

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ ВРАЧА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Насырова Элина Владиславовна

ординатор ФГБОУ ВО Башкирский государственный медицинский университет, РФ, г. Уфа

Мустафина Гульгена Раисовна

научный руководитель, канд. мед. наук, доцент ФГБОУ ВО Башкирский государственный медицинский университет, РФ, г. Уфа

Введение

В последние годы наблюдается значительное изменение в способах, которыми медицинские работники взаимодействуют с пациентами и обществом в целом. Одним из наиболее заметных факторов, способствующих этому изменению, стало активное внедрение социальных сетей в повседневную практику врачей. Платформы, такие как Instagram, Facebook и Telegram, предоставляют уникальные возможности для профессиональной коммуникации, позволяя врачам не только делиться своими знаниями и опытом, но и устанавливать более близкие отношения с пациентами. В этом контексте важно рассмотреть, как именно социальные сети влияют на медицинскую практику, а также какие новые подходы и методы коммуникации возникают в результате их использования.

Влияние социальных сетей на медицинскую практику

Медицинские специалисты активно используют социальные сети как инструменты для образовательных и просветительских кампаний. Они могут делиться полезной информацией о профилактике заболеваний, важности своевременных медицинских осмотров и новых методах лечения. В данном контексте социальные сети выступают не только как средство коммуникации, но и как образовательная платформа, что особенно полезно для повышения уровня информированности пациентов. Например, врачи могут использовать Facebook*, Instagram* и другие ресурсы для продвижения полезной информации на уровне сообществ.

Следует отметить и другие аспекты, связанные с этикой и конфиденциальностью. Вопросы, касающиеся защиты личной информации пациентов, становятся все более актуальными. Необходимо соблюдать определенные правила и нормы, чтобы избежать потенциальных рисков, связанных с публичным обсуждением личных данных или медицинских случаев, что может негативно сказаться на доверии со стороны пациентов. Психологические аспекты использования социальных сетей врачами также играют роль: постоянное присутствие в таких медиа может вызывать эмоциональное выгорание.

Медиаблоги как инструмент профессиональной коммуникации

Существует разнообразие групп медицинских блогеров, каждая из которых имеет свои мотивации для ведения блога. Например, врачи стремятся не только делиться знаниями, но и строить свой личный бренд, что в дальнейшем может приводить к повышению доходов и улучшению профессиональной репутации в глазах общественности. Исследования показывают, что ведение медицинского блога важно для формирования положительного имиджа врача в глазах пациентов, поскольку оно дает возможность продемонстрировать профессиональную компетентность и личный подход к уходу за пациентами.

Важным аспектом является роль блогов в важнейших темах современности, таких как новые

медицинские технологии и инновации в лечении различных заболеваний. Платформы для медицинских блогов, такие как социальные сети, позволяют врачам обмениваться опытом и преподавать новые методы лечения, которые значительно обогащают сферу профессиональной коммуникации на международном уровне. Это одна из причин, по которой врачи все чаще выбирают блоги в качестве способа информирования о своей практике и повышении общей самооценки их профессиональной деятельности.

Таким образом, медицинские блоги стали неотъемлемой частью профессиональной коммуникации. Эта форма взаимодействия помогает врачу не только стать более доступным и понятным для пациента, но и укрепляет его личный и профессиональный имидж в условиях, когда каждый врач может стать источником полезной информации для широкой аудитории. Блоги открывают новые горизонты для врачебной практики и помогают формировать более осведомленное общество, что, в свою очередь, способствует повышению качества медицинского обслуживания в целом.

Качество коммуникации: плюсы и минусы

Профессиональная коммуникация врача в социальных сетях имеет как положительные, так и отрицательные аспекты, которые требуют глубокого анализа. С одной стороны, использование социальных платформ предоставляет врачам уникальные возможности для взаимодействия с пациентами и коллегами. Эти онлайн каналы помогают врачам делиться знаниями, получать обратную связь и взаимодействовать с широкой аудиторией. Например, врачи могут консультировать пациентов по общим вопросам здоровья, делиться полезными рекомендациями и последними новостями из области медицины, что способствует распространению информации и повышению уровня осведомленности о различных заболеваниях.

