

**коммуникации в сфере медицины: актуальные проблемы и способы их  
преодоления**

**Ро Эстер -**

*Студент (бакалавр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: ro-esther@ya.ru*

Наблюдение за событиями в сфере медицины и особенностями их подачи в медиа дают возможность констатировать, что чаще всего объектом внимания становятся конфликты возникающие между пациентами и врачами. Мультиплицирование подобной тематики в СМИ приводит к росту недоверия в обществе к российской медицине и повышению конфликтности в этой сфере. Пациенты все больше доверяют стереотипам, чужому опыту, недостоверным источникам в интернете, и все меньше врачам.

Стереотип: [U+300A] Врач не хочет лечить, ему бы лишь заработать на нас больше денег [U+300B]

На самом деле: В Медицине практически ничего никогда нельзя гарантировать на все 100%. Очень многое зависит от самих пациентов, их особенностей, индивидуальности организма. Бывают случаи, когда врач назначает лечение, которое помогло предыдущим 99% пациентам, но именно у некоторых пациентов оказывается индивидуальная нечувствительность к одному или нескольким компонентам препарата, и лечение становится не эффективным.

Стереотип: [U+300A] В интернете всё написано, зачем идти к врачу? [U+300B]

На самом деле: Врачи учатся своей профессии более шести лет, включая практически занятия, врачи знают особенности и нюансы болезней, а в интернете много некомпетентных людей, ориентирующихся на обрывочные знания.

Был проведен опрос среди жителей Петербурга с целью выявления существующих проблем в сфере медицины, причин конфронтации между медиками и пациентами, а также для определения вариантов решения конфликтов. Половозрастной состав участников опроса: 120 женщин и 30 мужчин в возрасте от 14 до 70 лет.

Результаты опроса показали, что взгляд на современные проблемы медицины у пациентов и медиков различный. У пациентов лидирующие позиции занимает недостаточная квалификация медицинских работников, проблемы в устаревшем оборудовании, проблема неадекватности врачей. Медики же единогласно главной проблемой назвали неадекватность пациентов, агрессию и недоверие с их стороны. На втором месте - проблемы в Минздраве и государственных здравоохранительных структурах, на третьем - недостаточная заработная плата, которая не устраивает 100% опрошенных респондентов. Помимо этого, участники опроса выразили недовольство по поводу агрессивных и недобросовестных материалов об их работе, которые распространяют СМИ.

Медучреждения нуждаются в PR специалистах которые будут воздействовать на общественное мнение, формировать репутацию, публичный капитал, корпоративную культуру медицинских учреждений, а также создавать современные медиа-платформы, с помощью которых до аудитории будет доноситься актуальная компетентная информация о событиях в сфере медицины.

### **Источники и литература**

- 1) Воронкова Л. П., Бажуков В. И. Корпоративная культура: проблема ценностей. Университетские чтения: сборник статей. М.: МГУ № 17. С. 21-30.

- 2) Липпман, Уолтер. Общественное мнение — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с. ISBN 5-93947-016-5
- 3) Шишкин Д. П., Панкова Г. К. Теория и практика связей с общественностью: внутрикорпоративные связи с общественностью. СПб. : СПбГУТД, 2012. 63 с.
- 4) Статья Дмитрия Володарского из газеты «Медицинская газета» от 06. 08. 2014

#### **Слова благодарности**

Я благодарна за гостеприимность и возможность получить бесценный опыт Московский Государственный Университет, а также Санкт-Петербургский Государственный университет за ценные знания которые я получила в ходе обучения, и могу применить на практике. Благодарю своего научного руководителя- Павлушкину Наталью Анатольевну за мотивацию, стимул и поддержку, если бы не мой научный руководитель- мне не хватило бы сил, и компетентности для участия в такой достойной и важной конференции.