

Романов С.В.¹, Абаева О.П.²**ПРОБЛЕМЫ ОРГАННОГО ДОНОРСТВА И ТРАНСПЛАНТАЦИИ
В РУССКОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**¹ФБУЗ «Приволжский окружной медицинский центр» Федерального медико-биологического агентства России, 603001, г. Нижний Новгород;²ФГАОУ ВО «Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова (Сеченовский Университет)», 119991, г. Москва

Статья посвящена проблеме отношения населения России к программам органного донорства и трансплантации органов. Проведен контент-анализ сообщений русскоязычных авторов в крупнейших социальных сетях за один месяц 2019 г. по тематике, связанной с пересадкой органов человека. Согласно полученным результатам, отношение русскоязычных пользователей социальных сетей к изучаемой проблеме можно охарактеризовать как нейтральное с низким интересом. Лишь в 11,5% сообщений отмечен негативный эмоциональный фон, причиной чего являются преимущественно вопросы безопасности посмертного органного донорства. Авторы статьи обращают внимание на необходимость более активного продвижения специалистами информации о гуманности работы врачей-трансплантологов.

Ключевые слова: трансплантация органов; органное донорство; отношение населения; социальные сети.

Для цитирования: Романов С.В., Абаева О.П. Проблемы органного донорства и трансплантации в русскоязычных социальных сетях. *Социология медицины*. 2019;18(1): 24–27.
DOI: <http://dx.doi.org/10.18821/1728-2810-2019-18-1-24-27>

Для корреспонденции: Абаева Ольга Петровна, д-р мед. наук, доцент, профессор кафедры социологии медицины, экономики здравоохранения и медицинского страхования ФГАОУ ВО «Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова (Сеченовский Университет)»;
e-mail: abaevaop@inbox.ru

Romanov S.V.¹, Abaeva O.P.²**THE PROBLEMS OF ORGAN DONORSHIP AND TRANSPLANTATION
IN RUSSIAN-LANGUAGE SOCIAL NETWORKS**¹The Federal Budget Health Care Institution юThe Privolzhskiy Okrug Medical Center. of the Federal Medical Biological Agency of Russia, 603001 Nizhny Novgorod, Russia;²The Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education юThe I.M. Sechenov First Moscow State Medical University. of Minzdrav of Russia, 119991, Moscow, Russia

The article considers issue of attitude of population of Russia to programs of donorship and transplantation of human organs. The content analysis was applied to messages about transplants of human organs in Russian-language social networks for one month of 2019. The attitude of Russian-speaking net surfers to this problem turned out to be as disinterested and neutral one. Only 11.5% of all messages were emotionally negative due to issues of insecurity of postmortem donorship of organs. The emphasis is made on necessity of more active promotion of humanity of work of transplantologists.

Keywords: transplantation; organ donorship; population attitude; social networks.

For citation: Romanov S.V., Abaeva O.P. The problems of organ donorship and transplantation in Russian-language social networks. *Sociologiya meditsiny*. 2019; 18(1): 24–27. (In Russ.)
DOI: <http://dx.doi.org/10.18821/1728-2810-2019-18-1-24-27>

For correspondence: Abaeva O.P. doctor of medical sciences, associate professor, professor of the Chair of Sociology of Medicine, Health Economics and Medical Insurance of Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «The I.M. Sechenov First Moscow State Medical University» of Minzdrav of Russia; e-mail: abaevaop@inbox.ru

Conflict of interest. The authors declare absence of conflict of interest.

Acknowledgment. The study had no sponsor support.

Received 28.08.2019

Accepted 30.09.2019

Введение

Ключевым фактором успеха развития национальных программ органного донорства и трансплантации является поддержка их населением страны. При этом формирование у гражданского общества понимания гу-

манности и безопасности трансплантологии является сложным многоступенчатым процессом [1]. Одним из механизмов возможного влияния на отношение населения к трансплантации органов и органному донорству являются средства массовой информации, осуществля-

ющие свою деятельность при помощи традиционных носителей (радио, телевидение, печатные издания) и путем применения Internet-технологий [2-6]. Важно подчеркнуть, что авторы доступных нам научных трудов подчеркивают распространение средствами массовой информации преимущественно негативных и не всегда корректных сведений о деятельности трансплантологов [2, 7]. Помимо этого, в настоящее время очень важным механизмом формирования общественного мнения по вопросам, связанным с пересадкой органов, являются социальные сети, передающие информацию, поступившую от отдельных пользователей или членов сообществ и от разных юридических лиц, в том числе и информационных агентств [8-10].

