

DOI: 10.24290/1029-3736-2024-30-3-78-97



РОЛЬ БЛОГОСФЕРЫ В КОНСТРУИРОВАНИИ ЗДОРОВЬЯ: ПОЛЬЗА ИЛИ ВРЕД (Часть 2)*

А.В. Лядова, канд. социол. наук, доц. кафедры современной социологии социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234**

Данная статья является логическим продолжением авторской публикации “Образ здоровья в блогосфере: социологический анализ” (часть 1)¹ и посвящена исследованию влияния блогосферы на конструирование социальных представлений о здоровье и практиках заботы о нем. Данная тема рассматривается как актуальная, но недостаточно разработанная в отечественном научном дискурсе, вследствие чего, а также с учетом значимости здоровья как важнейшей составляющей общественной и индивидуальной жизнедеятельности, возникает необходимость ее изучения. В работе предпринята попытка анализа особенностей репрезентации образа здоровья и практик здоровьесбережения в блогосфере, а также основных направлений научной дискуссии по данной теме посредством систематизации релевантных отечественных и зарубежных публикаций. По результатам проведенного исследования автором выявлены факторы, направления и способы воздействия блогинга на конструирование социальных представлений о здоровье и практиках заботы о нем.

Ключевые слова: здоровье, цифровая медиатизация здоровья, новые медиа, блоги, ЗОЖ-блогинг, блогосфера, дискурс о здоровье в блогосфере, основные направления исследовательского дискурса о ЗОЖ-блогинге.

HEALTH REPRESENTATION IN THE BLOGOSPHERE: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS (Part 2)

Liadova Anna V., PhD in Sociology, Associate Professor, Department of Contemporary Sociology, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninskiye Gory, 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: annaslm@mail.ru

This article is a logical continuation of the author's publication “Image of health in the blogosphere: sociological analysis” (part 1), dedicated to the study of the public

* Исследование выполнено при поддержке Российского научного фонда, грант № 23-28-01081, <https://rscf.ru/project/23-28-01081/>

** **Лядова Анна Васильевна**, e-mail: annaslm@mail.ru

¹ См.: Лядова А.В. Образ здоровья в блогосфере: социологический анализ (часть 1) // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2023. Т. 29. № 3. С. 28–49. DOI: <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-3-28-49>

blogosphere on the construction of social ideas about health and health care practices. This topic is relevant, but not sufficiently developed in the domestic scientific discourse, which leads to, and also taking into account the innovativeness of health as the most important principles of social development and individual life, which necessitates its study. The work attempts to analyze the representation of the image of health and the practice of health conservation in the blogosphere, as well as the main directions of scientific discussion on this topic by systematizing relevant domestic and international publications. Based on the results of the study, the author identified the reasons, directions and ways of influence of blogging on the formation of social ideas about health and the practice of caring for it.

Key words: *health; mediatization of health; new media; blogs; blogging; blogosphere; health discourse in the blogosphere.*

В современном медиапространстве блоги выступают одним из ведущих каналов коммуникации. Обсуждаемые в них темы достаточно разнообразны.

К популярному направлению современного блогинга относится проблематика здоровья². Так, 80% взрослого населения в США и 69% в Великобритании в поисках информации о здоровье чаще обращаются к онлайн-сообществам в блогах³. В российском сегменте блогосферы указанная тема является ведущей по сравнению с другими⁴.

На наш взгляд, данный тренд обусловлен рядом факторов, которые можно разделить на объективные (социетальные и институциональные) и субъективные.

Первая группа связана с общими тенденциями в развитии современного общества, а также основными векторами трансформации института медицины, а именно:

а) распространение феномена индивидуализма, когда индивид, как отмечает немецкий социолог У. Бек, в условиях неопределенности и нестабильности ставит в приоритет осуществление собственной жизни и интересы⁵;

б) хабиитулизация информационно-коммуникационных технологий в повседневности современного человека;

в) активное внедрение высокотехнологичных разработок в клиническую практику, вследствие чего повышается стоимость меди-

² Груздева М.А. Инструменты формирования самосохранительных практик населения: социальные сети и блогосфера // Социальное пространство. 2017. № 4 (11). С. 1–11.

³ Keogh A., Chadwick B. Health food blogger: friend or foe? // British Dental Journal. 2019. Vol. 227. P. 1051–1057. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41415-019-1052-6>.

⁴ Наугнуть диагноз: как россияне лечатся в интернете. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/6346bc2a9a79478123a3c6f0> (дата обращения: 01.03.2024).

⁵ Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000. С. 66.

цинских услуг, что, наряду с улучшением их качества, в тоже время имеет и обратный эффект — снижение уровня их доступности и появление новых технологических рисков;

г) переход к цифровым форматам взаимодействия в системе “врач–пациент”, включая практики телемедицины, расширение платформенных сервисов цифровой медицины, предоставляющих услуги поиска профильных учреждений и специалистов в интернете (например, СберЗдоровье⁶), что ведет к опривычиванию цифровых практик заботы о здоровье в жизни современного человека;

г) снижение уровня социального доверия к институту здравоохранения, что является отражением роли медицинского сообщества в расширении биополитики и медиализации современного общества⁷.

Наряду с указанными следует выделить и субъективные факторы, детерминирующие в блогосфере интерес к проблематике здоровья на индивидуальном уровне, а именно:

а) принимая во внимание такую характерную черту нынешнего общества как индивидуализм, к ним можно отнести запрос современного пациента на индивидуальный подход в рассмотрении проблемы его здоровья;

б) наряду с этим, вследствие снижения доверия к институту медицины в целом, в условиях широкого доступа к медицинской информации возникает эффект “третьего мнения”, что порождает активное обращение не только к профессиональному сообществу, но и другим источникам информации о здоровье и способах его поддержания и улучшения, включая размещенные в интернете, что способствует росту роли новых медиа в медиапотреблении современного человека;

в) еще один значимый аспект, который имеет немаловажное воздействие на распространение ЗОЖ-блогов, — это возможность их коммерциализации, что делает данное коммуникативное пространство привлекательным для различных категорий пользователей не только с целью получения информации;

г) популяризации способствует и сам формат общения: хотя сегодня интернет — необходимый компонент нашей повседневности, тем не менее участники виртуального мира тяготеют к поиску в нем облегченных форматов отношений, включая возможность сохранять

⁶ СберЗдоровье. URL: <https://sberhealth.ru/>

⁷ Темкина А.А. Медиализация репродукции и родов: борьба за контроль // Журнал исследований социальной политики. 2014. № 3. С. 321–332; Esposito R. Common immunity: biopolitics in the age of the pandemic. Hoboken, 2023.

