

# 基于新媒体的慢性病药学科普现状分析

谭国耀, 辛莉\*

中山大学孙逸仙纪念医院, 广东 广州

收稿日期: 2024年9月30日; 录用日期: 2024年10月28日; 发布日期: 2024年11月5日

## 摘要

目的: 了解我国基于新媒体平台的慢性病药学科普现状, 为运用自媒体增强慢性病药学科普传播效果提供思考与建议。方法: 采用文献调研法收集有关新媒体进行慢性病药学科普的内容, 从平台建设、团队组建、创作内容、表现形式、传播效果反馈等维度进行总结分析。结果: 目前, 我国医院慢性病药学科普新媒体平台丰富多样, 由专业药学人员团队组建, 创作内容主要集中于慢性病疾病管理、治疗药物信息、临床药学服务、用药提醒等方面。表现形式上, 纯文字、图文、动画和视频四类形式的作品较多, 传播效果受作品的形式、选题和内容专业性影响。结论: 基于新媒体的慢性病药学科普能显著改善慢性病患者的疾病管理水平, 建议在科普受众、运营传播及科普药师团队方面作进一步改进, 提高新媒体的科普传播效果。

## 关键词

新媒体, 慢性病, 药学科普, 传播效果

# Analysis of the Status Quo of Pharmaceutical Science Popularization of Non-Communicable Diseases Based on New Media

Guoyao Tan, Li Xin\*

Sun Yat-sen Memorial Hospital, Sun Yat-sen University, Guangzhou Guangdong

Received: Sep. 30<sup>th</sup>, 2024; accepted: Oct. 28<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 5<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

**Objective:** To investigate the current status of pharmaceutical science popularization of non-communicable diseases (NCDs) based on new media in China and provide thoughts and suggestions

\*通讯作者。

文章引用: 谭国耀, 辛莉. 基于新媒体的慢性病药学科普现状分析[J]. 药物资讯, 2024, 13(6): 457-462.

DOI: 10.12677/pi.2024.136054

**for promoting the effects of pharmaceutical science popularization of NCDs with new media. Methods:** The method of literature research was used to obtain the content of pharmaceutical science popularization of NCDs based on new media. The aspects of platform construction and team establishment, creative content, manifestation pattern and feedback of communication effects were summarized and analyzed. **Results:** At present, the new media for pharmaceutical science popularization of NCDs in China's hospitals is diverse, and it is formed by a professional pharmacist team. The contents mainly focused on NCDs management, drug information, pharmaceutical care and medication reminder. In terms of manifestation pattern, works were mainly in four patterns: pure text, graphics, animation and video, and the communication effects were affected by the manifestation pattern, topic selection and content professionalism of the works. **Conclusion:** Pharmaceutical science popularization of NCDs based on new media can significantly improve the level of disease management of patients with NCDs. It is suggested that further improvements should be made in the aspects of popularization audience, operation and communication and pharmacist team, so as to improve the effects of popularization and communication by new media.

## Keywords

**New Media, Non-Communicable Diseases, Pharmaceutical Science Popularization, Communication Effects**

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

《“健康中国 2030”规划纲要》指出, 要提高全民健康素养, 建立健全健康促进与教育体系, 提高健康教育服务能力, 从小抓起, 普及健康科学知识。各级各类媒体加大健康科学知识宣传力度, 利用新媒体拓展健康教育。

慢性病是慢性非传染性疾病的简称, 包括高血压、糖尿病、冠心病、慢性阻塞性肺疾病等, 慢性病病程长, 病情迁延不愈, 是造成我国大多数居民死亡的主要原因[1]。慢性病可以通过健康的生活方式和规范的药物治疗进行控制, 但是实际生活中, 许多慢性病患者由于缺乏正确的疾病管理和用药知识、用药依从性差等原因[2], 往往容易引起疾病的复发或进展。而线下就诊过程时间有限, 患者难以得到充分详细的疾病管理和用药教育。新媒体平台的出现解决了这一难题, 借助新媒体科普平台, 患者可以随时随地获得疾病管理和用药的科普知识, 有利于提高患者依从性, 提高疾病治疗效果。

本研究围绕我国基于新媒体平台的药学科普这一主题, 采用文献研究法收集目前已发表的研究文献, 对现阶段基于新媒体的慢性病药学科普内容、方式及效果进行总结分析, 以期为提高新媒体药学科普质量提供思路和参考。

