

# 公共媒体在塑造医院形象方面的路径研究

李甜

招远市人民医院

**摘要：**在公共媒体落实应用的年代中，医院要想借助公共媒体塑造良好的形象，就需要医院在宣传策略上精心设计，并且要保证宣传信息的真实性和有效性。结合医院实际情况，全面利用媒体展示医院优势特色，进一步提升社会公众对医院的信任和认可度，最终在这种先进的宣传环境中，实现良好的宣传效果和社会影响力，为社会公众的安全健康提供长远保障。

**关键词：**充分利用；公共媒体；医院形象；具体路径

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2022.12.242

## 引言

在医疗行业竞争逐渐积累的社会环境中，医院作为各地区促进社会群众安全健康的保证基础。随着对于医院中各项技术以及人才的需求在逐渐提升，医院要想在这种发展需求中，不断提升自身在社会中的发展地位和形象，可以借助公共媒体的宣传介质，对外展开全面且高效的形象宣传工作。在对医院进行宣传期间，有关人员不仅要宣传的重心放在关于提升医院内部技术以及设备方面，更要注重逐渐在宣传中巩固和创新医院的建设文化，保证利用宣传能在后续持续的优化科研成果和医院内部设施，最终为社会全面健康安全发展提供保障。

## 一、医院良好形象塑造的重要性

### 1. 患者信任和选择

良好的医院形象对患者的信任和选择来说是十分关键的，这一点不仅是医院管理人员需要深刻理解，也是医疗行业中普遍认可的事实。当患者面对疾病或健康问题时，他们不仅需要医疗专业性和技术水平的保障，同时也渴望在治疗过程中得到关怀和尊重。因此通过公共媒体对医院的形象进行塑造和宣传，一个有良好形象的医院就会在发展中给人以专业、安全的印象。社会群众就会将医院的形象与医生的水平以及医院中的各项基础设施的应用程度以及服务质量联系在一起。所以在医院的运行中通过媒体塑造医院积极向上、专业负责的形象，就能吸引更多患者在治疗前期展开首要选择。同时在这种宣传工作中，良好的口碑传播具有快速性和广泛性，这就会使患者更加倾向于相信来自他人的真实经历和评价。当医院积极塑造良好的形象并提供优质的服务时，患者就会通过口碑向周围的人传播这种良好的印象，从而进一步增加医院的知名度和美誉度，赢得更多患者的信任，逐渐演变为患者在就医期间的首要选择。

## 2. 医疗质量和安全保障

完善的医院形象宣传和塑造为医院在医疗质量上具有较高的水平提供坚实的保障。这包括医院医疗技术的先进性、医疗设备的完善程度等方面。患者会在治疗之前通过了解医院的声誉以及历史表现等来评估医院的整体医疗质量。因此，当医院在公众心目中树立起良好的形象时，患者更愿意相信医院能够提供高水平的医疗服务，从而更加放心的选择该医院进行治疗和就医。并且，患者在选择医院时不仅考虑医院内部的整体水平，更关注医疗过程中的安全问题。这包括手术安全、用药安全等方面。因此通过公共的宣传工作，可以帮助医院塑造良好形象，所以医院在发展建设中就会不断的完善内部的医疗管理工作，并且会不断在原有的基础上重视医疗安全管理，加强医疗过程中的各项安全措施，确保患者在接受治疗过程中的安全和舒适。使患者更愿意相信这样的医院能够为他们提供更可靠的医疗保障此外，良好的医院形象还可以促进医患沟通与信任的建立，患者在身体和心理不适的环境中，更愿意选择那些在医患沟通上更为透明友好的医院，因此良好形象的塑造和宣传，能帮助医院在建设发展中更加重视内部的文化建设和优化，医院在提供各项服务和治疗期间会给予患者更多的尊重和关怀，这不仅有助于患者能在实际的就医和治疗中更加积极的配合，也能提高治疗效果，为患者的安全健康提供有力的保障。

## 3. 吸引人才和资源

在社会医疗行业的发展中，随着社会群众对于医疗行业发展需求和标准的逐渐提升，因此在这种发展环境中，医生、护士以及科研人员等医疗专业人才在发展就业中就会更加倾向于选择在声誉良好、医疗水平高和文化建设完善的医院工作。因此，通过公共的媒体宣传塑造良好的医院形象，不仅意味着医院在医疗质量和服

务水平上的优势，更意味着医院对员工的关心和尊重。这种优势可以帮助医院在后续的发展建设中吸引更多的医疗人才加入，为医院的发展和社会整体的健康安全提供了高质量的人才和技术保障。此外，在医院的良好的医院形象塑造中，也能够吸引更多的资源投入，包括医疗设备的更新、医疗技术的提升等。同时与医院形象相关联的声誉和知名度也会在这种正向的塑造宣传环境中吸引更多渠道的慈善基金、科研机构等各方面的资源资金投入，实现进一步提升医院在医疗行业中的发展的实力，为医院的长远发展奠定坚实的基础。

