

МЕДИЧНА ЖУРНАЛІСТИКА В СИСТЕМІ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Проаналізовано роль і місце медичної журналістики в системі масової комунікації. Визначено її завдання та принципи. Виокремлено проблему оцінювання якості матеріалів у неспеціалізованих ЗМІ.

Ключові слова: *медична журналістика, неспеціалізовані ЗМІ, інформаційно-просвітницька діяльність, школа медичної журналістики, формування громадської думки.*

Проанализирована роль и место медицинской журналистики в системе массовой коммуникации. Определены ее задания и принципы. Выделена проблема оценивания качества материалов в неспециализированных СМИ.

Ключевые слова: *медицинская журналистика, неспециализированные СМИ, информационно-просветительская деятельность, школа медицинской журналистики, формирование общественного мнения.*

The article deals with the role and place of medical journalism in mass communication. Its tasks and principles are defined. The author determines the problem of the quality of materials evaluation in non-specialized media.

Key words: *medical journalism, mainstream media, information and educational activities, school of medical journalism, public opinion.*

Медична журналістика є особливим видом наукової журналістики, який висвітлює інформацію з медичної галузі. Оскільки з розвитком медицини обсяг наукових новин у цій сфері збільшується, виникає необхідність не лише оприлюднення даних у фахових виданнях, але й повідомлення громадськості про певні здобутки, що передбачає публікації в неспеціалізованих ЗМІ. Відтак, журналіст, котрий пише на медичну тематику, має балансувати на межі «сенсаційності» (наприклад, винайдення лікарського препарату, що врятує від СНІДу чи раку) та ретельної і прискіпливої уваги до фактів та емпіричних оцінок. Загалом завдання наукового журналіста — це, насамперед, опрацювання специфічної вузькогалузевої інформації, частю переважаною науковими термінами, та її «переказ» доступнішою мовою (але не на шкоду її точності й достовірності) і в такій формі, щоб пересічний споживач засобів масової інформації міг її зрозуміти.

Нині з огляду на інтенсивний розвиток медицини та популярність певних її напрямів сучасні ЗМІ пропонують якщо не відповідні рубрики, то принаймні окремі публікації медичної тематики. Вона також є достатньо поширеним явищем на телебаченні та радіо, починаючи від реклами медичних препаратів, послуг і клінік, «інформаційного буму» у сфері народної медицини, косметології, дієтології,

здорового харчування і завершуючи телепрограмами, присвяченим здоров'ю, та випусками новин, що містять повідомлення про «скандальні» випадки в галузі медицини, наприклад, ускладнення та летальні наслідки в немовлят після щеплень, труднощі українців, які потребують проведення гемодіалізу, відсутність якісної медичної допомоги на селі, проблеми лікування хворих на рак, СНІД, виникнення нових штамів грипу тощо.

Останнім часом, беручи до уваги новини шоу-бізнесу, зокрема, народження немовлят від сурогатної матері для зірок естради, на піку популярності перебуває тема сурогатного материнства, яка стала предметом обговорення не лише в друкованих ЗМІ, але й на телебаченні, і не лише з погляду медицини, але й з релігії, психології, етики.

У публікаціях медичної тематики важливим є також належне ілюстрування таких матеріалів. Йдеться, зокрема, про випадкові ілюстрації в статтях, які можна легко «назбирати під необхідну тему» в мережі Інтернет. Тому фотографії пацієнтів часто можуть бути використані в контексті, що жодним чином не стосуються реальної ситуації, у якій вони на той час перебували. Тобто тут уже йдеться про порушення не лише такого принципу журналістики, як правдивість, але й про права пацієнтів.

Отже, актуальність звернення до проблем медичної журналістики зумовлена тим, що нині ця сфера наукової журналістики набирає обертів в Україні, стає важливою ланкою комунікації між населенням і такою сферою наукового знання, як медицина, але досі залишається недостатньо вивченою.

Мета статті — проаналізувати роль і місце медичної журналістики у сфері масової комунікації, визначити її завдання та принципи.

