

シンポジウム1

育児支援ネットワークの構築に向けて

ヘルスプロモーションを推進する立場から

藤・内 修 二 (社)地域医療振興協会ヘルスプロモーション研究センター)

ヘルスプロモーションとは

オタワでのWHO国際会議で、新しい公衆衛生戦略としてヘルスプロモーションが提唱されて、すでに18年が経過した。これだけの時間が経過したのに、まだまだヘルスプロモーションの理念が広く定着したとは言いがたい。オタワ憲章には「ヘルスプロモーションとは、人々が自らの健康をコントロールし、改善できるようにするプロセス」と簡潔に定義されているが、この定義だけでは具体的にイメージしづらいというのが実情のようである。また、「健康増進」という言葉が古くから使われており、Health Promotionを直訳して「健康増進」と同義に捉えられることが多かったことも、この理念の定着を難しくしている。

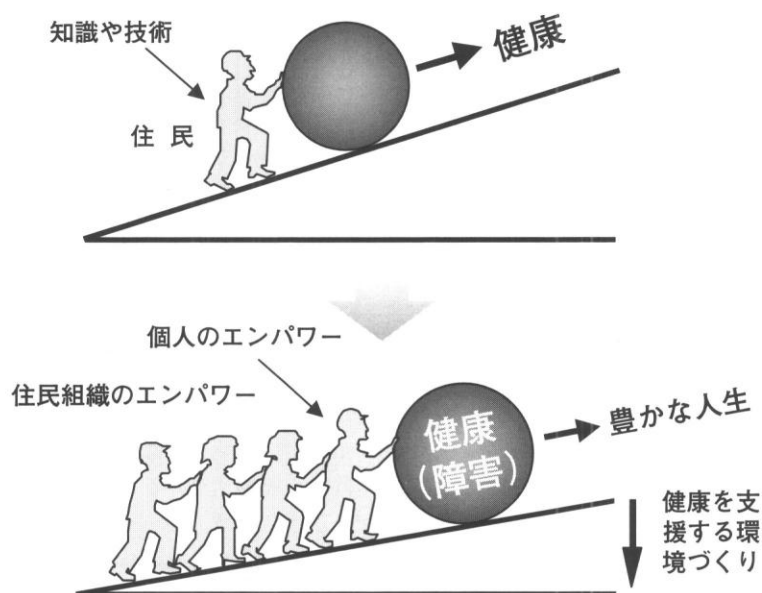
ヘルスプロモーション実践の展開モデルであるPRECEDE-PROCEED Modelを提唱したL.W. Greenはヘルスプロモーションを「健康的な行動や生活習慣が実践できるように教育的かつ環境的なサポートを組み合わせることで」と定義し、ヘルスプロモーションが従来の健康教育に加えて、健康を支援する環境づくり(supportive environment)をめざしていることを簡潔に言い表している。図はこうしたことをわかりやすくイラストにしたものである。このイラストだけで、ヘルスプロモーションの理念を説明することは困難であるが、その理解を助けるものであろう。

「健康増進」との違い

さて、改めてヘルスプロモーションは「健康増進」とどこが異なるのであろうか。ここは、原点に立ち返って、オタワ憲章の定義を読み解いてみよう。まず、「健康をコントロールする」という表現が用いられている。「コントロール」という表現は、保健医療の領域では「糖尿病のコントロール」という表現のように、慢性の疾患と上手に付き合いながら、合併症を予防したり、Quality of Life (以下、QOL)を維持・向上させることを意味している。慢性の疾患だけでなく、障害と上手に付き合いながら、自分らしい人生を送ることも健康を「コントロール」ということになろう。「健康増進」は、健康な人をますます健康にしようというイメージで、すでに慢性疾患や障害のある人にとっては、縁遠い感があるが、「健康をコントロールする」という考え方は、慢性疾患や障害を有する人々をも対象にしているのである。

子育て支援において、ヘルスプロモーションを考えるとき、「健康をコントロールする」とは、妊娠・出産・子育てで遭遇する種々の健康問題に対処しながら、親子のQOLの向上を高めることを意味する。図のイラストでは球に「健康(障害)」と書かれているが、「健やか親子21」検討会の議論では、「子どもの育ち」という球を皆で押していこうという提案がなされ、子どものいない世帯においても地域の子どもの育ちを支援する役割の大切さが確認された。

また、「……できるようにするプロセス」と



(島内1987, 吉田・藤内1995を改編)

