

UOT 004.77:316.77:614.2

DOI: 10.25045/jpis.v10.i2.04

Məmmədova M.H.¹, Cəbraylova Z.Q.², İsayeva A.M.³

^{1,2,3}AMEA İnformasiya Texnologiyaları İnstitutu, Bakı, Azərbaycan

¹masuma.huseynova@iit.ab.az, ²depart15@ikt.science.az, ³aytac.isayeva90@mail.ru

SOSIAL MEDIA MÜHİTİNİN HƏKİM-PASİYENT MÜNASİBƏTLƏRİ SEQMENTİNİN ANALİZİ: İMKANLAR VƏ PROBLEMLƏR

Daxil olmuşdur: 23.04.2019. Düzəliş olunmuşdur: 17.06.2019. Qəbul olunmuşdur: 01.07.2019.

Məqalədə tibbi sosial media mühitində ixtisaslaşmış şəbəkələr analiz olunmuş, formalaşan istifadəçi münasibətlərinə görə onlar seqmentlərə ayrılmışdır. Bu seqmentlərdə toplanan müraciətlərin tibbi qərarların qəbulu üçün əhəmiyyətli informasiya mənbəyi olduğu göstərilmişdir. Milli tibbi sosial media məkanında həkim-pasiyent münasibətləri seqmenti tədqiq olunmuş, müraciətlərin statistik təhlili və kontent analizinin nəticələri təqdim olunmuşdur. Alınan nəticələrin tibbi xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün qərarların qəbulunda istifadəsi imkanları və perspektivləri göstərilmişdir. Milli tibbi sosial şəbəkələrdə mövcud olan problemlər nəzərdən keçirilmiş, onların aradan qaldırılması yolları təklif olunmuşdur.

Açar sözlər: tibbi sosial media, e-pasiyent, həkim-pasiyent münasibəti seqmenti, fərdi məlumatlar.

Giriş

Hazırda informasiya texnologiyalarının səhiyyəyə nüfuz etməsinin, e-tibbin formalaşmasının əsas göstəricilərindən biri tibbi sosial mediadır. İnternetin yaranması, tibbi sosial şəbəkələrin inkişafı həkim və pasiyentlərin ünsiyyət qurmaq, informasiya əldə etmək üçün müraciət etdiyi ənənəvi mənbə və vasitələrin ünvanının virtual mühitə keçməsinə, tibbi sosial medianın yaranmasına səbəb olmuşdur. Hazırda tibbi seqmentdə əlyətərli olan çoxlu sayda sosial media vasitələri mövcuddur. Buraya şəbəkə platformaları, bloqlar, mikrobloqlar, məlumat mübadiləsi saytları və s. aiddir. Bu vasitələr peşəkar şəbəkələrin təkmilləşdirilməsinə, ictimai sağlamlıq proqramlarının inkişaf etdirilməsinə, pasiyentlərə və onların maarifləndirilməsinə xidmət edir.

Pasiyentlər sosial media resurslarından istifadə etməklə: sağlamlıq və xəstəlikləri ilə bağlı məlumat əldə edə bilirlər; müəyyən xəstəliyin müalicəsi ilə bağlı təcrübələrini bölüşə bilirlər; həkimlər haqqında məlumat əldə edə bilirlər; həkimlər ilə əlaqə saxlayıb məsləhət və tövsiyə ala bilirlər; əldə etdikləri tibbi məlumatlara istinad etməklə müstəqil qərar qəbul edə bilirlər və s. [1, 2]. Nəticədə öz sağlamlığı haqqında daha çox məlumat almaq istəyən və bunun üçün İnternet və tibbi sosial şəbəkələr vasitəsilə bilik əldə edən e-pasiyentlər müalicələri ilə bağlı qərar qəbul etmə prosesində iştirak etmək imkanı qazanırlar, pasiyent müalicə prosesinin ənənəvi passiv subyekt mövqeyindən, bu prosesin aktiv iştirakçısı mövqeyinə keçmiş olur. Bu imkan, yəni vətəndaşın öz sağlamlığının qorunması prosesinə cəlb edilməsi pasiyentyonümlü tibbin inkişafına səbəb olmuşdur [3]. Beləliklə, pasiyentyonümlü tibbin, sosial medianın və İnternetin bir araya gəlməsi XXI əsrdə tibdə yeni eranın açılmasına zəmin yaratmışdır.

Sosial media pasiyentlərlə yanaşı, həkimlər üçün də geniş imkanlar yaratmışdır. Hazırda sosial mediadan istifadə edən həkimlər:

- iş yerini tərk etmədən konsilium və konfransları izləyə bilər;
- həmkarları ilə diskussiyalar keçirə bilər;
- tibb bacılarına kliniki vəziyyətlə bağlı qərar qəbul etməkdə dəstək ola bilər;
- şəxsi bilik və bacarığını artırmaq üçün peşəkar heyət seçə bilər;
- e-pasiyentlərlə birbaşa əlaqəyə girərək onların müraciətlərini (xəstəlik, dərman, müalicə prosedurları və s. ilə bağlı) cavablandırma bilər, məsləhət verə bilər və s. [4–6].

Tibbi sosial media mühiti həkim və pasiyentlər üçün belə imkanlar yaratmaqla yanaşı, bu mühitdə formalaşan və toplanan müraciətlər tibbi xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, tibbi qərarların qəbulu prosesinin təkmilləşdirilməsi üçün qiymətli informasiya mənbəyinə çevrilir [7].

Odur ki, baxılan məqalədə tibbi sosial media mühitində bir sıra resurslar, münasibətlər analiz olunmuş, bir sıra milli tibbi portalların nümunəsində həkim-pasiyent münasibəti seqmentində toplanan müraciətlərin statistik və kontent analizi aparılmışdır. Analizin nəticələrinə istinad etməklə tibbi xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması ilə bağlı qərarların qəbulu üçün əhəmiyyətli olan bir sıra göstəricilərin işlənilməsi imkanı, onların əldə edilməsi baxımından milli tibbi sosial media resurslarının vəziyyəti və problemləri göstərilmişdir.