Про одностороннє висвітлення медичної проблематики засобами масової інформації науковці заговорили ще в 1998 р. Зокрема, на конференції в Російській академії медичних наук учені звернули особливу увагу на негативний вплив ЗМІ на населення. Так, Ю. Хрустальов, В. Жирнов, Б. Нувахов відзначали, що медична проблематика висвітлюється не завжди об'єктивно, а престиж лікаря піддається сумніву. На психологічні причини виходу друком подібних публікацій указував В. Деларю в монографії «Соціальна екологія та масова свідомість» (2000 р.). До цього питання звертався й А. Мартиросян у дисертації «Сучасні ЗМІ як фактор ризику в розвитку неврозів» (2003 р.) [5, с. 55–59].

Останніми роками науковці знову звернулися до проблеми випадкових непрофесійних публікацій у сфері медицини (як у традиційних виданнях, так і на сайтах у мережі Інтернет). Зокрема, доктор медичних наук, професор, член-кореспондент Російської академії природознавства І. Нікберг відзначав тенденцію до популяризації медичних знань, проявом якої є збільшення питомої ваги матеріалів,

що висвітлюють різні теоретичні і прикладні аспекти медицини в неспеціалізованих засобах масової інформації. Він акцентував на тому, що немедичні журнали, газети та портали Інтернету мають постійні рубрики, присвячені питанням здоров'я людини, або періодично публікують такі матеріали. При цьому «ознайомлення з публікаціями в цих рубриках свідчить про те, що значна їх частина запозичується з випадкових джерел, часто містить суперечливі і ще не доведені наукою і клінічним досвідом сенсаційні відомості» [6].

І. Нікберг виокремлює важливу проблему неспеціалізованих ЗМІ — критерії оцінювання якості матеріалів, що надходять у редакцію видання (або, зважаючи на існування мережевих видань, надіслані адміністратору сайта), і критерії вирішення питання про доцільність їх публікації. На думку вченого, «особлива відповідальність науково-популярних медичних публікацій виникає у випадках, коли вони містять інформацію з конкретними рекомендаціями читачеві щодо застосування тих чи інших препаратів, вторинної профілактики і лікування захворювання, повсякденного побутового і трудового режиму тощо» [6].

Зрозуміло, що в тих науково-популярних виданнях, які мають у складі редакцій або з-поміж рецензентів компетентних фахівців-медиків, питання доцільності публікації того чи іншого матеріалу може бути вирішено досить легко. Однак у переважній більшості неспеціалізованих ЗМІ таких фахівців немає.

Загалом же про медицину пишуть або лікарі, які прийшли в журналістику, або журналісти, котрі спеціалізуються на цій тематиці. Однак часто лікар, який починає кар'єру журналіста, не усвідомлює, що мова журналістики — це мова публічного простору, тому важливо вміти дещо спрощувати текст, «перекладати» його з мови наукової медицини на мову мас-медіа. Цікавими в цьому сенсі є методичні рекомендації для спеціалістів, що займаються комунікацією у сфері охорони здоров'я, де запропоновано способи адаптації медичного тексту [1, с. 15]. При цьому відзначимо, що журналісти часто говорять мовою сенсацій. Відтак, постає питання професіоналізму у сфері медичної журналістики.

Таким чином, на нашу думку, писати на медичну тематику повинен фахівець, який, по-перше, має поглиблену підготовку з конкретної спеціальності, по-друге, розуміється на основних напрямках та нормативних документах медичної журналістики, особливо йдеться про конфіденційність, лікарську таємницю, дотримання Етичних кодексів лікаря та журналіста.

Крім того, якщо говорити про етичний аспект медичної журналістики і видання такого типу, то не можна не відзначити, що навіть побіжний аналіз сайтів видань як медичного спрямування, так і тих, які містять лише окремі публікації медичної тематики, свідчить: багато матеріалів мають відверто рекламний зміст і без достатніх

підстав пропагують нові ліки, способи лікування, харчові добавки тощо. Загрозливих масштабів набуває також реклама послуг псевдоцілителів.

