



## 《导引悲伤能量》

主编:李玉婵 编者:李佩仪、李开敏、侯南隆、张玉仕、陈美琴

推荐指数:★★★★

关键词:悲伤能量 临终关怀 哀伤辅导

推荐人:湖南省肿瘤医院宁养院 黄旭芬

“悲伤是一种能量，善用这股能量，伤痛将成为一份转化生命的礼物。”这是写在《导引悲伤能量》一书封面的话，正是书名及这句话吸引了我，也是职业使然，让我打开书本，想要赶紧找到“悲伤能量”。我所从事的宁养服务，需要面对太多悲伤者，如患者本人、患者子女、患者父母、患者兄弟姐妹等等，甚至是作为医务人员的自己。当被诊断为恶性肿瘤时，伴随患者心理反应各期，如否认、怀疑、恐惧、愤怒、接受等情绪的同时，是悲伤。家人面对亲人罹患恶疾或即将面临的死亡，同样会陷入悲伤痛苦中。专业照顾者也会因为与悲伤伴行或无能为力而感受到悲伤情绪。这种悲伤痛苦的人生课题，在我们每个人的生命历程中，都会经历。在悲伤时如何做到悲而不伤，并将悲伤转化为力量，指引前行的道路，是每个人的必修课，也是临终关怀者需要学习的悲伤辅导课程。

《导引悲伤能量》是悲伤咨询助人者的工作手册。主编李玉婵，编者有李佩仪、李开敏、侯南隆、张玉仕、陈美琴，都是心理咨询、生死教育、社会工作领域的专家。本书内容包括四篇：理论与技巧、实务与应用、超越与整合、助人与自助。内容丰富且实用，以帮助处于悲伤中的人重新认识自己、了解自己、接纳自己，让其从痛苦、失落的情境中解脱出来，帮助其坦然面对，并且将悲伤转化成人生的乐章。

作为临终照顾者，在陪伴他人悲伤失落的过程中，会有很多困惑，在与悲伤同行的路途中，也会促使我们回顾自己的悲伤历程。本书最后篇章，专门教导助人者如何自助，这对我个人职业淬炼与灵性成长助益匪浅。

阅读此书过程中，常常掩卷思索，曾经历的过往中那些令人悲伤的事件，其实都是个人生命成长不可或缺的元素，回想起来，也可以说是人生财富。

李开敏教授在“悲伤的生命乐章——个人失落与悲伤经验探索”中讲述了自己作为女儿经历父亲离世的情境、父亲离世后自己的感受以及悲伤应对方式。在她父亲离世后第二年的父亲节，在哪里过父亲节的想法刚冒出，突然就泪流不止，在彻底的情绪宣泄之后，反而感受到父亲去世后第一次与他那么亲近。她的这种感受，我非常理解，几乎是相同的经验，我对失去父亲的悲伤，是有深切体会的。我觉得作者是幸福的，也是幸运的，因为在她父亲临终时，至少懂得怎样去告别。而我的这种悲伤，却积压在心中太久才得以宣泄。



父亲生病直至离开的事实，在父亲离世的前几年一直是我不愿触及的伤痛。心中有后悔有心痛有遗憾，总想应该可以做得更好点。然而，时光永远都无法倒流。记得父亲去世第八年的那个父亲节，突然想起我怎么就再也不能打电话给父亲了，因此整整哭了一个晚上，然后写了一篇日记怀念他。在写日记的过程中，有关父亲的记忆一下子全都回来，而表弟的留言——我们过得好，就是对姑父最大的安慰，姑父也会护佑我们的。这也给了我最大的抚慰，让我能够原谅自己做得不够，明白父亲也会希望我们每个人都过得好。那是父亲去世后第一次面对内心的悲伤，也是那之后，才敢于提起对父亲的愧疚和想念。这个过程虽然有些漫长，但终于是走过了悲伤，并感受到父爱永远存在。经历过后，所以能够理解“爱是转化苦难的最佳力量”。

对于亲人的离去，我们很多时候会选择回避，不去碰触。然而，不去经历悲伤，又怎能得到走过悲伤的力量？只有正视悲伤、安顿悲伤、经验悲伤，并与悲伤对话，才能从亲人离去的事实中学习如何与悲伤同行。这也是临终关怀者在哀伤辅导时不会对丧亲者说“节哀”的原因。允许自己悲伤流露，接受自己的不完美、过错与不足，唯有包容自己、锻炼自己的心性，才是疗愈悲伤的源泉和通过苦难的道路。如同文章的后记所写：