Tibbi sosial media mühitində maraqlı tərəflərin münasibət seqmentlərinin formalaşması

[8]-də qeyd olunur ki, hazırda dünya üzrə klinikaların artıq 26%-i sosial şəbəkələrdə fəaliyyət göstərir. Bunlardan 46%-i Youtube, 84%-i Facebook, 64%-i Twitter və 12%-i Bloqlardan yararlanırlar. “Facebook”, “Twitter”, “LinkedIn” və “Youtube” kimi sosial şəbəkələr tibbi heyətin maarifləndirilməsi, pasiyent və həkimlərə tibbi informasiyanın çatdırılması üçün artıq kütləvi şəkildə istifadə olunmaqdadır.

[9]-da bir sıra onlayn resurslarda ümumi müraciətlərin neçə faizinin e-pasiyentlərin sorğusu olduğu göstərilmişdir: WebMD – 56%, Wikipediya – 31%, tibbi market veb-saytları – 29%, Facebook – 17%, Youtube – 15%, bloq – 13%, pasiyent cəmiyyətləri – 12%, Twitter – 6% və digər tibbi saytlar – 27 % .

Həkimlərin sosial mediadan istifadəsi digər sahələrlə müqayisədə üstünlük təşkil edir. Belə ki, Manhattanresearch “Taking the pulse” 2012-ci il üçün apardığı sorğuya əsasən, Avropa həkimlərinin 22%-nin sosial şəbəkələrdən peşəkar məqsədlər üçün istifadə etdiyi və bu göstəricinin il ərzində 13% artdığı göstərilmişdir. Bu tədqiqatda Avropa ölkələrinin tibbi sosial media fəallığı ilə bağlı bir sıra göstəricilər müəyyənləşdirilmişdir. Məsələn, Böyük Britaniyada 2012-ci ildə həkimlərin 48%-nin sosial mediadan istifadə etdiyi qeyd edilmişdir [5].

2017-ci il ərzində aparılmış sorğuya əsasən dünya üzrə həkimlərin 80%-nin sosial mediadan şəxsi əlaqələr, peşəkar kommunikasiyalar və tədqiqatlar üçün istifadə etdiyi müəyyən edilmişdir [10].

Sosial şəbəkələrdən kütləvi surətdə istifadə olunması İnternet mühitində peşəkar tibbi sosial cəmiyyətlərin meydana gəlməsinə səbəb olmuşdur. İnsanlar bu cəmiyyətlərdən şəxsi təcrübələrini bölüşmək, onları maraqlandıran suallarla çıxış etmək və ya sualları cavablandırmaq, xəstə insanlarla birbaşa qarşılıqlı ünsiyyətdə olmaq üçün istifadə edirlər. Məsələn, *Sermo*, *Doximity* həkimlər üçün nəzərdə tutulmuş peşəkar sosial şəbəkə cəmiyyətləridir. ABŞ-ın 50 ştatından olan 68 ixtisası təmsil edən həkimlər *Sermo* şəbəkəsinin üzvüdürlər və şəbəkə vasitəsilə onlar müalicə metodlarını müzakirə edir, ekspertlərlə konsultasiyalar aparırlar [11].

2011-ci ildə yaranan *Doximity* şəbəkəsi 2014-cü ildə ABŞ-ın ən nəhəng və təhlükəsiz tibbi şəbəkəsi kimi qeydə alınmışdır, 2018-ci ilin əvvəlində bu şəbəkənin bir milyondan artıq üzvü olduğu bildirilmişdir [12].

Doc2Doc, *Ozmosis*, *Healtheva* kimi tibbi sosial şəbəkələri həkim və pasiyentlər arasında kommunikasiya qurmaq üçün yaradılmış ilk və ən nümunəvi platformalar hesab olunurlar [11, 13, 14]. *The Medical Directors Forum*, *QuantiaMD*, *Doctors Hangout* şəbəkələri həkimlərin bir-birilə və pasiyentlərlə kommunikasiya yaratmaları və əməkdaşlıq etmələri üçün mühüm platformalardır [15].

Medihost.ru [16], *adam.com* [17], *qapsula.com* [18], *DoctorSpring* [19], *likar.info* [20], *doslovno.com* [21], *health.mail.ru* [22] şəbəkələrində pasiyentlər ödənişsiz olaraq qeydiyyatdan keçməklə, həkim xidmətlərindən yararlına bilirlər. [23]-də istifadəçilər ödənişsiz olaraq qeydiyyatdan keçməklə nəinki tibb sahəsi üzrə, həm də iqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə ekspertlərlə birbaşa ünsiyyət qura, onlardan məsləhət ala bilirlər. Bu şəbəkələrdə qeydiyyatdan keçən e-pasiyentlərdən adı, yaşı, e-mail ünvanı, [18, 21]-də isə həm də yaşadığı ərazi ilə bağlı məlumatı göstərməsi tələb olunur.

Hazırda pasiyentlərin əksəriyyəti *Smart Patients*, *Stupidcancer*, *e-patients.net*, *Woman Heart Support Community*, *babycenter*, *Daily Strength* sosial şəbəkələrdən və sosial cəmiyyətlərin platformalarından istifadə edirlər. Sırf e-pasiyent cəmiyyətlərini dəstəkləyən sosial media

resursları olaraq *PatientsLikeMe* [24] və *Treato* [25] resursları daha çox nəzəri cəlb edir. *PatientsLikeMe* müxtəlif xəstəliklərin müalicəsindəki təcrübəyə əsaslanaraq, terapiya (preparatlar da daxil olmaqla) növlərinin, simptomların, mümkün fəsadların və digər aspektlərin analizi üçün nəzərdə tutulmuşdur. Resursun əsas məsələlərindən biri analoji diaqnozlu pasiyentlərin tapılmasında, onların müəyyən xəstəliyin müalicəsindəki təcrübəsindən yararlanmaqda istifadəçilərə yardımçı olmaqdır.