анонимность, геймификацию и разнообразие контента через баланс пользы и развлечения, и блогинг вполне позволяет совместить экспертное знание с развлекательным содержанием, тем самым способствуя усилению вовлеченности пользователей в блогосферу;

д) и, наконец, детерминирует развитие блогинга о здоровье, в частности, среди российских пользователей, набирающий обороты тренд на здоровый образ жизни: так, по данным исследования STADA Health Report за 2021 г. Россия занимает второе место среди европейских государств по уровню интереса к здоровому образу жизни⁸.

В силу расширения проблематики здоровья в блогосфере возникает необходимость изучения роли данного медиаформата в конструировании представлений о здоровье, здоровом образе жизни, практик заботы о здоровье, что особенно актуально в отношении молодой аудитории пользователей, которая является наиболее активным участником блогинга и в тоже время не имеет достаточно опыта и сформированного знания о проблемах и рисках здоровью, а также практиках заботы о нем.

Учитывая вышеизложенное, в данном исследовании на основе контент-анализа данных зарубежных и отечественных релевантных публикаций, а также результатов авторского эмпирического исследования российского сегмента блогосферы⁹, выявлены особенности влияния блогов на конструирование представлений о здоровье и практик в сфере здоровьесбережения.

Обзор публикаций, посвященных изучению блогов о здоровье, демонстрирует, что в научном дискурсе сформировалась достаточно объемная исследовательская база, включающая широкий диапазон обсуждаемых в контексте данной темы вопросов.

Следует обратить внимание, что генезис исследовательского интереса к данной теме за рубежом и в России имеет определенные хронологические отличия. В зарубежном дискурсе его становление относится к периоду первого десятилетия 2000-х гг., наиболее же активный рост отмечается с 2010-х гг.¹⁰ При этом контент-анализ

⁸ В России растет популярность ЗОЖ. URL: <https://tass.ru/obschestvo/12975793> (дата обращения: 08.03.2024).

⁹ Исследование было проведено на платформах YouTube и “Яндекс.Дзен”. Выборка составлена из 1226 блогов на платформе “Яндекс Дзен” и 1272 блогов на платформе YouTube. Поиск блогов производился по хэштегам: #здоровье, #здоровьесбережение, #медицина, #здоровоохранение, #здоровыйобразжизни, #диета, #болезнь, #питание, #спорт, #фитнес.

¹⁰ По результатам поискового запроса в базе данных научных публикаций Google Scholar по # healthblogs за период 1999–2010 гг. было выявлено 18400 релевантных источников, в период с 2011 по 2021 гг. — 30000.

релевантных публикаций демонстрирует тенденцию перехода от исследований обзорного характера к изучению отдельных вопросов о ЗОЖ-блогинге. В отечественный дискурс рассматриваемые вопросы входят позднее, с середины второго десятилетия XXI в.¹¹, что, на наш взгляд, обусловлено генезисом российского сегмента блогосферы в целом¹². Также следует обратить внимание на особую актуализацию исследований по данной теме среди российских авторов в связи с осмыслением ситуации пандемии новой коронавирусной инфекции, когда в условиях глобального витального кризиса комплаентность населения профилактическим и превентивным мерам, наряду с субъективным опытом, во многом определялась репрезентацией степени рисков и последствий заболевания, а также эффективности предлагаемых способов лечения, что активно дискутировалось в различных медиа¹³. Тем не менее, несмотря на указанные хронологические различия, анализ и систематизация релевантных публикаций позволяет выявить общность исследовательских позиций и направлений научного дискурса.

Рассматривая блогинг как социально-коммуникативную деятельность, важными для ее осмысления выступают вопросы о мотивации вовлеченных в нее участников, и, соответственно, роли данного типа интернет-коммуникации.

В этой связи блоги могут выполнять различные функции, которые определяются мотивацией участников и их статусом. На основании проведенного автором контент-анализа российского сегмента блогов о здоровье, а также данных, представленных в релевантных исследованиях, участники блогосферы представлены несколькими категориями:

а) группа “пациенты”¹⁴ (пациент-пользователь, пациент-контентмейкер, а также из близкого окружения больного (родители, родственники));

¹¹ По результатам поискового запроса в базе данных научных публикаций Google Scholar по #блогиоздоровье, #блогингоздоровье, за период 1999–2010 гг. было выявлено 940 релевантных источников, в период с 2011 по 2021 гг. — 15100.

¹² Efimov E., Leontiev A. Socio-cultural factors of transformation of the Russian blogosphere // *Primo Aspectu*. 2019. N 3. P. 88–93. DOI: 10.35211/2500-2635-2019-3-39-88-93.

¹³ Lupton D. Societies: theorising the Coronavirus crisis. N.Y., 2022; Дудина В.И., Сайфулина В.О. “Почитала, еще меньше вакцинироваться захотелось”: онлайн-дискурс вакцинной нерешительности // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2023. № 1. С. 279–298.

¹⁴ Под пациентами подразумеваются пользователи, которые имеют определенные вопросы о проблемах здоровья.

б) группа “любителей”¹⁵ (непрофессионалов или так называемых псевдоэкспертов¹⁶; “любители”-контентмейкеры);

в) группа представителей профессионального сообщества (врач, нутрициолог, фитнес-тренер, диетолог и т.п.; эксперт-контентмейкер, эксперт-пользователь).

Пользователи-пациенты чаще всего используют блоги для поиска информации о заболевании, способах его лечения, последствиях применяемых для улучшения состояния мер, изучения опыта других со схожей проблемой. Для данной группы участников блогосферы блоги выполняют информативную функцию¹⁷.

Наряду с этим для “пациентов” важным выступает и поиск эмоциональной поддержки, что позволяет выделить психологическую компоненту в функционировании блогов¹⁸. Так, для пациентов-пользователей с онкологическим статусом и их близких онлайн-дневники в большей степени выступают как группы поддержки, “точки опоры”, в рамках которых ситуация с болезнью переводится из “табуированной, безнадежной, кризисной” в статус ее принятия и повседневного переживания, что позволяет пациенту и его родственникам сохранять свой жизненный мир и находить силы для дальнейших усилий по борьбе с болезнью¹⁹.

Непосредственность контакта с людьми по всему миру помогает таким участникам блогинга обрести уверенность и найти поддержку в любое время, что создает эффект “нарративной песочницы”²⁰.

¹⁵ Под любителями понимаются блогеры, которые создают и транслируют контент о здоровье, но не обладают профессиональным знанием по этим вопросам.

