

Медицинская журналистика в России: проблемы и перспективы развития

Научный руководитель – Шамара Ирина Федотовна

Пашкова Лилия Андреевна

Студент (специалист)

Курский государственный медицинский университет, Курск, Россия

E-mail: pashkova.lala2010@yandex.ru

Современные российские СМИ освещают достаточно широкий круг тем и проблем. Одна из них — здоровье и медицина. Ей посвящены программы на телевидении, рубрики в газетах, а порой — полноценные специализированные издания, и также публикации на интернет-сайтах. Медицинская журналистика затрагивает немалый спектр вопросов: состояние отечественного здравоохранения, лечение и профилактика болезней, ведение здорового образа жизни и т. д. Эта сфера журналистики активно развивается, но стоит заметить, что существует ряд проблем, нередко негативно отражающихся на качестве материалов медицинской тематики.

Первая проблема — частое отсутствие взаимодействия между журналистами и врачами при создании статей о здоровье и медицине. Материалы подобной направленности в СМИ должны отвечать двум критериям — достоверность и понятность. Выполнение первого критерия могут обеспечить доктора, второго — журналисты. Без одной из этих сторон появляются материалы, которые либо весьма трудно поддаются пониманию обычных читателей, не знакомых с медицинской терминологией, либо пестрящие ошибками корреспондента, который и сам плохо разобрался в той или иной теме медицины.

Вторая проблема — это этическая сторона вопросов, касающихся здоровья. «Журналист уважает честь и достоинство людей, которые становятся объектами его профессионального внимания. Он воздерживается от любых пренебрежительных намеков или комментариев в отношении <...> физического недостатка или болезни человека. <...> Журналист обязан безусловно избегать употребления оскорбительных выражений, могущих нанести вред моральному и физическому здоровью людей» — один из пунктов «Кодекса профессиональной этики российского журналиста». Действительно, здоровью больного не понять, и во многих случаях легко переступить грань, за которой люди могут усмотреть неуважение и оскорбление в свой адрес. Четких же этических правил на этот счет не установлено, и журналист может «бросаться словами» в рамках своих моральных принципов.

Третья проблема — рекламная направленность многих материалов, начиная от продажи фармацевтической продукции и заканчивая предложениями народных целителей, гадалок и прочих избавить от всех заболеваний. В угоду заказчиков журналисты могут придумать самые смелые характеристики рекламируемому товару или услуге, которые даже не будут соответствовать реальным. В итоге читатель/зритель будет не только введен в заблуждение, но и может причинить вред своему здоровью, не узнав у врача, целесообразно ли использовать тот или иной препарат или метод лечения.

Четвертая проблема — формирование противоречивого образа медицины в глазах россиян. Одни СМИ вдохновенно вещают о том, какого прогресса достигла отечественная медицина, о внедрении новых технологий, методов лечения и диагностики. Другие же рассказывают о врачах, повсеместно калечащих пациентов, о необорудованных и старых больницах. И та, и другая картина в наше время имеют место в российской медицине. Но эти крайние характеристики не дают представления об истинном положении вещей. Люди, получая такие разноплановые сведения, побоятся, заболев, идти к врачу, не зная, что их будет ждать за дверями больницы. А это может привести к печальным последствиям.

Перспективы развития медицинской журналистики лежат, прежде всего, в решении обозначенных выше проблем. Например, уже сейчас в России существует такая вакансия, как медицинский журналист. Для такого корреспондента требуется наличие медицинского образования и опыт написания статей. Помочь в подготовке специалистов подобного профиля может появление в российских вузах образовательной программы «Медицинская журналистика».

Кроме того, улучшению качества статей медицинской направленности будет способствовать работа журналиста и врача над материалом или телепрограммой в тандеме. Поэтому стоит искать пути налаживания отношений прессы и практикующих докторов. Установление контактов между редакциями и больницами поможет более правдиво освещать жизнь медицинских учреждений, врачей и пациентов в СМИ.

Отдельное внимание нужно уделить регулированию рекламного рынка медицинских товаров и услуг, который стоит взять под контроль представителям здравоохранения, которые бы проверяли, соответствует ли рекламное описание действительному действию лекарства или способа лечения.

Особое место занимает в медицинской журналистике пропаганда здорового образа жизни, диспансеризации, отказа от самолечения. Ненавязчиво, но убедительно и аргументированно необходимо говорить в СМИ о необходимости соблюдения этих правил как залога хорошего здоровья.

Развивающаяся сейчас тенденция — помощь СМИ в сборе средств на лечение тяжелобольных людей — не должна сходить на нет. Сотрудничество благотворительных фондов с телевидением и прессой позволяет этим фондам собирать необходимые пожертвования, чего бы без взаимодействия со СМИ они сделать не смогли.

Таким образом, медицинская журналистика России в будущем должна выйти на качественно новый уровень и стать помощницей докторов в борьбе за здоровье населения страны.

Источники и литература

- 1) 1. Кодекс профессиональной этики российского журналиста // Союз журналистов России. [Электронный ресурс] http://www.ruj.ru/about_organization/kodeks-professionalnoy-etiki-rossiyskogo-zhurnalista/index.php
- 2) 2. Trud.com – сайт поиска работы. [Электронный ресурс] http://russia.trud.com/jobs/medicinskij_zhurnalist/
- 3) 3. Торгонская Я. К. Характеристика развития медицинской журналистики на современном российском телевидении // Сборник конференции «Ломоносов 2014». [Электронный ресурс] http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2014/2553/2200_70227_a8dbec.pdf