DOI 10.32782/2077-6594.2.1.2021.235352
УДК 614.23:616-005:614.252.2:378.09.009.12

Балашов К.В.

Ставлення громадян України до каналів комунікації про здоров'я: з 2012 по 2020 р.

Національний університет охорони здоров'я України імені П.Л. Шупика, м. Київ, Україна

kostyantyn.balashov@gmail.com

Балашов К.В.
Отношение граждан Украины к каналам коммуникации о здоровье: с 2012 по 2020 г.
Национальный университет здравоохранения Украины имени П.Л. Шупика, г. Киев, Украина

Balashov K.V.
The attitude of the population to the health communication channels in Ukraine from 2012 to 2020
Shupyk National Healthcare University of Ukraine, Kyiv, Ukraine

Вступ

Комунікація є визнаним чинником забезпечення ефективного функціонування системи охорони здоров'я. Міжнародні експерти вбачають сучасну мету комунікації ризику у «…підвищенні рівня розуміння, щоб усі залучені були адекватно поінформовані в межах доступних знань» замість переконання цільової аудиторії у слушності аргументів чи поглядів комунікатора [1]. В Україні наукове опрацювання та впровадження сучасних підходів до комунікації в громадському здоров'ї перебуває на початковому етапі [2]. Консенсусним є визнання важливості у забезпеченні ефективної комунікації двох груп детермінант: довіри (що базується на відкритості та емпатії комунікатора) та авторитетності (яку формують точність та оперативність оприлюднення інформації) [3].

Дані досліджень свідчать, що провідним каналом отримання інформації про здоров'я у світі [4] та в Україні [5] залишаються лікарі (система охорони здоров'я). Водночас, зростає роль та частка онлайн-медіа як засобів комунікації [6]. Використання соціальних мереж є сучасним трендом у поширенні інформації про здоров'я, зокрема й через порівняно високий рівень довіри до цього джерела [7]. ВООЗ розглядає соціальні мережі як одну з восьми основних складових електронного здоров'я [8].

З іншого боку, хоча обмін медичними порадами у соціальних мережах є переважно надійним та ефективним методом, він також може посилити поширення неправдивої інформації та міфів [9,10].

Щоб визначити останні вітчизняні тенденції щодо користування та довіри до каналів отримання інформації про здоров'я будуть проаналізовані дані проведеного 2012 р. Мультиіндикаторного кластерного обстеження домогосподарств (MICS) [6,11] а також розробленого і проведеного наприкінці 2020 р. спільного дослідження НУОЗ України імені П.Л. Шупика, УжНУ та ГО «Асоціація профілактики та лікування неінфекційних епідемічних захворювань» [12].

Мета – визначити динаміку поширеності та ступеня довіри до різних каналів отримання інформації про здоров'я в Україні упродовж 2012-2020 рр. та встановити наявність гендерних та вікових особливостей медіа-профілю громадян України.

Матеріали та методи

Проаналізовані дані Мультиіндикаторного кластерного обстеження домогосподарств [11] та спільного дослідження НУОЗ України імені П.Л. Шупика, УжНУ та ГО «Асоціація профілактики та лікування неінфекційних епідемічних захворювань» [12] щодо отримання респондентами інформації про здоров'я з різних джерел та ступеня довіри до них.

У дослідженні 2012 р. всього опитано 12068 чоловіків та жінок з усіх регіонів України методом особистого інтерв'ю. Користування джерелами інформації та довіра до них вимірювалися за бінарними номінальними шкалами: використовую / не використовую або довіряю / не довіряю.

У дослідженні 2020 р. опитані 402 респонденти (чоловіки та жінки з усіх регіонів України) у формі електронного або паперового анкетування. Користування джерелами інформації, довіра та бажаність отримання інформації вимірювалися за 4-бальними шкалами Лікерта: часто використовую (щотижня) / значно використовую (щомісяця) / помірно використовую (кілька разів на рік) / не використовую. Авторитетність ЗМІ вимірювалася за 10-бальною шкалою Лікерта, де 1 бал – джерело не впливає, 10 балів – дуже сильно впливає.

Статистична вірогідність виявлених відмінностей перевірялася за допомогою критерію хі-квадрат з поправкою на неперервність (відмінність статистично вірогідна при $p<0,05$) та коефіцієнту Баєса (відмінність статистично вірогідна при $BF\geq3,0$). Підрахунки здійснювалися за допомогою програмного забезпечення Jamovi v.1.8.1 [13].

Результати дослідження та їх обговорення

У 2012 р. у п'ятірку найпоширеніших каналів інформації про здоров'я входили лікарі (поширеність – 85,7%, довіра – 81,6%), друзі (42,5% і 23,4% відповідно), телебачення (39,5% і 7,4% відповідно), інтернет (31,8% і 11,1% відповідно), рекомендації аптек (24,4% і 12,6% відповідно). Водночас, рівень довіри до повідомлень про здоров'я, отриманих через ТБ, був істотно нижчим, ніж до решти провідних джерел інформації [6].

У дослідженні 2020 р. медіа-профіль респондентів досліджувався в межах трьох концептів: К8. Користування різними типами ЗМІ, К9. Довіра до різних типів ЗМІ (що містив питання про довіру до ЗМІ та бажання надалі отримувати з них інформацію про здоров'я) та К10. Авторитетність ЗМІ.

