



# 自媒体时代血站宣传工作的创新策略浅探

□ 欧阳顺熙 (益阳市中心血站, 湖南 益阳 413000)

**【摘要】**血站工作除血液的采供以及管理,宣传也是一项十分重要的工作。随着自媒体时代的到来,血站的宣传从内涵到形式都在不断地变化。本文就自媒体时代下,血站的宣传工作应如何适应并创新进行探索,希望对促进血站宣传扩大视野,避开盲区有所裨益。

**【关键词】**自媒体时代;血站;宣传工作;创新策略

随着科学技术的不断发展,人类社会已经进入了信息时代,人们获取信息的渠道增加,特别是互联网技术的应用,进一步加快了信息的传递和分享。当前,人们可以通过各种社交软件、新闻软件快速获取各种信息。历史发展的进程,也促使了新媒体的诞生。新媒体,作为一种职业已经被各行各业广泛使用。相较于传统媒体来说,新媒体有着各种优势,并且具备强大的传播能力。通过自媒体,能够促进血站的宣传工作。众所周知,在新媒体初始阶段,血站基本采用献血车、易拉宝等传统手段开展宣传工作。而自媒体的应用,则以多种形势,立体地丰富血站的宣传手段,对血站工作、尤其是无偿献血在社会引起广泛的反响。而要真正发挥自媒体的作用,首先需要做的就是了解自媒体的概念以及特点。

## 一、自媒体的概念与特点

### 1、自媒体的概念

自媒体,英文为 We-Media,又被称为“公民媒体”与“个人媒体”。从这些名称可以看出,自媒体属于一种具备个人化、公民化、普泛化以及自主化的传播媒介。利用信息技术手段,向非特定的群体传播信息。简单来说,自媒体就是一种普通大众利用互联网等渠道发布事实与新闻的传播方式。自媒体这一概念在2003年的时候由谢因波曼与克里斯·威利斯共同提出。伴随互联网时代的推进,国内的自媒体发展可以分为四个阶段,分别是2009年的新浪微博诞生、2012年微信公众号上线、2012—2014年门户网站以及电商平台等开始涉足自媒体领域、2015年至今直播、短视频等形式的兴起。从运营角度来看,自媒体可以分为广义和狭义两个概念。狭义的自媒体指的是以单个个体为新闻制造主体来进行内容创造,并且具有独立用户号的媒体。而广义上的自媒体则不仅仅是个人创作,群体创作、企业账号等都属于自媒体的一部分。

自媒体的内容并不固定,并且没有统一的标准和规范。自媒体的内容通常是由自媒体人决定。随着科技的发展以及国民经济水平的不断提升,当前自媒体的入门门槛已经越来越低。这就导致自媒体内容的良莠不齐和信息泛滥。

从内容的表现形式上来看,自媒体的表现形式包括了文字、图片、音频、视频等,十分丰富多样。对于自媒体的运营来说,其核心价值就在于内容的优质。只有优质的内容才能够让人信服、关注,并且愿意关注自媒体账号并对内容进行转发。而这些则关系到自媒体的流量变现。

### 2、自媒体的特点

自媒体表现出的特点包括了平民化、个性化、低门槛、操作简单、交互强和传播速度快。所谓的平民化与个性化,指的是自媒体的入门门槛较低,通过微博、微信公众号、头条资讯等人人都可以成为信息的传播者。在这样的情况下,“媒体”的概念变得越来越广泛。同时,也使自媒体极富有个人色彩,且自由程度较高。而低门槛和操作简单,自然而然的是相对于传统媒体来说。自媒体的运营并不需要投入太多成本,也不需要具备较为专业的技能,入门门槛较低。除此之外,借助各大网络平台,操作十分简单快捷,能够对文字、图片、视频、音频进行快速的整理和管理。自媒体的一大优势就在于传播速度极快,能够突破时间和空间的桎梏,大大提高了资讯的时效性。除此之外,自媒体本身具备加强的交互性,能够与受众实现零距离。也就是说,从资讯的制作到发表,都能够在短时间内完成,从而保障了信息的传播效果,并且及时受到用户的反馈。

