

微时代下医院新媒体宣传模式研究

张婷婷

新疆生产建设兵团第十三师红星医院

[摘要]随着信息化的飞速发展,各种新的媒体平台层出不穷,在各个领域都得到了广泛的运用。但是,目前的医院在开展新媒体的工作中,不能很好地利用新媒体,使其功能不能得到完全的体现,而且在推广中也出现了一些问题,使其达不到了预期的目的。因此,本文结合新媒体的发展特征,探讨了“微”时代的医院推广方式和宣传战略,以期为“微”时代的新媒体传播提供更好的服务。

[关键词]“微”时代;医院;新媒体宣传;模式;宣传策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.2078

一、引言

目前,医患互不信任,病人对医事不熟悉,使得医患关系日益恶化,已引起广大市民和医院的高度重视。所以,要加强对病人的信息、获得更好的医疗服务、加强医患之间的沟通、树立医院的形象等方面的工作。在当前的社会背景下,医院的宣传工作要与时俱进,发挥新媒体的作用,以达到事半功倍的目的。

二、我国当前新媒体的基本特征

(一) 即时性

传统媒体因其自身的特定的周期特性,必须通过对其进行信息收集和处理,从而通过一种特定的方式进行传播。而在新媒体的年代,可以很快地把消息传递到各个角落。有了智能手机,就可以随时将自己的想法传递出去。另外,新媒体在传递资讯的同时,也降低了成本,使得资讯能够在短时间内得以传递。

(二) 广泛性

新媒体具有丰富的信息内容。突破了传统媒体对新闻媒体的限制。在进行宣传时,它的表现形式更为丰富多彩。目前,新媒体的应用与传统媒体的优点相结合,文字、图片、视频、视频等多种形式的数字化,使得资讯看起来更加的立体。

(三) 互动性

在新媒体的时代,人既是接受信息,又是传递资讯的媒体,它使传统媒体的一对多方式发生了变化,从而保证了信息的流通^[1]。

三、“微”时代医院新媒体宣传模式与宣传策略存在的问题

(一) 不重视主动澄清

随着“微”时代的来临,每个人都可以发表自己的观点,并且可以在不同的媒体上快速的传播,所以,也有不少别有用心的人,利用媒体的负面报道,来干扰读者的思考。新媒体与传统媒体的联系越来越紧密,有些医院的资料很可能会被曲解,甚至会因为一幅虚假的图片,某些报道对其进行污蔑,从而破坏医院的声誉。在这样的情况下,很多医院都是在调查出来的时候才会公布出来,而不是去解释,所以他们的处境很是尴尬。而大部分的医疗机构,都是以“清者自清”的心态来解决这些恶性的案件,但效果却很缓慢,与“微”时代的媒体相比,显得格格不入。

(二) 不处理相关言论

不少人编造一些虚假的关于医疗机构的报导,以博人眼球,博取人们的注意,从而给医疗机构的声誉带来不良的影响。面对这种谣言,有的医院采取了冷漠的态度,既不能对消息的源头进行有效的剖析,也不能追究到责任人的责任,久而久之,患者在公众心中的印象就会一落千丈,在不知不觉中,周围的居民对该医院越来越不信任,对医院的形象也产生了很大的影响,很多患者在生病的情况下,都会去那些没有不良消息的地方看病。另外,医院采取消极的、“和平”的方式,也让某些心怀不轨的侵略者更加猖狂。

(三) 不运用维权通道

目前,许多新媒体平台均设置了各种形式的法律渠道,然而在医院的经营与发展中,却未能充分发挥其应有的作用,致使其诉讼渠道成为一个空洞。另外,尽管许多新媒体的渠道都设有投诉渠道,但是,由于目前的监督机制尚有缺陷,导致院方对渠道的使用品质始终得不到提升,就医院当前的发展模式和运作模式来讲,这也是医院宣传质量不高的一大原因。

四、“微”时代医院新媒体宣传模式和宣传策略

(一) 重视言论澄清,构建反击机制

随着“微”时代的到来,医院在互联网上已经有了相当程度的知名度,各类的传统媒体也为其做好了铺垫。要提高医院的形象,提高医院的自我宣传水平,必须采取如下措施。首先,要注意把事情弄清楚,不要让谣言继续传播下去,给患者和群众造成误导和麻烦。如果医院的声誉被污蔑了,那就必须要尽快地做出反应,然后用有力的证据来证明自己的观点,同时也要通过法律来保护自己的利益,让那些人付出代价^[2]。

建立防范措施,必须在医疗机构面临虚假信息时,积极地说明医疗机构的行为是否具有科学性和合理性。通过这种方式,既可以在医疗机构中建立良好的口碑,也可以减少“医闹”的概率。

