

心血管专科基于中医特色护理品牌建设思路

杨芳芳 张井宣*

北京中医药大学房山医院 北京 102400

摘要: 本文探讨了心血管专科中医特色护理品牌建设的具体方法及内容。对于科室来说,建设中医特色专科护理品牌是提高护理质量、提升护理团队竞争力的重要途径。从护理品牌人员构成、品牌定位、创建目标、创建过程、创建内容、团队建设、中医内涵、优质护理及健康教育、建设成果等方面阐述了心血管专科基于中医特色护理品牌建设的思路。

关键词: 心血管专科; 中医特色; 护理品牌

引言

据推算我国目前共计 3.3 亿心血管病患者^[1],且发病率越来越高,严重威胁着人类的健康^[2],其防治行动也排在《健康中国行动(2019—2030)》五大专项行动首位^[3]。在临床护理过程中应坚持因病施护,因人施护,凸显专科特色、服务特色以及人文关怀,让高品质的专科护理形成品牌,实现一科一品一特色,从而构建完整的服务链^[4]。本院心血管病科在 2020 年 5 月起,以中医适宜技术为核心,将中医技术的独特优势与现代护理相结合,打造具有中医特色的专科护理品牌——温“心”港湾。本文探讨心血管专科中医特色护理品牌建设的具体方法及内容,现报告如下。

1. 成立护理品牌创建小组

1.1 小组机构

成员 15 人,护士长任组长,科主任任技术指导,主任医师 1 名,副主任护师 1 名,主管护师 7 名,护师 3 名,护士 3 名。

1.2 品牌定位与核心价值

护理品牌建设坚持以病人为中心,以中医适宜技术为核心^[5]。融入丰富的人文关怀措施^[6]。致力于为患者提供高效、安全、舒适的护理服务。将中医技术的独特优势结合现代护理理念,能够更好地满足心血管专科患者的健康需求,品牌定位明确,凸显中医特色,核心价值在于提升患者就医体验,实现身心健康^[7]。

1.3 创建目标

进一步突出中医特色,发挥中医护理优势,提高护理质量,保障护理安全,重视护理文化建设,努力为患者提供安全、优质、满意的护理服务,根据《全国护理事业发

展规划(2021—2025 年)》指引,落脚于人民日益增长的多样化护理需求,^[8]创造具有独立中医特色的专科护理品牌,提升科室核心竞争力。

1.4 创建过程

召开护理品牌创建启动会,进行头脑风暴,收集科室亮点,确定科室品牌创建的方向;定期召开小组会议,强化品牌意识,让成员充分认识品牌创建的目的及意义,形成工作标准,并逐步细化品牌内容,并以甘特图的方式制定品牌建设推进内容^[9]。

2. 护理品牌建设内容及开展

2.1 注重团队建设,加强人才培养

重视护理团队建设和培训,致力于打造一支具备中医护理知识和技能的专业团队,满足护理品牌建设对护理人员的素质要求。通过定期的中医理论学习、技术培训和实践操作,提升护理人员的专业素养和服务能力。同时加强团队协助和沟通,形成共同的服务理念和目标^[10]。成立以专科护士主导的质量控制小组,培养专科护士 7 人,涉及中医护理、心血管、ICU、伤口造口失禁以及静疗专科,发挥辐射作用,逐步提升整体护理能力,各专科联合解决护理工作中的疑难问题,参与护理查房及疑难病例讨论^[11]。

2.2 实施责任制整体护理服务

坚持以病人为中心,推行首问首迎负责制,责任护士 10 分钟内到位,提供入院时—住院中—出院时—出院后全程化责任制整体护理服务^[12]。

入院时从“人、机、物、流、环”五个方面进行宣教,具体内容为:

1 人:介绍科室主任、护士长、主管医生、责任护士;

2 机: 查房时间、治疗时间、巡视时间、作息及探视时间等;

3 物: 物品摆放;

4 流: 检查流程、标本采集流程、陪护办理流程、停车流程、订餐流程;

5 环: 病房环境、病区环境、医院环境等, 包括呼叫器、热水房、安全通道等。

住院期间提供“五心”护理服务^[13], 以同情之心急病人所急, 想病人所想, 力所能及地帮助患者; 细心观察患者病情变化; 爱心帮助患者, 用心观察, 发现并满足患者日常需要; 耐心宣教, 从饮食起居、情志指导, 到疾病相关知识, 用药注意事项等; 以高度的责任心为患者提供优质的基础护理和专科特色护理。

出院时从“起、食、情、药、诊”五个方面宣教:

1 起: 起居有常, 适量运动。

2 食: 饮食清淡, 低盐低脂, 少量多餐。

3 情: 情绪稳定, 切忌大喜大悲。

4 药: 遵医嘱用药, 勿自行停药或者更改药量。

5 诊: 指导患者自我监测病情, 按时复诊, 不适随诊。

出院后开展延续性护理服务, 建立了心脏守护公众号及抖音号, 定期发布相关科普知识。坚持电话、微信、居家随访, 关注患者状况, 指导患者正确用药; 适量运动、合理饮食; 监督患者认真监测病情, 按时复诊^[14]。定期开展科普活动, 普及心血管慢病知识, 提升自我管理能力, 降低复发和进展的风险。