Найбільш поширеними джерелами інформації про здоров'я у 2020 р. стали інтернет, лікарі, друзі та соціальні мережі. Онлайн-формам отримання інформації надають перевагу для оперативного (щоденного або щотижневого) користування, а для безпосереднього спілкування потребують тривалішого часу: 57,2% опитаних щомісяця або кілька разів на рік консультуються з лікарем, а 45,0% – з друзями чи знайомими.

Лікарі, спеціалізовані медичні сайти та сторінки лікарів у соцмережах користуються найбільшою довірою у населення України як джерела інформації про здоров'я – ці три джерела водночас є і найбільш затребуваними серед респондентів (рис. 1).

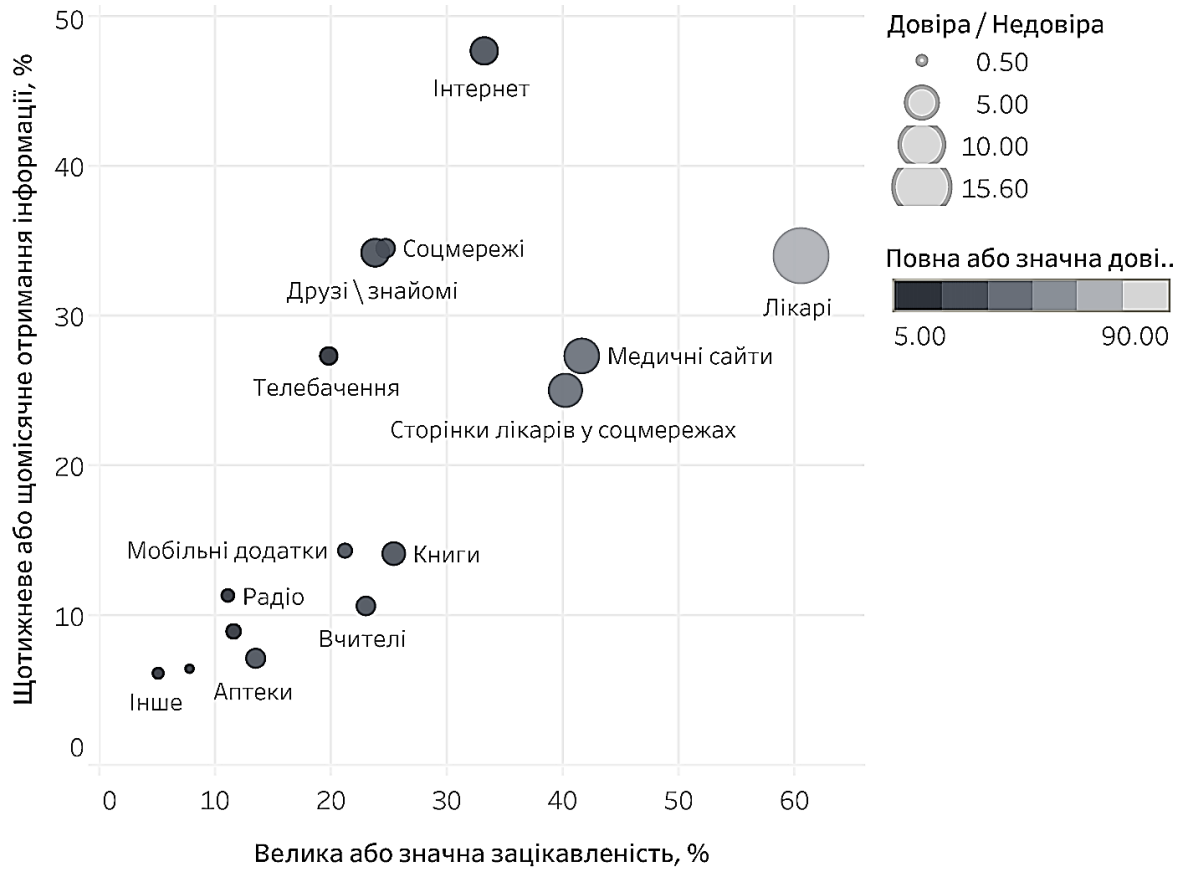


Рис. 1. Ставлення опитаних до джерел отримання інформації про здоров'я (2020 р.)

14,1% респондентів (13,5% жінок та 16,3% чоловіків) відповіли, що не мають авторитетних джерел інформації з питань здоров'я; 9,0% (8,8% жінок та 9,7% чоловіків) високими балами (8-10 за 10-бальною шкалою) оцінили позицію «Не довіряю жодному з каналів». У 2012 р. таку відповідь дали 4,4% опитаних.

Найменш поширеними джерелами респонденти назвали поштові розсилки (52,5% не користуються цим каналом взагалі), радіо (50,5%), друковані ЗМІ (43,5%), мобільні додатки (41,5%), аптеки (39,3%) та вчителів (38,1%).