В связи с чем целью нашего исследования явилось определение на основании контент-анализа сообщений русскоязычных пользователей социальных сетей пути информационной работы, направленной на пропаганду донорства и трансплантации органов среди населения Российской Федерации.

Задачи исследования:

- ◆ исследовать характеристики авторов сообщений по вопросам трансплантации и донорства органов в русскоязычных социальных сетях;
- ◆ изучить эмоциональную окраску сообщений, посвященной данной тематике;
- ◆ определить перечень вопросов, вызывающих негативную реакцию пользователей российских социальных сетей по тематике донорства и трансплантации органов;
- ◆ исследовать заинтересованность русскоязычной аудитории в обсуждении темы органного донорства и трансплантации.

Материалы и методы

Нами проведен роботизированный контент-анализ всех сообщений, сформированных за февраль 2019 г. русскоязычными пользователями социальных сетей (Instagram, Вконтакте, Facebook, Одноклассники, Livejournal), при помощи специально настроенных поисковых машин с визуализацией полученных данных. Обработка полученных данных проводилась с использованием сравнительного (χ^2 Пирсона) и корреляционного анализа.

Результаты исследования

Поисковый запрос «трансплантация, органное донорство» показал наличие 64 тыс. упоминаний в социальных сетях, подавляющее большинство которых имели характер рекламы медицинских услуг, препаратов и изделий, а также преследовали цель сбора денежных средств. Конкретизация поискового запроса «трансплантация почки, сердца, печени, поджелудочной железы, органное донорство» выявило 358 упоминаний за месяц, в среднем 12 постов в сутки, максимальное число сообщений в сутки — 99. Количество авторов — 289 человек.

Далеко не все русскоязычные сообщения были написаны лицами, создавшими аккаунты на территории России (рис. 1).

Географическое распределение создателей сообщений оказалось весьма разнообразным: наибольшее

число постов было составлено представителями Казахстана (31,6±2,5%), на втором месте оказалась Россия (27,7±2,4%). Однако необходимо подчеркнуть, что 14±1,8% сообщений не удалось четко идентифицировать по территориальному признаку, вероятно, среди них также были россияне. Доля сообщений украинских авторов составила 8,7±1,4%, белорусских — 6,4±1,3%, польских — 5,9±1,3. Среди прочих были единичные сообщения русскоязычных авторов из 11 стран: США, Германии, Великобритании, Турции, Узбекистана, Израиля, Азербайджана, Киргизии, Индии, Республики Корея и Эстонии.

Авторами сообщений из России стали пользователи социальных сетей, зарегистрировавшие аккаунты в 19 субъектах РФ, однако у 39,4±5,2% сообщений наших сограждан не удалось установить регион проживания автора. Лидером по количеству российских сообщений стали жители Москвы: каждое пятое сообщение было создано москвичом.

Составлены индивидуальными авторами 34,3±2,5% сообщений (16,2±2% — женщинами, 18,1±2% — мужчинами), 28,2±2,3% сообщений создавались внутри сообществ, в остальных случаях гендерную принадлежность автора и индивидуальность написания установить не удалось. Повеозрастной состав идентифицированных индивидуальных авторов оказался следующим: 25-34 года — 24,6±3,9%, 35-44 года — 26,2±4,0%, 45-54 года — 30,3±4,1%, старше 55 лет — 13,9±3,1%.

Среди сообщений в рамках сообществ 22,9±4,6% были созданы в профессиональных группах медицинских работников, 8±2,5% — в группах, посвященных органному донорству, остальные в информационных новостных группах, представляющих средства массовой информации.

