

Wpływ mediów na zachowania zdrowotne młodych osób dorosłych

Kamil Ludwisiak¹, Michał Polgaj², Agata Majos¹, Wojciech Drygas^{3,4}

¹ Zakład Diagnostyki i Terapii Radiologicznej i Izotopowej, SPZOZ Uniwersyteckiego Szpitala Klinicznego im. Wojskowej Akademii Medycznej, Łódź, Polska

² Zakład Angiologii, Międzywydziałowa Katedra Anatomii i Histologii, Uniwersytet Medyczny w Łodzi

³ Zakład Medycyny Zapobiegawczej, Katedra Medycyny Społecznej i Zapobiegawczej, Uniwersytet Medyczny w Łodzi

⁴ Zakład Epidemiologii, Prewencji Chorób Układu Krążenia i Promocji Zdrowia, Instytut Kardiologii, Warszawa

Ludwisiak K, Polgaj M, Majos A, Drygas W. Wpływ mediów na zachowania zdrowotne młodych osób dorosłych. Med Og Nauk Zdr. 2016; 22(2): 145–150. doi: 10.5604/20834543.1208221

Streszczenie

Wprowadzenie. Dla większości ludzi na świecie media stanowią nieodłączną część życia codziennego. Stało się tak dzięki dynamicznemu rozwojowi technologii, która ułatwiła do nich dostęp przeciętnemu człowiekowi i sprawiła, iż są one ważnym źródłem pozyskiwania informacji użytecznych w życiu codziennym.

Cel pracy. Celem pracy była ocena wpływu mass mediów na zachowania zdrowotne młodych osób dorosłych w zależności od wieku, płci i poziomu wykształcenia.

Materiał i metoda. Badanie ankietowe zostało przeprowadzone w 2015 roku na terenie województwa łódzkiego. Zastosowaną metodą badawczą był sondaż wykonany przy pomocy kwestionariusza autorskiego. Anonimowa ankieta składała się z 54 pytań. Badaniem objęto 260 osób w przedziale wiekowym pomiędzy 18. a 35. rokiem życia, w większości studentów uczelni medycznych (N = 149), a także internautów (N = 89) oraz pracowników łódzkich szpitali (N = 22).

Wyniki. Zgodnie z analizą 67,7% respondentów potwierdziło wpływ mediów na zachowanie zdrowotne (67,4% kobiet i 68,6% mężczyzn). Za pozytywnym wpływem opowiedziało się 34,2% badanych, zaś za negatywnym 6%, reszta nie miała zdania lub stwierdziła ich neutralność. Za najczęściej poszukiwane w mediach informacje dotyczące zdrowia, większość badanych wskazała informacje dotyczące leków i skutków ich przyjmowania, diet, diagnostyki oraz znaczenia różnych objawów chorób. Za najczęściej wykorzystywane media respondenci wskazali Internet (91%), następnie telewizję i czasopisma – po 42%. Mniej niż 12% wskazało książki, zaś radio i prasę codzienną – odpowiednio 7,3% i 6%.

Wnioski. W opinii respondentów informacje przekazywane przez media mają wpływ na zachowania zdrowotne młodych osób dorosłych. Największy wpływ na poszerzanie wiedzy dotyczącej stosowania leków, diet, diagnostyki i symptomatologii chorób mają Internet, telewizja oraz czasopisma.

Słowa kluczowe

media, zdrowie, zachowanie, wiarygodność informacji, młode osoby dorosłe

WSTĘP

W dzisiejszych czasach, dla większości ludzi na świecie mass media stanowią nieodłączną część życia codziennego. Stało się tak głównie dzięki dynamicznemu rozwojowi technologii, która znacznie ułatwiła do nich dostęp przeciętnemu człowiekowi i sprawiła, iż są one ważnym źródłem pozyskiwania informacji użytecznych w życiu codziennym [1]. Do mass mediów zaliczamy zarówno telewizję, Internet, radio, jak i prasę codzienną, czasopisma i książki. Ich mnogość oznacza, iż są w stanie dotrzeć do bardzo dużej grupy ludzi, a treści przez nie przekazywane są w stanie zarówno informować, jak i edukować, lub nawet promować pewne zachowania zdrowotne, wprowadzając tym samym zmiany w zachowaniach odbiorców [2].

Najbardziej popularnym, a zarazem najprężniej rozwijającym się środkiem masowego przekazu w ostatniej dekadzie jest Internet [3]. Szybki wzrost jego popularności wynika z łatwego dostępu i szerokiego zakresu możliwości interakcji – stanowi on zarówno formę rozrywki, jak i źródło wiedzy.

Wypiera on z życia codziennego lub zastępuje inne, wcześniej powstałe media, takie jak telewizja czy prasa codzienna [4].

