

■ 本期关注

突发公共卫生事件是指突然发生,造成或者可能造成社会公众健康严重损害的重大传染病疫情、群体性不明原因疾病等严重影响公众健康的事件。当前,新冠肺炎疫情已在全球100多个国家发生,被世界卫生组织列为“全球性大流行病风险”,引发高度关注。

面对疫情,医疗机构肩负着区域范围内落实防控要求、诊断救治患者、强化感染管理、提供健康服务等重要职责。其中,开展卓有成效的健康传播工作,在回应群众关切、稳定公众舆论、彰显公益担当、提升健康素养、弘扬医者仁心正能量、助力疫情防控和社会管理治理等多个方面发挥着重要作用。

在突发公共卫生事件中 医疗卫生机构如何做好健康传播工作

河南省人民医院 武素英

策略与成效

在新冠肺炎救治中的感人事迹报道大篇幅登上《健康报》;抗击疫情MV(音乐短片)《紧握你的双手》得到《人民日报》、中国网、央视网等53家权威媒体转载、报道,总浏览量超过100万次;突发医生救人事迹吸引1600余个媒体平台关注报道……把协同媒体报道作为贯穿疫情期间健康传播的重要策略一以贯之,巧发力、叠加发声、变独唱为合唱,有效实现了传播效果的倍增和突破。

二、把握“四个阶段”,精准立体传播产生良好效果

疫情期间,医院坚持“平战结合”原则,针对疫情进展和变化,在不同阶段准确选择相应传播策略,及时优化调整,提升传播质效。

第一阶段:疫情初始期和扩散的上升期

从河南省公共卫生一级响应前后,至河南省人民医院援鄂医疗队出征为节点,医院宣传部针对阶段性进程和特点制定了宣传策略,启动报道预案。

一是提前预判、敏锐反应。于省内一级响应启动(1月25日)之前,河南省人民医院官微于1月22日、23日连续两天推发专题科普文章《防控新冠病毒核心健康信息》《口罩咋选?如何洗手?回家咋防范?》,突出权威性、专业性、通俗性,阅读量均超过4万人次,第一时间回应公众关切,提升民众的防范水平和健康素养。

二是精专报道大事要闻,率先呈现河南省人民医院防控行动。在省内启动一级响应的第二天,河南省人民医院在全国医院中率先推发《“新型冠状病毒感染的肺炎”线上咨询服务门诊上线》,当晚阅读量突破10万次,新华社、人民网、《香港商报》《日本产经新闻》等国内外媒体相继关注、重点报道;根据传播效果制定追踪反馈机制,3天内随即推发3篇延伸和配套报道,《平台直联100多家基层医院》《线上心理服务门诊开设》等报道相继推出,形成传播组合拳;同时,策划长篇报道聚焦河南省人民医院多区多院联防联控工作,从宏观角度全方位展现医院防控举措。

三是把握时间节点,策划传播高潮。按照防控工作安排加强宣传分工,专人专时、联络负责。第一时间报道隔离病区内部直击、河南省人民医院专家驰援基层、新冠楼紧急开工建设、援鄂医疗队出征等即时性重要事件,时效性、专业性、可读性协调统一,踏准疫情防控升级的每一个关键节拍。

第二阶段:疫情防控持续升级,全国上下动员行动的高峰期

随着全国精锐医疗力量相继驰援武汉,健康传播工作进入以防控宏观呈现、典型先进驱动、标志性阶段成果宣传相结合为主要策略的高峰期。

一是明确基调,站位全局。优先推发全院党员主动请缨、逆行而上、发挥先锋模范作用的综合报道。

二是聚焦防控最前线的报道。援

鄂医疗队抵达武汉后,当天推发医疗队首日工作情况报道,推动传播热点和高潮进一步延续;持续报道医院多位新冠肺炎患者接连治愈出院的好消息,多媒体协同,登上《河南新闻联播》;把握开工建设第10天的时间节点,二次报道新冠楼建设情况,调动各方期待,在建成投用当天展开密集重点报道,同步启动专题画册制作等相关传播配套工作。