Beləliklə, pasiyentlərin (və ya onların himayəçilərinin) sosial media resurslarına müraciət etməsinin səbəblərini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- vaxtın azlığı səbəbindən onlar (pasiyentlər) həkimlərlə görüşərkən xəstəlikləri, şikayətləri, müayinəsi ilə bağlı kifayət qədər ətraflı məlumat verə bilmirlər. Lakin onlayn cəmiyyətlərdə digər peşəkar həkimlərlə ünsiyyət quraraq xəstəlikləri ilə bağlı ətraflı məlumat verə və pulsuz konsultasiyalardan yararlanmağa bilirlər;
- eyni xəstəlik daşıyıcısı olan pasiyentlərlə onlayn cəmiyyətlərdə ünsiyyət quraraq qarşılıqlı informasiya əldə edə bilər, öz vəziyyətində olanların, daha doğrusu, “özünəoxşarın” təcrübəsindən yararlanmağa bilirlər;
- təyin edilmiş müalicə üsulları, dərman preparatları ilə bağlı düzgün qərar qəbul edilməsi üçün sosial mediadan dəstək imkanı qazanırlar;
- anonimlik və şəxsi məlumatların konfidensiallığının qorunmasına təminat olduqda onlar ekspert, həkim və digər pasiyentlərlə sağlamlıqları ilə bağlı müzakirələrdə daha sərbəst olmaq imkanı qazanırlar.

Tibbi sosial media mühitində maraqlı tərəflərdən biri tibb mütəxəssisləridir. Tibb mütəxəssislərinə həkimlər, tibb bacıları, tibb yönümlü elmi işçilər və s. aiddir. Tibb mütəxəssisləri sosial media istifadəçiləri ilə kommunikasiyaya girərək onlarla peşəkar tibbi biliklərini, zəruri olan müalicə vasitələri və metodları ilə bağlı müşahidələrini bölüşürlər. Onlar sosial media mühitində lazımi, aktual və peşəkar informasiya toplayır, müzakirələr aparır, tibb, səhiyyə sahəsində yenilikləri mənimsəyir, peşəkarlığın artırılması və karyera yüksəlişi üçün imkanlar əldə edirlər.

Beləliklə, e-tibbin formalaşmasının əsas göstəricilərindən olan tibbi sosial medianın genişlənməsi, tibb mütəxəssislərinin, həkimlərin, pasiyentlərin, klinikaların sosial mediada fəaliyyəti müxtəlif maraqlı tərəflərin (*ing. stakeholder*) formalaşmasına, onlar arasında virtual tibbi münasibətlərin yaranmasına səbəb olmuşdur. [26, 27]-də tibbi sosial media mühitində formalaşan istifadəçi münasibətləri aşağıdakı seqmentlərə ayrılmışdır:

1. Həkim-həkim münasibətləri;
2. Həkim-pasiyent münasibətləri;
3. Pasiyent-pasiyent münasibətləri;
4. Həkim-əczaçılıq şirkəti münasibətləri;
5. Əczaçı-reklam şirkəti münasibətləri;
6. Həkim-pasiyent-tibb bacısı münasibətləri;
7. Həkim-tibbi klinika münasibətləri;
8. Pasiyent-tibbi klinika münasibətləri.

Bu münasibət seqmentlərində yaranan mümkün sorğulardan asılı olaraq tibbi xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması ilə bağlı qərarların qəbul olunması ssenariləri formalaşır.

Məsələn, həkim-həkim münasibətləri seqmentində həkimlər həmkarlarına hər hansı xəstəliklə bağlı müalicə üsulunun seçilməsi, diaqnozun təyin edilməsi, müəyyən dərman preparatının təsir və əks-təsirləri və s. ilə bağlı müraciət edə bilirlər. Sosial media mühitində bu sorğuların analitikasına əsaslanmaqla daha çox hansı həkimə müraciət olunduğunu, daha çox hansı xəstəliklə, hansı dərman preparatı ilə bağlı problem yarandığını və s. təyin etmək olar.

Həkim-pasiyent münasibətləri seqmentində informasiyanın axtarışını həyata keçirməyə və mənəvi dəstək almağa maraqlı olan iki tərəf pasiyentlər və tibb mütəxəssisləridir. Bu seqmentdə pasiyentlər (və ya onların himayəçiləri) xəstəliklə, sağlamlığında yaranmış problemlər, hər hansı simptomlar, dərman preparatları, onlara təyin olunmuş diaqnoz və müalicə üsulları və s. ilə bağlı

həkimlərə müraciət edə bilərlər. Bu sorğuları analiz etməklə həkimlərin və e-pasiyentlərin sosial media fəallığını, ən çox hansı həkimə və ən çox hansı tibb sahəsi üzrə müraciət olunduğunu, e-pasiyentlər arasında qadın və kişilərin fəallığını, e-pasiyentlərin müxtəlif yaş qrupları üzrə, ərazilər və s. üzrə sosial media fəallığını təyin etmək olar. Eyni zamanda bu müraciətlərin kontent analizi əsasında “pasiyent məmnunluğu”nu təyin etmək, müraciət olunan həkimlərin bu göstəriciyə görə reytingini təyin etmək olar.

Pasiyent-pasiyent münasibətləri seqmentində müəyyən problemi olan pasiyent “özünəoxşarların” tapılması, ona təyin edilmiş diaqnozun, müalicə üsulunun, müəyyən dərman preparatının təsiri və əks-təsiri ilə bağlı müraciət edə bilər. Bu halda pasiyentlər müalicə üsullarının seçilməsi ilə bağlı qərar qəbul edilməsi üçün sosial dəstək imkanı qazanmaqla yanaşı, daha effektiv, təcrübədə təsdiq olunmuş müalicə üsullarının yayılmasına zəmin yaradırlar və s.