Wpływ każdego rodzaju środka masowego przekazu może być zarówno pozytywny, jak promowanie prozdrowotnego stylu życia, zachęcanie do aktywności fizycznej, czy zmiana nawyków żywieniowych, jak i negatywny, np. poprzez promowanie niezdrowego jedzenia, czy używek [5].

Wpływ mediów na zachowania zdrowotne jest istotny z wielu powodów. Głównym jest aspekt zdrowotny jednostek. Kolejnym – społeczny, dotyczący ogólnej poprawy zdrowia społeczeństwa. Innym jest aspekt ekonomiczny, głównie wynikający z kosztów, jakie niesie niezdrowy styl życia [6].

CEL PRACY

Celem pracy była ocena wpływu mass mediów na zachowania zdrowotne młodych osób dorosłych w zależności od wieku, płci i poziomu wykształcenia, oraz analiza różnic w udzielanych odpowiedziach w grupach utworzonych według różnych kryteriów.

1. Do celów szczegółowych należy uzyskanie odpowiedzi na pytania:
2. Czy informacje przekazywane przez media mają wpływ na zachowania zdrowotne?

Adres do korespondencji: Kamil Ludwisiak, Zakład Diagnostyki i Terapii Radiologicznej i Izotopowej SPZOZ Uniwersyteckiego Szpitala Klinicznego im. Wojskowej Akademii Medycznej, ul. Zeromskiego 113, 90-549 Łódź
E-mail: kamilludwisiak@wp.pl

Nadesłano: 6 maja 2016; zaakceptowano do druku: 30 maja 2016

3. Jaki wpływ na zachowania zdrowotne mają tzw. media społecznościowe?
4. Jakich informacji zdrowotnych badani poszukują w mediach?
5. Które środki masowego przekazu zdaniem ankietowanych mogą być źródłem wiarygodnych informacji dotyczących zdrowia?

MATERIAŁ I METODYKA

Badanie zostało przeprowadzone w 2015 roku na terenie województwa łódzkiego, a także za pośrednictwem Internetu, w okresie od lutego do maja.

Zastosowaną metodą badawczą był sondaż, zaś do przeprowadzenia niniejszego badania został wykorzystany kwestionariusz autorski. Wstęp kwestionariusza określał cel badania, jego zakres, oraz informacje dotyczące zagwarantowania anonimowości. Kwestionariusz składał się z 54 pytań: jednokrotnego wyboru, wielokrotnego wyboru otwartych oraz metryczkowych. Zawierał pytania bezpośrednio odnoszące się do wpływu mediów na zachowania zdrowotne, pośredniego wpływu masowych środków przekazu na badanego i osoby postronne, pytania związane ze stylem życia, dbaniem o zdrowie, pytania sprawdzające wiedzę badanego z zakresu zdrowia, a także ewentualne zainteresowania związane z ww. problematyką. Pytania tzw. metryczkowe obejmowały płeć badanego, przedział wiekowy, wysokość i ciężar ciała, stan cywilny, wykształcenie i miejsce zamieszkania.

Do badania kwalifikowano osoby w przedziale wiekowym od 18 do 35 lat. Badaniem tym objęto 260 osób, w tym: 149 osób będących studentami Uniwersytetu Medycznego w Łodzi, 22 osoby pracujące w służbie zdrowia, oraz 89 internautów; 171 osób zostało przebadanych za pośrednictwem ankiety w wersji papierowej, zaś pozostałe 89 osób w formie elektronicznej, w której to kwestionariusz był im dostarczony głównie za pośrednictwem portali społecznościowych i drogą elektroniczną.

Wyżej wymienione badanie uzyskało zgodę Komisji Bioetycznej do spraw Badań na Ludziach Uniwersytetu Medycznego w Łodzi (nr zgody RNN/28/15/KE/M). Każdy badany otrzymał w ankiecie informację, iż jej wypełnienie jest równoznaczne z wyrażeniem zgody na wykorzystanie do celów badawczych, przy zachowaniu anonimowości badanego, a także został poinformowany o możliwości wycofania swojej zgody bez żadnych konsekwencji.

WYNIKI

Analiza danych

Wszystkie pytania zawarte w ankiecie zostały poddane wstępnej analizie mającej na celu ukazanie liczbowych i procentowych wartości w udzielanych odpowiedziach, oraz szczegółowej, której celem było przedstawienie zależności pomiędzy udzielanymi odpowiedziami a innymi zmiennymi, jak wiek, płeć, czy przynależność do innych grup podziału badanych. Podczas analizy wyników badanych podzielono na grupy w zależności od następujących parametrów: płeć, wiek i poziom wykształcenia. Pozyskane w ten sposób dane wprowadzono do arkusza kalkulacyjnego i poddano dalszej analizie. W programie wykonano stosowne obliczenia, a uzyskane wyniki przedstawiono w formie opisów, tabel i rycin.

