Review Paper

The Image of Nursing in Social Media: A Narrative Review

Maedeh Mortezanasab[1, 2], Narges Arsalani[1], Mariye Jenabi Ghods[1, 2], Mahdieh Motie[1,2], Banafsheh Ghorbani[1, 2], *Masoud Fallahi-Khoshknab[1]

Use your device to scan and read the article online

Citation Mortezanasab M, Arsalani N, Jenabi Ghods M, Motie M, Ghorbani B, Fallahi-Khoshknab M. [The Image of Nursing in Social Media: A Narrative Review (Persian)]. Iran Journal of Nursing. 2025; 38:E3465. https://doi.org/10.32598/ijn.38.3465.1

https://doi.org/10.32598/ijn.38.3465.1

Received: 21 Feb 2025
Accepted: 21 Mar 2025
Available Online: 23 Aug 2025

Keywords:
Social media, Nursing, Nurses, Professional Image

ABSTRACT

Background & Aims The image of nursing portrayed in social media plays a crucial role in shaping nurses' professional identity, public trust in the healthcare system, and recruitment in the nursing profession. This study aimed to review how nursing is portrayed in social media platforms.

Materials & Methods This is a narrative review. Relevant articles published between 2019 and 2025 were searched in national (MagIran, SID) and international (Scopus, PubMed, Web of Science) databases using Persian and English keywords (nursing, nurses, social media). After removing duplicates and irrelevant studies and assessing their quality, 12 articles were finally included in the review.

Results The findings revealed diverse and sometimes contradictory portrayals of nursing in social media. Positive images included "hero," "angel," and "jack-of-all-trades," while negative images included "victim" and "error maker." These images were portrayed in platforms such as Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn, newspapers, and films.

Conclusion Stereotypical and sometimes inaccurate portrayals of nursing in the media can negatively affect the professional identity and job satisfaction of nurses and public trust in nurses. Therefore, it is essential for the media to adopt a scientific, accurate, and responsible approach in representing the image of nursing to help promote the professional status of nurses.

1. Department of Nursing, School of Behavioral Sciences and Mental Health, University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran.
2. Student Research Committee, University of Social Welfare and Rehabilitation of Sciences, Tehran, Iran.

*** Corresponding Author:***
Masoud Fallahi-Khoshknab, Professor.
Address: Department of Nursing, School of Nursing, University of Social Welfare and Rehabilitation of Sciences, Tehran, Iran.
Tel: +98 (912) 5097144
E-Mail: msflir@yahoo.com

Copyright © 2025 The Author(s);
This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC-By-NC: https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.en), which permits use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited and is not used for commercial purposes.

Extended Abstract

Introduction

Nurses play a fundamental role in ensuring public health and maintaining the quality of care in the healthcare systems. The image of nursing portrayed in social media can affect public trust in nurses, the professional identity of nurses, and even recruitment and retention in nursing education. Social media has a dominant role in shaping perceptions, making it essential to understand how the nursing profession is represented across these platforms. This study aims to investigate the image of nursing in social media.

Methods

This is a narrative review. Relevant studies were searched in online databases published from 2019 to 2025. In the initial search, 389 articles were identified. After removing 58 duplicates, 331 articles remained, of which 299 were excluded due to their irrelevance to the topic. In the full-text review screening, of the remaining 32 articles, 18 were excluded due to limited focus or lack of conceptual relevance, and 2 were excluded due to low quality. Finally, 12 articles were reviewed.

Results

The thematic analysis of the selected studies revealed five dominant themes regarding the image of nursing in social media:

- Nurses as Heroes: Especially during the COVID-19 pandemic, nurses were portrayed as selfless heroes, risking their lives to care for others.

- Nurses as Victims: Some studies have emphasized the hardships nurses face in the absence of adequate support systems, presenting them as victims of systemic shortcomings.

- Nurses as Angels: Idealized portrayals of nurses, often emphasizing emotional and compassionate aspects, sometimes distort the scientific and professional identity of nurses.

- Nurses as Jack-of-all-Trades: In this theme, nursing is portrayed in a very general manner, completely ignoring the specialized aspects of the nursing profession.

- Error-Focused Image: This theme shows how the media portrays negative perceptions of nursing errors and undermines public trust.

Conclusion

The review highlights how social media during health crises can shape collective perceptions, either by reinforcing professional values or reducing nursing to symbolic clichés. Although some portrayals in social media have positively affected the public image of nursing, others have perpetuated stereotypes and failed to capture the complexity and scientific foundation of nursing practice. A balanced, evidence-informed representation is needed to accurately reflect nursing's true role and image.

This review underlines the need for accurate, respectful, and multidimensional portrayals of nursing in social media. Nurses themselves should be empowered to share their voices and experiences through digital platforms. Promoting media literacy among nurses and encouraging strategic communication can help in reframing the professional image of nursing in alignment with reality and the values of the profession.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

All ethical principles were considered in this study. This is a systematic review study. No experiments were conducted on human or animal samples. Accordingly, there was no need for an ethical code.

Funding

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Authors' contributions

Conceptualization and design: Maedeh Mortezanasab and Masoud Fallahi Khoshknab; Data collection and literature search: Maedeh Mortezanasab, Mariye Jenabi Ghods, Mahdieh Motie, Banafsheh Ghorbani; quality evaluation and analysis: Maedeh Mortezanasab, Masoud Fallahi- Khoshknab, Narges Arsalani; writing: Maedeh Mortezanasab; Review & editing: Masoud Fallahi -Khoshknab

Conflict of interest

The authors declared no conflict of interest

This Page Intentionally Left Blank

مقاله مروری

تصویر پرستاری در رسانه‌های اجتماعی: یک مرور روایتی

مائده مرتضی‌نسب[۲،۱]، نرگس ارسلانی[۱]، ماریه جنابی قدس[۲،۱]، مهدیه مطیعی[۲،۱]، بنفشه قربانی[۲،۱]، مسعود فلاحی خشکناب[۱]

Use your device to scan and read the article online

Citation Mortezanasab M, Arsalani N, Jenabi Ghods M, Motie M, Ghorbani B, Fallahi-Khoshknab M. [The Image of Nursing in Social Media: A Narrative Review (Persian)]. Iran Journal of Nursing. 2025; 38:E3465. https://doi.org/10.32598/ijn.38.3465.1

https://doi.org/10.32598/ijn.38.3465.1

تاریخ دریافت: ۰۳ اسفند ۱۴۰۳
تاریخ پذیرش: ۰۱ فروردین ۱۴۰۴
تاریخ انتشار: ۰۱ شهریور ۱۴۰۴

چکیده

زمینه و هدف تصویر پرستاری در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری هویت حرفه‌ای پرستاران، اعتماد عمومی به نظام سلامت و جذب نیرو در این حرفه داشته باشد. باتوجه‌به گسترش رسانه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر، بررسی بازنمایی پرستاری در این رسانه‌ها اهمیت زیادی یافته است.

روش بررسی در این مطالعه، منابع مرتبط با پرستاری در رسانه‌های اجتماعی به‌صورت هدفمند جست‌وجو و تحلیل مضمون یافته‌ها به‌صورت روایتی انجام شد. جست‌وجودر رسانه‌های اجتماعی از پایگاه‌های معتبر داخلی شامل مگیران، پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و خارجی شامل پابمد، اسکوپوس و وب‌آوساینس با کلیدواژه‌های فارسی و انگلیسی پرستاری، پرستاران، رسانه‌های اجتماعی، nurses، nursing، social media برای مقالات منتشرشده در بازه زمانی ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۵ صورت گرفت. پس از ارزیابی کیفیت مقالات، ۱۲ مقاله برای تحلیل نهایی انتخاب شد.

یافته‌ها نتایج نشان داد رسانه‌های اجتماعی بازنمایی‌های متنوع و گاه متناقضی از پرستاران ارائه داده‌اند. تصاویر مثبت شامل «پرستار به‌عنوان قهرمان»، «فرشته» و «آچار فرانسه» و تصاویر منفی شامل «قربانی» و «خطاکار» بودند. این تصاویر در رسانه‌هایی مانند توییتر، اینستاگرام، فیس‌بوک، لینکدین، روزنامه‌ها و فیلم‌ها بازتاب یافته بود.

نتیجه‌گیری بازنمایی‌های کلیشه‌ای و گاه نادرست از پرستاری در رسانه‌ها می‌تواند پیامدهای منفی برای هویت حرفه‌ای، رضایت شغلی و اعتماد عمومی داشته باشد. بنابراین لازم است رسانه‌ها در ارائه تصویر پرستاران رویکردی علمی، دقیق و مسئولانه اتخاذ کنند تا زمینه ارتقای جایگاه حرفه‌ای پرستاران فراهم شود.

