

A fogyasztói egészségügyi technológiai újdonságok körében használt információforrások

Information sources among consumer health technological innovations

LÁNYI BEATRIX

adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, [lanyi@ktk.pte.hu](mailto: lanyi@ktk.pte.hu)

PUTZER PETRA

adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, [putzerp@ktk.pte.hu](mailto: putzerp@ktk.pte.hu)

Absztrakt

Az infokommunikációs technológiák fejlődésével új utak és lehetőségek nyíltak meg a tradicionális kommunikációs eszközök és információforrások mellett. Az utóbbi években létrejövő innovációs vívmányok komoly hatást gyakoroltak az emberek egészségmagatartására. A páciensek, a szolgáltatásnyújtók, valamint az egészségügyi keretrendszer meghatározói és működtetői interaktív kommunikációs módokat alkalmaznak, így az információforrások tekintetében is jelentős változások történtek az elmúlt évek viszonylatában. Az innovatív e-egészségügyi technológiák lehetővé tették az interaktivitást, a multimodalitást, a tömeges személyre szabást és azt a korábban nem létező jelenséget, hogy a fogyasztók sok esetben maguk is tartalomszolgáltatókká válnak. Ezen tendenciák arra ösztönöztek minket, hogy 2018. április-májusában 2001 fős reprezentatív megkérdezést végezzünk, amelyben részletesen vizsgáltuk az egészségügyi technológiai innovációk fogyasztói elfogadását. Külön fejezetet képvisel az információforrások elemzése. Érdekes eredményt hozott a betegség és a beteg állapotának nyomon követését szolgáló különböző lehetőségekről és az okoseszközökre telepíthető alkalmazásokról való tájékozódás forrásainak vizsgálata.

Kulcsszavak: egészségügy, technológia, információforrás

With the development of infocommunication technologies new ways and opportunities open themselves besides traditional communication tools and information sources. New inventions in the last few years made a deep impact on the health behaviour of the customers. Patients, service providers and policy makers who established and maintain the health framework use interactive communication modes. All these mean that significant changes occurred in terms of information sources in the last few years. New innovative eHealth technologies opened the opportunity towards the interactivity, multimodality, mass customisation and the opportunity for customers to also be content providers. These tendencies encouraged us to carry out a representative research in April and May 2018 in which the customer acceptance of health technology innovations were analysed. Information sources represent a separate chapter in the study. We got extremely interesting results during the analysis of information sources that aim the tracking of illnesses and the health status of patients as well as the applications for smart devices.

Keywords: health, technology, information sources

Köszönetnyilvánítás:

EFOP-3.6.1-16-2016-00004 „Átfogó fejlesztések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében” című projektjének támogatásával készült a kutatás.

Bevezetés

Napjainkban az információtechnológia forradalmi terjedése révén megváltozott az egészségügyben alkalmazott fogyasztói információforrások jellege és típusa. A fejlesztések révén az e-egészségügyi applikációk széles tárháza vált elérhetővé sokak számára. Az egészségügyi információkat tartalmazó honlapok és az interaktív egészségügyi nyilvántartási és döntéstámogatási rendszerek, a személyre szabott edukációs programok, egészségügyi web portálok, mobil kommunikációs eszközök és fejlett telefonos applikációk lehetővé teszik mind a páciens, mind a szolgáltatásnyújtó számára, hogy releváns egészségügyi információkhoz jussanak hozzá, növelik az ellátás minőségérzetét, csökkentik az esetlegesen előforduló hibák valószínűségét, növelik a gyümölcsöző együttműködések számát és a fogyasztók egyre szélesebb rétegét ösztönzik egészségesebb életre.

1. Rövid áttekintés a leggyakrabban alkalmazott egészségügyi információforrásokról

Az utóbbi években készült kutatások szerint, az egészség, mint érték elvitathatatlanul fontos az emberek számára (LAMPEK-TÖRŐCSIK, 2015; TÖRŐCSIK, 2016), éppen ezért elengedhetetlen az egészség vizsgálata különös tekintettel a ma fogyasztóját jellemző technológiai trendek és a fogyasztók által igénybevett információforrások és a tükrében.

Ma már nem betegségpiacról, hanem egészségpiacról beszélhetünk (SIMON, 2010), ezért az egészségkommunikáció olyan új megközelítést és módszertant takar, ahol információközvetítés folyik abból a célból, hogy egészségesebb életet éljenek az emberek, így magatartásbeli és társadalmi változásokat eredményezzen a tudás, a hitek, attitűdök és viselkedés tekintetében (BETTINGHAUS, 1986; DU et al., 2016). Az egészségkommunikáció során általában tömegmédiát alkalmazása a jellemző (például televízió, internet vagy print hirdetés formájában) és főként a hitekre és attitűdökre próbál hatni (HAY et al., 2009). Azonban DUTTA-BERGMAN (2005) kutatása kimutatta, hogy az utóbbi időben a közösségi háló egészségmagatartásra gyakorolt hatása is kiemelkedően fontosnak tekinthető.

