

护士参与新媒体健康科普真实体验的质性研究

李婷¹, 徐建文¹, 羌虹¹, 卫笑笑¹, 汪娟¹, 王婧婷²

(1. 上海市杨浦区市东医院 护理部, 上海, 200438;

2. 海军军医大学护理系, 上海, 200433)

摘要: 目的 了解护士参与新媒体健康科普的体验及存在问题。方法 采用现象学质性研究方法,对14名全流程参与新媒体健康科普制作和推广的护士进行半结构化访谈。结果 护士参与新媒体健康科普真实体验包括4个主题和13个亚主题,4个主题包括:护士职业价值感提升;护士新媒体健康科普能力提升;护士在新媒体健康科普中的困难;感知到患者存在复杂科普需求。结论 护士参与新媒体健康科普存在获益体验,也遇到一些困难。管理者应整合资源,完善支持系统,促进护士参与新媒体健康科普的同时,提升其职业价值感及综合能力,构建满足患者复杂需求的高质量新媒体健康科普作品。

关键词: 新媒体; 健康科普; 护士; 真实体验; 质性研究

中图分类号: R 192.6 文献标志码: A 文章编号: 2709-1961(2024)01-0061-05

A qualitative study on the experience of nurses participating in new media health science popularization

LI Ting¹, XU Jianwen¹, QIANG Hong¹, WEI Xiaoxiao¹, WANG Juan¹, WANG Jingting²

(1. Department of Nursing, Shanghai Yangpu Shidong Hospital, Shanghai, 200438;

2. School of Nursing, The Naval Medical University, Shanghai, 200433)

ABSTRACT: Objective To understand the experience and problems of nurses participating in new media health science popularization. **Methods** Using the qualitative research method of phenomenology, semi-structured interviews were conducted with 14 nurses who participated in the production and promotion of new media health science popularization. **Results** The real experience of nurses participating in new media health science popularization included 4 themes and 13 sub-themes. The 4 themes included: the improvement of nurses' sense of professional value; the improvement of nurses' new media health science popularization ability; the difficulties of nurses in new media health science popularization; perception Patients have complex science needs. **Conclusion** Nurses had benefited experience and encountered some difficulties in participating in new media health science popularization. Managers should integrate resources, improve the support system, encourage nurses to participate in new media health science popularization, enhance their sense of professional value and comprehensive ability, and build satisfaction High-quality new media health science popularization works with complex needs of patients.

KEY WORDS: new media; health science popularization; nurses; real experience; qualitative research

《健康中国行动(2019-2030)》提出“医院要组建健康科普队伍制定健康科普工作计划,建设新媒体健康科普平台”^[1]。护士作为患者“疾病护理-健康管理-疾病预防”全流程信息传递的主要

群体,承担着普及健康科普信息的重要责任。在“健康中国”战略背景下,“新媒体”通过多元化的传播及获取方式,成为大众日常获取健康知识的重要手段^[2]。因此,本研究通过现象学质性研究

方法了解护士参与新媒体健康科普的真实体验及存在问题,为护士更好地开展新媒体健康科普工作提供依据。

1 资料与方法

1.1 一般资料

2023年3月,采用目的抽样法,遵循样本最大差异化原则,选取医院参与新媒体健康科普的护

士14人。纳入标准:①新媒体健康科普护理委员会成员;②全流程参与过新媒体健康科普作品制作和推广;③愿意表达内心真实体验并同意接受访谈。排除标准:近6个月未参与新媒体健康科普制作者。研究样本量以资料信息达到饱和为标准。14名护士年龄22~44岁,平均(27.40±6.03)岁;女13名,男1名;文化程度大专8名,本科6名。研究对象一般资料见表1。

表1 访谈对象一般资料(n=14)