## 二、血站宣传工作的特点

### 1、高密度

对于血站来说,其宣传工作的主要特点之一就在于

高密度性。这是因为，无偿献血是一项社会公益事业。因此，需要得到社会大众的支持和理解。特别是，我国是一个人口较多的国家，本身也存在比较严重的血液供应不足问题。然而，我国社会由于传统观念的影响，导致许多民众对于献血存在误解。比如说，认为采血设备不洁，会导致疾病的传播。又比如说，认为献血会危害身体健康，导致疾病发生。在这样的情况下，自然而然有许多民众不愿意献血。不仅仅是老一辈人，甚至有许多年轻人也怀抱着这种错误观念。在这样的情况下，必然会影响到无偿献血工作的开展。特别是，部分民众甚至对献血的公益性和无偿献血行为存在质疑，认为其背后存在谋取巨额利益的行为。因此，高密度的宣传工作是必须的。只有通过不断地宣传，才能扭转大众对于献血工作的错误印象，让他们对无偿献血有正确的认知。

## 2、多角度

根据当前献血宣传工作情况来看，可以发现宣传本身具备多角度的特点。要想扭转大众对无偿献血的错误印象，除了要普及医学知识以外，还需要对献血本身的工作流程进行宣传。因此，从目前的宣传工作来看，可以发现存在以下角度。首先，是血液知识、献血法律法规以及献血流程等，通过这些专业知识的科普，从科学的角度对无偿献血工作进行详解，让大众对于无偿献血有更深入的认识。其次，是从行业角度入手，让大众能够了解到，献血的设置和工作都是合理合法且具有规范性、科学性，无论是献血还是用血，其安全性都能够得到保证。再次，则是献血者的权利与义务。对于大众来说，如果能够让他们明白自身的权利和义务，就能够让他们更好地理解工作开展的目的。而献血者的权利与义务则包含了知情权、受表彰与奖励权利、隐私保护权利、人格不受侮辱权利等。通过这种方式，不仅能够保护献血者自身的权益，同时也能够提升大众对无偿献血的关注度，使他们认识到无偿献血是一项有利于民生大众的事情。另外，还需要对健康的生活方式进行倡导。献血是我国公共卫生体系的一部分，其工作核心的目的就在于保护国民的健康。因此，倡导健康生活方式也是宣传工作中重要的一部分。通过合理饮食、营养平衡、健康作息、良好的生活习惯等，不仅能够提高国民的身体素质，还能够提升他们的生活品质。最后，则是对献血英雄人物事迹进行宣传。让英雄的事迹起到榜样的作用，让大

众对于无偿献血有更高层次的认识。

## 3、多形式

根据当前无偿献血的工作情况来看，可以发现其具备多形式的特点。这本身是因为血站的工作是面相普罗大众，而并不是针对单一的群体。这样一来，就促使形式必须多样化。同时，技术的发展以及多种媒体的结合应用，也给了多形式宣传载体的条件。

## 4、全方位

不同的媒介在开展宣传工作时，有着其自身独有的优势。但同时，也存在其独特的局限性。而对于血站的宣传工作来说，全方位宣传是必须的。目前，血站借助不同媒体，开展了全方位的宣传工作，传统的包括了电视、报纸、楼宇广告等，新媒体则包括了新浪微博、微信公众号、抖音、快手等。

## 三、自媒体时代献血宣传工作的创新策略

### 1、树立互动型思维

虽然目前血站应用自媒体开展宣传工作已经取得了一定的成效，但是工作仍然有广阔优化的空间。树立互动型思维，对于自媒体时代下，血站的宣传工作更有帮助。众所周知，在自媒体时代下，宣传渠道扩大。血站的宣传工作不再局限于电视、报纸和广播。同时，受众也不仅仅是单纯的信息接受者。在新媒体时代之下，受众也可以从接受者变为信息的传播者以及发声主体。受众之间信息的传播效率不断提升，目前已经呈现出全民化的趋势。在这样的情况下，传统的单向、线性宣传方式自然而然不能够适应自媒体时代。因此，负责献血宣传工作的人员，一定要充分利用自媒体平台的功能，与广大用户进行互动，在互动中体现出人文关怀。通过这种方式，不仅可以提升媒体的公信力，更重要的是拉近血站与大众之间的关系，扭转大众心目中对于无偿献血的负面印象，使更多人参与到无偿献血的事业当中。

### 2、开展跨界活动

自媒体时代之下，各种行业之间的跨界宣传开始兴起，并且获得了比较好的宣传效果。在这样的背景之下，血站也可以充分利用自媒体的这一特点，来开展宣传工作。一方面，能够拓宽血站的宣传渠道，使血站能够在不同的地方进行宣传。另一方面，则是借助快跨界活动，实现资源的整合，并且挖掘出新的信息传递方式，从而更好地开展宣传工作。



