

Aleksandra Hulewska
Uniwersytet Przyrodniczy, Wrocław

Facebook jako narzędzie edukowania o zdrowiu. Raport z badań

ABSTRAKT

Celem badań jest zweryfikowanie poglądu, iż Facebook może być wykorzystywany jako narzędzie edukowania o zdrowiu. W badaniach kwestionariuszowych zrealizowanych na przełomie maja i czerwca 2015 roku wzięło udział 50 osób – studentów wrocławskich uczelni. Badania pokazują, że serwis ten stanowi źródło informacji na temat zdrowia dla badanej populacji. Uzyskana za pośrednictwem portalu wiedza o zdrowiu jest inspiracją do dalszych poszukiwań w prasie, literaturze fachowej itp., a także uzupełnieniem informacji, które respondenci czerpią z innych źródeł. Aż 56% respondentów zadeklarowało, iż zastosowało zaczerpnięte z Facebooka zalecenia prozdrowotne. Badania prowadzą do wniosku, że serwis ma ogromny potencjał w zakresie edukowania o zdrowiu i promowania prozdrowotnego stylu życia wśród młodych ludzi.

SŁOWA KLUCZOWE: komunikowanie o zdrowiu, edukacja zdrowotna, promocja zdrowia, serwisy społecznościowe, Facebook

Wprowadzenie – cel podjętych badań

Obywatele krajów rozwiniętych najczęściej zapadają dziś na choroby spowodowane niewłaściwym stylem życia (np. nieodpowiednią dietą, brakiem aktywności fizycznej, nadmiarem stresu itp.)¹. Aby przeciwdziałać temu negatywnemu zjawisku, podejmowane są rozmaite zabiegi mające na celu kształtowanie postaw i zachowań prozdrowotnych jednostek oraz całych grup społecznych. Jednym z takich działań jest edukacja zdrowotna, tj.: „całozyciowy proces uczenia się ludzi, jak żyć, aby: zachować i doskonalić zdrowie własne i innych; w przypadku wystąpienia choroby (...) aktywnie uczestniczyć w jej leczeniu, radzić sobie i zmniejszać jej negatywne skutki”².

¹ A. Gniazdowski, *Zachowania zdrowotne a zdrowie. Podstawowe zależności*, [w:] *Zachowania zdrowotne. Zagadnienia teoretyczne, próba charakterystyki zachowań zdrowotnych społeczeństwa polskiego*, A. Gniazdowski (red.), Łódź 1990, s. 83-129.

² B. Woynarowska, *Edukacja zdrowotna*, Warszawa 2008, s. 103.

Bardzo ważną rolę w procesie edukacji zdrowotnej pełni obecnie Internet. Tradycyjne przekazy tej edukacji są gromadzone w zasobach sieci i tą drogą trafiają do odbiorców. Internet jest również coraz częściej celowo wykorzystywany jako nośnik przekazów edukacyjnych. Usprawnia on dotychczasowe możliwości komunikacyjne (szybkość, zasięg) i otwiera nowe (interakcja, wirtualne wspólnoty), które przeobrażają praktykę edukacji zdrowotnej, a także sposoby myślenia jej twórców³. W sieci przybywa informacji medycznych i interaktywnych serwisów poświęconych problematyce zdrowia, wzrasta ilość informacji na temat prozdrowotnego stylu życia⁴. W literaturze przedmiotu coraz częściej można spotkać termin „zdrowie w Internecie” lub „e-zdrowie” (ang. *Health on the Internet, e-health*). Początkowo rozumiano go jako wykorzystywanie Internetu do realizacji usług medycznych⁵. W 2001 roku G. Eysenbach zaproponował szerszą definicję e-zdrowia jako dziedziny dotyczącej usług mających na celu zachowanie zdrowia i łączącej aspekty informatyki medycznej, zdrowia publicznego i działalności biznesowej⁶. Podobnie szeroko ujmuje się e-zdrowie dzisiaj – jako różnorodne zastosowania systemów informatycznych i telekomunikacyjnych do realizacji usług mających kontekst zdrowotny lub medyczny⁷.

Kluczową sprawą dla możliwości korzystania z informacji o zdrowiu (i wszelkich innych) w Internecie jest jego dostępność. Jak wynika z raportu „Internauci 2014”⁸, od 2010 roku internauci stanowią w Polsce ponad połowę ogółu dorosłych. W kwietniu tego roku korzystanie z Internetu przynajmniej raz w tygodniu zadeklarowało niemal dwie trzecie badanych (63% wobec 60% w 2013 roku). Prawie wszyscy użytkownicy Internetu (98%) mają w domu dostęp do sieci. Od kilku lat obserwuje się wzrost popularności Internetu bezprzewodowego – obecnie korzysta z niego ponad trzy czwarte użytkowników (77%).

Wraz z rosnącą liczbą internautów powiększa się również grono osób mających konto w którymś z portali społecznościowych (w roku 2008 posiadało je 21 % Polaków, a obecnie – 39%). Ostatnia dekada nazywana jest czasem rewolucji społecznościowej w Internecie⁹. Serwisy zrzeszające ludzi i umożliwiające im komunikację na niespotykaną dotąd skalę na stałe zagościły w rzeczywistości. Z roku na rok rośnie liczba tych portali oraz ich aktywnych użytkowników.

³ K. Puchalski, *Internet a możliwości poprawy efektów edukacji zdrowotnej*, „Studia Edukacyjne”, 2012, nr 23, s. 119-139.

⁴ A. Hulewska, *Specialist medical blogs and their role in the health education of the Polish people*, [w:] Health Communication in Poland, A. Hulewska & A. Piasecka (red.), Toruń 2015 (w druku); P. Urbaniak, *Internetowe formy edukacji zdrowotnej*, [w:] Kształtowanie pozytywnego wizerunku ochrony zdrowia, L. Paradowski, Z. Knecht, J. Kowal, H. Żeligowski (red.), Wrocław 2014, s. 131-140.