BRASHERS et al. (2001: 259) szerint az információ olyan „környezetből érkező stimulusnak tekinthető, amely hozzájárul az egyének tudásszintjének és hiedelmeinek változásához”. Ezért a fogyasztók edukációját szolgáló információk elengedhetetlenül fontosak az egyén egészségének és egészségmagatartásának fenntartásához vagy javításához. BRASHERS (2001) azt is igazolta, hogy ezen információk a fogyasztói bizonytalanság csökkentésére is tökéletesen alkalmasak.

Napjainkban számos információforrás áll rendelkezésünkre, hogy segítse aktív szerepvállalásunkat egészségünk megóvása vagy fejlesztése tekintetében (KOSTAGIOLAS et al., 2013). Az interneten kívül a személyes ismerősök, családtagok, munkatársak, televízió, rádió, újságok, magazinok és még számos egyéb forrás nyújthat információt, hogy még informáltabbak legyünk és egészségünk megóvása céljából még inkább cselekvésre felhatalmazottnak érezzük magunkat (BRASHERS et al., 2002; DOLAN et al., 2004). NAPOLI (2001) szerint egészségügyi információhoz lehet jutni formális csatornákon keresztül, mint például egészségügyi szolgáltatók

által, azonban az informális csatornák is domináns szerepet játszanak, hiszen családtagjaink és ismerőseink is befolyást gyakorolhatnak egészségmagatartásunkra.

A tömegkommunikációs eszközök fontos szerepet töltenek be az egészségügyi információk stakeholderekhez történő eljuttatásában. A televíziót és a nyomtatott sajtót tekintették tradicionális értelemben az egészségügyi információk megosztásának jelentős forrásának (DOLAN et al., 2004). Az információorientált média, amelyhez sorolhatjuk az egészséggel kapcsolatos sajtótermékeket, hitelesebb információt nyújtanak. A szórakoztatásorientált médiához sorolhatjuk többek között a televíziót és a rádiót. Itt már megkérdőjelezhetőbb az információ hitelessége és esetlegesen a tudomány tekintetében egészségesnek nem elfogadott termékeket és eljárásokat is megosztanak a célközönséggel. A tradicionális információ,- és szórakoztatásorientált médiában csatlakoztak gyakrabban keresnek információt az interneten. Az internet tekinthető a tradicionális médiaforrások alternatívájának (CAI, 2004). DIAZ és kutatótársai (2002) vizsgálatukban igazolták, hogy a rádióból és televízióból származó egészségügyi információt kevésbé tartották hasznosnak a válaszadók, mint az internetről megszerezhető híreket.

A tömegmédia mellett a személyes információforrások, például egészségügyi szakemberek és családtagok is jelentős befolyásoló hatást gyakorolnak az egészségügyben. DOLAN et al. (2004) kimutatta, hogy a családtagokat szinte mindig megbízható információforrásnak tekintik a megkérdezettek, különösen, amikor betegségkezelési módról kell dönteni (GRIMES et al., 2014). Az utóbbi évek információtechnológiai forradalma számtalan lehetőséget kínál (SIMON, 2010). Azonban mivel a páciensek egyre informáltabbá válnak, így átalakul a tradicionális értelemben vett orvos-beteg kapcsolat és az internet jelen esetben is alternatív információforrásként szolgál (WASIKE-TENYA, 2013). Az egyének a kezelést megelőzően, vagy a kezelést követően, amikor vagy nincsenek megelégedve az orvos által nyújtott útmutatással vagy kiegészítő tájékoztatással van szükségük az internethez fordulnak (BROOM, 2005).

FOX-FALLOWS (2003) és MORAHAN-MARTIN (2004) kutatásai kimutatták, hogy a rendelkezésre álló számtalan információforrás közül az internet a legszéleskörűbben használt. Vizsgálatukban igazolták, hogy egy átlagos napon többen használják az internetet egészségügyi információforrásként, mint ahányan egészségügyi szakembert látogatnak meg.

Az internet adta kényelem, gyorsaság és hatékonyság azon fogyasztók számára a legmegfelelőbb, akik gyors választ és visszacsatolást szeretnének kapni az egészségükkel kapcsolatban vagy érzelmi támogatásra vágnak, hogy meg tudjanak küzdeni a napi szinten felmerülő egészségügyi kihívásokkal. Napjainkban világszerte több mint 4 milliárd ember használ internetet, ami azt jelenti, hogy a népesség már több mint fele online van. Az internet felhasználók számával párhuzamosan a közösségi média platformok felhasználóinak a száma is jelentős mértékben növekszik. Az elmúlt 1 évben naponta több mint egymillió új felhasználóval nőtt a legnépszerűbb közösségi felületeket használó emberek száma. A napi 1 millió felhasználó azt jelenti, hogy másodpercenként 11 új felhasználó csatlakozik valamelyik közösségi média platformhoz. Az elmúlt 12 hónapban világszerte 13%-al nőtt a közösségi média felületek felhasználóinak a száma. Magyarországon már több mint 5 millióan használják a különböző közösségi média platformot és a hazai internetezők 89%-a minden nap internetezik (<https://www.rgstudio.hu/kozossegi-media-szamokban/>).

