

本期关注

新媒体时代,医院宣传怎样守正创新,引起手机移动端用户的关注,“撩起”媒体的兴奋点,在信息“泛滥”的大背景下收获互联网传播的流量,进而提高医院的品牌价值?本文从平台搭建、内容创作、与传统媒体合作、人才培养等角度一一进行了探析。

新媒体时代 医院如何打造新型传播格局

南阳市口腔医院 高艳红

宣传工作是医院的“门面”。加大医院对外宣传力度,是医院面对医疗服务市场竞争的一种策略。眼下,新媒体宣传呈现出受众广、互动性强、信息交互快的全新特点。上班看报纸、在家看电视已经成为接收信息的过去时,人们获取信息的主要方式转移到手机移动端。就医院本身来说,过去对内宣传靠报刊、对外宣传靠报纸和电视的模式已与现实的需要相去甚远。笔者以所在二级专科医院的宣传工作为例,探讨新媒体背景下医院如何深化工作格局、创新宣传路径,为进一步加强和改进新时期医院新闻宣传工作提供参考。

医院开辟新媒体宣传途径的实践与成果



近年来,南阳市口腔医院除了继续保持与报纸、电视、电台等传统媒体的合作之外,在多种方式搭建医院自主宣传平台的基础上,努力发挥网站、微信等新媒体的优势,在更广阔的平台、用更快捷的方式,增强医院宣传工作的有效性。

一、加强新媒体平台建设,及时发布医院信息

宣传工作离不开宣传平台建设。南阳市口腔医院及时引入“互联网+”概念,2012年,抽调专人负责医院官方网站,并进行升级改造,便于用户查询信息、获取知识;2015年,开通医院微信公众号,运用图片、文字、视频、音频等形式,及时发布健康知识、惠民故事、先进技术、优质服务、惠民活动等。

微信公众号开通后,我们

为了吸粉(吸引粉丝),在官方网站上展示官微二维码,并在每一期院刊封底上刊登官微二维码,与医院免费WiFi(无线局域网)链接,引导人们关注;同时,制作即时贴海报,在医院每个楼层张贴;除此之外,策划免费洗牙抽奖等活动,引导市民关注。

截至2019年6月,医院官方微信公众号拥有粉丝8万余人,其中单篇最高阅读量10万+。目前,医院已形成“一刊一网两微”的新媒体矩阵。新媒体平台的建设与开发,为医院宣传工作插上了腾飞的翅膀。

二、为社交媒体量身打造一些活动,增强宣传效果

我们以各种卫生日和节日为活动契机,通过构建精细化的新媒体宣传策划体系,达到了预期的宣传效果。以“六一”公益活动为例,我们充分利用医院微信公众平台发布公益活动信息,并及时将活动公益信息在报纸、电台上发布。活动当天,及时拍摄精美图片。活动结束后,及时将相关图片和文字新闻在医院微信公众平台上发布,同时发送给报社和电台以及其他新媒体。这些图片和文字新闻在报纸上被免费刊登,在电台里被免费播出,实现了传统媒体和新媒体平台同时覆盖。

近年来,南阳市口腔医院先后开展了“全国爱牙日”微信助力活动、有奖知识竞答抽奖活动、儿童免费牙齿涂氟防蛀牙活动等新闻宣传策划。我们再以暑期儿童免费牙齿涂氟防蛀牙活动为例。活动前,我们在微信公众号上“预热”,提前发布相关信息,并发动职工转发点赞。随后,《南阳日报》《南阳晚报》《南都晨报》、河南经济网等传统媒体和网络媒体都对此次公益活动进行了宣传。

三、用自媒体“撩动”官微,增强医院影响力

当今社会,迎来一个传统媒体和新兴媒体相互融合、共同发挥作用的全媒体时代。现在,很多媒体主动变革,实现了报、网、微信、微博、抖音、视频、音频等融媒体传播格局。医院需要媒体的影响力扩大宣传面,媒体也需要医院提供优质内容扩大受众群,两者结合得好,就能实现