کلیدواژه‌ها:
پرستاری، رسانه‌های اجتماعی، پرستاران، تصویر حرفه‌ای

۱. گروه پرستاری، دانشکده علوم رفتاری و سلامت روان، دانشگاه علوم توانبخشی و سلامت اجتماعی، تهران، ایران
۲. کمیته تحقیقات و فناوری دانشجویی، دانشگاه علوم توانبخشی و سلامت اجتماعی، تهران، ایران.

* **نویسنده مسئول:**
دکتر مسعود فلاحی خشکناب
نشانی: تهران، دانشگاه علوم توانبخشی و سلامت اجتماعی، دانشکده علوم رفتاری و سلامت روان، گروه پرستاری.
تلفن: ۵۰۹۷۱۴۴ (۹۱۲) ۹۸+
رایانامه: msflir@yahoo.com

Copyright © 2025 The Author(s);
This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC-By-NC: https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.en), which permits use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited and is not used for commercial purposes.

مقدمه

تصویر پرستاری در دیدگاه مردم و رسانه‌ها، یکی از مفاهیم چالش برانگیزی است که از دیرباز وجود داشته است و رسانه یکی از عوامل سازنده این مفهوم است [۱، ۲]. پرستاری به‌عنوان حرفه‌ای مراقبتی و پرستاران به‌عنوان افرادی دلسوز و تحصیل‌کرده، تحت الشعاع گزارش‌های منفی قرار گرفته‌اند [۳]. تصویر عمومی جامعه از حرفه پرستاری برای جذب و نگهداری افراد در این حرفه، تخصیص منابع به این حرفه، اعتماد عمومی به این حرفه، احساس هویت در پرستاران، رضایت و فرسودگی شغلی از اهمیت زیادی برخوردار است. درواقع تصویر پرستاری به نقش و هویت پرستار گره خورده و ارائه این تصویر بسته به زمینه فرهنگی هر جامعه‌ای متفاوت است [۴].

در بستر و دیدگاه شغلی، پرستاری تمایل به انتقال یک تصویر حرفه‌ای دارد که به ایجاد و تقویت انگیزه، اعتماد و انتظارات برای پاسخگویی بهتر، در پرستاران منجر شود که خود موجبات رضایت شغلی و انگیزه کاری را فراهم سازد [۵]. پرستاری از جمله مشاغلی است که امروزه زیر بنای چگونگی ارائه تصویر آن، از لحاظ اجتماعی و فرهنگی ساخته‌شده است و ارائه تصویری دقیق و صحیح از پرستاران و نقش آن‌ها، در همه رسانه‌ها امری ضروری است. تصویر پرستاری به این معنی است که پرستاران و دیگران چگونه پرستاری را درک می‌کنند [۴]. تصویر عمومی پرستاران بسیار متفاوت از تصویری است که خود پرستاران از حرفه پرستاری دارند و بیشتر مبتنی بر اولین برخورد است و ظاهر پرستار اغلب اولین چیزی است که در مورد پرستاران به نمایش گذاشته شده است. تصاویر متناقض و کلیشه‌ای ازحرفه پرستاری خصوصاً در قرن ۲۱ نمایش داده شده است. نقش‌های کلیشه‌ای برای نمایش دادن این حرفه آسان و ساده است اما جای تعجب است که به چه دلیل کسانی که به نوعی از پرستاران تصویرسازی می‌کنند مانند نویسندگان، روزنامه‌نگاران، کارگردانان و یا مدیران تولید فیلم، نمایشنامه‌های تلویزیونی، برنامه‌های خبری و رسانه‌های چاپی از روش‌های دقیق و علمی برای ارائه تصویر پرستاری به عموم بهره نمی‌گیرند [۶].

رسانه‌ها با نمایاندن صحیح و اصولی چهره پرستاری در جوامع می‌توانند بر سیمای پرستاران هم در سطح فردی و هم در سطح حرفه‌ای اثرگذار باشند [۷]. رسانه‌های اجتماعی ازجمله رادیو و تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی در ارائه تصویری حرفه‌ای و بعضاً غیرحرفه‌ای از مشاغل مختلف از زوایا و ابعاد و دیدگاه‌های متفاوت در جوامع نقش عمده‌ای دارند [۸]. بنابراین لازم است برای ارائه یک تصویر اصولی، استاندارد و مطابق با چارچوب حرفه‌ای دقت کافی داشته باشند [۵]. رسانه‌ها بر درک و اعتماد عمومی به حرفه و جذب نیرو، سیاست‌گذاری و تصویر از خود پرستاران مؤثر هستند. در کشورهای درحال‌توسعه، مردم نسبت به پرستاری دیدگاهی تخصصی ندارند، به‌طوری‌که ازنظر آن‌ها، پرستاران ممکن است نسبت به پزشکان هوش کمتری داشته باشند یا وابسته به پزشکان، ناتوان و با دستمزد کم تلقی شوند [۱]. این کلیشه‌های نمایش داده‌شده ممکن است باعث افزایش و یا تجدیدنظر دانشجویان پرستاری به‌صورت بالقوه، ستایش و یا انکار ارزش‌ها و موقعیت این حرفه باشد. در ایران پرستاران برای کسب احترام از مردم، تلاش می‌کنند؛ بااین‌حال، آن‌ها همچنان در حال مبارزه برای توسعه و رهایی از یک موقعیت زیردست به ارث برده در طول سال‌های گذشته هستند [۹]. رسانه‌های اجتماعی ازجمله سینما و تلویزیون در ارائه تصویری حرفه‌ای و بعضاً غیرحرفه‌ای از مشاغل مختلف از زوایا و ابعاد و دیدگاه‌های متفاوت در جوامع نقش عمده‌ای دارند. بنابراین لازم است برای ارائه یک تصویر اصولی، استاندارد و مطابق با چارچوب حرفه‌ای دقت کافی داشته باشند، چراکه نمایش دادن غیرواقعی و اغراق‌آمیز از آن حرفه می‌تواند تبعات جبران‌ناپذیری را به دنبال داشته باشد [۱].

راس و همکاران اذعان دارند پرستاران باید با نشان دادن اخلاقیات و روابط بین حرفه‌ای مناسب و قدرت علمی خود سعی در ارائه تصویری در شأن و منزلت حرفه پرستاری داشته باشند تا هم تصویر ساخته‌شده در رسانه‌ها و هم تصویر عمومی شکل‌گرفته در ذهن مردم اصلاح شود [۱۰]. تحقیقات انجام‌شده توسط اسپیر و همکاران ابعاد مختلفی که بر روی تصویر پرستاری و پرستاران مؤثر هستند را شناسایی کرده است که شامل درک از خود پرستاران، ظاهر فیزیکی، سطح آموزش، گزینه‌های پیشرفت شغلی، هویت تاریخی پرستار در کشور و تعاملات مردم با پرستاران رسمی و غیررسمی و برداشت‌هایی در مورد کیفیت مراقبت‌های دریافتی از آن‌ها بود [۷].

همچنین یافته‌های اخیر نشان می‌دهد رسانه‌های اجتماعی، به‌ویژه پس از همه‌گیری، نقش مؤثری در بازنمایی نقش پرستاران در افکار عمومی و گفتمان سلامت داشته‌اند. برای نمونه، سارگینسون و وندلر در مطالعه مروری نظام‌مند خود، به تأثیر رسانه‌های اجتماعی در آموزش پرستاری اشاره کرده‌اند [۱۱] و نلسون برانتلی و همکاران نیز استفاده از این رسانه‌ها را عاملی در تصمیم‌گیری‌های حرفه‌ای پرستاران برشمرده‌اند [۱۲].

به‌طورکلی باتوجه‌به این‌که رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر زندگی امروزی، نقش مهمی در شکل‌دهی به دیدگاه‌ها و بازنمایی حرفه‌ها در سطح جامعه ایفا می‌کنند و پرستاری به‌عنوان یکی از ارکان اصلی نظام سلامت، همواره تحت تأثیر بازنمایی‌های صورت‌گرفته در این رسانه‌ها قرار داشته است؛ بنابراین تصویر پرستاران در رسانه‌های اجتماعی نه‌تنها بر ادراک عمومی از این حرفه اثرگذار است، بلکه می‌تواند پیامدهایی برای هویت حرفه‌ای، جذب نیرو و اعتماد عمومی به نظام سلامت به همراه داشته باشد. تاکنون مطالعات متعددی به بررسی تصویر

پرستاری در رسانه‌ها پرداخته‌اند. ازجمله مطالعه‌ای که به تحلیل بازنمایی پرستاران در رسانه‌های اجتماعی قبل و بعد از همه‌گیری کووید-۱۹ پرداخته است، مطالعه تقلیلی و همکاران است [۱۳]. مطالعه حاضر با رویکرد مرور روایتی با هدف تحلیل مفهومی و معنایی بازنمایی حرفه پرستاری در رسانه‌های اجتماعی به‌دنبال شناسایی، گردآوری و تحلیل دقیق شواهد علمی موجود درباره بازنمایی پرستاری در رسانه‌های اجتماعی است و تلاش می‌کند تصویری جامع و مبتنی بر شواهد ارائه کند تا مبنایی قوی‌تر برای سیاست‌گذاری‌های حرفه‌ای، برنامه‌های آموزشی و ارتقای هویت حرفه‌ای پرستاران فراهم شود.