⁵ M. Duplaga, *Znaczenie technologii e-zdrowia w rozwoju informacyjnego modelu świadczenia usług w ochronie zdrowia*, „Zdrowie publiczne i zarządzanie”, 2010, nr 8 (2), s. 47-56.

⁶ Tamże, s. 48.

⁷ Tamże.

⁸ Internauci 2014, Komunikat z badań CBOS, nr 82, s. 1.

⁹ C. Shih, *Era Facebooka*, tłum. M. Gutowski, Gliwice 2012, s. 52.

W Polsce najpopularniejszym serwisem społecznościowym jest Facebook, z którego korzysta 35% wszystkich użytkowników. Dla porównania – drugie miejsce zajmuje Google+ (19%), a trzecie *ex aequo* Nasza Klasa i Twitter – każde po 10%¹⁰. Wydaje się, że o sukcesie Facebooka decydują liczne funkcje, które serwis oferuje odwiedzającym go osobom. Zdaniem M. Wawrzak-Chodaczek¹¹ najważniejsze z nich to funkcja integracyjna i komunikacyjna. Poza tym autorka wymienia także m.in. funkcje: kulturalną, kontrolną, rozrywkową i informacyjną. Ta ostatnia polega przede wszystkim na tworzeniu platformy do wymiany różnego rodzaju informacji (tekst, zdjęcia, filmy, pliki audio) pomiędzy użytkownikami. Jak zauważa K. Urbanowicz: „Facebook (...) w ciągu 10 lat stał się największym na świecie agregatorem artykułów prasowych, tak informacyjnych, jak i publicystyki”¹².

Powstaje więc pytanie: czy użytkownicy Facebooka czerpią z portalu informacje na temat zdrowia? A jeżeli tak, to w jaki sposób i z jakim skutkiem? Innymi słowy – czy Facebook może być rozpatrywany jako skuteczne narzędzie edukowania o zdrowiu? W celu udzielenia odpowiedzi na powyższe pytania zrealizowano badania empiryczne, które zostały przedstawione w dalszej części artykułu.

Metoda i organizacja badań

W celu rozwiązania problemów badawczych posłużono się kwestionariuszem złożonym z 15 pytań otwartych i zamkniętych. Pytania miały na celu sprawdzenie, czy badani są aktywnymi użytkownikami Facebooka, czy uzyskują wiedzę na temat zdrowia za pośrednictwem tego serwisu, jakie informacje o zdrowiu pojawiające się na Facebooku oceniają jako najbardziej interesujące, a także – czy wykorzystują je w codziennym życiu (podejmując aktywność służącą własnemu zdrowiu). W badaniach wzięło udział 50 osób – studentów kilku wrocławskich uczelni (Uwr, UPwr, DSW, SWPS) w wieku 19-25 lat. 38 spośród badanych stanowiły kobiety, a 12 – mężczyźni. Badania zrealizowano w maju i czerwcu 2015 roku, w trakcie zajęć na uczelniach. Udział w nich był dobrowolny i anonimowy.

Wyniki badań i dyskusja

Pierwsze pytanie w kwestionariuszu miało na celu wyłonienie z badanej próby użytkowników Facebooka. Jak się okazało, wszyscy respondenci zadeklarowali, że posiadają konto na Facebooku, z którego regularnie korzystają, co świadczy o dużej popularności portalu w badanej populacji.

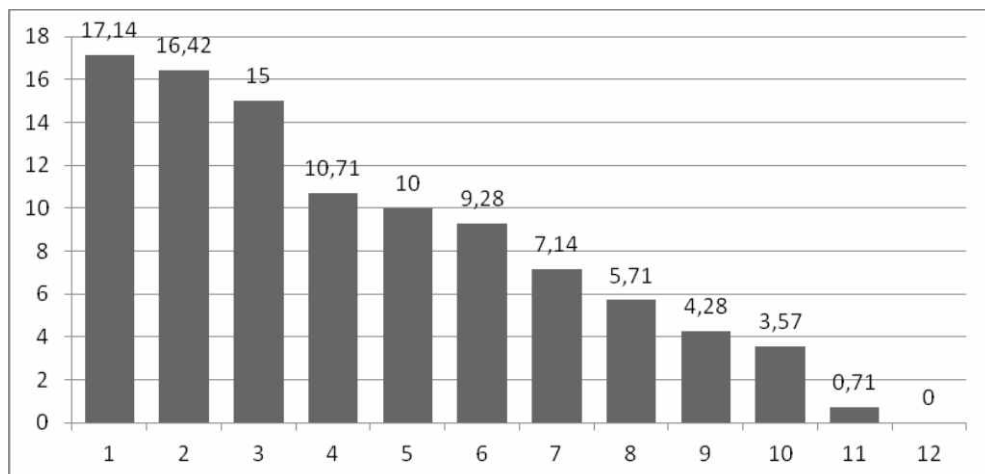
¹⁰ <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>, (uzyskano: 11.09.2015 r.).

¹¹ M. Wawrzak-Chodaczek, *Portale społecznościowe jako miejsce komunikacji lokalnej w sieci globalnej*, „Kultura – Historia – Globalizacja”, 2013, nr 13, s. 153-167.

¹² <http://socialpress.pl/2015/09/jak-i-czy-zmieni-sie-marketing-na-facebooku-po-wprowadzeniu-funkcji-nie-lubie/#>, (uzyskano: 19.09.2015 r.).

Pytanie drugie miało na celu określenie, z jakich źródeł wiedzy o zdrowiu badani korzystają najczęściej. Wyniki obrazuje rys. nr 1.