编号	性别	年龄	职称	学历	工龄	能级	科普特长	参与健康科普年限	参与新媒体健康科普年限
A	女	44	主管护师	本科	25	N4	文案撰写	7	3
B	女	25	护师	大专	2.5	N2	视频剪辑	0.5	0.5
C	女	25	护师	大专	4	N2	视频剪辑	3	2
D	女	22	护士	大专	2	N1	摄影	2	2
E	女	22	护士	大专	0.5	N1	语言表达、视频剪辑	0.5	0.5
F	女	33	护师	本科	13	N3	绘画、脚本、手绘漫画	13	0
G	女	25	护士	大专	4	N2	视频剪辑、电脑绘画	4	4
H	女	32	主管护师	本科	12	N3	创意、发现总结	12	7
I	女	23	护士	大专	2	N2	纸质绘画、水彩、创意	2	2
J	女	30	护师	本科	10	N3	剪辑、录音、抠图	9	4
K	女	30	护师	本科	10	N3	文案撰写、视频剪辑、创意	8	3
L	男	26	护师	本科	5	N2	语言表达、视频剪辑	4	2
M	女	25	护师	大专	5	N2	表演	3	2
N	女	22	护士	大专	2	N1	手绘	1	1

1.2 方法

1.2.1 访谈:采用现象学研究方法,对护士进行面对面、半结构式访谈。访谈前,研究者向访谈对象说明研究目的、意义、程序、资料收集方法以及结果的处理方法和呈现形式,告知访谈过程进行录音,在知情同意前提下签署知情同意书。征得研究对象同意后,在环境舒适、安静不被打扰的会议室进行访谈,每次访谈时间约为30~40 min。

通过文献回顾、课题组讨论以及3名护士预访谈后,拟定访谈提纲:①“请分享一下您参与新媒体健康科普制作及传播经历。”;②“您在此过程中的感受?”③“您觉得开展此项工作有哪些益处?”④“您开展此项工作中遇到了哪些困难,需要哪些支持?”。访谈过程中,研究者根据具体情况随时调整提问方式,适时进行追问,如“能否再具体一些?”“您为什么会这样想?”,鼓励访谈对象充分表达内心体验和感受,且不对访谈对象施加任何诱导和干预,尊重其表达的感受,并注意访谈对象的情绪及声音变化。

1.2.2 资料整理与分析:访谈结束24小时内,使用

Freedom of Speech软件将录音资料转录为文档,并再次核对资料。由2名研究者分别采用Colaizzi 7步分析法^[3]对资料进行分析,步骤为:①仔细阅读所有材料;②析取有重要意义的陈述;③对反复出现的观点进行编码;④将编码后的观点进行汇集;⑤写出详细、无遗漏的描述;⑥辨别出相似的观点;⑦回访受访者处求证。研究者在反思基础上,按照一定的顺序和主题进行重构,使最终形成的主题间具有一定的内在关联性。

2 结果

2.1 护士职业价值感提升

2.1.1 职业认同感提升:患者对新媒体健康科普作品的认可,增强了护士的职业认同感,提升了工作满意度,进而激发了护士的创作积极性。F:“新媒体健康科普跟传统宣教模式相比,患者觉得更容易理解和接受,我从事的护理专业能帮助到更多的患者,我更喜欢现在的工作状态”。H:“新媒体科普特别为老年人设计(大字版、沪语版),患者获益是我持续创作的动力”。K:“患者说想不

到护士们做得科普作品有专业和深度,很了不起。得到患者夸奖,被认可时很开心,认识到从事护理专业的价值”。

2.1.2 提升个人成就感:发布的新媒体健康科普内容受患者及家属好评,被多渠道传播与“点赞”,护士个人成就感提升。C:“当患者和家属表扬我的科普作品通俗易懂,转发到家族群时,会让我忘记创作过程的艰辛”。J:“当患者因作品好而记住我的名字,被点赞关注,我的名字出现在满意度测评表时,我感到很满足”。K:“因为要创作科普作品,花更多的时间学习专科理论知识,提升了自己的专业(水平),能够为患者、身边亲属朋友答疑,还能被转发关注,很有成就感”。A:“(科普作品)完成后有很强烈的自豪感,尤其是获得患者表扬时”。

