Знак: проблемное поле медиаобразования. 2025. № 2 (56). С. 26–35.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2025;2(56): 26–35.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья
УДК 174; 316.77
DOI 10.47475/2070-0695-2025-56-2-26-35

МЕДИКОММУНИКАЦИИ В МЕДИЦИНЕ: К ПОСТАНОВКЕ ЭТИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Светлана Сергеевна Распопова[1], Станислав Александрович Колондаев[2]
[1] Московский политехнический университет, Российская Федерация, Москва,
ccpmiass@mail.ru, https://orcid.org/0000-0003-4169-7361, SPIN-код: 9618-6834
[2] Московский международный университет, Российская Федерация, Москва,
stas.kolondaev@bk.ru

Аннотация. 21 век – это век развития ИТ-технологий, цифровых сервисов, которые кардинальным образом изменили общество. Феномен медиакоммуникаций сегодня активно обсуждается в социальном дискурсе. Вместе с тем, понятие «медиакоммуникации» находится в стадии своего формирования. В статье представлен краткий экскурс в существующие трактовки данного понятия, а также отмечается, что в условиях развития медиакоммуникаций межличностная, межкультурная, публичная коммуникации расширяют свои границы. Это обстоятельство меняет современный медиа-ландшафт. Медицинские социальные сети, медицинские блогеры вытесняют на обочину информационного пространства медицинскую журналистику с ее этическими стандартами и принципами, место которых заменяет медиаэтика, которая пока не получила обоснования со стороны профессионального и научного сообщества. В аспекте сказанного говорится о необходимости выработки медиаэтических норм как для мультимедийных медиа, так и для всех участников, активно позиционирующих себя в медиасреде. В статье предпринята попытка выявления основных проблем, которые возникают при использовании медиакоммуникаций в процессе популяризации знаний о здоровье человека, к которым авторы исследования относят: отсутствие навыков организации публичной деятельности в информационном пространстве у новых субъектов медицинской коммуникации; этические коллизии и правовые риски, возникающие в ходе дистанционного консультирования «врач-пациент»; недостаточное рассмотрение медиакоммуникаций в медицине в аспекте социальной, духовной среды человека. В статье даны понятия «медикализация» и «медиатизация», которые фиксируют процессы трансформации медицины, вызванные появлением средств цифровой коммуникации. В отдельном разделе статьи представлены медицинские блоги и фрагменты из экспертных интервью с медицинскими журналистами и блогерами. Цель статьи – охарактеризовать уровень теоретической разработанности таких понятий как «медиакоммуникации», «медиаэтика», выявить проблемы и этические коллизии в деятельности участников медицинской коммуникации и отметить важность и необходимость выработки медиаэтических подходов к регулированию медиакоммуникаций в сфере медицины и здравоохранения.

***Ключевые слова**:* журналистика, медиакоммуникации, здравоохранение, этика, социальные медиа, блог, телемедицина

Для цитирования: Распопова С. С., Колондаев С. А. Медиакоммуникации в медицине: к постановке этических проблем // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2025. № 2 (56). С. 26–35. doi: 10.47475/2070-0695-2025-56-2-26-35

Original article

MEDIACOMMUNICATIONS IN MEDICINE: ON THE QUESTION OF ETHICAL ISSUES

Svetlana Sergeevna Raspopova[1], Stanislav Aleksandrovich Kolondaev[2]
[1] Moscow Polytechnic University, Russian Federation, Moscow,
ccpmiass@mail.ru, https://orcid.org/0000-0003-4169-7361, SPIN-code: 9618-6834
[2] Moscow International University, Russian Federation, Moscow,
stas.kolondaev@bk.ru

Abstract. The 21st century is the century of development of IT technologies, digital services, which have radically changed the life of society. The phenomenon of media communications is actively discussed in social discourse today. At the same time, the term

"media communications" is in the process of its formation. The article presents a brief excursion into the existing interpretations of this concept, and also notes that in the conditions of development of media communications, interpersonal, intercultural, public communications are expanding their boundaries. This circumstance changes the modern media landscape. Medical social networks and medical bloggers are pushing medical journalism with its ethical standards and principles to the margins of the information space, and their place is being replaced by media ethics, which has not yet received justification from the professional and scientific community. In this context, it is said that there is a need to develop media ethical standards both for editorial offices of multimedia media and for all participants actively positioning themselves in the media environment. The article attempts to identify the main problems that arise when using media communications in the process of popularizing knowledge about human health, which the authors of the study include: lack of skills in organizing public activities in the information space among new subjects of medical communication; ethical conflicts and legal risks, arising during remote consultations "doctor-patient"; insufficient consideration of media communications in medicine in the aspect of the social, spiritual environment of a person. The article presents the concepts of "medicalization" and "mediatization", which record the processes of transformation of medicine caused by the emergence of digital communication tools. A separate section of the article presents medical blogs and excerpts from expert interviews with medical journalists and bloggers. The purpose of the article is to characterize the level of theoretical development of such concepts as "media communications", "media ethics", to identify problems and ethical conflicts in the activities of participants in medical communication and to note the importance and necessity of developing interethical approaches to regulating media communications in the field of medicine and health care.

Key words: journalism, media communications, healthcare, ethics, social media, blog, telemedicine

For citation: Raspopova S. S., Kolondaev S. A. (2025). Mediacommunications in medicine: on the question of ethical issues. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 2(56): 26–35. doi: 10.47475/2070-0695-2025-56-2-26-35 (In Russ).

Введение

Активное использование цифровых и компьютерных технологий во всех сферах жизнедеятельности человека сказалось на том, что журналистика утрачивает статус организатора сотрудничества различных производителей и распространителей информационных продуктов. В результате чего любой пользователь Интернета, получив свободный доступ в информационное пространство, увеличил активизацию гражданских отношений в обществе. Широкое распространение мобильной техники вызвало невиданный всплеск спонтанного производства массовой информации (Лазутина 2012: 55), что привело к тому, что в создании и в распространении информации наряду с журналистами стали принимать участие представители массовой аудитории, активно используя технические средства как-то: теле-, фото-, кинокамеры; каналы: печать, радио, телевидение, социальные сети, мессенджеры, YouTube и др. (Коломиец 2019).