Рекламу ліків можна не лише спостерігати на екранах телевізорів або чути по радіо, вона активно поширюється в Інтернеті. Більше того, джинса — типове явище сучасних ЗМІ безвідносно до того, якої сфери стосується публікація (релігії, медицини, економіки). Так, у такому контексті цікавою є стаття О. Голуб та О. Романюк, котрі порушують проблему комерційної джинси на рівні всіх ЗМІ. Зокрема, вони наводять такий приклад: у «Фактах» від 14 березня 2013 р. лікар Житомирської обласної лікарні О. Маламийчук, розповідаючи про лікування нежитю, згадує препарат «Синупрет», який, за його словами, «усуває набряк слизової оболонки носа, має проти-запальний, антибактеріальний ефект» [4].

При цьому доводиться визнавати, що існування науково-популярних та масових видань медичного спрямування взагалі без реклами лікарських засобів наразі майже не можливе, адже тут «підводним каменем» є залежність від рекламодавців. Однак участь лікарів у цьому заборонена на законодавчому рівні (Закон України «Про рекламу», ч. 7, ст. 21).

Г. Швітцер, один зі співавторів видання «Біоетика та ЗМІ: рекомендації для журналістів», з-поміж проблем медичної журналістики також називає «сенсаціонізм», комерціалізацію, походження матеріалів лише з одного джерела, односторонній опис дії нових ліків без обговорення можливих проблем, пов'язаних з їх застосуванням, а також необережне трактування статистичних і медичних даних [2].

Зважаючи на роль, яку відіграє медична журналістика в житті суспільства, цікавими є погляди Г. Холмогорової, які вона висвітлила в Медичному онлайн-журналі для лікарів і пацієнтів [8]. Учена акцентує на значному впливі ЗМІ на поведінку людини, а, відтак, на доцільності їх використання для проведення загальнонаціональних профілактичних програм, що сприяють збереженню здоров'я населення. Як приклад вона наводить Фінляндію, де за 25 років проведення такої програми вдалося знизити смертність від ішемічної хвороби серця на 65%. Хоча автори книги «Азбука комунікації у сфері охорони здоров'я» стверджують, що медична інформація часто цільовою аудиторією не сприймається адекватно і в чистому вигляді не здатна переконати людину змінити свій звичний спосіб життя, зробивши її здоровою [1]. Загалом же, щоб інформація дійшла до цільової аудиторії, вона має бути доступною і чітко сформульованою, а відтак, викладати її необхідно в максимально популярній формі. І хоча критеріями висвітлення новин є лаконічність і конкретність, у сфері медицини матеріал має містити достатню кількість контексту і передумов для того, щоб бути зрозумілим і корисним для реципієнта.

Оскільки ЗМІ за своєю природою є маніпулятивними, то рівень відповідальності журналістів, котрі пишуть на медичну тематику, є особливо високим. Адже медійні публікації, у яких описуються симптоми хвороб, можуть викликати явище сугестії (навіювання).

Сугестія — це спосіб впливу, оснований на некритичному сприйнятті людиною отримуваної інформації [7], тому доречно згадати як приклад ситуацію з епідемією грипу в Україні в 2009 р. (штам вірусу H1N1, або умовна назва «свинячий грип»), коли ЗМІ спровокували паніку своїми відеосюжетами або публікаціями. І не останню роль у цьому відіграв Інтернет: «Почему глава ВОЗ в Украине скрывает информацию о свином гриппе?» (<http://2000.net.ua/2000/aspekty/problemu/46248>), «В Украине подтвержден свиной грипп» (<http://Obozrevatel.com/news/2009/6/2/305747.htm>) тощо.

Тобто публікації, які хоча б опосередковано стосуються до медицини, можуть стати засобом маніпуляції, те ж саме можна сказати і про рекламу лікарських засобів.

Тому в цьому контексті актуальним є питання завдань та функцій медичної журналістики.