Dane metryczkowe

Prawie 3/4 respondentów stanowiły kobiety. Około połowy ankietowanych stanowiły osoby w przedziale wiekowym od 21. do 25. roku życia, co trzeci był w wieku 26–30 lat, zaś 1 na 10 stanowiły osoby w przedziale od 31 do 35 lat. Osoby będące w wieku 18–20 lat stanowiły najmniejszą grupę – jedynie 3,1% badanych. Ponad połowa ankietowanych posiadała wykształcenie niepełne wyższe, wykształcenie średnie i zawodowe co trzeci badany, zaś wyższe – co dziesiąty. Mniej niż 1% badanych posiadało wykształcenie podstawowe lub niepełne podstawowe. Większość osób biorących udział w badaniu (ok. 62%) pochodziło z miast powyżej 500 tys. mieszkańców (tab. 1).

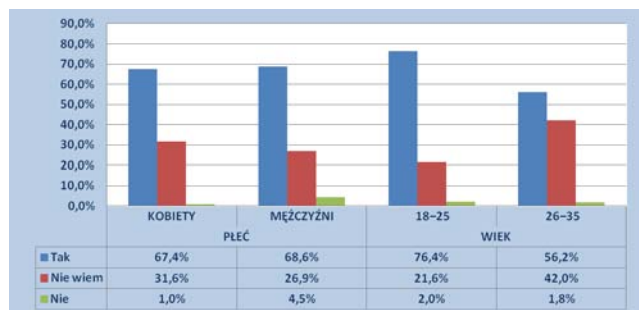
Tabela 1. Charakterystyka osób badanych

PYTANIA METRYCZKOWE	RAZEM	
	n	%
Płeć:		
Kobieta	193	74,2
Mężczyzna	67	25,8
Przedział wiekowy:		
18–20	8	3,1
21–25	140	53,8
26–30	81	31,2
31–35	31	11,9
Stan cywilny:		
Panna/kawaler	187	71,9
Zamężna/zonaty	60	23,1
Rozwiedziona/rozwiedzony	13	5,0
Wdowa/wdowiec	0	0,0
Wykształcenie:		
Podstawowe lub niepełne podstawowe	1	0,4
Zawodowe	39	15,0
Średnie	47	18,1
Niepełne wyższe (student)	148	56,9
Wyższe	25	9,6
Miejsce zamieszkania:		
Wieś	12	4,6
Miasto do 10 tys. mieszkańców	9	3,5
Miasto od 10–100 tys. mieszkańców	37	14,2
Miasto od 100–500 tys. mieszkańców	41	15,8
Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	161	61,9
Ciężar ciała (w kg):		
średnio:	K: 62,5	M: 81,8
Wysokość (w cm):		
średnio:	K: 167,5	M: 181,1

Wpływ mediów na zachowania zdrowotne

Na pytanie: „Czy sądzi Pan/Pani, że informacje przekazywane przez media (telewizja, Internet, gazety) mają wpływ na nasz styl życia?” 67,7% respondentów odpowiedziało twierdząco, 30,4% badanych nie wie, czy taki wpływ jest obecny. Analiza ww. odpowiedzi pod kątem podziału badanych na płeć wskazuje, że blisko 2/3 badanych kobiet potwierdziło wpływ mediów na nasz styl życia. Mężczyźni (68,6%) także potwierdzili istnienie tego wpływu.

Analizując odpowiedzi pod kątem przedziału wiekowego, można stwierdzić, iż 3/4 osób w przedziale 18–25 lat potwierdziło wpływ mediów na nasz styl życia. Badani w przedziale 26–35 lat za istnieniem wpływu opowiadają się w 56,2%. We wszystkich wariantach odpowiedzi negująca ten wpływ waha się w granicach ok. 2–4% (ryc. 1).



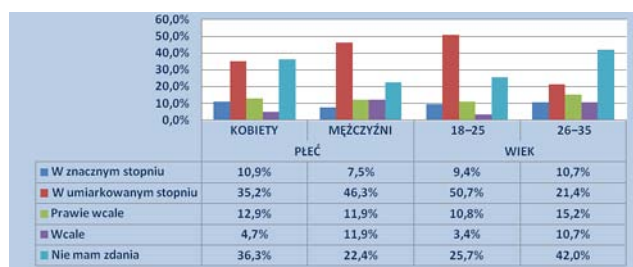
Rycina 1. Wpływ informacji przekazywanych przez media na styl życia wg. płci oraz wg wieku

Grupami najczęściej przyznającymi, iż nie wiedzą, czy mass media wpływają na zachowania zdrowotne, byli badani posiadający wykształcenie podstawowe i zawodowe (ok. 62%) oraz średnie (ponad 58%). Osoby posiadające wykształcenie niepełne wyższe lub wyższe potwierdziły istnienie wpływu informacji przekazywanych przez media na styl życia odbiorców w 83% (tab. 2).