Найвищим ступенем впливу на поведінку особи (К10. Авторитетність ЗМІ) характеризуються лікарі, спеціалізовані медичні сайти та сторінки медичних установ у соц. мережах, а найнижчим – радіо, газети та журнали (табл. 1). Оцінка авторитетності мобільних додатків характеризується високою варіативністю.

Встановлені статистично імовірні відмінності в отриманні та сприйнятті інформації про здоров'я за статтю:

1) жінки вважають сторінки лікувальних закладів у соціальних мережах більш авторитетним джерелом

інформації (63,2% жінок проти 42,5% чоловіків, p=0.00105, BF=31.3);

2) чоловіки частіше за жінок взагалі не отримують інформацію про здоров'я з соціальних мереж (36,3% чоловіків проти 17,9% жінок, p=0.00164, BF=24.0);

Ще два показники мають близькі, але не достатні для визнання статистичної вірогідності показники фактору Баєса (для визнання статистичної вірогідності різниці за фактором Баєса показник BF має перевищувати значення 3,0).

3) чоловіки більше довіряють телебаченню (повністю або значно довіряють цьому каналу інформації 31,3% чоловіків та 14,2% жінок, p=0.00866, BF=2.93);

4) чоловіки з більшою частотою не бажають отримувати інформацію про здоров'я з книжок (31,3% чоловіків проти 15,4% жінок, p=0.02057, BF=2.81).

Щоб оцінити наявність вікових особливостей у медіа-профілі, респонденти були поділені на дві групи. Точкою розподілу була обрана медіана розподілу за віком – 38 років (табл. 2).

Таблиця 1. **Оцінка авторитетності ЗМІ у сприянні здоров'ю**

Перцентилі	Оцінка чинників за 10-бальною шкалою													
	Відгуки друзів та знайомих	Телебачення	Радіо	Газети	Журнали	Книги	Соціальні мережі	Сторінки мед. установ у соціальних мережах	Мобільні додатки	Медичні сайти	Спілкування з лікарем	Рекомендації аптек	Вчителі, викладачі	Ніхто не має авторитету з питань здоров'я
25	4,75	2	2	2	2	3	3	5	2	6	8	3	3	1
50	6	4	3	3	3	5	5	7	5	8	9	6	6	3
75	7,25	6	5	5	5	7	7	9	7	9	10	7	7	5

Таблиця 2. **Ставлення до джерел отримання інфомації про здоров'я серед осіб молодших та старших за 38 років**

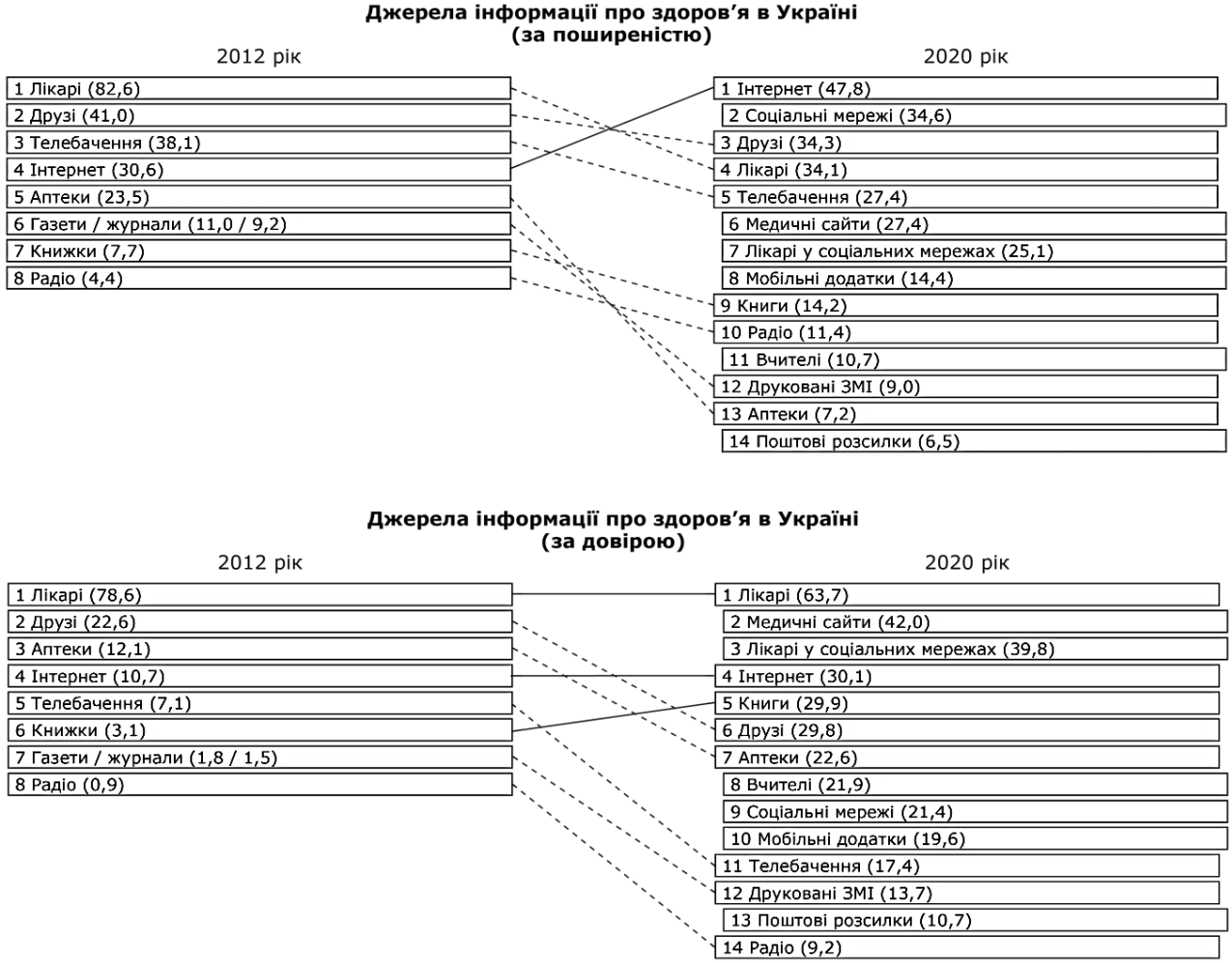
№	Канал	Часто отримують / сильно довіряють / сильно бажають, %		p, BF
		Молодші	Старші	
	Отримання інформації			
1.	Телебачення	24,7	**46,4**	0,0004, 3714
2.	Радіо	10,2	**22,4**	0,01161, 4,82
3.	Друковані ЗМІ	5,6	**20,6**	0,00107, 65,8
4.	Інтернет	**65,5**	54,6	0,01514, 6,79
5.	Соцмережі	**50,3**	39,9	0,00002, 9739
6.	Вчителі	**18,9**	11,4	0,01305, 5,27
	Довіра до каналу			
7.	Соцмережі	**31,3**	22,2	0,00422, 18,0
8.	Сторінки лікарів у соцмережах	**58,6**	47,2	0,00869, 13,0
	Бажаність каналу			
9.	Друковані ЗМІ	10,2	**24,3**	0,01356, 5,76
10.	Соцмережі	**35,5**	32,1	0,03431, 2,99
11.	Інше	7,4	**26,9**	0,02044, 6,23

