

医生不雅视频引爆网络 医疗类舆情该怎么接招？

昨夜今晨，湖南省人民医院的“瓜”让全网炸开了锅。副院长祖某与眼科主任医师曾某被指存在不正当关系，一段 17 分的不雅视频在网络上疯传。更让网民热议的是，视频场景中出现了印有医院 LOGO 的蓝色无菌中单，这种诊疗专用的管控耗材被私用，又引发了“医疗资源滥用”的新质疑。

面对这场轩然大波，涉事方的回应目前显得有些“敷衍”。医院工作人员只说“组织正在调查，请联系宣传部门”，当地卫健委则回应“暂未接到相关信访反映”。这两句话不仅没平息舆论，反而让网友的不满情绪升级，吐槽“这是在回避问题”“回应等于没回应”。

作为公立医院，本应是公众信赖的“健康守护者”，却因公职人员私德问题陷入舆情危机。更值得警惕的是，此次事件恰逢医院冲刺 JCI 国际医院质量认证的关键期，而 JCI 认证对医务人员职业伦理有严格要求，这波舆情极可能导致认证延期甚至失败，进而影响医院的医保政策倾斜与科研经费支持。

这次舆情照出了医疗行业舆情应对的普遍短板。今天百章舆情就以湖南省人民医院为例，聊聊医疗类舆情该如何正确“接招”，避免从“事件危机”变成“应对危机”。

一、从“内部小范围”到“全网大热议”的发酵之路

医疗类舆情的传播往往有其独特规律，此次事件的发酵过程就很有代表性，值得所有医疗机构复盘。

10月29日，事件先在医疗行业内部微信群隐秘传播，初期只是“某三甲院领导瓜”的模糊传言，属于舆情萌芽期。但此时医院并未察觉，错失了“掐灭苗头”的最佳时机。

11月5日清晨，包含视频片段、当事人清晰照片的爆料帖集中登陆知乎、小红书等平台，舆情彻底引爆。尽管各大平台很快就以“低俗内容”下架相关素材，但碎片化截图仍通过微信和QQ私密群组持续扩散。

更关键的是，网友从“私德问题”延伸出“职权滥用”“资源浪费”等新质疑。有知情人爆料，祖副院长分管人事期间，曾以“职称评定”“经费审批”为诱饵拉拢下属，而曾主任正是在晋升期间与其建立关系。多重争议叠加，让事件热度持续攀升，从单纯的个人丑闻升级为对医院管理的全面拷问。

反观涉事方的应对，完全没跟上舆情节奏。医院的“请联系宣传部门”看似规范，实则是典型的“推诿式回应”，把咨询者拒之门外。湖南卫健委的“未接信访”则脱离了网络传播实际，忽视了舆情主要在社交平台发酵的现状，相当于对公众关切“视而不见”。

从舆情爆发到持续发酵，黄金应对期就在这样的“消极回应”中流失，最终让医院陷入被动局面。

二、医疗类舆情应对这三个误区千万不能犯

医疗行业因其特殊性，舆情应对本就难度更高。既涉及公职人员形象，又关联公众健康信任，一旦回应不当，很容易激化矛盾。此次湖南省人民医院的应对，就踩中了医疗类舆情的三个常见“雷区”。

误区一 迟回应+冷态度，放任舆情“野蛮生长”

网络时代的舆情传播速度堪比“病毒扩散”，此次事件从内部传播到全网热议，只用了不到一周时间，而涉事方在舆情引爆后仍未给出明确回应口径。根据政务舆情应对的“黄金4小时”原则，重大舆情需在4小时内发布权威信息，24小时内举行新闻发布会，目的就是抢占舆论主动权。

医院让公众“联系宣传部门”的回应，本质上是一种冷处理。公众此时最需要的是“医院是否重视此事”“会如何调查”“何时有效果”的明确信号，而不是被“踢皮球”。这种态度只会让公众觉得医院在回避问题，进而滋生更多猜测，甚至引发“是否有后台撑腰”“会不会不了了之”等负面联想。

误区二 避重就轻，回避核心关切

此次舆情的核心关切有三个。视频内容是否属实，无菌中单私用是否违规，涉事人员是否存在职权滥用。但医院和卫健委的回应，完全没触及这些核心问题，只是用“正在调查”“未接信访”等模糊表述敷衍了事。

医疗类舆情的特点是“公众关切点多且杂”，既包括事

件本身的事实真相，也包括是否影响公共利益，是否存在行业乱象等延伸疑问。回避核心问题的回应，只会让舆论焦点持续停留在负面信息上，甚至引发次生舆情。就像网民吐槽的，“不说是否调查私德问题，也不说耗材是否违规，这回应和没说有啥区别？”

误区三 口径模糊，缺乏统一协调

从回应来看，医院内部似乎没有建立统一的舆情应对机制。一线工作人员随意回应“请联系宣传部门”，既没给出宣传部门的联系方式，也没说明调查的具体时间节点。这种“各说各的”“信息碎片化”的回应方式，很容易让公众产生不信任感。