С другой стороны, появляются и определенные риски. Открытая коммуникация в социальных сетях может привести к ошибочным интерпретациям информации, а также к распространению недостоверных данных. Врачи сталкиваются с проблемой контроля контента: один неверный комментарий или распространение недостоверной информации может не только исказить общественное мнение о специалисте, но и повлечь за собой юридические последствия. Кроме того, медики часто сталкиваются с такими негативными явлениями, как троллинг и кибербуллинг. Это явления наносят вред репутации врача и могут угнетать его профессиональную деятельность.

Еще один важный аспект – это соблюдение этических и профессиональных норм. Врачам необходимо напоминать себе о границе между личной и профессиональной жизнью. Публикации, которые могут показаться безобидными на первый взгляд, могут неблагоприятно повлиять на профессиональную репутацию. Необходимость поддерживать высокий уровень профессионализма и следовать этическим нормам делает коммуникацию в социальных сетях еще более сложной задачей.

Таким образом, врачи должны учитывать как преимущества, так и издержки активного использования социальных сетей. Обучение этическим аспектам и правилам коммуникации является важным компонентом профессионального развития современного врача. Успешная интеграция социальных сетей в практику может значительно улучшить качество взаимодействия с пациентами и коллегами, однако нужно помнить о рисках и вызовах, которые это приносит.

Анализ контента медицинских блогов

Часто отмечается, что контент-маркетинг в сфере медицины не только создает бренд, но и помогает налаживать контакт с пациентами, а также делает учреждение более заметным среди конкурентов. Это требует глубокого понимания целевой аудитории, чтобы размещенный контент отвечал ее интересам и ожиданиям. Действительно, применение качественного контент-планирования, включая выбор актуальных тем и форматов публикаций, становится критически важным для успеха.

Одной из ключевых проблем ведения медицинского контента остается качество информации.

Рассмотрение поведения аудитории дает возможность выделить наиболее интересные темы, которые оживляют и делают контент более привлекательным. Но недостаток актуальности или чрезмерная медицинская терминология могут оттолкнуть читателей. Успешные блогеры понимают, что нужно адаптировать сложные медицинские понятия для широкой аудитории, порой прибегая к метафорам и простым объяснениям.

Ошибки в создании контента могут привести к снижению доверия со стороны читателей. Рекомендации по их избеганию часто касаются необходимости анализа статистики охвата и реакций на публикации, что способствует коррекции стратегии управления контентом. Например, важно учитывать, что разнообразие форматов (видео, графика, текст) позволяет повысить вовлеченность аудитории и сделать коммуникацию более динамичной.

Современные медицинские блоги также часто принимают участие в формировании общественного мнения о здравоохранении, что касается как методов профилактики, так и новых медицинских достижений. Вашему учреждению следует обязательно учитывать это, стремясь к активному взаимодействию и обсуждению значимых тем, касающихся здоровья. Таким образом, врачам необходимо не только предлагать качественный контент, но и активно искать точки соприкосновения с аудиторией, чтобы создать подлинный интерес к своей работе и области медицины в целом.

Рекомендации для врачей по использованию социальных сетей

При использовании социальных сетей медицинскими работниками существуют ключевые рекомендации, которые помогут сохранить профессионализм и защитить интересы пациентов. Самое важное — это строгое соблюдение конфиденциальности информации о пациентах. Врачи должны избегать публикации любой идентифицирующей информации и следовать стандартам сохранения конфиденциальности, которые действуют в их стране и конкретной медицинской практике. Нарушение этого принципа может привести не только к утрате доверия со стороны пациентов, но и к правовым последствиям.

Следующий важный аспект — это соблюдение этических норм. Врачи обязаны придерживаться моральных принципов медицины, избегая публикаций, которые могут восприниматься как вмешательство в личную жизнь пациентов. Это относится как к контенту, так и к комментированию коллег или ситуаций в медицинской практике, которые могут затронуть права и достоинство человека. Этические нормы определяют, как следует вести себя врачам в окружающей их среде, и социальные сети не становятся исключением.