## 2. 资料与方法

### 2.1. 文献检索

选用 CNKI 中国知网和万方数据库, 以“药学科普”或“用药科普”为主题词, 以“慢病”、“慢性病”为检索词进行检索, 检索截止 2024 年 5 月 31 日发表的相关文献。

### 2.2. 纳入与排除标准

- ① 文献类型: 纳入文献类型包括期刊论文和学术论文, 且能够获得全文; 排除包括摘要、新闻稿、

栏目介绍等非研究性论文。② 研究内容：纳入涉及我国基于新媒体的慢性病药学科普研究的相关文献，排除与本主题无关的文献。

### 2.3. 文献整理与分析

整理分析上述文献检索所得文献，从药学科普的平台与团队建设、创作内容、表现形式、传播效果反馈 4 个维度进行总结归纳，探索运用新媒体进行形式多样化用药科普的新实践模式。

## 3. 结果

### 3.1. 文献检索结果

根据文献检索以及上述纳入与排除标准，最终纳入 47 篇文献。文献时间跨度从 2016 年至 2024 年，如图 1 所示，其中 2016 年 1 篇、2017 年 1 篇、2018 年 2 篇、2019 年 2 篇、2020 年 8 篇、2021 年 10 篇、2022 年 10 篇、2023 年 10 篇、2024 年 3 篇。从时间上看，从 2020 年开始国内对新媒体平台的慢性病药学科普研究显著增多。

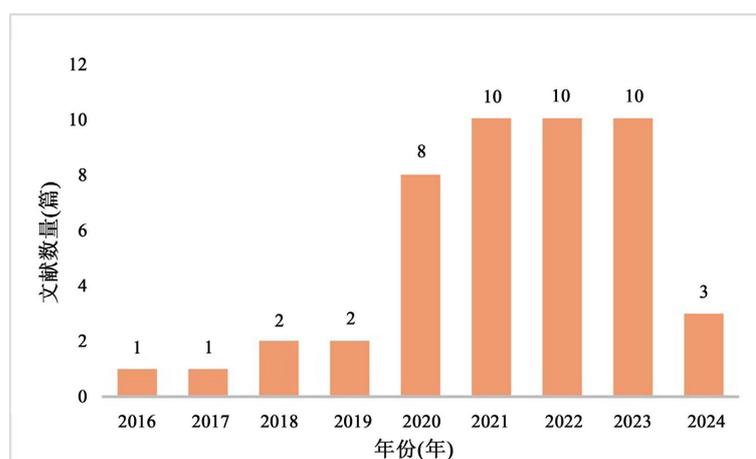


Figure 1. Literature quantities in each year  
图 1. 历年文献数量

### 3.2. 科普平台建设与团队组建

目前国内医院药学科普平台呈现多样化的趋势，主要包括：微博、微信、今日头条、抖音、快手、知乎、哔哩哔哩、小红书等。其中，微信由于形式丰富、传播成本低、用户基数大、用户使用时间长等优势[3]，被许多医院用于药学服务及药学科普，且目前基于微信公众号进行相关药学科普的研究报道也较多。

在团队建设方面，目前医院药学科普团队皆由具有药学专业知识的药师组成并负责平台运营及维护。在科普创作上，药师负责科普素材的收集、整理和编写，并设置多级审稿制度，由更高级别的药师进行层层审核，保证科普内容的专业性，多级审稿责任到人，保证科普内容的质量[4]。

### 3.3. 创作内容

目前基于新媒体的慢性病药学科普创作内容主要集中于慢性病疾病管理、治疗药物信息、临床药学服务、用药提醒等[4]方面，为慢性病患者提供全方位的疾病管理和用药知识学习平台。

在慢性病疾病管理方面，主要科普内容包括有关慢性病疾病的筛查、随访评估、生活方式及饮食的

管理、治疗和用药、疾病诱发因素等内容,旨在帮助慢性病患者加深对自身疾病的认识,以控制疾病的进展,预防并发症的发生,减轻患者的负担和压力。

在治疗药物信息方面,有研究显示[3],85.71%的患者想通过新媒体平台获取药品供应、价格、规格等信息,而新媒体平台配备的药物信息查询功能可满足患者的相关需求。此外,另有调查显示[5],患者最为关注药物不良反应及注意事项,而新媒体科普平台可提供药品说明书、诊治指南等中有关药物用法用量、不良反应等用药信息,解答患者的用药问题,促进合理用药[6]。

