



SYGGEPLEJERSKERNES FANTASTISKE

Sygeplejerskernes egne billeder og fortællinger skal genskabe den faglige stolthed og styrke rekrutteringen til et presset fag



Af direktør Lene Bornemann, ARTS in BUSINESS og direktør Peter Zeuthen, Visual Story

12 sygeplejersker, 12 spejlreflekskameraer, en workshop over 3 dage, og et nysgerrigt spørgsmål: Hvorfor er du sygeplejerske? Svaret bruges til med billeder og fortællinger at styrke rekrutteringen til et presset fag.

Sygeplejersker fra seks forskellige afsnit på Kirurgisk Afdeling, Roskilde og Køge sygehuse, Region Sjælland, har været i gang med at arbejde med en ny type narrativ metode, hvor sygeplejerskerne gennem teamprocesser, faglige indlæg, øvelser og opgaver i marken skulle udvikle positive fortællinger om deres fag ved hjælp af et spejlreflekskamera. Sygeplejerskerne skulle på den måde selv udvikle et autentisk, relevant og interessant employerbrand.

Workshop i kommunikation ved hjælp af kunst skulle inspirere sygeplejerskerne til at skabe fortællinger til unik og kreativ rekrutteringskommunikation baseret på sygeplejerskernes personlige erfaringer. Workshoppen skulle også skabe en involverende proces som et kreativt bidrag til organisationsudviklingen på Kirurgisk Afdeling.

Faget har stærkt brug for nye positive fortællinger. Manglen på sygeplejersker skyldes i høj grad de mange negative og dominerende fortællinger om dårlige lønninger og arbejds-

vilkår, mangelfuld ledelse og ringe udviklingsmuligheder. Det er ikke den slags fortællinger, der får en sygeplejerske til at gå glad på arbejde eller et ungt menneske til at overveje en karriere i det fag.

Men der findes alternative positive fortællinger, som står i skyggen af de negative. Det er disse fortællinger som de 12 sygeplejersker skal finde frem og illustrere med deres kameraer.

Rum for nye tanker

Sygeplejerskerne havde ikke erfaring med at fortælle historier med billeder. Det fik de. I et trykt og tillidsfuldt rum, hvor de fik mulighed for at se på hverdagen fra mange perspektiver. De fik øvelser, der trænedes billedsansen og formidlingen af den personlige fortælling.

Og så tog sygeplejerskerne tilbage til hverdagen – som én sagde: Med

Lene Bornemann, cand.merc., ARTS in BUSINESS – udvikler personlige og kreative talenter for kommunikation, ledelse og innovation hos ledere og medarbejdere

Peter Zeuthen, cand.comm., DL, Visual Story – rådgiver i film og billedkommunikation. Udvikler visuelle kommunikationskoncepter til erhvervsliv og organisationer.

friske øjne. Efter en uge mødtes alle igen og så billederne igennem. Og der var fantastiske historier fra det virkelige liv.

Ved at tale om billederne og deres indhold, fik sygeplejerskerne fortalt en masse positive historier om deres fag. Sygeplejerskerne fortalte fx historier om psykisk krævende arbejde, om højteknologisk udstyr, taknemmelige patienter og pårørende. De mange historier er efterfølgende samlet til fem alternative fortællinger om kompetencer, omsorg, sammenhold, muligheder og ansvar.

Medarbejderudvikling

Evaluering viser, at sygeplejerskerne synes de har udviklet sig, at den involverende proces har givet ny energi, og at de har fået genopfrisket stoltheden ved og betydningen af deres arbejde. De har oplevet det som grænsebrydende, at de med kameraet skulle interagere med fremmede mennesker, og de mener, at det er betydningsfuldt, at de har fået viden om billeder og fået trænet evnen til at betragte helheden på en ny måde.

Samarbejde og forståelse

Billederne viser alt fra operations-teams til eksempler på omsorgssituationer, og de tydeliggør forskellene mellem de seks afsnit på Kirurgisk Afdeling. Billederne illustrerer, at der er meget forskellige dagsrytmer, rutiner og arbejdsopgaver på tværs af afdelingen. Sygeplejerskerne var overra-



FORTÆLLINGER

12 sygeplejersker har fået træning i at fortælle historier med billeder.

skede over, at de var så forskellige, på trods af at de tilhørte samme afdeling. Som en sidegevinst, gav billederne anledning til en række faglige diskussioner fx. om brug af handsker, hygiejne og frisure. På billederne blev både god og dårlig praksis meget tydelig.