Wykres 1. Źródła wiedzy o zdrowiu (w %) wykorzystywane przez respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Oznaczenia: 1 – specjalistyczne portale internetowe o tematyce zdrowotnej; 2 – rodzina; 3 – lekarze, pielęgniarki i inni pracownicy ochrony zdrowia; 4 – przyjaciele i znajomi; 5 – blogi internetowe poświęcone zdrowiu; 6 – fora internetowe, gdzie toczą się dyskusje o tematyce zdrowotnej; 7 – prasa; 8 – literatura fachowa; 9 – telewizja; 10 – Facebook; 11 – ulotki i plakaty o tematyce zdrowotnej; 12 – radio

Jak widać, najważniejszym źródłem wiedzy o zdrowiu jest dla badanych Internet (specjalistyczne portale o tematyce zdrowotnej). Co ciekawe, sieć wirtualna wyprzedza pod tym względem kontakty bezpośrednie – z rodziną, znajomymi czy pracownikami ochrony zdrowia. Powyższy rezultat może wynikać z rosnącej popularności Internetu, który zaczyna dystansować inne popularne media (np. prasę i radio). Jak się okazuje, grupą, dla której wirtualna sieć jest najważniejszym środkiem masowego przekazu, są internauci (a więc osoby biorące udział w prezentowanych w pracy badaniach). Z analizy dotyczącej konsumpcji mediów zrealizowanej przez IR Center wynika, że wśród aktywnych internautów najczęściej używanymi mediami są Youtube (92%) i Facebook (85%), a dopiero w dalszej kolejności dwie największe stacje komercyjne – Polsat i TVN (obie po 66%)¹².

Jednocześnie warto podkreślić, że poszukując informacji o zdrowiu w Internecie badani kierują się kryterium profesjonalizmu. W pierwszej kolejności sięgają bowiem do specjalistycznych portali poświęconych problematyce zdrowotnej, a dopiero potem zaglądają na blogi oraz na fora internetowe. Facebook – choć wykorzystywany przez badanych do pozyskiwania informacji o zdrowiu – nie jest

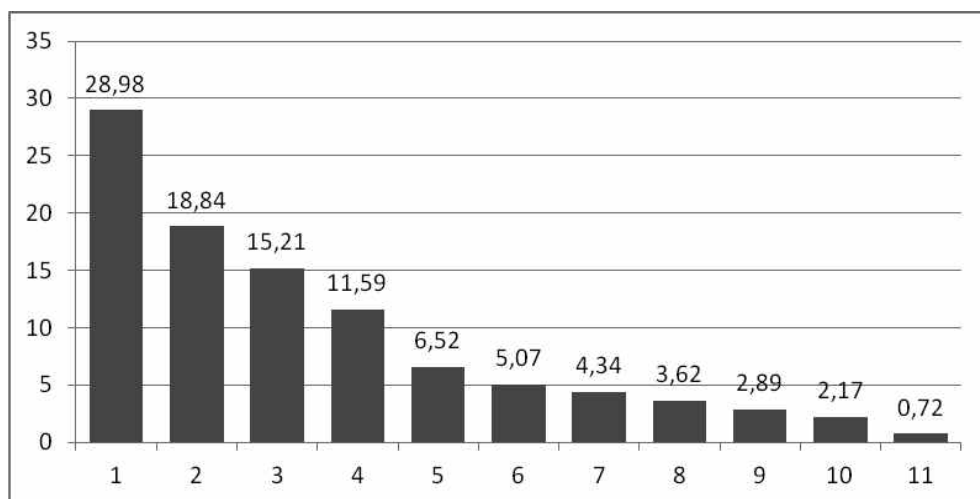
¹² <http://ircenter.com/konsumpcja-mediow-wsrod-polskich-internautow> (uzyskano: 15.05.2015 r.).

podstawowym źródłem wiedzy na ten temat. Wynik ten nie zaskakuje, biorąc pod uwagę fakt, że Facebook pełni przede wszystkim funkcję integracyjną; funkcja informacyjna ma natomiast mniejsze znaczenie¹⁴.

W pytaniu trzecim respondenci mieli określić, jak często korzystają z Facebooka. Prawie wszyscy (47 osób) zadeklarowali, że korzystają z portalu kilka razy dziennie. 2 osoby odpowiedziały, że logują się do Facebooka raz dziennie, a 1 – kilka razy w tygodniu. Powyższe odpowiedzi potwierdzają wcześniejsze ustalenia na temat popularności, którą cieszy się Facebook w badanej populacji.

Następne pytanie miało na celu ustalenie, jakie strony/profile na Facebooku są najczęściej odwiedzane przez respondentów. Wyniki zamieszczono na wykresie nr 2.

Wykres 2. Strony na Facebooku najczęściej odwiedzane przez respondentów – dane w %



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Oznaczenia: 1 – profile znajomych; 2 – hobbistyczne (związane z ciekawymi tematami, zajęciami); 3 – osób publicznych (aktorzy, muzycy, politycy, gwiazdy telewizji itp.); 4 – rozrywkowe (stworzone dla zabawy); 5 – marek; 6 – instytucji (uczelnie, urzędy itp.); 7 – organizacji społecznych (stowarzyszenia, fundacje) 8 – akcji społecznych; 9 – medialne (strony programów telewizyjnych, radiowych, prasy, książek, wydawnictw itp.); 10 – firm, prywatnych przedsiębiorstw; 11 – grupy facebookowe