Медиакоммуникации рассматриваются сегодня исследователями в разных аспектах:

- как технически опосредованные коммуникации (Коломиец 2019). К инструментальному сопровождению медиакоммуникаций относят теле, фото, видео, радио, социальные сети и др.;
- как то, что пришло на смену журналистики. В этой связи сошлемся на исследователя Г. Г. Почепцова, который утверждает, что медиакоммуникации заменили собой журналистику, превратив ее в более «технологичную», чем «творческую» профессию. По мнению исследователя, это, возможно, связано с тем, что в информационных потоках постепенно исчезла новизна смысла, поток информации есть, а смыслов, по сути, нет. (Почепцов 2013). Речь здесь идет о том, что в центре оказывается, как правило, не контент, а место медиакоммуникаций в производстве информации на всех стадиях создания: сбор, упаковка, верификация, распространение, монетизация, потребление аудитории;
- как «информационное взаимодействие между социальными субъектами (личностями, группами, организациями и т. д.), основанное на производстве, распространении и потреблении массовой информации» (Войтик 2013: 29).

Подходы к толкованию понятия «медиакоммуникации» разнообразны, общим местом в которых является синкретизм индивидуального, группового, массового форматов транслирования информации с помощью различных коммуникативных средств (Распопова 2023). Этим во многом объясняется факт того, что медиакоммуникации как система производства и распространения социально значимой информации не имеет единой трактовки.

С учетом того, что межличностная, межкультурная, публичная коммуникации в современном медиапространстве значительно расширили свои границы, что привело к разного рода этических коллизиям, приоритетным направлением в изучении феномена медиакоммуникаций могут и должны стать вопросы этики. Здесь речь идет о выработке медиаэтических норм не только для медиа, но и для организаций и отдельных граждан, которые активно себя позиционируют в медиасреде: образовательной, культурной, медицинской и т. д.

Понятие «медиаэтика» пока недостаточно сформулировано в отечественной исследовательской практике. На сайте Общественной коллегии по жалобам на прессу сказано: «Когда мы говорим о журналисткой этике и стандартах, то чаще всего думаем о прессе, телевидении, радио, интернет-изданиях, в конце концов. Это вполне логично, ведь отраслевой «кодекс чести» принято относить и применять в первую очередь к профессиональным журналистам и СМИ. Но с приходом цифровой реальности

положение дел изменилось» (Медиаэтический стандарт Общественной коллегии по жалобам на прессу. URL: https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/6369-mediaeticheskij-standart-kollegii-2-0). Статус распространителя информации перестал играть определяющую роль. «В этой роли может выступать любой человек в сети, что вызывает определенные сложности и заметно изменяет медиаэтическое поле» (Там же). Сошлемся на Л. С. Московчук, которая говорит о том, что трансформации в принципах формирования контента в интернете привели к формированию особого виртуального коммуникационного медиапространства, которое требует выработки единых этических руководств по причине открывающихся возможностей по злоупотреблению глобальной силой социальных медиа (Московчук 2024). «Ситуация осложняется тем, что в медиапространстве взаимодействуют и высказываются как непрофессиональные авторы, так и профессиональные коммуникаторы, производство контента и социальные взаимодействия происходят как в личных, так и коммерческих интересах, имеют частное и глобальное влияние» (Московчук 2024: 71). По мнению исследователя, низкий уровень осознания моральной ответственности за собственные действия в медиапространстве может приводить к негативным явлениям, способным стремительно распространяться до глобальных масштабов (Московчук 2024).

В аспекте сказанного отметим, что одной из целей данной статьи является выявление этических коллизий при использовании медиакоммуникаций в процессе популяризации знаний о здоровье человека и постановка вопроса о возможных путях выработки медиаэтических стандартов, единых для всех участников медицинской коммуникации. Выбор медицины как объекта исследования обусловлен тем, что вопросы этики в профессиональной деятельности врача исторически играют ключевую роль. «Гиппократово обязательство сделалось типическим выражением для обозначения нравственной сущности врачевания и сохранило свое значение для последующих поколений христианских врачей на основании удивительной совместимости основных положений присяги и христианских моральных заповедей» (Силуянова 2006: 168).

Эмпирической базой исследования послужили результаты наблюдения за состоянием медицинской блогосферы и экспертные интервью с медицинскими журналистами, врачами и медицинскими блогерами на предмет выявления медиаэтических проблем. В силу того, что медиакоммуникации и медиаэтика являются объектом изучения разных областей научных знаний: коммуникативистики, журналистики, этики, социологии, психологии и др., мы использовали типологический и системный методы исследования. Эмпирический метод был применен с целью рассмотрения особенностей функционирования медицинской блогосферы через наблюдения и экспертные интервью.

К постановке проблем

Развитие информационных технологий привело к появлению новых форм информирования аудитории в сфере здоровья. Здесь важно отметить, что информацию о болезнях и о методах их лечения люди традиционно получали из СМИ, так как журналистика исторически выступала как важнейший институт, действующий от имени и в интересах общества в выстраивании диалога между врачами, аудиторией, системой здравоохранения. Анализу медицинской прессы посвящены многочисленные исследования, среди которых отметим работы А. М. Коршунова. Н. Н. Губачева (Коршунов, Губачев 2020), В. В. Кажберовой (Кажберова, Князева, Петрова 2022) и др. По мнению исследователей, инновации могут быть успешно встроены в современную систему здравоохранения, если с ними была ознакомлена аудитория через СМИ с целью просвещения общества для его дальнейшего использования (Коршунов, Губачев 2020). Исследователи также отмечают первостепенную роль журналистики в формировании новых направлении, например, биоэтики. Сошлемся на П. Д. Тишенко и Б. Г. Юдина, которые полагают, что развитие современных биотехнологий нуждается в журналистике, по существу, представляющей естественную среду обитания биоэтики, без которой само ее существование было бы попросту невозможно. «Биоэтика только и могла возникнуть в мире, в котором столь весомую роль играют СМИ» (Тишенко, Юдин 2011: 9).

