

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ СУБЪЕКТОВ-ПРООБРАЗОВ ИМИДЖА СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Бойко С. Л.

Гродненский государственный медицинский университет, Гродно, Беларусь

Цель исследования – контент-анализ публикаций о деятельности системы здравоохранения и ее представителей в наиболее посещаемых и популярных электронных средствах массовой информации (СМИ).

Материал и методы. Использованы количественный контент-анализ и элементы качественного контент-анализа информационных материалов; проанализированы субъекты-прообразы имиджа системы здравоохранения Республики Беларусь и социальная реакция на контент за 2018 г.

В результате работы выделены ключевые слова-прообразы здравоохранения, наиболее части используемые в электронных СМИ.

Ключевые слова: социология медицины, СМИ, имидж здравоохранения, менеджмент.

Для цитирования: Бойко, С. Л. Контент-анализ субъектов-прообразов имиджа системы здравоохранения в электронных средствах массовой информации / С. Л. Бойко // Журнал Гродненского государственного медицинского университета. 2019. Т. 17, № 6. С. 699-702. <http://dx.doi.org/10.25298/2221-8785-2019-17-6-699-702>

Введение

Управление имиджем учреждений здравоохранения и всей системы здравоохранения является сферой научных интересов социологии медицины [1]. По мнению автора, изучение и последующее внедрение в работу учреждений здравоохранения ключевых компонентов позитивного имиджа может привести к существенно упрочению социальных связей между учреждением и потребителем медицинской помощи, что положительно отразится на медицинской, социальной и экономической эффективности системы здравоохранения. Социальная связь между пациентом и представителями системы (медицинским персоналом, отдельным учреждением, руководством и т. д.) обусловлена чрезвычайно высокой степенью зависимости от событий в жизни общества, социальных установок и общественного мнения [2, 3].

Сегодня сложно представить жизнь общества без средств массовой информации (СМИ), создающих в общественном сознании «усредненную реальность», при этом доказано, что наибольшее влияние происходит посредством установления «пунктов повестки дня» [4]. Главная характеристика работы СМИ – событийность, т. е. процесс создания новостной информации. Сообщения в СМИ предоставляют населению возможность быть вовлеченными в социальную действительность. Таким образом, общество узнает не только о самих произошедших событиях, но, что более ценно, – о степени их важности здесь и сейчас, сегодня и в этом социуме. Среди многих общественно значимых тем, которые освещаются в СМИ, самые часто повторяющиеся становятся и более знакомыми, и, как следствие, более значимыми, воспринимаются как часть реальности или вообще сама реальность с экстраполяцией на всех лиц, связанных с прообразом контекста новостного сообщения.

Контент-анализ является строгим научным методом, предполагает анализ содержания тек-

стовых массивов. Контент-анализ позволяет установить не только количественные характеристики сообщения, но и особенности всей коммуникации, в том числе и социальные установки, реакцию читателей и их оценку содержания в сообщении (при наличии открытых комментариев). Для научных целей используются два вида контент-анализа: количественный и качественный. Количественный контент-анализ призван получить количественную характеристику структуры текста с определением категорий и ключевых понятий, что позволяет воссоздать картину видения, которая культивируется в обществе посредством СМИ. Качественный контент-анализ строится на наличии/отсутствии элемента содержания текста – индикатора или прообраза. Важным проверочным механизмом и гарантом объективности при использовании контент-анализа является повторяемость результатов при использовании одного и того же источника текста разными авторами. Контент-анализ способствует более глубокому пониманию смысла текста и позволяет обнаружить в сообщении его социально значимый смысл. Благодаря использованию контент-анализа в социологии можно выявить тенденции социальной действительности и даже определить скрытые мотивы авторов сообщений и социальные характеристики читателей, всего сообщества потребителей контента [4].

Материал и методы

Настоящее исследование выполнено в два этапа:

1. Подготовительный (методологический).

Были определены категории анализа (ключевые понятия или смысловые единицы), единицы анализа текста (слово или словосочетание, фамилия, социальная ситуация – прообразы системы здравоохранения, которые соответствовали смыслу категорий анализа.

Для подсчета частоты появления категории анализа в сообщении была также принята количественная мера единицы анализа в виде числа определенных слов-прообразов или их сочетаний-прообразов.