三是重点展开先进人物、典型事迹深度报道。精选《健康报》、河南电视台、《医药卫生报》、丁香园等具有示范性传播效应的媒体,围绕尚佳、张晓菊、康谊等一线专家,以及参与救治的一线医务人员进行深度关注和重点报道,有个体、有群像、有感情、有故事,在全国各级各类媒体平台上得到广泛传播,引发强烈反响。

第三阶段:疫情得到有效控制,防控趋于平稳的稳定期

在这一阶段,疫情逐渐得到控制,关注焦点转为以危重症患者救治为核心。

一是加强危重症患者攻坚救治相关报道。及时报道面向全国开展ECMO(体外膜肺氧合)新冠肺炎应用治疗的远程培训;深度报道院领导24小时值守、开展危重症患者远程会诊相关新闻,从专家团队、制度机制、模式创新等多个维度进行呈现。

二是聚焦患者,生动展现救治成效。调整策略,将镜头对准在院患者,推发《揭秘“看不见”的新冠肺炎防线》等,从患者视角讲述治疗经历和医患真情,从侧面真实反映河南省人民医院专家技术、医德医风、人文关怀等优势。

三是拓展思路,打造传播新爆点。策划推出抗击疫情版MV《紧握你的双手》,用耳目一新的视听语言冲淡文字密集传播的阅读疲劳,在公众阅读的疲劳期掀起新的传播高潮;及时报道河南省人民医院进修医生救人事件,把握突发性传播优势,打破同质化传播僵局,以小见大,收获良好效果。

四是张弛有度,把握节奏。结合疫情最新研究成果,在传播节奏中找准节点,推发权威科普知识,调剂阅读、改变风格,增强实用性,保持读者黏性和关注度。

第四阶段:复工复诊全面启动,疫情防控曙光初现的巩固期

一是多部门联动配合,及时跟进推发医院复工复诊相关工作报道,同步加强微博、头条号与患者之间的信息互动,助力医院复诊工作顺利开展。

二是推发巩固防控成效的细节报道。策划推发电梯、卫生间等与患者就医息息相关的防控细节专题报道,以点带面,呈现医院防控工作不放松的态势,及时打消患者疑虑,从细节处呈现医院精细化防控和管理成效。

三是启动对医技、影像、行管后勤等科室疫情防控“幕后英雄”的相关报道,打造完整的传播链条,进一步增强疫情期间宣传报道的系统性和完整性。

四是注重舆情管理,规避风险

医疗卫生机构要高度重视舆论的重要性,把舆情监测和管理工作作为提升新闻敏感、把握社会关切、查找工作疏漏、维护品牌形象、帮助科学决策的重要手段;同时,疫情期间的健康传播工作要格外重视对潜在风险和传播尺度的把控,在保护患者隐私、统一内外口径、把握报道分寸、确保客观真实、避免过度拔高、尊重道德伦理等方面多加留心、谨慎求证、正面发声,坚持以人为本,不断增强健康传播工作的准确性、及时性和有效性。

疫情之下,医院管理者需要考虑这几点(下)

河南中医药大学第一附属医院

毛峥嵘

经验探索

及时总结中医治疗经验

在这次疫情中,国家前所未有的多次发文强调中医药要早期介入,甚至第一时间派出中医专家组深入一线,总结病因病机、证型、治法及方药。

作为省内唯一一家定点收治新冠肺炎患者的中医院,河南中医药大学第一附属医院组织专家组每天会诊,制定中医治疗方案,结合现代化的检测手段,在西医无确切疗效药物可用的情况下,充分发挥中医辨证施治和整体观的特点,使重症新冠肺炎避免演变成危重症,并大大缩短了重症新冠肺炎的疗程。患者也由刚开始的不信任和抵触中医药,到最后主动要求把自己同样确诊为新冠肺炎的亲人接到我们医院救治。这其中,中医药的疗效起到至关重要的作用。