Göründüyü kimi, bütün seqmentlər üzrə toplanmış müraciətlərin təhlili tibbi qərarların qəbulu üçün əhəmiyyətli olan müəyyən qrup göstəricilərin əldə edilməsinə imkan verir. Odur ki, tibbi sosial media mühitində toplanan müraciətlər əsasında tibbi qərarların qəbuluna dəstək ola biləcək informativ göstəricilərin alınması məqsədilə milli media məkanında həkim-pasiyent münasibətləri seqmenti analiz olunmuşdur.

Azərbaycanda sosial media mühitində həkim-pasiyent münasibətləri seqmentinin analizi

Azərbaycanda tibbin müxtəlif sahələri üzrə həkimləri bir portalda cəmləyən ixtisaslaşmış sosial cəmiyyətlər fəaliyyət göstərir. Bunlara misal olaraq “*Həkim.tap*”, “*həkimsənaz.az*”, “*sağlamolun.az*”, “*doctormap.az*” kimi sosial cəmiyyətləri göstərmək olar.

2012-ci ildə fəaliyyətə başlayan “*Doctormap*” sosial cəmiyyətində həkimlərin və klinikaların ünvanları dəqiqliklə göstərilir, elektron səhifələrində mütəmadi və təkrar moderasiyadan keçən elmi məqalələr, kliniki müşahidələr dərc olunur.

“*Həkimtap.az*” sosial şəbəkəsinin video bölməsində videokonfranslar, mühazirələr və məşhur mütəxəssis-həkimlərlə bağlı müsahibələr, təlimləndirici roliklər yerləşdirilir. Pasiyentlər bu şəbəkələrin “həkim-axtarış” bölməsindən istifadə etməklə onları maraqlandıran həkimlər haqqında ətraflı məlumat əldə edə, həkimlərə müraciət edə bilərlər.

Eyni tibbi sahə üzrə ixtisaslaşmış həkimləri birləşdirən sosial cəmiyyətlər də mövcuddur və “*DentStar.az*” buna misaldır.

Azərbaycanda geniş istifadəçi auditoriyasına malik tibbi sosial media cəmiyyətlərindən biri *tibb.az* cəmiyyətidir [28]. Cəmiyyətin 1966278 üzvü var, onların tibbin müxtəlif sahələri üzrə müraciətləri əsasında müvafiq verilənlər bazası formalaşmışdır. Bu bazaya istinad etməklə həkim-pasiyent seqmentində tibbi qərarların qəbulu zamanı zəruri olan bir sıra göstəricilərin təyin edilməsi üçün tədqiqat aparılmışdır.

Tədqiqatda *tibb.az* portalında tibbin bütün sahələri üzrə deyil, yalnız oftalmologiya, qastroenterologiya və hepatologiya sahələri üzrə iki il ərzində (2016-cı ilin iyun ayından 2018-ci ilin sentyabr ayına kimi) həkim-pasiyent seqmentində toplanan və əlyətərli olan müraciətlərə istinad edilmişdir. Cədvəl 1-də müraciətlərin statistik təhlilinin nəticələri göstərilmişdir.

Tədqiqatın növbəti addımında 3 tibb sahəsi üzrə pasiyentlərin müraciətlərinin kontent analizi aparılmışdır. Qeyd edək ki, tədqiqat zamanı yalnız cəmiyyətə açıq olan müraciətlərdən istifadə edilmiş, pasiyentlərin şəxsi konfidensiallığı təmin olunmuş, onların fərdi məlumatları (ad, yaş və digər demoqrafik göstəriciləri) göstərilməmişdir.

Müraciətlərin kontent analizinin nəticələri üç qrup üzrə təqdim edilmişdir:

- simptom və şikayətlərlə bağlı müraciətlər;
- dərmanlarla bağlı müraciətlər;
- prosedur və analizlərlə bağlı müraciətlər.

Müraciətlərin kontentə görə qruplara paylanmasının nəticələri Cədvəl 2-də verilmişdir.

Cədvəl 1

Tibb.az portalında oftalmologiya, gastroenterologiya və hepatologiya üzrə müraciətlərin paylanması

Maraqlı tərəflər Tibb sahələri	Pasiyentlər		Tibb mütəxəssislərinə gələn müraciətlər
	Şəxsən	Himayəçi	
Oftalmologiya	200	138	338
Qastroenterologiya	588	83	671
Hepatologiya	238	60	298

Cədvəl 2

tibb.az portalında oftalmologiya, gastroenterologiya və hepatologiya üzrə müraciətlərin kontentə görə qruplara paylanmasının nəticələri

Müraciətlərin kontentə görə klasterləri Tibb sahələri	Simptom və şikayətlər	Dərmanlar	Prosedur və analizlər
Oftalmologiya	Miopiya, retinopiya, gözdə qızartı, gözdə şişkinlik, xalazion, astigmatiklik, konyuktivit, uzaqgörmə, yaxıngörmə, gözdə sulanma	Omk damcısı, tobradeks damcısı, taufon damcı, deksametazon göz damcısı, xiloial göz damcısı	Lasik əməliyyatı, keratokonus diaqnozu, əməliyyatdan sonra göz məşqi, lazer əməliyyatı, düzgün eynəyin seçilməsi, kamra əməliyyatı
Qastroenterologiya	İştahsızlıq, ağızda turşuluq, mədədə qıçqırma, qəbzlik, ishal, ürək bulantısı, qarın nahiyəsində ağrılar, mədədə turşuluq, öd kisəsində çöküntü, mədə sallanması	Metradinozol, verazol, omeprazol, pantaprazol, almagel A, maaloks, pahzinorm forte	Zond müayinəsi, endoskopik müayinə, rentgen nəticələri, ultasəs müayinəsi.
Hepatologiya	Uzunmüddətli temperatur, yorğunluq, dəri və gözdə saralma, iştahın itməsi, əzələ ağrıları, meteorizm, sirroz.	Essensiyalı dərman, zeffix, ledopasvir, heterosifir plus dərmanı, sovaldin	IFA analizi, HCR, RNT, PZR, ALT nəticələri, hepatitə qarşı peyvənd, qan analizi, immunoferment analizi, ezafaqus diaqnozu

Göründüyü kimi, simptom və şikayətlər üzrə müraciətlər klasterinə pasiyent və himayəçilərin sağlamlıq ilə bağlı narahatlıqlarını əhatə edən mövzular daxildir.