Подавляющее большинство сообщений были информативно-нейтрального характера, лишь 11,5±1,7% сообщений имели негативную эмоциональную окраску. При этом нами не было найдено сообщений, имеющих выраженное позитивное отношение к исследуемой теме. Нейтральный эмоциональный фон большинства сообщений подтверждает и сформированное по результатам анализа облако слов (рис. 2).

Среди авторов негативных сообщений лидировали россияне (57,5±7,7%). Сравнительный анализ с наибо-



Рис. 1. Распределение сообщений с использованием ключевых слов по стране регистрации аккаунта автора (в %).



Рис. 2. Облако слов по теме «органное донорство и трансплантация» в контент-анализе сообщений русскоязычных социальных сетей.

лее многочисленной группой авторов из Казахстана показал статистически значимое более высокое распространение негативных сообщений среди российских пользователей социальных сетей ($\chi^2=21,5$ при критическом значении 5,99; $p_{value}=2,11E-05$).

Для определения источников негативно окрашенной информации об органном донорстве и трансплантации в нашей стране более подробно были проанализированы сообщения по данной, созданные в аккаунтах россиян. Интересно подчеркнуть, что ни одно из негативно окрашенных сообщений не представляло собой репост, т. е. пересылку заинтересовавшего текста. Анализ соотношения негативных сообщений, составленных российскими пользователями и средствами массовой информации нашей страны, проводимый путем расчета χ^2 Пирсона, не позволил установить статистической значимости по данному параметру ($p_{value}=0,99$). Более того, количество сообщений, несущих негативную эмоциональную окраску, составленных авторами новостных агентств и членами медицинских сообществ, оказалось идентичным.

Причинами всех негативных сообщений пользователей русскоязычных социальных сетей стали проблемы, связанные с посмертным органным донорством: первое ранговое место заняли вопросы возможности изъятия органов у человека с признаками жизни, второе — посмертная эксплантация без согласия донора, третье — получение клиниками и врачами незаконного финансового вознаграждения за донорские органы (рис. 3).

Из 358 сообщений было просмотрено 98, общее число просмотров составило 246 594. Закономерно, что сообщения, созданные в рамках сообществ, просматривались существенно чаще: в среднем сообщение из сообщества просматривалось 2118 раз, сообщение, созданное индивидуальным пользователем мужской — 42,1 раза, женщиной — 36,4 раза. Из 246 594 просмотров 230 167 пришлось всего на 15 сообщений. Нами была изучена тематика данных сообществ, среди которых три были связаны с непрофессиональной медициной и здоровьем, три — с профессиональной медициной, пять имели целью создание и распространение региональных новостей (рис. 4).

Интерес пользователей социальных сетей к исследуемой теме оценивался по наличию их ответной

реакции, которая заключалась в репостах (541), комментариях (241) и ответах (5391). Закономерно, что количество каких-либо ответных реакций было прямо пропорционально числу просмотров сообщения ($r=0,98$), так же, как и число репостов и комментариев ($r=0,75$ и $r=0,89$ соответственно). Увлеченность (соотношение сообщений и авторов) составила 1,25. Активность пользователей оставила в среднем 6,8 каких-либо ответных действий на одно сообщение. При этом нами не было установлено зависимости частоты наличия ответной реакции на сообщение в зависимости от его эмоциональной окраски, нейтральной или негативной ($\chi^2=2,4$ при критическом значении 5,99; $p_{value}=0,3$).