Російська дослідниця А. Боневоленська виділяє функції медичної журналістики, основуєчись на функціях журналістики в цілому. Так, вона виокремлює: 1) пізнавальну (інформаційно-просвітницьку), 2) дослідницьку; 3) організаторську; 4) пропагандистсько-агітаційну. На думку вченої, одним із актуальних завдань теорії журналістики є виявлення специфіки кожної з цих функцій, відкриття їх взаємодії, двостороннього зв'язку преси з читачем [3, с. 22–27].

На запитання «Навіщо ж потрібна медична журналістика?» намагалися відповісти і російські журналісти. Так, на сайті інформаційно-довідкового порталу Приморського краю «ВладМедицина. Ру», який присвячений медицині Владивостока (Росія), подано результати опитування «Для чого потрібна медична журналістика», проведеного на сайті 23 січня 2013 р. Кількість опитаних — 181 особа. Більшість респондентів (57 осіб — 31%) указали на те, що медична журналістика потрібна для розуміння суспільством процесів у медицині, менша кількість наголошує на її необхідності для формування громадської думки в медицині (36 осіб — 20%), майже однакова кількість опитаних висловила діаметрально протилежні думки: 18% (33 особи) вважають, що така журналістика взагалі не потрібна, а 17% (30 осіб) стверджують, що вона необхідна для діалогу між лікарями й пацієнтами. І лише на думку 23 осіб (13%), така журналістика забезпечує зворотній зв'язок між владою та суспільством.

Таким чином, йдеться про комунікацію у сфері медицини й охорони здоров'я, яку мають забезпечити саме ЗМІ. Принципи, на яких вона має базуватися, а також завдання й правила роботи журналістів, які висвітлюють новини про здоров'я та медицину, розглядали члени

Асоціації журналістів у сфері охорони здоров'я (США), до складу якої входять представники мас-медіа різних країн [2].

Зокрема, Асоціація розробила «Положення про принципи» — рекомендації щодо принципів якісної практики в журналістиці у сфері охорони здоров'я.

Акцентовано на стандартах істинності, точності та контексту в кожному репортажі. Для цього журналіст має бути обережним при виборі джерел, ставити перед собою питання, виявляючи фінансові, пропагандистські, особисті й інші інтереси тих, у кого беруть інтерв'ю; незважаючи на багатоманіття позицій у медичній сфері не приймати чию-небудь сторону і надавати а репортажі точну, збалансовану і повну інформацію; зберігати журналістську незалежність та намагатися не використовувати матеріали і цитати з уже опублікованих прес-релізів, а в разі необхідності їх використання посилатися на першоджерела; інформувати про всі ризики та вигоди будь-якого лікування, про можливі наслідки альтернативних підходів; пильнувати, щоб підготовлені до публікації матеріали в цілому (зокрема заголовки, графіка) надмірно не спрощували і не спотворювали новину; вважати суспільний інтерес головним критерієм під час вибору матеріалу повідомлення тощо [2].

На думку авторів видання «Азбука комунікації у сфері охорони здоров'я», комунікація у сфері охорони здоров'я призначена для інформування населення про збереження здоров'я та навчання практичних навичок ведення здорового способу життя, а тому її основою має бути достовірна інформація.

Відтак, така комунікація формує громадську думку, яка впливає на прийняття тих чи інших рішень щодо збереження і зміцнення здоров'я населення [1].

Отже, узагальнивши дані різних джерел та зважаючи на те, що комунікація у сфері охорони здоров'я передбачає не тільки інформування з тих чи інших питань, але й вибудовування стратегій взаємодії з населенням, із засобами масової інформації, можна виокремити такі завдання медичної журналістики:

- здійснення інформаційно-просвітницької діяльності (об'єктивне, незалежне і відповідальне інформування населення про досягнення медицини, про хвороби і способи запобігання їм);
- проведення пропаганди й агітації щодо здорового способу життя;
- привернення уваги до проблеми (ВІЛ, гепатити, онкологія, цукровий діабет);
- розвінчування міфів і стереотипів у громадській думці (дієтологія, онкологія);
- формування громадської думки.