### 3、把握受众需求

对于血站来说,要想利用自媒体更好地开展宣传工作,还需要精准把握受众需求,这样才能实现精准传播。当然,要做到这一点首先要求宣传工作人员对于各大自媒体都有深入的了解,包括微博、公众号、头条号、短视频号等。只有这样,当宣传效果没有达到预期效果时,宣传人员才能回顾之前工作,找出问题所在。其次,是对各平台用户有深入了解。不同的平台,用户的特点与使用习惯也有所不同。比如说微博的用户,更喜欢在上午十点左右点开观看。而微信的用户,比较活跃的时间则在早上8点、下午6点以及晚上10点以后。通过对用户画像的分析,能够找到更加适合受众的宣传方式和手段。这样一来,就能够大大提升宣传效果,使血站的宣传能够覆盖更加广泛的人群。除此之外,还需要把握受众群体的偏好以及注重血站本身的调性。比如说,当前娱乐向、搞笑类内容十分受大众欢迎。但是考虑到血站本身的公益属性,这种类型的内容自然而然不适用于血站的宣传工作当中。而考虑到血站本身的公益性以及宣传内容结构,则可以从专业性、人文性入手。通过这种方式,创造出更加符合大众喜好的内容,从而吸引大众进行传播,并改变大众对于无偿献血的印象。

### 4、挖掘网络热点

在新媒体时代之下,血站的宣传工作必须要摒弃传统的宣传理念,避免枯燥的讲道理,而是要用贴身的感受,让大众接受宣传的资讯,否则即便开展了多渠道的宣传工作,也很难取得理想的效果。除此之外,考虑到自媒体本身具有的大中型特点。因此,在开展宣传工作的时候还应当紧跟网络热点。根据网络进行专业知识、法律法规的宣传。这样一来,就能够引发受众的共鸣,使宣传内容能够让大众更好地接受。

### 四、血站自媒体的宣传定位

自媒体时代下,血站的宣传定位应当包含三个内容,分别是内容定位、形式定位和宣传工作定位。目前来看,内容的定位具有以下几点内容,首先是科普知识,加强大众对无偿献血事业的认知。其次,则是呼吁适龄群体参与到无偿献血工作当中。再次,则是利用新媒体平台来凝聚志愿者。最后,则是打造热心、温暖、亲切的公益形象,吸引更多人参与到无偿献血事业当中。

形式的定位则包含三点内容,分别是把握无偿献血舆论的主导权、打造无偿献血相关话题栏目以及策

划主题活动。主导权的把控是为了保障血站的权威性,提高大众对血站的信任度。而话题栏目的打造则是为了充实无偿献血在新媒体平台上的内容,并且让更多的人参与到无偿献血的宣传与传播工作当中。主题活动的策划则是为了增加血站工作的曝光度,从而提高宣传效果。

宣传工作的定位则是要将自媒体宣传列为血站的常规宣传手段当中。同时,配合特殊节点、重大事件与典型事件进行多媒体的宣传工作。通过这种方式,树立正确的舆论导向,让大众能够接受潜移默化的影响,从而推动我国无偿献血事业的发展。

### 五、结束语

综上所述,在自媒体时代下,血站如何应用自媒体来开展自身的宣传工作是一个重要命题。目前来看,大众对于血站工作仍然存在认知盲区。如果不能改变这些认知,那么无偿献血工作将得不到有效推进。而利用自媒体,能够借助新媒体平台的特性更好地开展血站的宣传工作,让大众能够更加了解血站的工作流程、工作目的以及对社会的贡献。通过这种方式,就能够推动我国无偿献血工作的发展,为公共卫生事业做出贡献。

### 【参考文献】

- [1] 徐屠恩. 浅谈自媒体时代下血站青年思想政治工作实践与探索[J]. 世界最新医学信息文摘, 2019(72):1.
- [2] 徐杨芬. 自媒体时代下的血站青年思想政治工作实践与探索[J]. 经贸实践, 2018(10X):2.
- [3] 邵建荣. 新媒体时代创新企业宣传工作的实践与探索[J]. 人民公安, 2018(12):3.
- [4] 梅馨平, 陈春香. 全媒体时代医院宣传工作的创新探索[J]. 江苏卫生事业管理, 2018,29(5):3.
- [5] 周丽娟. 新媒体环境下事业单位宣传思想工作方式探索与创新[J]. 现代企业文化, 2019(15):1.
- [6] 吴亚穹. 高校新闻宣传工作策略的创新探索[J]. 明日风尚, 2018(10):1.
- [7] 王莹. 浅谈自媒体时代如何做好宣传工作[J]. 新闻研究导刊, 2020(5):2.

### 【作者简介】

欧阳顺熙(1980—),女,湖南益阳人,本科学历,职称:副高,益阳市中心血站副站长,主要研究方向:思想政治。