设立舆情处理应急小组,建立融媒体联动机制、高效预警机制、快速反应机制、院内联动机制^[4],健全危机处理应对体系,要有专人负责舆情监控,制定危机处理预案,明确和完善舆情发生时的处置流程,提升舆情应对处置能力。同时,还要快速应对负面事件和报道,正视舆情的产生,搞清问题,掌握主动权,与媒体进行及时有效的沟通,适时主动发布信息,表明医院对事件的态度以及事后的整改情况等,从而对舆论进行正面引导,快速消除负面影响。

3.4 建强宣传队伍,提升素质 融媒体时代,每个人、每个信息终端都是媒体,医院的每个人都肩负着传播医院品牌文化的责任。因此,不仅要加强对外部的宣传,还要加强对内部的建设,扩大共识范围,增强“人人都是宣传员”的宣传工作意识。要打造一支专业化的宣传队伍,量化通讯员考核的激励措施,对典型人物的宣传报道,围绕榜样人物宣传,塑造行业形象,挖掘其时代精神,形成医院内部文化精神,引导社会公众向榜样看齐、向榜样学习。同时,多开展有针对性的培训学习,努力提高其业务素质,培养善于发现新闻的能力,提升文字撰写水平,发动年轻党团员,掌握自媒体的使用技巧,善于发现临床一线亮点,学会主动策划新闻,鼓励其发挥创造性和想象力,生产高质量的新闻,发出有价值的声音,提升医院美誉度,扩大医院影响力。

3.5 探索宣传路径,有机融合 医院宣传工作应当在现有基础上继续探索宣传新路径,拓宽宣传渠道,重视微信、微博、抖音等自媒体传播方式,利用微信服务号宣传医疗技术、医学知识、特色治疗、特色制剂等,以增进患者的沟通交流;利用微博的新闻属性和官方发言人角色,针对重大事件、新闻热点进行及时发声;利用抖音独有的故事戏剧性表现形式,注重打造有温度有情怀的医院口碑,塑造温暖服务型品牌形象。

4 小 结

宣传工作是现代医院管理工作的重要环节,是展现医院综合实力、人文素养、核心价值观的主要手段,也是患者与医院互动的沟通平台^[5]。我们迎来了融媒体大发展的新时代,医院宣传工作将面临更多的机遇和挑战,公立医院要强化宣传就是生产力的观念,充分利用和发挥好融媒体在

做好医院宣传工作中的作用和优势,既要充分利用好印刷、电视、户外等传统媒介,也要充分利用好官网、官微等新媒体,不断总结探索融媒体时代医院宣传工作的新思路、新做法、新经验,切实正确把握舆论导向,积极创新宣传机制,大力拓展宣传路径,建强建优宣传队伍,不断优化宣传模式、宣传方式、宣传内容、宣传管理、宣传视角,做到宣传工作与医院建设和业务发展紧密结合、有机融合,贴近社会发展、贴近医院实际、贴近患者需求,最大限度地发挥其价值,促进其功能效应最大化,转化为强大生产力,引领和推动医院持续发展、创新发展、高质量发展。

参考文献

- [1] 孙嘉立. 融媒体如何引领传统媒体和新媒体走出突围之路[J]. 新闻传播, 2018(1): 74-75.
- [2] 余琰. 基于媒介融合背景下医院宣传思维嬗变研究[J]. 中国民族博览, 2018(12): 239-240.
- [3] 于涵秋, 王蕾, 杜孟凯, 等. 新时期医院新媒体管理对策探析[J]. 中国医院, 2019, 23(11): 78-80.
- [4] 梁新. 浅析融媒体时代公立医院舆情管理[J]. 中国报业, 2019(3): 26-27.
- [5] 孙卉. 新媒体时代医院宣传工作路径探讨[J]. 江苏卫生事业管理, 2016, 27(2): 152-154.

(收稿日期: 2020-05-25)

连 翘

连翘是医师在临床上最常用的清热解毒药之一,究其原因,主要是连翘有其他清热解毒药所不具备的特点:1)清中兼散。本品有散结消肿之功,为其他清热解毒药所不及。2)清中兼透。此点与金银花相似,但其散结、止呕、利尿,以及疏通气血之功又为金银花所不及。3)既清气分,又通血分。这点与栀子相似,但其又无栀子损胃气致泄泻之弊。4)泻上中下三焦、十二经郁火。本品无处不到,此非其他清热解毒药可比拟。5)苦而不燥。其不似黄连、黄柏、黄芩之苦寒燥湿而有伤阴之弊。6)苦寒而不易伤胃。连翘本品药性虽苦寒,但其有止呕之功,不似黄柏、龙胆草、大黄等易伤胃腑。连翘在胃病中用之,还有健胃消食及杀灭幽门螺旋杆菌的功效。由于此六方面的原因,连翘在临床应用相对安全,故又可作温补时的救偏之品。(http://www.cntcm.com.cn/xueshu/2020-09/03/content_80214.htm)