

I. 発表

「看護部ブログ」で検索して、看護部ブログの現状を調べた。

その結果、表の通りとなった。

看護部ブログは今後増加することが予測できる。

ブログの対象（情報発信先）を誰にするか？

どのようなブログに対しても、コメント数が極端に少ない。

双方向のコミュニケーションになっていない。

II. 意見交換

Q：ブログの内容は、誰を対象に発信しものが多いか？

A：外にむけてより、院内の者を対象にしたものが多いよう。壁新聞のようなものが多い。

コメントがなく活用されていない？もったいない。

先生：コメントというものは、最初はさくらが必要。

Q 「看護科、ブログ」で検索すると？

A ヒットあり。

Q 更新回数はどうやって調べたのか？

A 更新カレンダーがない場合は、地道に調べた。

先生：これからブログを作成する立場の者にとっては貴重な表なので、どこかで発表する？

先生：ブログにも目的があるはず。カテゴリーはあるのか？

どんなサイトを作るにしてもそのコンセプトを抑える必要がある。

先生：組織なので、誰が書くのかなど。そのあたりもコンセプトの一つとなる。

小さい病院だったら、お互いのことが分かっているからブログをみる必要がないのか？

大きい組織になってくると、誰がどう書くのかについて決めなければならない。

管理者が一人いれば、書き込んだ後に管理者が内容をチェックしてから公開するという方法も可能となる。

Q ブログは、見る人の制限もできるのか？

A 先生：できる。

先生：自由に書かせるのであれば、書くのは簡単だが、ルールが必要となる。情報リテラシー。ブログ

というのは、ひとつの記事を書いているようなもの、いわゆる一つの広報誌である。

Q 何のためにブログを作成しているのか？

A 一つは広報？もう一つは、病院としてのシステム自体がブログの場合、管理するものにとっては楽。更新するのが楽ならやってもよいか？みたいな背景もあるのか？ホームページにログインと書いてあるのは、ブログのシステムでできているということ。Movable type もある。

先生：今は、ツイッターに記載したものと同じ内容をブログに記載していることも多い。ブログはログインできれば誰でも書くことができるシステム。時間の流れがよく分かる。

Q トップから入れるのか？

A 10件中トップから入れるものがほとんどであった。戻るときには何度かクリックすることで戻れる時があった。

先生：トップから入れるかどうかでその組織内での位置づけが分かる。

アクセス数が多ければ多いほど上位に上がる。もう一つは、巨大なアクセス数のサイトからリンクしているかどうか？それが決め手となる。