Tabela 2. Wpływ informacji przekazywanych przez media na styl życia wg wykształcenia

ODPOWIEDZI	WYKSZTAŁCENIE					
	PODSTAWOWE I ZAWODOWE		ŚREDNIE		NIEPEŁNE WYŻSZE I WYŻSZE	
	n	%	n	%	n	%
Tak	12	30,0	20	42,6	144	83,2
Nie wiem	25	62,5	27	57,4	27	15,6
Nie	3	7,5	0	0,0	2	1,2
RAZEM	40	100	47	100	173	100

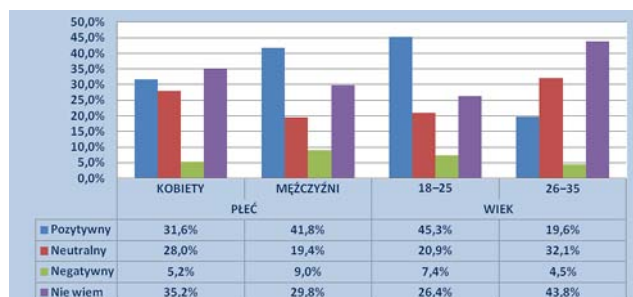
Kolejnym pytaniem weryfikującym wpływ mediów na zachowania odbiorców było „W jakim stopniu reklamy o charakterze komercyjnym wpływają na decyzje młodych osób dorosłych dotyczące zakupu reklamowanych przez nie produktów, mających wpływ na zmianę stylu życia...?”. Najwięcej badanych – 38% – odpowiedziało „W umiarkowanym stopniu”, co trzeci nie miał zdania, zaś ok. 20% ankietowanych uznało, iż „Prawie wcale” i „W znacznym stopniu”. Niecałe 7% twierdziło, iż tego wpływu media nie mają wcale. W przypadku płci, kobiety za najczęstsze odpowiedzi wybrały warianty „Nie mam zdania” – 36%, „W umiarkowanym stopniu” – 35%. Jedynie 4,7% twierdziło, że nie ma go wcale. Mężczyźni za najczęstszą odpowiedź wybrali „W umiarkowanym stopniu” – ok. 46%. Znaczny stopień potwierdza jedynie 7,5% badanych mężczyzn. W przypadku podziału na wiek, ankietowani będący w przedziale wiekowym 18–25 lat najczęściej odpowiadali „W umiarkowanym stopniu” – ponad połowa, a jedynie 3,4% „Wcale”. Osoby będące w przedziale wiekowym 26–35 lat najczęściej nie miały zdania – 42%, natomiast odpowiedzi „W znacznym stopniu” oraz „Wcale” udzieliło po ok. 11% badanych tego przedziału (ryc. 2).



Rycina 2. Wpływ reklam o charakterze komercyjnym na decyzje młodych osób dorosłych wg płci oraz wg wieku

Wpływ tzw. mediów społecznościowych

Celem kolejnego pytania dotyczącego mediów społecznościowych (portali typu Facebook, nk.pl czy forów i blogów) i ich wpływu na zachowania zdrowotne było zweryfikowanie, czy jest on pozytywny, neutralny, czy też negatywny. Za pozytywnym wpływem mediów społecznościowych opowiedziało się ponad 34,2% badanych, blisko tyle samo respondentów nie wiedziało, jaki ten wpływ jest (33,8%), wariant „neutralny” wybrał co czwarty, zaś jedynie 6% twierdziło, iż jest on negatywny. Przy podziale badanych na płć, kobiety najczęściej nie miały zdania (35,2%). Za wpływem negatywnym opowiedziało się 5,2% pań. Mężczyźni za najczęstszą odpowiedź wybierali „Pozytywny”. Negatywny wpływ potwierdza 9% badanych panów. Analizując odpowiedzi badanych przy podziale na dwie grupy wiekowe, można stwierdzić, że osoby w przedziale 18–25 lat za najczęstszą odpowiedź wybrały „Pozytywny” – 45,3%, a 7,4% uważa go za negatywny. Osoby w przedziale wiekowym 26–35 lat najczęściej nie miały zdania (43,8%), Negatywny wpływ mediów społecznościowych potwierdza tylko 4,5% (ryc. 3).



Rycina 3. Wpływ mediów społecznościowych na zachowania zdrowotne wg płci oraz wg wieku

Analizując respondentów pod kątem wykształcenia, stwierdzono, iż osoby cechujące się wykształceniem podstawowym i zawodowym najczęściej nie mieli zdania (60%), zaś za wpływem pozytywnym i negatywnym opowiedziało się po 10% badanych z tej grupy. Respondenci posiadający wykształcenie na poziomie średnim także najczęściej nie mieli zdania – 57,4% tej grupy. Negatywny wpływ potwierdziło blisko 6%, a pozytywny ok. 4% badanych z tej grupy. Najczęstszym wariantem odpowiedzi w przypadku osób posiadających wykształcenie niepełne wyższe bądź wyższe był wariant „Pozytywny” – 48% badanych z tej grupy. Najmniej – jedynie 5,2% – wskazało go za „Negatywny” (tab. 3).