2.1.3 提升护患满意度:新媒体健康科普让患者享有同质化的优质健康科普服务,提升了护患沟通效率,促进了患者、家属与护士间的良性互动,使得患者对护士信任度提高,进而治疗依从性提高,护患满意度得到提升。C:“有些患者频繁更换家属陪护,先看短视频再当面指导,给那些不善讲解的护士增加了助力,沟通效率变高了,患者觉得更有安全感”。G:“科普视频易学易懂,可以反复学习,我们工作效率得到提高,患者也满意”。N:“患者被科普后,大大提高了用药、运动依从性,协作更顺畅,疗效更满意,满意度测评时还特地点名表扬”。

2.2 护士新媒体健康科普能力提升

2.2.1 科普内容创作能力提升:科普内容创作中,需将临床专业知识和技能转换成通俗易懂的健康科普知识。访谈中,几乎所有的护士都表示会在创作健康科普文案之前查阅相关指南、文献,尽可能了解最前沿的信息,并将专业知识转化易于患者理解的科普内容。A:“从事这个(新媒体健康科普)工作以后,我的专业知识、创作能力明显提升”。K:“将枯燥的学术语言转化成通俗易懂的科普内容,真正做到了寓教于乐”。N:“感觉自己在查阅文献、写作能力上都要比同一届的同学好一些。”

2.2.2 新媒体创作工具应用能力提升:护士对于各种新媒体创作软件的使用技能提升,有些技能甚至是从零开始学习,过程困难,但熟练掌握后可明显提升创作效率。A:“我学会了很多(新媒体)软件的使用,虽然过程很痛苦,但很有用”。I:“通

过系统学习软件,不仅在科普制作中可以用,还能运用到生活中,感觉提升很快”。J:“医生表扬我视频剪辑水平越来越好,而且很高效。”。

2.2.3 团队协作能力提升:高效的团队协作能够提升新媒体健康科普的制作质量和效率,最大限度发挥护士的专业能力。多数访谈对象认为优秀的新媒体健康科普作品创作需要团队协作,不同年龄、专业、技能专长的医护共同参与,各尽其职,而不是“小作坊”形式的组合。F:“好的作品需要有不同年龄层次的老师参与。‘70后’、‘80后’老师知识体系完善,‘90后’思维创新,‘00后’思想前卫且技能多元化”。K:“我们(护士)需要医生、技师、康复师等在专业知识方面给予一定的帮助,毕竟科普内容还是很严谨的”。L:“团队分工明确,会互相帮助补短板,很有集体荣誉感”。

2.3 护士在新媒体健康科普中的困难

2.3.1 科普作品制作耗时多:护士在将专业知识转化为新媒体健康科普作品时,常需要牺牲个人休息时间去思考科普内容呈现形式,反复进行文案修改,有时需多次拍摄和编辑素材。C:“很苦恼(科普)资料以什么样的方式呈现,会纠结很久”。G:“修改(科普)文案过程比较困难,反复拍摄、后期制作也会占用大量时间”。I:“视频剪辑、穿插配音和文字非常耗时,总是要熬夜”。

2.3.2 新媒体技术的应用困难:当下新媒体技术发展飞速,护士与专业新媒体制作人对新媒体技术的应用能力上存在较大差距,普遍反映技术运用不够熟练。D:“学习视频剪辑花费时间较多,精力跟不上。”K:“新媒体对标题、用词内容、表现形式有独特的要求,专门的技术团队参与呈现效果会更好”。M:“很多软件都需要从零学起,就掌握简单应用方法,想要精益求精感觉有点难”。

2.3.3 科普传播过程中的阻力:新媒体健康科普的传播效果低于预期,部分访谈对象表示团队完成的作品遇到传播困境。患者更愿意看“大咖”访谈类科普,更愿意关注专家教授个人账号。I:“医生的宣传专栏更容易得到患者信赖,护士专栏的点击量主要在院内,(点击转载低)有挫败感”。L:“很多媒体有转载和发布限制、导致观看量和途径等数据低,有时感到沮丧”。N:“作品上传到平台,播放量都是先靠同事、家人支持,想要推广感觉挺困难”。