Внедрение в сферу медицины и здравоохранения информационных технологий радикальным образом изменило подходы к информированию аудитории в сфере здоровья. Медицинские журналисты, которым в доинтернетовские времена принадлежали лидерские позиции в популяризации медицинских знаний, уступили место блогерам, подкастерам, ведущим медицинских телеграмм-каналов, врачам-консультантам, оказывающим медицинскую помощь посредством телемедицинских технологий, которые пришли в отечественную медицину в период пандемии и стали применяться для предоставления медицинской помощи и услуг в точке необходимости (в тех случаях, когда географическое расстояние между медицинским работником и пациентом является критическим фактором) (Владзимирский, Лебедев 2018). Здесь важно отметить, что, как правило, эти новые участники медицинской коммуникации не имеют навыков организации публичной деятельности в информационном пространстве, что негативно сказывается на их взаимодействии с аудиторией. Что касается телемедицины, то проблемы ее использования сегодня широко обсуждаются в публикациях массовой прессы, что говорит о том, что дистанционное консультирование становится фактом не только профессиональной практики врачей, но и фактом общественной жизни в целом.

«Телемедицина в России: как нас будут лечить по Интернету». «…Телемедицина в России с каждым годом становится все популярнее. Расскажем, как получить рецепт по электронной почте, проконсультироваться на онлайн-консилиуме с лучшими врачами, а главное – как не нарваться на лже-медиков в сети…» («Комсомольская правда». URL: https://www.kp.ru/doctor/bolezni/telemeditsina/). «Доктор в телефоне: что такое телемедицина и как она помогает россиянам» («Московский комсомолец». URL: https://www.mk.ru/social/health/2021/04/07/doktor-v-telefone-chto-takoe-telemedicina-i-kak-ona-pomogaet-rossiyanam.html). «Телемедицина. Можно ли вылечиться в интернете?» («Аргументы и факты». URL: https://aif.ru/health/life/telemedicina_mozhno_li_vylechitsya_v_internete).

Авторы публикаций обращают внимание на этические коллизии и правовые риски, которые могут возникнуть в ходе дистанционного консультирования, например, нарушение конфиденциальности, которая характерна для личного общения врача и пациента. Как правило, у медицинского персонала недостаточно сформировано представление об особенностях функционирования медиакоммуникаций, используемых сегодня активно в медицине. Чтобы адаптировать медицину и систему здравоохранения к новым способам коммуникации, необходимо выработать у медицинского персонала представление о цифровых технологиях и об этике медиакоммуникаций. Отметим, что в данной статье мы говорим только о дистанционном консультировании в коммуникации «врач-пациент» посредством видео-, аудио-связи, обмена текстовой информацией, которая приобретает сегодня публичных характер, и сознательно оставляем за рамками данной статьи коммуникацию «врач-врач», которая всегда межперсональна.

В продолжение сказанного выше отметим еще одно обстоятельство. В последнее время в общественном дискурсе произошли серьезные изменения в представлениях о здоровье человека. Это связано с тем, что в период пандемии COVID-19 интерес в медицинской тематике значительно повысился, так как люди, находясь в условиях постоянного риска для жизни, стремились оперативно получать актуальную и достоверную информацию о происходящем. Роль медиакоммуникаций как технологических посредников в регулировании социальной жизни в этом смысле сложно переоценить. Они заметно расширяют границы современного медиапространства. «Современный мир, таким образом, представляет собой пространство, где одновременно функционируют социальные практики и медиатизированные коммуникативные практики, которые тесно переплетены и обусловлены друг другом» (Распопова 2023:80).

Несмотря на широкое применение медиакоммуникаций в медицине, на сегодняшний день они не являются хорошо исследованной областью знаний. Отметим, что в своем большинстве исследователи, среди которых выделим Д. Д. Петросяна (Петросян 2022), М. С. Туторскую (Туторская 2014), С. И. Маджаеву, Е. Ю. Гагарину (Маджаева, Гагарина 2019), С. П. Морозова, А. В. Владзимирского, М. С. Варюшина, А. В. Аронова, (Морозов, Владзимирский, Варюшин, Аронов 2018), характеризуют использование медиакоммуникаций в медицине в аспекте наук о здоровье, менеджмента и права. Вместе с тем, коммуникации нельзя рассматривать вне социальной, духовной среды человека, так как они являются средством связи, благодаря которому функционирует общество. «Коммуникация представляет собой по сути необходимую социальную практику, позволяющую людям приходить к некому консенсусу по большинству вопросов и выстраивать общественные процессы надлежащим образом» (Новикова 2024: 20). «Медиакоммуникация – это информационная взаимосвязь между тысячами людей, которая осуществляется с помощью технических средств» (Порва 2016: 662). Благодаря использованию медиакоммуникаций в системе здравоохранения сформировалась новая медиасреда, где складываются субъектно-субъектные отношения, а медиаконтент, который создается в ходе этих отношений, формирует новые идентичности врача и пациента, а также новое представление о здоровье как социокультурной ценности. «Мы являемся свидетелями становления новой социокультурной экосреды, в которой медиа превращаются в одну из основополагающих детерминант» (Вартанова 2016: 276).