在药学服务方面,一方面,患者可通过新媒体平台询问用药过程中遇到的具体问题并寻求专业指导;另一方面,药师可通过新媒体平台主动提供安全合理用药常识(家庭小药柜管理、选购药品知识等)、具体药品使用知识(使用方法、服用时间、服用禁忌、储存方法等)、相关疾病防治和特殊人群用药知识等[7],为慢性病患者提供全方位的药学服务。

在用药提醒方面,由于慢性病患者需长期用药,漏服现象时有发生,用药提醒功能减少了患者漏服事件的发生,提高患者的用药依从性。

### 3.4. 表现形式

目前新媒体平台药学科普作品表现形式主要分为纯文字、图文、动画和视频四类,但各种形式的科普作品数量差别较大。研究发现[8],北京地区7家三甲医院药学科普微信公众号作品中,纯文字和图文并茂形式的作品数量超过95%,而动画和视频形式占比不足5%,表明目前纯文字和图文依然是科普的主要形式。

从患者角度出发,相关调查问卷显示,部分患者表示论文式的科普文章可读性差,而漫画、视频、表格等高度概括的形式更易于接受[3]。并且大部分患者青睐科普小视频的科普形式,其次还有漫画、宣传报、科普图文表格等,这可能与这些形式的高度概括性、直观、易于理解有关。虽然许多患者更倾向于小视频、动画等表现形式,但是由于其相较于图文形式来说创作成本和门槛更高,需要相关科普团队在二者之间做好平衡。

### 3.5. 传播效果反馈

新媒体平台的科普传播效果往往通过平台的阅读量、点赞量和转发量等数据体现。科普作品的传播效果与以下几方面相关:

在科普选题方面,研究发现,相对于不限人群和药品,面向特定人群或者特定药品进行选题的文章具有更高的阅读量[9]。患有高血压、高血脂和糖尿病等慢性病患者对于新媒体平台的关注度更高,间接提示科普选题对新媒体科普传播效果的重要性。此外,科普内容的专业性也会影响作品的传播效果,高级职称药师、专科临床药师的科普作品在阅读量和点赞量上较其他职称药师更优[10]。

在科普表现形式方面,相对于纯文字,图文形式的阅读量和点赞量相对更高[8]。这可能与图文形式的作品更加生动有趣、便于阅读有关,提示采用图文结合的形式,可提高科普作品的传播效果。此外,相同形式的科普作品在不同平台的传播效果也有差异。有研究发现[11],同样的科普小视频在微信视频号的观看量最高,其次是抖音、微信公众号,这些差异可能与各平台不同的推广机制有关,提示充分利用好各平台的推广机制,可提高新媒体科普作品的传播效果。

在传播形式上,研究显示,通过“会话阅读”、“好友转发”、“朋友圈分享”的阅读总人数和总次数分别占到了全年总量的90.2%和69.7% [12],提示转发和分享的传播形式对于科普作品传播的重要性。

在科普传播效果方面,通过新媒体平台的科普,慢性病患者的安全用药意识、用药依从性和治疗效果均显著提高,不良反应发生率明显减少[2] [13],表明基于新媒体平台的慢性病药学科普对慢性病管理

具有显著的效果。

## 4. 讨论

随着新媒体的发展,越来越多的人习惯通过互联网获取疾病和药物知识,因此人们对于权威专业的用药科普需求也日益增加。目前,通过微信、微博、抖音等不同新媒体进行药学科普已经成为多家医院开展药学科普的趋势。新媒体在慢性病药学科普方面发挥的优势逐渐显现,与传统线下科普相比,新媒体不受时空限制,患者可以根据自己的偏好和需求,选择适合的药学科普内容。同时,新媒体平台传播快、操作便捷、受众面广、咨询个体化、互动性强等特点[14],方便药师为患者开展远程药学服务工作,帮助患者进行疾病管理和合理用药。

基于目前新媒体进行慢性病药学科普的现状,我们提出以下几点思考:

不同受众群体对新媒体药学科普的需求不同,需要有针对性。受教育程度高的患者,对专业权威的科普作品需求高;而受教育程度较低、民俗固化思想倾向强的患者,对具有趣味性、通俗易懂的科普作品需求更高[9]。此外,新媒体平台的慢性病用药科普还可以针对从事相关工作的临床工作者进行。临床工作者在从事治疗工作中对药物不良反应、药动学特征、药物相互作用、特殊人群用药等药学相关问题较为关注。新媒体平台可以专门设置为临床服务的药学信息模块,定期整理最新说明书、指南、权威文献等用药信息资料,方便临床查阅及参考。