Dərmanlarla bağlı müraciətlər klasterinə pasiyent və himayəçilərin dərmanlar haqqında informasiya əldə etmək, dərman seçimi, dərman qruplarına müraciət ilə əlaqədar mövzular daxildir.

Prosedur və analizlər üzrə müraciətlər klasterinə pasiyentlərin keçirdikləri əməliyyatlar, onlara qoyulan diaqnozlar, analizlər ilə bağlı şikayətləri və narahatlıqları, həkim məsləhət

prosedurlarını əhatə edən mövzular daxildir.

Müraciətlərin kontent təhlili pasiyentlərin istəklərini daha yaxşı anlamağa, hansı xəstəlik istiqaməti üzrə daha çox müraciət olunduğunu, bu xəstəliyin konkret hansı şikayətlə özünü biruzə verdiyini, hər bir xəstəlik sahəsi üzrə daha çox istifadə olunan, məsləhət bilinən dərman və müalicə prosedurlarını təyin etməyə imkan verir. Cədvəl 3-də müraciətlərin kontentlərin klasterləri üzrə paylanmasının statistik nəticələri verilmişdir.

Cədvəl 3

tibb.az cəmiyyətində oftalmologiya, qastroenterologiya və hepatologiya sahələri üzrə müraciətlərin kontentə görə qruplaşdırılmasının statistik nəticələri

Tibb sahələri	Simptom və şikayətlər	Dərmanlar	Prosedur və analizlər
Müraciətlərin məzmununa görə kontent analizi			
Oftalmologiya	219 (64.7%)	33 (9.76%)	86 (25,54%)
Qastroenterologiya	479 (71.4%)	58 (8.65%)	134 (19.95%)
Hepatologiya	128 (42.95%)	20 (6.7%)	150 (50.35%)

Müraciətlərin kontent analizi göstərir ki, alınan nəticələrə əsaslanmaqla pasiyentləri ən çox narahat edən problemləri, xəstəlikləri, simptomları, müəyyən xəstəlik üçün daha çox müzakirə olunan dərman preparatını təyin etmək olar.

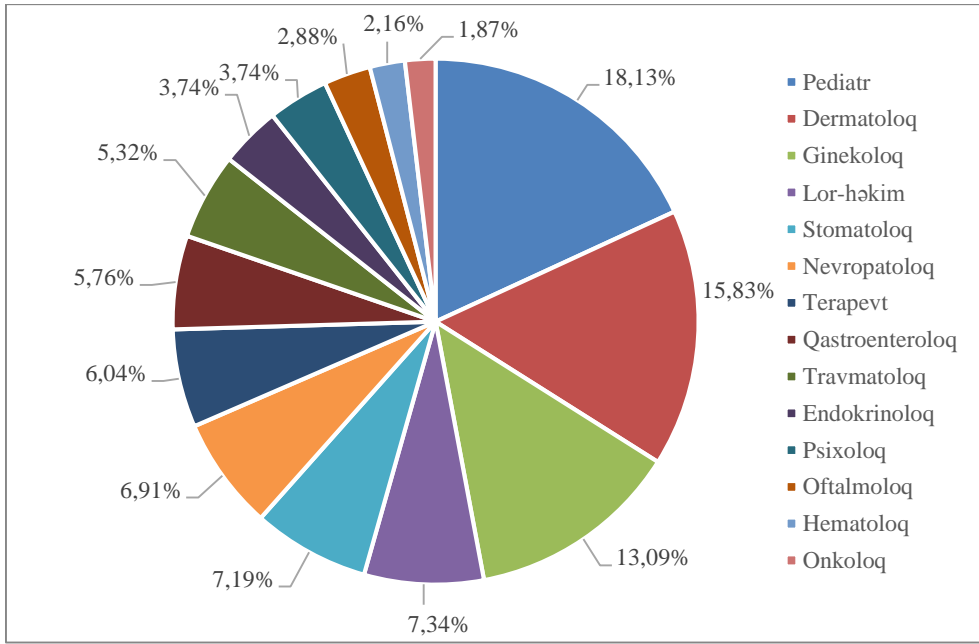
Azərbaycanda tibbi informasiya əldə etmək üçün pasiyentlərin ən çox müraciət etdikləri digər mənbələrdən biri də *Facebook* şəbəkəsidir. Pasiyentlərin *Facebook* şəbəkəsində müraciətlərinin sayını, müraciətlərin tibbin sahələri üzrə bölgüsünü təyin etmək üçün 61373 üzvü olan “*Онлайн медицинская консультация*” tibb qrupunda toplanan müraciətlərə istinad edilmişdir [29]. Azərbaycandan olan e-pasiyentlərin 2 ay müddətində (12.05.2018–10.07.2018) bu qrupdakı fəaliyyətlərinin təhlili 1512 müraciətin qeydə alındığını göstərmişdir. Bunlardan 1400-ü xəstəlik ilə bağlı olmuş və 14 tibb ixtisası üzrə həkimlərə ünvanlanmışdır.

Müraciətlərin 14 tibb ixtisası üzrə paylanması Şəkil 1-də verilmişdir.

