

Informális tanulás a közösségi média segítségével

Dr. Szabó József

Debreceni Egyetem Neveléstudományok Intézete

Megtévesztő hírek a közösségi médiában

A kutatás célja annak bemutatása, hogyan változik a közösségi médián keresztül adott információk megjelenése és tartalma szerint az adott közösségi médiafelület látogatottsága, az információk internetes oldal használata, valamint a küldött információval kapcsolatos cselekvés az egészségügyi szolgáltatások és a gyógyszer használat terén.

Egy tanulmány szerint, melyet Molnár és társai készítettek a Debreceni Egyetemen, a potenciális páciensek 78,4%-a tájékozódott az interneten betegségéről, panaszairól. Az orvosokról csak minden második beteg (52,9%) kért információt. A megkérdezettek fele okostelefonját és a facebookot használja, hogy utánakeressen egy-egy egészségügyi információra.

Manapság, amikor igen sok hamis (és olykor veszélyes) információt találni a közösségi médián, a hiteles, szakszerű egészségügyi tanácsok rendkívül fontosak a nagyközönség számára. Azt viszont nehéz egyértelműen meghatározni, főleg a laikus közönségnek, hogy melyik információ hiteles.



Az egészségügyi információk

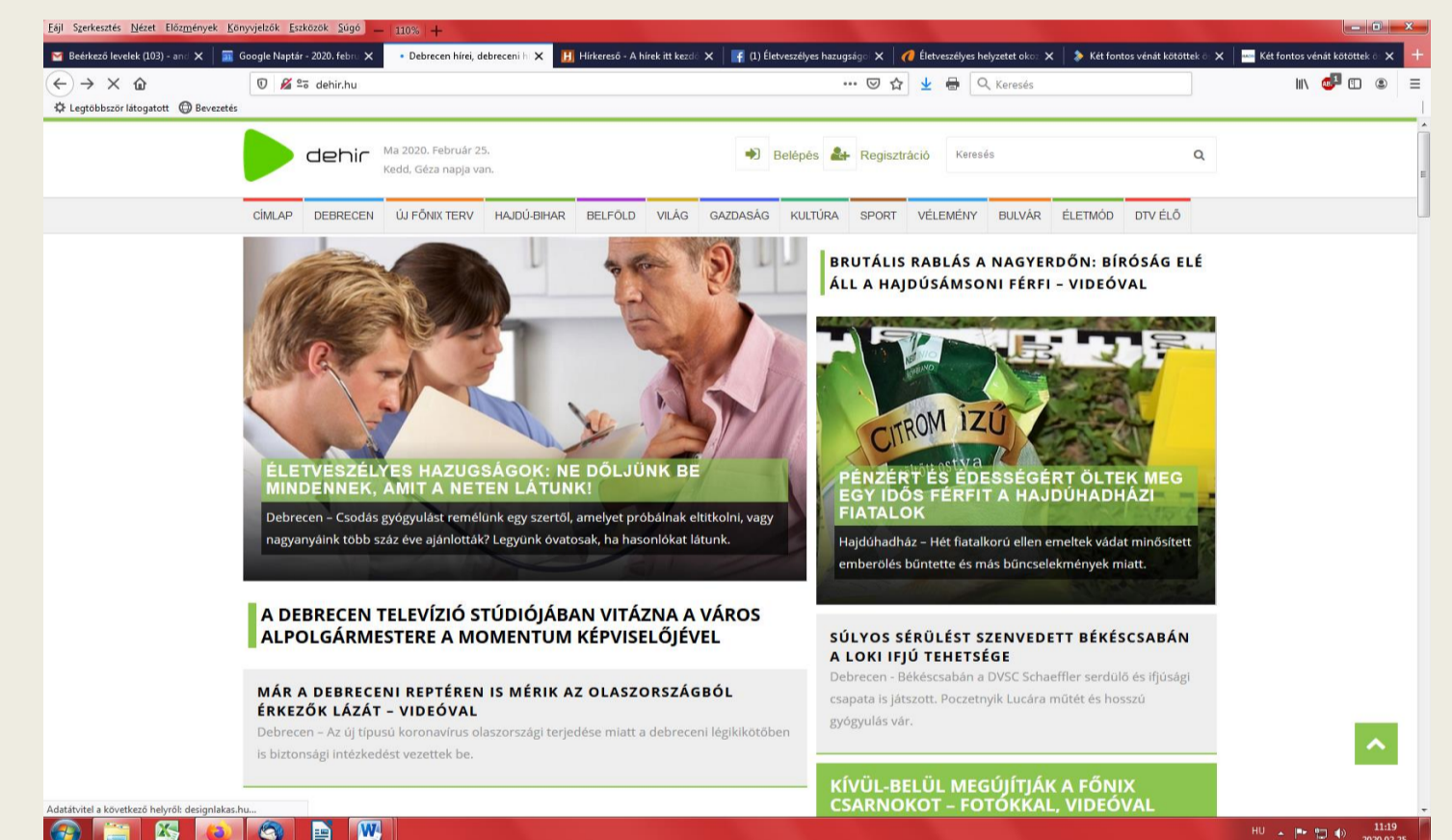
Az utóbbi időben elsősorban a szívbetegség számára sok olyan látványos elemeket felvonultató felület jelent meg, amiken egyszerű és gyors megoldásokat kínáltak a betegségek legyőzésére. Ezek a megtévesztő oldalak az általuk jelzett saját készítmény vásárlására ösztönöztek, javasolták a jelenlegi gyógyszerek fogyasztásának abbahagyását. Sok beteg került kórházba emiatt. A hamis információk különleges grafikai megoldásokkal csábítják a közönséget, és legtöbbször valós hazai vagy külföldi szakorvos lopott adataival és ajánló információival próbálják a saját, legtöbbször teljesen hatástalan készítményüket értékesíteni.