成绩来之不易,如何让这些“不易”不付之东流?要及时做好中医施治的总结和分析;及时将中医治疗经验分享给同仁;及时从中筛选出针对轻型、普通型和重型患者的中药组方;及时整理中医面对病情变化时的辨证思路,梳理出具有河南中医特色的诊疗方案等。

意识到互联互通的重要性

在疫情早期,发热门诊和隔离病房就面临着“如何第一时间获取患者医学影像资料”“如何做到第一时间将信息反馈给指挥部”“如何无障碍协调各个部门工作”等问题。这时候,就显现出互联互通的重要性。

现代中医必须依靠现代科技的成果,才能更好地发挥中医特点和中医优势。我们必须通过互联网打破医疗、医药和医保的闭环。面对疫情,大家都隔离在家,这时候远程医疗就显得异常重要。

互联互通前期,硬件和软件投入较大,但这是医院发展的大趋势。中医院管理者应该思考如何充分利用现代科技打造好线上或是线下的特色,并且利用好互联互通平台,做好医院的宣传和营销工作。

我的想法是:互联网不管多么强大,都是工具,而工具最终是为了实现资源的最优化配置服务的。互联网可以为我们提供最为便捷的挂号服务,可以为个人健康档案的无障碍流通提供渠道,可以为家庭健康监测、慢性病管理提供强大的云平台,可以为偏远地区带去顶尖医生的远程医疗,还可以为专家和医学生提供在线继续医学教育……这些都是实实在在的好处。我们应在每一个细分领域做出改进,从量变过渡到质变。“信息无界,连接一切”,这样才能使互联网为医疗的发展带来便捷。

急诊科的定位

危急重症医务工作者从来都是“受任于疫虐之际,奉命于危难之间”。从“非典”到汶川大地震,从H1N1流感到天津港、昆山爆炸等,国家有难之时,必有危急重症医务工作者的身影。

由于历史原因,我们医院的发热门诊紧挨着急诊科,并且平时的工作也主要由急诊科的人员来承担。在这次疫情早期,大家对疫情的严重程度和波及的范围并不清楚,但还是抱着以防万一的思想,征用了急诊科病房,改造成三区两通道。

灾难医学是急诊工作者的必修课。在经历灾难以后才知道,总体协调、规划布局、流程设置、风险控制、预检分诊、合理施救是多么重要,群体患者和单个患者的诊治是完全不一样的。不是所有的问题都是技术问题,在灾难面前,技术所起的作用可能比较有限;没有灾难的时候,急诊科面临更多的是社会问题。

在抗击新冠肺炎疫情的战役中,急诊科还发挥了屏障作用。我们经常向科室人员强调,如果把新冠肺炎患者收到住院部了,那么我们的后方就被攻破了,后果将是灾难性的。因此,每一版的诊疗方案出来以后都要认真学习,把不同之处找出来并在执行中加以改进,无论何时都要牢牢守住防线。

发挥团队的力量

医院是一个团队,急诊科也是一个团队,在这场阻击战中,我们充分发挥了团队的优势。

医院整体攻防、总体布局、进退有序,院长天天在一线,各个职能部门各司其职、密切配合,医务、护理、院感、器械、采供、后勤等所有科室始终在线,需要什么就提供什么,发现问题及时解决……那么多的同志说走就走,提着行李上了前线,在发热门诊和隔离病房进行着艰苦卓绝的战斗。

急诊科团队在这次疫情战役中经历了磨炼,医生、护士、急救人员、班车司机都在这次战役中发挥了自己的作用,不仅要保障新冠肺炎患者的有效筛查、保障发热患者的接诊,还要保障非新冠肺炎危重症患者的安全救治。所有的医务人员都尽心守护,筑起了一道坚不可摧的屏障,让医院领导和其他科室同事在主战场不分心。实践证明,我们急诊团队经得起考验。

结语

社会并不是一个个螺丝钉搭起来的,社会是一个休戚相关、荣辱与共的有机体,医院更是如此。就新冠肺炎疫情防控而言,以今时今日的医疗条件、科研水平、组织能力、群众支持度、社会管理水平来论,都比以前强太多了。但我们更应该记住的是,解决社会问题时,最需要的是许多自以为是的聪明人,而是一些不那么“聪明”的人,一些敢于逆风而行的人,一些敢于勇挑重担的人,一些敢于讲出事实真相的人。

疫情带来的灾难总会过去,但是它教给我们的东西不能遗忘。希望我们在今后的岁月里不辜负这昂贵的“学费”,让每一个春天都能如约而至!

