Mgr Aleksandra Lusawa

„Wpływ spersonalizowanej komunikacji społecznej na efektywność edukacji zdrowotnej”

Streszczenie

Wstęp: Komunikacja społeczna w obszarze zdrowia publicznego stanowi istotny element kształtowania właściwych wyborów i kompetencji zdrowotnych w społeczeństwie. Celem głównym badania było jak najbardziej dokładnie poznanie zależności występujących między spersonalizowaną komunikacją a wzrostem efektywności w dotarciu z przekazem edukacyjnym w zdrowiu publicznym.

Materiał i metody: Badanie składało się z dwóch części: (1) badania przekrojowego, oraz (2) retrospektywnej analizy wybranych programów edukacji zdrowotnej realizowanych przez Ministerstwo Zdrowia w latach 2018-2020. Badanie przekrojowe przeprowadzono w sierpniu 2020 roku, na losowo dobranej, ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie liczącej 1019 osób. Badanie zostało przeprowadzone metodą CAPI. Narzędzie badawcze stanowił autorski kwestionariusz zawierający 25 pytań zamkniętych dotyczących różnych aspektów komunikacji społecznej. Analizie retrospektywnej poddano ogłoszenia o zamówieniach publicznych publikowane na stronie Ministerstwa Zdrowia w latach 2018-2020. Zidentyfikowano 53 zamówienia publiczne powyżej 30 000 euro netto. Ponadto, zidentyfikowano 80 zamówień publicznych, co do których nie stosuje się przepisów ustawy Prawo Zamówień Publicznych. Ze względu na tematykę związaną z edukacją zdrowotną, do finalnej analizy włączano 4 pozycje (2 zamówienia powyżej 30 000 euro i 2 zamówienia poniżej 30 000 euro). Analizie poddano zapisy odnoszące się do określenia grupy docelowej zamawianych usług czy dostaw oraz form komunikacji oraz modeli komunikacyjnych.

Wyniki: Grupa badana liczyła 1019 osób dobranych w kwotach odpowiadających populacji Polski dla płci, wieku, lokalizacji i wielkości miejsca zamieszkania. Mniej niż połowa badanych (46,5%) deklarowała, że kiedykolwiek (nawet jednorazowo) poszukiwała informacji na tematy związane ze zdrowiem lub medycyną. Dominująca część badanych (60,4%) poszukiwała informacji na tematy związane ze zdrowiem lub medycyną dla siebie, a ponad co czwarty badany (27,6%) poszukiwał informacji o zdrowiu dla kogoś bliskiego. Zdecydowana większość badanych (48,5%) podczas poszukiwania informacji na tematy

związane ze zdrowiem lub medycyną, w pierwszej kolejności sięga do źródeł internetowych Kobiety częściej sięgają do źródeł internetowych, niż mężczyźni (50,3% vs 45,0%; p=0,3). Drugim najczęściej wskazywanym źródłem informacji dotyczącej zdrowia jest personel medyczny (24,7%), przy czym mężczyźni w porównaniu do kobiet częściej korzystają z porad profesjonalistów medycznych (29,4% vs 21,8%; p=0,3). W kwestiach związanych ze zdrowiem lub medycyną, Polacy najbardziej ufają lekarzowi (81,4%). Bardzo wysokie zaufanie do Informacji o zdrowiu pochodzących z Internetu deklarowało 5,9% badanych, a 39,7% w umiarkowanym stopniu wierzyło w informacje zdrowotne pochodzące z Internetu. Wśród badanych 22,8% wcale nie wierzyło w informacje zdrowotne pochodzące z Internetu. Obserwowano istotne różnice w źródłach informacji o zdrowiu w zależności od płci, wieku i poziomu wykształcenia. Analiza retrospektywna wykazała, że w żadnym z 4 analizowanych postępowań przetargowych dotyczących działań z zakresu edukacji, zamawiający nie wymagał od wykonawcy przedstawienia dowodów na to, że zaproponowana treść komunikatu odpowiada potrzebom grupy docelowej. Grupy docelowe były opisane przez zamawiającego w odniesieniu do kryterium płci i wieku, przy czym przedziały wiekowe były określone bardzo szeroko np. 25-69 lat, co znacznie utrudnia budowanie przekazu w oparciu o język komunikacji oraz wartości określające daną grupę docelową.

Wnioski: W projektowaniu komunikacji społecznej należy uwzględnić kwestię źródła wiedzy, jakim dla coraz większej grupy odbiorców, zwłaszcza w czasie epidemii koronawirusa SARS-CoV-2, jest Internet. Model komunikacji społecznej w ramach edukacji zdrowotnej powinien uwzględniać elementy personalizujące przekaz, w tym segmentację rynku mediów, kanałów komunikacji, dywersyfikację języka komunikatów ze względu na płeć, wiek, miejsce zamieszkania,

Słowa kluczowe: komunikacja społeczna, zdrowie publiczne, edukacja zdrowotna, profilaktyka, promocja zdrowia