

Социальные сети в здравоохранении: возможность налаживания контактов

R. Gómez Bravo¹, C. Lygidakis², M. Gómez Bravo³, M. Sattler², R. Zoitanu², S. Rigon²

¹ Испанский союз семейной и общественной медицины, Мадрид, Испания

² Организация семейных врачей «The Vasco da Gama movement», Италия, Люксембург, Румыния

³ Компания «ROI UP Agency», Мадрид, Испания

Social Media in Healthcare: The Power of Networking

R. Gómez Bravo, C. Lygidakis, M. Gómez Bravo, M. Sattler, R. Zoitanu, S. Rigon

Social Media has high penetration and impact in many countries including low income communities. Using it to promote, disseminate and discuss medical knowledge, initiatives, projects, research, news and other activities between peers has become one of the most powerful way of communication nowadays, more useful than the traditional methods. The aim of this communication is to offer an overview of the use and impact of Social Media in the network of European Young General Practitioners from 2 different perspectives: the use of the social media networks by the Young GPs and the impact / reach / awareness of the activity develop from the official social profiles running by the European Young General Practitioners. Analyzing the use of Social Media (Facebook, Twitter, LinkedIn and Youtube) in Young General Practitioners network in Europe and the correlation with their activities will provide the clues of the effectiveness and success reaching the official channels in terms of community, engagement, education, innovation, impact and revolution that have been extended and copy as strategic model to improve the communication among peers in equivalent networks around the world.

Интернет, а также технологический прогресс значительно изменили способы, с помощью которых врачи получают и используют информацию. Такие социальные сети, как Facebook, Twitter, LinkedIn и YouTube уже используются для обучения медицинского персонала, предоставления информации пациентам или врачам. Они позволяют быстро взаимодействовать в кризисных ситуациях [1], так как все больше вторгаются в жизнь и имеют значительное влияние во многих странах, в том числе в тех, где средний доход граждан среднего или невысокого уровня. Использование социальных сетей для продвижения, распространения и обсуждения медицинских знаний, инициатив, проектов, исследований, новостей и другого рода деятельности между сверстниками сегодня стало одним из наиболее эффек-

тивных способов коммуникации, более полезным, чем традиционные методы.

Социальные сети не только позволяют пользователям узнавать, чем занимаются люди из их круга общения, но они также облегчают автоматический отбор нужной информации, управление репутацией, повышают обязательность, ответственность за качество и вирусное поражение информации и приложений.

По этой причине социальные сети являются мощным средством для привлечения пользователей и построения профессиональных отношений, их общественный характер обеспечивает выразительное участие всех групп пользователей.

James Surowiecki в книге «The Wisdom of Crowds» сказал: «Группы удивительно умны, часто они сообразительнее, чем самые остроумные люди в их составе» [2]. Эта идея ►►

была подхвачена сторонниками социальных медиа, которые продвигают преимущества синергетического сотрудничества [3]. Удачный пример использования социальных сетей среди современных и будущих европейских врачей общей практики – движение Васко да Гама (VdGM), которое является рабочей группой в составе организации WONCA Europe (Европейское отделение академического и научного общества врачей общей практики/семейных врачей). WONCA Europe включает 47 организаций-участников и представляет 75 000 семейных врачей в Европе.

Движение VdGM было сформировано в 2004 г., его принципы были сформулированы в Лиссабоне. Здесь находился порт приписки корабля самого Васко да Гама, откуда тот начал свое путешествие навстречу открытиям; это вдохновило нас использовать его имя для нашего движения. Целью актива группы является продвижение социальной сети, ее коммуникаций и деятельности, а также улучшение осведомленности о семейной/общей медицинской практике. В 2011 г. была разработана стратегия для социальных сетей, и определенным пользователям было поручено использовать аккаунты VdGM, веб-сайт движения, а также сети Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube и Flickr.

Даже в тех случаях, когда аккаунтами управляли врачи, опубликованный контент был подготовлен профессионально; все коммуникации соответствовали одним и тем же стандартам. Одним из ключевых моментов реализации программы являлось то, что мы выбрали врачей с большим стремлением использовать социальные сети. Это привело к успеху, обусловленному доверительным, прямым общением с коллегами и сверстниками, их открытости, вовлеченности в работу и сотрудничеству, а также осознанием того, что необходимо тщательно готовить публикуемый контент. Тем не менее, это преимущество является палкой о двух концах, так как те, кто принимал в этом участие, не получали никакой компенсации за их усилия и потраченное время. Потенциально, это даже может привести к их «выгоранию», ставя под угрозу ключевой элемент стратегического плана и продолжительность сетевой коммуникации.

