

◁ 医院文化 ▷

“全媒体+区域化”健康科普宣教阵地的研究*

赵明明, 宋厚栋, 时希赟

(苏州市第五人民医院, 江苏省苏州市 215000)

【摘要】随着“健康中国”战略持续推进,医院作为守护人民群众生命健康的主阵地,主动承担起健康科普、提升大众健康素养的社会责任。在全媒体快速发展时代,苏州市第五人民医院针对市民健康科普需求,充分利用多元化的全媒体工具,建立与“全媒体”相适应、互补的健康科普模式,探索实践“全媒体+区域化”健康宣教阵地相融合的模式,实现公立医院健康科普公益职能与全媒体深度融合,结合“线上+线下”方式,主动“走出去”开展健康科普,助力“健康中国”建设,为提高百姓健康科普宣传提供借鉴意义。

【关键词】 公立医院;全媒体;区域化;健康宣教;新格局

【中图分类号】 R197 【文献标识码】 B 【文章编号】 1672-4232(2025)04-0097-03

【DOI编码】 10.3969/j.issn.1672-4232.2025.04.026

医疗机构及媒体是健康科普宣传的重要阵地,面对网络和各类媒体上鱼龙混杂、真假难辨的医学科普乱象^[1],医疗机构迫切需要在健康宣传工作中强化与媒体合作,探索新思路、新举措和新办法。笔者结合苏州某医院构建“全媒体+区域化”健康宣教阵地的模式实践,通过全媒体“面”的宣教和区域化“点”的宣教相结合,提升健康科普宣传的传播力和影响力。

1 公立医院健康科普宣传的现状

1.1 医院健康科普宣传效果不佳

医疗机构、媒体及个人借助官方、微信、视频号、抖音号等新媒体平台发布健康科普知识,给百姓带来了海量的健康科普知识。但目前医疗机构科普宣传主要通过单位的微信公众号、视频号、官网等平台发布,对外宣传的传播力度是远远低于媒体的流量,在纷繁的科普作品中,随着受众人群信息选择权增强,医疗机构科普作品容易在海量的信息中被湮没,宣传效果减弱^[2]。

1.2 医院健康科普力度仍显不足

部分媒体平台为博取眼球发表的科普文章内容存在断章取义、曲解科学常识、混淆疾病等问题,比如有些网络写手为了完成文字任务,在不懂医学常识的情况下凭想象和道听途说、东拼西凑制作伪科学科普,各种良莠不齐的科普推文让市民真假难辨。公立医院集聚了不同领域的医学专家,更应肩负起引领健康科普规范传播的责任^[3],更加需要加大对科普宣教的支持力度,加大专业科普知识的宣传力度。

1.3 科普宣传人才队伍力量不足

临床医务人员不愿做科普、不会做科普的现象还普遍存在^[4]。不少单位没有专职科普宣传人员,主要由科室负责人兼任或由科室骨干兼职,缺少对科普宣传的鼓励政策和培养机制。随着全媒体的快速发展,对医院科普人员提出更高的要求,不仅需要掌握扎实的文字功底,还要具备摄影、视频拍摄、剪辑等技术,现有的科普人员多为临床专业,不具备媒体制作能力,制约了医院科普宣传的质量和传播效果^[5]。

2 公立医院科普宣传应对策略与实践

健康科普宣传的主力军主要是医疗机构和媒体,公立医院是医学科普中的正规军、主力军,应主动探索科普宣传的路径,强化与媒体建立合作关系,搭建科普宣传与市民之间的桥梁,让科普宣传走进百姓身边,融入百姓生活。

2.1 建立“全媒体”健康宣教阵地

全媒体包括报纸、杂志、广播、电视、音像、电影、出版、网络等在内的各类传播工具,应发挥传统媒体电视、广播、报纸的力量,借助网站、微博、微信、视频号等全媒体平台。建立“全媒体”健康宣教阵地,医院注重加强与当地主流媒体合作,扩大全媒体平台的影响力,优化科普宣教队伍的建设,为医院健康科普宣传提供了多元化的传播载体和模式。