医疗舆情应对不是宣传部门的“独角戏”，需要临床科室、医务科、纪检部门等多部门联动，形成统一口径后再对外发声。如果内部都没协调好，就仓促回应，只会让舆情应对更加被动。

三、医疗类舆情应对的“三步走”攻略

医疗行业的特殊性决定了舆情应对不能“一刀切”，需要兼顾“事实核查”“情绪安抚”和“专业规范”。结合此次事件，百章舆情总结出医疗类舆情应对的“三步走”攻略，简单好操作，所有医疗机构都能直接用。

第一步是快速响应，4小时内亮明态度

舆情爆发后，最忌“沉默是金”，但也不能仓促回应。正确的做法是在4小时内完成“初步回应”，回应内容不用复杂，核心要包含三个要素。

一是“已知晓”，明确告诉公众“医院已经关注到相关舆情，高度重视”。二是“在行动”，说明“已成立专项调查组，正在全面核实情况”，如果涉及专业问题（如耗材使用是否违规），可以简要说明“将联合医务科、后勤部门开展核查”；三是“有期限”，给出明确的时间节点，比如“48小时内公布初步调查结果，后续将持续通报进展”。

辽宁瓦房店市监局曾在舆情爆发后7小时内就发布核查通报，成功将舆论焦点从“负面指责”转向“积极作为”，这个经验值得医疗行业借鉴。像此次事件中，医院如果第一时间发布“已暂停涉事人员职务，全面调查私德问题及耗材使用情况，3日内通报进展”的声明，就能有效缓解公众情绪。

第二步是精准回应，针对核心关切“对症下药”

医疗类舆情的公众关切往往集中在“事实真相”“公共利益”“处理结果”三个层面，回应时要精准对接，避免“答非所问”。

针对“事实真相”，要客观陈述已核实的情况，不隐瞒、不夸大。比如此次事件中，关于“无菌中单是否违规私用”，可以说明“无菌中单属于诊疗管控耗材，非诊疗用途领用需严格登记，目前正核查涉事耗材的领用记录”。关于私德问题，可以明确“若属实，将依据医院规章制度及公职人员纪律要求严肃处理”。

针对“公共利益”，要明确事件是否影响医疗服务质量，是否存在资源滥用等问题，消除公众的普遍担忧。比

如可以声明“此次事件为个人行为，不影响医院正常诊疗秩序，医院将加强耗材管理，杜绝资源滥用”。

针对“处理结果”，要做到“不护短、不拖延”。如果调查证实涉事人员存在违规违纪行为，要公开处理结果，比如职务任免、纪律处分等。如果涉及违法，要说明“已移交相关部门处理”。只有坦诚面对问题，才能重建公众信任。

第三步是长效修复，从“舆情危机”到“管理升级”

舆情应对的终极目标不是“平息舆论”，而是“修复信任”。事件平息后，医疗机构不能“雨过忘事”，而要把舆情危机转化为管理升级的契机。

一方面，要针对舆情暴露的问题开展专项整改。比如此次事件暴露的“耗材管理漏洞”“公职人员监督缺失”等问题，医院可以建立“耗材领用全流程追溯系统”，加强对领导干部的日常监督，定期开展职业伦理培训。

另一方面，要建立健全舆情预防机制。医疗行业的舆情很多源于“内部问题未及时发现”，可以建立“线上+线下”双重监测体系。线上用舆情工具监测“医院名+负面关键词”，覆盖医疗论坛、社交平台等渠道。线下要求科室负责人每日排查矛盾，比如窗口争执、患者投诉等，2小时内同步至宣传部门，避免“现场矛盾变线上舆情”。

同时，要开展全员舆情培训，让医护人员尤其是管理干部明白“什么能说，什么不能说，怎么说”，避免因个人不当言论引发次生舆情。比如明确要求，舆情事件中所有

对外信息由宣传部门统一发布，个人不得私自回应。

四、医疗舆情应对，“真诚”比“套路”更重要

医疗行业与公众生活息息相关，公众对医院的信任建立在“专业”和“道德”双重基础上。此次湖南省人民医院的舆情危机，表面是私德问题引发的争议，深层是公众对公立医院管理规范、公职人员职业操守的担忧。

医疗类舆情应对没有“万能公式”，但核心原则只有一个。就是真诚面对问题、快速响应关切、透明公开进程、切实整改提升。医院不是“完美殿堂”，出现问题并不可怕，可怕的是用“回避”“敷衍”的态度消耗公众信任。

此次事件中，如果医院能第一时间暂停涉事人员职务，公开调查流程，及时回应耗材使用疑问，舆情热度大概率不会持续发酵。可惜的是，不当的应对让医院从“被动解释”变成了“主动挨骂”。

对所有医疗机构来说，都该从这场舆情中吸取教训。就是建立健全舆情应对机制，不是为了“应对舆论”，而是为了更好地“服务公众”。当公众感受到医院的诚意和担当，即便出现问题，也愿意给予改正的机会。毕竟，公众真正在意的，从来不是“有没有问题”，而是“如何解决问题”。