روش بررسی

در این مطالعه مروری روایتی، مطالعات مرتبط با تصویر پرستاری در رسانه‌های اجتماعی از پایگاه‌های معتبر داخلی شامل مگیران[1]، پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی[2] و خارجی شامل پابمد[3]، اسکوپوس[4] و وب‌آوساینس[5] به زبان‌های فارسی و انگلیسی در طی سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۵ با استفاده از کلیدواژه‌های فارسی پرستاری، رسانه‌های اجتماعی، پرستاران و انگلیسی nursing، nurses، social media (به‌صورت کلیدواژه‌های مستقل و نیز ترکیب آن‌ها با استفاده از عملگرهای بولی (NOT, OR, AND) بررسی شد.

انتخاب مطالعات براساس ارتباط موضوعی با هدف پژوهش و کیفیت محتوایی انجام گرفت. تمامی مقالات بدون در نظر گرفتن مکان و محل انتشار و شیوه انجام کار مورد بررسی قرار گرفتند. در جست‌وجوی اولیه، ۳۸۹ مقاله شناسایی شد. پس از حذف ۵۸ مقاله تکراری، ۳۳۱ مقاله برای مرور مفهومی اولیه بررسی شدند که ۲۹۹ مورد به‌دلیل نامرتبط بودن با موضوع حذف گردیدند. در مرحله بررسی تمام متن، از میان ۳۲ مقاله باقیمانده، ۱۸مقاله به‌دلیل تمرکز محدود یا فقدان ارتباط مفهومی و ۲ مقاله به‌دلیل کیفیت پایین کنار گذاشته شدند. نهایتاً ۱۲ مقاله نهایی با تأکید بر اعتبار مفهومی و تناسب زمینه وارد تحلیل روایتی مضمون شدند.کیفیت علمی منابع با نظر کارشناسی و از طریق بررسی مفهومی و شفافیت روش مطالعه ارزیابی شد (تصویر شماره ۱) [۱۴].

یافته‌ها

در جریان مرور حاضر، کل مطالعات شناسایی‌شده در مرحله جست‌وجو مجدداً از منظر ارتباط مفهومی و کفایت محتوایی بررسی شدند. در این فرایند، مقالاتی که صرفاً به جنبه‌های عمومی حرفه پرستاری اشاره داشتند یا فاقد تحلیل مشخص از بازنمایی در رسانه‌های اجتماعی بودند، کنار گذاشته شدند. همچنین تعدادی از مطالعات به‌دلیل ضعف روش‌شناسی، گزارش ناقص یا نبود انسجام در نتایج از تحلیل نهایی خارج گردیدند. درنهایت ۱۲ مقاله دارای ارتباط روشن با هدف پژوهش و کیفیت مفهومی مناسب، مبنای تحلیل روایتی قرار گرفتند. این مطالعات از نظر کشور، نوع رسانه و الگوی تحلیل داده‌ها تنوع داشتند؛ اما درمجموع محتوای آن‌ها زمینه استخراج مضامین اصلی مربوط به تصویرسازی پرستاران در رسانه‌های اجتماعی را فراهم ساخت. بیشتر مطالعات انجام‌شده مربوط به ایران (۳ مطالعه)، برزیل (۲ مطالعه) و کانادا (۲ مطالعه) بودند و سایر پژوهش‌ها در کشورهای لهستان، ایتالیا، ترکیه، پاکستان و ایالات متحده آمریکا انجام شده بودند (جداول شماره ۱، ۲، ۳).

1. Magiran
2.Scientific Information Database (SID)
3. PubMed
4. Scopus
5. Web of Science

جدول ۱. مضامین استخراج شده

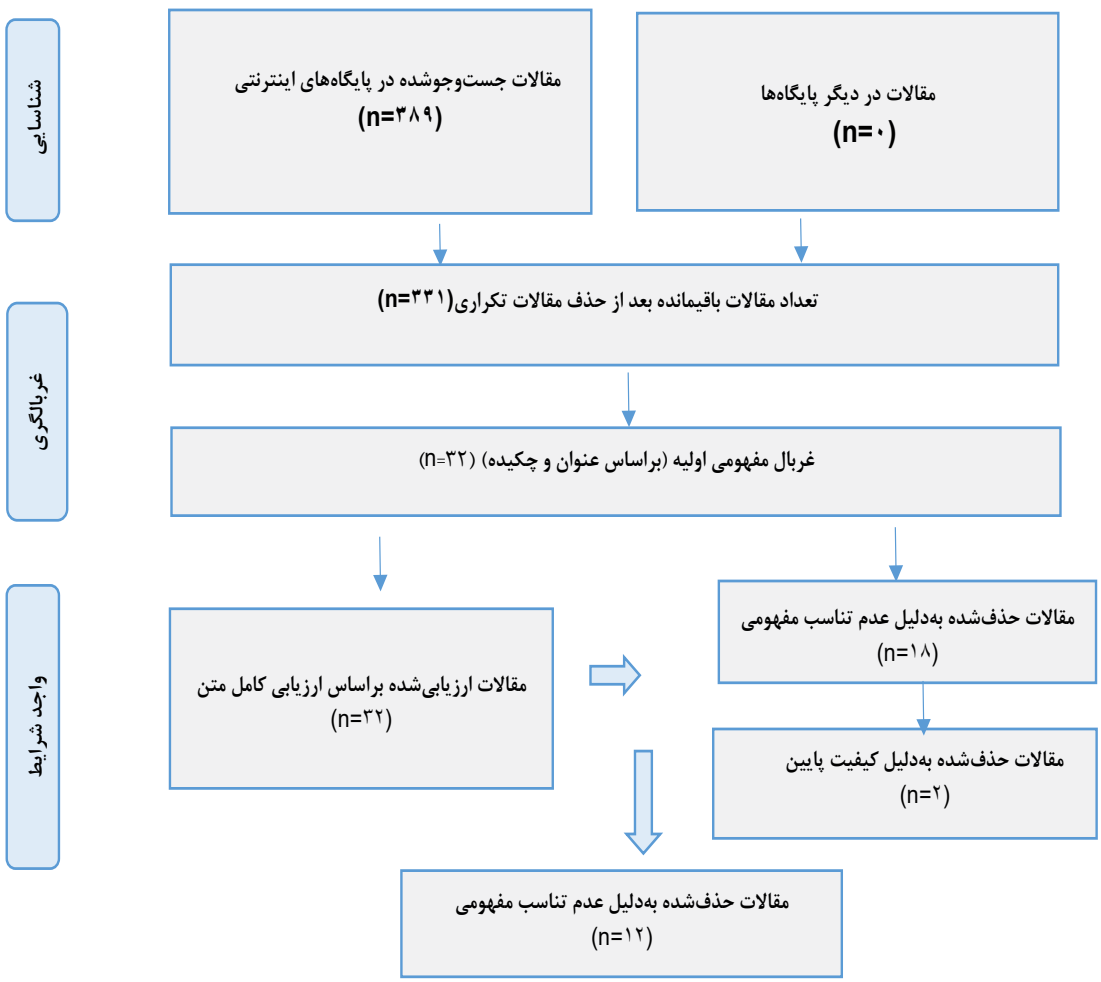
مضمون	تعریف
قهرمان	منظور از قهرمان شجاعتی است که پرستاران در حمایت از بیماران و مراقبت‌های بی‌شائبه انجام می‌دهند، به‌طوری‌که بعضاً در این مراقبت صدمه می‌بینند ولی با اینکه احتمال صدمه را می‌دهند ولی در مراقبت از بیماران کوتاهی نمی‌کنند.
قربانی	در این تصویر، رسانه‌ها از چالش‌های روزانه جدیدی که پرستاران، خصوصاً در همه‌گیری کرونا، با آن مواجه هستند گزارش می‌دهند؛ به‌عنوان‌مثال، استرس و ترس ناشی از مراقبت روزانه از بیماران به‌دلیل خطر بالای عفونت.
فرشته	در این تصویر پرستاران، افرادی مستقل با چهره گشاده، مهربان و لبخند بر لب هستند.
آچار فرانسه	در این تصویر، پرستاری به‌صورت کاملاً عمومی به کار گرفته شده است که جنبه‌های تخصصی بودن رشته را کاملاً نادیده می‌گیرد.
خطاکار	در این تصویر، با وجود تمام مداخلات و مشوق‌ها در جهت ترویج ایمن‌تر محیط‌های مراقبت‌های بهداشتی، خطاهای پرستاری همچنان رخ می‌دهد.

