

公立医院公众号在科普中的思想政治工作实践——基于议程设置理论的分析

张瀚焜

苏州大学附属第四医院（苏州市独墅湖医院），江苏苏州，215000；

摘要：随着网络的发展，新媒体的发展势不可挡，公立医院的官方公众号作为官方对外宣传的窗口，肩负着多重责任。本文基于议程设置理论，全面探讨公立医院公众号在科普活动中如何整合思想政治工作，分析其当前面临的挑战，并提出对应的改进措施。本文旨在揭示公立医院公众号在医疗信息传播生态中的重要地位，并提出提升其传播质量和影响力的理论依据和实践指导，以促进医疗行业与公众的深度融合和共同进步。

关键词：公立医院公众号；健康科普；议程设置；思想政治

DOI：10.69979/3029-2700.24.12.040

引言

随着新媒体的迅猛发展，公立医院公众号应运而生，成为医院与公众沟通的重要桥梁，公众号融合了健康知识普及、医疗资讯发布、思想文化引导等多重角色。医院官方公众号的运营效果不仅直接影响到医院的品牌形象，也关系到公众的健康知识水平及员工的思想状态。本文运用议程设置理论这一分析工具，探究公立医院公众号如何在科普活动中有效融入思想政治工作，对于推动医疗卫生事业的发展具有深远的影响，是一个值得深入研究的课题。

1 议程设置理论在公立医院公众号的应用

议程设置理论的核心观点在于，媒体通过对议题的选择性报道，影响公众对议题的关注程度和重要性判断。在公立医院公众号的科普实践中，这一理论的应用体现在精心挑选和巧妙编排健康科普内容，从而有效地引导公众关注特定的健康议题，潜移默化地向公众传递正能量和正确的健康观念，重塑他们的健康认知体系。公立医院公众号扮演着信息“守门人”的角色，其根据公众的健康需求、社会关注热点以及医院的专业特长，筛选出既具有科普价值又蕴含思政教育意义的议题进行推送。比如，在流行病高发期间，突出推送相关预防知识，不仅及时回应了公众的迫切需求，也引导他们关注和重视公共卫生问题，与社会主流价值观保持一致。这种有针对性的信息推送，使得特定健康议题在公众视野中显得尤为重要，指引他们识别哪些是关乎个人健康和社会福祉的关键议题。通过这种方式，公立医院公众号不仅

传播了知识，更在无形中塑造了公众的健康观念，提升了社会整体的健康发展意识。

2 公立医院公众号的科普活动与思政工作融合

2.1 科普内容的选择与议程设置

公立医院公众号在筛选科普内容时，精准聚焦公众日常健康刚需，像常见疾病预防要点、科学健康生活模式构建等议题都是重点关注对象。以慢性病防治科普来说，一方面，会详细阐述如糖尿病、高血压这类慢性病的防治实操策略，涵盖饮食如何搭配、运动怎样规划、药物怎样规范使用等；另一方面，深入解读健康中国战略，将其细化为每个人日常的健康管理行动，巧妙融入家国情怀相关的社会主义核心价值观理念。在讲解糖尿病防治知识时，除了常规防治手段，还会介绍国家为慢性病患者提供的关怀政策，像社区组织的免费体检，慢性病门诊的专项报销等。患者由此真切感受到国家助力健康的温暖，激发主动管理自身健康的意愿，也深刻认识到个人健康是国家整体健康水平提升的基石，实现知识学习与思想升华同步推进。

2.2 科普形式与思政教育的结合

巧妙借助图文、动态视频、实时直播等多元形式包装科普内容，极大提升信息的吸引力与易懂性。例如，通过微视频展示医护团队在一线争分夺秒救治患者的真实故事，把医护人员精湛的医术、对患者悉心的照料直观呈现。公众观看时，极易与医护人员共情，心底油然而生对这一职业的敬重，让思政教育不着痕迹地渗透，

能够帮助医院树立良好口碑。就拿直播手术观摩来讲，专业医生一边实时讲解手术进程，帮助公众揭开手术的神秘面纱，驱散恐惧心理；一边穿插介绍医疗团队术前的充分准备工作，比如对病例的反复研讨、手术方案的多次权衡优化，展现严谨专业、团结协作的医疗风貌。公众借此深入了解医护人员背后的艰辛付出，从而增进医患信任，将思政教育细节化融入科普全过程。