¹⁶ *Осипова Н.Г., Лядова А.В., Заплетнюк М.А.* Медиатизация здоровья в российской блогосфере // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2023. Т. 16. № 3. С. 309–323.

¹⁷ *Hamm M., Chisholm A., Shulhan J.* Social media use among patients and caregivers: a scoping review // *British Medical Journal*. 2013. N e002819. DOI:10.1136/bmjopen-2013-002819; *Gupta P., Khan A., Kumar A.* Social media use by patients in health care: a scoping review // *International Journal of Healthcare Management*. 2022. Vol. 15. N 2. P. 121–131. DOI: 10.1080/20479700.2020.1860563.

¹⁸ *Moorhead S., Hazlett D., Harrison L., Carroll J., Irwin A., Hoving C.* A new dimension of health care: systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication // *Journal of Medical Internet Research*. 2013. Vol. 23. N 15(4).

¹⁹ *Kim S.* Content analysis of cancer blog posts // *Journal of Medical Library Association*. 2009. Vol. 97(4). P. 260–266. DOI: 10.3163/1536-5050.97.4.009; *Andersson Y.* Blogs and the art of dying: blogging with, and about, severe cancer in late modern Swedish society // *Omega-journal of Death and Dying*. 2019. Vol. 79. P. 394–413; *Baik S., Klonoff E., Barnes L., Schiaffino M., Wells K.* Mapping the online social network of cancer bloggers // *Journal of Health Psychology*. 2021. Vol. 26(11). P. 2062–2068. DOI: 10.1177/1359105319888269.

²⁰ *Kotliar D.* Depression narratives in blogs: a collaborative quest for coherence // *Quality Health Research*. 2016. Vol. 26(9). P. 1203–1215.

Также важным является возможность анонимного участия, что позволяет задавать “неудобные” вопросы, которые многим было бы трудно обсуждать лицом к лицу²¹.

Наряду с этим разделенность переживаемой ситуации “срабатывает” как позитивный триггер, стимулирующий пациентов и их родственников изменить свое отношение к существующей проблеме, особенно в условиях хронических или онкологических состояний, и, опираясь на опыт других, искать новые стратегии преодоления жизненного кризиса, возникшего вследствие болезни²².

Для пациентов-контентмейкеров наряду с указанными функциями блоги могут выполнять терапевтическую роль²³. Особенно данный эффект отмечается для участников блогинга по проблемам психического здоровья²⁴. Зачастую подобные состояния вызывают стигматизацию, отрешенность окружающих от пациента, что ведет к их изоляции, формированию ощущения одиночества и ненужности. Возможность разделить свои проблемы с другими способствует конструированию “домашней” группы²⁵, принадлежность к которой придает таким пользователям уверенность и осознание своей “нормальности”, что оказывает благоприятное воздействие на их самочувствие и может способствовать даже полной ремиссии²⁶.

Также интерес представляют данные о нивелировании гендерной стигматизации в блогах о психическом здоровье²⁷. Установлено,

²¹ Gupta P., Khan A., Kumar A. Social media use by patients in health care: a scoping review; Ziebland S., Wyke S. Health and illness in a connected world: how might sharing experiences on the internet affect people's health? // *Milbank Quarterly*. 2012. Vol. 90(2). P. 219–249. DOI: 10.1111/j.1468-0009.2012.00662.x.

²² Brooks J., Savitch N. Blogging with dementia: writing about lived experience of dementia in the public domain // *Dementia*. 2022. Vol. 21(8). P. 2402–2417. DOI: 10.1177/14713012221112384.

²³ Taylor K., Humphrey J. Impact of medical blog reading and information presentation on readers' preventative health intentions: mixed methods, multistudy investigation // *Journal of Medical Internet Research*. 2021. Vol. 23(12). N e23210.

²⁴ Marcus M., Westra H., Eastwood J., Barnes K. Mobilizing minds research group what are young adults saying about mental health? An analysis of internet blogs // *Journal of Medical Internet Research*. 2012. Vol. 14(1). N e17. DOI: 10.2196/jmir.1868; Murphy E., Donohue G., McCann E. Exploring mental health issues through the use of blogs: a scoping review of the research evidence // *Issues in Mental Health Nursing*. 2020. Vol. 41(4). P. 296–305. DOI: 10.1080/01612840.2019.1666326

²⁵ Andersson Y. Blogs and the art of dying: blogging with, and about, severe cancer in late modern Swedish society // *Omega*. 2019. Vol. 79(4). P. 394–413.

²⁶ Harvey K., Brown B., Crawford P., Macfarlane A., MacPherson A. “Am I normal?” Teenagers, sexual health and the internet // *Social Science & Medicine*. 2007. Vol. 65(4). P. 771–781.

²⁷ Sundar S., Shyam E. et al. Blogging for better health: putting the “public” back in public health // *Blogging, Citizenship and the Future of Media*. N.Y., 2007. P. 83–102.

что онлайн-дневники можно рассматривать как уникальное пространство, позволяющее и мужчинам, и женщинам рассказывать о своих эмоциональных проблемах и, тем самым, преодолеть ограничительные рамки традиционных ролевых стереотипов, что указывает на катарсическую функцию блогосферы для данной категории участников.

Наряду с этим следует отметить положительное воздействие эффекта группового давления на мотивацию и комплаентность больного выполнять предписания и соблюдать режим лечения, так как ведение онлайн-дневников ориентировано на просмотр другими, которые в данной ситуации выступают как значимая для автора аудитория поддержки и вызывает у него чувство ответственности и долга за свои действия.

Таким образом, блоги выполняют ряд функций, имеющих положительное воздействие на их пользователей среди категории “пациенты” как в отношении трансформации их представлений о проблеме, так и в аспекте изменения их поведения в ситуации болезни, а именно: управление неопределенностью; эволюция идентичности; интеграция события болезни в повседневную жизнь; разработка стратегий выхода (стресс-менеджмент); улучшение отношения и уменьшение изоляции.

Что касается других категорий, контентмейкеров, “любителей”, “псевдоэкспертов” и представителей медицинского сообщества, то для них блоги выступают как инструмент повышения статуса, включая и возможности для коммерциализации своей деятельности, а также конструирования персонального брендинга.

Для врачей блогинг может способствовать развитию их пациентской аудитории, в условиях деинституционализации их деятельности²⁸.

Наряду с этим врачебным сообществом блоги используются в просветительских целях, так как онлайн-дневники — удобное средство представления медицинского знания о рисках здоровью и способах их профилактики и превенции на понятном для обывателя языке, включая возможности визуализации самих проблем²⁹.