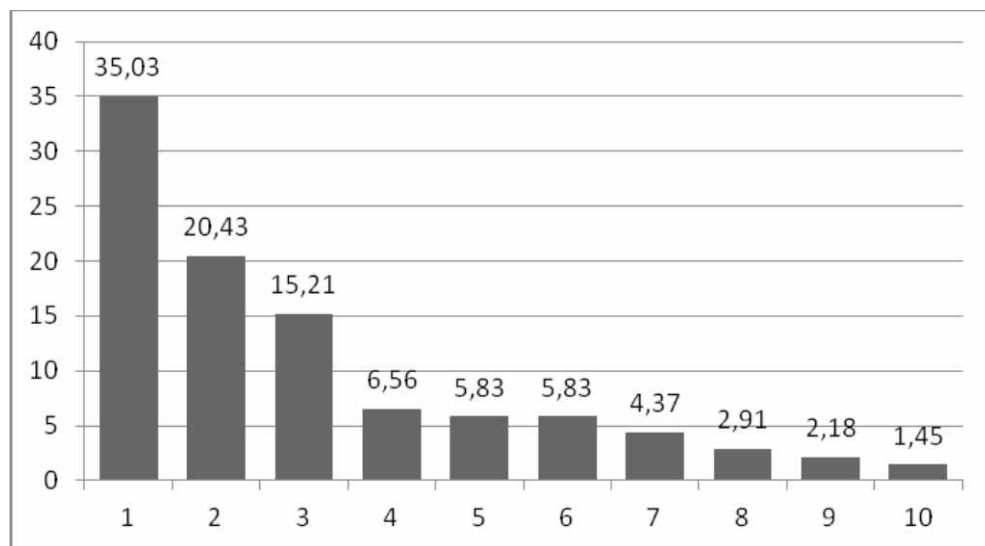
Najwyższy wskaźnik odwiedzin profili znajomych potwierdza tezę, że nadrzędną funkcją Facebooka jest funkcja integracyjna. Dzięki funkcjonalnościom ułatwiającym kontakty społeczne (jak np. mikroblog, czat, komunikator Facebook Messenger, możliwość tworzenia grup otwartych i zamkniętych itp.) Facebook stał się wygodną platformą do nawiązywania i podtrzymywania relacji. Dobrą ilustracją tego trendu jest wypowiedź P. Tkaczyka: „Większość moich znajomych ma konto na Facebooku,

¹⁴ M. Wawrzak-Chodaczek, *Portale ...*, s. 153-167.

więc do komunikacji z nimi wykorzystuję ten właśnie serwis”¹⁵. W tym kontekście nie dziwi fakt, że badani najchętniej używają Facebooka do podtrzymywania relacji ze znajomymi.

W pytaniu piątym zapytano respondentów o motywy korzystania z Facebooka. Rozkład wyników przedstawiono na wykresie numer 3.

Wykres 3. Motywy korzystania z Facebooka wskazywane przez respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Oznaczenia: 1 – komunikacja ze znajomymi (wiadomości, chat, dyskusje i komentarze pod postami itp.); 2 – przeglądanie profili znajomych; 3 – śledzenie ulubionych stron na Facebooku; 4 – dzielenie się treściami na swojej tablicy (informacje, zdjęcia, linki itp.); 5 – przeglądanie profili osób publicznych; 6 – poszukiwanie inspiracji do zmiany i rozwoju (fizycznego, psychicznego, duchowego itp.); 7 – rozrywka (gry, aplikacje, konkursy itp.); 8 – poszukiwanie wiedzy na interesujące tematy; 9 – komunikacja z nieznanymi (komentowanie zamieszczanych przez nich postów/ich wypowiedzi); 10 – Facebook jest moim narzędziem pracy (zawodowo zajmuję się social media).

Podobnie jak w poprzednim pytaniu, tak i tutaj okazało się, że Facebook jest dla badanych przede wszystkim narzędziem interpersonalnej integracji i komunikacji. Biorąc pod uwagę fakt, że 100% osób wchodzących w skład badanej próby posiada konto na portalu (pytanie 1), a także to, że większość respondentów zagląda na Facebooka kilka razy dziennie (pytanie 3), nietrudno się domyślić, że analizowanej grupie osób najłatwiej jest nawiązać kontakt ze znajomymi właśnie poprzez Facebooka.

Kolejne pytania w kwestionariuszu dotyczyły roli Facebooka w edukacji zdrowotnej. Pytanie szóste miało na celu sprawdzenie, czy badani są zainteresowani

¹⁵ <http://pl.paweltkaczyk.com/czat-facebook-a-w-komunikatorze/> (uzyskano: 06.09.2015 r.).

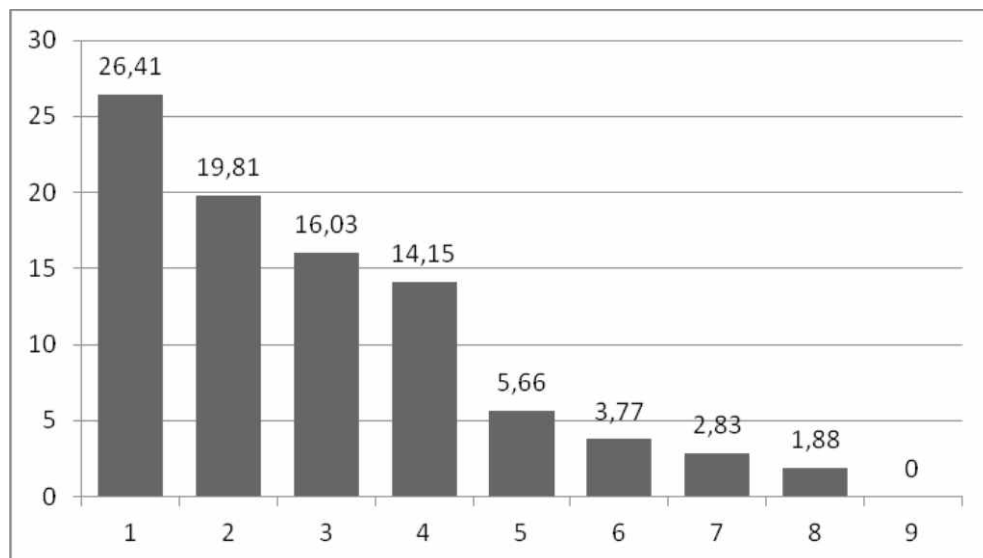
informacjami o zdrowiu zamieszczanymi na portalu. Respondenci mieli do wyboru następujące kategorie odpowiedzi: „zdecydowanie tak”, „raczej tak”, „trudno powiedzieć”, „zdecydowanie nie”, „raczej nie”. 27 osób zaznaczyło odpowiedź „raczej tak” i 7 – odpowiedź „zdecydowanie tak”, zatem 34 osoby (68%) deklarują zainteresowanie informacjami o zdrowiu uzyskiwanymi za pośrednictwem Facebooka. „Raczej nie” (13 osób) i „zdecydowanie „nie” (3 osoby) odpowiedziało w sumie 16 respondentów (32 %). Z powyższych ustaleń wynika, że choć badani korzystają z Facebooka przede wszystkim w celu nawiązania kontaktu ze znajomymi, to kiedy trafiają na portalu na informacje o zdrowiu, są przeważnie nimi zainteresowani.

