

Wakacyjna Akademia Zdrowia Publicznego 2021

**Wystąpienia publiczne, prezentacje i komunikacja w
medycynie z perspektywy lekarza
Warszawa 17.08.2021**

Prawne aspekty wystąpień publicznych w medycynie. Mówienie o chorobach, objawach, lekach i technologiach medycznych – co można, a czego nie. Odpowiedzialność prawna. Prawa autorskie – korzystanie ze zdjęć, innych prezentacji itp.

adw. Monika Duszyńska, Kancelaria Law for Lifesciences:

<https://youtu.be/TKMcEKw3UGU>

Publiczne wypowiedzi na tematy medyczne podlegają regulacjom prawnym. To, o czym i w jaki sposób można mówić, zależy przede wszystkim od odbiorcy – czy jest to profesjonalista, dziennikarz czy pacjent. Precyzyjne zasady są sformułowane m.in. w prawie farmaceutycznym i prasowym. Instytucje mają obowiązek udzielania prasie informacji, jednak obejmuje on tylko wyznaczone do tego osoby. Rozmowa ma dotyczyć faktów, ale nie tych, które są objęte tajemnicą zawodową bądź inną.

Szczegółowe przepisy precyzują też możliwości pokazywania w prezentacjach nagości i treści drastycznych, kwestie związane z reklamą leków oraz dotyczące ochrony wizerunku. Przy tworzeniu prezentacji warto też zapoznać się z prawem autorskim i sprawdzić np., czy możemy w niej wykorzystać zdjęcia pozyskanego z Internetu.

Jak przygotować i przeprowadzić medyczną prezentację nie tylko dla medyków, interesującą dla słuchaczy i bezstresową dla prezentera?

Ryszard Puławski, lekarz, psycholog, wykładowca:

<https://youtu.be/rx8Mr60GC0A>

Nie zawsze prelekcje osób o wielkiej wiedzy przyciągają tłumy – często dzieje się na odwrót. Liczy się bowiem nie tylko treść, ale i forma przekazu. Dlatego każda prezentacja wymaga długo- i krótkoterminowych przygotowań. Trzeba wziąć pod uwagę cel wystąpienia, to, kim będą jego słuchacze, w jakich warunkach lokalowych i technicznych się ono odbędzie.

Dzięki urozmaiceniu prezentacji trafimy w różne style uczenia się, jednak efekty wizualne nie mogą przesłonić sensu naszego przekazu. Bardzo ważne jest też prawidłowe gospodarowanie czasem. Podczas wystąpienia korzystne będzie

nawiązanie kontaktu wzrokowego ze słuchaczami i umiejętność reagowania na ich zachowania.

Lekarz w mediach społecznościowych, rankingach, portalach ogłoszeniowych i Internecie – strategie i sposób podejścia z perspektywy lekarza

Paweł Klikowicz, Polskie Towarzystwo Programów Medycznych, Gdański Uniwersytet Medyczny:

<https://youtu.be/bbvXzpaulx0>

Pandemia spowodowała, że w większym stopniu korzystamy z Internetu. Tam też najczęściej pacjent poszukuje lekarza. Dlatego pożyteczne jest zaistnienie w mediach, zarówno społecznościowych, jak i tradycyjnych, np. udzielając wywiadów lokalnej prasie czy radiu. Gabinet powinien mieć stronę internetową z wszechstronnymi informacjami na temat przyjmujących tam lekarzy, mapą dojazdu itp.

Można też zamieszczać w Internecie reklamę gabinetu na przeznaczonych do tego portalach. Bezpłatne jest korzystanie w podstawowym zakresie z mediów społecznościowych. Prezentując się tam, zadbajmy o korzystne zdjęcie i opis naszej działalności i bądźmy aktywni na naszych kontaktach.

Komunikacja kryzysowa, czyli jak mówić do mediów i niemedyków o błędach medycznych, powikłaniach, trudnych sytuacjach w medycynie. Kontakty z mediami.

Jakub Gołąb, Dyrektor Departamentu Dialogu Społecznego i Komunikacji, Biuro Rzecznika Praw Pacjenta:

<https://youtu.be/Gi1Qd1J-5Ik>

Podstawą komunikacji w kryzysie jest mówienie prawdy. Nie musimy jednak przekazywać wszystkiego, co wiemy - ważne, aby nasz komunikat pozostał prosty i zrozumiały. W trakcie rozmowy np. z pacjentem, zwracamy uwagę na emocje. Nie pomijajmy bliskich pacjenta, ponieważ mają oni istotny wpływ na publiczną opinię o lekarzu, szpitalu itd.

W trudnej sytuacji, gdy trzeba działać pod presją czasu, informujemy opinię publiczną o konkretnych działaniach, prowadzonych już teraz, a nie planowanych na przyszłość. Dobrą metodą jest nieskupianie się na tym, kto zawinił, ale na rozwiązaniu problemu. Podajemy tylko sprawdzone fakty, a nie spekulacje. W ten sposób mamy szansę poprawić wizerunek, a nie go pogorszyć.

Kontakt: Health Project Management
ul. Żegańska 21/23, 04-713 Warszawa, tel. +48 509-607-476, biuro@infozdrowie.org , www.infozdrowie.org