جدول ۲. مقالات مورد بررسی

نویسندگان (سال انتشار)	کشور	عنوان مطالعه	طرح مطالعه	حجم نمونه	یافته‌ها	نوع رسانه اجتماعی
صحنی و همکاران (۲۰۲۰) [۴]	ایران	نقش فضای اجتماعی در دوران کرونا	مروری روایتی	۱۲ مقاله	یافته‌ها نشان داد در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ واژه پرستار بیشتر از قبل در رسانه‌ها تکرار شد و اهمیت حرفه پرستاری بیشتر از قبل به تصویر کشیده می‌شد.	مقالات
تقلیلی و همکاران (۲۰۲۳) [۱۳]	ایران	تصویر پرستاری قبل و بعد کرونا	مروری روایتی	۱۳ مقاله	همه‌گیری کووید- ۱۹ باعث شد تا رسانه‌ها تصویر واقعی‌تری از نقش پرستاران در سلامتی و کنترل بیماری را به جامعه ارائه کنند و بیداری و آگاهی عمومی نسبت به این حرفه افزایش پیدا کند و پرستاران نسبت به قبل پررنگ‌تر دیده شوند.	اطلاعات الکترونیکی رسانه‌ای مقالات، روزنامه، تلویزیون، ویدئوها و غیره)
مطبوعی و همکاران (۲۰۲۰) [۱۵]	ایران	تبیین تصویری پرستاری ارائه‌شده در سینمای ایران، تأثیر فیلم در درک جامعه از پرستاری	تحلیل محتوا	۱۵ فیلم	ارائه تصویر علمی و صحیح از پرستار و عملکردهای پرستاری در فیلم‌های سه دهه مورد بررسی پیشرفت مناسبی نداشته و پرستاران درگیر کلیشه‌های نقش بوده‌اند. بزرگنمایی ویژگی‌هایی چون جنسیت زنانه، تجرد، جوانی و ظاهر نامناسب پرستاران و ایفی نقش‌های غیرحرفه‌ای که در فیلم‌های بررسی‌شده مشاهده شد، می‌تواند موجب تداوم کلیشه‌های ناصحیح جامعه از پرستاری باشد که نیاز به اصلاح دارد.	فیلم‌های منتشرشده در صدا و سیما
پائولوفسکی و همکاران (۲۰۱۹) [۱۶]	لهستان	بررسی تأثیر احتمالی استفاده از رسانه اجتماعی (فیس بوک) بر شکل‌دهی تصویر پرستاران در اینترنت	مقایسه ای	۷۸ پست	محتوای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند تصویر مثبت و منفی از پرستار در افکار عمومی به جای بگذارد، از جمله عواملی که بر تصویر پرستاران تأثیر نمی‌گذارد، می‌توان به زبان توهین‌آمیز نظرات و تلاش برای نشان دادن صفات منفی پرستاران اشاره کرد. استقبال مثبت تضمین‌کننده دانش روز در زمینه پرستاری و تأکید بر شایستگی‌های حرفه‌ای است.	توییتر، اینستاگرام
محمد و همکاران (۲۰۲۰) [۱۷]	کانادا	«پرستار به‌عنوان قهرمان» در کووید-۱۹	یک تحلیل گفتمان پساساختارگرا	۲۶ متون رسانه‌ای	تصویرسازی قهرمان قدردانی از پرستاران نیست بلکه ابزاری است که برای دستیابی به اهداف متعدد مانند عادی‌سازی مواجهه پرستاران با سختی‌ها استفاده می‌شود.	متن روزنامه‌های انلاین، فضاهای ارتباطات اجتماعی مانند اینستاگرام و وب‌سایت‌ها
مختار و همکاران (۲۰۱۸) [۱۸]	پاکستان	تأثیر رسانه‌های اجتماعی در مورد عملکرد تحصیلی دانشجویان پرستاری	توصیفی مقطعی	۳۲۰ دانش‌آموز	تأثیر رسانه بر تصویرسازی مثبت از حرفه پرستاری به‌عنوان قهرمان مثبت بوده است.	روزنامه‌های خبری آنلاین
باگناسکو و همکاران (۲۰۲۰) [۱۹]	ایتالیا	پرستاران از دیدگاه رسانه در همه‌گیری	تحلیل محتوا	۳۰ مقاله جدید	تصاویر رسانه‌های کنونی و تصورات عمومی از پرستاری قدیمی هستند و این ایده‌ها ناخواسته به ناتوانی و بی ارزش شدن این حرفه کمک کرده‌اند. بعد همه‌گیری و توجه رسانه‌ها به پرستاری، فرصتی برای به چالش کشیدن برداشت‌های نادرست و افزایش نمایه عمومی و حرفه‌ای پرستاران ایجاد شد.	روزنامه‌های خبری آنلاین
کریستینا نواتزکی فورته و همکاران (۲۰۲۰) [۲۰]	برزیل	خطاهای پرستاری در رسانه	تحلیل محتوا	۴۲ گزارش	ضمن بررسی روزنامه‌های خبری آنلاین می‌نویسد که با وجود تمام مداخلات و مشوق‌ها در جهت ترویج ایمن‌تر محیط‌های مراقبت‌های بهداشتی، خطاهای پرستاری همچنان رخ می‌دهد و پیامدهای آن از این حوادث در رسانه‌ها ازجمله رسانه‌های چاپی، تلویزیون، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی برجسته شده است. رسانه‌ها، مردم را مستعد ترس و احساس ناامنی در مورد مراقبت‌های بهداشتی می‌کند.	روزنامه‌های خبری آنلاین
ارسلی (۲۰۲۰) [۲۱]	ترکیه	شنیدن صدای فرشتگان بدون بال: تحلیل محتوای تجربیات پرستاران از کووید-۱۹	تحلیل محتوا	۵۰ پست	به‌ترتیب اهمیت نسبی، مضامین «بیماران»، «کرونا ویروس»، «خستگی»، «نگرانی برای خانواده» استخراج شدند.	اینستاگرام

نویسندگان (سال انتشار)	کشور	عنوان مطالعه	طرح مطالعه	حجم نمونه	یافته‌ها	نوع رسانه اجتماعی
کریستینا نواتزکی فورته (۲۰۱۹) [۲۲]	برزیل	درخواست‌های پرستاری در رسانه‌های اجتماعی در طول کووید-۱۹	توصیفی تحلیلی	۱۰۰ پست	یافته‌ها نشان داد پرستاران تجارب متفاوتی از خشم، اضطراب، تنهایی و دیگر مشکلات را در دوران همه‌گیری تجربه کرده‌اند و اطلاعات نادرست رسانه‌ها، عدم وجود تجهیزات و نبود آگاهی کافی در این امر بی تأثیر نبود.	توئیتر، اینستاگرام
لینچ و همکاران (۲۰۲۱) [۲۳]	آمریکا	نادیده گرفتن پرستاران	تحلیل محتوا	۲۷ گزارش جدید	رسانه‌ها در دوران همه‌گیری زحمات و رنج‌های پرستاران را نشان دادند. چالش‌هایی که قدیمی بودند اما دیده نمی‌شدند. لذا پرستاران درخواست رسیدگی به شرایط سخت خود را از طریق رسانه‌ها مطرح کردند.	مقالات و روزنامه‌های خبری
استوکس و همکاران (۲۰۱۹) [۲۴]	کانادا	کاربرد فیس‌بوک ولینکدین در جست‌وجوی فرصت‌های شغلی حرفه پرستاری	توصیفی مقطعی	۴۰۰ نفر	در رسانه‌های لینکدین و فیس‌بوک واژه پرستاری به‌صورت کاملاً عمومی به کار گرفته شده است که جنبه‌های تخصصی بودن رشته را کاملاً نادیده می‌گیرد. در این رسانه هزاران درخواست شغل برای نگهداری سالمند و کودک و همیار افراد بیمار وجود دارد که همگی با واژه پرستاری عنوان شده‌اند.	فیس‌بوک و لینکدین

