

報告

ハーバード公衆衛生大学院におけるヘルスコミュニケーションの 歴史と概要

キャンサースキャン
石川善樹

本発表では、ハーバード公衆衛生大学院 (HSPH) におけるヘルスコミュニケーションの歴史と概要について報告を行った。具体的には、「1. HSPH におけるヘルスコミュニケーションの位置づけ」、「2. ヘルスコミュニケーション専攻の教育内容」、「3. ヘルスコミュニケーション専攻の学生の進路」、について具体的な事例を交えて報告を行った。

1. HSPH におけるヘルスコミュニケーションの位置づけ

HSPH として「コミュニケーション」に注力することを方向づけたのは、バリー・ブルーム前学長である。ブルーム氏は、「激動する時代の要請にこたえるため、また新たなパブリックヘルスの科学革命を、迅速かつ適切に現場の意思決定に持ち込むためには、コミュニケーションは不可欠」と考え、1998年の学長就任と同時に、学校の使命の一つに「コミュニケーション」を加えた。

具体的には、「The overarching mission of Harvard School of Public Health is to advance the public's health through learning, discovery, and communication」というミッションを掲げ、「教育 (learning)」、「研究 (discovery)」、「コミュニケーション (communication)」をHSPHの柱とした。

以後、数々のヘルスコミュニケーションに関するイニシアチブがとられてきたが、ヘルスコミュニケーションを専門的に学ぶヘルスコミュニケーション専攻が開講されたのは、2006年のことである。

2. ヘルスコミュニケーション専攻の教育内容

ヘルスコミュニケーション専攻の学生は、あらかじめ指定された授業科目の中から、合計10単位の取得が義務付けられている。2.5単位はHSPHの授業 (*Health Communication in the 21st Century* あるいは *Health Promotion through Mass Media*) を受講することが求められている。一方、残りの7.5単位は、ハーバード経営大学院、ハーバード教育大学院、ハーバード行政大学院など、HSPH以外の大学院からの単位も認められる(表1参照)。

表1. HSPH におけるヘルスコミュニケーション専攻の授業一覧

ハーバード 公衆衛生 大学院	<ul style="list-style-type: none">• <i>Political Analysis for U.S. Health Policy</i> [5]• <i>Organizing Consumer and Community Interests in the Health System</i> [2.5]• <i>Health Literacy</i> [2.5]• <i>Explaining Health Behavior: Insights from Behavioral Economics</i> [2.5]• <i>Public Speaking for Managers</i> [1.25]• <i>Strategic Marketing Management in Health Systems</i> [2.5]
ハーバード	<ul style="list-style-type: none">• <i>Digital Marketing Strategy</i> [5]

経営大学院	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Strategic Marketing in Creative Industries [5]</i>
ハーバード教育大学院	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Growing Up in a Media World [5]</i> • <i>Informal Learning for Children [5]</i> • <i>Innovation by Design: Projects in Educational Technology [5]</i> • <i>Transforming Education through Emerging Technologies [5]</i> • <i>Advanced Design Studio [5]</i> • <i>Research and Evidence: Framing Scientific Research for Public Understanding [5]</i>
ハーバード行政大学院	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Press, Politics and Public Policy [5]</i> • <i>Media, Politics and Power in the Digital Age [5]</i> • <i>New Media, Surveillance, Access, Propaganda and Democracy [5]</i> • <i>Introduction to Negotiation Analysis [5]</i> • <i>Persuasion: The Science and Art of Effective Influence [5]</i> • <i>Public Narrative: Self, Us, Now [2.5]</i> • <i>Public Narrative: Conflict, Continuity, Change [2.5]</i> • <i>Organizing: People, Power, Change [5]</i> • <i>The Arts of Communication [5]</i> • <i>Introduction to Writing for Policy and Politics [2.5]</i> • <i>Advanced Intensive Writing for Policy and Politics [2.5]</i>

参照:HSPHのヘルスコミュニケーション専攻のウェブサイトより引用(2014年3月23日現在)。カッコ内は単位数。

3. ヘルスコミュニケーション専攻の学生の進路

様々なバックグラウンドを持った学生がヘルスコミュニケーション専攻を志しているが、研究を通じて生産された「ナレッジ」を「エビデンス」に転換し、市民、政策立案者、保健医療従事者にコミュニケーションすることで、社会の健康状態の改善に貢献したいという想いを持っている。

卒業後のキャリアとしては、1) ヘルスコミュニケーション分野の研究者、2) 公的機関でキャンペーンやリスクコミュニケーションの企画・実践・評価、3) NPO、広告代理店、PR会社、マーケティング会社、4)健康/科学ジャーナリストなどがあげられる。

[参考文献]

ハーバード公衆衛生大学院のヘルスコミュニケーション専攻のウェブページ

<http://www.hsph.harvard.edu/health-communication/>

[略歴]

石川善樹

東京大学医学部健康科学科卒、同大学院医学系研究科修了。

ハーバード公衆衛生大学院ヘルスコミュニケーション専攻1期生。

博士(医学)(自治医科大学)

現在、キャンサースキャンにてイノベーションディレクターをつとめる。