2.3 互动与反馈：加强思政工作的实效性

公立医院公众号充分挖掘评论区、在线咨询等互动板块功能，搭建起与公众实时双向沟通的桥梁，广泛收集反馈信息。就比如在推送一篇心理健康科普文章后，若评论区有读者倾诉职场焦虑、亲子矛盾等心理困扰，管理员会迅速回应，引导其向专业心理咨询求助。同时，把这些共性问题汇总反馈给医院心理专家。专家依此策划一系列更贴合公众需求的心理健康科普，像聚焦职场压力化解、青少年心理调适等主题，并融入乐观积极的生活态度、关爱他人等思政元素，确保科普与思政始终紧密围绕公众生活，形成良性互动循环，强化公众对医院的认同感与归属感。

3 公立医院公众号在科普中的思想政治工作实践案例分析

3.1 案例选择与分析框架

在探究公立医院公众号如何在科普中有效融入思政工作时，严谨筛选极具典型与代表性的成功案例是关键。重点围绕两大核心维度深入剖析：一是科普内涵，深挖公众号推送的科普内容里的核心知识、专业建议及其蕴含的价值导向，这是科普发挥教育意义、惠及公众的根基；二是外在呈现形式，关注科普信息展现给大众的视觉、听觉形式，像图文编排是否清晰易懂、视频制作是否引人入胜、互动环节设计是否便捷易用等，这些直接影响公众接收信息的体验与效果。通过对这两个维度细致探究，逐步揭开公众号利用科普活动巧妙植入思政教育的策略，搭建起逻辑清晰、全面系统的剖析框架。借助该框架，精准客观衡量思政工作取得的实际成效，涵盖公众健康意识提升、社会正面舆论引导，以及引发的医患关系改善、公众对医疗行业信任增强等社会回响。

3.2 案例分析

案例 1：疾病预防科普与健康中国战略

某医院的公众号专注于科普，长期推送季节性疾病与高发病预防专题内容。为提升知识传播效果，采用动画演示、专家科普短视频等多样且吸引人的形式。以流感季为例，流感高发时，公众号精心制作系列动画短视频。视频里，用形象的卡通形象直观展现流感病毒传播途径，公众能清楚看到病毒在人际间的传播过程。针对勤洗手、戴口罩、保持社交距离等预防措施，也通过简洁动画场景演示，让公众快速掌握方法。每集视频结尾，附上精心构思的旁白，将疾病预防与健康中国战略紧密联系。阐述提升全民健康素养对构筑全民健康防线意义重大，公众做好日常防护，能减少疾病传播、减轻医疗负担。这让公众意识到自身健康行为与国家战略相关，激发践行健康生活热情，主动守护家人与社区健康。视频因兼具趣味与深度，被大量转发分享。

案例 2：健康生活方式科普与社会主义核心价值观

某公立医院的公众号聚焦健康生活方式，从家庭营养膳食搭配、社区全民健身活动到舒缓生活压力的分享，全方位传递个人自律、家庭和睦、社会担当等社会主义核心价值观内涵。以“亲子健康厨房”系列科普活动为例，公众号定期推送亲子共同制作营养美食的视频教程。视频中，家长和孩子分工协作，厨房充满欢声笑语。文案部分不仅介绍食材营养价值、烹饪技巧，还强调家庭和谐氛围对孩子成长的关键意义，告知家长亲子共同参与厨房活动，能增进感情、营造良好家庭环境，利于孩子身心健康。文案还指出，每个家庭追求健康生活，相互关爱支持，社会将更和谐。如此，健康知识与家庭、社会价值观紧密结合，深受家长与孩子喜爱，评论区满是温馨互动，扩大了科普影响力。

案例 3：医护人员故事与职业精神

某公立医院的公众号精心打造“医护风采”专栏，讲述医护人员平凡岗位上的不凡故事。这些故事涵盖医疗各领域：急诊科争分夺秒的生死营救、医护人员深入社区的义诊陪伴、援外医疗的无疆大爱，生动勾勒医护群体敬业、精益、奉献的职业精神风貌。有一期讲述援外医疗队故事令人印象深刻。文中详述队员们在异国艰苦环境的遭遇，面临语言沟通障碍，靠手势、简单词汇和翻译软件与患者交流；医疗物资匮乏，基本药品器械常短缺，给救治带来极大困难。但队员们凭借精湛医术和顽强毅力，毫不退缩。他们利用有限资源制定救治方