نشریه پرستاری ایران



نشریه پرستاری ایران

تصویر ۱. دیاگرام انتخاب مطالعات

جدول ۳. خلاصه‌ای از تجمیع مقالات مرتبط با موضوع پرستاری در رسانه‌های اجتماعی

طبقه	زیرطبقه	تعداد (درصد)	مقاله‌های مرتبط
تصاویر مثبت از پرستاران	پرستار به‌عنوان فرشته	۴(۳۵)	مطبوعی (۲۰۲۰) [۱۵]، مختار (۲۰۱۸) [۱۸]، ارسلی(۲۰۲۰) [۲۱]، پائولوفسکی(۲۰۱۹) [۱۶]
	پرستار به‌عنوان قهرمان	۳(۲۵)	کریستینا نواتزکی فورته (۲۰۲۰) [۲۰]، باگناسکو، محمد (۲۰۲۰) [۱۹]
	پرستار به‌عنوان قربانی	۲(۱۶)	لینچ(۲۰۲۱) [۲۱]، صحنی (۲۰۳۰) [۴]
تصاویر منفی از پرستاران	پرستار به‌عنوان خطاکار	۲(۱۶)	تقلیلی (۲۰۲۳) [۱۳]، کریستینا نواتزکی فورته (۲۰۲۰) [۲۰]
	پرستار به‌عنوان همه کاره (آچار فرانسه)	۱(۸)	استوکس (۲۰۱۹) [۲۴]

نشریه پرستاری ایران

ازنظر روش‌شناسی، بیشترین طرح‌های مورداستفاده تحلیل محتوا (۶ مطالعه) بود؛ و سایر مطالعات شامل مرور روایتی (۲ مورد)، توصیفی‌مقطعی (۲ مورد) و تحلیل گفتمان پست‌ساختارگرایانه (۱ مورد) بودند. حجم نمونه‌ها در مطالعات مختلف از ۱۲ تا ۴۰۰ مورد رسانه‌ای یا شرکت‌کننده متغیر بود که تنوع روش‌های پژوهشی را نشان می‌دهد.

تجمیع یافته‌های مطالعات واردشده، به استخراج پنج مضمون اصلی منجر شد که نحوه بازنمایی پرستاران در رسانه‌ها را توصیف می‌کنند: قهرمان، قربانی، فرشته، آچارفرانسه (همه‌کاره) و خطاکار. در میان این مضامین، تصاویر «پرستار به‌عنوان قهرمان» و «پرستار به‌عنوان فرشته» بیشترین فراوانی را داشتند، به‌ویژه در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ که پرستاران به‌عنوان فداکار، مسئول و همدل معرفی شدند. درمقابل، مضامین «قربانی» و «خطاکار» بر فشارهای روانی، فرسودگی شغلی و تداوم نگاه‌های منفی یا کلیشه‌ای نسبت به پرستاران تأکید داشتند. مضمون «آچارفرانسه» نیز بازتاب‌دهنده دیدگاه عمومی و غیرتخصصی نسبت به حرفه پرستاری در رسانه‌ها بود.

به‌طورکلی، یافته‌ها بیانگر آن است که تصویر پرستاران در رسانه‌ها دارای دامنه‌ای گسترده و گاه متناقض است؛ از تحسین و قهرمان‌سازی تا بازتولید کلیشه‌های سنتی. اگرچه برخی از این بازنمایی‌ها موجب افزایش دیده‌شدن اجتماعی و قدردانی از پرستاران شده‌اند، اما استمرار تصاویر کلیشه‌ای نشان می‌دهد همچنان نیاز به ارائه بازنمایی‌های دقیق‌تر و توانمندسازتر از حرفه پرستاری در رسانه‌های سنتی و اجتماعی وجود دارد.

بحث

نتایج مرور روایتی حاضر نشان داد تصویر پرستاری در رسانه‌های اجتماعی عمدتاً در پنج مضمون «قهرمان»، «قربانی»، «فرشته»، «آچار فرانسه» و «خطاکار» بازنمایی شده است؛ این یافته‌ها نشان می‌دهد رسانه‌ها ترکیبی از بازنمایی‌های مثبت و منفی از حرفه‌ی پرستاری ارائه داده‌اند که می‌تواند بر درک عمومی و هویت حرفه‌ای پرستاران اثرگذار باشد. درخصوص نقش قهرمان می‌توان گفت پرستاران قبل از همه‌گیری کووید-۱۹ در رسانه‌ها بیشتر تصویر کلیشه‌ای داشتند. پرستاران در اغلب اوقات زنان ضعیف و مطیعی نشان داده می‌شدند که در حال انجام کارهای روتین و روزمره و غیرتخصصی برای بیمار می‌باشند و بدون دستور پزشک به‌صورت مستقل قادر به انجام فعالیت‌های خود نیستند. همچنین اغلب تصاویر نشان می‌داد پرستاران از سطح دانش کمتری نسبت به سایر تیم‌های درمانی برخوردارند و یا صرفاً درحال وارد کردن اطلاعات بیمار در پرونده‌ها و یا رساندن کمک‌های معنوی به بیماران هستند [۱۹].

ازاین‌رو در رسانه‌ها بیشتر از پرستاران به‌عنوان قهرمان یاد می‌شده است. این دیدگاه در کشورهای درحال‌توسعه بیشتر مشهود است. در مطالعه‌ای که توسط روشنگر انجام شده است نیز تصویر پرستاران به‌صورت افرادی با هوش کمتر نسبت به پزشکان و وابسته به آن‌ها و ضعیف در عملکرد نشان داده شده‌اند [۲۵]. بعد از همه‌گیری کووید-۱۹ پرستاران به‌عنوان قهرمانان خط مقدم مبارزه با همه‌گیری کووید-۱۹ و مدافعان سلامت، شناخته شده‌اند. با ایجاد همه‌گیری کووید-۱۹ واژه پرستار در اینترنت، روزنامه‌ها و رسانه‌های اجتماعی مخصوصاً تلویزیون بسیار پررنگ شد. این تصاویر به‌وضوح پرستاران خسته را با زخم‌هایی بر روی صورت خود، پس از ساعت‌ها پوشیدن ماسک‌های محافظ درحالی‌که از افراد مبتلا به کووید-۱۹ مراقبت می‌کنند، نشان می‌دادند. استعاره‌هایی نظیر حضور در جنگ در مورد گروه‌های پزشکی به کار گرفته شد که به‌دلیل شباهت بین نبرد با کووید-۱۹ و سربازان از خودگذشته در جنگ بوده است [۱۷].

همچنین با همه‌گیری تصویرسازی‌ها در رسانه‌ها اغلب از مفاهیم دینی شهادت برای توصیف از خودگذشتگی و قهرمان بودن پرستاران در شرایط بحرانی استفاده شد. به‌عنوان‌مثال، یک مقاله آمریکایی استفاده پاپ فرانسیس از الگوهای مذهبی کهن را

برجسته کرد [۴]. این تصویر ظاهری ارائه‌شده از پرستاران بعد از همه‌گیری کووید-۱۹ با تصویر ظاهری قبل از شیوع همه‌گیری متفاوت بوده است. پرستاران به‌طورکلی برچسب قهرمانان را برای توصیف تعهد خود به ارائه مراقبت جهت افراد مبتلا به کووید-۱۹ با وجود خطرات موجود و عدم وجود منابع و تجهیزات حفاظت شخصی کافی، از رسانه‌ها دریافت کردند [۱۸]. به نظر می‌رسد گفتمان قهرمان در رسانه‌ها برای پرستار و حرفه پرستاری، صرفاً یک بیان خنثی به‌منظور قدردانی و بیان احساسات نیست، بلکه یک تکنیک سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برای به انجام رساندن اهداف متعددی ازجمله عادی‌سازی مواجهه پرستاران با خطر، اجرای مدل شهروندی و حفظ قدرت، به کار گرفته شده است. گفتمان قهرمان ازنظر فرهنگی پرستاران را آماده می‌کند، تا برای فداکاری‌های لازم به‌منظور پاسخ به یک بحران نوظهور آماده باشند.

همچنین، لینچ و همکاران (آمریکا) در مطالعه خود اظهار کردند واژه پرستار قبل از همه‌گیری کووید-۱۹در روزنامه‌های آنلاین و مقالات نوشته‌شده در روزنامه‌ها بیشتر با نام پزشک همراه بوده است، درحالی‌که بعد از همه‌گیری، واژه پرستار بیشتر در کنار واژه بیمار قرار گرفته بود و این می‌تواند نشان‌دهنده پر رنگ‌تر شدن نقش پرستاران در مراقبت از بیماران بعد از همه‌گیری کووید-۱۹ باشد [۲۳]. در مطالعه ای که فورته (برزیل)، تحت عنوان درخواست پرستاران در رسانه‌ها در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ انجام داده است، بیان شده که پرستاران توانسته‌اند نقش آموزشی خود را از طریق انتشار تصاویر و ویدئوهای آموزشی برای راهنمایی مردم جهت جلوگیری از انتشار ویروس، محافظت با درخواست کردن از آن‌ها و تشکیل کمپین‌ها و ایجاد هشتک‌ها به‌خوبی ایفا کنند [۲۲]؛ در این راستا پرستاران از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور برقراری ارتباط با مردم و کمک برای تدارکات و حمایت بیشتر دولت‌ها استفاده می‌کردند.

