

MEDIA ADVOCACY BY NURSES

メディアに映される看護師像に
満足していますか？

13MN010

福地 絵梨子

看護師のイメージとは

- ◎ 社会的イメージ

「優しい」「白衣の天使」「女性」「奉仕の精神」「医師に仕える」「忙しくきつい仕事」「3K」

- ◎ 自己概念

看護師が自分がどういう看護師になりたいか

- ◎ 職業的アイデンティティ

就職後、周囲の環境（医師や先輩看護師、職場）によって作られる特性。「従属性」「職業価値への不満」

テレビに映る看護師像に関する研究

◎ 最も古いのは

1963年 Schorr T. Nursing's TV Image, AJN

◎ 最も有名なのは

Kalishらが1981年～83年にかけて複数の報告を歴史的変遷をたどりながら1) 慈悲の天使（1854-1919）時代、2) ガール・フライデー：何でもやってくれる女子（1920-1929）時代、3) ヒロイン（1930-1945）時代、4) 母性像（1946-1965）時代、5) 性的対象（1960-1982）時代、にまとめた。

なぜ、メディアに映る看護師像が問題なのか。

テレビで取り扱われる専門職は、
他にも・・・

「医師」「弁護士」「裁判官」「刑事」「CA」

・・・でも、彼らはテレビで取り扱われることで、不利益が生じていない・・・。

ほとんどの視聴者が「テレビの中の〇〇像」として、認識している。

いかに、看護師が現実離れた存在としてメディアで取り扱われるか。



[click for larger image](#)

メディアに映る看護師像が悪いとどうなるか

- ◎ 職務遂行が困難になる。
- ◎ <セクハラ><パワハラ>
- ◎ 志願者の減少→<看護師不足>
- ◎ 離職率の増加



- ◎ <<質の低下>><<専門性の担保が困難>>

刻々と高度化する医療において本当にそれでいいのでしょうか。

そこで、大事なのが

“MEDIA ADVOCACY”

看護業界が行う2つのAdvocacy

- ◎ 政治アドボカシー：医療・看護関連の法案に看護師の立場を積極的に反映させることを目的とした活動
- ◎ メディアアドボカシー：テレビ・新聞・雑誌などのマスコミをターゲットとする活動。看護師の仕事に対する周知をはかり、看護業界以外の人々のを看護師の味方に付けること

MEDIA ADVOCACYの3つの段階

- ◎ 1. メディアのモニターである。
- ◎ 2. モニターした内容から、看護師の権益に与える影響を分析する。
- ◎ 3. 分析した結果を関係者と同時に世間に告知する。

→メディアの内容を看護師への貢献度によって評価し、格付ける。



SANDY SUMMERS

- 1984年 サウスコネチカット州立大学看護学部を卒業
ERナース、ICUナースとして活躍
- 1994-1999年 カンボジアでNGOに参加
- 2001年 公衆衛生学を学ぶため、の修士課程に入学。
- 2001年 Johns Hopkins Universityの大学院生7名と共に
看護婦不足の是正を目的にCNA ;
The Center for Nursing Advocacy) を設立
- 2002年 NPO法人に改変
- 2008年 仲間5人と[The Truth about Nursing](#) を設立
- 2010年 著書 Saving Lives を発売

THE TRUTH ABOUT NURSING の活動

サポーターの報告を元にメディアを分析。



JOIN WITH NURSES

Thursday, November 3, 2011

**International Day of Action:
MAKE WALL STREET PAY**

イメーアップに貢献したメディアトップ10と
イメージダウンを助長したワースト10

を選定し、発表する。



MEDIA ADVOCACY の発展 SOCIAL MEDIA の看護師イメージ研究

2011年 Jacinta Kelly らによる

The image of you : construction nursing identities in YouTube

‘nurse’, ‘nursing’をkey wordに 2005年～2010年のYouTube上の画像を検索。

目の保養としてではなく、プロの看護師像を扱っているもので、再生回数の多い10本を分析。

YOUTUBE 上のNSの3つの分類

◎ ‘a skilled knower and doer’ : 4 / 1 0

UAB emergency room rap

Decker School of Nursing, Binghamton, New York

◎ ‘a sexual plaything’ : 2 / 1 0

Virgin Mobile-virgin mobile yo yo hot nurse commecial

◎ ‘a witless incompetent individuals’: 2 / 1 0

Sister of Mercy Hospital

スキルを備えているけど、お馬鹿でセクシーな看護師像

日本では・・・

そして、注目される必要性

最近では、看護師だけを取り上げたドラマは少なくなり、医療サービスそのものを取り上げたものの方が、多くなっている。

それは、医療が医師－看護師という従属関係という概念よりも、医療サービスとして包括とらえられるようになってきたからか。

でも、看護師が全く見向きもされなくなるのは、もっと問題です。

看護師のイメージとは

- ◎ 社会的イメージ
- ◎ 自己概念

看護師が自分がどういう看護師になりたいか

- ◎ 職業的アイデンティティ

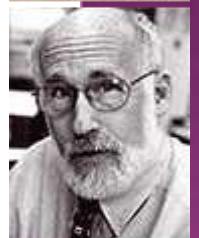
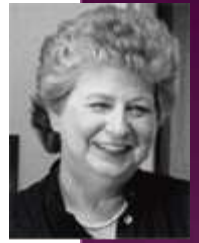
就職後、周囲の環境（医師や先輩看護師、職場）によって作られる特性。



社会的イメージは自己概念や職業的アイデンティティにも影響する＝周囲の見る目を変えることで、変えられる。

結論

- 看護師は自分たちの職業の取り上げられ方をもっと意識する必要がある。
- 自分たちの職業を正しく反映していないメディア（新聞・雑誌・テレビを含む）に対しては、評価する目を養うべきである。
- それが、人々へ自分たちの専門性を理解してもらう近道でもある。
- YouTubeのような Social Mediaは、公衆の発言が直接反映されるので、自分たちのイメージがどうとらえられているのかが、把握しやすい。





よりよい看護提供
と、未来の看護の
ために・・・

ご成長ありがと
うございました
た。