Средства массовой информации в условиях цифровизации трансформировались в медиа, изменив повседневную жизнь человека настолько, что кардинальным образом реформировались все социальные институты, в особенности система здравоохранения. В аспекте сказанного отметим появление таких терминов, обозначающих перемены в здравоохранении как «медикализация» и «медиатизация». Медикализация рассматривается как социальный процесс и как социальное явление, сквозь которую видны драматические изменения, претерпеваемые медицинской профессией, перипетии в отношениях врачей и пациентов, а также изменения в стратегиях поведения индивидов, оказавшихся на быстро растущем рынке медицинских услуг (Михель 2011: 262). «Понимание, что необходимо учиться оспаривать власть медицинских профессионалов во имя демедикализации нашей собственной жизни, сменилось осознанием того, что в дело оказались вовлечены слишком многочисленные силы – не только врачи, но и политики, бизнес, массмедиа и бесчисленные люди, не знающие точно, кто они – пациенты или потребители (Михель 2011: 262). Под медиатизацией медицины и здравоохранения понимается трансформация этих социальных институтов, вызванная появлением средств цифровой коммуникации, в результате которого массы получили свободный доступ к медицинской информации, медицинское знание стало менее сакральным, личность

конкретного актора и его коммуникативные навыки получили решающее значение во взаимодействии (Осипова, Белов 2024: 56).

Сказанное выше говорит о том, что под воздействием информационных технологий произошло перераспределение «весовых категорий» участников медицинского дискурса, произошел выход медицинского знания за пределы профессиональной компетенции. Сошлемся на Н. Г. Осипову и А. А. Белова (Осипова, Белов 2024), которые отмечают, что на арену медицинской практики вышли разные участники, в том числе и явные мошенники и агрессивная реклама, которые зачастую оказывают разрушительные для физического и психического здоровья человека воздействия.

Таким образом, открытость каналов коммуникации в современном мире, которые стали доступны широкой аудитории, привело к тому, что этическое регулирование информационного контента находится за рамками профессиональной этики журналиста и вызывает к жизни постановку вопроса о разработке медиаэтических стандартов поведения в публичном онлайн – пространстве для всех участников медицинской коммуникации.

Медицинское блогерство как новая практика врачей

Развитие медиакоммуникаций и их внедрение во все сферы жизнедеятельности общества способствовало становлению медицинского блогерства как просветительской практики, способа создания личного бренда врача, монетизации, а также увеличения потока пациентов. «Российские врачи все активнее сегодня осваивают блогосферу. Для одних это просто отдушина, попытка скрасить рабочие будни. Для других – способ повысить свой рейтинг и привлечь новых клиентов. Для третьих – возможность поделиться накопленным опытом с коллегами и пациентами» (Медвестник 2017).

Врач-блогер – эта новая медико-просветительская практика, которой еще предстоит обрести доверие у населения. Как известно, традиционно транслятором компетентных медицинских знаний выступали медицинские журналисты, которые, как правило, были обучены работать с источниками информации и с экспертным сообществом. Сошлемся на медицинского журналиста и редактора Алексея Водовозова, по мнению которого автор без медицинского образования, который умеет работать с информацией, зачастую полезнее, чем человек с образованием врача, который ограничивается одним-единственным источником (https://ktostudent.ru/aleksej-vodovozov/).

Медицинские журналисты, с которым мы беседовали в рамках экспертных интервью, в целом положительно оценивают работу медицинских блогеров. Наталья Костарнова («Коммерсант»): «Через соцсети я узнаю об этих специалистах и могу с ними связаться. Кроме того, врачи-блогеры открыты для комментариев и заинтересованы в еще большей публичности, умеют излагать свою позицию и, как правило, не связаны никакими обязательствами. Например, обычный врач московской поликлиники не может мне сказать и двух слов для публикации, не согласовав их с пресс-службой Департамента здравоохранения. Врачи-блогеры же имеют свой собственный медиаресурс, поэтому могут говорить от себя. Я очень ценю таких экспертов».

Никита Закревский (Vademecum): «Мне нравится следить за каналами блогеров-специалистов. Их публикации помогают глубже разобраться в понятиях и терминах, погрузиться в проблемы, которые тревожат профсообщество, иногда даже почерпнуть идеи для инфоповодов. Я воспринимаю их как коллег, к которым можно обратиться за экспертизой. Отношусь целом положительно, очень часто – с уважением, потому что собственные каналы обычно начинают вести высококлассные специалисты с уже сформировавшимся «именем», личным брендом».

Блогер – это автор персональный со своими историями из личной жизни. У блогера присутствие в тексте всегда личностно окрашено, что порождает особый статус его «социальности», частное иногда заменяет общественное (Распопова 2017: 94). Наталья Костарнова: «Всем подругам с детьми я рекомендую канал “Записки детского врача”, который ведет педиатр Сергей Бутрий. А сама с удовольствием читаю “Записки уездного травматолога” – интересные истории врача из Хасавюрта. По работе я чаще просматриваю телеграм-каналы, которые ведут медики для медиков – с точки зрения поиска инфоповодов или экспертного мнения. Это, например, “Поясни за мед” Ивана Давыдова или “Медицинская Россия”, а также анонимные новостные каналы “Мурашко по коже” и “Без рецепта”».

Сегодня доступность к медицинской информации «из первых рук» как никогда высока. Медицинское блогерство улучшает контакты между врачами и пациентами, повышая личную заинтересованность и осознанность последних в принятии решений. С учетом того, что здоровье становится личной ответственностью человека, блоги врачей расширяют представления людей в этой сфере, и их следует воспринимать как инструмент позитивного влияния на общественное здоровье. Вместе с тем, обнаружены и негативные стороны медицинской блогосферы. Сошлемся на Наталью Костарнову, которая считает, что публикация медицинских советов или информации может привести к негативным последствиям, если советы будут восприняты как профессиональные рекомендации. Врачи должны соблюдать правила конфиденциальности и защиты данных пациентов. Негативные комментарии, критика или недопонимание

со стороны аудитории могут повредить репутации врача. Врачи должны быть осторожны, чтобы не нарушать этические нормы своей профессии. Это включает в себя избегание конфликтов интересов и соблюдение стандартов профессионального поведения. «Волна критики обрушилась на врача, который в Инстаграме* (принадлежит компании Meta, признанной экстремисткой и запрещенной на территории РФ) оставил комментарий девушке, которая ведет просветительский блог про ВИЧ. Он написал, что “пусть она лучше расскажет, где и как она заразилась”. Часть коллег осудила его за неэтичное поведение. Некоторые коллеги и тем более руководство клиник могут негативно относиться к тому, что врач ведет блог, что может ограничивать возможность врачей делиться своим мнением».