همچنین شیوع کووید-۱۹ به انجام مجموعه‌ای از مطالعات منجر شده است که برداشت‌ها، افکار و نگرانی‌های عمومی در مورد این همه‌گیری را از طریق استفاده از داده‌های رسانه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار داده‌اند. همچنین بسیاری از رسانه‌ها تصویری از پرستاران را به‌عنوان قربانیان به نمایش گذاشته‌اند؛ در این راستا رسانه‌های ایتالیایی از چالش‌های روزانه جدیدی که پرستاران با آن مواجه هستند، به‌عنوان‌مثال، استرس و ترس ناشی از مراقبت روزانه از بیماران به‌دلیل خطر بالای عفونت گزارش می‌دهند [۲۳].

در این مورد اینستاگرام‌های ایتالیایی اطلاعاتی را درخصوص مرگ سه پرستار به‌صورت روزانه اعلام می‌کند. در زمان نگارش این گزارش، رسانه‌ها گزارش دادند ۲۸ پرستار در ایتالیا از این بیماری جان باخته‌اند. همچنین تمرکز رسانه‌ها بر نیاز پرستاران به حفاظت برای پاسخگویی به نیازهای بیماران بوده است. یافته‌ها نشان داد پرستاران تجارب متفاوتی از خشم، اضطراب، تنهایی و دیگر مشکلات را در دوران همه‌گیری تجربه کرده‌اند و اطلاعات نادرست رسانه‌ها، عدم وجود تجهیزات و نبود آگاهی کافی در این امر بی‌تأثیر نبود و به نظر می‌رسد گفتمان قهرمان در رسانه‌ها برای پرستار و حرفه پرستاری، صرفاً یک بیان خنثی به‌منظور قدردانی و بیان احساسات نیست، بلکه یک تکنیک سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برای به انجام رساندن اهداف متعددی ازجمله عادی سازی مواجهه پرستاران با خطر، اجرای مدل شهروندی و حفظ قدرت، به کار گرفته شده است [۳].

گفتمان قهرمان ازنظر فرهنگی پرستاران را آماده می‌کند، تا برای فداکاری‌های لازم به‌منظور پاسخ به یک بحران نوظهورآماده باشند. در مطالعه لینچ و همکاران مصاحبه با پرستارانی که در خطوط مقدم اولیه کووید-۱۹ کار می‌کردند، نشان داد پرستاران تجربه خود را به‌صورت یک احساس دوگانه توصیف کردند که ازیک‌سو باعث می‌شد تنش‌های مسئولیت‌های حرفه‌ای خود و ازسوی‌دیگر تمایل به گریز با شدت بالا را در شرایط سخت و خطرناک و کمبود منابع، تجربه کنند [۲۳].

تصویر ارائه‌شده از پرستاران بیشتر مواقع متفاوت از تصویر واقعی آن‌هاست. درواقع، تصویر پرستار چند بعدی، فراگیر و متناقض است. بنابراین خود بیانی پرستاران در رسانه‌ها می‌تواند به درک بهتر این حرفه و اهمیت آن برای سلامت مردم کمک کند و دریچه‌ای باشد برای مردم تا پرستاران را در مواقع اضطراری درک کنند و اعتماد مردم به سیستم پزشکی را افزایش دهد. بیشتر شناخت از پرستاران، از طریق نمایش تصویر آن‌ها در رسانه‌ها، تجربه پزشکی بیماران و مفاهیم سنتی است و اغلب توسط دیگران ساخته شده و به‌ندرت از سوی خودِ پرستاران پدید آمده است [۱]. بیان تصویر از خود توسط پرستاران، همان تصویری است که پرستاران انتظار دارند مردم آن را درک کنند. تصاویر اظهارشده توسط پرستاران از خودشان، به‌صورت مراقب، قهرمان، سرباز، منشا امید و کار تیمی می‌باشد و پرستاران به‌ندرت تصاویر منفی که شامل تصویر پرستاران خسته و شکننده است را در رسانه‌ها نشان داده‌اند [۴].

نقش حرفه‌ای و مهم ایشان در مراقبت از بیمار شناخته‌تر شده و پرستاران از نظر اجتماعی ارزشمندتر شده و گرایش به این حرفه نیز بیشتر گردیده است. از طرفی مشکلات مربوط به این حرفه نیز بیشتر آشکار شد و پرستاران در این زمینه توانستند مشکلات خود را بیشتر به گوش مسئولین برسانند. رسانه‌های اجتماعی به بستر مهمی برای پرستاران تبدیل شده‌اند تا حرفه و زندگی خود را به مردم نشان دهند. تصویر پرستاری ، می‌تواند بر میزان استقبال از حرفه پرستاری و استخدام آن‌ها و باقی ماندن در این حرفه و حفظ ارزش‌های حرفه‌ای پرستاران تأثیرگذار باشد و درنهایت این امر بر سلامت افراد، خانواده‌ها و جوامع مؤثر خواهد بود.

در کنار تصویرسازی مثبت از پرستاران و حرفه پرستاری در همه‌گیری کووید-۱۹ پرستاران برای حفظ این تصویر در میان مردم و ایجاد تعادل بین مسئولیت حرفه‌ای و زندگی شخصی، جنبه دیگری از مسائل مربوط به پرستاری را ایجاد کرده است که شاید به بررسی‌های بیشتری نیاز داشته باشد. درخصوص مضمون فرشته‌های کلیشه‌ای نیز م توان گفت که حرفه پرستاری اگرچه تصویر بالینی ارائه‌شده از پرستاران در برخی صفحات اینترنتی افرادی مستقل با چهره گشاده، مهربان و لبخند بر لب است، اما در بیشتر موارد پرستاران به‌عنوان زیردست و خدمتکار پزشکان، بدون رابطه همکاری حرفه‌ای با آنان به نمایش گذارده شده‌اند [۳]. نتیجه تصویر فوق را محو شدن نقش مراقبت اولیه پرستاران در سایه حضور پزشکان می‌دانند. یافته‌ها نشان می‌دهند پرستاران، قبل از همه‌گیری کووید-۱۹ کارهای روزمره و تکراری و معمول بالینی را انجام می‌دادند و یا در انجام فعالیت‌های مراقبتی فقط به‌عنوان دستیار پزشکان بوده‌اند که کارهای پیش پا افتاده و روزمره غیرتخصصی را انجام می‌دهند [۲۶].

پرستارانی که به کارهای بالینی دیگری مشغول بودند یا فعالیت‌های علمی، مانند تحقیق و تدریس داشتند در تصویرها کاملاً غایب بودند. علاوه‌براین، عدم ارتباط پرستار و پزشک و یا حتی ارتباط بیمار و پزشک درحضور یک پرستار، در عکس‌ها مشهود است. مطبوعی در این راستا می‌نویسد «بیشتر پرستاران در فیلم‌های ایرانی از رده سنی جوان بوده و به‌تدریج در طی سه دهه وضعیت تأهل پرستاران از حالت متأهل به نامشخص و مجرد تغییر یافته بود. همچنین ماهیت کاری بیشتر آن‌ها غیرتخصصی به تصویر کشیده شده بود. ارائه تصویر علمی و صحیح از پرستار و عملکردهای پرستاری در فیلم‌های سه دهه مورد بررسی، پیشرفت مناسبی نداشته و پرستاران درگیر کلیشه‌های نقش بوده‌اند [۱۵].

یافته‌های مطالعه ارسلی نیز تحت عنوان شنیدن صدای بال‌های فرشتگان هم راستا با این قسمت از مطالعه بود [۲۱]. اگرچه طبق مطالعات پاوتوسکی و همکاران (لهستان)، حرفه پرستاری در رسانه به‌صورت رشته‌ای علمی ترسیم شده است و پرستاران نیز افرادی تحصیل‌کرده و هوشمند، قابل‌احترام، متعهد، توانمند و مورداعتماد و دارای دانش و مهارت‌های بالینی تخصصی‌اند [۱۶]، اما در بیشتر مطالعات، پرستاران افرادی فاقد خلاقیت، استقلال، پاسخگویی و فرصت‌های محدود ارتقای حرفه‌ای تصویر شده‌اند [۴]. یافته‌های به‌دست‌آمده با یافته‌های کو و لین مبنی بر عدم ترسیم فعالیت‌های حرفه‌ای پرستاران (صرفاً در حال کار با وسایل و تجهیزات بالینی) یا ارائه تصویر اشتباه برخی از وب‌سایت‌ها درباره وظایف و نقش‌های حرفه‌ای آنان) ترسیم پرستاران با گوشی پزشکی و تکیه بر نقش درمانی به‌جای مراقبتی) و نیز نمایش پرستاران با عملکردی ضعیف در کلینیک‌ها و بیمارستان‌ها همسو است [۲۶].