2.4 感知到患者存在复杂科普需求

2.4.1 科普内容个性化需求:患者对疾病健康管

理、专业心理支持、生活健康常识、养生保健等方面的健康科普有很高个性化需求。D:“一些患者有焦虑、恐惧、孤独等心理状况,需提供个性化心理疏导类科普,帮患者走出困境”。E:“患者住院时和出院后想要了解的(健康科普)内容有很大区别”。M:“出院患者对养生、疾病防治等方面求知欲强烈,觉得医护人员讲的(健康科普内容)比较可信。”

2.4.2 科普作品高质量需求:数字媒体由于信息发布、传递形式不再局限,大众获取健康科普知识渠道多样化,然而科普作品质量良莠不齐,难以甄别,患者对高质量科普作品有很高需求。E:“患者认为健康科普有商业色彩时,可信度下降”。J:“部分患者会受到一些片面、甚至非专业的科普宣传误导,而不停更换治疗方法”。L:“患者希望能从正规、科学、权威途径得到疾病科普知识”。

2.4.3 科普形式多样化需求:不同年龄、文化及认知水平的患者对新媒体健康科普形式的喜好和选择存在差异。B:“我们科老年人比较喜欢有故事情节的,本地人多的话还需要沪语版,会更亲切”。I:“科普短视频与传统的科普手段不一样,老年人喜欢情景再现剧情的科普,中年人喜欢搞笑短视频,视力不好的患者需要放大版图片和字体”。K:“应该根据年龄段选择不同科普形式,比如小朋友选动画模式最理想”。

2.4.4 科普传播渠道多元化需求:新媒体健康科普突破时间与地域限制,获取渠道更为多元化,患者倾向从其生活中常看的视频平台中搜索科普作品。B:“网络时代下,感觉超过95%的患者会使用手机刷视频,了解疾病和治疗信息”。L:“有些直播在带领大家做康复运动的同时,还传授健康知识”。N:“进病房经常能听到各种平台短视频的声音,患者手机用的很熟练的”。

3 讨论

3.1 关注民众健康需求,构建高质量的新媒体健康科普,促进患者健康结局改善

当前,我国居民健康素养水平总体较低,2021年中国居民健康素养水平为25.40%^[4]。健康知识储备不足是影响居民健康的重要因素^[5]。相较于传统的医护口头宣教、患者被动接受模式,互联网+时代,利用新媒体技术和平台,将医学专业知识经过通俗化加工,形成高品质健康科普,更直观生动,易被患者接受^[6]。本研究结果显示,新媒体

健康科普能够为患者提供健康知识,增进护患关系,促进护患良性互动,提升患者健康管理依从性,故有潜力成为提升民众健康素养的可行之路。护士作为医疗保健专业团队的重要一员,需及时了解患者需求,积极为包括患者和健康人群在内的大众群体提供可满足其个性化健康需求的科普知识,借力新媒体技术,促进健康科普传播,从而改善患者健康结局。

3.2 参与新媒体健康科普有效提升护士职业价值感及综合能力

护士为大众传播科学保健知识同时,提升了专业知识和新媒体技能。新媒体健康科普作品被患者浏览、收藏、转发,形成一定的宣传效应,也促进了护士与患者建立密切的信任关系,使患者更好地认同护士的专业性^[7]。与此同时,新媒体健康科普也激发了护士工作的积极性,形成良性循环,使职业价值感得到提升。护士参与科普作品制作,进行了大量文献阅读、文案撰写、软件学习等工作,虽遇到了诸多挑战,但也提升了科学思维能力、新媒体技术应用和团队协作等综合能力。

3.3 培养技能专长多样化的新媒体健康科普团队,完善新媒体健康科普支持系统

护士在完成和推广科普成果过程中,综合能力和团队协作能力得到提升和巨大考验^[8]。因此,应充分整合资源,寻求决策层政策、资金等支持,邀请专家参与科普内容审核与指导,聘请新媒体专业技术工作者提供技术培训和指导,鼓励护士结合自身兴趣和专长参与如演讲技巧、知识传播、视频剪辑、表演等技术培训^[9]。建立“科普专科护士库”,细化护士的专业方向和技能特长,组建多支具备不同领域健康照护专业知识的新媒体健康科普团队,提升科普产品质量和产出效率。