案，成功为当地患者祛除病痛。文末附上患者康复后感
谢信译文，流露对中国医护人员的感激与敬意，还展示
国内同事远程支持鼓励信息，彰显医疗团队凝聚力与大
爱情怀。故事引发医护人员强烈共鸣，唤醒职业自豪感；
公众深受触动，纷纷留言向医护人员致敬，筑牢医患互
信根基。

通过这些案例可见，公立医院公众号只要找准切入
点，采用恰当科普形式，融入思想政治教育，就能在提
升公众健康知识时，传递正能量，促进社会和谐。不同
医院公众号依自身特色挖掘科普素材，传递核心价值观、
弘扬职业精神，为医疗科普与思政教育融合提供经验，
值得借鉴推广，推动新媒体科普思政工作上新台阶。

4 公立医院公众号面临的挑战与优化策略

4.1 内容同质化与创新不足

当前，众多公立医院公众号的科普内容存在严重的
“撞脸”问题，选题毫无新意，视角也很单一，缺乏独
特的创新性和辨识度，难以脱颖而出。想要打破这种僵
局，就得深入挖掘特色科普资源，结合本地常见的疾病
类型、医院自身的优势专科，还有地域特有的人文风情
等，探寻别具一格的素材。好比少数民族聚居地区的医
院，就可以充分发挥当地民族传统医药的优势，开展民
族传统医药养生方面的科普；位于工业发达地区的医院，
则把重点放在职业病防治前沿知识的普及上，凭借差异
化的内容在科普领域抢占先机。医院内部还应当建立起
有效的科普创作激励机制，积极鼓励医护人员依据自身
丰富的临床经验，融合地域特色，挖掘新颖有趣的科普
选题。与此同时，主动加强与高校、科研机构的紧密合
作，将那些高深的前沿医学研究成果，转化成通俗易懂、
老百姓喜闻乐见的科普内容。举个例子，某沿海城市的
公立医院就与当地海洋科研所强强联手，推出了海洋生
物毒素致伤防治的科普系列。巧妙地融入当地渔民的日
常生活场景，再用趣味十足的漫画形式呈现出来，短时
间内就吸引了大量沿海居民的目光，取得了很好的科普
效果。

4.2 专业人才匮乏与团队建设

运营公立医院公众号，急需那种既精通新闻传播技
巧，又深谙医学专业知识的跨界复合型人才，可现实情
况是，这类专业人才少之又少，极为稀缺。面对这种困
境，医院必须双管齐下。对内，要大力强化培训体系，

定期组织涵盖新闻传播技巧、新媒体运营实操、医学科
普创作等多方面的培训课程，全方位助力医护人员提升
技能水平，实现自我进阶。对外，要积极拓宽人才引进
的渠道，广泛吸纳来自传媒、新媒体等领域的精英人才，
全力打造一支多学科交叉、优势互补的高能团队，充分
激发公众号的发展潜能。可以定期在医院内部举办新媒
体技能大赛，为医护人员搭建一个展示自我的舞台，对
表现出色的人员给予丰厚的奖励，并委以重任，充分调
动他们参与公众号运营的积极性。另外，还可以与传媒
院校建立实习基地合作关系，引入新闻传播专业的学生
参与实践，为团队源源不断地注入新鲜血液，逐步优化
团队的整体结构，提升团队的综合战斗力。