CLINE és HAYNES (2001) vizsgálataikban kimutatták, hogy számos előnye van az online információkeresésnek. Széleskörűen hozzáférhető, anonim, közösségi háttértámogatást ad és megvan az interaktivitás a személyre szabás lehetősége is.

A személyre szabott közösségi média intenzívebb társadalmi támogatás ígéretével kecsegtet. Azonban az internetet használathoz szükséges készségek és a képességek dinamikusak és komplexek, így elriaszthatják az egészségügyi szolgáltatások fogyasztóit az online elérhető hiteles internetes forrásoktól és csatornáktól (NEIGER et al., 2012; YE, 2011).

Minél könnyebben és minél nagyobb mértékben érik el a fogyasztók az egészséggel kapcsolatos információforrásokat, annál több ismeretanyagra tesznek szert, így a költséghatékonyabb megoldások elérése is megkönnyíti számukra a betegség megelőzést és kezelést (HÄMEEN-ANTTILA et al., 2013). Az internet kiválóan alkalmas az emberek egyre szélesebb körének bevonására, az egészségügyi információk közvetítésére és terjesztésére (CLINE-HAYNES, 2001). Egyenlőtlenségek azonban az egészségügyi információhoz való hozzáférés tekintetében is adódnak. Nem mindenki tudja ugyanolyan mértékben megtalálni az általa keresett információt, valamint kezelni, értelmezni és értékelné az adatokat elektronikus forrásból annak érdekében, hogy felismerje az egészségügyi problémáját és megfontolt, átgondolt döntést hozzon (NORMAN-SKINNER, 2006). Ma már mindennapos, hogy a páciensek az orvosi diagnózis felállítását követően kiegészítő információt keresnek az interneten. Az orvost mindig is a hiteles információk forrásának tekintették az emberek (HU et al., 2012). Azok számára, akik nem járatosak az online felületeken történő navigálásban vagy az online információk értékesítésében, félreérthetővé válhat az egészségmagatartással kapcsolatos információ és ajánlás. Sokak számára az is problémát jelenthet, hogy nem tudják megfelelően értékelné az egészségügyi információforrások megbízhatóságát (BENOTSCH et al., 2004). Az online felületeken megtalálható információ megértése is nehézséget okozhat többek számára, amely negatívan befolyásolhatja a fogyasztók értékes online egészségügyi információforrásokkal szembeni bizalmát és azok igénybevételét (YE, 2011).

Napjainkban még nincs egyetértés abban, hogy van-e összefüggés az online egészségügyi információforrásokba vetett észlelt bizalom nagysága és az informáltság mértéke között DIVIANI et al. (2015) tanulmánya rávilágít arra is, hogy még nem igazolt az sem, hogy specifikus online kommunikációs csatornákon (például, Facebookon, blogokon/vlogokon stb.) és forrásokon (például, egészségügyi szolgáltatást nyújtó intézmények) keresztül érkező egészségügyi információban vetett bizalom az eltérő szociodemográfiai tényezők (például kor, nem stb.) függvénye-e.

2. Kutatás a hazai egészségügyi információforrásokról

A leírtak arra ösztönöztek minket, hogy megvizsgáljuk hazánkban a fogyasztók milyen egészségügyi információforrásokat használnak és az egészségügyben alkalmazott fogyasztói technológiai újdonságokról miként tájékozódnak. A hazai lakosság e-egészségügyi megoldások iránti nyitottságának vizsgálatára, az EFOP-3.6.1-16-2016-00004 „Átfogó fejlesztések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében” című projektjének keretében végeztünk 2001 fős személyes megkérdezést 2018. április-májusában abból a célból, hogy a magyar lakosság magatartását és véleményét több témakörrel kapcsolatban is vizsgáljuk. Ezek a témakörök: ageing, egészségügyi innovációk, turizmus, étkezési szokások, kulturális

időtöltés, életstílus. Jelen tanulmányban az egészség-innováció témakör eredményeit elemezzük. A megkérdezés reprezentatív a 15-74 éves magyar lakosságra nem, korcsoportok (10 éves intervallumok) és a lakóhely régiója alapján. Érdekes volt a generációk tükrében megvizsgálni a választott témát, így a keresztábrás elemzésnél ezt a megközelítést is alkalmaztunk. A generációk megoszlása a mintában a következő volt: 23,1% volt fiatal (29 év alatti), 54,1% középkorú (30-59 év közötti) és 22,8% idős (60 év feletti).