Обсуждение

Ежедневно в российских социальных сетях создаются миллионы сообщений. Тема органного донорства и трансплантации органов не вызывает большого интереса: она была затронута лишь в 358 сообщениях, из которых были просмотрены менее трети и только около 5% послужили причиной для активной реакции аудитории социальных сетей. Среди авторов сообщений практически не было людей моложе 25 лет. Общий эмоциональный фон сообщений индивидуальных пользователей, их сообществ и организаций, в том числе информационных агентств, являлся преимущественно информационно-нейтральным. Таким образом, результаты нашего исследования не подтверждают мнение о распространении преимущественно негативной информации о трансплантации и донорстве органов средствами массовой информации. Все сообщения, несущие негативную эмоциональную окраску, были посвящены вопросам безопасности человека — кандидата на посмертную эксплантацию органов, причем подобная тематика в негативном ключе обсуждалась россиянами чаще, чем русскоязычными пользователями социальных сетей из Казахстана. Важно подчеркнуть, что исследование сообщений, созданных медицинскими работниками, не позволило выявить каких-либо особенностей по эмоциональному фону или активности обсуждения по сравнению с остальной аудиторией.

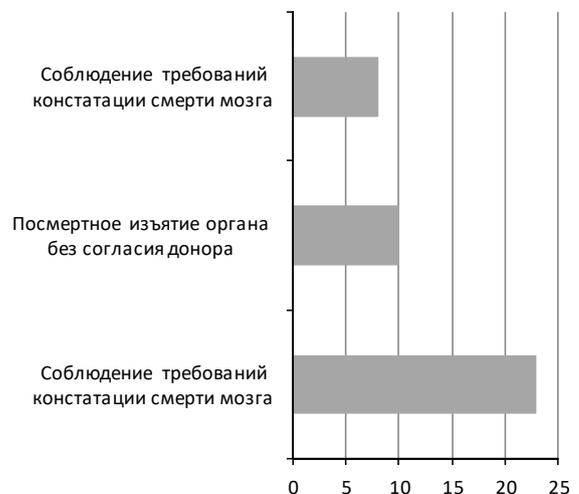


Рис. 3. Темы сообщений в социальных сетях по вопросам донорства и трансплантации органов, имевших негативную эмоциональную окраску (в абс. ед.).

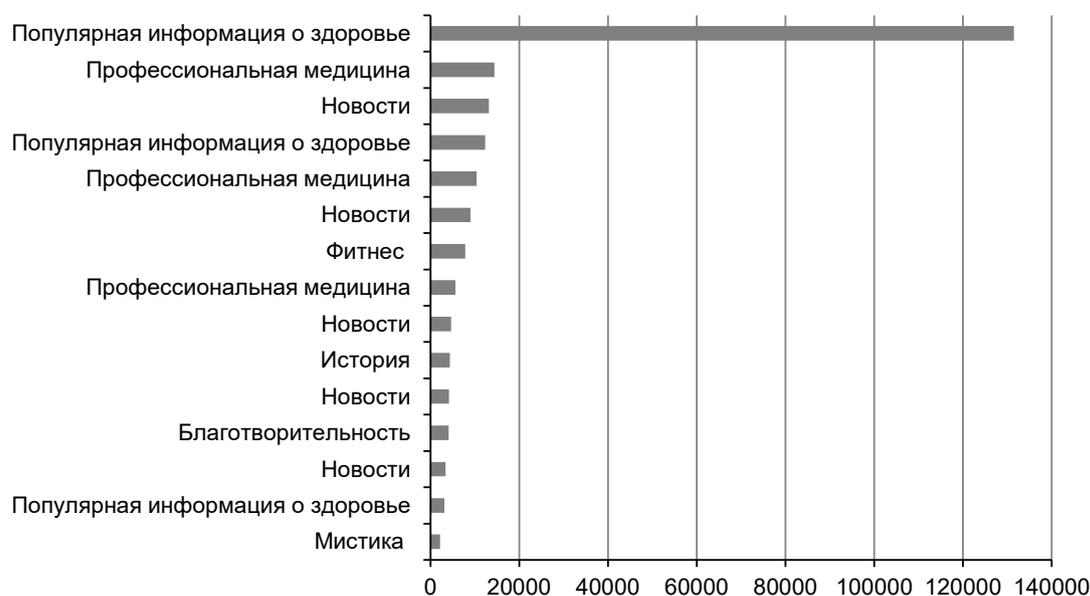


Рис. 4. Темы сообществ, в которых просмотр сообщений по вопросам органного донорства и трансплантации был наиболее массовым (в абс. ед.).

