

# Информатика и цифровые технологии

Научная статья

УДК 316.4

doi:10.32687/1561-5936-2022-26-4-375-378

## Интернет как пространство профессиональных коммуникаций специалистов здравоохранения и медицины

Лев Дмитриевич Гурцкой

Национальный научно-исследовательский институт общественного здоровья имени Н. А. Семашко,  
г. Москва, Российская Федерация

levang@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0001-6399-8945>

**Аннотация.** В статье рассмотрены аспекты использования интернет-пространства для коммуникаций специалистов медицины и здравоохранения, прежде всего за счёт ведения блогов. Приведены факторы, влияющие на увеличение количества блогов, перечислены наиболее популярные темы для ведения блогов о здоровье. Проанализировано влияние блогов о медицине на индустрию здравоохранения в целом. Рассмотрены цели создания медицинских блогов и их ключевые особенности. Указаны преимущества ведения подобных блогов для авторов и читателей.

**Ключевые слова:** интернет; блогосфера; медицинский специалист; профессиональные коммуникации

**Для цитирования:** Гурцкой Л. Д. Интернет как пространство профессиональных коммуникаций специалистов здравоохранения и медицины // Ремедиум. 2022. Т. 26, № 4. С. 375—378. doi:10.32687/1561-5936-2022-26-4-375-378.

## Computer science and digital technologies

Original article

### The internet as a space of professional communications of healthcare and medicine specialists

Lev D. Gurtskoy<sup>2</sup>

N. A. Semashko National Research Institute of Public Health, Moscow, Russian Federation

levang@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0001-6399-8945>

**Abstract.** This article discusses the aspects of using the Internet space for communication of medical and healthcare professionals, primarily through blogging. The factors influencing the increase in the number of blogs are given, the most popular topics for blogging about health are listed. The influence of blogs about medicine on the healthcare industry as a whole is analyzed. The objectives of creating medical blogs and their key features are considered. The advantages of maintaining such blogs for authors and readers are given.

**Key words:** internet; blogosphere; medical specialist; professional communications

**For citation:** Gurtskoy L. D. The internet as a space of professional communications of the healthcare and medicine specialists. *Remedium*. 2022;26(4):375–378. (In Russ.). doi:10.32687/1561-5936-2022-26-4-375-378.

### Введение

Во все времена медицина являлась важным сегментом сферы услуг, а с течением времени её роль только возрастает. «Постоянный интерес к деятельности медицинских работников связан с их ведущей ролью в сохранении жизни и здоровья населения» [1]. В свою очередь, сеть Интернет сегодня выступает в качестве неотъемлемой составляющей мира и, безусловно, влияет на все области деятельности, в том числе на медицинскую сферу.

Когда у врачей недостаточно времени для пациентов во время их посещений, их блоги могут служить дополнительным каналом для коммуникации.

Профессиональные сайты полезны для предоставления надёжной и точной медицинской информации для удовлетворения общественных потребностей в приобретении знаний и лечении заболеваний.

### Материалы и методы

При работе над темой методом анализа и синтеза были изучены публикации в российской и зарубежной литературе по вопросам развития блогосферы и участия медицинских специалистов в распространении и тиражировании медицинской информации, продвижении своей клиники и себя как бренда посредством ведения блогов. На основе вторичного

анализа данных представлены результаты исследования зарубежных авторов.

### Результаты

Во все времена медицина являлась ключевой сферой, а с течением времени её роль только возрастает. «Постоянный интерес к деятельности медицинских работников связан с их ведущей ролью в сохранении жизни и здоровья населения» [1]. В свою очередь, интернет сегодня выступает в качестве неотъемлемой составляющей настоящего мира и, безусловно, влияет на все области деятельности, в том числе на медицинскую сферу.

«В последнее время блогосфера рассматривается как уникальное информационное пространство и составляет высокую конкуренцию традиционным и устоявшимся СМИ (газетам, радиостанциям и т. п.). На данный момент каждый телеканал, любое периодическое издание имеют свой сайт или информационный портал, с помощью которого они публикуют новости, проводят онлайн-трансляции для информирования населения» [2].

Медицинские работники в России также с каждым годом всё больше вовлекаются в так называемую «блогосферу». Блогосферой называют общую совокупность всех существующих блогов как социальную сеть, или же сообщество. Для медика ведение такого блога может выступать в качестве:

- метода привлечения пациентов, увеличения своей популярности;
- хобби, увлечения для занятий в свободное время;
- способа поделиться собственными знаниями.