A kutatás az alábbi öt kérdésblokkot tartalmazta az egészségügyi innovációkhoz kapcsolódóan:

- Milyen a lakosság egészséggel kapcsolatos beállítódása?
- Milyen a lakosság innovációhoz való viszonya?
- Milyen információforrások meghatározóak az egészségügyi újdonságok esetén?
- Milyen az eltérő korcsoportok egészségi állapotot vizsgáló eszközökkel kapcsolatos attitűdje?
- Milyen az innovatív egészségügyi szolgáltatások fogadtatása a lakosság körében?

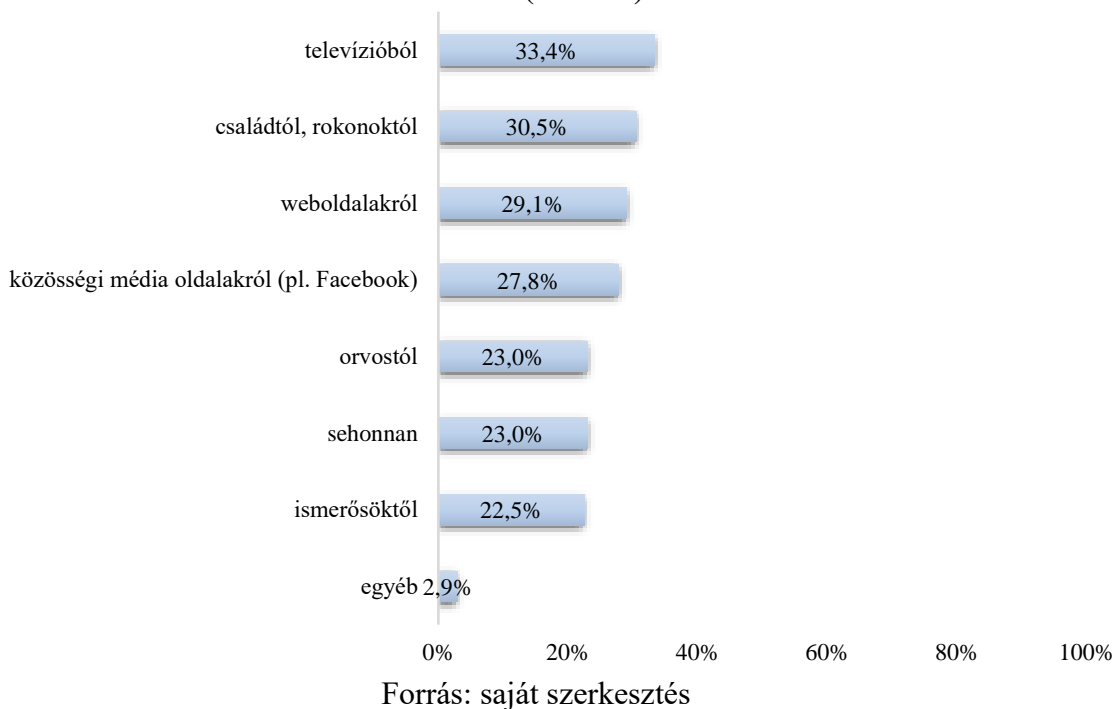
Jelen tanulmányban csak az információforrások fontosságára vonatkozó eredményeket közöljük.

2.1. Általános eredmények

A válaszadókat megkértük arra is, hogy jelöljék meg, mely forrásokból szoktak tájékozódni általában az egészségügyi újdonságokról, új termékekről. A megadott válaszlehetőségek közül többet is jelölhettek. Az 1. ábrán az egyes források említési aránya látható, amely alapján a legnépszerűbb tájékozási forrás a televízió, majd a család, rokonság és dobogós még a weboldal. Az egyéb válaszok száma nem volt ugyan jelentős, de itt a többség, a rádiót, a sajtót/újságokat és a szórólapokat említette.

A kérdésre adott válaszok igazolják DOLAN et al. (2004) eredményeit, a tömegkommunikációs eszközök, ezek közül is elsősorban a televízió fontos szerepet töltenek be az egészségügyi információk fogyasztókhöz történő eljuttatásában, érdekes azonban, hogy a nyomtatott sajtó nem jelent meg fontos információhordozóként. A kapott eredmény összhangban van a szakirodalmi áttekintésben bemutatott azon eredményekkel is, amelyek a személyes források fontosságát emelik ki. A harmadik és negyedik helyen az előbbi forrásoktól csak kis különbséggel lemaradva már online tájékozási források következnek (weboldalak és közösségi média), amelyek szerepe ma már látszólag fontosabb az orvosénál, s amely megfelel FOX-FALLOWS (2003) és MORAHAN-MARTIN (2004) kutatási eredményeinek. Az eredmények alapján tehát a hazai helyzet nem tér el a nemzetközi trendektől.