З табл. 2 видно, що хоча молодші люди частіше отримують інформацію про здоров'я з онлайн-ЗМІ, щодо таких каналів інформації як професійні медичні сайти чи сторінки лікарів у соціальних мережах статистична вірогідність відмінностей встановлена не була. Водночас, молоді люди істотно більше довіряють інформації, що походить з лікарських соц. мереж. Старші люди частіше отримують та бажають отримувати більше інформації з традиційних ЗМІ, зокрема преси, водночас довіряють їй не більше за молодших.

Привертає увагу поява вчителів як більш поширеного серед молоді каналу інформації та пошук групою старших осіб інших (порівняно з запропонованим списком) джерел інформації про здоров'я. Вочевидь,

з'ясування переліку таких альтернативних каналів та їхньої впливовості належить до завдань подальших досліджень.

Через різницю в методиках оцінювання результати досліджень 2012 р. та 2020 р. неможливо співставити безпосередньо, тому порівняльний аналіз цих даних був проведений за ранжованими переліками каналів інформації (рис. 2).



У дослідженні 2012 р. користування та довіра до каналів інформації оцінювалася за двобальною шкалою («Довіряю» / «Не довіряю»), а 2020 р. – за 4-бальною «Повністю довіряю» / «Значно довіряю» / «Помірно довіряю / «Не довіряю»)

Рис. 2. Динаміка ставлення до джерел отримання інформації про здоров'я

Аналіз рейтингових списків свідчить, що:

1) інтернет та книжки демонструють позитивну динаміку і за поширеністю (1ше та 5те місця відповідно), і за рівнем довіри (2ге та 3тє місця відповідно);

2) радіо у 2020 р. випереджає за поширеністю друковані ЗМІ та аптеки, утім залишається останнім за рівнем довіри;

3) телебачення та аптеки втратили позиції в обох рейтингах і зараз перебувають на 4-му та 8-му місцях відповідно за поширеністю, 6-му та 5-му місцях відповідно – за довірою;

4) за рівнем довіри друзі опустилися на 4-те місце;

5) за поширеністю втратили позиції лікарі (з 1-го перемістилися на 3-тє місце) та друковані ЗМІ (з 6-го – на 7-ме).

Для визначення стратегічних орієнтирів щодо каналів комунікації необхідно оцінити побажання респондентів щодо отримання інформації про здоров'я. Рівень довіри високо корелює з рівнем бажаності. Водночас у двох каналів рейтингові позиції відрізняються на 2 пункти або більше (табл. 3):

1) мобільні додатки перебувають на дві позиції вище у рейтингу бажаності;

2) аптеки – на чотири позиції нижче.

Імовірно, це свідчить про наявний невикористаний потенціал мобільних додатків як джерела інформації про здоров'я та поступове зменшення ролі аптек у цій сфері.

Впливовим джерелом інформації постають діти та їхні вчителі: понад половина опитаних оцінили готовність повірити своїй дитині у питанні, яке стосується здоров'я,

на 8,5 б. з 10; довіра до вчителів з аналогічного питання отримала показник 8 б. з 10.