Diaqramdan görüldüyü kimi pasiyentlərin müraciətləri daha çox pediatriya (18,13%), dermatologiya (15,83%) və ginekologiya (13,09%) sahələri üzrə olmuşdur.

Beləliklə, aparılan tədqiqat göstərir ki, həkim-pasiyent münasibətləri seqmentində müraciətlərin statistik təhlilinə əsasən tibbi sosial mediada müraciətlərin sayını, müraciətlərin tibbin müxtəlif sahələri üzrə, həkimlər üzrə paylanmasını təyin etmək olar. Milli portallarda toplanmış müraciətlərin analoji təhlilindən alınan belə informativ göstəricilərə istinad etməklə, nəinki ölkə üzrə, həm də müxtəlif tibb sahələri üzrə həkimlərin və e-pasiyentlərin fəallığını, ölkədə hansı tibb sahəsi ilə bağlı daha çox müraciət edildiyi, hansı həkimə daha çox müraciət olunduğunu və s. təyin etmək olar.

Digər tərəfdən, tibbi portallara müraciət edən pasiyentlər qeydiyyatdan keçərkən fərdi məlumatları, o cümlədən bir sıra demoqrafik göstəricilərini (cinsi, yaşı, yaşadığı ərazi və s.) göstərməli olurlar. Bu isə tibbi sosial mediada toplanmış pasiyent müraciətlərinə istinad etməklə, e-pasiyentlərin cinsinə, yaşına, yaşadığı əraziyə görə sosial media fəallığını, həm də tibbin sahələri üzrə müxtəlif yaş qruplarından olan qadın və kişilərin sosial media fəallığını, hansı yaş qrupu üzrə hansı xəstəliyə daha çox müraciət olunduğunu, hansı ərazidən ən çox hansı xəstəliklə bağlı müraciətlər olunduğunu və s. təyin etməyə imkan verir. Təbii ki, bütün bunlar müvafiq tibbi qərarların qəbulunda zəruri informasiya hesab olunur.



Şəkil 1. Facebook şəbəkəsinin “Онлайн медицинская консультация” tibb qrupunda Azərbaycandan olan e-pasiyentlərin müraciətlərinin 14 tibb ixtisası üzrə paylanması

Azərbaycanda tibbi sosial media resurslarının problemləri

Aparılan tədqiqatdan görünür ki, milli tibbi sosial media məkanında həkim-pasiyent münasibət seqmentində toplanan sorğular ölkədə tibbi xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, tibbi qərarların qəbulu üçün qiymətli informasiya mənbəyinə çevrilə bilər. Lakin milli onlayn mühitində tibbi sosial şəbəkələrin məhdud olması, həkim-pasiyent münasibət seqmentində bir sıra problemlərin mövcudluğu bu imkanın reallaşmasının qarşısını alır, onlayn platformada münasibətlərin qurulmasına, pasiyentlərin tam və düzgün məlumatlanmasına imkan vermir. Bu problemlər sırasına aşağıdakılar daxildir:

- tibbi şəbəkələrin və bu şəbəkələrdə kontentin çatışmazlığı. Onlayn tibbi resurslara çoxlu pasiyent axınının cəlb edilməsini təmin etmək üçün tibbi kontentin genişləndirilməsi zəruridir;
- tibbi sosial şəbəkələrdə əldə olunmuş həkim məsləhətlərinin etibarlılığının təyini üçün məlumat azlığı. Pasiyentlər tibbi vəziyyətləri ilə bağlı həkimlərin qoyduğu diaqnozun doğruluğunu (etibarlılığını) müəyyənləşdirmək üçün digər sosial şəbəkələrə müraciət etmək məcburiyyətində qalırlar. Pasiyentlərin müəyyən şikayət və xəstəliklə bağlı ətraflı məlumatlanması, həkimin təyin etdiyi diaqnozun doğruluğunun dəstəklənməsi və s. üçün hər bir tibbi saytda xəstəliklə bağlı daha peşəkar – bu sahə üzrə ixtisaslaşmış tibbi portallara istinadın yaradılması məqsəduyğundur;
- tibbin sahələri üzrə ixtisaslaşmış şəbəkələrin məhdudluğu. Konkret tibb sahəsi üzrə həkimlərin tibb cəmiyyətlərinin yaradılması pasiyentlərin ehtiyac duyduğu sahə üzrə həkimlərə əlyətərliyinin asanlaşmasına imkan yaradır;
- tibbi cəmiyyətlərdə qeydiyyatdan keçən e-pasiyentlərin fərdi məlumatları ilə bağlı problemlərin olması. Pasiyentlər tibbi sosial cəmiyyətlərə müraciət edərkən heç də həmişə onlardan dolğun məlumat tələb olunmur, yaş, cins və yaşadığı coğrafi ərazi ilə bağlı məlumat olmadan onlara diaqnoz qoyulur, müalicə üsulu təklif olunur və s. Halbuki bugünkü tədqiqatlar göstərir ki, əhəlinin sağlamlığının qiymətləndirilməsində demoqrafik göstəricilərin nəzərə alınması böyük əhəmiyyətə malikdir [30]. Bu problemin aradan qaldırılması üçün tibbin 80-dən çox sahəsini və 3500 həkimi əhatə edən “icliniq.com” cəmiyyətinin təcrübəsindən yararlanmaq olar. Burada “ask a doctor online” bölməsində

pasiyentlərdən adı, yaşı, cinsi, yaşadığı ərazi, e-maili, çəkisi, boyu ilə yanaşı xəstəliyi və şikayəti, istifadə etdiyi dərmanlar, əvvəlki müalicə tarixçəsi, analiz və testlərin nəticələri ilə də bağlı məlumat tələb olunur [31]. Belə yanaşma düzgün diaqnozun təyin edilməsində həkimlərə yardımçı olmaqla yanaşı, müxtəlif demoqrafik göstəricilərə görə tibbi qərarların qəbulu üçün qiymətli informasiya mənbəyini formalaşdırır;