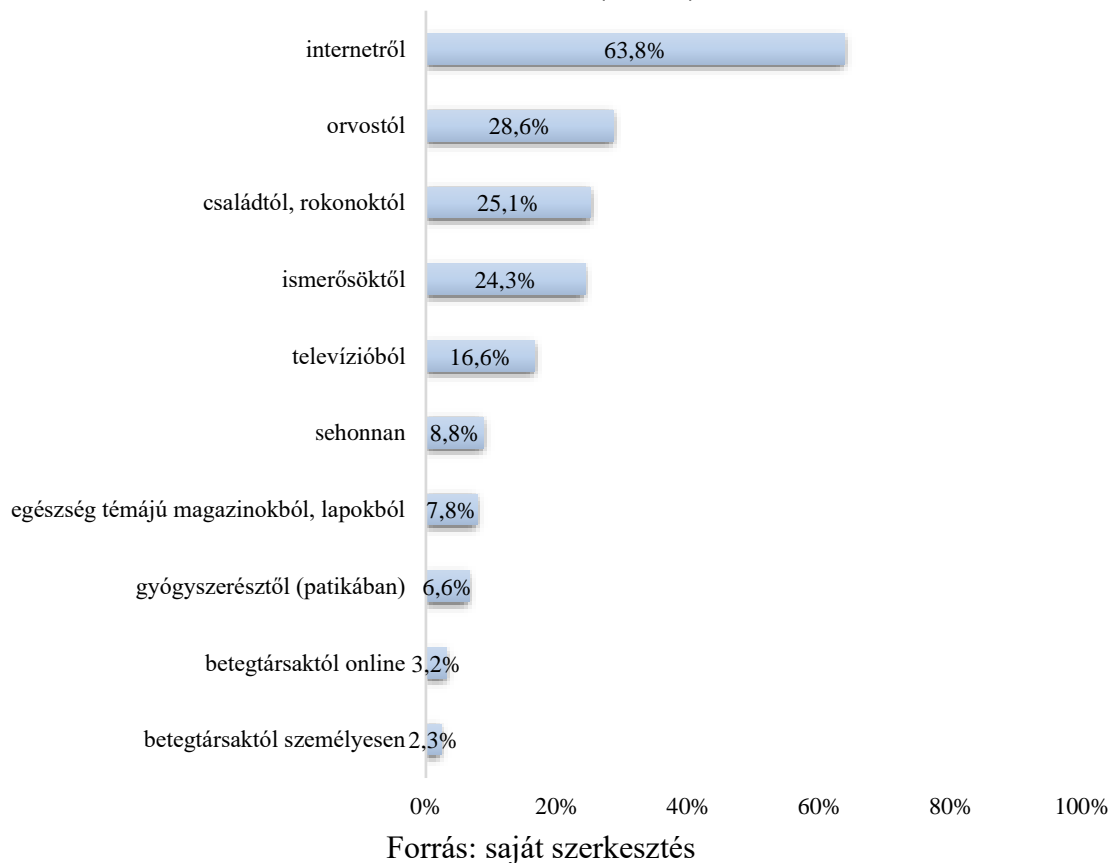
**1. ábra: Az egészségügyi újdonságokról, új termékekről való tájékozódás forrásai
(n=2001)**



A következő két kérdéssel azt vizsgáltuk mennyire érdeklik a válaszadókat az okoseszköze telepíthető egészségügyi alkalmazások, illetve rendelkeznek-e ilyennel. A két kérdés egyúttal szűrőkérdésként is funkcionált, mert az ezeket követő egészségügyi innovációkra vonatkozó kérdést csak azok válaszolták meg, akik e kérdésekre igennel feleltek. Az eredmények alapján csupán a válaszadók 19,9%-át, vagyis 397 főt érdeklik az okoseszköze telepíthető alkalmazások, s az érdeklődők közül is csupán 32,7%-nak, vagyis 130 főnek van ilyen jellegű telepített alkalmazása. Azt a 397 válaszadót, akik az okoseszköze telepíthető applikációk iránti érdeklődésre igennel feleltek megkértük arra is, hogy jelöljék meg mely forrásokból szoktak tájékozódni a különböző lehetőségekről és kifejezetten az okoseszközökre telepíthető alkalmazásokról, amelyek a betegség és a beteg állapotának nyomon követését szolgálják.

A korábbi általános információforrásokra vonatkozó kérdéshez hasonlóan az e kérdésnél megadott válaszlehetőségek közül is többet jelölhettek. A 2. ábrán az egyes források említési aránya látható, amely alapján a legnépszerűbb tájékozódási forrás ez esetben már az internet, amelyet jelentősen elmaradva a személyes források (orvos, család, rokonság, ismerősök) követnek. A korábbi kérdéstől eltérően e területen már igen domináns az internet szerepe.