在突发公共卫生疫情事件中,开展健康传播的重要性及必要性

一、发布关键信息,助力防控全局

作为典型突发公共卫生事件之一,疫情具有科学属性和社会属性“双重身份”。

疫情防控是以医疗卫生专业行为为核心,在社会治理、应急处理、公共管理等多领域、多层面相互集合、综合交互的复杂过程。疫情防控的客观进展、救治工作的推进成效是疫情事件中最关键的信息要素,也是各方关注的焦点。

医疗卫生机构作为疫情防控的“主战场”,通过多维度、多平台的健康传播,可为全社会提供最直观、便捷、翔实的疫情防控第一手关键信息,既满足新闻传播的刚性需求,又具备传播主动权和时效性的先天优势,无疑是防控工作全局的有机组成和必然要求。

二、回应群众关切,提振公众信心

突发公共卫生事件的研究共识表明,事件引发的公共管理危机和公众信任危机,在一定程度上比事件本身带来的健康威胁更具有危害性、传导性和持久性。

对于医学专业知识相对不足的普通民众而言,医疗机构及权威专家在疫情中的“声音”,往往能产生不可替代的影响力、传播力和说服力,对回应群众关切的问题、提振公众信心具有重要作用。

三、发扬职业精神,彰显责任实力

一方面,通过对疫情防控一线医务人员事迹的真实呈现、深度挖掘,大力讴歌白衣天使逆行而上的大爱担当,对持续发扬医疗卫生职业精神将发挥强大推动作用,集中凸显传播效应;另一方面,通过报道医院在防控管理、危重症者救治等方面的扎实工作和成绩成效,为充分展现医院管理效能、技术实力和责任担当提供了丰富载体,进而实现医疗属性与社会公益属性的协调统一,可有效提升医院认可度、美誉度。

河南省人民医院是新冠肺炎救治省级定点医院,通过加强防控工作节奏研判,精准把握新闻传播规律,把准节点、找准突破、主动发声、精品策划,在健康传播工作方面取得了积极进展,传播力和影响力实现了新的跃升。

一、做好“三个结合”,打造全维度优质传播“中央厨房”

一是与社会公众需要紧密结合。“找准定位、应时而发、因势利导”是健康传播的重要策略,了解社会公众的核心信息需求和深层心理需求,对医院健康传播工作尤为重要。疫情期间,河南省人民医院宣传部坚持把研究社会公众心理需求放在新闻策划之前,每日关注疫情数据变化,各主流媒体报道及各大门户网站、贴吧、论坛、微博、博客、自媒体平台上的相关话题和信息,在瞬息变化的疫情形势中及时了解、敏锐把握公众心理变化,务求做到公众需要在哪里、关注点在哪里,健康传播的声音就在哪里。针对民众因未知而恐慌现象,河南省人民医院官微、微博、今日头条号等早在全省启动一级应急响应之前就开始有计划、分步骤地推发一系列优质健康科普知识,在公众号上及时上线新冠病毒AI(人工智能)自动问答等功能,答疑解惑、传播知识、提升认知;针对群众的恐惧、恐慌心理,及时推发医院联防联控举措,第一时间发布患者治愈等消息,权威发声、提振信心;针对群众就诊咨询的迫切需要,官微在大年初二(1月26日)当即推发《省医创新开设新冠肺炎网上咨询服务门诊》报道,成为全国首家推发新冠肺炎线上服务举措新闻的医院,48小时内多平台浏览量超过200万次。