“每个家庭都有属于自己的悲欢离合，交错在特定的历史时空脉络中。悲伤牵引我们螺旋式地升降，勇敢地经历它，承认过去，面向未来，生命可以继续自由丰富之旅。而最终，失落是让我们更成熟、更独立的一段又一段插曲，风雨过后终会回到生命的基调中，继续完成属于自己的乐章。”

经历悲伤，并在悲伤过程中感受到爱的流转，因此相信——悲伤能量，能将伤痛转化为生命的礼物。

## 网红医生，“被需要”还是“制造需要”？

“没有吹不了的牛皮，只有无底线的骗子。”今年2月，微博认证为热门健康医疗博主的“烧伤超人阿宝”发布了上述博文，并一连配了13张某短视频平台上的医生科普视频截图。截图中，类似“没有看不好的xx病，只有看不好的医生”样文案高度雷同地出现在多个医生的视频中。

3月初，抖音医疗一举处理了81个违规账号，并对相关MCN机构（网红孵化机构）实行违规警告等联动处置，原因指向编造或传播未经证实的医学信息，批量编造、传播低质同质化内容实施虚假宣传、人设打造、博取流量等行为。

大厂行医，短视频、短内容平台的崛起，流量加持，让医疗健康这一赛道成为兵家必争之地。医生IP的打造逐渐成为一项多方能够找到利益共识的交汇点，从“被需求”到“制造需求”一步之遥，将医生、医疗机构、平台和消费者串联在一起，而消费者的一些购买行为，也很可能被暗中“牵引”。

“健康科普是一项社会性很强的工作，不能仅仅依靠卫生健康部门，需要多部门通力协作，更需要社会各界广泛参与。”去年6月，国家卫健委宣传司有关负责人如此说道。

当时，国家卫健委等九部门联合印发《关于建立健全全媒体健康科普知识发布和传播

机制的指导意见》，要求建立健全全媒体健康科普知识发布和传播机制，增加全社会健康科普知识高质量供给，推进健康科普服务高质量发展。

对于擅长拿手术刀的医生来说，新媒体的运营并不是他们需要掌握的必要技能，健康科普这项任务，也给专业的运营机构留出了足够的发挥空间。

比如MCN机构具有雄厚的资金实力，可提供强大的技术支持，能为医生IP提供体系化的品牌推广、内容创作、粉丝运营等服务，持续提升医生IP的知名度和影响力，不断拓展扩大市场份额。

不过，当MCN机构过于追求流量、追求变现，医生IP的打造也就变味了。医生往往并不能有效地分辨哪类机构能够真正帮助他们运营好账号，而这也成了同质化内容泛滥的一个重要原因。

医疗是刚需市场，用户的浏览与消费意愿之间的转化比例不可小觑，医疗产品单独表现之外，大厂“行医”的不同打法值得思考。

互联网大厂的最终目标其实是大健康产业。无论是养生还是疾病，都将囊括在内，由此一步一步向医院服务的内核中延伸，逐渐形成一套大健康产业的闭环。

作者：杨月涵  
来源：北京商报



### 护士服饰的演变

多数史料认为，19世纪弗洛伦斯·南丁格尔戴的帽子是第一顶“护士帽”，如图D所示，在世界各国的邮票及照片中南丁格尔头上都戴着一层薄薄布料，但这还不是真正意义上的护士帽。克里米亚战争结束后，南丁格尔在英国的圣托玛斯医院创办了世界上第一所护士学校，当时对护士的着装要求很严格，实习生必须在头上戴上由南丁格尔协助设计的短方形帽子，如图E所示。瑞典也紧跟步伐，对护士着装有了统一的要求，图F就是瑞士护士穿着的特点，护理人员将头发整齐扎起并佩戴短方形帽子，手臂上佩戴着“红十字”袖章，身穿多尔赛特棉粗平布制作的简单又修身的衣服，一位着装干净整洁的护理人员展现于世人眼中。从邮票中患者45°的仰视中，我们看到了尊敬与爱慕，也看到了医患之间彼此的信任。此时，护士服饰开始摆脱修女装扮，拥有属于自己的职业着装打扮。

编者：王斌全 王磊 来源：《名画中的医学》