W pytaniu siódmym próbowano ustalić, w jaki sposób respondenci trafiają na informacje o zdrowiu zamieszczane na Facebooku. 48 osób – a więc zdecydowana większość badanych – stwierdziła, że trafia na nie przypadkowo. Jedynie 2 osoby przyznały, że aktywnie poszukują tego rodzaju informacji. Rezultat ten jest spójny z odpowiedziami na wcześniejsze pytania kwestionariusza, z których wynika, że informacyjna funkcja Facebooka jest mniej istotna w porównaniu do funkcji integracyjnej.

W pytaniu ósmym proszono o oszacowanie procentowego udziału motywu, jakim jest poszukiwanie informacji o zdrowiu, spośród wszystkich motywów skłaniających badanych do korzystania z Facebooka. Najwięcej – 21 osób – umiejscowiło tego rodzaju motywację w przedziale od 0 – 5%, 13 osób w przedziale od 6 – 15%, 10 osób w przedziale 16 – 30% i 6 osób w przedziale 31 – 50%. Biorąc pod uwagę odpowiedzi respondentów na wcześniejsze pytania (m.in. o motywy korzystania z Facebooka) rezultat ten nie jest zaskakujący, potwierdzając fakt, iż edukacja zdrowotna nie jest głównym motywem korzystania z portalu.

W kolejnym pytaniu próbowano ustalić, jakiego rodzaju informacje o zdrowiu zamieszczane na Facebooku są najczęściej poszukiwane przez respondentów. Warto nadmienić, że pojęcie zdrowie zostało tu potraktowane wieloaspektowo, zgodnie z tzw. holistycznym paradygmatem zdrowia¹⁶. Otrzymane wyniki zestawiono na wykresie numer 4.

¹⁶ G. Dolińska-Zygmunt, *Teoretyczne podstawy refleksji o zdrowiu*, [w:] *Podstawy psychologii zdrowia*, G. Dolińska-Zygmunt (red.), Wrocław 2001, s. 11-18.

Wykres 4. Rodzaje informacji o zdrowiu najczęściej poszukiwane przez respondentów na Facebooku

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Oznaczenia: 1 – o rozwijaniu kondycji fizycznej; 2 – o dbaniu o urodę; 3 – o wypoczynku i relaksie; 4 – o zdrowym odżywianiu; 5 – o rozwoju osobistym; 6 – o przyczynach i rozwiązywaniu problemów psychicznych/psychologicznych; 7 – inne (nie szukam tego rodzaju informacji na FB); 8 – o zdrowiu seksualnym; 9 – o budowaniu zdrowych relacji z ludźmi.

Analizując powyższe dane można zauważyć wyraźną przewagę w preferowaniu informacji dotyczących zdrowia fizycznego (kondycja fizyczna, uroda, relaks, odżywianie) nad tymi odnoszącymi się do pozostałych aspektów zdrowia (psychicznego, duchowego, społecznego itp.). Nasuwa się więc pytanie: czy w świadomości badanych wciąż pokutuje tradycyjny, biomedyczny paradygmat zdrowia¹⁷, który koncentruje się na sprawnym funkcjonowaniu ciała/organizmu z pominięciem innych ważnych sfer ludzkiego funkcjonowania? Warto to sprawdzić w kolejnych badaniach. Niewątpliwie omawiany rezultat jest zgodny z lansowaną ostatnio przez media modą na bycie „fit”, tj. dbanie o kondycję fizyczną, zgrabną sylwetkę, estetyczny wygląd ciała itp. Wydaje się, że osoby badane w dużej mierze pozostają pod wpływem tego trendu, co odzwierciedlają nazwy ich ulubionych facebookowych profili o tematyce zdrowotnej wymienione w kolejnym pytaniu (nr 10).