²⁸ Чернова И.И. Принципы разработки эффективного персонального бренда в сфере здравоохранения на площадке социальной сети Instagram // Брендинг как коммуникационная технология XXI века. М., 2021. С. 153–156.

²⁹ Park H., Rodgers S., Stemmler J. Analyzing health organizations' use of Twitter for promoting health literacy // Journal of Health Communication. 2013. Vol. 18. N 4. P. 410–425; Бунакова А. Блоги врачей как инструмент медицинской коммуникации: степень разработанности вопроса в русскоязычном научном сообществе // Врач и информационные технологии. 2021. № 4. P. 70–78.

Также блогинг выполняет определенную адаптационную функцию для молодых специалистов — “новичков”, только вступающих в медицинскую профессию³⁰. С помощью онлайн-дневников уже более опытные коллеги делятся своими профессиональными знаниями, “лайфхаками” и трудностями, с которыми они сталкиваются в своей деятельности, тем самым способствуя удержанию молодых врачей в профессии, что важно в условиях растущей нехватки кадров, особенно в отдаленных регионах, где сложно быстро найти совет и поддержку сведущих соратников³¹.

В целом, для профессионального сообщества ведение блогов становится распространенным инструментом развития публичной медицины и электронного здравоохранения³², особенностью которого в условиях современного развития является соучастие пациентов в создании контента о здоровье и в управлении.

В этой связи исследователи указывают на формирование нового типа пациента Patient 2.0, отличительными чертами которого являются информационная подготовленность, критическая рефлексия и активный шэринг своего опыта с другими путем обращения к интернету для поиска сведений о своем состоянии перед визитом к врачу, а также размещение в социальных сетях отзывов и впечатлений о лечении, посещении специалиста и т.п.³³

Тем не менее, наряду с указанными эффектами, есть и определенные ограничения, которые связаны с критической оценкой влияния блогинга на представления о здоровье, рисках ему и практиках его поддержания и улучшения.

Особый интерес в этой связи демонстрируют результаты исследований наиболее популярных тем блогов — это вопросы о правильном питании и психическом здоровье.

³⁰ Boulos M., Maramba I., Wheeler S. Wikis, blogs and podcasts: a new generation of Web-based tools for virtual collaborative clinical practice and education // British Medical Centre medical education. 2006. Vol. 6. P. 1–8; Roland E., Johnson C., Swain D. “Blogging” as an educational enhancement tool for improved student performance: a pilot study in undergraduate nursing education // New Review of Information Networking. 2011. Vol. 16. N 2. P. 151–166; Айрапетян С.А. и др. Оценка значимости информации, представленной в медицинских блогах, для студентов-медиков старших курсов // *Juvenis Scientia*. 2021. Т. 7. N 4. С. 32–41.

³¹ Lagu T., Kaufman E., Asch D. et al. Content of weblogs written by health professionals // *Journal of General Internal Medicine*. 2008. N 23. P. 1642–1646. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11606-008-0726-6>.

³² Zeadally S. et al. Smart healthcare: challenges and potential solutions using internet of things (IoT) and big data analytics // *PSU Research Review*. 2020. Vol. 4. N 2. P. 149–168.

³³ Тарасенко Е.А. Patient 2.0: коммуникации пациентов и врачей в социальных сетях // XIII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: В 4-х кн. М., Кн. 3. С. 204.

Проблема лишнего веса и ожирения в современном мире имеет глобальный характер³⁴, что вызывает озабоченность ею среди экспертов и представителей медицинского сообщества. Однако, несмотря на прилагаемые меры в преодолении данного негативного тренда в состоянии здоровья современного человечества, проблема сохраняет свою актуальность, число тучных людей с лишним весом продолжает увеличиваться. Причина, на наш взгляд, может быть связана с тем, что классические практики и советы дипломированных специалистов, такие как, регулярность и сбалансированный характер питания, сочетание умеренной калорийности употребляемых блюд с физической нагрузкой и т.п., зачастую рассматриваются пациентами как “устарелые” способы, требующие длительного времени и усилий для достижения желаемого эффекта, что в условиях ускорения темпа жизни, новых подходов к пищевому производству, трансформации техник питания и переходу самого процесса употребления пищи из “домашней” сферы в публичное пространство, становится сложно выполнимой задачей для современного человека³⁵.

Как известно, спрос рождает предложение, и в ответ на поиск “волшебной пилюли”, которая враз избавит от лишних килограмм, возникают альтернативные традиционным способы лечения (например, известный в 1990-е гг. слоган распространителей биодобавок “Гербалайф” “Хочешь похудеть — спроси меня как”). Предлагаемые на форумах, блогах идеи и практики похудения ведут к размыванию устоявшихся социальных представлений о правильном питании, здоровом образе жизни и т.п., что, в свою очередь, существенно снижает авторитет профессионального экспертного знания и способствует расширению и разнообразию публичного дискурса по данным вопросам. Как указывает британский социолог З. Бауман, «то, что вчера считалось нормальным и, таким образом, удовлетворительным, сегодня может вызывать беспокойство или даже считаться патологией, требующей лечения; <...> значение “здорового образа жизни” не остается постоянным, <...> понятия “здоровой диеты” изменяются быстрее, чем требуется для последовательного прохождения курса рекомендованной диеты...», и далее: “...объявляется, что считавшееся здоровым или безопасным пита-

³⁴ В настоящее время каждый восьмой человек страдает ожирением // Сайт ВОЗ. URL: <https://www.who.int/ru/news/item/01-03-2024-one-in-eight-people-are-now-living-with-obesity> (дата обращения: 06.03.2024).

³⁵ Зарубина Н.Н. Аскетические, дисциплинарные и самоограничительные практики как фактор формирования стратегий питания в современной России // Вестник Института социологии. 2015. № 14. С. 30–48.

ние имеет опасные долговременные эффекты еще до того, как мы успеем полностью насладиться его полезным влиянием”³⁶.

При этом предлагаемые контентмейкерами “чудо”-рецепты и приемы зачастую не являются достоверными, а потому не оказывают заявляемого и демонстрируемого эффекта похудения, и даже, наоборот, вызывают серьезные негативные последствия³⁷. Так, по данным британских исследователей А. Кеога и Б. Чедвик, которые изучили составы блюд с низким содержанием сахара и жира, активно декларируемых рядом известных блогеров в контексте их пропаганды здорового образа жизни и правильного питания, было установлено, что 80% представленных рецептов содержали больше сахара и жира, чем любимый многими, но далеко не полезный, сладкий баточник “Mars”, включающий 30% ежедневной нормы насыщенных жиров для среднестатистического взрослого человека³⁸.