共赢。在双方的互动中,医院宣传科室的人员与媒体采访人员也成为朋友关系。

2018年,《河南日报》《医药卫生报》《大河报》《河南经济报》《南阳日报》《南阳晚报》《南都晨报》等省市级新闻媒体共刊登南阳市口腔医院新闻稿件202篇。2019年上半年,我们在省市级媒体上投稿,被采纳210篇,有的单篇阅读量超过200万。这些新闻涉及奇特病例、主题活动、医院文化建设等,如果按广告版面费计算,宣传人员相当于为医院节约50万元左右。

2019年6月27日,笔者撰写的科普新闻《吓人!南阳9岁男孩长出70多颗小牙,竟然是……》,在南阳市报业集团下属的龙腾南阳APP(应用程序)、《南阳晚报》纸媒及公众号、南阳广播电视台今日头条号上发布后,中国网、大河客户端、大河报微博等全国60多家新闻媒体平台跟进转发,两天内阅读量达200万,展示了南阳市口腔医院医生处置疑难病例的能力,扩大了医院在全国的影响力。

新媒体时代,流量为王。有流量,就有影响力。新媒体时代,医院更要充分利用“意见领袖”“流量大王”的正面影响力,吸引社会关注。

四、通过网络走群众路线

宣传工作者要具备舆情研判的能力,可以通过百度搜索、百度风云榜等媒介发现社会热点;同时,也可以结合节日、各类卫生日,策划热点传播,通过“蹭热度”,轻松把热点的影响力嫁接到自己的宣传推广中,用最低的成本,达到最佳的传播效果。在信息传播的过程中,媒体一直发挥着最重要的作用,起到“推波助澜”的作用。如何吸引媒体主动报道或传播信息,是社会化传播的一个关键点。宣传工作者需要策划有新闻价值的事件。当有新、奇、特、公益、爱心等新闻素材时,媒体会不由自主地采纳并进行免费传播。

宣传工作者要具备舆情研判的能力,可以通过百度搜索、百度风云榜等媒介发现社会热点;同时,也可以结合节日、各类卫生日,策划热点传播,通过“蹭热度”,轻松把热点的影响力嫁接到自己的宣传推广中,用最低的成本,达到最佳的传播效果。在信息传播的过程中,媒体一直发挥着最重要的作用,起到“推波助澜”的作用。如何吸引媒体主动报道或传播信息,是社会化传播的一个关键点。宣传工作者需要策划有新闻价值的事件。当有新、奇、特、公益、爱心等新闻素材时,媒体会不由自主地采纳并进行免费传播。

随着信息技术的发展,各类传播媒介应运而生,比如今日头条、抖音、趣头条等。

有受众的地方,就有宣传的阵地。新媒体创造了人人发声的开放环境,也给网络舆情监督带来了挑战,公立医院面临的风险和挑战也日益增多,这对医院新闻宣传提出了越来越高的要求。

我院新媒体建设在取得明显成效的同时,仍然存在若干不足,如信息化建设跟不上新媒体发展步伐、忽视议程设置功能与受众关切、线上线下互动欠佳导致用户忠诚度不够等。因此,如何利用新媒体获得更有价值的宣传效益和社会效益,是医院新闻宣传工作者都应该思考的问题。

总之,在医改不断深化的时期,医院应该依靠新媒体平台,使正面信息可以全方位、深层次传播。在利用新媒体传播的过程中,医院上层领导要给予支持和长远规划,加强全员培训,要善于借助新媒体传播的高效性以及网络大众的巨大力量,来树立医院的良好形象。但是,新媒体传播是一把“双刃剑”,医院在应用时要扎实做好舆论监督工作,充分利用新媒体的强大作用做到趋利避害,在掌握事件话语权的基础上敢于主动出击,从容应对出现的危机和压力。