Так, можно отметить, что огромное количество активных блогов связаны между собой. Блогеры — авторы блогов, наблюдают, читают, оставляют комментарии друг другу и т. д., посредством чего формируют собственную субкультуру.

В качестве основного, уникального отличия блогосферы можно выделить создание определённого информационного пространства за короткий промежуток времени. Такое пространство характеризуется высокой активностью и подвижностью.

На увеличение количества блогов и блогеров в наше время могут влиять такие причины:

- наличие доступа к интернету в практически любом удобном месте;
- относительно несложное создание собственного блога;
- возможность высказать свою точку зрения и получить обратную связь;
- постоянное увеличение количества пользователей сети.

В свою очередь, блоги о медицине и здоровье являются нишевыми (блоги, целью которых является продвижение на конкретный нишевый рынок), и их темы касаются различных вопросов здравоохранения. Таким образом, подобные блоги освещают касающиеся здоровья темы, к примеру:

- здоровое питание;
- здоровый образ жизни;

- заболевания и рекомендации по их лечению;
- анализ состояния здоровья и т. д.

Такой блог выступает в качестве площадки для распространения знаний о медицине, на которой пользователи занимаются поиском или публикацией полезной информации, и которая может содержать как информационный, так и журналистский стили. Блог способен расширяться и действовать в роли некоего онлайн-сообщества.

Среди самых популярных ниш для блогов о здоровье можно выделить:

- о различных диетах и снижении веса — предоставляют сведения, касающиеся похудения;
- о здоровом питании — предлагают информацию о сбалансированном питании и его влиянии;
- о спорте и тренировках — обучают различным упражнениям;
- о заболеваниях — посвящены различным болезням, рекомендациям по их лечению и профилактике. Как правило, в роли авторов подобных блогов выступают врачи;
- о ведении здорового образа жизни — публикуют сведения о ведении такого образа жизни и его влиянии;
- об эмоциональном здоровье, стабильности.

Существуют блоги, также касающиеся здоровья, но не относящиеся к перечисленным выше категориям. В свою очередь, некоторые блоги подходят одновременно к нескольким категориям. Пользователей любого блога, и блог о медицине не исключение, делят на читателей и самих авторов — блогеров.

Интересными представляются данные исследования, проведённого китайскими авторами среди врачей-блогеров. Проанализировав 128 действительных онлайн-анкет, авторы обнаружили, что подавляющее большинство респондентов (91,4%) врачей создали личный блог добровольно, а 82,0% вели свои блоги сами, не поручая эту деятельность другим. Пятью основными мотивами для создания блога в порядке от наиболее к наименее важному были делиться медицинскими знаниями с общественностью и медицинским персоналом (90,6% опрошенных), рассказывать про свою жизнь (68,8%), предоставлять обществу медицинские консультации (47,7%), выражать свои чувства (43,8%) и делиться информацией, не связанной с медицинскими знаниями (39,8%) [3]. Меньше медработников вели блог для того, чтобы продвигать себя (28,1% опрошенных), общаться с пациентами (29,2%) и друзьями (29,2%), публиковать результаты своего творчества (22,7%), контактировать с родственниками/друзьями (20,3%), продвигать больницу/клинику, в которой они работают (17,2%), заводить друзей (10,2%).

Интересными также представляются тематические направления, формирующие контент блогов, которые ведут медицинские специалисты. Большинство врачей (89,8%) разместили в своих блогах контент «медицинских знаний». На втором месте (50,0%) оказался раздел «Опыт путешествий», а на

третьем — описание радостей и горестей работы (47,7%) и литературное творчество (47,7%).

Блоги о медицине, как и другие, выражают интересы, мысли и цели автора, которых необходимо достигнуть. Сам автор выбирает, насколько часто будет публиковаться материал, стиль его оформления и т. д. Как правило, чаще всего в роли авторов подобных блогов выступают именно медицинские работники.

Среди читателей блога можно выделить как постоянных, так и случайных — т. е. всех людей, которые так или иначе прочли публикуемую информацию. Чаще они являются пациентами, другими медиками либо просто лицами, которым данная информация интересна. Из читателей состоит аудитория блога, и они определённым образом принимают в нём участие с помощью обратной связи на публикуемые сведения.