Наряду с этим стремление к похудению не всегда обусловлено проблемами здоровья, а вызвано, особенно среди молодой аудитории, стремлением соответствовать медиатизированным стандартам “утонченной” красоты в условиях устоявшейся в современном обществе объективации женской телесности, что указывает на ограниченное представление о здоровье через его восприятие исключительно в аспекте внешнего вида. При этом достижение идеального тела рассматривается как универсальная мотивация и для юношей, и для девушек. Молодые люди, испытывающие в силу своего возраста неуверенность, проблемы с самооценкой и самопринятием, стремятся через улучшение своей телесности получить социальное одобрение и повысить свой статус.

Для получения требуемых форм в блогах активно пропагандируются практики ограничения и полного отказа от еды (так называемое лечебное голодание), детоксикация, неконтролируемый прием медикаментов с целью выведения съеденной пищи из организма или его обмана путем создания чувства ложного насыщения, которые, согласно научным доказательствам, не являются “здоровыми”, наносят серьезный урон состоянию человека, вызывая как психические, так и глубокие физические проблемы (например, расстройство

³⁶ Бауман З. Текучая современность / Под ред. Ю.В. Асочакова. СПб., 2008. С. 87–88.

³⁷ Bissonnette-Maheux V., Provencher V., Lapointe A. et al. Exploring women's beliefs and perceptions about healthy eating blogs: a qualitative study // Journal of Medical Internet Research. 2015. Vol. 17(4). N e87. DOI: 10.2196/jmir.3504.

³⁸ Keogh A., Chadwick B. Health food blogger: friend or foe? // British Dental Journal. 2019. Vol. 227. P. 1051–1057. URL: <https://doi.org/10.1038/s41415-019-1052-6>.

пищевого поведения, анорексия, булимия), и формируют фейковые представления о здоровом образе жизни³⁹.

Наряду с указанными негативными аспектами влияния блогов также следует отметить и так называемую цифровую зависимость пользователей — пациентов от групп виртуальной поддержки, особенно в контексте блогинга по психическим проблемам, что может привести к еще большей изоляции таких участников блогосферы от реального мира, а также вместо катарсиса вызывать тревогу, уныние, депрессию⁴⁰.

В целом, негативные последствия, которые могут сопровождать ведение и чтение блогов о болезни и здоровье, можно классифицировать по следующим группам:

- когнитивные аспекты: искаженное представление и/или восприятие здоровья, болезней, рисков здоровью, практик заботы и поддержания здоровья, что может вызывать неадекватное отношение к существующим проблемам или рискам здоровья у индивида, включая завышенную или заниженную самооценку своего здоровья, и, вследствие этого, иметь отрицательное влияние на его состояние в конечном итоге;

- ценностные: сдвиг ценностных ориентаций со здоровья и здорового образа жизни на достижение транслируемых стандартов телесной красоты, “личностного роста” и т.п., которые зачастую являются “навязанными” онлайн-“псевдоэкспертами” образцами с целью реализации их коммерческого или другого интереса, вследствие чего данные ориентиры не имеют реальной пользы для блоготории⁴¹;

- эмоциональные реакции: отрицательные либо для читателей, авторов или обоих психические состояния (апатия, стресс, тревога, страх, разочарование и т.п.), которые также могут вызвать риски ухудшения психического, физического, социального здоровья;

- поведенческие: действия, направленные на удовлетворение ложных потребностей и мотивов, конструируемых посредством

³⁹ Bissonnette-Maheux V., Provencher V., Lapointe A. et al. Exploring women's beliefs and perceptions about healthy eating blogs: a qualitative study.

⁴⁰ Ziebland S., Wyke S. Health and illness in a connected world: how might sharing experiences on the internet affect people's health?

⁴¹ Холмогорова А.Б., Лепешева С.О. Участие в фитнес-блогах и неудовлетворенность своим телом у девушек // VII Всероссийская научно-практическая конференция по психологии развития (чтения памяти Л.Ф. Обуховой) “Возможности и риски цифровой среды”. Сб. мат-в конф. М., 2019. С. 365; De Regt A., Montecchi M., Ferguson S. A false image of health: how fake news and pseudo facts spread in the health and beauty industry // Journal of Product and Brand Management. 2019. N 3. DOI: <https://doi.org/10.1108/JPBM-12-2018-2180>.

транслируемых контентмейкерами образов и смыслов, следование которым зачастую имеет амбивалентный характер, включая и очевидные отрицательные последствия для здоровья индивида.

При анализе влияния блогинга о здоровье на поведение участников в сфере здоровья важным выступает вопрос не только о последствиях, но и способах этого воздействия.

В этой связи интерес представляет изучение психологического механизма распространения фейковых идей и образов с помощью концепции медицинского дениализма⁴². Как отмечает отечественный исследователь Н.С. Волкова, данное понятие используется для обозначения феномена “отрицания апробированных методов лечения и профилактики”, в основе чего “лежит недостаточная информированность и медицинская безграмотность, которые вкупе с эмоционально уязвимым состоянием человека выступают в качестве своеобразного защитного барьера, отторгающего научно доказанные факты”, что “позволяет человеку оправдывать свой отказ от активных и порой длительных медицинских мероприятий в пользу бездействия или кратковременного использования альтернативных немедицинских методов лечения”⁴³.

Используя концептуальную рамку медицинского дениализма для анализа особенностей распространения фейков о здоровье и здоровом образе жизни в блогах, можно выделить ряд способов манипулирования, посредством которых происходит усвоение и принятие транслируемой информации:

- а) использование социально одобряемых образов;
- б) эксплуатация социально значимых идеалов и ценностных ориентаций (ценность здорового образа жизни);
- в) поддержка авторитетов (известных личностей в мире шоу-бизнеса или представителей профессионального сообщества);
- г) выборочное сообщение;
- д) использование отсылок к научным исследованиям;
- е) проблемы в законодательном регулировании (например, реклама БАДов — БАДы не являются лекарственным средством, потому не требуют проведения доклинических и клинических исследований;
- ж) дихотомия выбора: “либо Вы покупаете и остаетесь здоровым / либо — нет, но и умрете раньше”;

⁴² *Specter M. Denialism: how irrational thinking hinders scientific progress, harms the planet, and threatens our lives. N.Y., 2009.*

⁴³ *Волкова Н.С. Медицинский дениализм: понятие, истоки и возможности права в его преодолении // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2023. № 6. С. 103.*

з) эффект присоединения к большинству (или эффект подражания)⁴⁴.