Wszystkie odpowiedzi na pytanie dziesiąte zostały odnotowane w brzmieniu dosłownym i poddane ocenie przy zastosowaniu metody analizy treści¹⁸. W trakcie wstępnej analizy podjęto próbę wyodrębnienia z surowego materiału kategorii nadrzędnych grupujących wypowiedzi badanych ze względu na podobieństwo ich

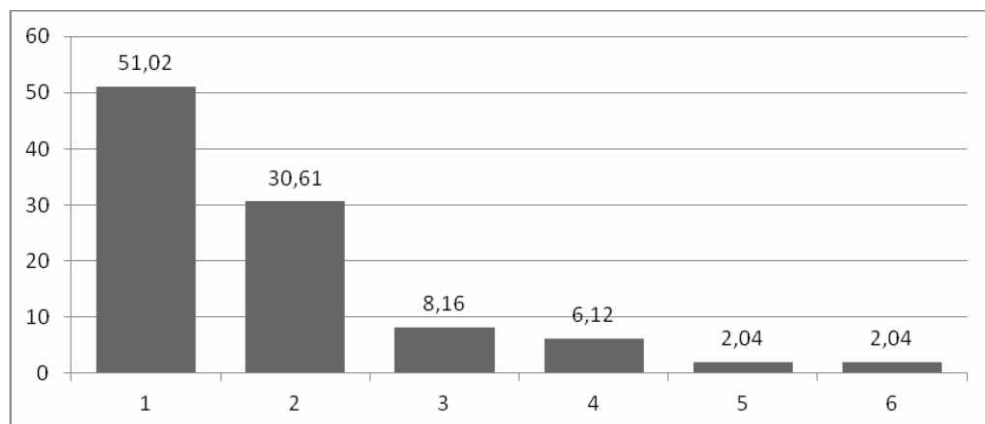
¹⁷ G. Dolińska-Zygmunt, *Teoretyczne podstawy...*, s. 11-18.

¹⁸ W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, s. 245-250.

treści (kierunek analizy: od szczegółu do ogółu). Za jednostki analizy przyjęto wypowiedzi zawierające jedno słowo, frazę lub zdanie opisujące określoną kategorię stron na Facebooku.

Uzyskany w ten sposób surowy materiał został poddany ocenie sędziów kompetentnych. Ich zadanie polegało na przypisaniu pojedynczych fraz do odpowiednich – wyłonionych w poprzednim etapie – kategorii. W tym etapie wzięło udział 5 sędziów: 3 mężczyzn i 2 kobiety. Wszyscy mieli wykształcenie psychologiczne i co najmniej 4 letnie doświadczenie w pracy naukowo-badawczej. Obliczono współczynnik zgodności ocen W-Kendalla¹⁹ i w dalszej analizie brano pod uwagę pozycje opisu, w których przynajmniej 3 sędziów wyraziło zgodne oceny równe lub wyższe wartości współczynnika $W = 0,75$. Następnie obliczono frekwencje każdej z pozycji opisu wyłączając z dalszej analizy te o bardzo niskiej frekwencji. Uzyskane wyniki zaprezentowano na wykresie numer 5.

Wykres 5. Procentowy rozkład odpowiedzi na pytanie o ulubioną stronę facebookową o tematyce zdrowotnej



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Oznaczenia: 1 – strony o rozwijaniu kondycji fizycznej; 2 – strony o zdrowym odżywianiu; 3 – strony o pielęgnowaniu twarzy i ciała; 4 – strony o zdrowiu mężczyzn; 5 – strony o zdrowiu kobiet; 6 – strony o zdrowiu seksualnym

Jak widać, preferowane przez badanych profile o zdrowiu odnoszą się przede wszystkim do zdrowia fizycznego, co jest spójne z odpowiedziami respondentów na wcześniejsze pytania kwestionariusza.

Pytanie jedenaste sprawdzało, czy badani dzielą się informacjami o zdrowiu, które czerpią z Facebooka, poprzez zamieszczanie/udostępnianie ich na swojej tablicy. Przeważająca większość osób (41, tj. 82%) udzieliła odpowiedzi przeczącej. 7 respondentów nie pamiętało, jak postępuje w tej sprawie. Tylko 2 osoby odpowiedziały

¹⁹ J. Brzeziński, *Metodologia badań psychologicznych*, Warszawa 2011, s. 267.

na pytanie twierdząco. Wynik ten zaskakuje biorąc pod uwagę odpowiedzi badanych na pytanie szóste, gdzie 68% respondentów przyznało, że interesuje się informacjami o zdrowiu, które znajdują na Facebooku. Co zatem sprawia, że – mimo deklarowanego zainteresowania wiedzą o zdrowiu – badani nie chcą upowszechniać treści prozdrowotnych na swoich profilach? Warto eksplorować ten wątek w kolejnych badaniach, w których m.in. należałoby sprawdzić, jakie style korzystania z Facebooka preferują osoby badane (tj. na ile chętnie dzielą się na portalu jakimikolwiek treściami, a na ile wolą przyjąć rolę niezaangażowanego audytorium). Być może niechęć do upowszechniania treści prozdrowotnych wpisuje się w ogólną skłonność respondentów do biernego odbioru facebookowych treści. Niezależnie od powodów niedostępiania informacji o zdrowiu na prywatnych profilach widać wyraźnie, że zarysowana tendencja znacznie ogranicza możliwość wirusowego rozprzestrzeniania się informacji prozdrowotnych wśród użytkowników Facebooka. Z perspektywy profilaktyki i ochrony zdrowia rezultat ten nie napawa optymizmem. Dlatego warto w przyszłości zastanowić się nad tym, w jaki sposób można zachęcić facebookowiczów do większego angażowania się w promocję zdrowia na portalu.

