

精神保健福祉領域における

プロシューマーに関する研究

相川章子

I. 研究の背景と意義

精神保健医療および福祉の歴史では、精神障がい者が医療の保護や訓練の下で人権を奪われてきた。専門職が支援を主導するなかでパワーレス状態を生み、二次的障害として社会生活のしづらさを招き、主体性を失い、夢と未来を失ってきた。また、専門職の反省とともに、精神障がい者自身が声をあげて「当事者主体」の動きが生まれ、セルフヘルプやピアサポートなどが展開されるようになった。そうした背景と同時に政策的な動きもあいまって、サービスの受け手である当事者が機関のスタッフ等として雇用され、サービスの送り手へと転換する人々が増加した。

本研究において保健福祉領域におけるプロシューマー（以下、プロシューマー）とは、「保健医療福祉サービスおよび支援の受け手（利用者・消費者/コンシューマー）であり、かつ自らが受け手（利用者・消費者）であるサービスおよび支援と同領域の保健医療福祉サービスおよび支援の送り手（提供者/プロバイダー・生産者/プロデューサー）であり、彼らが提供（生産）しているサービスおよび支援によって、金銭的対価として報酬給与を得ている者」と定義して使用する。

我が国においてプロシューマーに関する先行研究は、サービスの受け手であり、かつ送り手である特異的なポジションに着目した実証的な研究はない。また、本研究の社会的意義は、プロシューマーが生成されるプロセスおよび構造を明らかにすることで、当事者主体・リカ

バリー志向へのパラダイム転換が求められている精神保健福祉システムへの構造的な変革の方向性を示唆することに貢献するものと考えた。

II. 研究の目的

本研究の目的は、対人的支援（サービス）の受け手（消費者・コンシューマー）であり、かつ送り手（提供者/プロバイダー・生産者/プロデューサー）である人々に焦点を当て、支援の受け手と送り手という二つの立場（ポジション）を取ることを意味の解明にある。その支援関係における二つの立場（ポジション）間を行き来するという構造について社会的な状況との関連性を検証することを通じ、プロシューマーの固有性を明らかにすることを目指した。

III. 研究の方法

まず、先行研究によってプロシューマー萌芽のプロセスを整理し、その生成の背景となる理念の系譜と理論的な基盤について確認した。その先行研究を踏まえ、プロシューマーの多様性と特異的ポジションにおける特性を導き出すために質的研究法を採用した。また、プロシューマーの「ポジション」の構造を解明するために有用な理論として、社会構築主義アプローチにもとづくアイデンティティ論(箕浦, 2002)とプロシューマーの固有の意味世界に迫るためポジション理論(溝上, 2001)を援用した。

調査の分析においては、妥当性を確保するため、カテゴリー抽出、ライフストーリー分析、ポジション分析の三方法のトライアングレーションを用いた。その分析にあたっては、プロシューマーの内的変化および外的変化の意味構造を探るため、【やりがい】および《葛藤》に関する語り（ナラティブ）に着目して分析を試みた。

IV. 研究の結果

1. 研究の系譜

プロシューマー生成プロセスの背景には、「セルフヘルプ」、「権利擁護」、「就労・働く」をキーワードとする三つの系譜を見出せた。また、プロシューマーを生み出す理論の基盤には「ヘルパーセラピー原理」(Riessman, 1965)、「経験的知識」(Borkman, 1976)、「エンパワメント」「ストレングス」がある。それらの理論基盤に共通する概念が「リカバリー」であり、プロシューマーを論じる上で欠かせない。

概念系譜	i)セルフヘルプ	ii)権利擁護	iii)就労・働く
理論基盤	経験的知識 ヘルパーセラピー原理	エンパワメント	ストレングス
	リカバリー		

2. 北米における調査結果

北米では【やりがい】についての語りが日本に比べ豊かであり、[マイナス体験からプラスへ]の価値転換や[新たなプロシューマー・ポジションの創造]および[文化の創造]などへの語りがあり、それらは認定制度化など社会的状況の影響との関連がみられた。

《葛藤》については、〈専門職の無理解〉〈組織文化〉として〈アンチリカバリー志向〉による葛藤生成などがあり、それらの語りが認定制度化されていない時期の経験からの語りにみられるなど、社会的状況との関連性がうかがわれた。安心して自らの障がいを語ることによって、リカバリーが促進されてプロシューマーとして安心できる場(トポス)づくりに参画していた。その経験を生かした(自分にしかできない)意味ある仕事ができる喜びを得ているセルフエスティームが向上している事例などがみられた。そして、社会的状況を含めたプロシュー

マー的文脈のなかでプロシューマー・ポジションが生成・確立していくプロセスが見出せた。それらが【やりがい】創造や《葛藤》創出との関連性が明らかとなった。

3. 日本における調査結果

日本ではプロシューマーが未だ杞憂な存在であり、社会的なポジションが認知されていないこと、雇用のあり方が曖昧であることなどによって《葛藤》の語りが多くみられた。利用者か、支援者かという《ポジション葛藤》、専門職およびサービス利用者との二重関係を主とする《関係性葛藤》、専門職との役割の違いの不明確な《役割葛藤》などが互いに関連しあって存在しており、一般に雇用された者のほうがピアカウンセラー等特別に雇用された者よりも複雑な《葛藤》の語りが読み取れた。

その一方で《葛藤》を乗り越えて【やりがい】を見出す事例については、《葛藤》の語りのない事例に比べ、より可変で力動的な自由度の高い、その人らしいプロシューマー・ポジションを生成・確立していることが明らかとなった。

V. 結論

プロシューマーとしてサービスの受け手から送り手となる構造には、日米両国で共通する新たなプロシューマー・ポジションを生成しているプロセスを解明したが、プロシューマー・ポジションの生成には、【やりがい】創造と《葛藤》創出との相互関連への対処が課題であり、社会的な位置づけとの関連性で社会的承認を得るシステム化の必要性である。さらには、プロシューマーが新たな職種として位置づく社会的な意味のみならず、それらが精神保健福祉システムをリカバリー志向に向けてパラダイム変革を引き起こす可能性を持つものであると結論づけた。