Никита Закревский: «Риски есть в случаях, когда за медицинский блог берется человек, не обладающий профильным образованием. Он не несет ответственности перед читателями (зачастую пациентами – уязвимыми группами населения) и при этом не имеет квалификации, но все же высказывается на популярные темы. Таких блогеров вычислить довольно просто: они стремятся ухватиться за все самые «хайповые» темы, не желая при этом разобраться в ситуации, как-то положительно повлиять на нее. Они популисты, которые пытаются выдать за решение какие-то примитивные истины, не понимая всех сложностей в работе огромных структур, коей и является система здравоохранения целой страны».

Зачастую врачи-блогеры не используют источники доказательной медицины, рекламирует услуги и продукты без надлежащей проверки качества, а также больше внимание уделяют продвижению личного блога, чем доказательности его содержания. Неслучайно к СМИ, где работают профессиональные журналисты, традиционно доверия больше, чем к блогерам. Так как медицинский журналист, представляя эксперта, легитимизирует его в рамках институциональной коммуникации: характеризует квалификацию специалиста, называет лечебное учреждение и статус эксперта, что способствует установлению ответственного взаимодействия с аудиторией. «Гарантия может быть только у человека, у которого есть лицензия на возможность консультирования, или если он находится в организации, которая имеет лицензию на право медицинской деятельности. Тогда мы можем доверять». (Григорьева Е. Стоит ли верить медицинским блогерам и как среди них найти профессионала: мнение врача // Ямал-медиа. 25.10.2023. URL: https://clck.ru/3MbDeC). По мнению врача Андрея Кондрахина, медицинские блогеры часто вводят людей в заблуждение своими комментариями, которые не поддерживаются международным клиническим опытом. Пациенты могут неправильно растолковать советы таких медиков и навредить своему здоровью, последовав их советам. Медицинские блогеры в рамках экспертных интервью отмечают сложности взаимодействия с аудиторий, которые могут подорвать доверие к медицинскому блогеру. Медицинский блогер Наталия Марская (телеграмм канал «Неврология»): «Любой блог – это открытая коммуникация, в которой могут принимать участие пользователи. Очень часто при открытых комментариях, которых нет возможности удалить, могут быть провокации со стороны пациентов, потому что все используют площадку в своих интересах. Для тех, кто ведет блог, – это определенные риски, потому что можно попасть в очень некрасивую историю, если на твоей страничке кто-то разместит неточную или вредную информацию. Несмотря на то, что источником информации являешься не ты, пациенты зачастую воспринимают информацию от тебя, потому что они прочитали это в твоем канале». Психолог-психоаналитик Анжела Шичкина: «Любой пациент, читая чей-то частный случай, может узнать себя, и потом прийти именно к этому врачу. Люди выбирают зачастую не столько профессионала, хотя и это тоже, но человека. Для некоторых врачей – это монетизация и рейтинг, но я знаю врачей, чаще уже состоявшихся в профессии, для кого это творчество и самовыражение». Врач, профессор Владимир Лелюк отмечает, что популяризация себя любимого – это показывать, как преуспел на примерах пациента с их согласия, но по сути всё равно с нарушениями, публично консультировать и довольно экзальтированно высказываться по поводу лечения, болезней и коллегах (а чем иначе такие субъекты отличаются от себе подобных – ясно же – ничем) и чаще всего с нарушением различных этических аспектов. «Среди блогеров есть люди, несущие откровенный бред, и чем он более примитивный и понятный (даже в случае обыкновенного голимого обмана) это оказывается результативно. В общем блогерство по большей мере это самореклама, и она грязновата».

В рамках исследования мы обратились к российским медиа, которые сегодня активно мониторят медицинскую блогосферу, выявляя медиков-шарлатанов. Так, Vademecum – деловой журнал об индустрии здравоохранения, назвал медицинских блогеров, которым не следует доверять. А также выявил некоторые объединяющие их характеристики, которые свойственны инфобизнесменам от медицины:

1. В их профиле есть такие слова, как «превентивная медицина», «альтернативная медицина», «интегративный подход», «натуропат», «нутрициолог», «холистический врач».

2. Они активно рекомендуют БАДы и постоянно упоминают своей реферальный код на iHerb – «верный признак того, что блогер хочет не вылечить вас, а заработать на доверчивости и ипохондрии читателей».

3. Для того, чтобы провести элементарный фактчекинг, нужно проверить в интернете, работает ли врач по специальности, имеет ли регалии, которые указывает.

4. Любое утверждение в блоге врача должно быть подкреплено ссылкой на научный источник. «У вас

не должно быть ощущения, что вам что-то активно навязывают, повествование должно быть по теме» (Шипачева Д. БАДы, самолечение и «превентивная медицина»: как отличить хорошего врача-блогера от шарлатана // Цех. 30.07.2020. URL: https://clck.ru/3MbDwV).

В контексте сказанного сошлемся на эксперта Юлию Миронову, которая в рамках обсуждения регулирования авторов медицинского контента отметила, что инфобизнес и блогосфера могут стать как инструментами развития, так и факторами риска для системы здравоохранения. «Наша задача – выработать эффективные механизмы регулирования и контроля, чтобы предотвратить распространение вредоносного контента и защитить здоровье граждан» (В ТПП РФ обсудили, что ждет блогеров, вещающих о здоровье // РБК. 28.01.2025. URL: https://clck.ru/3MbE4U).

