

◁ 医院文化 ▷

新媒体背景下医院网络舆情管理的SWOT分析及对策

李霞, 赵鸽

(无锡市第二人民医院, 江苏省无锡市 214001)

【摘要】 随着现代网络和信息技术的迅猛发展,网络新媒体逐渐兴起和流行,给医院网络舆情管理带来新的挑战。笔者通过引入SWOT分析方法,对新媒体背景下医院网络舆情管理的优势、劣势、机会和威胁等进行系统分析,提出加强网络舆情管理的外部策略和内部策略,要发挥自身优势,克服自身不足,联合媒体等平台,弘扬正能量,发挥舆论导向作用;要构建建立院内新媒体舆情管理体系,完善舆情应急处置预案,同时强化人、财、物等支持,打造专业化队伍,做到网络舆情的有效管控。

【关键词】 新媒体;网络舆情管理;SWOT分析;对策

【中图分类号】 R197 **【文献标识码】** B **【文章编号】** 1672-4232(2025)02-0100-03

【DOI编码】 10.3969/j.issn.1672-4232.2025.02.028

随着现代网络和信息技术的快速发展,新媒体成为信息传播的主要渠道,信息传播媒介、传播速度、传播流程等呈现多元化、多样化和快速化、覆盖面广等特点。尤其是涉及医患矛盾的信息,经过网络裂变式传播,使公立医院易出现舆情内容不真实、舆情应对不及时、舆情走向难把控等问题,可能对医院公信力和品牌形象造成负面影响。

1 网络舆情特点

SWOT分析是战略管理中常用工具,随着SWOT分析法应用领域不断延伸,近年来经常被用于医药卫生领域的研究分析^[1]。通过SWOT分析,在充分了解新媒体背景下网络舆情对公立医院的优势和劣势,及其面临的机会和威胁的基础上,为医院舆情管理提供应对策略。

1.1 内部环境

1.1.1 优势分析。一是引导网络舆情。网络信息参差不齐,信息量大及网络多元化冲击,容易对职工心理产生影响。通过及时有效的网络舆情管控及思想引导,可以帮助职工正确看待舆情,理性面对舆情,减少不良信息对职工思想产生的负面影响。二是拓展教育空间。信息化时代,网络新媒体成为大众了解各类信息的最重要平台,也成为医院思想政治教育新的载体。通过网络传播平台,可以进一步扩大获得信息的渠道,也不断拓展员工教育空间,提高思想政治工作半径。三是提高危机意识。在日常网络信息中,每个患者都是一个“自媒体”,他们都能熟练下载相关APP,进行账户注册,随时通过自媒体发布各种对医疗服务的吐槽、不满、发泄等图文、视频。这些患者不满情绪让医务人员更加关注自身医疗服务态度、诊疗操作规范等,主动提高危机意识。

1.1.2 劣势分析。一是缺乏敏感性。医务人员在应对网络舆情时,往往缺乏敏感性,很多员工对微信、微博、小红书等平台上看到的涉及医院的负面信息等缺乏敏感性,主观认为这是患者的需求过高或者是患者对医疗服务的吹毛求疵,没有从思想上重视。二是信息不对称。医务人员都是具有医学背景的专业人员,掌握科学的医学知识。患者绝大部分都是非医学专业,缺乏医学知识常识,对疾病诊疗效果评价不一。医患之间的信息不对称,造成患者对诊疗存在过高期望,如达不到预期效果,容易引发不满。三是管控不到位。传统舆情处理的黄金时间一般为24h,在此时间段内能掌控舆情主导权,避免事态进一步发展及恶化。出现舆情的初始阶段,有些医院虽然内部有舆情处置相关制度和规范,但因缺乏管控意识,未引起足够重视,持观望态度,导致舆情爆发式增长,丧失消除舆情的最佳时机。