По результатам проведенного автором исследования блогов о питании и похудении для популяризации “нездоровых” практик активно применяются способы “подогрева” аудитории, как, например, стигматизация людей с избыточной массой тела⁴⁵ и предложение в качестве альтернативы идеализированных образов стройного и подтянутого тела, которые усиливают феномен самообъективации и устанавливают жесткие параметры восприятия себя. При этом ключевым фактором в процессе следования предлагаемым образам и способам их достижения выступает их интернализация — принятие индивидом этих норм и стандартов и включение их в систему представлений и оценки. Как правило, это достигается посредством визуальной трансляции сконструированных образов “до” и “после” с соответствующей негативной (“отвратительный”, “обвисший”, “дряблый”) и позитивной (“упругий”, “подтянутый”, “идеальный”, “уверенный”, “шикарные формы”) коннотацией в описаниях, апеллированием к лидерам мнения (селебрити, известные актеры, представители шоу-бизнеса и т.п.), оказанием активной онлайн-поддержки предлагаемых мер (ссылки на мнения других и их опыт), через механизмы социального сравнения, одобрения и группового давления.

Значимым фактором принятия транслируемой “нормальности” выступает и статус контентмейкера: является ли он экспертом или профаном, инфлюенсером или малоизвестным любителем-блогером. Интересно отметить, что контент, создаваемый врачами и пациентами, вызывает наибольшее доверие среди пользователей. Так, по результатам авторского исследования российской блогосферы установлено, что среди пользователей наиболее популярными страницами о психическом здоровье являются экспертные и любительские дневники. Однако активную конкуренцию им составляют и т.н. псевдоэкспертные блоги, авторы которых, используя различные

⁴⁴ Каширский Д.В., Мясникова О.В. Феномен самообъективации женщин: анализ зарубежных исследований и взгляд через призму отечественной психологии // Национальный психологический журнал. 2020. № 4 (40). С 61–74. DOI: 10.11621/npj.2020.0405; Kulvinder K., Pawan K. Social media: a blessing or a curse? Voice of owners in the beauty and wellness industry // TQM Journal. 2021. N 34. 10.1108/TQM-03-2021-0074; Izydorczyk B., Sitnik-Warchulska K., Lizinčzyk S., Lipowska M. Socio-cultural standards promoted by the mass media as predictors of restrictive and bulimic behavior // Frontier Psychiatry. 2020. N 11. DOI: 10.3389/fpsy.2020.00506.

⁴⁵ Ким О.Т., Дадаева В.А., Елиашевич С.О., Дранкина О.М. Социальная стигматизация ожирения // Профилактическая медицина. 2022. Т. 25(7). С. 116–120. DOI: [org/10.17116/profmed20225071116](https://doi.org/10.17116/profmed20225071116).

медиа-технологии, доступные в онлайн-среде, пытаются конструировать свою профессиональную идентичность посредством создания аутентичного образа эксперта (“белый халат”, медицинская терминология). Вследствие этого происходит трансформация агентности, когда наряду с институциональными акторами-носителями экспертного знания значимую роль в конструировании здоровьесбережения играют и неинституциональные субъекты.

Также активно используется персонификация опыта на своем примере или близкого знакомого, что создает эффект присутствия и домашней группы.

Таким образом, популярность блогов как новых источников информации о здоровье обусловлена особенностями формата осуществления коммуникативных действий, широтой доступа (неограниченность во времени и пространстве), возможностью интеракции, персонализации и одновременно сохранения анонимности, самопрезентации, что дает им значимые преимущества, привлекая все больше пользователей, прежде всего, среди молодого поколения как основной аудитории, включенной в цифровые практики.

Наряду с этим блоги о проблемах здоровья и практиках заботы о нем позволяют реализовать участникам данного социально-коммуникативного пространства различные потребности, вследствие чего блогинг как особая социальная деятельность имеет множество функций, значимость которых обусловлена мотивацией и статусом самих акторов. Аудитория блогосферы представлена разнообразными по статусу участниками: как самими пациентами, так и представителями медицинского сообщества, а также любителями, среди которых велика доля так называемых “псевдоэкспертов”, к которым относятся контентмейкеры, “имитирующие” свою профессиональную идентичность. Если для пациентов-пользователей они выполняют, в первую очередь, информативную и поддерживающую функции, то для контентмейкеров онлайн-дневники играют терапевтическую, катарсическую роли и дает возможность конструирования своего “Я”. Для работников здравоохранения блоги выступают как инструмент для осуществления просветительской деятельности и повышения санитарной грамотности населения. Врачи активно используют блогинг для расширения своей клиентской базы с целью заработка и повышения статуса в условиях деинституционализации их деятельности.

В этой связи разнообразие видов (экспертное профессиональное, “псевдоэкспертное”, субъективное “опытное” знание) и форматов (мультимедийность) блогинга и его участников обуславливает размывание социальных представлений о здоровье и практик за-

боты о нем. При этом транслируемые в блогах паттерны не всегда имеют позитивный эффект. Более того, в так называемых псевдоэкспертных блогах предлагаемые способы лечения, достижения определенных состояний зачастую являются фальсифицированными, не основаны на объективно доказанных данных, что ведет к деформации социальных представлений о рисках здоровью, способах его поддержания. Также конструируемые контентмейкерами стандарты способствуют формированию ложных потребностей, которые вызывают у пользователей неадекватное в отношении своего здоровья поведения, ведут к самообъективации, вследствие чего оказывают крайне негативное влияние на состояние здоровья индивида в целом.

В этой связи представляется необходимым как усиление правовой оценки подобной деятельности, так и активное развитие публичной медицины в социальных медиа с целью повышения санитарной грамотности населения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Айрапетян С.А. и др. Оценка значимости информации, представленной в медицинских блогах, для студентов-медиков старших курсов // *Juvenis scientia*. 2021. Т. 7. № 4. С. 32–41.

Бауман З. Текучая современность / Под ред. Ю.В. Асочакова. СПб., 2008.

Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000.

Бунакова А. Блоги врачей как инструмент медицинской коммуникации: степень разработанности вопроса в русскоязычном научном сообществе // *Врач и информационные технологии*. 2021. № 4. Р. 70–78.

Волкова Н.С. Медицинский дениализм: понятие, истоки и возможности права в его преодолении // *Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА)*. 2023. № 6. С. 102–110.

Груздева М.А. Инструменты формирования самосохранительных практик населения: социальные сети и блогосфера // *Социальное пространство*. 2017. № 4 (11). С. 1–11.

Дудина В.И., Сайфулина В.О. “Почитала, еще меньше вакцинироваться захотелось”: онлайн-дискурс вакцинной нерешительности // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2023. № 1. С. 279–298.