図 ヘルスプロモーションの理念

いう表現もヘルスプロモーションの解釈を難しくしていよう。専門家主導ではなく、一人一人の住民が主体的に健康をコントロールすることができるようになることをめざしているのである。より明確な表現を使えば、エンパワメントをめざしているといってもよからう。

エンパワメント

エンパワメントは一言で言えば、「内なる力の回復」であり、本来、その人が持っている力を回復させようというものである。健康を願い、健康になろうとする力は、すべての人に本来備わっているはずなのに、様々な体験の中で、自信を失い、自分には健康をコントロールする力がないと思込んでしまっていることも多い。この状態を「パワーレス状態」と呼ぶが、慢性疾患のコントロールができずに、パワーレス状態に陥っている患者は少なくない。パワーレス状態に陥る原因となっている体験に、医師や看護職などの専門職が関わっていることもよくある。一生懸命、生活習慣の改善に努めたのにもかかわらず、血糖値やヘモグロビンA1cの値が改善しない糖尿病患者に対する、医師や看護

職の「ちゃんと、食事制限守ったの!？」という言葉が、自信を失わせ、自分には食事療法が実践できないと無力感を味あわせていることも少なくないからである。以前、小児科医をしていた頃に、熱発から数日たって、初めて子どもを受診させた親に対して、「なぜ、もっと早く連れて来なかったの!？」と責めたことが何度もあったが、今にして思えば、親をずいぶんパワーレスにしてきたものだと反省している次第である。

子育て支援におけるエンパワメント

育児不安は、思うような子育てができず、失敗を重ねるうちに、自分には子どもを育てる能力や資格がないのではと思いこんだり、無力感を感じたりしている状態であるが、これもパワーレス状態のひとつである。仕事を離れて子育てに追われる中で「自分の人生はこんなはずではなかった」と自分を見失っている状態も、パワーレス状態と言えよう。こうした状態から、やがてはわが子が可愛いと思えなくなり、育児を放棄したり、子どもを傷つけたりしてしまう児童虐待はパワーレス状態の最たるものであ

る。

子育て支援は、こうしたパワーレス状態を未然に防ぐとともに、子育ての意義を見失ったり、子育てにおける自信を失ったりした親が、その意義や自信を回復し、子どもを育てる喜びを取り戻すプロセス、まさに、エンパワメントを支援するものである。ヘルスプロモーションの視点から子育て支援を考えると、親と子のエンパワメントは非常に重要なコンセプトである。

エンパワメントのために

通常、エンパワメントは「傾聴」→「対話」→「実践」という3つのプロセスからなる。

「傾聴」はカウンセリングの基本であり、単に耳を傾けて聞くというのではなく、「聴」という文字が表すように十四の心(辛い, 悲しい, さびしい, 悔しい, 怖い, 嬉しい等々)で聴くこと, すなわち, 共感しながら聞くことである。母親が思うような子育てができずに悩んでいるときに、こうした共感を持って話を聞いてくれるだけで、母親の気持ちは軽くなるものである。こうした悩みを聞きだし、整理をすることで、その悩みの解決のために何が必要かを一緒に考えられるようにすることがポイントである。

そこで、「対話」が必要になる。「対話」は文字が示すように対等な立場で話し合うことで、専門職が「こうしなさい」と指示を出すのではない。専門職としてアドバイスはしても、あくまで本人に決定してもらうことが重要である。特に、本人に何ができるのか、どんな資源(家族や友達などの人的資源も含む)が使えるのかを考えてもらうことがポイントである。

こうして何をやるかが決まったら、「実践」が重要である。実践することによって、自信を回復する、すなわち、本来の力を取り戻すのである。こうした意味で、「実践」では、簡単なことからまずやってみることが大切である。こうした実践を重ねることで、自信を深めることになるのである。

こうしたエンパワメントのプロセスは対人支援の基本であり、エンパワメントという言葉聞いたことがなくても、こうしたことに配慮しながら進められる方は少なくないであろう。ヘルスプロモーションもこうした言葉は聞

いたことがなくても、取り組みそのものがヘルスプロモーションの実践になっていることが少なくない。こうした既存の取り組みの中に、ヘルスプロモーションの理念を確認することも、ヘルスプロモーションが定着していくためには重要な作業と考える次第である。