1.2 外部环境

1.2.1 机遇分析。一是弘扬正能量。随着新媒体的发展,当前网络已成为大家了解各类信息的最主要渠道。医院通过网络及时将最新的医疗技术、优质服务等传递给社会,展示医务人员风采,通过舆情引导,宣传正面人物形象,提高大众的认同。有些患者感受优质的医疗服务后发布就医体验,自觉为医院“代言”,传递社会新风,弘扬正能量。二是提升成就感。医务人员承担着救死扶伤的神圣天职,在日常工作中通过服务践行医者从医誓言,实现自我价值成就感。当医务人员受到患者的肯定,尤其是网络上的正面报道和评价,有助于激发医务人员更好地提升技术,为患者提供更加优质的服务,提高职业荣誉感的同时,有助于提高患者满意度。三是加强透明度。毋庸置疑,医患之间存在不同程度的认知差,患者对医院的情况也知之不多。针对患者需求,医院利用网站、微信号等新媒体平

台对外公开内部各种医疗信息,比如就诊须知、医疗价格、专家门诊等,方便患者就医。同时开通热线电话,第一时间回答患者的需求,不断优化流程等,有助于拉近医患距离。

1.2.2 挑战分析。一是传播广泛性。新媒体突破传统媒体的限制,随时随地可以发布各种信息,并可以随意转载转发,信息传播速度快、传播广。尤其是涉及医患热点的信息,容易引起网友产生共鸣,经过不断转发、评论,形成网络热点,在短时间内爆发式增长。二是舆情难控制。医疗卫生事业与每位患者的健康息息相关,是全社会普遍关注的行业。尤其在传播过程中,为博人眼球、吸引流量,存在恶意编辑、无中生有、有意中伤等现象,传播内容存在片面性,容易挑起网友不满情绪,造成舆情难以管控。如不及时处理,会激化医患矛盾,有损医院形象。三是缺乏专业性。医院对医务人员重视专业技能和医学人文等系统教育,但对网络舆情管理的培训比较少。新媒体背景下,对医务人员也提出了新的要求。不仅要诊治病人,还要学会舆情管控的专业知识,积极应对可能出现的各种舆情,善于发现和消除舆情负面影响。

2 应对策略

2.1 外部策略,利用外部平台发挥自身优势(SO战略、WO战略)

新媒体环境下舆情管控,在外部策略上,要充分抓住外部机遇,利用外部机会,发展自身优势,克服自身不足,联合媒体等平台,弘扬正能量,发挥舆论导向作用。

2.1.1 强化媒体合作。随着互联网管理的规范化,绝大部分媒体都能客观真实报道,不随意扭曲医务人员,传递正确的导向。医疗卫生事关人民群众健康,是全社会最关注的行业之一。医院必须适应媒体形式的转变,实现宣传模式的突破和创新^[2]。要善于发挥自媒体的优势,主动向社会发布医院的新技术、新服务和新举措等,赢得全社会的关注和认同,扩大医院影响力。一旦发现媒体介入医疗纠纷事件,要第一时间还原事件真相,通过发布信息及时让公众知道真实信息,对医院积极应对的形象产生信任感,掌握舆论主动权,将谣言扼杀在萌芽状态。

2.1.2 创新宣传手段。随着网络迅猛发展,自媒体时代已经来临,目前大部分医院都开通官方微信号、视频号、微博等宣传平台,及时发布群众感兴趣的内容,普及健康知识,提高公众信任度和依赖度。要充分借助自媒体传播规律和特点,善于学习和运用网络来做好当前医院舆情引导和管控。必须通过进一步打破常规

的传播形式,发挥新科技资源优势^[3],加大宣传手段和传播方式创新,提高短视频点击量。同时可以借助小红书、抖音等自媒体平台,增加与网民互动。借助医院微信公众号、视频号等各类新媒体,发布最新的党的理论和政策,引导员工进一步凝心聚力、统一思想。

