

Media społecznościowe stają się coraz istotniejszym źródłem informacji, szczególnie dla młodych ludzi. Dla lekarzy mogą więc być ważnym narzędziem do edukowania o kwestiach zdrowotnych. Ciemną stroną social mediów jest jednak to, że z przekazem na temat zdrowia, suplementów diety, leków i badań może wystąpić każdy, także osoby nieuczciwe, które chcą zarobić na strachu pacjentów.

Z tegorocznego badania opinii „Skąd czerpiemy wiedzę o zdrowiu?” przeprowadzonego przez PZU Zdrowie wynika, że Polacy najbardziej cenią sobie wiedzę medyczną pozyskaną w trakcie konsultacji z lekarzami ekspertami (38 proc.). Prawie tyle samo osób wskazało na informacje znalezione w wyszukiwarce internetowej, natomiast 33 proc. – na te pozyskane od rodziny i znajomych. Z kolei z badania Opinia24 dla Erecept.pl „Skąd Polacy czerpią wiedzę o lekach?” wynika, że 13 proc. szuka takich informacji na forach internetowych lub grupach w mediach społecznościowych, a 42 proc. w wyszukiwarkach internetowych. Głównym źródłem są lekarze (63 proc.) i farmaceuci (54 proc.).

*– Media społecznościowe w kontakcie z pacjentami, chociażby z mojego osobistego doświadczenia, są ważnym narzędziem i to jest narzędzie, które ma kilka obliczy. Jednym z nich są treści edukacyjne dla pacjentów, które większość z osób prowadzących tego typu konta na swój sposób przekazuje. Są to konta właściwie ze wszystkich dziedzin – mówi dr n. med. Paweł Kabata, chirurg onkologiczny z Wojewódzkiego Centrum Onkologii w Gdańsku. – Drugim obliczem jest ocieplanie wizerunku lekarza, a jak wiemy, w społeczeństwie nie jest on najlepszy z różnych powodów. Dostawaliśmy odpowiedzi od naszych odbiorców, że człowiek nie wygląda na takiego niedostępnego jak ten siedzący w białym fartuchu za biurkiem. Można zobaczyć, że tak samo jak my jeździ na rowerze, ma dzieci, czasami jest nieumalowany i też jeździ na wakacje.*

Trzeci aspekt obecności w mediach społecznościowych, na który wskazuje chirurg, to bezpośredni kontakt z pacjentem. Wprawdzie nie są to stricte medyczne konsultacje online, m.in. z uwagi na brak możliwości wykonania badań i przeprowadzenia pełnego wywiadu, ale możliwa jest rozmowa, odpowiedź na pytania czy rozwianie wątpliwości.

*– Ciemną stroną mediów społecznościowych jest to, że mamy dostęp do osób, które działają chociażby w alternatywnej medycynie czy metodach niekonwencjonalnych. Są to często konta wysoko zasięgowe, budujące dużą aktywność. Są to osoby, które wręcz negują medycynę i najczęściej to są po prostu cyniczne próby monetyzacji i w jakiś sposób wyciągnięcia pieniędzy od pacjentów, zagospodarowania lęku, który im towarzyszy, zagospodarowania tej luki w uwadze, z którą często pacjenci się spotykają – ostrzega dr n. med. Paweł Kabata.*

Problem w tym, że nie wszyscy odbiorcy są tego świadomi. Internauci mają duży problem z rozpoznaniem dezinformacji, szczególnie jeśli mowa o tak skomplikowanej materii jak medycyna. Według opublikowanego na początku roku Eurobarometru „Wiedza i postawy obywateli europejskich wobec nauki i technologii” połowa Polaków oceniła, że nie jest wystarczająco informowana o osiągnięciach nauk medycznych. Wielu badanych miało też błędne przekonania dotyczące zagadnień zdrowotnych. Przykładowo 51 proc. uznało, że antybiotyki zabijają wirusy tak jak bakterie. Mamy też skłonność do wierzenia w teorie spiskowe z zakresu medycyny. 45 proc. ankietowanych uważa, że lek na raka istnieje, ale jest ukrywany przed opinią publiczną przez firmy farmaceutyczne.

*– Rozróżnienie eksperta od pseudoeksperta w mediach społecznościowych łatwe nie jest, natomiast są pewne szablony postępowania. Wracając do tematu onkologii, jeśli ktoś mówi: „słuchajcie, mam taki środek, który właśnie dostałem czy wynalazłem, i on daje stuprocentową szansę na wyleczenie, bez*

*dolegliwości, które powoduje zła chemioterapia albo zła chirurgia, albo zła radioterapia, po prostu bierzesz tabletki, wyzdrowiejesz”, to jest to absolutnie czerwona flaga i to powinno wzbudzić niepokój – tłumaczy dr Paweł Kabata. – Większość kont eksperckich, profesjonalnych zawsze bazowała na wiedzy popartej bardzo mocnymi dowodami naukowymi. Dlatego że interakcja z odbiorcą jest natychmiastowa i weryfikacja też jest natychmiastowa, więc tu jest bardzo mało miejsca na fałsz, na nieprawdę, ponieważ to wszystko można bardzo łatwo sprawdzić. Te treści są bardzo skrupulatnie przygotowane, ale jednocześnie nikt z nas nie da nigdy stuprocentowej pewności na wyleczenie chociażby w onkologii, ale także w wielu innych dziedzinach.*

Badanie Wavemaker „Influencerzy pod lupą: etyka w social mediach” wskazuje, że 72 proc. internautów 15+ poznało nową markę dzięki influencerom. Ich rekomendacje mają największe znaczenie przy zakupie jedzenia i żywności, ubrań i butów czy kosmetyków (44–45 proc.), ale 30 proc. badanych internautów wskazuje, że sugeruje się nimi również w wyborze leków i suplementów diety. W grupie wiekowej 25–34 lata odsetek ten rośnie do 36 proc.

*– Tak zwane polecajki internetowe przez osoby znane, jeśli chodzi o jakieś rodzaje leczenia, cudowne kapsułki z substancją sprowadzoną z dżungli amazońskiej, jakieś cudowne metody leczenia, po prostu nie powinny mieć miejsca. Bo tak jak ja, jako chirurg, nie wypowiadam się na temat aktorstwa, śpiewu albo skakania na bungee, bo się na tym nie znam, tak te osoby nie powinny zajmować pozycji eksperta, nie będąc nimi. Bo wiadomo, że na koniec dnia najczęściej chodzi o monetyzację, jakąś współpracę reklamową, o wygenerowanie określonego zarobku, natomiast żerowanie na osobach, które to oglądają, i sprzedawanie iluzji wyleczenia jest niewłaściwe – ostrzega chirurg onkologiczny. – Również jeśli chodzi o osoby znane, które występują w internecie, w mediach społecznościowych i wypowiadają się na tematy stricte medyczne, najczęściej opierając się o jakieś własne doświadczenia, to tutaj zawsze polecam bardzo dużą ostrożność, ponieważ w onkologii każdy przypadek jest inny.*

*Źródło: Newseria*