二是与突发疫情应急性传播规律紧密结合。把握应急传播规律,河南省人民医院第一时间成立信息宣传组,宣传部全体人员提前返岗,先后制定《疫情防控期间信息报送、发布与宣传规定》《疫情防控期间新闻宣传事项清单》等制度方案,官网开设疫情防控专栏,根据疫情报道需要增加官微发布频次,实行全天候及时响应;加强对写作分寸、精准度、专业性的把关审核,掌握好宣传的火候和效度;全面加强舆情监测和管理工作,从周报制升级为日报制,编印《舆情监测专报》,加强信息捕捉敏感度和覆盖面,对相关舆情提前预警,实行清单制管理,指定专人每日呈送上报,为进一步找准健康传播的突破口和着力点、及时消除舆论隐患、引导正面发声,发挥了重要作用。

三是与各级各类媒体紧密结合。加强与各类媒体的主动联系和沟通协同,避免陷入“自说自话、自卖自夸”的误区和陷阱。真诚地把媒体当战友,河南省人民医院宣传部在疫情期间积极协调、配合媒体采访报道130余场次,在患者治愈出院、危重症患者救治、一线专家和典型人物挖掘报道等题材上,加强与媒体的协同互动,借势、借力、借平台,借助一切资源和力量扩大传播效果。张晓菊、康谊伉俪

疫情防控救治全局工作中发挥了积极作用。

一、要坚持全局视野,找准站位

医疗卫生机构要充分认识到突发公共卫生疫情事件中健康传播工作的重要性、必要性和紧迫性,只有将健康传播上升到医院疫情防控工作全局的战略高度,同考量、同研究、同部署,才能在复杂多变的舆论形势中保持定力、掌握主动、收获赞誉,才能不断扩展和凸显健康传播的作用和成效。

二、要发挥品牌优势,主动发声

省级公立医院由政府主导,体现公益性,是全省疫情防控救治的主要力量,肩负重要职责,要格外珍惜医院

长期积累、沉淀形成的品牌形象、公益口碑和社会公信力,用好、发挥好公立医院在疫情防控救治中的品牌优势,主动发声、正面引导、彰显公益、履行责任,唱响疫情防控决战决胜的好声音,讲好救死扶伤最美逆行的好故事,有效提升自身品牌认可度和社会美誉度。

三、要做好统筹谋划,精准发力

疫情期间健康传播工作的实践和探索表明,统筹协调传播资源,把握好传播节奏和策略的稳定性 and 灵活性,是确保疫情期间健康传播不偏不乱、有理有力、恰如其分、提升影响的关键。

医疗卫生机构要重点做好核心信息的稳定优质输出,加强多样性传

播手段的协同应用,强化与媒体之间的联络互动和传播互惠,这样才能让健康传播工作质效双优、事半功倍。

四、要注重舆情管理,规避风险

医疗卫生机构要高度重视舆论的重要性,把舆情监测和管理工作作为提升新闻敏感、把握社会关切、查找工作疏漏、维护品牌形象、帮助科学决策的重要手段;同时,疫情期间的健康传播工作要格外重视对潜在风险和传播尺度的把控,在保护患者隐私、统一内外口径、把握报道分寸、确保客观真实、避免过度拔高、尊重道德伦理等方面多加留心、谨慎求证、正面发声,坚持以人为本,不断增强健康传播工作的准确性、及时性和有效性。

体会与思考

突发公共卫生疫情期间,河南省人民医院各传播平台高效联动、有力发声,推出的多篇报道浏览量突破“10万+”,单篇最高阅读量近17万次,多平台综合浏览量超过200万次,报道总量同比增长约160%,平均阅读人次同比增长约246%,相关报道得到新华社、《人民日报》、中央电报、《中国日报》等权威主流媒体关注和转载,健康传播工作受到省委宣传部、省卫生健康委、省疫情防控指挥部等上级部门的肯定表扬。

河南省人民医院通过优质高效的健康传播工作,极大提振了社会公众及广大医务人员众志成城抗击疫情的坚定信心,促使各界爱心力量不断汇聚,民众健康素养持续提升、医者仁心的正能量广泛传播、医疗机构的救治实力与大爱担当得到进一步彰显,在