Facebook binnen de huisartspraktijk

Haio: BOSTYN Delphine , U.G.
Promotor: DECAT Peter , U.G.
Praktijkopleider: DE BLIQUY Melissa , GEERAERT Stijn

Context: De laatste jaren hebben sociale media, en in het bijzonder Facebook, een prominente rol in onze maatschappij ingenomen. Deze evolutie dringt ook door in de gezondheidszorg. Verschillende ziekenhuizen beschikken over een Facebookpagina. Daarnaast kunnen artsen zowel privé, als professioneel aanwezig zijn op Facebook. In deze masterproef wordt gefocust op de mogelijke meerwaarde van een professionele Facebookpagina voor de huisartspraktijk. Het doel van dit profiel is om organisatorische informatie mee te delen zodat patiënten beter op de hoogte zijn van het reilen en zeilen van hun huisartspraktijk. Daarnaast zal ook verwezen worden naar websites die betrouwbare gezondheidsinformatie geven. Op deze manier wordt getracht de kwaliteit van zorgverlening te verbeteren. Er moet echter ook rekening gehouden worden met de mogelijke valkuilen bij het gebruik van sociale media.

Onderzoeksvraag: De masterproef leek een ideale opportuniteit om te onderzoeken of een professioneel Facebookprofiel een meerwaarde kan betekenen voor de praktijk om administratieve zaken mee te delen en mogelijks ook voor patiënten-educatie.

Methode: Er gebeurde eerst een verkennend literatuuronderzoek, waarbij gekeken werd of er richtlijnen voor handen waren over het gebruik van sociale media, in het bijzonder Facebook, binnen een professioneel kader voor huisartsen. Vervolgens werd in twee opleidingspraktijken een vragenlijst, rond het gebruik van Facebook binnen de huisartspraktijk, afgenomen om een algemeen idee te krijgen van de mening van de patiënten. Na opstart van de Facebookpagina werden diepte-interviews afgenomen bij vier patiënten, praktijkopleider en -assistente, en ethica dr. Tania Moerenhout. Een kwalitatieve verwerking van de bekomen resultaten gebeurde via het softwareprogramma Nvivo.

Resultaten: en groot deel van de patiënten reageert positief op de start van de Facebookpagina en de patiënten voelen zich beter op de hoogte van de organisatie van hun huisartspraktijk, in het bijzonder over de verlofperiodes van de huisartspraktijk. Dit laatste kwam in de vragenlijsten ook als grootste nood bij de patiënten naar voor. Bij de patiënten die niet actief zijn op Facebook, is er wel een duidelijke vraag om deze informatie op de website mee te delen. De ondervraagde patiënten gaven in de vragenlijst aan dat ze het handig zouden vinden dat ze terecht kunnen op betrouwbare websites. Uit de interviews kan echter besloten worden dat deze amper geraadpleegd worden. De verontrustende berichten over het gebrek aan gegevensbescherming door Facebook, houdt de patiënten niet tegen om gebruik te maken van Facebook.

Conclusie: Het professioneel gebruik van Facebook in de huisartspraktijk biedt mogelijks enkele kansen, maar er moet kritisch gereflecteerd worden over de ethische bedenkingen bij het gebruik van dit medium en communicatiemiddel. Ondanks het enthousiasme bij de patiënten zijn er op heden meer argumenten om het niet te doen. Er is ergens wel een nood bij de patiënten om beter op de hoogte gehouden te worden over de verlofperiodes van de artsen, wat via Facebook wel op een vlotte manier kan gebeuren. Er kan echter beter gekozen worden voor een dynamische website, die up-to-date is en waar regelmatig nieuwtjes op geplaatst worden.