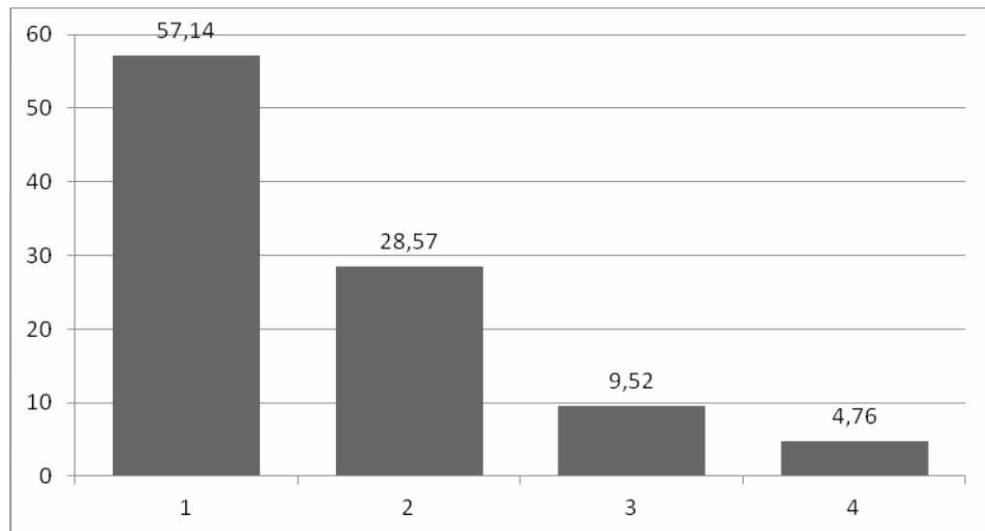
W pytaniu dwunastym poproszono respondentów o określenie, jaką rolę pełni w ich życiu wiedza na temat zdrowia, którą zdobywają na Facebooku. Najwięcej osób (27) wybrało odpowiedź: „jest dla mnie inspiracją – punktem wyjścia do dalszych, pogłębionych poszukiwań w innych źródłach (prasie, literaturze fachowej, w zasobach Internetu itp.)”. Dla 18 osób wiedza zaczerpnięta z Facebooka jest „dodatkowym źródłem wiedzy o zdrowiu – uzupełnieniem informacji, które czerpię z innych źródeł”. Tylko dla 1 spośród wszystkich badanych osób Facebook jest głównym źródłem wiedzy o zdrowiu. Powyższe rezultaty potwierdzają zatem wcześniejsze ustalenia, że edukacja zdrowotna nie jest głównym motywem korzystania z Facebooka przez respondentów oraz że większość badanych traktuje wiedzę o zdrowiu uzyskaną za pośrednictwem Facebooka jako uzupełnienie informacji zaczerpniętych z innych źródeł.

Pytanie trzynaste miało na celu sprawdzenie, czy osobom badanym zdarzyło się wprowadzić w życie wskazówki dotyczące zdrowia, z którymi spotkały się na Facebooku. Największa grupa – tj. 23 badanych – wybrała odpowiedź „tak, sporadycznie”, 5 osób stwierdziło „tak, często”. Z tego wynika, że aż 28 osobom (56%) zdarzyło się wdrożyć zaczerpnięte z Facebooka zalecenia prozdrowotne w życie. Jak widać – mimo niewielkiego udziału potrzeby poszukiwania informacji o zdrowiu w ogólnej motywacji badanych do korzystania z Facebooka (pytanie 8) – ponad 50% respondentów portal pobudził do podjęcia działań prozdrowotnych. Jest to bardzo optymistyczny rezultat pokazujący ogromne możliwości Facebooka w zakresie promowania zdrowia.

Pytanie czternaste zachęcało badanych do swobodnych wypowiedzi na temat rezultatów działań prozdrowotnych wymienionych w poprzednim pytaniu. Do

opracowania wyników ponownie zastosowano metodę analizy treści²⁰. Wyniki przedstawiono na wykresie numer 6.

Wykres 6. Efekty działań prozdrowotnych zainspirowanych informacjami uzyskanymi na Facebooku



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Oznaczenia: 1 – wprowadzenie zdrowszej diety i doświadczenie jej efektów w postaci schudnięcia, lepszego samopoczucia itp.; 2 – poprawa kondycji fizycznej, sprawności organizmu itp.; 3 – wzrost fizycznej atrakcyjności; 4 – ogólnie: zmiana stylu życia na zdrowszy

Jak wynika z rysunku, działania prozdrowotne, które respondenci podjęli pod wpływem Facebooka, doprowadziły do bardzo wymiernych rezultatów. Najczęstszymi z nich okazały się: zmiana nawyków żywieniowych i w efekcie – schudnięcie, a także poprawa kondycji fizycznej oraz ogólnej sprawności organizmu. Powyższe dane prowadzą do wniosku, że Facebook nie tylko bywa źródłem wiedzy o zdrowiu, ale także inspirowa i pobudza do podejmowania konkretnych działań w tym obszarze.

Ostatnie pytanie w kwestionariuszu sprawdzało opinie badanych na temat możliwości Facebooka w kształtowaniu postaw i zachowań prozdrowotnych. 28 osób (56% badanych) wyraziło przekonanie, że Facebook może odegrać pozytywną rolę w dziedzinie promocji zdrowia (odpowiedzi: „zdecydowanie tak” – 11 respondentów i „raczej tak” – 17 respondentów). „Raczej nie” (17 respondentów) i „zdecydowanie nie” (5 respondentów) odpowiedziały w sumie 22 osoby (44% badanych). Należy przypuszczać, że pozytywne odpowiedzi pochodzą od tych wszystkich respondentów, którzy w pytaniu 13. zadeklarowali, iż zdarzyło im się wdrożyć w życie

²⁰ W. Pisarek, *Wstęp do nauki...*, s. 245-250.

zaczepnięte z Facebooka zalecenia prozdrowotne. Rezultat ten potwierdza wcześniej sformułowaną tezę o dużym potencjale Facebooka w zakresie promowania zdrowia.