Зарубина Н.Н. Аскетические, дисциплинарные и самоограничительные практики как фактор формирования стратегий питания в современной России // *Вестник Института социологии*. 2015. № 14. С. 30–48.

Каширский Д.В., Мясникова О.В. Феномен самообъективации женщин: анализ зарубежных исследований и взгляд через призму отечественной психологии // *Национальный психологический журнал*. 2020. № 4 (40). С. 61–74. DOI: 10.11621/npj.2020.0405.

Ким О.Т., Дадаева В.А., Елиашевич С.О., Драпкина О.М. Социальная стигматизация ожирения // *Профилактическая медицина*. 2022. Т. 25(7). С. 116–120. DOI: [org/10.17116/profmed20225071116](https://doi.org/10.17116/profmed20225071116).

Лядова А.В. Образ здоровья в блогосфере: социологический анализ (часть 1) // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2023. Т. 29. № 3. С. 28–49. DOI: <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-3-28-49>

Осипова Н.Г., Лядова А.В., Заплетнюк М.А. Медиатизация здоровья в российской блогосфере // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2023. Т. 16. № 3. С. 309–323.

Тарасенко Е.А. Patient 2.0: коммуникации пациентов и врачей в социальных сетях // XII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: В 4-х кн. М., 2020. Кн. 3. С. 203–210.

Темкина А.А. Медиализация репродукции и родов: борьба за контроль // Журнал исследований социальной политики. 2014. № 3. С. 321–332.

Холмогорова А.Б., Лепешева С.О. Участие в фитнес-блогах и неудовлетворенность своим телом у девушек // VII Всероссийская научно-практическая конференция по психологии развития (чтения памяти ЛФ Обуховой) “Возможности и риски цифровой среды”. Сб. мат-в конф. М., 2019.

Чернова И.И. Принципы разработки эффективного персонального бренда в сфере здравоохранения на площадке социальной сети Instagram // Брендинг как коммуникационная технология XXI века. М., 2021. С. 153–156.

REFERENCES

Ajrapietyan S.A. i dr. Ocenka znachimosti informacii, predstavlen-noj v medicinskih blogah, dlya studentov-medikov starshih kursov [Assessing the Importance of Information Presented in Medical Blogs for Senior Medical Students] // *Juvenis scientia*. 2021. Т. 7. N 4. S. 32–41 (in Russian).

Andersson Y. Blogs and the art of dying: blogging with, and about, severe cancer in late modern Swedish society // *Omega*. 2019. Vol. 79 (4). P. 394–413.

Baik S., Klonoff E., Barnes L., Schiaffino M., Wells K. Mapping the online social network of cancer bloggers // *Journal of Health Psychology*. 2021. Vol. 26(11). P. 2062–2068. DOI: 10.1177/1359105319888269

Bauman Z. Tekuchaya sovremennost' [Liquid Modernity] / Pod red. Yu.V. Asochakova. SPb., 2008 (in Russian).

Bek U. Obshchestvo riska. Na puti k drugomu modern [Risk Society. Towards a Different Modernity]. M., 2000 (in Russian).

Bissonnette-Maheux V., Provencher V., Lapointe A., Dugrenier M., Dumas A.A., Pluye P., Straus S., Gagnon M.P., Desroches S. Exploring women's beliefs and perceptions about healthy eating blogs: a qualitative study // *Journal of Medical Internet Research*. 2015. Vol. 17(4). N e87. DOI: 10.2196/jmir.3504

Boulos M., Maramba I., Wheeler S. Wikis, blogs and podcasts: a new generation of Web-based tools for virtual collaborative clinical practice and education // *British Medical Centre medical education*. 2006. Vol. 6. P. 1–8.

Brooks J., Savitch N. Blogging with dementia: Writing about lived experience of dementia in the public domain // *Dementia*. 2022. Vol. 21(8). P. 2402–2417. DOI: 10.1177/14713012221112384

Bunakova A. Blogi vrachej kak instrument medicinskoj kommunikacii: stepen' razrabotannosti voprosa v russkojazychnom nauchnom soobshchestve [Doctors' Blogs as a Tool for Medical Communication: the Level of Development of the Issue in

the Russian-Speaking Scientific Community] // *Vrach i informacionnye tekhnologii*. 2021. N 4. R. 70–78 (in Russian).

Chernova I.I. Principy razrabotki effektivnogo personal'nogo brenda v sfere zdorovoohraneniya na ploshchadke social'noj seti Instagram [Principles for developing an effective personal brand in the field of healthcare on the Instagram social network platform] // *Brending kak kommunikacionnaya tekhnologiya XXI veka*. M., 2021. S. 153–156 (in Russian).

De Regt A., Montecchi M., Ferguson S. A false image of health: how fake news and pseudo facts spread in the health and beauty industry // *Journal of Product and Brand Management*. 2019. N 3. DOI: <https://doi.org/10.1108/JPBM-12-2018-2180>

Dudina V.I., Saifulina V.O. “Pochitala, eshche men'she vakcinirovat'sya zaho-telos”: onlajn-diskurs vakcinnoj nereshitel'nosti [“I Read It and Wanted to Get Vaccinated Even Less”: Online Discourse of Vaccine Hesitancy] // *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny*. 2023. N 1. S. 279–298 (in Russian).

Efimov E., Leontiev A. Socio-cultural factors of transformation of the russian blogosphere // *Primo Aspectu*. 2019. N 3. P. 88–93. DOI: 10.35211/2500-2635-2019-3-39-88-93

Esposito R. Common immunity: biopolitics in the age of the pandemic. Hoboken, 2023.

Gruzdeva M.A. Instrumenty formirovaniya samosohranitel'nyh praktik nasele-niya: social'nye seti i blogosfera [Tools for Forming Self-Preservation Practices of the Population: Social Networks and the Blogosphere] // *Social'noe prostranstvo*. 2017. N 4 (11). S. 1–11 (in Russian).

Gupta P., Khan A., Kumar A. Social media use by patients in health care: a scop-ing review // *International Journal of Healthcare Management*. 2022. Vol. 15. N 2. P. 121–131. DOI: 10.1080/20479700.2020.1860563

Hamm M., Chisholm A., Shulhan J. Social media use among patients and care-givers: a scoping review // *British Medical Journal*. 2013. N e002819. DOI: 10.1136/bmjopen-2013-002819

Harvey K., Brown B., Crawford P., Macfarlane A., MacPherson A. “Am I normal?” Teenagers, sexual health and the Internet // *Social Science & Medicine*. 2007. Vol. 65(4). P. 771–781.