2.1.1 融合主流媒体构建传播矩阵。医疗机构与媒体的合作是当前重大健康科普宣传的主要宣传方式^[6]。医院借助当地全媒体平台,如“引力播”“看苏州”“苏州健康”等平台,发布科普文章及视频;深化与苏州电视台合作,借助电视台新闻及健康栏目传播科普知识;参与“天天健康”健康科普直播专版,参与线上

*基金项目:江苏省医院协会医院管理创新研究课题(JSYGY-3-2023-381)

“云诊室”咨询,参与超健康学院直播;借助苏州日报社平台,结合季节性疾病及重要卫生节日,围绕常见疾病案例做健康科普宣传,在《苏州日报》和《姑苏晚报》等报纸上发布健康咨询及健康科普文章,实现健康科普宣传效果最大化。同时,医院逐步强化官方、微信、视频号等建设,推出科普宣传专栏,医院院报制作健康科普专栏,营造较好的科普宣传氛围。

2.1.2 创作高质量科普宣教作品。提升健康科普作品的产出是健康促进工作的重要内容。医院加大宣传经费的投入力度,加强与专业制作公司合作,借助专业的策划和拍摄团队,促进高质量科普宣传作品的产出^[7]。加强与媒体人员的交流,邀请记者对科普宣传人员进行培训和指导,建立媒体记者与科普宣传员交流机制,结合临床常见的、特殊的病例进行科普宣传,邀请媒体人员参与指导撰写,提出“每周至少1篇纸媒、每月至少2项视媒、每季度各科室科普有声音”的工作要求,借助媒体较强的信息编辑和传播媒介,不断丰富科普宣传内容和宣传载体,弥补医务人员文字撰写及视频拍摄等专业能力不足,提升医院健康科普作品的总量和质量。

2.1.3 优化科普宣教队伍的建设。借助媒体人专业指导,强化医院健康科普宣教人才队伍的建设^[8]。医院组织成立多个专业科普宣传组,如文字科普组、人文科普组、绘画科普组、视频拍摄组等,通过定期召开健康科普策划会议,集思广益,充分调动医务人员参与科普宣传的热情,营造良好的科普宣传氛围。邀请媒体专业人员进行新闻宣传业务培训,培养具备较高专业水平和创新能力的健康科普人才队伍。建立健康科普考核奖励机制,形成长效机制。医院每年开展“科普好声音”演讲和情景剧比赛,储备健康科普宣教人才,挖掘科普宣传作品,建立全员科普的工作氛围。

2.2 建立“区域性健康宣教阵地”

“区域性健康宣教阵地”主要是围绕医院所在辖区的街道,以及医院辐射范围内的社区及单位,进一步深化区域党建共建凸显公益,主动“走出去”,建立区域百姓健康宣教载体,让健康科普宣传“走”到群众中去,贴近百姓生活,高频次地将医院科普宣传融入市民健康生活,营造区域百姓的健康科普生态。

2.2.1 深化区域党建共建凸显公益。把健康服务与党建共建工作相融合,建立医院深入群众、服务居民的前沿服务阵地^[9]。医院组织党员成立志愿服务队伍和惠民讲师团队,医院党组织与周边社区、单位建立党建共建合作关系,建立长期党建服务机制,设立“党建1+1”红色阵地共建专项领导小组,提供“点单式”健康教育服务模式,通过健康义诊、健康讲座、社区帮扶、上门服务、移动诊疗、疾病筛查等多种形式开展健康服务

