

〈医院文化〉

加强医疗援疆宣传工作的探讨*
——以广东省医疗人才“组团式”援疆为例胡晓丹¹, 钱卫秀², 田涛², 冯家乐², 迪丽阿热木·艾尔肯², 林天歆¹

(1. 中山大学孙逸仙纪念医院, 广州市 510120; 2. 喀什地区第一人民医院/中山大学附属喀什医院, 新疆喀什市 844000)

【摘要】 随着国家“组团式”医疗援疆工程长期深入实施,本研究以广东省医疗人才“组团式”援疆为例,通过对2020—2021年广东医疗对口支援喀什地区第一人民医院宣传工作实践模式及成效进行总结和探讨。为更好地服务新时代医疗援疆工作提供新思路,为其他援疆省市工作提供经验参考,以期接受双方单位在较短时间内共同做好援疆宣传工作,让各族群众更加及时了解援疆、信任援疆、支持援疆,最大程度发挥“组团式”医疗援疆的民生、民心工程作用,实现最广泛的凝聚人心、民族团结作用。

【关键词】 医疗援疆; 宣传工作; 广东经验**【中图分类号】** R197 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1672-4232(2024)01-0123-04**【DOI编码】** 10.3969/j.issn.1672-4232.2024.01.034

How to Strengthen the Publicity Work of Medical Aid to Xinjiang/HU Xiao-dan¹, QIAN Wei-xiu², TIAN Tao², FENG Jia-le², Diliaremu AIERKEN², LIN Tian-xin¹(1. Sun Yat-sen Memorial Hospital, Sun Yat-sen University, Guangzhou 510120, China; 2. The First People's Hospital of Kashi/Kashi Hospital Affiliated to Sun Yat-sen University, Kashi, Xinjiang 844000, China)

【Abstract】 With the long-term and in-depth implementation of the national “group-style” medical aid project in Xinjiang, this study takes the “group-style” medical talents in Guangdong Province as an example, summarizes and discusses the practical mode and effect of the publicity work of the First People's Hospital in Kashi area supported by Guangdong medical counterpart in 2020-2021. New ideas for better serving the medical aid work in Xinjiang in the new era are provided in order to provide experience reference for other provinces' and cities' aid work to Xinjiang. Then, both the recipient and the assistance providing units can jointly do a good job in the publicity work of providing aid to Xinjiang in a relatively short period of time, so that the people of all ethnic groups can understand, trust and support Xinjiang aid in a timely manner, and maximize the role of “group-style” medical aid in people's livelihood and popular support in Xinjiang. The broadest possible role in uniting people and ethnic unity is achieved.

【Key words】 medical aid to Xinjiang; publicity work; Guangdong experience

2016年4月,按照党中央决策部署,由中组部牵头、国家卫生健康委具体组织实施的医疗人才“组团式”援疆工作正式启动。新疆是我国西部边陲的重要门户和屏障,其关系到全国改革发展稳定大局^[1]。医疗援疆的落地实施,不仅能促进边疆公共卫生事业发展,助力健康脱贫全面胜利,更有助于持续改善民生、凝聚人心,战略意义十分重大。

医疗援疆作为一项重要国家工程,如何让各族群众更加及时、切实感受到党和祖国大家庭的温暖,最大程度发挥“组团式”医疗援疆的民生、民心工程作用,实现最广泛的凝聚人心、民族团结作用,已成为十分重要且迫切的课题。宣传作为最行之有效、有助于援疆工作价值传递、产生认同的重要手段,却常常容易被忽略。以广东省医疗人才“组团式”对口支援新疆维吾尔自治区喀什地区第一人民医院(以下简称喀什一院)援疆为例,对2020—2021年度广东医疗援疆宣传工作实践进行研究探讨,以期为更好地服务新时代医疗援疆工作提供一种新思路。

*基金项目:广东省援疆农村科技(特派员)项目(KTPYJ2021011)

1 医疗援疆宣传工作的重要性

1.1 服务新疆工作大局的具体措施

习近平总书记在2020年第三次中央新疆工作座谈会上正式提出文化润疆,进一步丰富了新时代党的治疆方略内涵^[2]。医疗援疆宣传,正是实现文化润疆的有效手段。在社会层面加强党的援疆政策宣传,自上而下引导政策声音落地,将党的关心及时传递到基层百姓心中。及时记录反映援疆前后受援地医疗卫生水平变化,传播权威健康知识,引导群众及时就医,享受优质资源,让各族群众更快捷了解医疗援疆、信任医疗援疆。发挥媒体的“喉舌作用”,打好舆论引导“主动仗”,更好地服务于社会稳定和长治久安的新疆工作总目标^[3]。