新媒体时代 医院创新宣传策略

提升医院服务质量管理的对策及建议

固始县中医院 吴孔成

经验探索

随着社会的进步与发展,人们的生活水平不断提高,对医疗服务质量的要求也越来越高。在这种形势下,如何进一步提高医疗服务质量,满足患者的需求,促进医疗卫生事业持续健康发展,已成为各级医院亟待解决的课题。

一、随时跟踪服务体系

医院应建立详尽的、便于查阅的患者档案,确保患者在离开医院后依然能及时得到跟踪服务。

医院与患者的联系除了可以通过面对面交谈、检查外,还可以通过电话、微信等途径来完成。在跟踪服务中,我们的工作要变被动为主动,由患者来电咨询变为建立病情档案,主动与患者联系,提供有针对性的健康指导。

二、基于患者的需求和价值取向,提供个性化的服务

医院除了提供基本诊疗服务外,还应满足患者有关健康的特别要求和个性化选择。国内医院,特别是非营利性医院,特别忌讳使用“商业化”的词汇,认为“商业化”与“救死扶伤”“医德医风”是对立的概念。

笔者认为,这两个概念是相容的。如果医院能引进星级酒店的服务质量和意识,老百姓也会欢迎,社会也会承认;而医院效益好,则会不断改善硬件和软件环境,为大众提供更优质的服务,形成良性循环。

三、让患者参与到医院服务质量管理工作中

医院应多给患者提供医院服务质量管理的信息和参与的机会,这一点就是我们通常所说的角色转换。患者是“过来人”,能深切感受到自身的需求,感受到医院服务质量管理的“软肋”所在。

因此,医院管理者应多听取患者的建议,并让他们参与到改进医院服务质量管理的工作中去。医院可定期召开患者代表大会,总结医院服务质量管理中存在的问题,完善医院的质量管理和运作体系。

四、免费给患者提供相关疾病的信息

我国有一句古语:“久病成良医”。意思是说,患者在与疾病作斗争的长期过程中,逐渐摸索出一套对付疾病的办法,却也因此付出了昂贵的代价——久病。如果医院在患者刚来就诊时就为其提供用药指导和相关知识,患者就会在诊治过程中积极配合,少走弯路,早日康复。

五、针对患者的每一项举措都要有明确的、科学的依据

患者来到医院,他有权得到有关疾病的最先进的理论指导和治疗方案。诊治是一个连续的、系统的过程,医院针对患者的每一项决定和对每一项治疗的变更都应该有明确的依据,并征得患者及其家属的同意,哪怕是从一个医生转到另一个医生诊治,由一个病区转到另一个病区。

六、安全是医院的财富

对于一个人来讲,健康是最大的财富;但对于医院来讲,安全是最大的财富。患者来到医院,说明他对该院信任,因此,医院有责任以最短的时间、最小的代价、最好的康复结果来回患者。如果贻误疾病的诊治,甚至出现医源性损害,则是医院最大的损失。长期提供优质安全服务,会为医院赢得良好的声誉和社会效益。

七、让患者参与诊治

我们平时总是说“患者要配合医务人员的诊治工作”,这种说法是不贴切的,也不适应现代医院的发展趋势。这是因为,医疗活动的承受者是患者,患者作为这一活动的受体,当然有权决定他所接受的东西,甚至可以拒绝接受。医院可邀请患者及其家属参与对疾病的分析和诊治方案的确立。

八、医务人员要积极参与诊治

医疗是一种特殊的服务行业。因此,医务人员应主动向患者分析病因、治疗方案及预后,减轻患者心理上的负担,帮助患者树立战胜疾病的信心。

九、降低费用

和其他行业一样,健康产业也追求以最小的代价得到最好的结果。在诊治过程中,医务人员应尽量为患者着想,避免不必要的开支和浪费。在不影响疗效的前提下,缩短患者的治疗时间,促进患者早日全面康复。