Таким чином, можна констатувати істотне збільшення ролі онлайн-ЗМІ у забезпеченні комунікації щодо здоров'я, особливо у молодших респондентів. Поєднання потенціалу інтернет-сервісів та високого рівня експертизи медичних працівників дозволяє створити канали інформації, які будуть порівняно дешевими, гнучкими в адмініструванні, матимуть високий рівень проникнення у популяцію та користуватимуться довірою та авторитетом. Такими каналами є професійні медичні веб-сайти та сторінки лікарів чи медичних установ у соціальних мережах (рис. 1).

Таблиця 3. **Рейтингові списки джерел інформації (за рівнем довіри та бажаності отримання інформації)**

№	Канал	Довіра		Бажаність	
		Рейтингова позиція	Медіанне значення	Рейтингова позиція	Медіанне значення
1.	Лікарі	1	Значно	1	Значно
2.	Медичні сайти	2	Значно	3	Значно
3.	Сторінки лікарів у соцмережах	3	Значно	2	Значно
4.	Друзі / знайомі	4	Помірно	5	Помірно
5.	Інтернет	5	Помірно	4	Помірно
6.	Книги	6	Помірно	6	Помірно
7.	**Аптеки**	**7**	Помірно	**11**	Помірно
8.	Соцмережі	8	Помірно	7	Помірно
9.	Вчителі	9	Помірно	8	Помірно
10.	Телебачення	10	Помірно	9	Помірно
11.	Друковані ЗМІ	11	Помірно	12	Не бажаю
12.	**Мобільні додатки**	**12**	Помірно	**10**	Помірно
13.	Радіо	13	Помірно	13	Не бажаю
14.	Інше	14	Не довіряю	14	Не бажаю
15.	Поштові розсилки	15	Не довіряю	15	Не бажаю

Результати дослідження групи польських вчених [14], які опитали представників 14-ти регіональних адміністрацій (Zarząd województwa) щодо використання соціальних мереж для промоції здоров'я, продемонстрували, що найбільш привабливою та переконливою формою є пряма промоція через рекомендації друзів (85,7%), лікаря чи фармацевта (50%), інформаційні плакати, розміщені в медичних установах (42,9%). На думку респондентів, рекомендації щодо здоров'я, отримані від інших користувачів Інтернету – менш ефективні (підтримка становить 21,4%). Серед інструментів, які найчастіше використовують працівники адміністрацій для поширення здоров'я, були названі конференції (26,8%), семінари (19,5%), телепрограми (18%) та розробка інформаційних брошур (14,6%).

Інше дослідження демонструє різницю в сприйнятті інформації з соціальних мереж у різних соціо-демографічних групах населення [15]. Так, жінки частіше за чоловіків цікавляться питаннями здорового харчування, ліками, алергіями, діагностикою та лікуванням, тоді як чоловіки більше шукають інформацію щодо активного способу життя, дієтичних та вітамінних добавок, медичних процедур, лікування залежностей, сексуального життя, ментального здоров'я, нетрадиційної медицини, скринінгів тощо. Молодші респонденти частіше цікавляться здоровим харчуванням, активним способом життя, дієтичними та вітамінними добавками, діагностичними процедурами, а старші люди – ефектом лікарських засобів, лікуванням залежностей, сексуальним життям, альтернативною медициною, профілактикою та скринінговими тестами.

У дослідженні J. Russomanno [16] автори доходять висновку, що Facebook може бути корисним інструментом для пошуку прихованих, напр. стигматизованих популяцій. Рекламні кампанії на Facebook мають можливість охопити велику кількість учасників, які в іншому випадку можуть бути приховані від науковців. Для проведення дослідження були розроблені офіційні вказівки щодо безпеки та моніторингу для дослідників, які використовують соціальні медіа. А за результатами дослідження були надані рекомендації щодо підготовки та реагування на негативні коментарі стосовно учасників дослідження та вчених.

Соціальні мережі є успішним інструментом комунікації навіть у таких специфічних випадках, як пошук учасників досліджень. Його перевагами є зменшення витрат, скорочення термінів та хороша репрезентативність [17].

Важливість ролі лікаря у впровадженні комунікації про здоров'я підтверджується даними українських та зарубіжних досліджень: медичні працівники є не лише найпоширенішим та найавторитетнішим джерелом медичної інформації [5,18], але також відіграють важливу роль як експерти з розповсюдження медичної інформації

за допомогою інших каналів зв'язку, в т.ч. Інтернету [19]. Медичні працівники залишаються надійним джерелом порад щодо здоров'я, оскільки люди шукають практичну інформацію, яка є доречною та перевіреною у їхніх громадах [20].

Використання Інтернету як додаткового джерела інформації для пацієнта може позитивно позначитися на подальшому спілкуванні з лікарем [21]. Встановлений взаємозв'язок між довірою до різних каналів медичної інформації та демографічними чи соціальними характеристиками [22] або детермінантами розвитку НІЗ [6].

Пандемія COVID-19 може змінити інформаційні потреби населення: дослідження, проведене [23] показує, що у 2020 році 92,6% італійців довіряли вченим, 89,6% – офіційним веб-сайтам і лише 4,3% – соціальним медіа.