Informacje zdrowotne poszukiwane w mediach

Chcąc uzyskać wiedzę, czy i ile czasu badani poświęcają na uzyskiwanie informacji dotyczących zdrowia, zadano im stosowne pytania. Ponad połowa badanych (58,5%) przyznała,

Tabela 3. Wpływ mediów społecznościowych na zachowania zdrowotne wg wykształcenia

ODPOWIEDZI	WYKSZTAŁCENIE					
	PODSTAWOWE I ZAWODOWE		ŚREDNIE		NIEPEŁNE WYŻSZE I WYŻSZE	
	n	%	n	%	n	%
Pozytywny	4	10,0	2	4,3	83	48,0
Neutralny	8	20,0	15	31,9	44	25,4
Negatywny	4	10,0	3	6,4	9	5,2
Nie wiem	24	60,0	27	57,4	37	21,4
RAZEM	40	100	47	100	173	100

iż w przeciągu ostatnich dwóch tygodni czytała lub oglądała materiały lub filmy dotyczące problematyki zdrowia, zaś 41,5% negowała tego typu czynności. Spośród badanych którzy potwierdzili poszukiwanie ww. informacji, najwięcej – 42,8% – przeznaczyła na to czas z przedziału od 15 do 59 minut dziennie, mniej niż 15 minut dziennie – 30,3%, powyżej 2 godzin na dzień – 16,4%, zaś najmniej (11,2%) od godziny do dwóch na dzień.

Za najczęściej poszukiwane w mediach informacje zdrowotne większość badanych wskazała informacje dotyczące leków i skutków ich przyjmowania, diet, diagnostyki oraz znaczenia różnych objawów chorób. Ponad 33% respondentów poszukiwało także informacji na temat aktywności fizycznej i sportu, a także domowych sposobów leczenia. Najmniej – poniżej 2% – badanych szukało informacji dotyczących wytycznych towarzystw naukowych, profilaktyki, suplementacji czy działalności systemu ochrony zdrowia (tab. 4).

Tabela 4. Najczęściej poszukiwane w mediach informacje zdrowotne wymienione przez badanych

RAZEM		
	n	%
Leki i skutki ich przyjmowania	143	55,0
Diety	140	53,8
Diagnostyka chorób	137	52,7
Znaczenie różnych objawów	128	49,2
Aktywność fizyczna i sport	92	35,4
Domowe sposoby leczenia	91	35,0
Opinie o lekarzach	44	16,9
Zdrowie psychiczne	26	10,0
Medycyna alternatywna	14	5,4
Wytyczne towarzystw naukowych	3	1,2
Profilaktyka	2	0,8
Suplementacja	1	0,4
Działalność ochrony zdrowia	1	0,4

Mass media wykorzystywane do poszukiwania wiarygodnych informacji

Jako media najczęściej używane do poszukiwania potrzebnych i wiarygodnych informacji dotyczących zdrowia respondenci wskazali Internet (91% badanych), następnie telewizję i czasopisma – po 42%. Mniej niż 12% wskazało książki, zaś radio tylko 7,3%, a prasę codzienną mniej niż 6%. Wariant „Informacje od znajomych” stanowiło mniej

niż 1% wszystkich odpowiedzi. Zarówno w przypadku podziału badanych na płeć, jak i na wiek, ww. wartości procentowe wyników są do siebie zbliżone. Badani cechujący się wykształceniem na poziomie podstawowym i zawodowym za podstawowe źródło informacji o zdrowiu najczęściej wskazywali Internet i telewizję (80%–90%), zaś czasopisma 30%. Ankietowani posiadający wykształcenie średnie Internet wskazywali w 89%, telewizję w 72% i czasopisma w 36%. Respondenci cechujący się wykształceniem niepełnym wyższym i wyższym wskazują Internet w 92%, czasopisma w 46%, zaś telewizję jedynie co czwarty. Ponadto, grupa ta, w odróżnieniu od dwóch pozostałych, charakteryzuje się stosunkowo wysokim procentem poszukiwania informacji na temat zdrowia w książkach – 17,3% (tab. 5).

