Удочка вместо рыбы, или сказ о качестве медицинских сайтов

Категория: Сайт медицинской организации
Опубликовано: Воскресенье, 10 июля 2022, 19:42
Автор: Андрей Таевский
Просмотров: 3448

Более десяти лет назад меня озадачила проблема невысокого качества большинства медицинских сайтов тогдашнего Рунета. Это было время расцвета инфобизнеса в России.

Множество ушлых прокачанных молодых людей собирали толпы жаждущих больших и лёгких, как дирижабль, денег людей молодых и не только, просеивали их и зарабатывали их оптово-розничной «прокачкой». А точнее, накачкой, с выкачкой карманов. На выходе были снующие всюду в поисках «перспективных ниш» стайки новоиспеченных «гуру» с горящими глазами. Некоторые из них находили кишащую «умельцами» нишу сайтостроения, кто похитрее втискивался между заказчиками и этими самыми «умельцами», а самые умные сужали нишу, избегая толкучки, и доходили до отраслевой специализации. Выжившие со временем достигали какого-никакого профессионализма.

Наша отрасль – не исключение. Большая часть ныне существующих медицинских сайтов Рунета сделана руками этих людей или при их непосредственном участии. Отсюда упор на продвижение, читай продажу, «медицинских услуг» сайтами частных медицинских организаций и игнорирование ими как базовых принципов медицинской профессии, так и обязательных требований. Конечно, сайт любой, не только частной, медицинской организации должен быть «продающим», но в широком понимании донесения ценности медицинской организации и полезности её деятельности до целевой аудитории, а не торговли «медицинскими услугами».

Помимо сайтов медицинских организаций, на медицинской тематике в Интернете «кормились» и продолжают этим заниматься разные люди, от «бьюти-блогеров» и очистителей кармы до торговцев чудесными эликсирами, гаджетами и припарками «от всего». Понятно, что за нарушения Закона о рекламе их гоняют, да сами они ребята резвые, и их очень много. Все вместе они просаживают «планку» качества медицинских сайтов не только в российском, а и в глобальном масштабе. Печально, но такова реальность.

Впрочем, ситуация в целом постепенно выправляется. Медицинские сайты становятся всё более интересными, полезными и приятными глазу. Мы обязаны этим нескольким естественным и не совсем естественным явлениям. Прежде всего, конкуренция в среде специализирующихся на медицинских сайтах вебмастеров привела к постепенному вымыванию случайных людей. Набираемый вебмастерами опыт с годами закрепляется в культурном образе хорошего отраслевого сайта. С другой стороны, их заказчики, мы с вами, стали больше понимать в том, что должен представлять собой сайт медицинской организации. Это особенно заметно по резко возросшему качеству сайтов государственных и муниципальных учреждений здравоохранения, которым ничего продавать как будто не надо. Сказалось и «регулирующее воздействие» нашего «отраслевого

Phoca PDF

регулятора», и проверки надзорных органов. И, может быть, какую-то роль даже сыграли мои аналитические и просветительские статьи – как, например, «Заблудившие в сказке» (Часть I, Часть II).

Десятилетие назад медицинские организации, их руководство и практикующие врачи начали ощущать возрастающее (до сих пор!) давление нового законодательства в сфере здравоохранения по части обязательного информирования граждан. Пациенту должен быть передан неимоверный объём разнообразных сведений, начиная от его проблем со здоровьем и заканчивая объёмами Большой медицинской энциклопедии, «Капитала» К.Маркса и Свода законодательства Российской Федерации, исходя из возможных причин его состояния, целесообразных медицинских вмешательств, их последствий и перспектив, а также прав и обязанностей пациента, врача, медицинской организации и всех причастных. Всё это надлежит проделать в доступной для него, пациента, форме. На то, чтобы исполнить новые требования должным образом, врачу на приёме никогда не хватит никакого времени, особенно с любознательным, общительным или не слишком быстро схватывающим пациентом.

Пациент сам волен определять не только то, достаточно ли он получил от врача информации, но и то, как хорошо он её усвоил. Иными словами, врач в случае обвинения в недостаточном информировании априори пребывает в состоянии доказанной вины с любым пациентом. В то же время, не вся информация должна быть передана именно врачом и только на приёме, а лишь относящаяся к конкретному пациенту и потому составляющая врачебную тайну. Остальное пациент может получить за пределами кабинета, только врачу необходимо убедиться на приёме в том, что пациент обладает сведениями, имеющими значение в данной клинической ситуации. Это позволяет разгрузить врача в какой-то мере.

В своё время мне удалось на этой основе сформулировать и выдвинуть концепцию сочетания общего и частного информирования, а также реализовать её в пакете «Обязательное информирование граждан в медицинской организации». Неотъемлемой частью этой концепции является наличие у медицинской организации содержательного сайта. И закономерно возникает следующий вопрос: как на добиваться того, чтобы сайт медицинской организации был качественным? Нужен аналитический инструмент, позволяющий объективной системной основе доводить до ума медицинские сайты и их проекты.

Автоматизированную экспертную технологическую карту (АЭТК) «Экспертиза сайта медицинской организации» я создал в первой половине 2014 года. С появлением специфических требований к сайтам от Минздрава и прочими изменениями в нормативной правовой базе по этой части, а также в связи с совершенствованием технологии оценки соответствия и сменой поколений АЭТК карта несколько раз обновлялась. Актуальная на момент опубликования настоящей статьи версия – июль 2022 года.

Phoca PDF

Категория: Сайт медицинской организации
Опубликовано: Воскресенье, 10 июля 2022, 19:42
Автор: Андрей Таевский
Просмотров: 3448

Я поначалу не рискнул её отпустить, т.к. переживал, что она попадёт (и она обязательно бы попала – время было такое) в недобрые руки. Поэтому, только представил в работе «Создание «правильного» сайта медицинской организации», а также предложил услуги по анализу сайта медицинской организации в трёх вариантах с предоставлением структурированных отчётов и рекомендаций. Задрал цену на два наиболее затратных по времени варианта, чтоб не утопнуть в столь прекрасном занятии, и всё на этом. Да и заявки скоро иссякли, поскольку писать по данной проблематике перестал.

Но не перестал наблюдать. Сейчас я вижу, что рынок услуг по разработке сайтов медицинских организаций сформировался, окультурился, и время карту отпустить, наконец, пришло. Я разместил соответствующее предложение в Каталоге решений Здрав.Биз: АЭТК «Экспертиза сайта медицинской организации».

Видеознакомство с картой:

Загрузка…

АЭТК «Экспертиза сайта медицинской организации» – это рабочий аналитический инструмент, с помощью которого можно создать, осмысленно заказать или усовершенствовать имеющийся сайт медицинской организации. Та самая удочка вместо рыбы.

Обсудить в Телеграм

Обсудить вКонтакте

Каталог решений Здрав.Биз.

Всегда ваши, команда Здрав.Биз и Андрей Таевский.

Phoca PDF