

巻頭言

医局ホームページ (HP) 考

近畿大学医学部附属病院副病院長
近畿大学医学部外科学教授

奥野清隆

近畿大学医学部各医局のホームページ (HP) を覗いてみた。近畿大学あるいは附属病院全体のものではなく、すべて各医局が独自に作成している HP である。きっかけは当科医局長が「わが外科学教室のホームページには各部門の温度差がありすぎる、よくできた部門もあるがおざなりの部門もある。もっと努力して外科全体のレベルを上げよう」という呼びかけがあったからである。そういえば患者さんからも「先生は消化器外科学会の市民講座 (You Tube) にでていましたね」とか「セカンドオピニオンを聞きたくて HP 検索してここに来ました」という声も診察時に結構聞かれる。HP 検索は患者さんにとってずいぶん身近な出来事になっているようである。



概して基礎医学教室は研究概要や教育シラバス、スタッフ紹介程度が多いが、一応空欄を埋めました、という申し訳程度の HP から各スタッフの研究内容 (業績) や当該科の立派な入門書 (教科書) になりそうな力作を添付している教室もある。まさに教室責任者 (教授, HP 作成者) の熱意がそのまま表れているようである。臨床教室の HP も千差万別である。おもに新入医局員勧誘を目的としている HP もあれば研究, 教育, 診療の三部門ばかりでなく, 教室の歴史まで網羅している HP もある。

ここで患者の立場になって受診を目的に HP を検索することにした。近大病院を受診しようとするとき、もちろん最初の診療機関の紹介 (推薦) は大きな要素であろうが最近では紹介したことがトラブルのもとになることを恐れて「(紹介先は) どこにしますか?」と訊ねる紹介医も多いようである。あとは自己責任で、ということだろうか。そうなると、こと自分の身体に関することだから俄然、真剣味が増す。周りの人々の意見、評判も聞かざらうし、大学病院というブランドを単純に信じる場合もあろう。最近ではインターネットが手軽になったため HP は大きな参考になる。患者はわれわれとは異なり、全くの素人である。その素人が自分の将来を左右するかもしれない治療を治療前に選択しなければならないジレンマ、自己責任で選択しないとイケないストレスは相当なものである。はたして各 HP はその期待に応えられているだろうか、と思い

ながら各教室のHPを開く。「受診される患者さまに」をクリックする。消費者（患者）の目線で見ると医学用語や疾患がやさしい言葉で解説されているとほっとするし、スタッフの顔写真や専門領域、診察曜日がうまく書かれていたら「受診しようか」という気になる。HPというと何となく企業、メーカーのCMといったイメージで捉えられやすいが、病院診療科のHPは出来ること、得意なことばかりでなく、やっていないことも明示すべきである。さらに客観的なデータ提示（われわれ外科なら扱った症例数や5年生存率の成績）、そしてそのデータはつねに新しいものが求められる。いくら良い成績が提示されていてもそれが古いものなら一気にテンションが下がる。

あくまで消費者（患者）フレンドリーな視点で代表的な疾患の説明からその診断、治療、さらにそれに精通したスタッフ紹介から、診察日まで上手に解説されたHPもあり、感心させられる。これならここを受診しようか、という気になる。一方、「患者さまに」となっているのに難しい医学用語が並んでいたり、文字ばかりだったり、すぐ「工事中」に突き当たったりすると一気にイメージダウンである。たかがHPと思いつつもぞんざいに扱われそうな気持ちになり、受診意欲が萎えてしまうものである。

皆さんも一度、近畿大学医学部各教室のHPを覗かれたら如何だろう。意外とその教室の素顔が垣間見られるようで興味深いものである。