### 二、公共媒体在医院良好形象塑造中的优势

#### 1. 广泛覆盖和传播速度

公共媒体作为信息传播的主要渠道，包括电视、广播、互联网等多种形式，具有覆盖面广、传播速度快的特点，使得医院的信息能够以最快的速度传达到目标受众群体。首先在这种宣传渠道中，电视作为公共媒体的重要组成部分，拥有庞大的受众群体。通过公共媒体中的电视塑造宣传，医院可以借助这一途径媒体发布宣传片、专题节目等，将医院内部的医疗成果、患者故事等内容展示给观众，使更多人了解到医院内部实力和优势。并且电视媒体通常拥有强大的幕后制作团队，能够通过加工制作出高质量的生动形象的宣传内容，吸引观众的注意力，进而提升医院的知名度。其次，互联网作为信息传播的新兴平台，医院可以通过建设官方网站、社交媒体账号等方式，在互联网上发布医院的最新动态等内容，吸引网民的关注和转发，将医院形象传播到更广泛的网络社区中去。最后，在互联网的塑造宣传工作中，因为这一媒体相比较电视的传播更具有互动性强的特点，广大网友可以通过在线评论等形式与医院进行实时互动，增强医院与患者之间的联系和沟通，提升医院在社会上的知名度和形象建设，吸引更多患者的关注和信赖。

#### 2. 权威性和公信力

公共媒体在宣传和形象塑造工作中具有的权威性和公信力，可以在社会上被广泛认可为可靠、权威的信息源，通过公共媒体的报道和评价内容，具有较高的公信力，能够对受众产生深远的影响。在公共媒体的行业发展中，各个媒体环节中通常都是由经验丰富的专业团队和编辑部门组成，他们在工作中对信息的客观性和公正性有着严格的把控。因此在这种优势的宣传中，当医院在公共媒体上频繁被宣传和塑造，并得到媒体的积极报道和肯定时，这些权威的信息来源会使患者以及医疗

从业者更加信任和认可，为后续的医院建设和发展奠定可信的基础。再者，当医院在公共媒体上获得正面评价和认可时，这些正面信息通常会被认为是来自第三方的客观的评价，从而加强社会公众对医院的信任和技术信任。因为在社会中对于大多数的患者来说，他们通常会在进行医院和医生选择期间倾向于选择那些被社会广泛认可和推崇的医疗机构进行就医，医院也能在这种塑造氛围中提升竞争力，为技术和人才的创新提升提供动力。

#### 3. 多样化的宣传形式

##### 1) 文字

在通过公共媒体对医院的形象进行良好塑造期间，因为媒体局也具有宣传方式多样性的特点，因此可以先通过文字的宣传形式，在文字中详细的就医疗技术、医生团队等方面的信息展开详细的介绍，深入解读医院内部的各项设施。同时这种宣传又可以进一步通过新闻稿、特稿、专题报道等形式呈现，透明努力的向社会广大群众传递出医院的专业性、权威性和文化的建设，为受众提供全面的透明的了解。

##### 2) 图片

或者在宣传塑造期间，医院可以通过发布医院环境、设施设备、医护人员的工作场景等照片，展示医院的现代化设施、温馨的就诊环境以及医护人员的专业素养，给社会群众在这种宣传的氛围中留下深刻的印象。因为这种塑造的形式对于群众来说更加具感染力和吸引力，能够快速吸引受众的注意力，加深他们对医院的印象，尤其是第一印象的塑造十分关键。

##### 3) 视频

此外，医院也可以通过视频的形式对外展开形象的塑造。结合医院内部的实际情况进行制作宣传片、微电影等视频内容，展示医院从建院以来的各项发展经历和文化形成等内容，生动展现医院的特色。在这种宣传的形式中，相比较图片和文字具有更高的吸引力和影响力，能够在短时间内触及受众的情感和共鸣，从而使医院的形象在宣传中更加深入人心。

### 三、利用公共媒体塑造医院良好形象的路径分析

#### 1. 发布正面新闻和故事报道

在利用公共媒体对医院的良好形象进行塑造中，要想提升医院的形象，并在宣传中体现公共媒体的塑造优势，首先就要在塑造中善于抓住公共媒体的主要特点，通过发布正面新闻和故事的形式，在工作中积极与公共媒体合作，努力的在这一过程中向社会传递医院的正