1.2 弘扬主流价值增进民族团结

做好新形势下宣传思想工作,必须自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命和任务^[4]。借助医疗援疆宣传,通过真实展示援疆干部扎根边疆奉献、医疗戍边的真善美形象,记录援疆干部与当地各民族交流、交往、交融的感人故事,及时把援疆

故事、新疆面貌宣传还原,有助于在全社会形成一种积极向上的情感价值感召,吸引更多内地人才继续投身新疆建设,引导各族同胞进一步增强国家、文化认同感,切实把医疗援疆工作打造成为推动发展的工程、民族团结的工程、凝聚人心的工程^[5]。

1.3 推广“广东医疗援疆”经验模式

作为全国19个援疆省市之一,广东省举全省之力,集中省内20多家部省属高校医院的高水平医疗、人才资源长期对口支援喀什一院,帮扶其发展成为新疆第三、南疆第一的区域“龙头医院”,广泛惠及南疆各族群众的健康福祉。“广东医生”金字招牌深入当地人心,具有典型的宣传价值和推广意义。通过有效宣传,进一步加强凝练、巩固“广东医疗援疆”经验模式,打造成为可复制、可推广、可借鉴的全国援疆示范标杆,以点带面宣扬国家援疆政策,为其他兄弟省市援疆工作提供经验。

2 存在问题分析

在援疆政策帮扶下,新疆医疗卫生事业尤其是诊疗能力、医疗技术、科学研究、论文发表等可量化指标取得显著进步。其中医院管理作为一项长期系统性工程,由于涉及多重因素,在短时间内难以全面提升。喀什一院作为区域医疗中心,医院管理较区域内其他医院处于领先水平,但在2020年以前宣传工作上仍处于被动、零散、扁平的局面。主要原因包括以下三方面:

2.1 宣传思想文化工作缺乏顶层设计

随着近年来现代医院管理制度深入实施,医院文化建设成为医院建设中日益凸显的重要内容。由于社会现实需要及条件制约,喀什地区各级医院普遍存在“重业务、轻人文”现象,首要任务是提升医院技术水平、业务能力,以满足群众就医基本需求,尚未完全建立起系统性、精细化的医院管理文化体系。对宣传思想文化工作重要性认识不到位,重视程度不够,没有把宣传思想工作放在“意识形态”的高度去谋划和实施^[6],缺乏统一、连贯、有效的顶层设计。喀什一院宣传科由原本独立到归属党政办公室管理,宣传工作缺乏顶层设计,思想革新也较慢,主要局限于每日在官方网站、官方微信公众号发布日常性的办会办事稿件,多数以“流水账”形式记录呈现,处于被工作往前推的被动状态,缺乏创新性,宣传效果不显著。

2.2 宣传人才骨干培养及队伍建设薄弱

由于区域的特殊性,南疆医院除自身业务,同时承担结亲、千名医师下千村、乡村建设等繁重的社会任务。这也造成了医院人力十分紧张,诸多工作无法做到专人专干。喀什一院此前宣传工作均由党政办公室一两名干事兼任,工作随意性比较大,工作积极性发挥

也受到影响。一方面缺少具有针对性、专业性的业务培训和指导,新进专干只能“盲人摸象”;另一方面医院层面没有明确制定医疗援疆宣传思想方案和方案,也未给予专干机会亲身了解援疆工作精神、发展脉络、亮点内容,仅凭借各科室投递通讯稿进行编辑,势必导致成品质量参差不齐。

2.3 宣传内容、形式、手段单一

宣传内容上,基本局限于日常办会办事稿件,与群众切身利益不够贴合,较为枯燥无味,对于医疗援疆内容的宣传也较为零散;宣传形式上,宣传报道多数为文字通讯稿,缺乏可读性、趣味性、新颖性,无法满足新时代受众群体视听觉统一的需要,难以吸引并激发自身读者和外来读者的更大兴趣;宣传手段上,由于当地文化生活资源较为匮乏,媒体较少,许多宣传仍停留在单位官方微信平台,也就意味着宣传面仅仅局限于医院内部和关注度并不多的公众人群,无法走进大众视野,扩大医院品牌影响力。

3 广东医疗援疆宣传工作的主要措施

2020年3月,广东省第五批医疗人才“组团式”援疆干部集体进疆,驻点喀什一院,开展为期一年的对口帮扶任务。此批队伍专家数量35人,涵盖医疗、教学、科研、管理各方面。其中一名管理专家受派担任喀什一院党政办副主任,在广东省对口支援新疆工作前方指挥部领导部署下,针对开展医院管理尤其是宣传工作的精准帮扶,对症下药采取一系列相应对策。