2.1.3 夯实网络阵地。要结合网络新媒体平台传播特点,紧扣当前员工关注的热点信息,加强舆情风险宣教工作,通过及时发声,抢占网络主阵地,提高员工对政策的理解和支持。可以借助网络新媒体开展各类专题解读、形势分析、权威发布等,运用线上+线下同步发力,提高全院干部员工对舆情的认识,加强网上正面宣传和舆论引导。充分利用员工QQ群、微信群等沟通渠道,定期发布正能量信息,让员工潜移默化接受教育,实现员工思想教育常态化推进,自觉抵制各种负面信息侵袭。

2.1.4 提高员工参与度。新媒体的传播方式可融文字、音频、画面和视频为一体,做到及时地、无限地扩展内容,从而使内容变成“活物”^[4]。善于激励员工的主动性,发掘一批热爱创作、有视频或图文拍摄剪辑特长的骨干,定期组织培训和学习,通过拍摄身边员工的点滴故事,让一线员工出彩,提高员工的自我价值认同。规范医院工作人员网络发言(含各网络论坛、QQ、微信、微博等自媒体),强化正面引导,加强网络舆情监管,管好微信群、QQ群,第一时间发现舆情动态,做到快核查反馈、快沟通对接,引导职工以合理合法的方式表达个人想法,传播正能量,抢占舆情应对处置先机。

2.1.5 选树各类典型。要善于挖掘临床一线爱岗敬业、默默奉献的医务人员,鼓励员工用手机随手拍方式拍摄工作照片或视频,通过原汁原味展现服务画面,如关切的眼神、温馨的动作、贴心的服务等,让点滴关爱激发患者的认同和共鸣,主动转发和评价,形成网络正能量宣传。同时,要积极弘扬先进典型,加大院内和院外宣传力度,院内可以组织各类事迹报告会、演讲等。院外可以借助各大主流媒体进行专题报道,让先进典型的事迹深入人心,营造比学赶超氛围,把榜样力量转化为全院干部职工为人民服务的生动实践^[5]。

2.1.6 发挥网络大咖作用。借助医院名医和专家的影响力,以现身说法及时发出积极向上的主流声音,发挥舆论引领作用,营造健康向上的网络氛围^[6]。通过医院官方网站、微博、微信等及时公布信息、澄清事实,一方面邀请有影响力的名医大咖等为网络宣传员,及时转发最新信息,同时组织各行各业先进人物代表、新闻媒体及患者代表等走进医院,实地进行体验和参观,感受医务人员工作日常辛苦,提高对医务人员的理解,便于主动发声,帮助医院做好疏导和解释。

2.2 内部策略,构建新媒体舆情管控内部体系(ST战略、WT战略)

医院要构建院内新媒体舆情管理体系,完善舆情应急处置预案,同时强化人、财、物等支持,打造舆情管控专业化队伍,确保网络舆情少发生、早发现,及时处置、管控有效^[7]。

2.2.1 健全工作制度。自媒体传播内容自由、速度快,很多敏感话题容易引发新的舆情。进一步健全舆情通报、突发舆情处置等工作机制,完善《突发事件媒体处理应急制度》《新闻发言人及新闻发布制度》《舆情管理工作制度》《科室微信公众号等自媒体管理流程》和《员工文明上网制度》等各项制度及流程,完善和细化各类对外信息发布流程和路径。按照舆情风险一般、中等、重大分成三个等级,进行分级管理,加强舆情协同处理和舆情问题督办,对舆情反映问题的处理情况,及时进行分析研判,每月进行舆情分析汇总。

2.2.2 加强舆情监测。自媒体时代的思想政治工作要加强风险防控和管理,及时做好舆论引导和突发公共事件舆情处置工作^[8]。加大对网络平台和各类宣传阵地的管理,联合专业网络舆情团队,从手工收集到全网掌握,做到全天候监测,对发现的苗头性、倾向性信息进行精准研判,对信息发布平台、发布时间、点击量、转发情况进行监测,重大舆情及时启动应急管理处理预案,按照分工调查和梳理事件经过形成报告,积极妥善处理。通过及时、全面、真实掌握舆情事件信息,对事件做出快速响应和精准研判,将舆情风险化解在萌芽状态。