Holmogorova A.B., Lepesheva S.O. Uchastie v fitnes-blogah i neudovletvoren-nost' svoim telom u devushek [Participation in fitness blogs and dissatisfaction with their bodies in girls] // *VII Vserossiyskaya nauchno-prakticheskaya konferenciya po psihologii razvitiya (chteniya pamyati LF Obuhovoy)* “Vozmozhnosti i riski cifrovoy sredy”. Sb. mat-v konf. M., 2019 (in Russian).

Izydorczyk B., Sitnik-Warchulska K., Lizin' czyk S., Lipowska M. Socio-cultural standards promoted by the mass media as predictors of restrictive and bulimic behav-ior // *Frontier Psychiatry*. 2020. N 11. DOI: 10.3389/fpsy.2020.00506

Kashirskij D.V., Myasnikova O.V. Fenomen samoob"ektivacii zhen-shchin: analiz zarubezhnyh issledovaniy i vzglyad cherez prizmu otechestvennoj psihologii [The Phenomenon of Women's Self-Objectification: An Analysis of Foreign Studies and a View Through the Prism of Domestic Psychology] // *Nacional'nyj psihologicheskij zhurnal*. 2020. N 4 (40). S. 61–74. DOI: 10.11621/npj.2020.0405 (in Russian).

Keogh A., Chadwick B. Health food blogger: friend or foe? // *British Dental Jour-nal*. 2019. Vol. 227. P. 1051–1057. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41415-019-1052-6>.

Kim S. Content analysis of cancer blog posts // Journal of Medical Library Association. 2009. Vol. 97(4). P. 260–266. DOI: 10.3163/1536-5050.97.4.009

Kim O.T., Dadaeva V.A., Eliashevich S.O., Drapkina O.M. Social'naya stigmatizatsiya ozhireniya [Social Stigmatization of Obesity] // Profilakticheskaya medicina. 2022. T. 25(7). P. 116–120. DOI: org/10.17116/profmed20225071116 (in Russian).

Kotliar D. Depression narratives in blogs: a collaborative quest for coherence // Quality Health Research. 2016. Vol. 26(9). P. 1203–1215.

Kulvinder K., Pawan K. Social media: a blessing or a curse? Voice of owners in the beauty and wellness industry // TQM Journal. 2021. N 34. 10.1108/TQM-03-2021-0074.

Lagu T., Kaufman E., Asch D. et al. Content of weblogs written by health professionals // Journal of General Internal Medicine. 2008. N 23. P. 1642–1646 (2008). DOI: <https://doi.org/10.1007/s11606-008-0726-6>

Lupton D. Societies: theorising the Coronavirus crisis. N.Y., 2022.

Lyadova A.V. Obraz zdorov'ya v blogosfere: sociologicheskij analiz (chast' 1) [Health Image in the Blogosphere: Sociological Analysis (Part 1)] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya. 2023. T. 29. N 3. S. 28–49. DOI: <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-3-28-49> (in Russian).

Marcus M., Westra H., Eastwood J., Barnes K. Mobilizing minds research group what are young adults saying about mental health? An analysis of Internet blogs // Journal of Medical Internet Research. 2012. Vol. 14(1):e17. DOI: 10.2196/jmir.1868

Moorhead S., Hazlett D., Harrison L., Carroll J., Irwin A., Hoving C. A new dimension of health care: systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication // Journal of Medical Internet Research. 2013. Vol. 23. N 15(4).

Murphy E., Donohue G., McCann E. Exploring mental health issues through the use of blogs: a scoping review of the research evidence // Issues in Mental Health Nursing. 2020. Vol. 41(4). P. 296–305. DOI: 10.1080/01612840.2019.1666326

Osipova N.G., Lyadova A.V., Zapletnyuk M.A. Mediatizatsiya zdorov'ya v rossijskoj blogosfere [Mediatization of health in the Russian blogosphere] // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sociologiya. 2023. T. 16. N 3. S. 309–323 (in Russian).

Park H., Rodgers S., Stemmler J. Analyzing health organization' use of Twitter for promoting health literacy // Journal of health communication. 2013. Vol. 18. N 4. P. 410–425.

Roland E., Johnson C., Swain D. “Blogging” as an educational enhancement tool for improved student performance: a pilot study in undergraduate nursing education // New Review of Information Networking. 2011. Vol. 16. N 2. P. 151–166.

Specter M. Denialism: how irrational thinking hinders scientific progress, harms the planet, and threatens our lives. N.Y., 2009.

Sundar S., Shyam E. et al. Blogging for better health: putting the “public” back in public health // Blogging, citizenship and the future of media. N.Y., 2007. P. 83–102.

Tarasenko E.A. Patient 2.0: kommunikatsii pacientov i vrachej v soci-al'nyh setyah [Patient 2.0: Communications between patients and doctors in social networks] // XIII Mezhdunarodnaya nauchnaya konferenciya po problemam razvitiya ekonomiki i obshchestva: V 4 kn. M., Kn. 3. S. 203–210 (in Russian).

Taylor K., Humphrey J. Impact of medical blog reading and information presentation on readers' preventative health intentions: mixed methods, multistudy investigation // Journal of Medical Internet Research. 2021. Vol. 23(12):e23210

Temkina A.A. Medikalizaciya reprodukcii i rodov: bor'ba za kontrol' [Medicalization of reproduction and childbirth: the struggle for control] // Zhurnal issledovaniy social'noj politiki. 2014. N 3. S. 321–332 (in Russian).

Volkova N.S. Medicinskij denializm: ponyatie, istoki i vozmozhno-sti prava v ego preodolenii [Medical Denialism: Concept, Origins, and Possibilities of Law in Overcoming It] // Vestnik Universiteta imeni O.E. Kutafina (MGYUA). 2023. N 6. S. 102–110 (in Russian).

Zarubina N.N. Asketicheskie, disciplinarnye i samoogranichitel'nye praktiki kak faktor formirovaniya strategij pitaniya v sovremennoj Rossii [Ascetic, Disciplinary, and Self-Restrictive Practices as a Factor in Forming Nutrition Strategies in Modern Russia] // Vestnik Instituta sociologii. 2015. N 14. C. 30–48 (in Russian).

Zeadally S. et al. Smart healthcare: challenges and potential solutions using internet of things (IoT) and big data analytics // PSU research review. 2020. Vol. 4. N 2. P. 149–168.

Ziebland S., Wyke S. Health and illness in a connected world: how might sharing experiences on the internet affect people's health? // Milbank Quarterly. 2012. Vol. 90(2). P. 219–49. DOI: 10.1111/j.1468-0009.2012.00662.x