2. ábra: A betegség és a beteg állapotának nyomon követését szolgáló különböző lehetőségekről és az okoseszközökre telepíthető alkalmazásokról való tájékozódás forrásai (n=397)



A szűrőkérdésekre igennel válaszolók és így az okoseszközre telepíthető egészségügyi alkalmazások iránt érdeklődők esetében (akik az innovációkra is nagyobb nyitottságot mutatnak) tehát már az internet válik a legfontosabb tájékozódási forrássá akár alkalmazásokról, akár más, az állapot nyomon követését szolgáló lehetőségekről kívánnak tájékozódni. A második helyen továbbra is a személyes források állnak, azonban az orvos, mint információ forrás jóval jelentősebb az előző kérdéshez képest (megelőzi a családtagokat, rokonokat és ismerősöket), s továbbra is fontos a televízió, de szerepe már jóval kevésbé jelentős. Összességében tehát a legfontosabb tájékozódási források köre nem változott, továbbra is megfeleltethetők a szakirodalom jelzett fő információs forrásoknak, azonban sorrendiségben jelentős átrendeződés figyelhető meg az online források javára és a tradicionális tömegkommunikáció kárára.

2.2. A személyes megkérdezés háttérelmzésének eredményei

A demográfiai háttérelmzések bemutatása során azt vizsgáltuk, hogy az előző pontban bemutatott kérdések kapcsán az egyes demográfiai csoportok válaszaiban vannak-e statisztikailag igazolható eltérések. A háttérelmzést öt változó mentén végeztük el (nem, generációk, lakóhely

településtípusa, iskolai végzettség foka és jövedelmi helyzet szubjektív megítélése). Csak azon eredményeket közöljük, melyek statisztikai értelemben véve szignifikáns eltéréseket mutattak. Az informálódás forrása szerint eltérések vannak a csoportok között bizonyos válaszlehetőségek esetében. A *közösségi média oldalakat* az átlagosnál aktívabban használják e célra a nők, a fiatalok, a legalább középfokú végzettséggel rendelkezők, a jó/jobb jövedelmi viszonyok között élők, a megyei jogú városok és a nagyközségek lakói. A közösségi médiából való informálódás nem jellemző az idősekre, valamint a rossz jövedelmi helyzetű csoportokra.

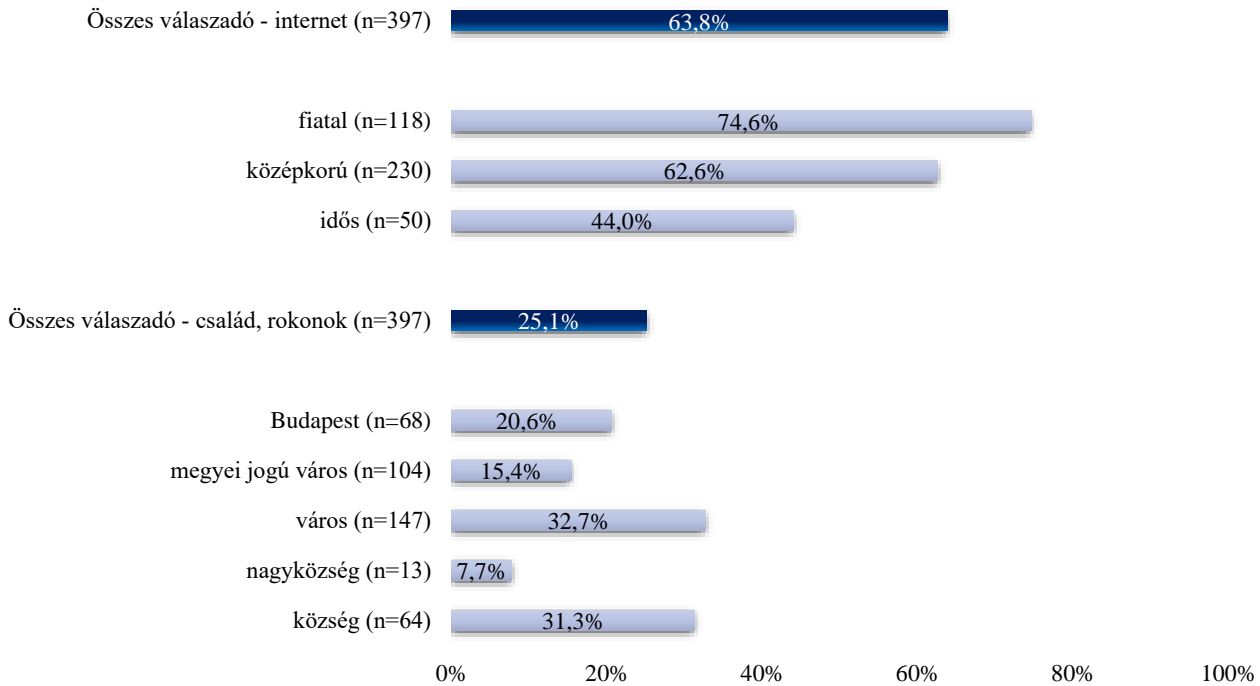
A *weboldalakról* a fiatalabbak tájékozódnak, a jobb jövedelmi helyzetűek, valamint a különböző típusú városok lakói. Az eredmények továbbá azt mutatják, hogy az iskolázottság növekedésével nő a weboldalt információszerezésre használók száma is. Ezzel szemben a *televízióból* elsősorban az idősek tájékozódnak, valamint a községben élők.