新媒体平台的运营传播问题。首先,医院新媒体平台保持更新频次在年均20以上,有利于维持用户的关注和互动,维持平台用户数量[8]。在推广方面,通过引导来院就诊患者关注新媒体平台,提供有关处方用药信息、不良反应及处置方法、避免联合应用的药物(食物)、特殊剂型使用方法等用药信息的相关科普作品,切实解决患者的实际用药需求,有助于提升新媒体科普平台的传播度和知名度。

新媒体时代下药学人员要充分利用新媒体平台的优势,线下科普与线上科普相结合,做好药学科普工作。同时,新媒体平台要求运营团队药师具备更多专业知识,提升药师团队的知识储备,从而提高新媒体科普作品的专业性和权威性,提升药学服务水平,树立药师的专业形象。此外,有条件的团队还可以定期开展慢性病用药科普直播及问答活动,为医院就医的慢性病患者提供用药咨询和用药服务的另一途径。

新媒体平台的出现有助于加速药学服务转型,实现药学服务模式从“以药品为中心”向“以患者为中心”的转变。通过提高科普内容的质量、丰富其表现形式可提高新媒体平台科普作品的传播效果,有利于进一步提高慢性病患者的用药依从性及药物治疗效果、降低不良反应的发生,帮助慢性病患者做好疾病管理和治疗。

## 致 谢

本研究得到广东省药学会科学研究基金(2023年PSM广东药学科普研究基金(先声基金))(项目编号:2023KP56)的资助。非常感谢所有在我完成这篇论文过程中提供帮助和支持的人。

## 参考文献

- [1] 沈洪兵. 中国慢性病的形势与趋势: 疾病负担与危险因素[J]. 健康中国观察, 2024(1): 22-24.
- [2] 盛玉青, 王艳, 房树华, 等. 临床药师在药学科普活动中的作用[J]. 抗感染药学, 2020, 17(8): 1223-1225.
- [3] 肖秘苏, 张剑萍, 郭澄, 等. 我院“六院药师”微信平台的初步建立与实践[J]. 中国药房, 2017, 28(7): 998-1002.
- [4] 陈继亮, 忻志鸣, 叶根深. “互联网+”合理用药科普推广平台用于慢性病用药管理效果评价[J]. 中国药业, 2022, 31(22): 32-35.
- [5] 张雅鑫, 艾超, 冀召帅, 等. 新医改形势下药学服务探索的问卷调查与分析[J]. 中国医院用药评价与分析, 2022,

- 22(7): 887-889.
- [6] 黄玉坤. 微信药学服务公众平台的构建与应用[J]. 中医药管理杂志, 2022, 30(16): 177-179.
- [7] 居博伟, 张洵纶, 许良, 等. 基于微信平台的用药细节科普与药学服务实践[J]. 中国医院药学杂志, 2023, 43(22): 2579-2583.
- [8] 郭恒, 王维娜, 张杨, 等. 北京地区7家三级甲等综合医院药学部科普微信公众号的传播现状调研[J]. 中国药事, 2020, 34(1): 77-81.
- [9] 胡琴, 文莺, 刘韶, 等. COVID-19期间安全合理用药科普服务工作实践[J]. 科技传播, 2021, 13(5): 11-14.
- [10] 李靖, 豆金彦, 焦正花, 等. 某地区医疗机构药学部门微信公众号科普作品传播现状调查[J]. 甘肃医药, 2023, 42(10): 915-918.
- [11] 周苗苗, 张剑萍, 赵赟, 等. 以短视频为例的用药科普新模式调查研究[J]. 中国药业, 2021, 30(11): 9-11.
- [12] 张贤尉, 陈一鸣, 石卫峰, 等. “市一药学服务”微信公众平台的建立及药学服务新模式的实践[J]. 中南药学, 2018, 16(8): 1150-1155.
- [13] 罗载荣, 黎燕妹, 李成志, 等. 慢性阻塞性肺疾病患者吸入剂合理用药科普的干预效果及评价[J]. 中国处方药, 2024, 22(4): 49-52.
- [14] 辛莉, 邱凯锋. 新媒体时代下医院药师药学科普传播能力提升[J]. 今日药学, 2020, 30(9): 641-643.