4.3 用户粘性不足与互动体验提升

尽管公立医院公众号已经积累了一定数量的粉丝
群体，然而用户的活跃度和粘性却不尽如人意，差强人
意。眼下最紧迫的任务就是重新塑造用户体验，一方面，
要从公众号界面的设计入手，力求简约美观，操作流程
也要便捷流畅，让公众能够轻松愉悦地在知识的海洋里
畅游，快速找到自己所需的科普内容。另一方面，还要
大胆创新互动玩法，推出诸如健康打卡挑战、线上病友
会、科普短视频创作大赛等一系列充满趣味的活动，充
分激发用户的参与热情，让公众号真正成为公众健康生
活的贴心伴侣。具体而言，可以重新精心设计公众号的
界面，采用简洁直观的分类导航栏，使用户能够迅速定
位到自己想要了解的科普板块。同时，开发一些互动小
程序，就像“健康知识问答闯关”，用户在玩游戏的过程
中，不知不觉就巩固了健康知识，还能赢取积分，用
来兑换医院提供的体检套餐、健康小礼品等，极大地提
高了用户的参与度。此外，设立“健康达人”荣誉榜，
将那些积极参与互动、乐于分享健康经验的用户展示
出来，让他们收获满满的成就感与归属感。

5 结论

公立医院公众号无疑是医疗科普与思政教育的前
沿阵地，具有不可估量的实践价值和巨大的发展潜能。
依托议程设置理论的强大助力，巧妙借助科普活动融入
思政教育，切实能够有效提升公众的健康素养，精心塑
造医院的卓越形象，有力推动医疗行业与社会公众携手
并肩、共同前进。直面当前存在的种种挑战，公立医院
只有果断革新，深入钻研优化策略，才能让公众号大放

异彩。在未来,随着新媒体技术的持续蓬勃发展,公立医院公众号更要紧跟时代的步伐,不断探索创新科普与思政教育融合的新模式。借助人工智能技术,实现个性化的科普推送,依据用户的健康数据以及浏览习惯,精准投放契合他们需求的内容;利用虚拟现实技术,打造沉浸式的科普体验,让公众亲身感受医疗过程以及健康生活的场景。

通过持续不断地优化升级,公立医院公众号才能在医疗健康领域发挥更为关键的作用,为社会的发展源源不断地注入健康活力。

参考文献

[1]刘敏.医院微信公众号中乳腺癌健康科普视频的可理解性和可实施性评估[D].安徽医科大学,2024. DOI: 10.26921/d.cnki.ganyu.2024.001242.

[2]崔莹清.医院宣传工作中微信公众号运营对策探讨[J].办公室业务,2024,(03):40-42.

[3]王红玲.新媒体时代公立医院思想政治宣传工作探讨——以四川大学华西医院公众号新闻标题为例[J].新闻研究导刊,2023,14(22):125-127.

[4]陆燕燕.浅析微信公众号在医院政工宣传中的运用[J].中国报业,2023,(18):52-53. DOI:10.13854/j.cnki.cni.2023.18.043.

[5]闫雪玮.公立三甲医院微信公众号健康信息传播运营研究[D].内蒙古大学,2023. DOI:10.27224/d.cnki.gnmdu.2023.001023.

[6]周林丽,彭沛,曾兆萍,等.新媒体时代医院学科微信公众号宣传策略[J].办公室业务,2022,(08):107-109.

[7]赵俊.突发公共卫生事件中医院微信公众号宣传策略思考——以上海市某专科医院为例[J].科技资讯,2021,19(22):195-198. DOI:10.16661/j.cnki.1672-3791.2107-5042-3001.

[8]张倩.微信公众号在医院政工宣传工作中的作用[J].文化产业,2020,(23):155-156.

[9]王晗啸.疫苗安全议题中媒介间显、隐性议程网络关系研究[D].南京师范大学,2020. DOI:10.27245/d.cnki.gnjsu.2020.000060.

[10]杨智芳.新媒体环境下公共卫生事件的第三层议程设置研究[D].北京交通大学,2019. DOI:10.26944/d.cnki.gbfju.2019.000879.

[11]彭永宾.微信公众号在医院自媒体宣传中的实践研究[J].办公室业务,2018,(13):38.

[12]梁洪浪.微信公众号在医院自媒体宣传中的实践与思考[J].基层医学论坛,2017,21(28):3920-3921. DOI:10.19435/j.1672-1721.2017.28.082.

张瀚焜(1996),男,汉族,籍贯安徽合肥,硕士研究生学历,政工初级职称,现任苏州大学附属第四医院(苏州市独墅湖医院)党政办公室科员,研究方向为思想政治工作、新闻传播学,所在单位为苏州大学附属第四医院(苏州市独墅湖医院)。