2.3 发挥中医护理优势, 深化中医内涵建设

开展中医特色护理查房, 落实中医护理方案, 培养护理人员中医思维。以中医整体理念为指导, 结合患者个体差异及需求, 制定个体化的护理方案, 注重整体调理, 身心并重, 提供针灸、艾灸等中医护理技术十余项; 注重创新与临床应用, 优化手指点穴、中药膏摩等操作流程; 开展中医特色护理课题, 致力于为患者提供更加个性化的中医护理服务^[15]。

为了提高科室高血压患者的就医体验, 提高中医非药物治疗的依从性, 以高血压患者为例, 开展基于循证的创新性护理服务, 在中医经络腧穴理论基础上, 以手指点穴为切入点, 优化操作流程、操作手法, 在医嘱太阳、风池、百会为穴的基础上增加印堂、攒竹、鱼腰、丝竹空、精明、四白、头维、四神聪等12个辅穴, 使其具有完整性、连续性,

延长操作时间。头为百脉之宗, 通过刺激头部相关穴位可使局部组织产生热效应, 促使血管扩张, 开窍醒脑、疏肝理气, 有利于更好地控制血压, 每次10分钟, 每天一次, 治疗时间7天。

在手指点穴疏通经络、醒脑开窍基础上联合头部循经刮痧疗法, 根据头部经络循行, 依次对督脉、膀胱经、胆经进行刮拭, 刮拭督脉和膀胱经循行区域, 可疏肝理气、醒神开窍、镇静安神; 刮拭胆经循行区域有助于活血化瘀、醒脑开窍、疏通经络, 可明显改善患者头晕症状。在刮拭过程中坚持点线面相结合的原则, 对百会穴、风府穴、风池穴、太阳穴等进行重点压, 共计3-5分钟, 以头皮微微发热为度, 每天一次, 治疗时间7天。

2.4 丰富人文关怀举措

将中医特色护理与人文关怀结合起来, 将其作用发挥至极致。保持良好的职业形象; 微笑服务, 用一言一行温暖病人的心; 改变称谓为“爷爷”“叔叔”等, 温暖且亲切, 拉近护患距离; 提供整洁的就医环境; 设便民服务箱, 备有充电器、雨具、指甲刀等生活用品; 设阅读专区, 备有国学、宣教手册、毛笔、魔方等, 提供休闲阅读场所; 设留言本, 倾听患者心声; 组织健康教育, 增强保健意识及心血管病管理能力, 提高生活质量。

2.5 基于中医健康理念, 予以个体化的健康教育

高血压患病的危险因素众多, 尤以不良生活方式为最为困扰, 近年来健康的生活方式被越来越多的提及, 其作用也是任何药物干预都替代不了的, 所以在治疗的同时予以针对性的健康教育以改变患者不健康的生活方式、提高对疾病认知尤为重要。

基于中医特色护理品牌建设过程中, 以中医健康理念为指导, 实施体质辨识, 并根据患者体质从饮食、运动、情志、生活起居等方面针对性的辨体调摄, 以满足不同患者的需求; 根据患者个体情况进行降压操、眩晕康复操、舌操的指导, 提升患者自我护理意识及能力; 开展延续性护理, 患者出院后通过电话、微信群、公众号、抖音等方式定期科普相关内容, 并提供健康咨询。

2.6 质量控制与评估、反馈

制定严格的护理操作规范和流程, 加强护理质量的监控和管理, 建立完善的质量控制与评估体系, 确保中医护理服务的专业性和安全性。高度重视患者体验与反馈, 建立患

者满意度调查机制,及时了解其体验与反馈,将其作为提升护理服务质量的重要依据。积极与患者沟通,倾听患者意见,及时发现和解决护理服务中存在的问题,及时调整护理方案与服务内容,提升患者满意度。

3. 基于中医特色护理品牌建设在心血管专科护理中的成果

3.1 基于中医特色护理品牌建设能有效缓解高血压患者的临床症状,护理效果显著。

高血压是心血管专科最常见的慢病之一,其危险因素包括遗传、年龄以及不良生活方式等,基于中医特色护理品牌建设更加注重中医适宜技术的创新与应用,对改善高血压患者临床症状有着独特的优势。

新的健康教育模式在既日常规护理基础上,坚持辨证施护、辨证施膳,予以基于中医健康理念的个性化健康教育,改变了高血压患者不健康的生活方式、提高了患者对疾病认知、重视,有利于患者更好地控制血压,缓解临床症状,同时有利于突出中医特色,发挥中医护理优势。