### Обсуждение

Блогосфера оказывает определённое влияние на всю область здравоохранения за счёт различных блогов по темам здоровья и медицины. В индустрию здравоохранения входят медики разных областей, в том числе стоматологи, медицинские сестры, врачи и др., различные сведения о профессиях которых также могут публиковаться в подобных блогах, либо они сами могут являться их авторами. Блоги выступают в качестве некоей площадки для обсуждения интересующих тем разными людьми, которые так или иначе распространяют полученные полезные сведения, вследствие этого может наблюдаться улучшение состояния здоровья населения в целом.

Из-за блогов о медицине уже происходит преобразование процесса получения сведений о медицине обществом, а также методов представления этих сведений. Читателям достаточно просто получить доступ к интересующей информации в любой удобный момент, они также могут дать обратную связь подходящим способом.

Таким образом, посредством связи, критики и одобрения в виде комментариев, электронных писем и т. д. медицинская грамотность увеличивается и распространяется на более широкий круг людей. Можно предположить, что влияние на всю индустрию здравоохранения в целом будет оказываться весомое, т. к. наблюдается увеличение количества подобных блогов.

Особенность ведения блога для авторов состоит в том, что в своих публикациях они могут описывать достаточно большой круг вопросов, связанных со здоровьем. Так, автор может распространять просто сведения для информирования читателей или публиковать собственное мнение, свои исследования, мысли и т. д.

Публикации могут иметь в качестве основы личный опыт автора. Поэтому блоги о медицине выступают также в качестве площадки для обмена полезными сведениями, выражения своей точки зрения и опыта автора, поддержки и помощи.

Касающиеся здоровья блоги могут играть роль онлайн-бизнеса. Таким бизнесом также может заниматься лицо или организация, осуществляющая деятельность в области здравоохранения. Автор может получать прибыль с помощью размещения в блоге разного рода рекламы. Реклама может быть как связана с основной темой блога, так и не связана.

Организация здравоохранения, управляя блоггом, как правило, своей целью ставит продвижение собственных продуктов и услуг, увеличение прибыли. Лицо также может продвигать собственные продукты в блоге.

Читатели с помощью блогов о здоровье и медицине обретают площадку для получения интересующей информации, поддержки и рекомендаций. Как правило, читателями блога являются лица с похожими интересами к определённым медицинским сведениям. Так, блог объединяет разных людей со схожими вопросами и может помочь добиться как собственных поставленных целей, так и целей всего блога.

Рассмотрим основные особенности блогов о медицине:

- в зависимости от освещаемых в блоге вопросов он способствует распространению полезной медицинской информации для населения;
- публикации в блогах могут выходить более часто, вне зависимости от времени (по сравнению с газетами, журналами и т. д.), с целью освещения наиболее актуальных вопросов и тем;
- в случае, если блогу доверяет большое количество пользователей, информация о нём распространяется на более широкий круг общестственности и способствует привлечению большего количества людей к вопросам медицины;
- авторы блогов могут распространять сведения о собственном опыте, заболеваниях, с которыми они столкнулись, объединять людей со схожими проблемами, предоставлять необходимую поддержку и помощь;
- материалы, которые публикуются в блоге, могут быть более понятными и доступными для общества.

Блоги о медицине предоставляют полезные знания и рекомендации для своих читателей. Вследствие распространения такой информации увеличивается общая осведомлённость населения, из-за чего может наблюдаться массовое улучшение состояния здоровья. Читатели распространяют информацию, которую считают актуальной и полезной на данный момент, поэтому для увеличения популярности блога следует регулярно публиковать материал.

С помощью блогов читатели могут принимать участие в развитии индустрии здравоохранения. Пользователи отвечают на опубликованный материал собственными мыслями, рассуждениями, личным опытом на этот счёт. Такая реакция также оказывает определённое влияние на дальнейшее развитие сферы здравоохранения. «Взаимодействие с электронной средой становится более востребован-

ным, происходит трансформация парадигмы отношений врач—пациент. В настоящий момент наблюдается асимметрия традиционной коммуникативной модели, и общение выходит на качественно новую стадию, при которой расширяются возможности как доктора, так и пациента» [4].