Федеральная общественно-политическая пресса также уделяет внимание перспективам и вызовам медицины. В качестве примера приведем название статей, опубликованных в СМИ, которые развенчивают мифы о врачах-блогерах, помогая тем самым аудитории ориентироваться в медицинской блогосфере:

- «Доказательная медицина: что это и как разобраться, к какому врачу» (https://trends.rbc.ru/trends/social/625519a99a79471ff1174e1e);
- «6 врачей-блогеров: на кого подписаться, чтобы правильно заботиться о здоровье» (https://style.rbc.ru/health/5f1ea49e9a794725c92642d2);
- «Врач объяснял, почему не всем медицинским блогерам можно доверять» (https://news.rambler.ru/tech/51650098-vrach-obyasnyal-pochemu-ne-vsem-meditsinskim-blogeram-mozhno-doveryat/);
- «Можно ли верить врачам из Интернета. «Комсомолка» разбиралась вместе с экспертами, стоит ли доверять блогерам-медикам» (https://www.kp.ru/daily/27058.3/4124581/).

Анализ современной медийной повестки дня позволяет нам говорить о том, что тема здоровья по частоте публикаций стала доминирующей: здоровый образ жизни, просвещение, практики самооздоровления, лечение народными средствами и др. Причем «медицинский всеобуч» в вопросах здоровья люди, как правило, осваивают, не прибегая к официальной медицине и специализированной прессе, а через обращения к медицинской блогосфере. Отсюда «высокие риски, связанные с неграмотным освещением сферы здоровья», которые оказывают прямой вред пациентам, вызывают недоверие пациентов к врачам и к медицине в целом (Кажберова, Князева, Петрова 2022).

В Интернете сегодня представлен широкий ассортимент услуг по обучению врачей основам блогерства: школы медицинского блогера, онлайн-курсы для врачей, мастерские персонального продвижения бренда врача, вебинары – курсы для врачей и др. Программы курсов по обучении блогерству дают в основном информацию по информационному праву, рекламе, менеджменту, оставляя в стороне вопросы этики. Так, например, в «Курсе медицинского блогинга» (https://medicum-school.ru/kmb) рассматриваются вопросы: для чего врачу нужен блог, как не бояться снимать себя на камеру, как быть оригинальным при наличии большого количества врачей-блогеров, модели заработка, какую стратегию выбрать, поиск клиентам для работы за кадром, коммерческое предложение и др. В программе курса «Безопасный блог врача» (https://medvedevaalex.ru/safeblog) представлены такие темы: как защитить себя от воровства контента, как правильно реагировать на хейт и оскорбления, что делать, чтобы наказать обидчика, что такое клевета, ответственность за клевету, как действовать, чтобы наказать обидчика, как получить рекламный токен и отчитаться по нему и т. д.

Обзор программ курсов по медицинскому блогерству дает основание для констатации того, что обучение направлено в целом на освоение технологии самопрезентации врача-блогера, а не на организацию общественно-полезной практики повышенной социальной ответственности, какой является медицинская журналистика. Экспертные интервью, проведенные с врачами, позволяют говорить, что медицинские блогеры вызывают скорее критическую, чем положительную оценку с их стороны. Медицинские журналисты в основном поддерживают взаимоотношения с врачами-блогерами, обращаясь к ним за комментариями и экспертными мнениями. Никита Закревский: «Их главный ресурс – это знания, наш – люди. Да, медик может дать профессиональную оценку проблеме, но только журналист должен и может выявить эту проблему, запросить мнение у эксперта, сделать его высказывание понятным и встроить комментарий в журналистский материал. Еще одно отличие – это объективность. В публикации блогера может присутствовать оценочность, основу работы журналиста составляют все же факты. Блогер может осудить или высмеять людей, не понимающих специфики работы врача или фармацевта. Журналисты никого не осуждают и не высмеивают, они пытаются понять и сравнить разные точки зрения, предостеречь посредством мнений экспертов».

Блогосфера – это молодая, но стремительно развивающаяся сфера массовой коммуникации. В силу того, что блогеров характеризуют как «журналиствующих граждан» к ним могут быть применимы нормы морали и профессиональные стандарты журналистов: «Кодекс профессиональной этики российского журналиста», «Меморандум Национальной ассоциации телевещателей России», «Международные принципы профессиональной этики в журналистике (ЮНЕСКО)» и др. «На сегодняшний день существует

много профессионально-этических кодексов, например, Ассоциация редакторов газет The Association of Newspaper Editors упоминает более 47 этических кодексов, однако мы понимаем, что не один из этих кодексов не может охватить все проблемы в сфере здравоохранения. Мы считаем, что сегодня кодекс медицинской журналистики должен быть создан с учетом современной практики». Исследователи отмечают, что журналист, который освещает тему медицины в СМИ, должен держать баланс между «сенсационностью» и вниманием к фактам (Zakharova, Polonsky 2015). Это в первую очередь сегодня относится и к медицинским блогерам. Дальнейшее развитие медицинской блогосферы мы видим в ее этическом регулировании. Медицинский блогер в силу особой специфики деятельности, популяризирует знания о здоровье человека, не может быть безответственным в своих советах и рекомендациях.