面形象和价值观。这种合作不仅可以展现医院的优势和人文关怀,还能够增强社会广大群众对医院的信任和好感,从而提升医院的声誉和影响力。在塑造中的内容可以包括医院取得的重要成就、荣誉奖项、科研突破等正面新闻,展现医院的学术水平和医疗实力,引起公众在这种宣传中的进一步关注和认可。其次,可以在塑造形象中通过公共媒体报道医院成功治愈重病患者、实施罕见手术或采用先进技术的案例,向社会传递医院的具有较高的医疗水平和治疗效果。同时可以在报道中经过患者允许的情况下,加入患者的相关采访,公开患者的感言和对医院的评价,展现医护人员的专业素养和医院的整体治疗水平技术,进一步为树立医院的良好形象奠定基础。此外,医院还可以通过定期发表专家观点和医疗科普文章,向公众传递医学知识和健康信息,提高医院在公众中的专业形象和影响力,这样不仅能为公众提供有益的健康指导,同时也能展现医院在医疗领域的权威性,直接提升医院的在后续发展中的影响力。

### 2. 完善健康宣传教育活动

在公共媒体的良好形象塑造中,医院可以邀请医学专家等在医学方面具有顶级造诣的人才分享医学知识、健康科普和生活方式建议,通过媒体向公众传递正确的健康理念和预防保健知识,从而提升医院在公众意识中的专业性和社会责任感。首先,在广播形式的媒体宣传下,医院可以与电台合作,在特定的时段播放医学专家的健康科普节目,涵盖常见疾病预防、健康饮食、生活习惯调整等内容,让听众在轻松愉快的氛围中获取日常的健康知识,帮助社会公众在生活中避免亚健康现象,既能在宣传中提升社会整体分健康情况,也能社会公众提高对医院的好感度。其次,医院可以利用网络平台组织医护人员进行在线健康讲座或答疑活动,实时的利用这项互联网互动回答观众提出的健康问题,解决他们在健康方面的困惑,并针对性的为群众提供个性化的健康建议,增强观众对医院的认同感。此外,医院还可以利用社交媒体平台发布健康科普内容,如微博、微信公众号等,通过图文、视频等形式向广大用户传递健康生活指南以及知识建议,吸引更多受众在网络中进行关注,拓展医院的影响力,在这种宣传形式中积极的树立医院的专业形象和社会责任形象,为医院的长远发展打下可靠的基础。

### 3. 融合组织公益活动

为了能利用公共媒体实现对医院良好形象的塑造,医院在宣传中也要积极的与公共媒体进行合作,并在这

种友好关系的建立中举办社会健康公益活动,医院在积极参与社会公益事业的同时,也能逐渐提升在社会上的美誉程度,树立医院的社会责任形象。例如,在合作组织活动中,医院可以邀请专业医生和专家,针对社会公众在生活中出现的常见疾病等问题进行深入讲解和建议交流,并为社会公众总结一套专业的具有权威性的健康管理方案,为听众提供科学的健康知识和实用的保健建议,引导公众树立正确的健康观念,促进全民的健康。在与公共媒体合作的宣传环境中,医院和媒体实现共同的积极参与公益事业,不仅能在社会发展和生活中为群众传递健康安全的正能量,也能逐渐提升医院在社会中的地位 and 形象,实现医院与社会的共赢,落实医院良好形象的塑造,也为构建和谐社会作出积极贡献。

### 结语

综上所述,医院是保证社会公共安全和健康的关键场所。因此,随着媒体技术在时代中应用和创新发展,为了让医院以更加崭新的面貌出现在社会大众视野,不断提升医院在社会发展中的地位形象,可以利用公共媒体展开宣传。通过先进的宣传形式,能为医院后续的发展取得更加完善的文化建设和技术人才引进,最终实现在这种宣传环境中,不仅能提升医院整体形象,也能为医疗行业的发展注入新动力,为社会的安全健康提供保障。

### 参考文献

- [1]王扬勇,阮德胜.新媒体环境下公立医院品牌营销策略研究[J].现代营销(学苑版),2021(10):43-45.
- [2]郭正浩.新媒体时代医院公众形象塑造的策略[J].江苏卫生事业管理,2020(04):496-498.
- [3]冯凯,刘华联,李静超等.融媒体时代医院微信公众号的创新运营探索[J].江苏卫生事业管理,2020(01):109-111.
- [4]尹琳,苏源,李天庆.自媒体时代医生形象的自我构建:大型公立医院医生个人微信公众号传播行为研究[J].中国医院,2019(05):43-45.
- [5]丁一,孙燕.以新媒体工作室推进医院形象宣传的探索和实践[J].江苏卫生事业管理,2019(04):510-511.

作者简介:李甜,出生年月:1990年11月,性别:女,民族:汉,籍贯:山东招远,学历:大学专科,职称:助理馆员,研究方向:群众文化。