A Magyar Kardiológusok Társasága rendelkezett ugyan saját honlappal, ahol hiteles tájékoztatást adtak, de ezeknek az oldalaknak a látogatottsága nagyon alacsony volt. Nem rendelkeztek közösségi felületekkel, így nem tudták felvenni a versenyt az ott megjelenő információkkal. Mivel a fals információkat közlő oldalak már a kardiológusok számára is érezhető változást jelentettek, elsősorban az intenzív kezelést igénylő betegeknek, ezért úgy döntöttek, hogy egy szakmai partnerrel együttműködve saját közösségi felületet indítanak, és átalakítják a jelenlegi elavult honlapot is.

Hipotézisünk szerint a közösségi média felület indítása, a jelenlegi oldal átalakítása jelentősen csökkenti a fals információk hatásait abban az esetben, ha külső jegeiben felveszi a versenyt a megtévesztő felületekkel. A megtévesztő anyagokban megnevezett orvosok ugyan legtöbbször megtették a megfelelő jogi lépéseket, de az oldalak új és új orvosok anyagával visszaélve folyamatosan megújulva ismét megjelentek.

A Magyar Kardiológusok Társasága szakmai partnerrel együttműködve saját közösségi felületet indított, és átalakította a jelenlegi honlapját is. Az első lépés olyan közösségi média felület indítása volt, ami látványelemeivel valóban versenyképes lett az álhír oldalakkal, és egyben a Kardiológusok Társaságának logóját használva, valamint a valós orvosi ajánlásokat is felvonultatva bizonyítani tudta hitelességét. A cél elsődlegesen az volt, hogy a betegek az orvosukkal mindig egyeztessenek, mielőtt bármilyen új készítményt használnának. Tehát az orvos és a beteg közötti bizalmi viszonyt kell erősíteni, hiszen az álhírek oldalai pontosan ezt a területet bombázzák, azt sugallják, hogy az orvos nem ad megfelelő gyógyszert és információt a betegeknek.