2. Непосредственный анализ текстов и комментариев к ним.

Информационное пространство трех ведущих электронных новостных СМИ Республики Беларусь (<https://www.tut.by> (ТБ), <https://www.belta.by> (БТ), <https://www.kp.by> (КП)) было оценено с помощью контент-анализа по следующим параметрам:

1. Тема публикации о здравоохранении.
2. География содержания сообщения.
3. Жанр и стиль.
4. Источники содержания сообщения.
5. Визуальное сопровождение.
6. Разнообразии материала.

В мониторинг вошли публикации, связанные с достижениями здравоохранения, также интервью, новости санитарно-эпидемиологического характера, материалы об отдельных клинических случаях в учреждениях здравоохранения, связанные с выполнением работниками своих должностных обязанностей, вопросы финансирования системы, проанализированы за 2018 г. Выборка составила 260 сообщений, опубликованных журналистами ТБ, БТ, КП и 9185 комментариев читателей (ТБ, КП).

Основной критерий отбора электронных изданий – объем и структура аудитории, т. е. были определены электронные новостные ресурсы с максимальным охватом аудитории, не сфокусированным ни на одну из социальных групп; касательно географии изданий, были отобраны только издания республиканского уровня.

Метод: данное исследование проводилось методом количественного контент-анализа с элементами качественного контент-анализа в полуавтоматическом режиме с поддержкой SYN1 и Istio.com., результаты обработаны с помощью статистического пакета анализа данных SPSS.

Единицей анализа была статья (комментарий к статье), посвященные деятельности системы здравоохранения.

Карта контент-анализа электронных новостных СМИ включала следующие параметры:

1. Год публикации (отобраны статьи только за 2018 г.).
2. Название информационного ресурса.
3. Название статьи.
4. Ссылка на статью (для возможности быстрого доступа при проверке).
5. Эксперты (ссылки на источник информации, интервью, мнения экспертов и оценки).
6. Оценка комментариев к статье (положительный/отрицательный, нет оценки).

Проведена операционализация ключевых прообразов здравоохранения, которые могут встречаться в публикациях, служить ключевыми словами, хештегами, т. е. являются очевидными индикаторами первостепенного внимания, которое уделяется теме ресурсом и, соответственно, обществом. Так, например, индикатором вни-

мания к конкретным лицам, представителям системы здравоохранения, являлась частотная распространенность этого субъекта в других статьях. Дополнительно был проанализирован жанр материала: информационное сообщение, интервью (с пациентами, с родственниками пациентов, с представителями руководства системы здравоохранения, с врачами), хроника событий, аналитическая статья и т. д. Для фиксации перечисленных выше характеристик использован метод манифестного кодирования с последующим подсчетом частоты встречаемости единиц счета. Дополнительно применен метод латентного кодирования, например для фиксации элементов эмоционального графического воздействия в тексте статьи или после основной новости.

Результаты и обсуждение

Относительно формы все публикации о системе здравоохранения и ее представителях в ключевых электронных СМИ представлены полным набором жанров: новостные сообщения, интервью, обзоры, мнения. Важно отметить, что в большинстве случаев журналисты ТБ, БТ, КП используют одни и те же источники, в основном пресс-службы и информационные агентства, например БТ. Ведущим жанром являлось новостное сообщение: для ТБ – 60,2%, для КП – 53,6%, для БТ – 66% опубликованных материалов. Данный вывод объясняется стремлением СМИ соответствовать принципам объективности и безоценочности публикуемых статей. Следует отметить, что наибольшее количество повторяющихся, неоригинальных (после первой схожей публикации в данном издании), дополненных информационных сообщений встречается на ТБ, различия достоверны при числовом сравнении с БТ, КП ($p < 0,001$), что говорит о стремлении редакции поддерживать интерес читателя систематическим ожиданием «дополненного» содержания. Установлено, что использование жанра интервью является статистически достоверным для представления информации о каком-либо событии в системе здравоохранения у информационного ресурса – КП. Анализируемые публикации о медицине в электронных СМИ существенно различаются по использованию индикаторов эмоционального воздействия, представленных в виде графических материалов (дополнительные фото) с примечанием, «фото носит иллюстративный характер». И на ТБ, в КП присутствует один тип графического изображения – фотография с преобладающими нейтральными или негативными эмоциями и традиционной подписью «Фото носит иллюстративный характер». Преобладающий стиль текстового изложения у БТ – максимально нейтральный.