工作,拓宽健康服务沟通渠道,至今已开展300余场次义诊和讲座活动,实现医疗资源、医疗服务下沉,增进医院与区域的融合,打通党建和业务工作融合的“最后一公里”。

2.2.2 打造健康服务特色品牌。持续完善区域化健康服务品牌项目创建,将党建融入区域人民群众健康所需所盼。医院与区域党建共建社区签订了共建高质量的健康服务阵地的目标协议,联合打造“医社金乡邻”服务品牌,在重要的卫生节日,党员志愿者们到社区困难家庭、常年卧病家庭、老年家庭进行健康服务,进行健康知识普及,扩大社区健康服务的覆盖。组织将健康科普排练成文化节目,如“洗手操”“康复操”、脱口秀等参与社区各种文艺演出,吸引了众多居民观看,通过通俗易懂的方式普及健康知识。医院组织皮肤科、中医科等建立“移动健康行”志愿队,持续每周到周边社区推广中医药文化,收获市民的好评。围绕区域不同的服务人群,先后建立“藤聚力 共攀援”“紫藤花开”“孕肝妈妈”“防艾知识进校园”“职业健康五进行”“药学服务进万家”“服务老年健康”等独具特色的服务品牌。

2.2.3 搭建与区域百姓的沟通桥梁。建立与区域百姓“强关系”社交服务类型。医院建立“紫藤诊室”健康咨询微信群,邀请周边百姓进入微信群,围绕不同学科疾病,每周推送科普文章,每周固定时间为百姓解答相关健康知识,学科负责人参与,精心设计每期活动内容,制定科普宣教主题,制作科普作品,高频次的进行健康知识科普和线上咨询。加强疾病日主题宣传策划,在每年的“爱肝日”“世界防治结核病日”“艾滋病日”“爱肤日”等疾病日,推送科普推文、科普短视频,开展健康咨询、健康讲座等惠民服务。每年的端午节、重阳节等传统节日走访社区困难居民、孤寡老人等上门送健康服务和检查,切实让百姓感受到“健康到家”服务。

2.2.4 建立区域百姓健康宣教载体。医院将健康科普融入百姓生活,医院在周边社区活动场所设立“健康窗口”专题宣传栏,制作健康科普院刊月度替换,在百姓日常活动的环境里融入健康科普知识。同时,在社区活动中心放置健康宣传作品,主要有围绕常见的健康知识制定健康科普宣传处方、科普宣传册、健康科普院刊,并结合周边社区老年人口较多的情况,制作老年人健康科普宣传手册。同时,医院拍摄的健康科普宣传视频素材会通过社区多媒体平台进行滚动播放,引导区域百姓形成良好的生活方式,提高百姓的健康素养。

3 成效

3.1 建立长期党建共建机制

通过与“邻里”社区建立区域化党建共建关系,充

分发挥医院党员干部先锋模范作用,发挥医院医疗资源优势,深入社区开展健康服务,促进医院与基层党建共建走深走实。探索建立起医院深入群众、服务居民的前沿服务阵地,促进医院与区域的深度融合,打通健康服务的“最后一公里”,推动医院健康服务高质量发展。

3.2 提升区域百姓健康素养

将被动宣教向主动宣教的模式转变,医务人员与百姓面对面的交流,建立了“强关系”社交服务类型,更容易发现市民身体异常人群,提升百姓对自我健康的认识,推动健康服务精细化、精准化,提升社区居民的健康幸福感和获得感。

3.3 形成强大的传播合力

构建“全媒体+区域化”健康宣教阵地的模式是医院健康促进工作中重要实践,融合医疗机构及全媒体的各自优势,双管齐下,通过全媒体宣教和区域化宣教相结合,远近兼顾,实现医院健康科普公益职能与全媒体深度融合,成为医院健康科普宣传效果最大化的最好表达方式^[10]。2022年该模式获得全国“健康中国医者先行”优秀案例单位。

3.4 树立医院良好公益形象

构建“全媒体+区域化”健康服务阵地,为医院对外宣传建立较好的平台,促使医院能够更好地融入周边社区,切实有效地拉近周边百姓和医院之间的距离,获得百姓熟悉认可,进一步树立医院良好的公益形象,为医院实现区域化发展提供“加速器”。