十、临床人员应发挥协作精神

目前,医院的分科越来越细,可供选择的检测手段和治疗方案越来越多,医生的研究领域偏向窄而深,这就要求临床医生多参加院内院外的学术交流。医院必须为这些交流提供良好的渠道和平台。

医院的服务质量不仅体现在医疗技术上,还要体现在精神层面上,使患者能够放心,提高患者满意度,减少医患矛盾和纠纷,提高医院的整体竞争力。

医院不仅要强化人文关怀,还要提高医务人员的专业诊疗技术,使医院的服务质量得到整体上的提升。

(本版未署名图片为资料图片)

征稿

本版主要栏目有《本期关注》《经验探索》《一家之言》《放眼海外》等,内容涵盖业务、行政、后勤、经营、医疗安全、医院文化、人事制度、医患关系等。
稿件要求:论点明确、论据充分、条理清晰、语句通顺,具有一定的科学性和实践指导性,热忱欢迎您投稿!
联系人:杨小沛
电话:(0371)85966391
投稿邮箱:343200130@qq.com
邮编:450046
地址:郑州市金水东路与博学路交叉口东南角
河南省卫生健康委员会8楼医药卫生报社编辑部

抗结核药物的发展历程

河南省疾病预防控制中心结核病预防控制所 马晓光

结核病的“前世今生”

结核病(TB)是一种古老的疾病。历史上,该病曾在全世界广泛流行,夺去了无数人的生命,人们称之为“白色瘟疫”。它也是全世界十大致死疾病之一。该病一年四季均可发病,15-35岁的人群是该病的高发人群,潜伏期为4-8周,其中80%发生在肺部(即肺结核,俗称“肺病”),其他部位(如脑膜、腹膜、肠、皮肤、骨骼等)也可继发感染。

结核病是一种经空气传播的传染病。从全球范围来看,结核病是HIV(人类免疫缺陷病毒)感染人群(PLHIV)最主要的死因,同时与HIV并列

为最致命的传染病。

1882年,科霍发现了结核病的病原菌为结核杆菌,但由于没有有效的治疗药物,结核病仍然在全球广泛流行。

20世纪30年代前,治疗结核病主要采取让患者多休息、多吸新鲜空气、增加营养,以提高抵抗力的卫生营养疗法。但由于当时缺乏有效的抗结核药物,治疗受到了很大的限制,结核病治愈率仅为25%,死亡率居所有疾病之首。

20世纪30年代-50年代,医务工作者以上述营养疗法为基础,用物理方法压缩肺组织(肺空洞),促进病灶愈合,使结核病的治愈率上升至40%左右。

20世纪50年代后,随着吡嗪酰胺、异烟肼、利福平等大量抗结核药物的出现,结核病治疗取得了前所未有的效果,治愈率显著提高。

一线用药的临床问题

利福平、异烟肼、吡嗪酰胺是世界卫生组织推荐的一线抗结核药物,临床应用时遇到的主要问题有以下几方面。

一、单药使用会很快产生耐药性,临床多采用多药联合使用。

二、多药联合使用时,肝损伤的发生风险与严重程度增加,且存在个体差异。

据文献报道,抗结核药物导致肝损伤的发生率为2.5%~34.9%,这是限制其应用的最严重问题。其中,肝毒性风险高低与其相关药物代谢酶的活性相关。

药物基因组学临床应用

异烟肼、利福平、吡嗪酰胺在体内的代谢与N-乙酰基转移酶2(NAT2)酶显著相关。该酶由NAT2基因编码,NAT2突变可导致NAT2酶代谢能力出现差异。根据乙酰化代谢能力不同,可将NAT2分为快乙酰化型、中间乙酰化型和慢乙酰化型。

结核病防治论坛
开展“终结结核”行动 共建共享 健康中国
本栏目由河南省疾病预防控制中心主办