Выводы

Русскоязычные сообщения в социальных сетях, связанные с темой органного донорства и трансплантации, создаются индивидуальными пользователями, проживающими (пребывающими) в более чем 15 государствах и являющихся представителями возрастных групп старше 25 лет. Среди авторов сообщений, созданных группами или организациями, преобладают агентства новостей и профессиональные медицинские форумы.

Эмоциональная окраска сообщений по вопросам органного донорства и трансплантации имеет преимущественно нейтральный характер, лишь 11,5% постов имели негативные проявления.

Все сообщения, имеющие негативную окраску, были связаны с вопросами органного донорства: возможностью эксплантации органов у человека с признаками жизни, правомочностью презумпции согласия на посмертное донорство органов, примерами получения клиниками и врачами незаконного финансового вознаграждения за донорские органы.

Интерес русскоязычных пользователей социальных сетей к теме органного донорства и трансплантации является весьма низким: лишь $\frac{1}{3}$ часть сообщений были просмотрены и только 5% имели ответную реакцию.

Современное русскоязычное информационное поле социальных сетей характеризуется безучастно-нейтральным отношением к проблемам пересадки органов человека, что обуславливает необходимость активной работы центров трансплантации и их специалистов по продвижению данной тематики в социальных сетях с целью формирования у населения страны понимания гуманности трансплантологии.

Исследование не имело спонсорской поддержки.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

ЛИТЕРАТУРА (остальные источники см. REFERENCES)

7. Донорство и пересадка органов в общественном мнении россиян. *Трансплантология*. 2014;(1):8-19.

Поступила 28.08.2019

Принята в печать 30.09.2019

REFERENCES

1. Rithalia A., McDaid C, Suekarran S., Myers L., Sowden A. Impact of presumed consent for organ donation on donation rates: a systematic review. *British Medical Journal*. 2009; 338: a3162. DOI: 10.1136/bmj.a3162 PMID: 19147479
2. Boratyńska M., Patrzalek D. Transplantology: Challenges for Today. *Archivum Immunologiae et Therapiae Experimentalis*. 2016; 64(1): 37–45. DOI:10.1007/s00005-016-0439-1
3. Tasaki M., Saito K., Nakagawa Y., Ikeda M., Imai N., Ito Y. 20-Year Analysis of Kidney Transplantation: A Single Center in Japan. *Transplantation Proceedings*. 2014; 46: 437-41 DOI 10.1016/j.transproceed.2013.10.052.
4. Fortin M.-C., Buchman D., Wright L., Chandler J., Delaney S., Fairhead T., Gallaher R. Public Solicitation of Anonymous Organ Donors: A Position Paper by the Canadian Society of Transplantation. *Transplantation*. 2017; 101(1): 17-20 DOI: 10.1097/TP.000000000000151
5. Murphy P.G., Smith M. Towards a framework for organ donation in the UK. *British Journal of Anaesthesia*. 2012; 108 (1): i56–i67. DOI:10.1093/bja/aer402
6. Kiani M., Abbasi M., Ahmadi M., Salehi B. Organ Transplantation in Iran; Current State and Challenges with a View on Ethical Consideration. *Journal of Clinical Medicine*. 2018; 7(3):45. DOI:10.3390/jcm7030045
7. Donation and organ transplantation in public opinion of Russians. *Transplantologiya. The Russian Journal of Transplantation*. 2014;(1):8-19. (in Russian)
8. Fox C.S., Barry K., Colbert J. Importance of social media alongside traditional medical publications. *Circulation*. 2016; 133: 1978–83. DOI: 10.1161/CIRCULATIONAHA.115.020303
9. Baan C.C., Dor F.J. The Transplantation Journal on Social Media: The @TransplantJrnl Journey From Impact Factor to Klout Score. *Transplantation*. 2017;101(1): 8-10 DOI: 10.1097/TP.0000000000001581
10. Johnson Ch.L., Hutchinson J.A. Promote Your Work in Transplantation. *Transplantation*. 2017; 101(7): 1512–3 DOI: 10.1097/TP.0000000000001741