A kutatás során felmértük a változtatás előtti állapotot, az akkor mért látogatottsági adatokat gyűjtöttük össze. Az új felületek indítása után egy hónappal ismét megvizsgáltuk az adatokat, majd ezt követően még egy hónap múlva megismételtük az adatok összegyűjtését. Az egyes felületek változásait és működését személyes interjúk keretében is vizsgáltuk. Mind az új felületek előállítóival, mind a megbízó Magyar Kardiológusok Társaságának elnökével személyes interjút készítettünk.



A lakosság megfelelő szintű eléréséhez a megbízott szervezettel együtt olyan akció megjelenést készítettek elő, ami az országos média figyelmét is felkeltette. Ezt egy konferenciához kapcsolt, látványos elemekkel bővített tájékoztatóval oldották meg, ami felhívta a figyelmet a megtévesztő oldalak kapcsolatos problémákra. A média anyagok megjelentek az összes televíziós csatornán, a Kossuth Rádióban és számos nagy látogatottságú internetes oldalon. Ezt követte az új, látványos elemekkel bővített honlap és a bővített tartalom megjelenítése, valamint a közösségi felület indítása. A megbízott szervezet projektmenedzsere jelezte a társaság vezetőjének, hogy kiemelten fontos a kardiológusok megjelenése mindkét felületen, illetve az egyes oldalak megosztása, azok nyomon követése a betegek számára. Emellett felhívta a figyelmet arra, hogy az egyes felületeken minden héten legalább 3-4 nap új információknak kell megjelenni hiteles kardiológusok nevével. A hozzászólásokra és a fórum oldalak bejegyzéseire valamelyik orvosnak minden alkalommal reagálni kell. Azt kellett szem előtt tartani, hogy minden fontos kérdés esetén a szakorvos felkeresésére biztassák a betegeket és a még nem diagnosztizált érdeklődőket.

A változást követően vizsgáltuk a megtekintők, a követők és a megosztók számát és megosztásait. Megállapítottuk, hogy már az első hónap után jelentősen növekedett a látogatók száma, és az új közösségi média felülete is kiemelkedő látogatót hozott. Az első hónap után a honlap látogatóinak száma több mint 10%-kal nőtt, és ez a növekedési ütem a második hónapban is fennmaradt. A közösségi oldal kedvelőinek és megosztóinak száma két hónap

alatt meghaladta a 4000-et. A regisztrált felhasználók adataiból az tűnt ki, hogy elsősorban az ötven felettiiek érdeklődtek az oldalak iránt. Mindez azt is mutatja – bár ez nem volt a vizsgálat tárgya – hogy az idősebb korosztály egyre aktívabban használja a közösségi médiát és az internetes tartalmakra is figyel. Ez összhangban van az idézett kutatók vizsgálati eredményével. Valószínűsíthető, hogy az idősebb korosztály aktivitására felfigyelve indultak el a megtévesztő oldalak úgy, hogy számukra relevánsnak tűnő információkat adjanak. Az orvosok szerint már az első hónap után növekedett azoknak a betegeknek a száma, akik főleg az internetes felületeken ajánlott készítményekkel kapcsolatos kérdésekkel fordultak hozzájuk.

A vizsgálat bizonyította, hogy a lakossági igényeihez igazodó közösségi média segíti a betegek megfelelő információval történő ellátását és visszaszorítja a fals információk hatásait.

A kutatás során tapasztaltuk, hogy az igazi eredménynek az volt tekinthető, hogy a szív és érrendszeri betegeknek szóló fake news oldalak az új felületek indítása után egy hónapon belül lényegében eltűntek. (Ezek egy része most a cukorbetegeket és a szemüvegeseket célozza). Az adatok tehát azt bizonyítják, hogy az informális tanulás közösségi médián keresztüli támogatása ma már rendkívül fontos többek között az egészségügyben is. A hiteles tájékoztatással akkor lehet eredményt elérni, ha az érintett szervezet az alkalmazott média felületeket a lakosság elvárásaihoz, fogyasztási szokásaihoz igazítja.