(二) 利用新媒体平台宣传,有针对性地制定传播内容

在新媒体的发展过程中,社会上出现了各种各样的信息交流与舆论交流,比如近年来兴起的微博、微信、抖音等,在这些平台上,各行业的专业媒体组织和个体使用者均享有平等的资讯发布位置,人人都能分享媒体资讯与意见。为此,必须把握好这一契机,开展新的宣传工作,运用各种新型媒体进行广告的传播。比如开通了自己的官方微博和微信公众号,将有关的信息、优秀的医疗案例、医疗服务的特点、医疗政策,都可以通过这个网站进行推广。

在广告的形式上要与医院的目标人群相适应,不要虚张声势。首先,对医疗广告的人群构成进行了剖析,新媒体与常规媒体的传播工作同时进行。新媒体具有传播速度快、信息碎片化的特征,而主要的观众是善于利用互联网的青少年,所以在进行网上推广时,要注意在广告的用词上尽可能贴近年轻人,碎片化的信息不需要很详细,只需要指出要点就可以了。而传统的媒体广告就比较专业了,它的逻辑性很强,它的目标人群主要是一些喜欢用传统的报刊、电视来收听的中年人,所以,在这个人群中,应该有一个更为专业和严格的广告。针对不同人群采取不同的广告方法和营销战略,并根据广告的具体情况,进行针对性的开展广告宣传^[3]。

(三) 从服务患者的根本出发,突出医院特点优势

无论媒体的传播手段和平台的变化有多大,医院的广告工作始终以患者为中心,以患者的就医体验为首要因素,也是发展的基础。只有患者对医院的好评,才是最好的广告。所以,医院应从完善自身的卫生系统和建立人本化的服务入手。同时,也不能离开患者的需要,而是要有目标。为此,可以通过各种媒体对患者进行调研,比如通过医院的官方微信、微博,

向患者提供相关的服务,了解患者在广告中的缺点,以及在新闻发布会上获得的一些有用的资料。通过求助患者的意见,可以使医疗机构有针对性地进行调整和强化。同时,这种网络也能让患者和医院之间的关系变得更好,也让患者们对自己的医院产生了好感。

在这个过程中,宣传机构会全面评价医院的整体实力,找到他们的优点和特点,然后再用各种方式来推广,让患者第一眼就能看出自己和行业里的差距,从而达到吸引患者的目的。

(四) 凭借医院专家力量,建立医院优秀品牌

随着“微”时代的到来,各大医院都开始认识到利用新媒体进行医院的形象推广,同时也在不断地摸索中,寻找更好地传播途径,以达到更好的效果。在医院内享有较高声誉的专业人士和杰出的医疗队伍正是医院的一大特色,也是树立医院优质品牌的最有力的支持。所以,在新媒体环境下,医院的广告推广需要充分利用好医院的专业技术和队伍。随着互联网的飞速发展,大部分人都会通过网络来获取新的知识,但网络也出现了一些问题,因为每个人都可以发表自己的意见,所以在这个新的时代,各种不良、不实甚至是危险的消息都会出现。网络上的求医问药,还是比较让人警惕的。而对于那些在医疗领域有着相当大的影响力的专家和专家们来说,他们会给网友们提供一些关于医疗问题和医疗常识的帮助。在新媒体背景下,医院的广告推广可以借助医院的专业人士和医疗队伍进行间接的传播。比如,有一些专业人士或者是小团队,通过自己的网站或者微信来回答网友们的问题,给他们讲解一些医疗常识,久而久之,患者们就会对他们的工作充满了信心。网上的答案只能作为一个参考,患者需要去正规的医院就诊,所以在医生和医生的帮助下,患者会更多去找自己最好的医生。网上挂号系统可以做到网上挂号、挂号、就医等一系列的流程,不仅为患者和医务人员节约了大量的人力物力,也让患者避免了繁琐的流程,减少了患者的就医需求,提高了就医的积极性。这样的宣传方式,既能为医院树立一个好的品牌,又能在社会上建立一个好的口碑,也能为医院做一个正面的广告。

(上接第3854页)