Wnioski

W tym miejscu warto zestawić najważniejsze ustalenia zaprezentowanych badań:

1. Facebook stanowi dla badanej populacji źródło informacji na temat zdrowia.
2. Zgodnie z przewidywaniami serwis nie jest podstawowym miejscem, z którego badani czerpią wiedzę na tematy zdrowotne.
3. 96% badanych na informacje o zdrowiu zamieszczane na Facebooku trafia przypadkowo. Jednocześnie 68% respondentów deklaruje zainteresowanie takimi informacjami.
4. Dla 54% badanych wiedza o zdrowiu, którą czerpią z Facebooka, jest inspiracją – punktem wyjścia do dalszych, pogłębionych poszukiwań w innych źródłach (prasie, literaturze fachowej, w zasobach Internetu itp.). Dla 36% wiedza ta stanowi dodatkowe źródło wiedzy o zdrowiu – uzupełnienie informacji, które czerpią z innych źródeł.
5. 56% respondentów deklaruje, iż zdarzyło się im wdrożyć z Facebooka zalecenia prozdrowotne w życie. Jak widać – mimo niewielkiego udziału potrzeby poszukiwania informacji o zdrowiu w ogólnej motywacji badanych do korzystania z Facebooka – portal pobudził większość respondentów do podjęcia działań prozdrowotnych.

Reasumując, choć wyniki badań potwierdzają wcześniejsze ustalenia, że najważniejszymi funkcjami Facebooka są funkcje: integracyjna i komunikacyjna²¹, to jednocześnie prowadzą do wniosku, że serwis ma ogromny potencjał w zakresie edukowania o zdrowiu i promowania prozdrowotnego stylu życia. Wyzwania dla osób i organizacji specjalizujących się w promocji zdrowia, jakie wyłaniają się z zaprezentowanych badań, to wypracowanie strategii pobudzającej motywację użytkowników Facebooka do aktywnego poszukiwania informacji o zdrowiu na tym portalu, a także – by zwiększyć zakres oddziaływania tych treści poprzez wirusowe rozprzestrzenianie się – strategii mobilizującej facebookowiczów do udostępniania informacji promujących zdrowie na swoich tablicach. W realizacji powyższych celów można sięgnąć do bogatego dorobku firm komercyjnych w zakresie prowadzenia działań marketingowych na Facebooku²² – wydaje się, że wiele z już wykorzystywanych strategii może mieć zastosowanie także w odniesieniu do działań *non profit*.

²¹ M. Wawrzak-Chodaczek, *Portale ...*, s. 153-167.

²² D. Kerpen, *Lubię to! Potęga marketingu szeptanego na Facebooku*, tłum. M. Machnik, Gliwice 2013, s. 137-2015; M. Sadowski, *Rewolucja Social Media*. Gliwice 2013, s. 179-205; C. Shih, *Era ...*, s. 139-164.

Bibliografia

- Brzeziński J., *Metodologia badań psychologicznych*, Warszawa 2011.
- Dolińska-Zygmunt G., *Teoretyczne podstawy refleksji o zdrowiu*, [w:] *Podstawy psychologii zdrowia*, G. Dolińska-Zygmunt (red.), Wrocław 2001, s. 11-18.
- Duplaga M., *Znaczenie technologii e-zdrowia w rozwoju informacyjnego modelu świadczenia usług w ochronie zdrowia*, „Zdrowie publiczne i zarządzanie”, 2010, nr 8 (2), s. 47-56.
- Gniazdowski A., *Zachowania zdrowotne a zdrowie. Podstawowe zależności*, [w:] *Zachowania zdrowotne. Zagadnienia teoretyczne, próba charakterystyki zachowań zdrowotnych społeczeństwa polskiego*, A. Gniazdowski (red.), Łódź 1990, s. 83-129.
- Hulewska A., *Specialist medical blogs and their role in the health education of the Polish people*, [w:] *Health Communication in Poland*, A. Hulewska & A. Piasecka (red.), Toruń 2015 (w druku).
- Internauci 2014, *Komunikat z badań CBOS*, nr 82.
- Kerpen D., *Lubię to! Potęga marketingu szeptanego na Facebooku*, tłum. M. Machnik, Gliwice 2013.
- Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008.
- Puchalski K., *Internet a możliwości poprawy efektów edukacji zdrowotnej*, „Studia Edukacyjne”, 2012, nr 23, s. 119-139.
- Sadowski M., *Rewolucja Social Media*. Gliwice 2013.
- Shih C., *Era Facebooka*, tłum. M. Gutowski, Gliwice 2012.
- Urbaniak P., *Internetowe formy edukacji zdrowotnej*, [w:] *Kształtowanie pozytywnego wizerunku ochrony zdrowia*, L. Paradowski, Z. Knecht, J. Kowal, H. Żeligowski (red.), Wrocław 2014, s. 131-140.
- Wawrzak-Chodaczek M., *Portale społecznościowe jako miejsce komunikacji lokalnej w sieci globalnej*, „Kultura – Historia – Globalizacja”, 2013, nr 13, s. 153-167.
- Woynarowska B., *Edukacja zdrowotna*, Warszawa 2008.

Źródła internetowe

- <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>, (11.09.2015r.).
- <http://socialpress.pl/2015/09/jak-i-czy-zmieni-sie-marketing-na-facebooku-po-wprowadzeniu-funkcji-nie-lubie/#>, (19.09.2015r.).
- <http://ircenter.com/konsumpcja-mediow-wsrod-polskich-internautow>, (15.05.2015r.)
- <http://pl.paweltkaczyk.com/czat-facebook-a-w-komunikatorze/> (06.09.2015r.).

Facebook as a tool to educate about health. Research report

Summary

The aim of the research presented in the article was to verify the hypothesis that Facebook can be used as a tool to educate about health. The study questionnaire completed at the turn of May and June 2015 were attended by 50 people – students of Wrocław Universities. The main results show that Facebook is a source of health information for the study population. Knowledge about health obtained through the portal is an inspiration for further exploration of the press, the literature, etc., as well as complementary information that respondents derive from other sources. As many as 56% of respondents declared that they had been taken to implement the recommendations of health-promoting Facebook into force. These results lead to the conclusion that the service has a huge potential to educate about health and to promote a healthy lifestyle among young people.

Key words: health communication, health education, health promotion, social media, Facebook