

В настоящее время человечество достигло высокого уровня развития. Вместе с тем, продолжает развиваться и увеличиваться количество самых разнообразных заболеваний. Научиться предупреждать болезни и уметь правильно их лечить – это задача врачей. А какая же роль в этом вопросе отводится современным средствам массовой коммуникации? Задача СМИ вовремя предупредить, проинформировать население, дать компетентные знания о наиболее опасных заболеваниях и методах их профилактики.

Целью нашего исследования было установить, насколько широко медицинская тематика и вопросы здорового образа жизни освещаются в СМИ республики. Для этого были проанализированы как специализированные медицинские издания: «Эскулап» (газета Гродненского государственного медицинского университета, «Медицинский вестник», «Чаша здоровья», «Медицина и здоровье», так и другие газеты: «Знамя юности», «Студенческий меридиан», «Вечерний Гродно», «Гродненская правда», «7 дней», «Звезда», «Беларусь сегодня», «Рэспубліка», «Народная газета», «Аргументы и факты» («АиФ»), «Беларускі час», «Наша ніва» за 11 месяцев 2007 г. (с 01.01.2007 по 01.12.2007).

По результатам исследования мы выяснили процент газет от их общего числа, в которых публиковались статьи медицинского характера. В итоге, первое место по количеству публикаций занимает газета «АиФ», в которой 89.7% газет содержали информацию по вопросам здорового образа жизни и профилактике заболеваний, далее следуют такие издания как «Знамя юности» – 80%, «7 дней» – 31%, «Вечерний Гродно» – 26%, «Звезда» – 24%, «Народная газета» – 21.3%. «Рэспубліка» – 16.6%, «Беларускі час» – 16% газет, содержащих медицинские статьи.

Но интерес представляет не только информация об общем количестве статей медицинского характера в белорусской прессе, но и их тематическое содержание, что, в свою очередь позволяет сделать вывод относительно круга наиболее проблемных и актуальных вопросов, которые интересуют население республики. Чаще всего в статьях затрагиваются вопросы заболевания сердечно-сосудистой системы (27.4% всех статей медицинского характера), на втором месте находятся инфекционные заболевания (19%), третье место занимают проблемы онкологических заболеваний (16.1%), четвертое место разделили между собой проблемы курения и алкоголизма (11%), и заболевания глаз (11%), на пятом месте вопросы стоматологии (8%), шестом – проблема абортов (4.8%), седьмом – туберкулез (3.2%).

Интернет прочно входит в нашу жизнь. XXI век поистине становится веком все большего влияния и распространения «всемирной паутины». Нами были проанализированы только некоторые Интернет-сайты. В частности, www.tyt.by, www.rambler.by, www.yandex.by и др. Данные сайты содержат самую разнообразную информацию на медицинскую тематику: материалы с медицинских конференций (приглашения к участию, программу конференций, анализ ее работы, краткий обзор результатов и т.д.), информацию о проводимых акциях, семинарах и др. Наибольшее внимание уделяется заболеваниям сердечно-сосудистой системы (33% информации), СПИДу и онкологии (20%), профилактике заболеваний (10%), острым респираторным заболеваниям (6.6%). В Интернете

можно также узнать о последних достижениях в области медицины, о новейших лекарственных препаратах, их стоимости, о новых методах диагностики и лечения болезней.

Наиболее массовым и общедоступным средством массовой информации на сегодняшний день является телевидение. Нами были проанализированы следующие телеканалы: БТ, ЛАД, ОНТ, СТВ, РТР, ТВЦ, Мир, НТВ (новостные и другие информационные неспециализированные программы не исследовались). Встречаемость медицинских программ на этих каналах невелика. Так, ЛАД транслировал всего 3 передачи на медицинскую тему в неделю, ОНТ – 2 передачи в неделю, ОРТ, БТ, ТВЦ по 1 передаче в неделю. Чаще всего такие программы транслируются по понедельникам, субботам и воскресениям.

Количество рекламы с медицинской тематикой на телевидении составляет в среднем 30%. В нашем государстве существуют определенные критерии оформления медицинской рекламы, что закреплено в статье 15 Закона Республики Беларусь «О рекламе», принятого 10 мая 2007 г. Закон регламентирует, какие лекарственные средства могут быть рекламированы и в общем определяет требования к рекламе медицинского характера.

Таким образом, вопросы здорового образа жизни находят сегодня все больше почитателей среди населения. И растущий интерес к медицинской тематике обуславливает освещение наиболее насущных и актуальных проблем сохранения здоровья и предотвращения разнообразных заболеваний в средствах массовой информации. И значение СМИ в этом вопросе несомненно очень велико. Повышение информированности людей о различных заболеваниях, методах их профилактики и лечения, является важным, т.к. всегда нужно помнить: «предупрежден – значит вооружен».