岗匹配,运用人力资源基本原理将其在行政体制中的职责定位确定。只有建立起科学、规范的工作制度体系和任务机制,才能摆脱工作中带来的阻力与障碍,以明确的章程办事,让基层干部具有职业的神圣感与自尊,也可避免基层干部被上级随意左右和利益驱使的危险,真正确保基层干部的权责平衡,使基层干部有法可依,在职权范围内行政。另外,要贯穿人力资源科学发展观,树立以人为本的管理理念,优化人力资源结构,完善人力资源绩效考核体系,重视人力资源教育与培训,逐步实现人力资源管理信息化。比如笔者所在城市的区域,已试点采取定向打分方式,由街道网格化指挥中心、综治中心、党群服务中心、工作站对片区运行情况、工作成效开展第三方评价意见。结合“网格100分”评级工作,将考评挂钩街道及二级事业单位、环卫服务单位、第三方服务机构的绩效考核,建立层层传导、逐级压实、多向评议的人力资源考评机制,运行“多网合一”的精细化网格管理模式,逐步形成用效率说话、用机制保障、用数据创新、用人力资源统筹的工作新格局,以“细致、精致、极致”的精细化标准打造基层标杆。

三、结语

总之,人力资源管理是一项系统化、繁杂的工作,街道办事处在开展具体工作时还存在着人员力量配置不合理,奖励机制、考核制度、资源管理制度不完善,员工整体素质等下一系列问题,终将影响街道办事处的办事效率,不利于街区管理的繁荣发展。在面对种种困境之下,街道办事处应该积极从自身挖掘缺陷,从实际情况解决问题,优化人员结

(五) 监管网络舆论平台,及时对有效信息进行反馈

发展医院的网络推广平台,就需要接收来自各方的意见,也就是公众的意见,所以,在网络媒体上,医院应该加强对公众的监督。这样的规制不在于“管理”公众意见,而在于即时监控,如果有不实的信息,比如恶意诋毁或诽谤,就必须依法保护自己的合法权利,尽量降低谣言的二次传播,给网友带来的社会舆论误导。与此同时,在监督公众的同时,也要注意患者的反馈,比如在微博上的留言或者私信,比如关于医疗服务、管理制度等,如果发现了相关的问题,一定要在网上做出回应,要做到最好,最重要的就是服务患者,并将相关的情况反馈给医院的医疗系统或者管理系统,让他们能够在广告中得到更好的效果,从而推动整个医疗机构的发展。

结语

随着媒体信息化的发展,医院的宣传工作不仅要不断创新,更要不断地创新、发展,更要充分利用新媒体、传统媒体的信息传播平台和特征,从受众群体、患者需求等方面有针对性地进行医院宣传工作。把握新媒体环境下的机会,积极推广医院的优势,打造优质的口碑,并利用互联网与患者进行即时的沟通,增强与患者的联系,缩短与患者的距离,展现医院的优势和特点,在大众心中树立起一个良好的形象。在宣传活动中,要重视对患者的回馈与归纳,以进一步强化和完善医院的宣传工作,从而促进医院的健康快速发展。

参考文献:

- [1]陆丽华,黄铮,刘向阳,钱静,严超,曹晓红,黄锐,赵骏静.新媒体背景下卫生计生监督宣传模式的调查分析[J].中国卫生监督杂志,2018,25(05):461-466.
- [2]朱佳玲,徐英.浅论全媒体宣传模式在医院管理中的助推作用[J].现代医院管理,2014(06):91-92.
- [3]韩晓宏,刘仲祥,许秀丽,初琳,王舒阳.新媒体时代医院宣传工作的创新实践[J].中国医院管理,2019(04):79-80.

构化管理,完善激励机制和查核制度,加强人力资源培训和教育,形成以人为本的办理理念,进而更好地落实各项工作,为群众排忧解难,提高人力资源办理效率,建立科学合理的人力资源管理制度,有利于政府管理和塑造政府形象。

参考文献:

- [1]穆宁宁.以街道为例探讨人力资源管理对地方经济的影响[J].商业观察,2021(23):79-81+84.
- [2]李昕滢.人力资源管理对地方经济的影响——以街道办事处为例[J].财经界,2021(23):183-184.
- [3]李昕滢.关于街道办事处人力资源效能最大化探析[J].办公室业务,2021(13):150-151.
- [4]岑惠珍.新时期街道办事处人力资源管理策略[J].中国产经,2021(11):152-153.
- [5]苏亚哲.街道办事处人力资源管理问题与对策研究[D].湖南农业大学,2020.
- [6]吴迪.秦皇岛市南戴河街道办人力资源管理现状及优化对策分析[D].燕山大学,2020.
- [7]傅力宇.人力资源管理中的劳动关系管理初探[J].中国市场,2020(22):83-84.
- [8]朱艳玲.加强人力资源管理确保安全稳定思考[J].中国储运,2020(07):154-155.
- [9]祖兰芝.街道办事处的人力资源管理中的常见问题与对策探讨[J].今日财富(中国知识产权),2019(12):170.