حشمتی و همکاران نیز بیان می‌کنند دیدگاهی کلیشه‌ای در اذهان عمومی درباره حرفه پرستاری شکل گرفته است و در آن پرستار، فردی ناتوان، وابسته و کم معلومات‌تر از پزشک در نظر گرفته می‌شود و چنان مطرح می‌شود که حرفه پرستاری اگرچه حرفه‌ای طاقت‌فرسا و چالش‌برانگیز است، اما به مهارت‌های ذهنی و عقلانی چندانی نیاز ندارد [۳].

در این مطالعه نشان داده شد که در ۱۷۱ تصویر ارائه‌شده با حداقل یک پرستار در آن‌ها، پرستاران عمدتاً زن، خندان و دارای گوشی پزشکی بودند. برای پرستارانی که دست آن‌ها در تصاویر قابل‌مشاهده بود، در حال نوشتن اسناد، در تبلت و یا کامپیوتر و یا در حال لمس بیماران نشان داده شدند و تنها ۷ درصد از پرستاران در حال استفاده از دستگاه‌های پزشکی به تصویر کشیده شدند. رسانه و تصویر نقش‌های گوناگون حرفه پرستاری پرستاران اغلب نقش‌های حرفه‌ای خود را به‌طور هم‌زمان با هم انجام می‌دهند. این نقش‌ها شامل مراقب، معلم، مدافع، مددجو، مشاور، رهبر، مدیر و نقش‌های حرفه‌ای دیگر می‌شود. جامعه نیازمند آن است تا بداند پرستاران چه نقش‌هایی دارند، چه اقداماتی انجام می‌دهند و توانایی انجام چه کارهایی را دارند. آگاهی جامعه از مورد مذکور، به شکل‌گیری تصویر مثبت پرستاری در اذهان عمومی منجر می‌شود [۱۸].

هرچند براساس یافته‌های حاصل از مطالعات کو و لین فقدان نمایش بسیاری از نقش‌های پرستاران مانند نقش تحقیقاتی آنان در حیطه‌های مختلف علمی، تدریس در جوامع آکادمیک و فعالیت‌ها در حوزه سیاست‌گذاری بهداشت در رسانه‌های مختلف مشهود است [۲۶]. نتایج به‌دست‌آمده از مطالعات نام برده‌شده با بسیاری از منابع موجود دیگر در این زمینه همسو است. کورن و همکاران نیز معتقدند فعالیت‌های رسانه‌ای، اینترنت، تلویزیون، اخبار و مطبوعات می‌توانند یک راهبرد مؤثر در نمایان کردن نقش‌های پرستاران و توانمندسازی بیشتر حرفه پرستاری باشند [۲۷].

در راستای تصویرسازی از پرستاران به‌عنوان فرشته، مقاله‌ای در فایننشال تایمز تحت عنوان «فرقه پزشک» چاپ شده است و اشاره به این موضوع که «مسیحی که برای ما می‌میرد» گفتمان فرشته بودن اغلب پرستاران را برجسته توصیف می‌کند [۱۷].

درارتباط‌با تصویرسازی آچار فرانسه از پرستاران، استوکس می‌نویسد «در رسانه‌های لینکدین و فیس‌بوک واژه پرستاری به‌صورت کاملاً عمومی به کار گرفته شده است که جنبه‌های تخصصی بودن رشته را کاملاً نادیده می‌گیرد. در این رسانه هزاران درخواست شغل برای نگهداری سالمند و کودک و همیار افراد بیمار وجود دارد که همگی با واژه پرستاری عنوان شده‌اند. در این مطالعه تفاوت‌های قابل‌توجهی را هنگام مقایسه جمعیت‌شناسی اجتماعی مشاهده کردند ازجمله اینکه از نظر شرکت‌کنندگانی که از طریق فیس‌بوک و لینکدین استخدام شدند. در فیس‌بوک بازنمایی پرستاران بیشتر بر جنبه‌های احساسی، تجربیات

روزمره و تعامل با مخاطبان عمومی متمرکز است، درحالی‌که در لینکدین تمرکز بر معرفی مهارت‌های حرفه‌ای، دستاوردهای علمی و ارتقای جایگاه شغلی پرستاران دیده می‌شود [۲۴].

همچنین در مطالعه دوی و همکاران بیشتر فیلم‌ها پرستاران را بی‌شباهت و ناهمخوان با پرستاری به تصویر کشیدند. در این فیلم‌ها پرستاران با رفتارهای سخیف، دیالوگ‌های ناخوشایند، لباس‌های مبتذل نشان داده شده که اغلب کارهای نامرتبط با پرستاری را به نمایش گذاشته بودند [۲۸].

در راستای نقش خطاکار در رسانه‌ها نیز فورت ضمن بررسی روزنامه‌های خبری آنلاین می‌نویسد «با وجود تمام مداخلات و مشوق‌ها در جهت ترویج ایمن‌تر محیط‌های مراقبت‌های بهداشتی، خطاهای پرستاری همچنان رخ می‌دهد و پیامدهای آن از این حوادث در رسانه‌ها ازجمله رسانه‌های چاپی، تلویزیون، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی برجسته شده است».

رسانه‌ها، مردم را مستعد ترس و احساس ناامنی در مورد مراقبت‌های بهداشتی می‌کنند. مشکلات در شناسایی بیمار (مانند تزریق کیسه خون اشتباه به کودک پرتغالی)، سقوط، اشتباهات دارویی مانند تجویز گلیسیرین در ورید بیمار به‌ترتیب رایج‌ترین خطاهای منتشرشده در رسانه‌ها بودند [۲۲]؛ اگرچه در نظر گرفتن شرایطی مانند اضافه کار، تأخیر در پرداخت و فرآیندهای مدیریت و سازمان مراقبت‌های پرستاری می‌تواند حائز اهمیت باشد. در این راستا نتایج یک مرور نظام‌مند نشان داد بار کاری کارکنان پرستاری به‌طور مستقیم بر وقوع موارد نامطلوب تأثیر می‌گذارد که در نتیجه تأثیر آن بر افزایش کیفیت مراقبت مرگ‌ومیر، زمان بستری در بیمارستان و هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی بسیار چشمگیر است [۱۳].

همچنین پژوهش وانگ و لی نیز نشان داد روایات رسانه‌ای از پرستاری به‌ویژه در شبکه‌های اجتماعی به شکل‌گیری تصویری همدلانه و قهرمانانه از پرستاران منجر شده است و این بازنمایی‌ها اغلب در قالب روایت‌های احساسی و داستان‌های روزمره بازنشر می‌شوند و بر ادراک عمومی اثرگذارند [۲۹].

این یافته‌ها با مطالعه نوین نگوین و پاتل همسو است که نشان می‌دهد روایت‌پردازی پرستاران در اینستاگرام می‌تواند به افزایش تعامل عمومی با این حرفه و تقویت تصویر اجتماعی آن کمک کند [۳۰]. چنین شواهدی اهمیت استفاده استراتژیک از رسانه‌ها برای تقویت جایگاه حرفه‌ای پرستاری را دوچندان می‌سازد.

نتیجه‌گیری

رسانه‌ها به‌عنوان جزئی اجتناب‌ناپذیر از زندگی روزمره جوامع انسانی، نقش مؤثری در شکل‌گیری اذهان عمومی ایفا می‌کنند. نتایج به‌دست‌آمده از مطالعه حاضر نشان داد تأثیر القای تصویر مثبت یا منفی از حرفه پرستاری در جامعه جهانی در پیشبرد اهداف حرفه و روند اجتماعی شدن آن غیرقابل‌انکار است. ازاین‌رو، جهت بهبود تصویر عمومی حرفه پرستاری، ازیک‌سو نظارت و مراقبت بر تولیدات اصحاب رسانه و ازسوی‌دیگر، حضور هرچه پررنگ‌تر پرستاران در رسانه به‌منظور معرفی واقعیت حرفه خویش، در شنیدن صحیح صدای پرستاران، راهکاری کمک‌کننده خواهد بود. همچنین نیاز است جهت بهبود تصویر عمومی حرفه پرستاری ابتدا با برنامه‌ریزی دقیق از سوی بدنه مدیریتی این حرفه زمینه ایفای نقش‌های موثر پرستاران بر بالین فراهم گردد و ازسوی‌دیگر با تعامل موثر با اصحاب رسانه نسبت به ارائه تصویر مخدوش و غیرواقعی از پرستاری در محصولات تصویری جلوگیری به عمل آید. البته پرستاران نیز با نشان دادن اخلاقیات و روابط بین حرفه‌ای مناسب و قدرت علمی خود سعی نمایند تصویری در حد شأن و منزلت حرفه پرستاری نشان دهند تا هم تصویر ساخته‌شده در رسانه‌ها و هم تصویر عمومی شکل‌گرفته در ذهن مردم اصلاح شود.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

این مقاله مرور نظام‌مند می‌باشد که بر روی نمونه‌های انسانی و حیوانی انجام نشده است. براین‌اساس نیاز به کد اخلاق نبود و تمام قوانین اخلاق در پژوهش رعایت شده است.