3.1 统筹谋划,加强宣传工作顶层设计

结合当地社会发展工作目标,以及广东医疗援疆工作实践特点,从医院层面出发制定实施“团结先行、前后联动、借力外媒、专题策划、树立品牌”的宣传工作方针路线。在社会稳定和长治久安的新疆工作总目标指引下,宣传工作围绕引导巩固主流思想舆论开展,争取凝聚民心,筑牢中华民族共同体意识,维护促进民族团结。同时打造喀什前方、广东后方联动的宣传矩阵,借助两地宣传力量展开宣传,不仅在当地发声,更要把新疆声音带回后方,吸引更多关注和力量投身新疆社会发展。借助广东的丰富媒体资源联系社会各媒体报业,推动援疆声音走向全国。辅以通过开展一系列专题宣传策划,凝练宣传主题,强化宣传力度,不断增加外界关注度,发挥宣传思想文化潜移默化的作用,牢固树立起“广东援疆”“广东医生”品牌。

3.2 全院动员,培养建设宣传人才队伍

主要包括四个方面:(1)从源头把关引进潜在专业人才,面向疆内外高校招聘相关宣传专业如新闻、电视广播专业人才,组建成为医院宣传核心团队,2020年起实现组建“1名援疆专家+3名专干”团队开展医院宣

传思想文化工作。(2)动员全院力量加入医院宣传方阵,构建医院大宣传工作格局^[7]。要求全院各科室内部选拔1名具备一定文字功底通讯员,并结合当地民族团结需要,正面引导各族群众同事积极参与到宣传舆论工作中,最终搭建起93人的医院通讯员队伍,其中近一半为少数民族干部职工。(3)加强业务能力素质培训指导,通过组织邀请《健康报》《人民日报》《南方日报》以及广东广播电视台等知名专业记者人士来院,面向专干团队及全院通讯员队伍开展新闻媒体宣传专题培训,从策划、文字、摄像、技巧、形式等方面上给予专业深入指导,让人人掌握基本的宣传技能。(4)在宣传核心团队内部定期开展宣传优秀案例学习,通过学习讨论、头脑风暴,充分挖掘新媒体宣传模式和特色,扩大宣传专干业务视野,提高宣传适应性、先进性,同时让宣传专干参与到各大单位来访调研“组团式”医疗援疆工作,并深入到援疆科室一线,亲身采访专家,获取第一手素材,采用“人物为主、故事叙述”的叙事形式,杜绝“流水账”文字记录,以细节、人物语言和真情实感来打动读者,吸引眼球,不断提升宣传稿件的高度与内涵,达到质变。

3.3 形式多样,打造全链条宣传体系

从文字稿件逐步拓展到宣传展板、视频、海报、横幅,打造全链条的宣传环境与氛围,建立医院宣传群,让全院职工成为首批最重要的忠实读者,进行朋友圈转发、口耳相传,实现从院内走向院外,实现内聚人心、外塑品牌的目标^[8]。

3.3.1 改变从前零散化、碎片化的宣传模式,开展系列具有针对性、时效性的专题宣传。如:全民健康时代下为更好地满足普通民众对健康知识的需求,充分发挥广东援疆专家资源,组织策划《“粤”来越健康》科普专栏,采用3~5 min的短视频形式,穿插专家讲述和工作场景,增加宣传互动感和亲近感,最终以文字形式归纳科普要点,便于民众快速掌握。同时根据时下节日、事件需要,结合社会主流舆论,还组织策划了“党史学习教育”、“巡礼‘十三五’”、“为民办实事”、“致敬医师节”、“七夕特辑”等系列专题宣传,通过征稿、设立院内留言板等形式增加互动。

3.3.2 改变从前流水式、肤浅化的宣传内容,侧重挖掘宣传先进人物,打造有深度、有内涵的主题报道^[9]。以广东援疆专家宣传为代表,组织策划《致敬》专栏,对35位援疆专家分别进行日常追踪式工作拍摄,开展深入对话式访谈,记录采访专家与当地患者之间以及各族群众水乳交融的感人故事,宣传他们的先进事迹和突出贡献,赞扬他们舍小家为大家的奉献精神,从而激发社会正能量,团结各族同胞力量共同为美好生活奋斗^[10-11]。同时立足本地干部、科室整体开展《党旗飘扬 党徽闪亮》抗疫一线故事等报道。通过直