3.2 基于中医特色护理品牌建设有助于增强患者就医体验,提高患者满意度。

当前随着社会的进步,医学模式的转变以及优质护理服务的推行,护理观念、护理范畴都在发生着深刻的变化,患者的需求也在发生着变化,尤其对于高血压、糖尿病等慢性病患者来说,不再满足于治疗与生理护理,而是更多关注疾病预防、健康教育及心理护理,因此充分发挥自身优势,发展护理品牌建设,是科室医院发展的需要,也是顺应护理事业发展的需求。在护理品牌创建过程中基于中医护理雄厚的理论实践基础,以中医适宜技术为切入点,以患者为中心,丰富人文关怀措施,加强延续性护理,深化护理服务内涵,形成独具特色的科室护理品牌,提高了护理质量,保障了护理安全,改善了护理服务,同时打造了一支高效、团结、有爱的护理团队,增强了患者就医体验,提高了患者护理满意度。

3.3 基于中医特色护理品牌建设有助于提升科室及医院核心竞争力。

科室品牌建设是目前科室及医院提高核心竞争力的重要途径。对于中医院来说,充分发挥自身的中医优势,紧跟国家战略方针,传承精华,守正创新,打造专业、特色的科室护理品牌,有助于提升科室及医院核心竞争力,充分发挥

在医疗行业的地位和影响力,推动中医护理高质量发展,为建设健康中国做更多更大的贡献。

4. 讨论

心血管疾病起病急,病情复杂,开展基于中医特色护理品牌建设微观上符合科室发展特点,宏观上也是顺应时代的发展,符合我国国情的,这一建设必将推动专科护理的持续发展和护理质量的整体提升,改善患者症状,提升满意度的同时,有利于提升科室及医院的核心竞争力。同时它也是一个系统而漫长的过程,在未来仍需从多方面、多病种入手,不断提升护理服务的专业性和人性化水平。坚持持续发展,学习借鉴先进的护理理念,以患者需求为导向,以中医技术为特色,不断创新和优化护理服务,扩展心血管专科实施病种,挖掘中医护理在更多心血管疾病中的应用,提升中医护理品牌的竞争力和影响力,为患者提供更加优质、高效、温馨的护理服务体验。

参考文献:

- [1] 刘明波,何新叶,杨晓红,等.《中国心血管健康与疾病报告2023》概要(心血管疾病流行及介入诊疗状况)[J].中国介入心脏病学杂志,2024,32(10):541-550.
- [2] 林瑛,心绞痛合并便秘患者中的按摩护理研究[J].心血管病防治知识,2019,9(20):80-82.
- [3] 健康中国行动推进委员会.健康中国行动(2019-2030)[EB/OL].[2019-07-15].http://www.gov.cn/xinwen/2019-07/15/content_5409694.htm.
- [4] 韦春玉,梁莉,苏慧甜,等.一科一品优质护理服务在泌尿科的应用效果探讨[J].智慧健康,2024,10(05):223-226+230.DOI:10.19335/j.cnki.2096-1219.2024.05.056.
- [5] 李琳,徐萍.中医适宜技术参与慢病一体化综合管理的路径与优势[J].中医药管理杂志,2024,32(08):116-118. DOI:10.16690/j.cnki.1007-9203.2024.08.043.
- [6] 张彩霞,殷长靖,姚兰娟.授权赋能理论下健康教育配合人文关怀对老年心血管疾病患者的效果分析[J].心血管病防治知识,2023,13(35):81-84.
- [7] 李文星.中医文化素养在心血管内科管理中的应用[J].中医药管理杂志,2022,30(24):178-180. DOI:10.16690/j.cnki.1007-9203.2022.24.039.
- [8] 全国护理事业发展规划(2021-2025年)[J].中国护理管理,2022,22(06):801-804.

- [9] 邱利娟,黄益琼,卢珊,等.基于“一病一品”构建乳腺专科品牌的实践与探讨[J].当代护士(上旬刊),2022,29(4):92-95.DOI:10.19791/j.cnki.1006-6411.2022.10.028.
- [10] 徐玉莹,夏红霞.创新中医特色文化建设在提升护理团队综合管理水平中的作用[J].中医药管理杂志,2024,32(07):143-145.DOI:10.16690/j.cnki.1007-9203.2024.07.038.
- [11] 王淑琴.多学科协作护理在高血压患者中的应用价值[J].中国医药指南,2024,22(16):113-116.DOI:10.15912/j.issn.1671-8194.2024.16.034.
- [12] DELANEY L J. Patient-centred care as an approach to improving health care in Australia J. Collegian 2018. 25 (1) : 119-123.
- [13] 常燕,尹丽君,陶慧敏.五心护理模式联合Watson关怀理论对肺癌术后化疗患者的影响[J].心理月刊,2023,18(05):120-122.DOI:10.19738/j.cnki.psy.2023.05.037.
- [14] 刘寒.《个体化延续护理对改善老年高血压病患者生存质量的效果》.中西医结合心血管病电子杂志,2019(30):128.
- [15] 庄平,张广清,林美珍.中医护理内涵建设的实践与研究[J].中国中医药现代远程教育,2013,11(21):141-142.

作者简介:

杨芳芳(1988.06-)女,汉族,山东烟台,本科,北京中医药大学房山医院,主管护师,研究方向:中医护理。