2.2.3 强化舆情处置。要实行舆情分级管理制、舆情监测日报制、舆情协同处理制,做好突发事件的舆情应急预案^[9]。舆情管理工作领导小组由院党政主要领导任组长,副职领导任副组长,下设事件调查组、新闻发布组和后勤保障组等3个工作小组,负责重大舆情应急处置工作。在舆情处置中,体现“快、实、引”,即要第一时间进行处理,如实还原事实真相,做好正面宣传引导,及时化解舆情带来的负面影响和次生舆情。将舆情处置关口前移,以积极主动的态度面对大众,及时将事件处理结果公之于众,更容易得到公众的信任与支持。

2.2.4 打造专业队伍。打造一支有新闻宣传和医学专业知识又善于运用新媒体工具的宣传工作者队伍是医院有序开展新闻宣传工作的基础^[10]。要高度重视舆情管控队伍的建设,组建一支懂网络、善沟通、乐奉献的专兼职网评员队伍。定期加强培训,对于网络热帖,组织员工通过网络跟帖、发帖等形式,引导网上热点,掌握网上舆论话语权。要建立医院自媒体运营中

心,配备专业的设备和设施,招募有拍摄、编辑等特长的人才,提升医院品牌创造力和影响力。在舆情危机发生时,良好的医院品牌形象和“粉丝”支持,将会争取更多的信任度,引导舆情走向。

2.2.5 提高舆情管控。在舆情处置中要提高整体管控能力,做到有理有据。针对群众反映强烈的各类涉及服务态度、环境、流程和技术等方面的意见和建议,要及时组织相关部门了解实际情况,做好积极沟通,还原事实真相的同时争取群众理解。在网络舆情平息后,要尽快做好医院形象恢复工作,针对网络舆情发生的原因、应对和处置等进行全流程的复盘,加强反思和整改,找到日常舆情管理中的薄弱环节和不足之处,形成问题整改报告,做到及时整改,避免同类舆情危机隐患再次出现,从源头上减少负面舆情发生的风险,提高服务内涵质量,提升舆情管控能力和水平。

综上所述,新媒体背景下医院的网络舆情管理面临新的挑战和新问题,只有充分抓住外部机遇,发展自身优势,克服自身不足,积极构建完善医院新媒体舆情管理体系,才能有效面对各类负面舆情,消除不良影响,降低网络舆情危机,提升医院舆情处置能力,维护医院美好形象。

参 考 文 献

- [1] 斯蒂芬·P·罗宾斯,玛丽·库尔特著.管理学[M].9版.北京:中国人民大学出版社,2008:12.
- [2] 刘怡华,高晓彤,潘伊明,等.全媒体时代医院新闻宣传工作的实践与思考[J].现代医院,2022,22(4):534-536.
- [3] 武燕,顾玉连,邵瑜,等.新媒体时代公立医院宣传工作创新实践[J].现代医院管理,2024,22(3):126-129.
- [4] 王婷.新媒体环境下高职语文写作教学策略分析[J].现代职业教育,2021(13):172-173.
- [5] 李霞.以典型引路提升医院思想政治工作的路径探索[J].现代医院管理,2023,21(4):116-118.
- [6] 李霞.“微时代”医院网络思想政治教育[J].解放军医院管理杂志,2020,27(10):995-996,1000.
- [7] 王士强.新媒体环境下医院舆情管理SWOT分析及对策[J].传媒,2020(17):93-96.
- [8] 王庆良,李霞.“自媒体”视角下医院思想政治工作的影响及对策[J].现代医院管理,2022,20(2):106-108.
- [9] 周军伟,张雪丹.全媒体时代公立医院宣传工作的探讨与实践[J].现代医院管理,2023,21(6):126-129.
- [10] 商常青.新媒体视域下医院新闻宣传工作的问题与对策[J].新闻研究导刊,2020,11(15):13-14.

通信作者:赵鸽(1970-)女,本科,副研究员,党委副书记;研究方向:党建宣传、医院文化、人力资源管理。

收稿日期:2024-08-29

修回日期:2024-10-08

(编辑 马兰)