扣主题、专栏导语,视频和文字相结合,突出人物形象、故事情节,从视觉、听觉以及更重要的情感认知上凝聚读者和人心,达到预期的宣传社会影响效果。

3.3.3 抓住视频宣传风向标,开通官方微信、抖音等视频号,自行学习开展拍摄、剪辑视频。通过策划撰写拍摄文案,用镜头真实捕捉医院和科室的发展变化、医患故事、人物风采等,进行专题拍摄,剪辑成片。通过疆内外单位来访交流会、院内中层干部会等公众场合,以及医院大屏进行循环播放,以此助力文化建设,增强职工文化认同感与自豪感。通过上传视频号,对社会各界展示医院风采,有助于塑造医院品牌形象,扩大影响力,争取社会更多的关注与支持。同时也是医院今后珍贵的影像档案资料,具有一定价值。

3.4 借助外媒,搭建院内外联动机制

社交媒体影响力量远大于院内宣传平台^[12]。依托广东省对口支援新疆工作前方指挥部的援疆宣传专项资金,与自治区、喀什地区官方媒体报业如《健康报》《喀什日报》、喀什广播电视台建立长期合作联系机制,并且借力广东省后方媒体资源如广东科技新闻记者协会平台,搭建起与《人民日报》、“学习强国”、新华网、央视网、《科技日报》《南方日报》《羊城晚报》《南方都市报》等多家国家、省市级机关媒体联动宣传机制,喀地一院各类具有社会宣传价值的稿件同步刊登见报,形成院内外联动规模化宣传。不定期组织邀请外媒来院深入采访、拍摄,不遗余力向全国范围传播医院品牌、广东品牌,讲好援疆故事,传递新疆力量。与此同时,建立援受双方良好沟通机制,不仅在喀地一院官微进行发布,同步在援疆专家的后方高校及医院进行宣传,如协调支援主力军中山大学专门开辟《中大援疆故事》宣传专栏,不仅是扩大援疆宣传力量,更是吸引广东乃至全国更多医疗、教学人才前来参与新疆建设发展的重要途径之一,达到事半功倍的良好效果^[13]。

4 取得的成效

在近一年的实践后,喀地一院以广东省“组团式”医疗援疆为核心的宣传工作,取得了质与量的双重提升,“造血式”培养留下带不走的宣传骨干队伍,打造了长效的宣传工作机制,有效推动了广东医生援疆品牌落地,南疆群众就医幸福感进一步提升了,粤新两地文化交流日益扩大频繁,各族群众同胞感情得以不断联系加深,始终筑牢中华民族共同体意识^[14]。

据统计,2020年4月1日至2021年4月30日,在充分调动全院通讯员队伍力量之下,喀地一院官方微信宣传平台围绕主旋律,累计策划28个专题宣传,撰写发布超1215篇推文,制作发布宣传视频60部。而在智能手机还不太普及的区情下,医院官微关注人数从

2015年建立之初的0人,到2019年底的22 834人,2021年4月达到43 970人,在一年之内实现大幅度增长。先后撰写、编辑、发表广东省医疗人才“组团式”援疆新闻报道超300篇次,在国家、广东、自治区、地区多家媒体以及20多家广东省高校及医院进行发布宣传,有效建立起前后联动的宣传阵地,助力“广东医生”援疆品牌深入人心。2020年12月15日,广东省对口支援喀什一院模式,作为中组部医疗人才“组团式”19家援疆省市代表、8家新疆受援医院唯一代表,受邀参加国家卫生健康委“巡礼十三五”援疆专题新闻发布会并作典型经验发言。

在专题宣传策划下,由广东援疆专家主讲的《“粤”来越健康》科普专栏,不仅深受各族群众的欢迎,其中一期节目《远离鼻咽癌,定期健康体检是关键!》还获得国家卫生健康委联合中宣部授予的“2020年新时代健康科普优秀作品”;《借助援疆契机 将优质医疗资源带到基层——广东省援疆医疗队对口帮扶新疆维吾尔自治区喀什地区第一人民医院》获得国家卫生健康委医政医管局联合健康报社举办的“对口帮扶—医院能力再提升”活动优秀案例。在广东省科学技术厅支持下,组织策划的《广东省农村科技特派员在行动》专栏,通过系列深入采访报道,展现广东援疆专家农村科技特派员精神风貌,其中《医疗人才加盟 广东科特派为喀什打造带不走的医学科研团队》在《科技日报》刊登,《援疆“十仙女”用科技为人民“护航”》刊登在《中国妇女报》并引起热烈反响,同时作为女性力量代表被选取发布在湖南卫视“寻找巾帼她力量”节目。由喀什一院宣传核心团队撰写的《珠江水暖到喀什,广东医师在新疆》获广东省医师协会“庆祝中国共产党成立100周年”征文比赛散文类特等奖;《广东医生林天歆:科技赤子心书写援疆情》获第二十三届广东科技好新闻三等奖。