综上所述,新媒体健康科普的发展方兴未艾,护士在探索创新健康科普中需密切关注民众需求。管理者应注重资源整合,完善新媒体技术支持系统,让护士感知职业价值感及综合能力提升,形成护士乐于参与、患者及民众受益良性循环。此外,还需注重新媒体健康科普成果的监管和评价,加强审查,避免出现误导和质量问题,真正起到推动医疗健康事业发展、促进国民健康素养提升的有益作用。

利益冲突声明:作者声明本文无利益冲突。

参考文献

- [1] 国家卫生健康委员会.《健康中国行动(2019–2030)》[EB/OL]. (2019–07–15) [2023–04–02] http://www.gov.cn/xinwen/2019-07/15/content_5409694.htm.
NATIONAL HEALTH COMMISSION OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA. Healthy China 2030 [EB/OL]. (2019–07–15) [2023–04–02]. http://www.gov.cn/xinwen/2019-07/15/content_5409694.htm. (in Chinese)
- [2] 叶欢瑶, 张春梅, 吴亚美, 等. 浙江省部分医院护士开展微信健康科普知识宣教现状调查[J]. 医学与社会, 2018, 31(5):24–27.
YE H Y, ZHANG C M, WU Y M, et al. Investigation on health popular science knowledge education using WeChat among nurses in several hospitals in Zhejiang Province[J]. Med Soc, 2018, 31(5): 24–27. (in Chinese)
- [3] Colazzi P. Psychological research as the phenomenologists views it [M]. New York: Oxford Univ Press, 1978: 48.
- [4] 国家卫生健康委员会. 2021年全国居民健康素养水平达到25.40%[EB/OL]. (2022–06–07) [2023–04–12]. <http://www.nhc.gov.cn/xcs/s3582/202206/5dc1de46b9a04e52951b21690d74cdb9.shtml>.
NATIONAL HEALTH COMMISSION OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA. The health literacy level was 25.4in% 2021 in China [EB/OL]. (2019–07–15) [2023–04–02] <http://www.nhc.gov.cn/xcs/s3582/202206/5dc1de46b9a04e52951b21690d74cdb9.shtml>. (in Chinese)
- [5] 江光荣, 李丹阳, 任志洪, 等. 中国国民心理健康素养的现状与特点[J]. 心理学报, 2021, 53(2): 20.
JIANG G R, LI D Y, REN Z H, et al. The status quo and characteristics of Chinese mental health literacy [J]. Acta Psychologica Sinica, 2021, 53(2): 20.
- [6] 陈华娟, 陈利敏, 陈彩平. 视频互动宣教模式在对产妇配偶健康宣教中的应用[J]. 解放军护理杂志, 2018, 35(10): 74–76.
CHEN H J, CHEN L M, CHEN C P. Application of video interactive education model in health education for puerpera's spouses [J]. Nurs J Chin People's Liberation Army, 2018, 35(10): 74–76. (in Chinese)
- [7] 吴晓芸, 朱英娥, 裔馨颖, 等. 微信原创科普文章的撰写及发表对肝肿瘤科护士职业获益感的影响[J]. 国际护理学杂志, 2020, 39(9):1580–1583.
WU X Y, ZHU Y E, YI X Y, et al. The influence of WeChat original science popularization on nurses' perceived professional benefits in hepatic oncology department [J]. Int J Nurs, 2020, 39(9): 1580–1583. (in Chinese)
- [8] 王方, 刘蕊, 王孟妮, 等. 河南省护理人员健康科普工作现状调查[J]. 河南预防医学杂志, 2022, 33(9):700–704.
WANG F, LIU R, WANG M N, et al. Analysis of current situation of nurse performance in health science popularization in Henan Province [J]. Henan J Prev Med, 2022, 33(9): 700–704. (in Chinese)
- [9] 文俊骁. 新媒体时代医院健康科普的实践与思考: 以广西壮族自治区妇幼保健院为例[J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(4):236–238.
WEN J X. Practice and thinking of health science popularization in hospitals in the new media era—taking the maternal and child health hospital of Guangxi Zhuang autonomous region as an example [J]. J Issues Res, 2022, 13(4): 236–238. (in Chinese)

(本文编辑:黄磊)