Заключение

Развитие медиакоммуникаций и активизация социальных медиа в сфере здравоохранения нивелировало роль медицинской журналистики в вопросах информирования и популяризации медицинских знаний, уступив лидерство медикам, представителям системы здравоохранения, которые ведут медицинские блоги, подкасты, являются организаторами дистанционного консультирования. Эта новая реальность поставила в повестку дня вопрос о необходимости рассмотрения вопроса этического поведения участников медицинской коммуникации. На сегодняшний день специальных документов, которые бы регулировали деятельность медиакоммуникационных специалистов нет. Вместе с тем существуют стандарты журналистской этики, в которых зафиксированы основы поведения субъектов массовой коммуникации и которые могут служить этическими ориентирами в формировании механизмов саморегулирования коммуникаторов в сфере медицины. Это прежде всего профессиональные нормы и правила: нераспространение конфиденциальной информации, уважение человеческого достоинства, профессиональная сдержанность, признание недопустимости сенсационного подхода к общению, профессиональная корректность в отношении репутации граждан, становящихся объектами внимания (Медиаэтический стандарт 2021). Институционализация любой деятельности начинается с ее этического регулирования. Клятва Гиппократа стала ключевым событием в развитии медицины, заложив этические основы профессии врача. Этические кодексы и стандарты поведения журналиста способствовали формированию журналистики как профессии повышенной социальной ответственности. Будущее медицинского блогерства во многом будет зависит от выработки норм саморегулирования и осознания блогерами-врачами своей социальной ответственности.

Список источников

Вартанова Е. Л. Антропология медиа: индустриальный и философский поворот к человеку. Интерес к человеку как тенденция развития науки // Антропология медиа: теория и практика / Под ред. В. К. Мальковой, В. А. Тишкова. М. : ИЭА РАН, 2016. С. 276–299.

Владзимирский А. В., Лебедев Г. С. Телемедицина: монография. 2018. М. : ГЭОТАР-Медиа. 576 с.

Войтик Е. А. К вопросу определения медиакоммуникации как понятия. Открытое и дистанционное образование. 2013. № 1. С. 26−31.

Кажберова В. В., Князева М. Л., Петрова И. А. Этический кодекс для журналистов и блогеров в сфере общественного здоровья (опыт создания и анализ первых результатов) // Меди@льманах. 2022. № 1 (108). С. 26–36. DOI https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.1.2022.2636.

Коломиец В. П. Концептуализация медиакоммуникации // Медиаскоп. 2019. № 4. http://www.mediascope.ru/2575, https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2019.2.

Коршунов А. М. Губачев Н. Н. Российские средства массовой информации о медицинских инновациях и технологиях // Проблемы социальной гигиены, здравохранения, истории медицины. 2020. С. 759–761.

Лазутина Г. В. Термины – хранилище концепций // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2012. № 1. С. 41–58.

Маджаева С. И., Гагарина Е. Ю. Медицинский интернет-форум и социальная сеть: определение и функции // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 6 (428). Филологические науки. Вып. 117. С. 101–106. https://doi.org/10.24411/1994-2796-2019-10613.

Михель Д. В. Медикализация как социальный феномен // Вестник СГТУ. № 4. С. 256–262.

Морозов С. П., Владзимирский А. В., Варюшин М. С., Аронов А. В. Распределение ответственности за некачественное оказание медицинской помощи при использовании телемедицинских технология // Журнал телемедицины и электронного здравоохранения. 2018 № 1-2 (6-7). С. 9–15.

Московчук Л. С. Медиаэтика: к постановке вопроса // Парадигма: философско-культурологический альманах. № 40. С. 66–73.

Новикова В. С. Медиакоммуникации. М. : «МГИМО-Университет». 2024. 158 с.

Осипова Н. Г., Белов А. А. Медиатизация медицины и здоровья в электронно-цифровую эпоху //

Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2024. Т. 30, № 3. С. 53–77. DOI 10.24290/1029-3736-2024-30-3-53-77.

Петросян А. Д. Медицина и блогосфера // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2022. № 30 (6). С. 1220–1223. https://doi.org/10.32687/0869-866X-2022-30-6-1220-1223.

Порва О. Н. Коммуникация как ключевое понятие медиа: современная проблематика, гносеологический аспект // Молодой ученый. 2016. № 14. С. 661–663.

Почепцов Г. Г. Медиакоммуникация или журналистика: смена парадигмы // Пси-фактор. 2013. URL: https://psyfactor.org/lib/media-communication-5.htm (дата обращения: 20.05.2025).

Распопова С. С. Основы журналистской деятельности. М. : Аспект-Пресс, 2017. 268 с.

Распопова С. С. Медиакоммуникации в системе университетского образования: к постановке проблемы // Государственная служба. 2023. № 3. С. 77–84. https://doi.org/10.22394/2070-8378-2023-25-3-77-84.

Силуянова И. В. «Клятва Гиппократа» как феномен европейской культуры // Знание. Понимание. Умение. 2006. № 1. С. 168–171.

Тишенко П. Д., Юдин Б. Г. Биоэтика и журналистика. 2011. 128 с.

Туторская М. С. Медицинские социальные сети: возможности и риски использования // Менеджер здравоохранения. 2014. № 12. С. 30–37.

Zakharova S. A., Polonsky A. V. The role of Belgorod mass-media in forming public agenda // Научный результат. Серия: Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2015. С. 47–51. https://doi.org/10.18413/2313-8912-2015-1-4-47-51.

References

Vartanova, E. L. (2016). Antropologiya media: industrial'nyj i filosofskij povorot k cheloveku. Interes k cheloveku kak tendentsiya razvitiya nauki [Media anthropology: the industrial and philosophical turn to the human. Interest in the human as a trend of scientific development]. *Antropologiya media: teoriya i praktika* (V. K. Malkova & V. A. Tishkov, Eds.). Moscow: IEA RAN. 276–299 (In Russ).

Vladzimirskiy, A. V., Lebedev, G. S. (2018). *Telemeditsina* [Telemedicine]. Moscow: GEOTAR-Meditsina. 576 p. (In Russ).

Voitik, E. A. (2013). K voprosu opredeleniya mediakomunikatsii kak ponimaniya [On defining media communication as a concept]. *Otkrytoe i distantsionnoe obrazovanie*, 1, 26–31. (In Russ).