Таким чином, налагодження ефективної комунікації у сфері охорони здоров'я, зокрема – громадського здоров'я, потребує від медичних працівників активнішого використання веб-сайтів та сторінок у соціальних мережах. Доступність та широка розповсюдженість онлайн-ресурсів у поєднанні з високим рівнем довіри до лікарів дозволить формувати надійні та авторитетні точки доступу до медичної інформації для широкого кола користувачів. Нагальною в цій роботі є забезпечення безперервного професійного розвитку лікарів за напрямом комунікацій в охороні здоров'я.

Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні оптимальної форми та змісту повідомлень щодо здоров'я, встановленні найбільш ефективних шляхів їх донесення до різних груп цільової аудиторії.

Висновки

За період з 2012 по 2020 р. мережа інтернет та онлайн-сервіси стали найбільш поширеним серед громадян України джерелом отримання інформації про здоров'я. Водночас, за рівнем довіри до джерела та бажаністю отримання інформації медичні працівники зберігають упевнене лідерство. Аналіз за віком та статтю показує, що жінки та молодші особи більш прихильні до отримання інформації через соціальні мережі.

Зважаючи на отримані результати, раціональним елементом стратегії комунікації щодо здоров'я варто визнати розбудову медичного інтернету: мережі веб-сайтів та сторінок у соціальних мережах, що адмініструються лікарями або медичними установами. Виконання цього завдання потребує адекватної підтримки на рівні безперервного професійного розвитку лікарів.

Література

1. Abraham T. The price of poor pandemic communication. British Medical Journal. 2010;: p. 1307.
2. Знаменська М.А., Слабкий Г.О., Знаменська Т.К. Комунікації в охороні здоров'я Київ; 2019.
3. WHO. Part 1: Guidance Document On Characterizing And Communicating Uncertainty In Exposure Assessment. Geneva:; 2008.
4. Baumann I., Jaks R., Robin D., Juvalta S., Dratva J. Parents' health information seeking behaviour – does the child's health status play a role? BMC Family Practice. 2020.
5. Знаменська М.А. Медико-соціальне обгрунтування системи комунікацій в охороні здоров'я : автореферат дис.. д-ра мед. наук : 14.02.03 – соціальна медицина Київ: М-во охорони здоров'я України, Нац. мед. акад. післядипл. освіти ім. П. Л. Шупика; 2016.
6. Hulchiy O., Slabkiy G., Balashov K. Evidence-based approaches to communication of non-communicable diseases risks in Ukraine: identification of channels. Україна. Здоров'я нації. 2020; 2(3).
7. Syrkiewicz-Świtała M. Development opportunities for the use of social media marketing in health promotion. In ; 2019; Hokkaido : Hokkaido University.
8. World Health Organization. Global difusion of eHealth: making universal health coverage achievable. Geneva; 2016.
9. Stahl J.P., Cohen R., Denis F., Gaudelus J., Martinot A., Lery T., et al. The impact of the web and social networks on vaccination. New challenges. ELSEVIER. 2016.
10. Ucakar V., Fafangel M., Kraigher A. Vaccine confidence among mothers of young children, Slovenia, 2016. Elsevier. 2018.
11. United Nations Children's Fund, State Statistics Service of Ukraine; Ukrainian Institute for Social Reforms and Statinformconsulting. Ukraine Multiple Indicator Cluster Survey (MICS) 2012, Ref. UKR_2012_MICS_v01_M. [Dataset downloaded from https://microdata.worldbank.org/index.php/catalog/2348 on 30.11.2019.].
12. Балашов К.В., Слабкий Г.О., Гульчій О.П., Захарова Н.М. Концептуальна рамка психографічних досліджень у сфері профілактики неінфекційних захворювань. Укр. Мед. Часопис. 2020 Oct.
13. The jamovi project. jamovi. (Version 1.8.1) [Computer Software]. [Online].; 2021. Available from: https://www.jamovi.org.
14. Syrkiewicz-Switała M., Romaniuk P., Strzelecka A., Lar K., Holecki T. Prospects for the Use of Social Media Marketing Instruments in Health Promotion by Polish Marshal Offices. Front. Public Health. 2018 Mar.
15. Syrkiewicz-Świtała M., Kotlarek M. The importance of social media marketing in promoting health in the opinion of inhabitants of Gliwice. Marketing i Zarządzanie. 2017: p. 353-361.

16. Russomanno J., Patterson J.G., Jabson Tree J.M. Social Media Recruitment of Marginalized, Hard-to-Reach Populations: Development of Recruitment and Monitoring Guidelines. 2019;(5(4)).

17. Whitaker C., Stevelink S., Fear N. The Use of Facebook in Recruiting Participants for Health Research Purposes: A Systematic Review. J Med Internet Res. 2017;(19(8)).

18. Nejašmić D., Miošić I., Vrdoljak D., Permozer Hajdarović S., Tomičić M., Gmajnić R., et al. Awareness and use of evidence-based medicine information among patients in Croatia: a nation-wide cross-sectional study. Croat Med J. 2017 Aug: p. 300–301.

19. Tonsaker T., Bartlett G., Trpkov C. Health information on the Internet. Gold mine or minefield? Can Fam Physician. 2014 May: p. 407-408.