4 讨论

“全媒体+区域化”健康宣教阵地是医院做好科普宣传及医院宣传的两个方向,两者互相促进,互相独立。全媒体健康宣教阵地建设,一方面要加强与媒体的合作,为科普宣传提供更大的传播媒介,另一方面需要不断提升医院科普人才队伍能力的建设,加强自身传播媒体的建设,更好地实现长远的发展。区域化健康宣教阵地建设,首要任务是建立起长期稳定的科普宣传队伍,制定考核激励机制,对提供科普宣传素材的医务人员进行奖励,调动全院职工加入科普宣传员积极性。建立科室宣传需求调研机制,每月报送重点科普内容,激发科室在健康科普工作中的主动性。医院把参与健康科普纳入党员积分考核办法,对健康科普宣传进行指标考核,将健康科普宣教与党建工作进行融合,推动区域性科普宣传长期实践。医院宣传部门建立合理的审稿流程,鼓励临床医护人员撰写易于受众接受和理解的权威性原创文字,对科普宣传内容进

行全流程监督。医院宣传人员参与或主导谋划科普选题策划,从内容制作到发布推广,科普内容由相关领域专家对知识内容进行把关,鼓励公众对科普内容进行监督和反馈。

5 思考

公立医院作为守护人民健康的主阵地,在推进健康中国行动中,被赋予了更重要的责任与使命^[11]。医院要积极履行社会公益职能,要把健康促进与教育工作作为医院重要的工作内容,主动承担起区域百姓的健康宣教任务,构建公立医院“全媒体健康宣教阵地”和“区域化健康宣教阵地”两条腿齐步走的模式,实现“医社—医企—医校”精准对接健康教育服务。卫生健康管理部门要统筹推进健康促进与教育工作,结合地域医疗单位的分布情况进行健康宣教服务责任区域划分,实现地域健康教育促进工作全覆盖,为健康中国行动计划的深入推进提供较好的实施路径。

参 考 文 献

- [1] 李沂航,沈阳,朱磊.公立医院开展健康科普传播的实践与思考[J].医院管理论坛,2021,38(10):87-88.
- [2] 汤雷.媒体加强健康科普的切入途径与发力重点探析[J].新闻研究导刊,2022,13(13):126-128.
- [3] 孙婷婷,朱慧.健康中国建设背景下医院健康科普的优化路径[J].锦州医科大学学报(社会科学版),2024,22(1):46-50,59.
- [4] 朱亚兰,武敏,刘红梅,等.公立医院高质量发展背景下科普工作面临的挑战与对策[J].中国卫生质量管理,2024,31(1):80-83.
- [5] 彭福祥,潘曼琪,梁嘉韵,等.全媒体视域下公立医院健康科普新模式探究:以中山大学附属第一医院为例[J].现代医院,2024,24(6):944-948.
- [6] 朱婷,仇上斌.新媒体背景下医院健康科普宣传实践[J].江苏卫生事业管理,2021,32(10):1369-1371,1378.
- [7] 叶娇慧.公立医院自媒体提升健康科普传播效果的策略思考[J].新闻研究导刊,2022,13(10):183-185.
- [8] 蒋玉波.新媒体时代医院宣传队伍建设面临的挑战及应对策略[J].办公室业务,2021(17):49-50.
- [9] 戴辉.医院基层党组织在区域化党建工作中的探索实践与对策研究[J].江苏卫生事业管理,2021,32(4):517-519,534.
- [10] 黄征宇,张梦婷.自媒体时代公立医院开展健康科普实践与思考[J].中国健康教育,2021,37(9):861-863.
- [11] 梁新.医院党建与宣传工作深度融合策略研究[J].中国报业,2021(8):64-65.

通信作者:宋厚栋(1983-),男,硕士,研究员;研究方向:党风廉政建设、医院文化建设。

收稿日期:2024-11-08

修回日期:2024-12-04

(编辑 张瀚予)