حامی مالی

این پژوهش هیچ گونه کمک مالی از سازمان های دولتی، خصوصی و غیرانتفاعی دریافت نکرده است.

مشارکت نویسندگان

طراحی مطالعه و بازبینی و اصلاح نهایی: مائده مرتضی‌نسب و مسعودفلاحی‌خشکناب؛ جمع‌آوری داده‌ها و جست‌وجوی مقالات: مائده مرتضی‌نسب، ماریه جنابی قدس، مهدیه مطیعی و بنفشه قربانی؛ ارزیابی کیفیت مطالعات و تحلیل داده‌ها: مائده مرتضی‌نسب، نرگس ارسلانی و مسعودفلاحی‌خشکناب؛ نگارش پیش‌نویس: مائده مرتضی‌نسب.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، این مقاله تعارض منافع ندارد.

References

[1] De Souza R. Nurses' views on the impact of mass media on the public perception of nursing and nurse-service user interactions. J Res Nurs. 2017; 22(8):597-8. [DOI:10.1177/1744987117736600]

[2] Girvin J, Jackson D, Hutchinson M. Contemporary public perceptions of nursing: A systematic review and narrative synthesis of the international research evidence. J Nurs Manag. 2016; 24(8):994-1006. [DOI:10.1111/jonm.12413] [PMID]

[3] Heshmati Nabavi F, Shakeri MT, Hoseinpur Z. [Comparing shaping resources of the nursing public image and their importance from the perspective of nurses and general public (Persian)]. Nurs Manag. 2014; 3(1):8-18. [Link]

[4] Sahni H, Sharma H. Role of social media during the COVID-19 pandemic: Beneficial, destructive, or reconstructive? Int J Acad Med. 2020; 6(2):70-5. [DOI:10.4103/IJAM.IJAM_50_20]

[5] Oosthuizen MJ. The portrayal of nursing in South African newspapers: A qualitative content analysis. Afr J Nurs Midwifery. 2012; 14(1):49-62. [DOI:10.25159/2520-5293/9183]

[6] Ten Hoeve Y, Jansen G, Roodbol P. The nursing profession: public image, self-concept and professional identity. A discussion paper. J Adv Nurs. 2014; 70(2):295-309. [DOI:10.1111/jan.12177] [PMID]

[7] Spear HJ. TV nurses: Promoting a positive image of nursing? J Christ Nurs. 2010; 27(4):318-21. [DOI:10.1097/CNJ.0b013e3181ed9f1a] [PMID]

[8] Terzi B, Bulut S, Kaya N. Factors affecting nursing and midwifery students' attitudes toward social media. Nurse Educ Pract. 2019; 35:141-9. [DOI:10.1016/j.nepr.2019.02.012] [PMID]

[9] O'Connor S, Jolliffe S, Stanmore E, Renwick L, Booth R. Social media in nursing and midwifery education: A mixed study systematic review. J Adv Nurs. 2018; 74(10):2273-89.[DOI:10.1111/jan.13799] [PMID]

[10] Ross P, Cross R. Rise of the e-Nurse: The power of social media in nursing. Contemp Nurse. 2019; 55(2-3):211-20. [DOI:10.1080/10376178.2019.1641419] [PMID]

[11] Sarginson D, Cecilia Wendler M. Social media in nursing education: A systematic review. J Nurs Educ. 2024; 63(1):6-9. [DOI:10.3928/01484834-20231112-01] [PMID]

[12] Nelson-Brantley HV, Parchment J, Chipps E, Hedenstrom L, Montgomery AP, Ruffin A, et al. The relationship between social media use, nurse characteristics, and job decision-making. J Nurs Adm. 2024; 54(10):544-53. [DOI:10.1097/NNA.0000000000001487] [PMID]

[13] Taghlili F, Arsalani N, Naseh L, Moghaddam F, Ahmadi M, Fallahi-Khoshknab M. Image of nurses in the social media before and after the covid-19 pandemic: A narrative review article. Iran J Syst Rev Med Sci. 2023; 2(4):81-91. [Link]

[14] Page MJ, McKenzie JE, Bossuyt PM, Boutron I, Hoffmann TC, Mulrow CD, et al. The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. BMJ. 2021; 372. [Link]

[15] Matbouei M, Raiesdana N, Arian M. Assessment of the nurse image in Iranian cinema. J Nurs Educ. 2020; 9(5):11-9. [Link]

[16] Pawłowski P, Makuch D, Mazurek P, Bartoszek A, Artych A, Dobrowolska B. Possible influence of social media on shaping the image of nurses on the Internet. Nurs 21st Century. 2019; 18(2 (67)):75-83. [DOI:10.2478/pielxxiw-2019-0010]

[17] Mohammed S, Peter E, Killackey T, Maciver J. The "nurse as hero" discourse in the COVID-19 pandemic: A poststructural discourse analysis. Int J Nurs Stud. 2021; 117:103887. [DOI:10.1016/j.ijnurstu.2021.103887] [PMID]

[18] Mukhtar S, Ali A, Muqeet A, Hussain M, Afzal M, Gilani SA. Influence of social media on nursing students'academic performance. Indep J Allied Health Sci. 2018; 1(03):183-90. [Link]

[19] Bagnasco A, Catania G, Gallagher A, Morley G. Media representations of nurses in the pandemic: Just doing our job? Nurs Ethics. 2020; 27(4):901-905. [DOI:10.1177/0969733020926352] [PMID]

[20] Forte ECN, Pires DEP. Nursing appeals on social media in times of coronavirus. Rev Bras Enferm. 2020; 73(Suppl 2):e20200225. [DOI:10.1590/0034-7167-2020-0225] [PMID]

[21] Arasli H, Furunes T, Jafari K, Saydam MB, Degirmencioglu Z. Hearing the voices of wingless angels: A critical content analysis of nurses' COVID-19 experiences. Int J Environ Res Public Health. 2020; 17(22):8484. [DOI:10.3390/ijerph17228484] [PMID]

[22] Forte EC, Pires DE, Martins MM, Padilha MI, Schneider DG, Trindade LD. Nursing errors in the media: Patient safety in the window. Rev Bras Enferm. 2019; 72(suppl 1):189-96. [DOI:10.1590/0034-7167-2018-0113] [PMID]

[23] Lynch J, Evans N, Ice E, Costa DK. Ignoring nurses: Media coverage during the COVID-19 pandemic. Ann Am Thorac Soc. 2021; 18(8):1278-82. [DOI:10.1513/AnnalsATS.202010-1293PS] [PMID]

[24] Stokes Y, Vandyk A, Squires J, Jacob JD, Gifford W. Using Facebook and LinkedIn to recruit nurses for an online survey. West J Nurs Res. 2019; 41(1):96-110.[DOI:10.1177/0193945917740706] [PMID]

[25] Roshangar F, Soheil A, Moghbeli G, Wiseman T, Feizollahzadeh H, Gilani N. Iranian nurses' perception of the public image of nursing and its association with their quality of working life. Nurs Open. 2021; 8(6):3441-51. [DOI:10.1002/nop2.892] [PMID]

[26] Koo M, Lin SC. The image of nursing: A glimpse of the Internet. Jpn J Nurs Sci. 2016; 13(4):496-501. [DOI:10.1111/jjns.12125] [PMID]

[27] Koren A, Alam MAU, Koneru S, DeVito A, Abdallah L, Liu B. Nursing perspectives on the impacts of COVID-19: Social media content analysis. JMIR Form Res. 2021; 5(12):e31358. [DOI:10.2196/31358] [PMID]

[28] Devi S. Nursing profession-portrayal of nurses in Indian cinema and its impact on public opinion about the nursing profession. Ann Rom Soc Cell Biol. 2021; 25(3):7204-9. [Link]

[29] Wang W, Zhang W. Media portrayals and social stigma surrounding COVID-19 survivors: A content analysis of Chinese media coverage. BMC Public Health. 2025; 25(1):1222. [DOI:10.1186/s12889-025-21840-2] [PMID]

[30] Nguyen T, Patel R. Narrative power in healthcare: Nursing Stories on Instagram and Public Engagement. Digit Health Q. 2025; 9(2):73-88.