A *személyes információforrásokat* tekintve is különbségek mutathatók ki. A család és rokonság fontosabb információforrás a nőknek, valamint a városban vagy községben lakóknak, s jóval kevésbé informálódnak ily módon a Budapesten élők. Az ismerősök esetében szintén az előzőek jellemzőek, kiegészítve azzal, hogy generációk közötti különbség is van ez esetben, ugyanis az idősek eredményei valamivel elmaradnak a másik két generáció mögött, feltehetően nem ilyen témákról beszélnek az ismerőseikkel. Az utolsó személyes forrástól, az orvostól is inkább a nők kérnek felvilágosítást, valamint sokkal jellemzőbb ez az idősekre, mint a fiatalabbakra. A nagyközségben élők is gyakrabban kérnek információt az orvostól, míg a budapesti lakosok az átlagosnál jóval ritkábban informálódnak ily módon, hasonlóan a legrosszabb jövedelmi helyzetű csoporthoz, ám az éppen hogy csak jobb helyzetben lévő csoport már a legaktívabb e területen. Végül pedig azt is megvizsgáltuk, vajon mely csoportok *tájékozódnak a legkevésbé az egészségügyi újdonságokról*, új termékekről (Sehonnan válasz jelölése). Az eredmények alapján a férfiak, a fiatalabbak, valamint a Budapesten vagy megyei jogú városokban élők passzívabb információszerzők, ami egyúttal az előző eredményeket is alátámasztja.

Az előző alfejezetben bemutatott technológia iránt érdeklődőbb csoportban is felülreprezentáltak bizonyos demográfiai csoportok. A fiatalok, valamint a megyei jogú városban vagy városban lakók az átlagosnál érdeklődőbbek. Továbbá az eredmények azt mutatják, hogy az iskolázottság, valamint a jövedelmi helyzet javulásával az érdeklődés mértéke is nő. Az okoseszközre telepíthető applikációk iránti érdeklődőket megkértük arra is, hogy jelöljék meg, mely forrásokból szoktak tájékozódni a különböző lehetőségekről és kifejezetten az okoseszközökre telepíthető alkalmazásokról, amelyek a betegség és a beteg állapotának nyomon követését szolgálják.

Ez az érdeklődő csoport az eredmények alapján sokkal homogénebb a tájékozódást tekintve, mint teljes megkérdezetti kör. Ugyanis, míg a korábbi általános információforrásokra vonatkozó kérdés csoportok szerinti vizsgálatánál látható volt, hogy az egyes források használói jelentősen eltérnek, addig e kérdésnél csupán két kimutatható szignifikáns különbség volt. Az egyik az internet, amelyet a fiatalok sokkal aktívabban használnak a tájékozódás során, mint az idősek, a másik pedig a család és a rokonok, akikhez inkább a városban és községben élők fordulnak információért (3. ábra).

3. ábra: A betegség és a beteg állapotának nyomon követését szolgáló különböző lehetőségekről és az okoseszközökre telepíthető alkalmazásokról való tájékozódás forrásainak háttérelmzése



Forrás: saját szerkesztés

3. Összefoglalás, következtetések

A kutatás eredményei alapján a fogyasztói egészségügyi technológiai újdonságok körében használt információforrások hazánkban nem térnek el nemzetközi irodalmakban olvasható legfontosabb tájékoztató forrásoktól. A tradicionális kommunikációs csatornák közül a televízió szerepe jelentős, amely mellett a személyes források szolgálnak fontos tájékoztató támpontként. Azonban már hazánkban is megfigyelhető, hogy az információtechnológia forradalmi terjedése révén megváltozott az egészségügyben alkalmazott fogyasztói információforrások jellege és típusa, hiszen az előbbi források mellett a weboldalak és a közösségi oldalak szerepe közel ugyanolyan fontossá vált. Még fontosabb az online források szerepe az egészségügyi applikációk iránt érdeklők esetében, vagyis jellemzően a fiatalabb és a megyei jogú városban vagy városban lakók körében.

Az eredmények alapján körvonalazódott az is, hogy a különböző generációk eltérő módon tájékoztatódnak az egészségügyi innovációkkal kapcsolatban, a hiszen az idős generáció sokkal szívesebben tájékoztatódik az orvostól, mint a fiatalabb generáció tagjai, de jelentős eltérések voltak lakóhely, iskolázottság, jövedelem és nem szerinti bontások vizsgálata során is a csoportok között. Az eredmények alapján az is kijelenthető, hogy van a tájékoztató szemponjtájából egy passzív csoport, amely a Budapesten vagy megyei jogú városokban élő fiatalabb férfiak csoportja.

Irodalomjegyzék

Benotsch, E. G. - Kalichman, S. - Weinhardt, L. S. (2004): HIV-AIDS patients' evaluation of health information on the Internet: The digital divide and vulnerability to fraudulent claims. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 72(6) 1004–1001.

Bettinghaus, E. P. (1986): Health promotion and the knowledge-attitude-behavior continuum. *Preventive Medicine*. 15(5) 475–91.