住民組織のエンパワメント

図では、一人で球を押すのではなく、多くの人の後押しがあれば、球を押して行きやすいことも示しているが、育児サークルや母子保健推進員といった住民組織がその役割を果たしていることは説明を要しないであろう。しかし、こうした組織活動が都市化に伴い、失われつつある。さらには、市町村合併により母子保健推進員が廃止された自治体もある。その一方で、もっと緩やかなつながりの新たな住民組織活動も始まっている。こうした活動についての詳細は別稿に譲るが、その活性化には、個人のエンパワメントと同様、「傾聴」→「対話」→「実践」というプロセスが重要である。組織のメンバー間での傾聴や対話だけでなく、住民組織と行政との間にも、傾聴や対話が必要であることを関係者は心得ておくべきであろう。

子育てを支援する環境づくり

以上述べてきた個人や組織のエンパワメントに加えて、図で示した坂道の勾配を緩やかにすることが、ヘルスプロモーションのもうひとつの大きな柱であるが、子育てにおいて、この坂道の勾配を構成するものは何であろうか？

この坂道の勾配を構成する要因は、虐待発生の環境要因とかなり重なっている。リストラや転職などにより経済的に不安定な状況、実家や周囲の人からの支援がなく、孤立した状態などの環境要因は虐待発生の要因であるが、坂道の勾配をきつくしている大きな要因である。

また、仕事と子育ての両立がしやすいかどうかも重要な環境要因である。子育て中の親が子どもと一緒に時間を少しでも長く持てるように、職場での配慮が得られるか、特に、子どもが病気のときに母親や父親が休暇を取りやすい環境であるかなどが重要である。もちろん、延長保育や夜間保育、さらには、病後児保育とい

た保育サービスの充実も、仕事と子育ての両立を支援する環境整備であるが、就労環境の整備とあわせて進められるべきであろう。

さらに、安心して子どもを遊ばせられる環境も大切な要因である。子どもと親がのびのびと遊べる環境が少ないことも子育てを通じて、親子が豊かな生活を送ることを難しくしているといえよう。

子育てを支援する環境づくりは誰の役割か

図のイラストでは、球を押すのが住民の役割であり、坂道の勾配を緩やかにするのは、行政や関係機関の役割で、住民にはその役割がないように見える。これは図のイラストの欠点なのだが、ヘルスプロモーションの実践において、健康を支援する環境づくりを行政や関係者だけでなく、住民と一緒に進めることが重要である。エンパワメントにおいて、取り戻すべき「内なる力」には、自分の周囲の環境を変える力も含まれているのである。

この環境を変えるプロセスには大きく分けて2つがあると考えている。

ひとつは、行政や関係機関に働きかけて、環境を変えるように促すことである。乳母車などで利用しにくい施設や分煙ができていない施設に対して、その改善を求めたりするのが、その例である。こうした一人一人の住民の要求も環境を変えるためには重要である。さらに、保健計画の策定を通して、環境を変えるための要求を組織的に行うことも効果的である。

もうひとつは、住民の手で自分たちの周囲の環境を変えてしまう取り組みである。例えば、既存の施設をうまく活用して、子どもと親の居場所を作り、その運営を自分たちで行ったり、住民たちが声かけをしあって、子どもたちが安心して外で遊べる環境づくりを進めたりすると

いう取り組みである。財政的に厳しい状況が続く中で、行政に要求すれば通る時代ではなくなった。自分たちで地域の資源を活用しながら何ができるのかを考える取り組みが、より重要になってきているといえよう。

次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画

次世代育成支援対策推進法により、平成16年度には、地方自治体と事業主に対して、次世代の育成を支援するための行動計画の策定が義務付けられた。こうした計画策定に住民が参画することが不可欠であるが、上述の2つのプロセスを意識することが重要である。すなわち、要望を伝えるだけの参画ではなく、その実現のために住民自身に何ができるかについても議論することである。次世代育成支援における行政や関係機関の取り組みの必要性は言うまでもないが、それ以上に子どもとその親が次世代の育成を支援する地域づくりに主体的に関わることが大切だからである。特に、市町村合併を控え、行政の枠組みが大きく変わる中で、地域において住民主体の取り組みが推進されることがますます重要になると考える次第である。

終わりに

母子保健計画やエンゼルプラン、そして、次世代育成支援対策地域行動計画と次から次への計画策定が求められ、何のための計画策定かが確認されないまま、策定作業が進められている感がある。今こそ、こうした取り組みのめざすものがヘルスプロモーションの実践であること、言い換えれば、子どもや親をはじめとする地域住民のエンパワメントであることを確認することが必要であろう。本稿がそうしたきっかけになれば、望外の幸せである。