- pasiyentlərin fərdi məlumatlarının konfidensiallığının qorunması. Hal-hazırda milli tibbi şəbəkələrdə həkimlərə müraciətlər zamanı nəinki pasiyentlərin fərdi məlumatları, hətta onların sorğularını cavablandıran həkimlərin verdiyi məsləhət, təyin etdiyi diaqnoz, müalicə üsulu və s. də şəbəkələrdə hər kəsə açıq və əlyətən olur. Bu da onların fərdi, sağlamlıq vəziyyəti ilə bağlı məlumatlarının konfidensiallığı üçün təhlükə yaradır. Bu problemin aradan qaldırılması üçün 80-dən çox tibb ixtisasını və 18.000-dən çox həkimi əhatə edən “healthcaremagic.com” tibbi sosial şəbəkəsinin təhlükəsizlik siyasətindən yararlanmaq olar. Bu şəbəkədə pasiyentlər həkimlərə müraciət edərkən cavablar onların e-mail ünvanına göndərilir [32]. *doslovno.com* [21] və *health.mail.ru* [22] şəbəkələrində isə pasiyentlər qeydiyyatdan keçərkən adı, yaşı, yaşadığı ərazi, e-mail ünvanı ilə bağlı göstərdikləri fərdi məlumatların konfidensiallığının təmin edilməsi məqsədilə sorğuların və həkim cavabının “hər kəsə açıq” olub-olmaması ilə bağlı onların rəyi öyrənilir.

Nəticə

Aparılmış tədqiqat göstərir ki, sosial media səhiyyə sisteminin inkişafında vacib amilə çevrilmişdir, zaman keçdikcə həkimlərin, pasiyentlərin və tibb müəssisələrinin fəaliyyətinə daha çox nüfuz edir. Peşəkar tibbi sosial media məkanının formalaşması tibbi seqmentdə olan münasibətlərin virtual mühitə transformasiyasına səbəb olur, virtual mühitdə tibbi münasibət seqmentlərinin yaranmasına zəmin yaradır. Hər bir belə seqmentdə istifadəçilərin – maraqlı tərəflərin sorğuları əsasında toplanan məlumatlar isə tibbi xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması istiqamətində qərarların qəbulu üçün qiymətli informasiya mənbəyinə çevrilir, geniş imkanlar açır.

Məqalədə Azərbaycanın tibbi sosial media məkanında həkim-pasiyent münasibət seqmentində pasiyent müraciətlərinin statistik və kontent analizinə əsaslanmaqla bir sıra informativ göstəricilərin əldə olunması, ölkənin tibbi sosial media mühitində fəallığının qiymətləndirilməsi imkanları göstərilmişdir. Milli tibbi sosial media mühitində belə parametrlərin təyini həmin ölkədə tibbi xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına zəmin yaradan aşağıdakı qərarların qəbulu üçün geniş imkanlar açır:

1. tibbi xidmətin keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi;
2. tibbi portallara əhalinin əlyətərliyi baxımından regionların rəqəmsal bərabərsizliyinin müqayisəsi;
3. tibbin sahələri üzrə ən yaxşı həkimin seçilməsi;
4. tibbin sahələri üzrə tibbi xidmətlərə tələb və təklifin aşkarlanması;
5. regionlar üzrə əhalinin tibbi təhlükəsizliyinin qiymətləndirilməsi;
6. tibbi xidmətin keyfiyyəti baxımından yaşayış üçün daha əlverişli regionların təyin edilməsi;
7. regionların tibbi sosial tomoqrafiyası;
8. xəstəliklərə görə regionlarda ekoloji vəziyyətin, əhalinin yaşayış tərzinin, sosial-iqtisadi inkişaf vəziyyətinin, tibbi infrastrukturun təhlili və s.

Bu imkanların reallaşdırılması üçün milli tibbi sosial media məkanında mövcud problemlərin aradan qaldırılması istiqamətində aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsi məqsədəuyğun hesab edilir:

- onlayn tibbi resurslara çoxlu maraqlı tərəflərin cəlb edilməsini təmin etmək üçün tibbi kontentin genişləndirilməsi;
- xüsusiləşmiş tibbi portallarda müxtəlif xəstəliklərlə bağlı düzgün, dolğun məlumatın yerləşdirilməsi, kontentin daha da zənginləşdirilməsi, tibbi saytlardan bu mənbələrə

birbaşa əlyetərliyin təmin edilməsi;

- tibbi qərarların qəbulu prosesinin təkmilləşdirilməsində milli tibbi sosial media mühitində toplanmış məlumatlardan daha səmərəli yararlanmaq məqsədilə tibbi saytlarda qeydiyyat zamanı pasiyentlərin adı, yaşı, cinsi, e-maili ilə yanaşı yaşadığı ərazi ilə bağlı məlumatın göstərilməsi;
- tibbi media resurslarında pasiyentlərin fərdi məlumatlarının konfidensiallığının qorunması üçün təhlükəsizlik tədbirlərinin işlənilməsi və s.