Преимущества для медиков в ведении блога:

- демонстрация собственной компетентности;
- рост числа клиентов;
- увеличение дохода;
- возможные поощрения от руководства для работников больниц, клиник, благодаря привлечению новых клиентов;
- новые профессиональные предложения;
- рост авторитета и экспертности в глазах пациентов.

Рассмотрим основные рекомендации для создания и продвижения интересного и актуального медицинского блога:

- полезно будет иметь какую-либо индивидуальную особенность;
- следует публиковать материалы, которые актуальны для аудитории и несут определённую пользу;
- поскольку обычно блог создаётся именно для клиентов, важно, чтобы информация в нём излагалась на доступном для них языке;
- следует придерживаться определённого стиля при написании текста;
- публикации должны быть максимально полными и понятными;
- необходимо учитывать специфику выбранной темы блога;
- при подготовке материала к публикации стоит его обработать, подготовить в стиле социальной сети или площадки, на которой она будет размещена.

Для написания публикации можно изначально обратиться за консультацией к копирайтеру — профессионалу, который занимается написанием авторских текстов. Далее можно использовать полученные знания или же пользоваться его услугами постоянно.

При развитии блога следует создать контент-план — график размещения контента, формируемый с целью подбора актуальной информации, её упорядочения и исключения повторений. Составляется такой план, как правило, каждый месяц.

На сегодняшний день медицинские работники занимаются активным продвижением своих продуктов и услуг: запускают марафоны, ведут собственные вебинары, создают чек-листы и методички и т. д. Для эффективной реализации вышеперечисленного также рекомендуется некоторый порядок действий:

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 30.06.2022; одобрена после рецензирования 03.08.2022; принята к публикации 01.09.2022.  
The article was submitted 30.06.2022; approved after reviewing 03.08.2022; accepted for publication 01.09.2022.

- для начала следует предоставлять малый объём информации о предлагаемом продукте или услуге;
- далее величину информации с течением времени увеличивают;
- публикуются все сведения о предложении;
- принимается обратная связь, осуществляются ответы на заданные вопросы;
- в конце объявляется начало продаж при установлении минимальной стоимости с упоминанием, что со временем она будет увеличена.

Данный порядок используют для расширения списка читателей, которым может быть интересно данное предложение. Если автор планирует вести профессиональный блог и получать с помощью него прибыль, ему необходимо наиболее полно изучить принцип работы площадки, на которой этот блог размещён, свою целевую аудиторию, основы продаж, проводить постоянный мониторинг обновлений и многое другое.

### Заключение

Продвижение медицинских блогов — достаточно сложная задача. Посредством публикации актуальных, понятных и полезных материалов возможно заполучить доверие потенциальных клиентов, показать свою компетентность. Важно, чтобы размещаемые в медицинском блоге материалы были тщательно проверены автором и действительно интересны читателям. Блогосфера сегодня присутствует в жизни большинства людей, а актуальные медицинские блоги так или иначе оказывают влияние на всю индустрию здравоохранения.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Макарова О. С., Устюжанина А. К. Критика медицинского сообщества в блогосфере // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2014. Т. 13, № 6. С. 137—142.
2. Демьяненко К. В. Журналистика и блогосфера в социокультурном информационном пространстве // Молодой ученый. 2018. № 49. С. 201—203.
3. Chang I. C., Cheng K. C., Hsu H. M., Yen D. C. Factors Influencing physicians' continuous blogging: a survey // Healthcare. 2021. Vol. 9, N 8. P. 958. DOI: 10.3390/healthcare9080958
4. Варнавская Е. В. Сетевой медицинский дискурс в блогосфере: социолект и специфика онлайн-общения // Концепт. 2019. № 5. P. 206—216.

### REFERENCES

1. Makarova O. S., Ostegenin A. G. Criticism of the medical community in the blogosphere. *Bulletin of the NSU. Series: History, Philology*. 2014; 13 (6): 137—142. (In Russ.)
2. Demyanenko K. V. Journalism in space and the blogosphere In the socio-cultural information space. *Young scientist*. 2018; (49): 201—203. (In Russ.)
3. Chang I. C., Cheng K. C., Hsu H. M., Yen D. C. Factors Influencing physicians' continuous blogging: a survey. *Healthcare*. 2021; 9(8): 958. DOI: 10.3390/healthcare9080958
4. Varnavskaya E. V. Network medical discourse in the blogosphere: sociolекt and specifics of online discussion. *Concept*. 2019; (5): 206—216. (In Russ.)