

浅论新形势下公立医院如何做健康科普 ——以某三甲医院宣传案例分析

韩倩 梁新

(广西壮族自治区人民医院 广西 南宁 530000)

摘要:在“健康中国”国家战略提出的时代背景下,百姓对健康生活的需求日渐增长。公立医院因为拥有权威专业的医生资源及广泛的受众群体,发布的健康科普文章,应该成为健康科普传播“战场”上的主力军。本文结合广西壮族自治区人民医院宣传部门多年来的在实际工作中的实践传播案例,进行经验总结,希望为更多医疗机构借鉴,以达到让更多的医疗机构更有效向社会大众传播健康科学知识,提高人民健康素养,助力实现“健康中国 2030”的目标。

关键词:公立医院 健康中国 健康科普

加快科普信息化建设,对于普及科学知识、倡导科学方法、传播科学思想、弘扬科学精神,引导广大公众理解科学、文明、健康的生活方式和建设创新型国家具有重大意义,是党和国家的一项重要战略举措^[1]。公立医院结合自身情况,如何有效地普及、传播健康科普知识,提高人群健康认知水平,使更多人群受益,成为越来越多的医院宣传工作者研究并付诸实践的课题。

1. 公立医院传播健康科普大势所趋

当前,社会大众对健康知识的了解相对匮乏、存在的就医误区较为突出。近年来,越来越多的虚假广告和伪医学知识充斥在社会大众的周围,百姓因为对健康知识和疾病的了解相对匮乏、存在的就医误区较为突出。

日前,国务院正式发布了《关于实施健康中国行动的意见》和《关于印发健康中国行动组织实施和考核方案的通知》,明确实施15项专项行动来突出健康促进和社会倡导。在“健康中国”的时代背景下,进一步推动公立医院健康科普工作的深入开展,可以在很大程度上的起到预防和降低了一些常见病、多发病的发生率,提高社会大众的健康素养。医学科普宣传的核心是效果。让老百姓能真正理解所宣传的内容,从而改变已有的生活习惯,形成健康的生活理念^[2]。

公立医院需要高度重视健康科普宣传,积极开展科普宣传活动,通过多种形式的传播手段对健康科普知识进行宣教,让社会大众对健康知识有新的认知,才能提高国民科学素养与身体素质。同时在塑造医院形象,提升品牌价值,助力医院文化建设上发挥推波助澜之力。

2. 公立医院传播健康科普的“实战经验”

广西壮族自治区人民医院作为广西壮族自治区自治区卫生健康委直属三级甲等医院,经过数十年的发展,已成为一所以医疗为主,兼有科研、教学、预防、保健、康复为一体的医疗中心。多年来,我院在科普健康知识方面的宣传工作上结合了新媒体和传统媒体的各自优势,医院的“两微一报”(微信微博院报)、医院网站、科普知识长廊等自身平台,同时与各级媒体联合,通过发布科普文章、举行健康科普主题义诊等多种形式来传播宣传健康科普知识,得到了社会大众的普遍认可,取得了良好的传播效果。

2.1 新媒体“异军突起” 传播影响力更快更广

在互联网新兴媒介传播的推动下,以微信为代表的新媒体以快速、精准、互动性强的传播特点成为健康科普的主要传播媒介。许多医院会利用开设的微信公众号以自媒体宣传的方式,通过图文、音频、视频、flash动画等多种形式传播医院信息和健康科普。其中,公立医院是医疗微信的第一大开设主体,覆盖五成以上三级甲等医院^[3]。相对于其他医院新闻的传播,健康科普类文章从阅读量和影响力上都高于其他类型文章。微信公众号已成为公立医院传播健康科普知识的一个重要手段。

以我院微信服务号“广西壮族自治区人民医院”为例,目前拥

有的65万“粉丝”,医院宣传科编辑每周精选一些健康科普文章,通过文字、图片、专家讲述结合的形式将健康科普知识点点对点发送给“粉丝”,通过“粉丝”们的转发微信好友、微信群及微信朋友圈等手段,让社会大众更进一步了解健康科普知识,实现对疾病早诊早治的预防效果。

2.1.1 原创作品更科学更权威。

大型公立医院拥有丰富的权威专家资源,各专业领域的知名医师、专家、教授是进行科普工作的强大的知识信息源人才支撑,是健康素养促进的“源头活水”^[4]。大型公立医院的医生预约看病源常常出现一号难求现象,老百姓常常因为预约不到专家号源看不了病而苦恼。医院利用微信公众平台发布的健康科普原创稿件,是权威的、最新的,尽可能详细的关于医疗的科普知识,这也正好弥补了百姓因为预约不到号看不了病的尴尬,他们可以通过医院发布的权威健康科普文章,知悉最新的健康科普知识及治疗方式,对症下药“治病”,起到早诊早治早预防的效果。医院的医学专家通过结合当下热门流行疾病话题,自己创作原创科普文章推广普及及最新的医学科普知识,既能扩大社会影响力,也能提高自己的社会知名度。医院宣传科编辑会将编辑好的科普文章再次返回专家,由专家再次审定后进行发布,确保了科普文章的权威性和专业性。