Brashers, D. E. - Goldsmith, D. J. - Hsieh, E. (2002): Information seeking and avoiding in health contexts. *Human Communication Research*. 28 258–271.

Broom, A. (2005): Virtually he@lthy: The impact of Internet use on disease experience and the doctor-patient relationship. *Qualitative Health Research*. 15 325–345.

Cai, X. (2004): Is the computer a functional alternative to traditional media? *Communication Research Reports*. 21 26–38.

Cline, R. J. W. - Haynes, K. M. (2001): Consumer health information seeking on the Internet: The state of the art. *Health Education Research*. 16(6) 671–692.

Diaz, J. A. - Griffith, R. A. - Ng, J. J. - Reinert, S. E. - Friedmann, P. D. - Moulton, A. W. (2002): Patients' use of the Internet for medical information. *Journal of General Internal Medicine*. 17(3) 180–185.

Diviani, N. - van den Putte, B. - Giani, S. - van Weert, J. C. M. (2015) Low health literacy and evaluation of online health information: A systematic review of the literature. *Journal of Medical Internet Research*. 17(5) e112

Dolan, G. - Iredale, R. - Williams, R. - Ameen, J. (2004): Consumer use of the Internet for health information: A survey of primary care patients. *International Journal of Consumer Studies*. 28 147–153.

Du, H.-S. - Ma, J.-J. - Li, M. (2016): High-quality health information provision for stroke patients. *Chinese Medical Journal*. 129. 2115. <https://doi.org/10.4103/0366-6999.189065>, letöltve: 2019. április 28.

Dutta-Bergman, M J. (2005): Developing a profile of consumer intention to seek out additional information beyond a doctor: the role of communicative and motivation variables. *Health Communication* 17(1) 1–16.

Fox, S. - Fallows, D. (2003): Internet health resources. Pew Internet & American Life Project. http://www.pewinternet.org/PPF/r/95/report_display.asp, letöltve 2017. május 2.

Grimes, H. A. - Forster, D. A. - Newton, M. S. (2014): Sources of information used by women during pregnancy to meet their information needs. *Midwifery*. 30. e26–e33. <https://doi.org/10.1016/j.midw.2013.10.007>, letöltve: 2019. április 28.

Hay, J. - Coups, E. J. - Ford, J. - DiBonaventura, M. (2009): Exposure to mass media health information, skin cancer beliefs, and sun protection behaviors in a U.S. probability sample. *Journal of American Academy of Dermatology*. 61(5) 783–92.

Hämeen-Anttila, K. - Jyrkkä, J. - Enlund, H. - Nordeng, H. - Lupattelli, A. - Kokki, E. (2013): Medicines information needs during pregnancy: A multinational comparison. *British Medical Journal Open*. 3. e002594. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2013-002594>, letöltve: 2019. április 29.

Hu, X. - Bell, R. A. - Kravitz, R. L. - Orrange, S. (2012): The prepared patient: Information seeking of online support group members before their medical appointments. *Journal of Health Communication*. 17(8) 960–978.

Kostagiolas, P. - Martzoukou, K. - Georgantzi, G. - Niakas, D. (2013): Information seeking behaviour of parents of paediatric patients for clinical decision making: the central role of information literacy in a participatory setting. *Information Research*. 18(3) 1-30. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1044690.pdf>, letöltve: 2019. május 2.

Lampe K. - Töröcsik M. (2015): Szociális környezet és egészségügy: az egészségügy szociológiai és fogyasztói magatartás megközelítés tükrében. Pécs. Kézirat.

Morahan-Martin, J. M. (2004): How Internet users find, evaluate, and use online health information: A cross-cultural review. *Cyber Psychology & Behavior*. 7 497–510.

Neiger, B. L. - Thackeray, R. - van Wagenen, S. - Hanson, C. L. - West, J. H. - Barnes, M. D. - Fagen, M. C. (2012): Use of social media in health promotion: Purposes, key performance indicators, and evaluation metrics. *Health Promotion Practice*. 13(2) 159–164.

Norman, C. D. - Skinner, H. A. (2006): eHealth literacy: Essential skills for consumer health in a networked world. *Journal of Medical Internet Research*. 8(2) e9

Simon J. (2010): *Marketing az egészségügyben*. Akadémiai kiadó, Budapest

Töröcsik, M. (2016): A fogyasztói magatartás új tendenciái. *Vezetéstudomány*. 47 (Marketingtudományi Különszám) 19-25.

Wasike, J. M. - Tenya, A. (2013): Provision of consumer health information: A case of Kenya Medical Training College and Provincial General Hospital, Nakuru County, Kenya. *International Journal of Library and Information Science*. 5, 140–146.

Ye, Y. (2011): Correlates of consumer trust in online health information: Findings from the health information national trends survey. *Journal of Health Communication*. 16 34–49.

<https://www.rgstudio.hu/kozossegi-media-szamokban> letöltve: 2019. február 27.