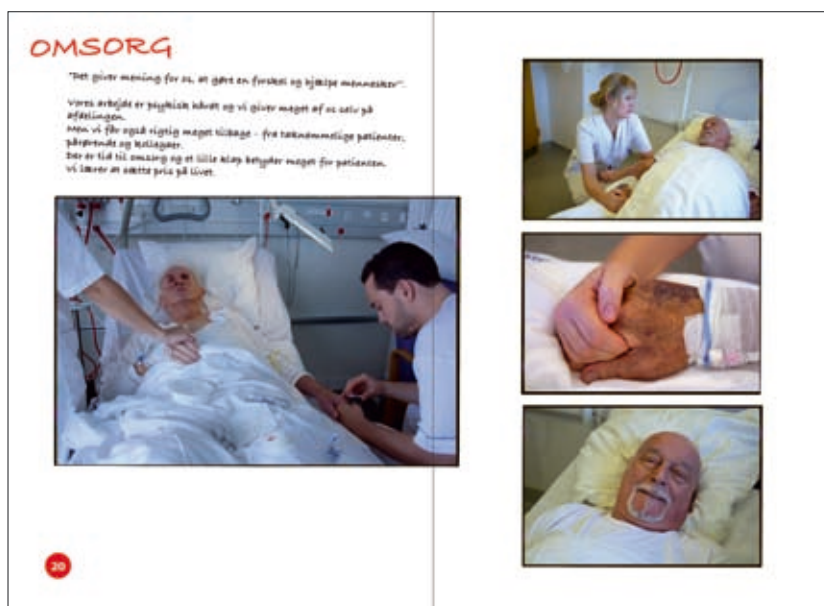
Kommunikation

Sygeplejerskernes billeder og fortællinger skal bruges på flere måder. Fortællingerne udkommer i en foto-kunstmagasin med titlen 'Vores Fantastiske Arbejde', struktureret efter de fem fortællinger. Bogen skal styrke interessen for faget, bruges i rekrutteringsarbejdet i Regionerne og bruges i forbindelse med ansættelser på Kirurgisk Afdeling. Billederne vil desuden blive brugt på Kirurgisk Afdelings hjemmeside samt til rekrutteringsannoncer. Kursisterne og Kirurgisk Afdelings ledelse ønsker at købe kameraer, så medarbejderne og de nye kompetencer kan sættes i spil i forbindelse med afdelingens fremtidige kommunikation. Der har været artikler om processen i Regionsbladet Esset og på regionens intranet. Fortællingerne og billederne vil endvidere blive anvendt i forbindelse med uddannelsesmæssige og udstillinger på sygehusene. ■

Litteratur

Michala Schnoor - Narrativ organisationsudvikling – at forme fælles mening og handling. Dansk psykologisk forlag, 2009

Bruno Ingemann - Billedteori
Institut for Kommunikation, journalistik og datalogi, Roskilde Universitets Center 1989/2004



Se mere. Sygeplejerskernes fortællinger er samlet i en kunstfotobog, som vi linker til på www.kommunikationsforening.dk

4 NYE REDSKABER TIL EMPLOYERBRANDING

- 1. Kunst giver mulighed for at skabe sammen** - Ved at tage billeder og fortælle historier får kollegaer mulighed for at skabe nye måder at forstå deres arbejde på. Det udvikler den enkeltes kreativitet og sammenholdet.
- 2. Billeder formidler** - Billeder kommunikerer til hjertet. Billeder fortæller historier og sætter beskueren i gang med tolke og skabe mening. Billedforståelse giver den enkelte flere muligheder i sin personlige kommunikation.
- 3. Fortællinger forandrer** - Fortællinger er konkrete og handler om menneskers hverdag. Vi skaber vores virkelighed gennem vores fortællinger. Ønsker vi forandringer, må vi derfor fortælle alternative fortællinger.
- 4. Involvering** - Involvering af medarbejderne i kommunikationen skaber motiverede mennesker og troværdige og relevante budskaber.