Критический подход к информации также стоит на первом месте в набросках рекомендаций. Врачи должны быть осведомлены о рисках, связанных с материалами, которые они публикуют, особенно изображениями, которые могут идентифицировать пациента. Даже без намерения компрометировать кого-либо, врач может непреднамеренно обнародовать подробности, которые могут угрожать конфиденциальности. Ограничение публикации таких материалов позволит избежать нежелательных последствий как для пациента, так и для врача. Таким образом, качественная и этичная профессиональная коммуникация в социальных сетях требует от врачей соблюдения важных стандартов. Придерживаясь рекомендаций, они могут извлечь максимальную пользу из использования социальных платформ, сохраняя свою репутацию и доверие пациентов.

Заключение. В заключение можно с уверенностью утверждать, что профессиональная коммуникация врачей в социальных сетях представляет собой многогранный и динамично развивающийся процесс, который требует внимательного изучения и анализа. В последние годы социальные медиа стали неотъемлемой частью медицинской практики, предоставляя врачам уникальные возможности для взаимодействия с пациентами и широкой аудиторией. Это взаимодействие не только способствует распространению медицинской информации, но и формирует новые подходы к общению, которые могут значительно изменить традиционные модели врачебной практики.

Проанализировав как положительные, так и отрицательные аспекты профессиональной коммуникации врачей в этих платформах. С одной стороны, социальные сети позволяют врачам быть более доступными для пациентов, что может способствовать улучшению

взаимодействия и повышению удовлетворенности пациентов. С другой стороны, существует риск утраты профессиональной дистанции и возможные негативные последствия для репутации врача. Важно, чтобы врачи осознавали эти риски и подходили к использованию социальных медиа с осторожностью и профессионализмом.

Рекомендации врачам активно использовать социальные сети как инструмент для профессиональной коммуникации, но при этом соблюдать этические нормы и стандарты, а также быть готовыми к критическому восприятию информации, представляемой в этих платформах. Обучение и повышение квалификации в области цифровой коммуникации станут важными шагами на пути к успешному взаимодействию с пациентами и обществом в целом. Важно помнить, что социальные сети — это не только возможность делиться знаниями, но и ответственность за качество и достоверность представляемой информации.

Список литературы:

1. Тютурская М.С. Медицинские социальные сети: возможности и риски использования//Менеджер здравоохранения.2014.№12.URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/meditsinskie-sotsialnye-seti-vozmozhnosti-i-riski-ispolzovaniya> (09.01.2025).
2. Медики и социальные сети. Риски, о которых нужно знать. [Электронный ресурс] // 1836.ru - Режим доступа: <https://1836.ru/blog/rabota/mediki-i-sotsialnye-seti-riski-o-kotorykh-nuzhno-znat/>, свободный.
3. Врач в социальных сетях: возможности или ограничения? [Электронный ресурс]//www.mediasphera.ruРежимдоступа:<https://www.mediasphera.ru/issues/khirurgiya-zhurnal-im-n-i-pirogova/2018/8/1002312072018082078>
4. Врачи-блогеры: что о них думают пациенты, работодатели... | RB.RU [Электронный ресурс] // rb.ru - Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/medical-influencers>
5. ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ МЕДИЦИНЫ [Электронный ресурс] // studme.org - Режим доступа: <https://studme.org/125118/meditsina/zaklyuchenie>
6. СОЦИАЛЬНАЯ МЕДИЦИНА [Электронный ресурс] // www.litres.ru - Режим доступа: https://www.litres.ru/get_pdf_trial/31255230.pdf
7. Плюсы и минусы профессионального общения в социальных... [Электронный ресурс] // tr-page.yandex.ru - Режим доступа: <https://tr-page.yandex.ru/translate?lang=en-ru&url=https://www.makeuseof.com/tag/professional-networking-social-media>

*социальная сеть, запрещенная на территории РФ, как продукт организации Meta, признанной экстремистской – прим.ред.