З-поміж основних принципів, якими має керуватися журналіст, котрий пише на медичну тематику, назвемо такі:

- актуальність, популярність та відповідність колу інтересів потенційних читачів;
- професіоналізм у викладі матеріалу, зрозумілість і доступність;
- критичне ставлення до висвітлюваної проблематики, тобто незалежне і всебічне висвітлення теми;
- дотримання принципу соціальної відповідальності.

Таким чином, можна дійти висновку, що медична журналістика є особливим видом наукової журналістики і має бути орієнтована насамперед на об'єктивне, незалежне і відповідальне висвітлення медичної тематики засобами масової інформації, на підтримку ініціатив, спрямованих на проведення загальнонаціональних профілактичних програм, що сприяють збереженню здоров'я населення, а відтак, і на формування громадської думки в цьому напрямі. Основоположними принципами медичної журналістики мають стати об'єктивність і прагнення до багатостороннього висвітлення теми, соціальна відповідальність, професіоналізм.

У розвитку медичної журналістики в Україні в цьому напрямі вже є певні здобутки. Так, у 2011 р. в Академії української преси вийшов друком довідник «Як писати про громадське здоров'я. Права пацієнтів», а у 2013 р. з ініціативи Національної спілки журналістів України та за підтримки Міністерства охорони здоров'я в Києві з 31 січня 2013 р. розпочала свою роботу Школа медичної журналістики, першим здобутком якої став посібник «Медична журналістика». Як писати про онкологію».

Перспективами подальших досліджень може бути вивчення ролі жанру під час висвітлення теми охорони здоров'я (інтерв'ю зі спеціалістами, колонка експерта, репортаж, науково-просвітницька стаття тощо).

Список літератури

1. Азбука комунікації в сфері здравоохранения : методические рекомендации для специалистов, занимающихся коммуникацией в здравоохранении / [Центр общественного здоровья Северной Карелии, Министерство здравоохранения и социального развития Республики Карелия, Государственное учреждение здравоохранения «Республиканский центр медицинской профилактики»]; под ред.: Туула Копонен; соавт.: А. Партанен, Л. Белая, Д. Трофимова, Ю. Веселова]. — Йозенсу-Петрозаводск, 2010. — 24 с.
2. Биоэтика и СМИ: рекомендации для журналистов / П. Д. Тищенко, Б. Г. Юдиным. — М., 2008. — 60 с.
3. Боневоленская Д. А. Медицинская журналистика / А. Д. Боневоленская // Московский весник. — 2004. — №10. — С. 22–27.
4. Голуб О. Хто витягне ЗМІ з петлі комерційної джінси [Електронний ресурс] / О. Голуб, О. Романюк // Медіаграмотність. — Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/22784>. — Назва з екрана.

5. Деларю В.В. Современные средства массовой информации как фактор риска в развитии неврозов / В. В. Деларю, А.В. Мартиросян // Социология медицины. — 2004. — №1 (4). — С. 55–59.
6. Нікберг І. І. Методологічні аспекти популяризації медичних знань у за-собах масової інформації [Електронний ресурс] / І. І. Нікберг // Новости медицины и фармации: интернет-издание для медицинских и фармацев-тических работников. — 2012. — №5(403). — Режим доступа: <http://www.mif-ua.com/archive/article/27198>. — Назва з екрана.
7. Клиническая психология. Словарь / [под ред. Н. Д. Твороговой. — М. : ПЕР СЭ, 2007. — 416 с.
8. Холмогорова Г. Т. Пишем, братцы, пишем... Журналисты о публикациях для населения [Электронный ресурс] / Г. Т. Холмогорова // Медицин-ский онлайн-журнал для врачей и пациентов. — Режим доступа: <http://www.medcom.spb.ru/publ/info/1063>. — Заглавие с экрана.

Надійшла до редколегії 16.01.2014 р.