Tabela 5. Media najczęściej wykorzystywane do poszukiwania informacji dotyczącej zdrowia, wg wykształcenia badanych

ODPOWIEDZI	WYKSZTAŁCENIE					
	PODSTAWOWE I ZAWODOWE		ŚREDNIE		NIEPEŁNE WYŻSZE I WYŻSZE	
	n	%	n	%	n	%
Internet	36	90,0	42	89,4	159	91,9
Telewizja	32	80,0	34	72,3	43	24,9
Radio	4	10,0	8	17,0	7	4,0
Prasa codzienna	2	5,0	2	4,3	11	6,4
Czasopisma	12	30,0	17	36,2	80	46,2
Książki	0	0,0	1	2,1	30	17,3
Informacje od znajomych	0	0,0	0	0,0	2	1,2
SUMA BADANYCH	40	100	47	100	173	100

DYSKUSJA

Przeprowadzone badanie wpływu mediów na zachowania zdrowotne jednoznacznie wskazuje na realne istnienie tego zjawiska. Według większości respondentów, informacje przekazywane za pośrednictwem środków masowego przekazu mają znaczący wpływ zarówno na badanych, jak i na ich rodziny czy znajomych. Co prawda odpowiedzi zależnie od płci, wieku i poziomu wykształcenia są zróżnicowane, ale spośród wszystkich badanych aż 67,7% przyznaje, iż wpływ jest „Znaczący”. Podobne relacje zaobserwowano w innych pracach zgłębiających powyższe zależności, zaś rozległość prowadzonych badań oraz duże zróżnicowanie badanych grup, w związku z uzyskaniem podobnych wyników pozwala postawić tezę, iż wpływ mediów ma zasięg globalny i nie oddziałuje wyłącznie na jednostki, a na całe społeczeństwa [7].

Większość badanych potwierdza także istnienie wpływu reklam mających charakter komercyjny. W ponad 48% jest on określany jako „Znaczący” lub „Umiarkowany”. Jedyne mniej niż 20% wskazuje na mały wpływ lub absolutny brak tego wpływu. Jeden na trzech badanych nie miał na ten temat zdania, co może oznaczać, iż nie ma on faktycznie pojęcia o tego typu wpływie lub też woli uniknąć odpowiedzi na to pytanie, które najprawdopodobniej odbiera za zbyt personalne.

Analiza odpowiedzi na pytanie o wpływ mediów społecznościowych na zachowania zdrowotne wskazuje, iż dla

większości respondentów (34,2%) jest on pozytywny, natomiast 33,8%, czyli niewiele mniej, nie wie, jaki on jest. Za neutralny wpływ uznało ok. 25% badanych. Przyjmując, iż odpowiedź „Nie wiem” może oznaczać pochodną neutralnej i łącząc te odpowiedzi z faktycznymi odpowiedziami „Neutralny”, uzyskamy tezę, na podstawie której można stwierdzić, iż ponad połowa ankietowanych nie uznaje wpływu mediów społecznościowych ani za dobry, ani za zły, co także potwierdza wyżej postawiony wniosek dotyczący ogólnego wpływu środków masowego przekazu na zachowania populacji.

Jedynie połowa badanych zapytanych o to, czy w przeciągu ostatnich dwóch tygodni poświęciła jakiś czas na poszukiwanie informacji związanych ze zdrowiem, odpowiedziała twierdząco, co pokrywa się z wynikami pracy Marii Bujnowskiej-Fedak pt. *Trendy w wykorzystaniu Internetu do celów zdrowotnych w Polsce*, w której w 2007 roku było to ok. 46,8% badanych. Ponadto autorka zaznacza, iż od roku 2005 do 2012 zaobserwowała 25-procentowy wzrost częstości wykorzystania Internetu przez Polaków do celów zdrowotnych [8].

Jako najczęściej poszukiwane w mediach zagadnienia dotyczące zdrowia badani wskazali na pierwszym miejscu „Leki i skutki ich przyjmowania”, diety oraz diagnostykę chorób, a także znaczenie objawów. Badani mężczyźni częściej poszukują informacji o sporcie, kobiety zaś o dietach. Do najrzadziej poszukiwanych informacji niestety należy profilaktyka oraz wszelkie informacje o działalności systemu ochrony zdrowia.

W związku z powyższym można wnioskować, iż obecna rola środków masowego przekazu jako edukatora w zakresie zdrowia – głównie poprzez rosnącą popularność mediów, jak wykazano w pracy *Źródła edukacji zdrowotnej* S. Szczepańskiego – będzie miała coraz większy wpływ na społeczeństwo, z możliwością stania się w przyszłości pierwszoplanowym edukatorem w dziedzinie zdrowia [9]. Pomimo iż większa wiedza społeczeństwa w zakresie zdrowia powinna korzystniej wpływać na takie aspekty jak prewencja chorób lub wcześniejsze wykrycie objawów niektórych chorób, to częstsze próby samoleczenia, bez skorzystania z pomocy fachowej, mogą skutkować efektem innym niż pożądanym. W tym miejscu należy zaznaczyć, iż informacje zaczerpnięte z mediów nie mogą zastąpić ludziom fachowej wiedzy medycznej lekarza czy innego specjalisty, prawidłowej diagnostyki czy osobistej konsultacji z lekarzem.