Анализ самых популярных как по количеству просмотров, так и по числу комментариев, публикаций выявил своеобразные ножницы: минимальный или нулевой интерес читателя к статьям информационного плана с безоценочным названием (например, «Донорский клапан сердца впервые установили в могилевской боль-

нице», количество комментариев – 1; «Отделение реанимации для новорожденных открылось в Гродненской областной детской больнице», количество комментариев – 0) и в десятки/сотни раз увеличенное количество комментариев после статей с интригующими, вопросительными или максимально оценочными названиями, как правило, о негативных явлениях в медицине (например, «Это бесчеловечно!»). В Пинске родственники пациента пожаловались в СК на качество ухода в реанимации», количество комментариев – 906; «На своих ногах из родзала уже не вышла. В VIP-отделении минского роддома умерла 31-летняя женщина», количество комментариев – 864; «Умер в больнице от бездействия врачей. В Речице вынесли приговор по делу, которые редко доходят до суда», количество комментариев – 996).

Ключевые слова-прообразы системы здравоохранения, которые объединяют большинство публикаций на ресурсе, представлены в таблице.

Таблица. – Субъекты-прообразы имиджа системы здравоохранения в электронных СМИ

Table. – Prototype subjects of the image of the healthcare system in electronic media

Название информационного ресурса*	Слова-прообразы системы здравоохранения
ТБ	Препараты, приговор, суд, врач, очередь, помощь, взятки, боль, пролежни, неоказание, закупка, проверка, ребенок, преступление, получать, сообщать
БТ	Здравоохранение, Следственный комитет, Беларусь, медицина, приемный, скорая помощь
КП	Беларусь, здравоохранение, поликлиника, операция, больница, врач, помощь

Примечание: – *сокращения использованы автором в пределах данной статьи

Анализ таблицы показал, что в полуавтоматическом режиме среди всех публикаций ресурса о системе здравоохранения и ее отдельных представителях чаще всего определяются неоднородные по своей смысловой нагрузке слова, с акцентом для ТБ – на противоправные действия или новости о случаях со смертельным исходом, для БТ и КП – на вопросы оказания медицинской помощи, уровень ее оказания, экспертное мнение.

Качественный анализ комментариев на статье о системе здравоохранения (без специфики контента) показал, что каждый третий комментарий читателя является негативным по отношению к медицине и к работникам системы здравоохранения (33%), только в 12% случаев – 1094 комментария за год – читатели оставляли поло-

жительный комментарий, при этом положительные отзывы встречались и после статей с информацией осуждающего и негативного содержания в отношении представителей здравоохранения (например, «Так относиться к людям нельзя. Брестчанка, упавшая в гололед, провела в очереди в травмпункт 9 часов», комментарии: положительные – 29, отрицательные – 29, нейтральные – 34). 55% комментариев читателей статей на медицинскую тему относятся к нейтральной по своему содержанию, что подтверждает один из законов социальной психологии, так называемый эффект средней ошибки, стремление людей смягчать ситуацию в сторону средней оценки. В данном случае эффект средней ошибки можно интерпретировать как проявление общественного мнения, возможно, с опорой на личный положительный/отрицательный опыт взаимодействия с медицинскими работниками, при этом читателю важно сохранить доверие к системе здравоохранения в целом. Изучение социальных установок в отношении врачей, медицинских сестер, собственного здоровья, лекарственных препаратов и организаций здравоохранения представляет собой следующий этап настоящего исследования.

Выводы

В ходе контент-анализа публикаций о системе здравоохранения в ведущих электронных СМИ Республики Беларусь выявлены прообразы системы, используемые в статьях, установлено преобладание новостных сообщений, недостаток публикаций в виде интервью, PR достижений белорусской медицины, персоналий. Содержательный анализ комментариев читателей позволяет заключить, что каждый третий комментарий – негативный.