2.1.2 量体裁衣“制造”流行热点。

我院宣传科编辑从多次发布科普文章的实践中发现,微信公众号发布的便民公告类信息及面向不同受众群体发布的有针对性、指向性的科普文章,有提升科普传播广泛度的效果。2017年-2019年,我院在微信服务号上发布的与医改政策有关的《敬告患者:广西壮族自治区人民医院即日起将实施门诊零输液》受到社会各界的高度关注,阅读量突破10万+;与儿童青少年密切相关的科普文章《你家孩子睡够了吗?广西儿童睡眠‘地图’权威发布》、《真要命!10岁小胖墩睡梦中暂停呼吸?》、《高能预警!手足口已进入高发期!家长必须知道的几件事!》、《注意力不集中,写作业磨蹭?别让它耽误了你的孩子!》满足了家长的实际需求,获得好评,起到良好传播效果;《一滴精,十滴血?——告诉你关于取精那些事》、《小姐姐!“月事”短,会提前衰老吗?》、《男人们:别让你们的“生命腺”变成“烦恼腺”!》、《做好筛查这种遗传病不可怕!》及《试管婴儿定制双胞胎?这波操作不靠谱儿!》专家对男女两性、怀孕生子等社会热点进行了全面和权威的科普;围绕生活方面进行的科普文章《流感来袭!专家教您如何科学预防!》、《蔬菜和水果,你吃对了吗?》、《一口鱼生,一口酒!你以为就安全了吗?》这些与日常生活息息相关的话题受到社会大众的广泛传播,其中《一口鱼生,一口酒!你以为就安全了吗?》这篇还有地域饮食习惯特点的科普在发布后的短短10分钟内,阅读量就已经达到2万以上。

2.1.3 通俗易懂“接地气”式传播,互动性强。

我院微信服务号每周发布的科普文章来源为医院专家的原创

(下转第114页)

(上接第 104 页)

稿件,宣传科编辑通过结合热门流行疾病话题对专家进行约稿、组织记者采访报道并综合报道内容再次进行组稿编辑。在二次编辑排版时,编辑会对稿件进行“加工”,用通俗易懂的口语化文字、地方方言、网络热词、搞笑配图等形式与专家的权威观点结合,使文章阅读起来更浅显易懂,生动有趣。编辑将微信网友提出的相关留言咨询反馈给专家,及时回复并与网友进行互动。

2.2 传统媒体模式“持续发力” 扩大传播影响范围

随着人民生活水平的提高,社会大众的健康理念也有了变化,人们关注的重点不再是有病时看病治病,更多的是关注如何有效的预防疾病,防患于未然。多年来,我院结合各种“疾病日”,如“爱眼日”、“爱耳日”、“睡眠日”、“高血压日”、“母乳喂养周”等主题疾病日开展科普宣传活动,利用医院内外网站、微信公众平台发布义诊活动预告,让更多百姓知晓活动来参与;现场悬挂活动横幅、专家义诊、摆放科普知识展板、向群众发放宣传资料;组织媒体记者对现场义诊专家进行采访报道;在每期医院院报刊发义诊报道等多种方式及措施,宣传疾病的预防和治疗知识,达到传播医学健康科普知识目的,增强了公众的健康意识,引起社会关注并从中受益,也是我院做好健康科普宣传工作的一个重要手段。

医院有医学资源的优势与健康教育的职责,但仅靠自己则受众有限,要扩大卫生科普宣传的传播范围与传播效率,理想的合作伙伴就是电台、电视台、报纸等新闻媒体^[9]。医院想要做好健康科普宣传,在原有的宣传资源基础上还需与新闻媒体通力合作,借助媒

体的力量,合作开展科普宣传,提高传播范围。近两年来,我院宣传科应广西电视台《健康老友道》、广西电台《健康广西》等省级媒体的栏目邀请,每月组织专家录制相关节目开展科普知识宣传,我院专家与录制现场的观众及听众交流健康知识并解答问题同时也大大提升了医院的品牌,扩大影响范围。在医院宣传科的日常工作中,也常常会有媒体记者结合近期热门的健康科普知识主动邀约医学专家进行相关采访。宣传科工作人员与专家联系,专家主动配合媒体记者通过电视、电台、报纸、网站等官方媒体平台对健康科普知识进行科普,提升公众对健康科普的认知,扩大医院影响力。

3. 公立医院做健康科普宣传责无旁贷

习总书记强调“没有人民的健康就没有全面的小康”,“健康中国行动”的启动和实施是国家层面的“制度安排”,都是为了全面提升人民健康素养水平。做好健康科普宣传是公立医院的社会责任和担当,在推广健康科普的“主战场”上,公立医院任重道远。医院要积极传播和倡导健康的生活方式,提升人们的健康意识;要进行多渠道、多形式的权威医学科普知识发布和传播,提高百姓健康意识,让健康科普最大限度发挥作用,更好的贯彻“健康中国2030”规划纲要,助力实现“健康中国”的战略目标。

参考文献:

- [1]. 钱丽萍,杜鹏伟,周妍.从家长需求的视角做好儿童医院的科普工作.江苏卫生事业管理,2019.030(004).501-503.
- [2]. 彭加茂,金跃明.“互联网+”时代医学科普宣传的思考[J].江苏卫生事业管理,2016,27(3):1-2.