Do najczęściej wykorzystywanych środków masowego przekazu, z ciągle rosnącą popularnością, należy Internet. Badani poświęcają dziennie ponad 2 godziny na korzystanie z tego typu medium. Kolejnym jest telewizja – w wymiarze ponad godziny na dzień i radio – w wymiarze 40 minut dziennie. Wyniki zbliżone do powyższych uzyskano także w badaniu przeprowadzonym w 2009 roku, a opisanym przez Ewę Szymczuk i wsp. w pracy pt. *Media jako źródło wiedzy o zdrowiu*. Według autorów do najczęściej wykorzystywanych środków masowego przekazu należą w kolejności malejącej: Internet, telewizja, prasa i radio [10]. W badaniu przeprowadzonym w roku 2008, a przedstawionym w pracy Agnieszki Borowiec i wsp. pt. *Postawy Polaków wobec promowania zdrowego stylu życia w środkach masowego przekazu* stwierdzono, iż najczęściej badani poszukiwali informacji na temat zdrowia w pierwszej kolejności w telewizji, następnie w prasie, zaś na trzecim miejscu w radiu [11]. Warto jednak zaznaczyć, iż w badaniu tym wzięły udział osoby będące

w przedziale wiekowym od 18 do 87 lat, zaś badanie Magdaleny Syrkiewicz-Świtawy i wsp. opisane w publikacji pt. *Znaczenie mass mediów w promocji zdrowia* objęło osoby do 45. roku życia. Najpewniej ten fakt jest źródłem różnic w uzyskanych wynikach i stąd ta praca wskazała Internet jako najczęściej wykorzystywany ze środków [12]. Praca wcześniej wspomnianej Marii Bujnowskiej-Fedak także wskazuje Internet za najczęściej stosowany sposób dostępu do informacji w zakresie zdrowia, szczególnie wśród osób młodych, aczkolwiek z zaznaczeniem rosnącej popularności tego typu media także pośród osób starszych [8].

Wpływ nowoczesnych środków masowego przekazu nie jest bezpośredni i jak wspomniano w pracy Tomasza Prauznera, kształtowanie poprzez media zachowań czy skłonności zachodzi w skutek zmian kierunku postrzegania lub też zmian dynamiki procesów poznawczych i emocjonalnych w świadomości lub też podświadomości odbiorców [13]. W związku z powyższym media powinny świadomie podchodzić do materiałów, które prezentują, aby uniknąć negatywnego wpływu na zachowania odbiorców. Jak promowanie niewłaściwych wzorów zachowań czy idealizowanie „sztucznego” piękna, niekoniecznie idącego w parze ze zdrowym trybem życia [14]. Chociaż mass media, np. poprzez propagowanie zachowań prozdrowotnych w programach, serialach i prowadzonych kampaniach prozdrowotnych, pokazują jednoznacznie, iż wychodzą naprzeciw oczekiwaniom społeczeństwa w kontekście promocji zdrowia, niemniej jednak nadal nie docierają do wszystkich [15]. Stąd w przyszłości należy położyć większy nacisk nie tylko na informowanie, ale także na tworzenie i promowanie trendów czy mody na zdrowie, po to by większa część społeczeństwa nie tylko dysponowała odpowiednią wiedzą, ale chciała i potrafiła wdrożyć korzystne zachowania zdrowotne do życia codziennego.

WNIOSKI

Większość badanych uważa, że informacje przekazywane przez mass media mają wpływ na zachowania zarówno samych ankietowanych, jak i ich rodzin, a informacje przekazywane za pośrednictwem środków masowego przekazu mogą wpływać na styl życia, decyzje, nawyki i zachowania zdrowotne. Opinia ta zależy od płci i wieku respondenta, a zwłaszcza od poziomu wykształcenia.

W przypadku mediów społecznościowych (forów, blogów, portali typu Facebook itp.) opinie badanych są bardzo różne: co trzeci uważa, iż wpływ tego typu mediów jest pozytywny, tyle samo sądzi, iż jest on neutralny i tyle samo nie ma na ten temat zdania.

Co drugi ankietowany za pośrednictwem mediów najczęściej szuka informacji dotyczących leków i skutków ubocznych ich przyjmowania, diet, znaczenia różnych objawów i diagnostyki chorób. Informacji na temat aktywności fizycznej i sportu oraz domowych sposobów leczenia poszukuje co trzeci badany, zaś opinii o lekarzach mniej niż 20% respondentów. Informacje o profilaktyce chorób i działalności systemów ochrony zdrowia są poszukiwane najrzadziej.

Internet jest najczęściej wykorzystywanym źródłem pozyskiwania wiarygodnych informacji na temat zdrowia, w następnej kolejności są telewizja, czasopisma, rzadziej ankietowani korzystają z prasy codziennej i radia.