Этот результат, с одной стороны, может служить косвенным признаком общественного мнения о медицине, с другой – являться следствием нерегулируемого воздействия СМИ на мнение потребителей информации, связанным с попыткой привлечь аудиторию. В этом случае необходимо учитывать социальную ответственность СМИ за формирование этого мнения и роль СМИ в формировании имиджа одной из ключевых социальных сфер – сферы охраны здоровья.

Заключение

Для формирования позитивного имиджа системы здравоохранения, общественного мнения о медицине с акцентом на доверие в целом необходимы многоуровневые действия: от индивидуального (участие отдельного человека, например, врача или руководителя подразделения) уровня отдельной организации здравоохранения до органов исполнительной власти и Министерства здравоохранения, и в обязательном порядке – социальных институтов, действующих вне системы здравоохранения, среди которых немалую роль играют СМИ.

Литература

1. Решетников, А. В. Социологическое осмысление медицины / А. В. Решетников // Социология медицины. – 2003. – № 1. – С. 3-15.
2. Морозов, П. Н. Актуальные направления современных медико-социологических исследований деятельности больничных лечебно-профилактических учреждений / П. Н. Морозов // Социология медицины. – 2004. – № 2. – С. 31-34.
3. Сурмач, М. Ю. Социология медицины: предмет, методология и сферы применения в Республике Беларусь : монография / М. Ю. Сурмач. – Гродно : ГрГМУ, 2016. – 316 с.
4. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / под ред. В. А. Мансурова. – Москва : Институт социологии РАН, 2010. – 324 с.

References

1. Reshetnikov AV. Sociologicheskoe osmyslenie mediciny [Sociological views on medicine]. *Sociologija mediciny [Sociology of Medicine]*. 2003;1:3-15. (Russian).
2. Morozov PN. Aktualnye napravlenija sovremennyh mediko-sociologicheskikh issledovanij dejatelnosti bolnichnyh lechebno-profilakticheskikh uchrezhdenij [Essential lines of current medico-sociological studies of the activity of hospital therapeutic and prophylactic institutions]. *Sociologija mediciny [Sociology of Medicine]*. 2004;2:31-34. (Russian).
3. Surmach MJu. Sociologija mediciny: predmet, metodologija i sfery primeneniya v Respublike Belarus. Grodno: GrGMU; 2016. 316 p. (Russian).
4. Mansurov VA, editor. Kontent-analiz SMI: problemy i opyt primeneniya. Moskva: Institut sociologii RAN; 2010. 324 p. (Russian).

QUALITATIVE AND QUANTITATIVE CONTENT ANALYSIS OF THE IMAGE OF SUBJECTS-IMAGES OF THE HEALTHCARE SYSTEM OF THE REPUBLIC OF BELARUS IN ELECTRONIC MEDIA

Boyko S. L.

Grodno State Medical University, Grodno, Belarus

Summary. The aim of the study was a content analysis of publications on the activities of the healthcare system and its representatives in the most visited and popular electronic media (media).

Material and methods. The quantitative and elements of a qualitative content analysis of information materials were used, the prototype subjects of the image of the healthcare system of the Republic of Belarus and the social reaction to content for 2018 were analyzed.

As a result of the work, the keywords prototypes of healthcare are highlighted, most of which are used in electronic media

Keywords: *sociology of medicine, mass media, public healthcare image, management.*

For citation: *Boyko SL. Qualitative and quantitative content analysis of the image of subjects-images of the health system of the Republic of Belarus in electronic media. Journal of the Grodno State Medical University. 2019;17(6):699-702. <http://dx.doi.org/10.25298/2221-8785-2019-17-6-699-702>*

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

Финансирование. Работа выполнена при поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований (договор с БРФФИ № Г19-061 от 02.05.2019 г.).

Financing. The study was supported by the Belarusian Republican Foundation for Fundamental Research (agreement No. Г19-061 from 05/02/2019).

Соответствие принципам этики. Исследование одобрено локальным этическим комитетом.
Conformity with the principles of ethics. The study was approved by the local ethics committee.

Об авторах / About the authors

Бойко Светлана Леонидовна / Boyko Svetlana, e-mail: sduduk@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-8767-6892

Поступила / Received: 06.09.2019

Принята к публикации / Accepted for publication: 25.11.2019