■ АНАЛИЗ

У движения VdGM есть официальные аккаунты в Facebook, Twitter, YouTube и LinkedIn. В группе на Facebook зарегистрировано 1345 участников, и это самый динамичный канал, к которому подключен аккаунт Twitter (@vdgmeu), созданный в августе 2011 г., он имеет 2 345 тви-

тов и 1 301 читателей. Кроме того, канал на YouTube с момента его создания в сентябре 2011 г. имеет 55 подписчиков и 8 692 просмотра. С 2012 г. по 2014 г. было загружено 22 видео (на сегодняшний день – всего 43), а наиболее популярное видео имеет 1 784 просмотра (длительность 8:53 мин).

Несмотря на то, что LinkedIn считается наиболее профессиональной сетью, Facebook стал самым популярным каналом для коммуникации в этом молодом сообществе, способствуя распространению знаний и информации по совместным проектам, научным и медицинским образовательным программам, а также обеспечивая взаимодействие, возможности для мозгового штурма и создания новых идей. Все это способствует узнаванию бренда. Нельзя исключить, и это не удивительно, что наши возможности в сообществе в LinkedIn были, скорее, ограничены.

Существует широкий спектр данных литературы об использовании социальных медиа в медицине, в основном в целях медицинского образования, и в течение многих лет накопилось множество рекомендаций и практических советов. Тем не менее, учитывая популярность и преобладание этих методов, стоит сфокусировать исследования на поиске инновационных путей для получения преимущества.

■ РЕКОМЕНДАЦИИ

VdGM продвигало использование определенных хэштегов для конференций и мероприятий WONCA Europe с 2010 г., поэтому можно рассматривать использование Twitter в качестве приложения к медицинскому образованию [5]. Для того, чтобы участниками конференции было легче ее комментировать, VdGM распространило инструкции о том, как пользоваться сетью, что позволило наблюдать за презентацией в реальном времени, предлагать обсуждения, помогать и взаимодействовать друг с другом. Более того, в это время публиковали полезную информацию о расписании и сразу же помещали фотографии на официальной странице Twitter.

Наиболее часто использованные аккаунтом @vdgmeu хэштеги приведены на рисунке 1. На рисунке 2 представлено их распространение по всему миру.

Увеличивая частоту публикаций контента и обозначив разницу между постами в Twitter и Facebook, можно внести больше динамичности, что приведет к большему числу обсуждений и развитию проекта, но потребует, по крайней



Рис. 1. Хэштеги, наиболее часто использованные аккаунтом @vdgmeu

мере, ресурсов и людей, которые будут всецело заняты этим делом.

ВЫВОДЫ

Для достаточно большой группы консервативно настроенных врачей социальные сети являются относительно новой областью. Врачи и работники здравоохранения должны использовать возможности социальных медиа для облегчения

взаимодействия не только со своими ровесниками и коллегами, но также и с пациентами и вообще со всем населением.

Продвижение «онлайн-профессионализма» и подготовка почвы для творческого развития коллег требуют правильного использования социальных медиа. Существует множество возможностей, благодаря которым можно добиться повышения эффективности сетевой коммуникации. //



Рис. 2. Географическое распределение хэштегов, наиболее часто использованных аккаунтом @vdgmeu

РЕЗЮМЕ

Социальные медиа все больше вторгаются в жизнь и имеют большое влияние во многих странах, в том числе в тех, где средний доход граждан среднего или невысокого уровня. Использование социальных сетей для продвижения, распространения и обсуждения медицинских знаний, инициатив, проектов, исследований, новостей и другого рода деятельности между сверстниками сегодня стало одним из наиболее эффективных способов коммуникации и даже более полезным, чем традиционные методы. Цель работы – изучить влияние коммуникаций посредством социальных медиа в сети Европейского общества молодых врачей общей практики. При этом рассматривались два компонента: фактическое использование социальных медиа врачами и значимость (влияние, достижения, информированность) официальных представительств вышеуказанного общества в социальных сетях. Анализ использования социальных сетей (Facebook, Twitter, LinkedIn и YouTube) среди современных и будущих европейских врачей общей практики и корреляция с их деятельностью позволяют оценить эффективность и успешность работы официальных каналов (представительств) с позиций социальной значимости, вовлеченности, обучения, инноваций и оказываемого влияния.

Ключевые слова: социальные медиа, стратегия, сообщества, врачи общей практики.

Key words: social media, strategy, communities, general practitioners.

ЛИТЕРАТУРА

1. TopRank. 5 examples of social media in health care marketing.2010.– <http://www.toprankblog.com/2010/01/social-media-healthcare-marketing>.
2. Surowiecki J. The Wisdom of Crowds. New York: NY Anchor Books, 2005.
3. Sarasohn–Kahn J. The wisdom of patients: Health care meets online social media. April 2008.– <http://www.chcf.org/publications/2008/04/the-wisdom-of-patients-health-care-meets-online-social-media>
4. Hamm M. P.et al. Social media use by health care professionals and trainees: A scoping review. Acad Med 2013 Sep; 88 (9): 1376 1383.
5. McKendrick D. R., Cumming G. P., Lee A. J.. Increased use of Twitter at a medical conference: A report and a review of the educational opportunities. J Med Internet Res 2012; 14(6): e176.