Kazhberova, V. V., Knyazeva, M. L., Petrova, I. A. (2022). Eticheskiy kodeks dlya zhurnalistov i blogerov v sfere obschestvennogo zdorov'ya (opyt sozdaniya i analiz pervykh rezul'tatov) [Ethical code for journalists and bloggers in public health (experience of creation and analysis of first results)]. *Medi@lmanakh*, 1 (108), 26–36. https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.1.2022.2636. (In Russ).

Kolomiets, V. P. (2019). Kontseptualizatsiya mediakomunikatsii [Conceptualization of media communication]. *Mediaskop*, 4. http://www.mediascope.ru/2575, https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2019.2. (In Russ).

Korshunov, A. M., Gubachev, N. N. (2020). Rossijskie sredstva massovoj informatsii o medicinskih innovaciyah i tehnologiyah [Russian mass media on medical innovations and technologies]. *Problemy social'noj gigieny, zdravooxpanenia, istorii mediciny*, 759–761. (In Russ).

Lazutina, G. V. (2012). Terminy – khranilishe kontseptov [Terms – repositories of concepts]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalika*, 1, 41–58. (In Russ).

Novikova, V. S. (2024). *Mediakomunikatsii* [Media communications]. Moscow: MGIMO-Universitet. 158 p. (In Russ).

Madzhaeva, S. I., Gagarina, E. Yu. (2019). Medicinskij internet-forum i social'naya set': opredelenie i funkcii [Medical internet forum and social network: definition and functions]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 6 (428), Filologicheskie nauki, 117, 101–106. https://doi.org/10.24411/1994-2796-2019-10613. (In Russ).

Mikhel', D. V. (2014). Medikalizatsiya kak sotsial'nyy fenomen [Medicalization as a social phenomenon]. *Vestnik SGTU*, 4, 256–262. (In Russ).

Morozov, S. P., Vladzimirskiy, A. V., Varyushin, M. S., Aronov, A. V. (2018). Raspredelenie otvetstvennosti za nekachestvennoe okazanie meditsinskoy pomoshchi pri ispol'zovanii telemeditsinskih tekhnologiy [Distribution of responsibility for poor quality medical care when using telemedicine technologies]. *Zhurnal telemeditsiny i elektronnogo zdravoohraneniya*, 1–2 (6–7), 9–15. (In Russ).

Moskovchuk, L. S. (2020). Mediaetika: k postanovke voprosa [Media ethics: towards a problem statement]. *Paradigma: filosofsko-kul'turologicheskij al'manakh*, 40, 66–73. (In Russ).

Osipova, N. G., Belov, A. A. (2024). Mediattizatsiya meditsiny i zdorov'ya v elektronno-tsifrovuyu èpokhu [Mediatization of medicine and health in the digital age]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18: Sotsiologiya i politologiya*, 30 (3), 53–77. DOI 10.24290/1029-3736-2024-30-3-53-77. (In Russ).

Petrosyan, A. D. (2022). Meditsina i blogosfera [Medicine and the blogosphere]. *Problemy social'noj gigieny, zdravookhraneniya i istorii meditsiny*, 30 (6), 1220–1223. https://doi.org/10.32687/0869-866X-2022-30-6-1220-1223. (In Russ).

Porva, O. N. (2016). Kommunikatsiya kak klyuchevoe ponyatie media: sovremennaya problematika, gnoseologicheskiy aspekt [Communication as a key concept in media: contemporary issues, epistemological aspect]. *Molodoy uchenyy*, 14, 661–663. (In Russ).

Pochepsov, G. G. (2013). Mediakomunikatsiya ili zhurnalika: smena paradigmy [Media communication or journalism: paradigm shift]. *Psi-faktor*, available at: https://psyfactor.org/lib/media-communication-5.htm. (In Russ).

Raspopova, S. S. (2017). *Osnovy zhurnalistskoy deyatelnosti* [Fundamentals of journalistic activity]. Moscow: Aspekt-Press. 268 p. (In Russ).

Raspopova, S. S. (2023). Mediakomunikatsii v sisteme universitetskogo obrazovaniya: k postanovke problemy [Media communications in university education: towards a problem statement]. *Gosudarstvennaya sluzhba*, 3, 77–84. https://doi.org/10.22394/2070-8378-2023-25-3-77-84. (In Russ).

Siluyanova, I. V. (2006). «Klyatva Gippokrata» kak fenomen evropejskoj kul'tury [The Hippocratic Oath as a phenomenon of European culture]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, 1, 168–171. (In Russ).

Tishenko, P. D., Yudin, B. G. (2011). *Bioetika i zhurnalika* [Bioethics and journalism]. Moscow: Nauka. 128 p. (In Russ).

Tutorskaya, M. S. (2014). Meditsinskie sotsial'nye seti: vozmozhnosti i riski ispol'zovaniya [Medical social networks: opportunities and risks of use]. *Meneger zdorov'ya*, 12, 30–37. (In Russ).

Zakharova, S. A., Polonsky, A. V. (2015). The role of Belgorod mass-media in forming public agenda. *Nauchnyy rezultat. Seriya: Voprosy teoreticheskoy i prikladnoy lingvistiki*, 47–51. https://doi.org/10.18413/2313-8912-2015-1-4-47-51.

Информация об авторах

С. С. Распопова – доктор филологических наук, профессор, профессор
С. А. Колондаев – аспирант кафедры журналистики

Information about the authors

Svetlana S. Raspopova – Doctor of Philology, Professor, Professor
Stanislav A. Kolondaev – postgraduate student of the Department of Journalism

Статья поступила в редакцию 20.04.2025; одобрена после рецензирования 07.06.2025; принята к публикации 13.06.2025.
The article was submitted 20.04.2025; approved after reviewing 07.06.2025; accepted for publication 13.06.2025.

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The authors declare no conflict of interest.