

Как СМИ формирует имидж здравоохранения на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

Научный руководитель – Олешко Евгений Владимирович

Петелина Кристина Игоревна

Студент (магистр)

Югорский государственный университет, Ханты-Мансийск, Россия

E-mail: kristina8883@yandex.ru

Тема освещения медицины является одной из наиболее острых социальных проблем в современных медиа. В информационных материалах часто говорится о конфликте определенных социальных групп: медицинских работников и пациентов. Большой поток негативной и порой недостоверной информации в СМИ формирует негативный образ медицины в глазах общества в регионе и стране [1, 4].

В настоящий момент СМИ в Югре и в России используют социальные сети как информационный источник. Негативные отзывы, медицинские истории собирают много просмотров, комментариев и репостов. При этом часто отсутствует второе мнение или официальное подтверждение информации [2, 3].

На фоне негативных новостей информация о новом оборудовании или уникальных операциях, теряет яркость и доверие читателей.

Все это ведет к формированию в общественном сознании негативного образа врача, отождествление ошибки с преступлением, снижает уровень позитивных установок людей на общение с медицинскими работниками.

В декабре 2019 года мы провели анализ информационных поводов в крупных городских пабликах социальных сетей (Ханты-Мансийск, Сургут, Нижневартовск, Нефтеюганск) и новостей в пяти регионарных и двух федеральных СМИ. Периодичность выхода постов в социальных сетях составляет 5-10 постов в месяц в одном паблике. Периодичность выхода новостей в СМИ с негативной окраской медицины региона составила от 2 до 10 раз в месяц. Данный факт подтверждает гипотезу о том, что средства массовой информации желая оставаться интересными для своей аудитории публикуют большое количество новостей о медицине в Югре делая акцент на жалобах пациентов, конфликтах, медицинских ошибках тем самым формируют в обществе негативный имидж здравоохранения региона [5, 6, 7].

Сейчас у большинства больниц и поликлиник рассматриваемого субъекта созданы официальные страницы хотя бы в двух социальных сетях. Но страницы требуют качественного наполнения, который в данный момент отсутствует. Такие паблики не способны конкурировать с крупными городскими группами. Необходимо заполнить пробел позитивной информации о здравоохранении Югры путем

Источники и литература

- 1) Полухтина М.Р. Освещение проблем здравоохранения в ежедневной информационной программе «время» первого канала // Студенческий, 2018. No 10- 4 (30). С. 49-53
- 2) Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 1991
- 3) Дзялошинский И.М. Модернизация журналистики: методологический этюд / Иваницкий В.Л., М., 2005.

- 4) Медицинская Россия <https://medrussia.org/3646-pacient-vsegda-graf/#hcq=z8DLzgq>
- 5) Информационное агентство «ЮграPRO» <https://www.ugrapro.ru/2019/12/06/udarim-po-boleznyam-novatorski-mediki-yugryi-prenebregayut-elementarnymi-pravilami-sanitarii/>
- 6) Информационное агентство URA.RU <https://ura.news/news/1052404396>
- 7) Городской информационный портал Нижневартовска https://beta.nv86.ru/news/ugra_accident/1368356/