20. Gerbing K.K., Thiel A. Handling of medical knowledge in sport: Athletes'. European Journal of Sport Science. 2015.

21. Eysenbach G. Internet Health Information Seeking and the Patient-Physician Relationship: A Systematic Review. J Med Internet Res. 2017 Jan: p. e9.

22. Балашов К. Громадське здоров'я та культура: точки дотику. In Modern science: problems and innovations. Abstracts of the 3rd International scientific and practical conference.; 2020; Stockholm: SSPG Publish. p. 74-79.

23. Falcone R., Sapienza A. How COVID-19 Changed the Information Needs of. International Journal of Environmental Research and Public Health. 2020.

References

1. Abraham T. The price of poor pandemic communication. British Medical Journal. 2010;: p. 1307.

2. Znamenska M.A., Slabkyi H.O., Znamenska T.K. Komunikatsii v okhoroni zdorovia Kyiv; 2019.

3. WHO. Part 1: Guidance Document On Characterizing And Communicating Uncertainty In Exposure Assessment. Geneva:; 2008.

4. Baumann I., Jaks R., Robin D., Juvalta S., Dratva J. Parents' health information seeking behaviour – does the child's health status play a role? BMC Family Practice. 2020.

5. Znamenska M.A. Medyko-sotsialne obhruntuvannia systemy komunikatsii v okhoroni zdorovia : avtoreferat dys. d-ra med. nauk : 14.02.03 – sotsialna medytsyna Kyiv: M-vo okhorony zdorovia Ukrainy, Nats. med. akad. pisliadypl. osvity im. P. L. Shupyka; 2016.

6. Hulchiy O., Slabkiy G., Balashov K. Evidence-based approaches to communication of non-communicable diseases risks in Ukraine: identification of channels. Ukraina. Zdorovia natsii. 2020; 2(3).

7. Syrkiewicz-Świtała M. Development opportunities for the use of social media marketing in health promotion. In ; 2019; Hokkaido : Hokkaido University.

8. World Health Organization. Global difusion of eHealth: making universal health coverage achievable. Geneva; 2016.

9. Stahl J.P., Cohen R., Denis F., Gaudelus J., Martinot A., Lery T., et al. The impact of the web and social networks on vaccination. New challenges. ELSEVIER. 2016.

10. Ucakar V., Fafangel M., Kraigher A. Vaccine confidence among mothers of young children, Slovenia, 2016. Elsevier. 2018.

11. United Nations Children's Fund, State Statistics Service of Ukraine; Ukrainian Institute for Social Reforms and Statinformconsulting. Ukraine Multiple Indicator Cluster Survey (MICS) 2012, Ref. UKR_2012_MICS_v01_M. [Dataset downloaded from https://microdata.worldbank.org/index.php/catalog/2348 on 30.11.2019.].

12. Balashov K.V., Slabkyi H.O., Hulchii O.P., Zakharova N.M. Kontseptualna ramka psykhohrafichnykh doslidzhen u sferi profilaktyky neinfektsiinykh zakhvoriuvan. Ukr. Med. Chasopys. 2020 Oct.

13. The jamovi project. jamovi. (Version 1.8.1) [Computer Software]. [Online].; 2021. Available from: https://www.jamovi.org.

14. Syrkiewicz-Switała M., Romaniuk P., Strzelecka A., Lar K., Holecki T. Prospects for the Use of Social Media Marketing Instruments in Health Promotion by Polish Marshal Offices. Front. Public Health. 2018 Mar.

15. Syrkiewicz-Świtała M., Kotlarek M. The importance of social media marketing in promoting health in the opinion of inhabitants of Gliwice. Marketing i Zarządzanie. 2017: p. 353-361.

16. Russomanno J., Patterson J.G., Jabson Tree J.M. Social Media Recruitment of Marginalized, Hard-to-Reach Populations: Development of Recruitment and Monitoring Guidelines. 2019;(5(4)).

17. Whitaker C., Stevelink S., Fear N. The Use of Facebook in Recruiting Participants for Health Research Purposes: A Systematic Review. J Med Internet Res. 2017;(19(8)).

18. Nejašmić D., Miošić I., Vrdoljak D., Permozer Hajdarović S., Tomičić M., Gmajnić R., et al. Awareness and use of evidence-based medicine information among patients in Croatia: a nation-wide cross-sectional study. Croat Med J. 2017 Aug: p. 300–301.

19. Tonsaker T., Bartlett G., Trpkov C. Health information on the Internet. Gold mine or minefield? Can Fam Physician. 2014 May: p. 407-408.

20. Gerbing K.K., Thiel A. Handling of medical knowledge in sport: Athletes'. European Journal of Sport Science. 2015.

21. Eysenbach G. Internet Health Information Seeking and the Patient-Physician Relationship: A Systematic Review. J Med Internet Res. 2017 Jan: p. e9.

22. Balashov K. Hromadske zdorovia ta kultura: tochky dotyku. In Modern science: problems and innovations. Abstracts of the 3rd International scientific and practical conference.; 2020; Stockholm: SSPG Publish. p. 74-79.