在援疆管理专家的指导带教下,历经培训与实践,喀什一院宣传核心专干团队也逐渐走向专业与成熟,已经独立熟练掌握策划、编导、采访、拍摄、写作、修图等各类专业技术,培养成为医院宣传工作的青年骨干人才。每名宣传专干均分别在国家级、省级、市级媒体发布多篇署名稿件,并且均连续获评广东援疆前方指挥部的新闻宣传月度之星以及“积极贡献”年度之星称号,实现了援疆“输血”向本地“造血”成功转化。

依托广东对口援疆资源,在本地人才支撑下,宣传援疆措施落地生根,同时有效带动受援医院本地宣传文化长远性发展,如《“粤”来越健康》科普专栏延伸推出《越来越健康》栏目,由本地医生专家主讲科普。逐渐扭转了喀什一院及其各科室原来“重业务、轻文化”局面,实现向主动宣传、积极宣传的转变,形成广东援疆宣传与本地宣传相互促进的良好局面,吸引挖掘了

更多疆外媒体投身医疗援疆宣传阵营,如《中国民族报》、国家卫生健康委下辖《百姓健康》栏目先后主动前往喀什一院拍摄援疆故事。医院品牌还有广东援疆品牌的塑造力都更加强盛了。

实践表明,广东省医疗人才“组团式”援疆宣传模式是具有显著成效的,将党和祖国的援疆政策、温暖充分传递,树立起国家援疆、广东医生品牌,凝聚了各族同胞人心,获得社会广泛认可。随着对口援疆工作长期深入开展,通过对广东医疗援疆宣传模式的探讨,有助于接受双方单位在短时间内携手做好援疆宣传工作,让各族群众更加及时了解援疆、支持援疆,加快改善新疆医疗卫生事业,增进民族团结。

参 考 文 献

- [1] 国家卫生健康委员会2020年12月15日专题新闻发布会文字实录[EB/OL].(2020-12-15)[2023-06-15].<http://www.nhc.gov.cn/xcs/s3574/202012/e231552ae46942da9d8338c624b28e79.shtml>.
- [2] 习近平.习近平在第三次中央新疆工作座谈会上发表重要讲话[EB/OL].(2020-09-26)[2023-06-15].http://www.gov.cn/xinwen/2020-09/26/content_5547383.htm.
- [3] 王婷,刘济生,徐祥贵,等.加强“组团式”医疗援疆宣传工作的实践与思考[J].现代医院,2019,19(12):1746-1749.
- [4] 习近平.习近平出席全国宣传思想工作会议并发表重要讲话[EB/OL].(2018-08-22)[2023-06-15].http://www.gov.cn/xinwen/2018-08/22/content_5315723.htm.
- [5] 林晖.第八次全国对口支援新疆工作会议召开[N].人民日报.2021-07-22(01).
- [6] 姚卫坤.加强南疆基层宣传思想文化工作的对策建议[J].实事求是,2018(5):34-37.
- [7] 王蕾,杜孟凯,张国君,等.新形势下构建医院大宣传工作的实践探索[J].中国医院,2018,22(10):73-74.
- [8] 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.
- [9] 谢宇辉.援疆主题报道的路径探索[J].新闻传播,2014(10):265-266.
- [10] 温浩阳.探寻援疆工作宣传报道的突破点:以对援疆干部的宣传报道为例[J].青年记者,2015(35):35-36.
- [11] 阙爱民.援疆宣传,讲好边疆故事的三重奏[J].新闻爱好者,2017(1):88-90.
- [12] 章琛.大型公立医院宣传工作的若干实践与探索[J].江苏卫生事业管理,2018,29(4):440-442.
- [13] 潘海阳.“一带一路”背景下做好对口援疆宣传工作的思考:以福建省第七批援疆宣传工作为例[J].中国广播电视学刊,2020(1):117-120.
- [14] 郭英,赵王青.新时代文化润疆工程的重大意义及实践思考[J].克拉玛依学刊,2021,11(1):26-31.

通信作者:林天歆(1973-),男,博士研究生,二级教授、一级主任医师;研究方向:医院管理、医学教育、泌尿系肿瘤精准诊疗及基础研究和转化应用。

收稿日期:2023-07-16

(编辑 张瀚予)