Ədəbiyyat

1. Ефименко И.В., Хорошевский В.Ф. Онлайн-консультации в сфере здоровья: извлечение знаний и аналитика) / Труды 15-ой национальной конференции по искусственному интеллекту с международным участием, Смоленск, 3-7 октября 2016 г., с.33–46.
2. Paul G. The e-patient: empowered, enabled and electronic, <http://www.slideshare.net>
3. (People-centred Health Care. Technical Paper / Intenational Symposium on People-Centred Health Care: Reorienting Health Systems in the 21st Century. The Tokyo International Forum, 25 November 2007, <http://www.iris.wpro.who.int/handle/10665.1/5453>
4. Общероссийская социальная сеть “Врачи РФ”, <https://www.vrachirf.ru/about>
5. Manhattan research “Taking the Pulse”, <http://www.manhattanresearch.com/Products-and-Services/Physician/Taking-the-Pulse-Global/Taking-the-Pulse-Europe>
6. Врачи и пациенты в социальных сетях. Аналитический обзор. AksiMed, <https://www.aksimed.ru/download/center>
7. Гуцин А.В. Интернет-общение как материал для анализа отношений врач и пациента // Социология медицины, №1(20), 2012, с.38–41.
8. Hunt J. “Technology, such as social media, helps connect job seekers of all levels, especially those with the busiest schedules”, Sugarman, 2019, <http://www.sugarman.co.uk/candidate-support/job-hunt-with-social-media>
9. Campanini S. “24 Outstanding Statistics & Figures on How Social Media has Impacted the Health Care Industry”, source: Mashable, Linkedin, 2016, <http://www.linkedin.com/pulse/24-outstanding-statistics-figures-how-social-media-has-campanini>
10. Bhaskar S. “Examining physician use of social media in 2017”, P.M360 The Essential Resource For Pharma Marketers, 2017, <http://www.pm360online.com/examining-physician-use-of-social-media-in-2017/>
11. Fogelson N.S, Rubin Z.A, Ault K.A. Beyond likes and tweets: an in-depth look at the physician social media landscape // Clinical Obstet Gynecol, 2013, 56(3), pp.495–508.
12. Doximity. The medical network, <http://www.doximity.com>
13. Top social networking sites for healthcare medical professionals, <http://www.medicallabtechnicianschool.org/2009/top-25-social-networking-sites-for-healthcare-medical-professionals>
14. Report “Issue Brief: Social Networks in Health Care Communication, collaboration and insights”. Produced by the Deloitte Center for Health Solutions, 2010, p.2, <http://www.healthinformationandcommunicationsystems.pbworks.com/w/file/attach/93972338/SM%204b%20Full.pdf>
15. Medical Directors Forum, <http://www.medicaldirectorsforum.skipta.com>
16. Консультации врачей онлайн, <http://www.medihost.ru/questions>
17. Ask a doctor, <http://www.adam.com/ask-a-doctor>
18. Задать вопрос врачу онлайн, <http://www.qapsula.com/zadat-vopros-vrachu-onlain>
19. DoctorSpring. Get Quick, Detailed Medical Advice and Answers from Expert, Online Doctors, <http://www.doctorspring.com>

20. Портал о здоровье, <http://www.likar.info/consult>
21. Вопрос врачу, <http://www.doslovno.com/question>
22. Поиск по болезням, лекарствам и ответам врачей, <http://www.health.mail.ru/consultation/list/rubric/oftalmology>
23. Онлайн консультации экспертов, <http://www.liveexpert.ru/topic/edit?notconfirmedit=1>
24. The future of health is here, <http://www.patientslikeme.com>
25. See what millions of patients are saying, <http://www.treato.com>
26. Məmmədova M.H., İsayeva A.M. Sosial media mühitində e-tibb fəaliyyəti // İnformasiya cəmiyyəti problemləri, 2018, №1, s.57–68.
27. Məmmədova M.H., Cəbrayilova Z.Q. Elektron tibb: formalaşması və elmi-nəzəri problemləri. Bakı: “İnformasiya Texnologiyaları” nəşriyyatı, 2019, 350 s.
28. Sizin virtual həkiminiz, <http://www.tibb.az/home>
29. Онлайн медицинская консультация, <http://www.facebook.com/groups/online.medicinskaya.konsultaciya>
30. Cesare N., Grant C., Hawkins J.B. Demographics in Social Media Data for Public Health Research: Does it matter? / Bloomberg Data for Good Exchange Conference. 24-Sep-2017, New York City, NY, USA, <http://www.arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1710/1710.11048.pdf>
31. Icliniq. The virtual hospital, <http://www.icliniq.com>
32. Ask a doctor – 24x7, <http://www.healthcaremagic.com>

Мамедова Масума Г.¹, Джабраилова Зарифа Г.², Исаева Айтас М.³

^{1,2,3}Институт Информационных Технологий НАНА, Баку, Азербайджан

¹masuma.huseynova@iit.ab.az, ²depart15@ikt.science.az, ³aytac.isayeva90@mail.ru

Анализ сегмента отношений «врач–пациент» в медицинской социальной медиа: возможности и проблемы

В статье дан анализ сетей, специализирующихся на медицинских социальных медиа, проведено сегментирование этих сетей по формирующимся отношениям пользователей. Показана важность собранных из этих сегментов пользовательских запросов в качестве источника информации для принятия медицинских решений. Исследован сегмент отношения «врач–пациент» в среде национальной медицинской социальной медиа, представлены результаты статистического и контент-анализов. Показаны возможности и перспективы использования полученных результатов в принятии решений по улучшению качества медицинского обслуживания. Рассмотрены проблемы, имеющие место в национальной медицинской социальной медиа, предложены пути их преодоления.

Ключевые слова: медицинская социальная медиа, e-пациент, сегмент отношения врач–пациент, персональные данные.

Masuma H. Mammadova¹, Zarifa G. Jabrayilova², Aytac M. Isayeva³

^{1,2,3}Institute of Information Technology of ANAS, Baku, Azerbaijan

¹masuma.huseynova@iit.ab.az, ²depart15@ikt.science.az, ³aytac.isayeva90@mail.ru

Analysis of physician-patient relations segment of social media: opportunities and challenges

The article analyzes the networks specialized in the medical social media environment; and these networks are segmented according to the evolving user relations. The importance of user requests collected from these segments as a data source for medical decision-making is highlighted. The segment of physician-patient relations in the environment of the national medical social media is explored, and the results of statistical and content analysis are presented. The opportunities and the prospects of using the obtained results in decision-making to improve the quality of medical care are shown. The problems arisen in the national medical social media are reviewed, and their solution ways are proposed.

Keywords: medical social media, e-patient, physician-patient relations segment, personal data.