Wyniki niniejszego badania mogą stanowić dobry punkt wyjścia do dalszych, opartych na większym materiale

reprezentatywnych badań populacyjnych. Mogą być także użyteczne dla organizatorów działań edukacyjnych i kampanii zdrowotnych adresowanych do młodych osób dorosłych.

PIŚMIENNICTWO

- Berland G, Elliot M, Morale L. Health information on the Internet: accessibility, quality, readability in English and Spanish. *JAMA*. 2001; 285.
- Piotrowska-Jastrzębska J, Białokoz-Kalinowska I, Motkowski R, Mikołuc B. Oddziaływanie mass mediów na stan zdrowia dzieci i młodzieży. *Przegl Pediatr*. 2001; 31(3): 191–192.
- Polskie Badanie Internetu, Wstępny opis projektu badawczego – sieć źródłem informacji o zdrowiu. Warszawa, 2009; www.pbi.org.pl (dostęp: 11.06.2015).
- Bartuś S, Bik B, Szpak A. Udział mediów w promocji zdrowia na przykładzie Gazety Krakowskiej. *Zdr Publ*. 2004; 114(3): 342–345.
- Piotrowska-Jastrzębska J, Białokoz-Kalinowska I, Motkowski R, Mikołuc B. Oddziaływanie mass mediów na stan zdrowia dzieci i młodzieży. *Przegl Pediatr*. 2001; 31(3): 193–194.
- Stoner J, Freeman R. Kierowanie Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa, 2001: 101.
- Syrkiewicz-Światała M, Holeccki T, Wojtynek E. Znaczenie mass mediów w promocji zdrowia. *Med Ogól Nauk Zdr*. 2014; 20(2): 171–173.
- Bujnowska-Fedak M. Trends in the use of the Internet for health purposes in Poland. *BMC Public Health*. 2015; 15(194): 12–13.
- Szczepański S. Źródła edukacji zdrowotnej. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska*, 2003: 229–231.
- Szymczuk E, Zajchowska J, Dominik A, Makara-Studzińska M, Zwolak A, Daniluk J. Media jako źródło wiedzy o zdrowiu. *Med Ogól Nauk Zdr*. 2011; 17(4): 165–168.
- Borowiec A, Lignowska I, Drygas W. Attitudes towards healthy lifestyle promotion in mass-media in the Polish adult population. *Kardiol Pol*. 2012; 1030–1037.
- Syrkiewicz-Światała M, Holeccki T, Wojtynek E. Znaczenie mass mediów w promocji zdrowia. *Med Ogól Nauk Zdr*. 2014; 20(2): 174–176.
- Prauzner T. Wpływ nowoczesnych mass mediów na osobowość człowieka. *Edukacja-Technika-Informatyka*. Wydawnictwo Oświatowe FOSZE, W Walat (red.), 2010: 46–50.
- Bryła M, Kulbacka E, Maniecka-Bryła I. Rola telewizji w kształtowaniu zachowań zdrowotnych dzieci i młodzieży. Cz. III. Zachowania antyzdrowotne. *Hygeia Public Health*. 2011; 46 (2): 235–243.
- Turbiarz A, Kadłubowska M, Kolonko J, Bąk E. Rola mediów w promocji zdrowia. *Probl Pielęgniarstwa*. 2010; 18(2): 239–242.

Impact of the media on health behaviour of young adults

Abstract

Introduction. The media are part of everyday life for most people. This wide access to the general population has been enabled by the dynamic development of technology, and they now represent an important source of obtaining information useful in daily life.

Objective. The aim of this study was to evaluate the effect of mass media on the behaviour of young adults' health, according to age, gender and level of education.

Material and methods. The study was conducted in 2015 in Lodz province using a survey based on an author-designed questionnaire. The questionnaire itself was anonymous and consisted of 54 questions. The study included 260 people aged 18 – 35-years-old, mostly students of medical universities (N=149), and also Internet users (N=89) and employees of Lodz hospitals (N=22).

Results. According to the analysis, 67.7% of respondents indicated that the media had an impact on health behaviour (67.4% of all women and 68.6% of men): 34.2% of respondents indicated a positive impact, 6% negative, with the remained declaring either no opinion or neutrality. The respondents indicated that most common media searches regarding information on health concerned information about drugs and the consequences of their use, diet, disease diagnosis, and the significance of various symptoms. The most commonly used media were the Internet (91%), followed by television and magazines (42% each). Around 12% used books, 7.3% radio and 6% daily newspapers.

Conclusions. According to the respondents, the information provided by the media influenced the health behaviour of young adults. Of the media, the Internet, television and magazines have the largest influence on expanding knowledge regarding drugs, diet, disease diagnosis and symptomatology.

Key words

media, health, health behaviour, reliability of information, young adults