23. Falcone R., Sapienza A. How COVID-19 Changed the Information Needs of. International Journal of Environmental Research and Public Health. 2020.

Дата надходження рукопису до редакції: 15.01.2021 р.

Мета: визначити динаміку поширеності та ступеня довіри до різних каналів отримання інформації про здоров'я в Україні упродовж 2012-2020 рр. та встановити наявність гендерних та вікових особливостей медіа-профілю громадян України.

Матеріали та методи. Проаналізовані дані Мультиіндикаторного кластерного обстеження домогосподарств та спільного дослідження НУОЗ України імені П.Л. Шупика, УжНУ та ГО «Асоціація профілактики та лікування неінфекційних епідемічних захворювань» щодо отримання респондентами інформації про здоров'я з різних джерел та ступеня довіри до них. Статистична вірогідність виявлених відмінностей перевірялася за допомогою критерію хі-квадрат з поправкою на неперервність та коефіцієнту Баєса.

Результати. Встановлено, що 2020 р. найбільш поширеними джерелами інформації про здоров'я є інтернет, лікарі, друзі та соціальні мережі. Онлайн-формам отримання інформації надають перевагу для оперативного (щоденного або щотижневого) користування. Лікарі, спеціалізовані медичні сайти та сторінки лікарів у соцмережах користуються найбільшою довірою у населення України як джерела інформації про здоров'я – ці три джерела водночас є і найбільш затребуваними серед респондентів.

Встановлені вікові та гендерні відмінності у поширеності, довірі та бажаності каналів інформації про здоров'я.

Висновки. Розбудова медичного інтернету: мережі веб-сайтів та сторінок у соціальних мережах, що адмініструються лікарями або медичними установами – є раціональним елементом стратегії комунікації щодо здоров'я. Виконання цього завдання потребує адекватної підтримки на рівні безперервного професійного розвитку лікарів.

Ключові слова: комунікація, громадське здоров'я, ЗМІ, інтернет, безперервний професійний розвиток.

Цель: определить динамику распространенности и степени доверия к различным каналам получения информации о здоровье в Украине на протяжении 2012-2020 гг. Установить наличие гендерных и возрастных особенностей медиа-профиля граждан Украины.

Материалы и методы. Проанализированы данные Мультииндикаторного кластерного обследования домохозяйств и совместного исследования НУОЗ Украины имени П.Л. Шупика, УжНУ и ОО «Ассоциация профилактики и лечения неинфекционных эпидемических заболеваний» относительно получения респондентами информации о здоровье из разных источников и степени доверия к ним. Статистическая вероятность выявленных различий проверялась с помощью критерия хи-квадрат с поправкой на непрерывность и коэффициента Байеса.

Результаты. Установлено, что в 2020 г. наиболее распространенными источниками информации о здоровье являются интернет, врачи, друзья и социальные сети. Онлайн-формы получения информации предпочитают для оперативного (ежедневного или еженедельного) пользования. Врачи, специализированные медицинские сайты и страницы врачей в соцсетях пользуются наибольшим доверием у населения Украины как источника информации о здоровье – эти три источника одновременно и наиболее востребованными среди респондентов.

Установлены возрастные и гендерные различия в распространенности, доверии и желательности каналов информации о здоровье.

Выводы. Развитие медицинского интернета: сети веб-сайтов и страниц в социальных сетях, администрируемых врачами или медицинскими учреждениями – является рациональным элементом стратегии коммуникации в отношении здоровья. Выполнение этой задачи требует адекватной поддержки на уровне непрерывного профессионального развития врачей.

Ключевые слова: коммуникация, общественное здоровье, СМИ, интернет, непрерывное профессиональное развитие.

Objective: to determine the prevalence and level of trust of various channels of obtaining information about health in Ukraine during 2012-2020 and to establish the presence of gender and age characteristics of the media profile of Ukrainian citizens.

Materials and methods. Data from the Multiple Indicator Cluster Survey and a joint study of the Shupyk National Healthcare University of Ukraine, Uzhhorod National University, and the Association for the Prevention and Treatment of Noncommunicable Epidemic Diseases regarding the receipt of health information from various sources and the degree of trust in them was analyzed. The statistical significance of the detected differences was checked using the chi-square criterion adjusted for continuity and the Bayesian coefficient.

Results. It is established that in 2020 the most common sources of health information are the Internet, doctors, friends, and social networks. Online forms of obtaining information are preferred for online (daily or weekly) use. Doctors, specialized medical sites, and pages of doctors in social networks enjoy the greatest trust in the population of Ukraine as a source of health information. Also, the respondents most often want to receive information about health from these three sources.

Age and gender differences in the prevalence, trust, and desirability of health information channels have been identified.

Conclusions. Building the Medical Internet (Websites and social media pages administered by physicians or health care providers) are a rational element of a health communication strategy. This task requires adequate support at the level of continuous professional development of doctors.

Keywords: communication, public health, media, internet, continuous professional development.

Відомості про автора

Балашов Костянтин В'ячеславович – завідувач відділу комунікацій Національного університету охорони здоров'я України імені П.Л. Шупика; м. Київ, вул. Дорогожицька, 9.
kostyantyn.balashov@gmail.com, ORCID ID 0000-0002-7820-4527.