

התנהגות חיפוש המידע של צרכני בריאות ישראלים אשר משתמשים

באינטרנט לצורך איתור מידע בריאותי / מגידוב ולרי

תקציר:

מחקר זה בוחן מקרוב את מאפייני צריכת המידע הבריאותי ברשת, את סוגיית השינויים באינטראקציה רופא – מטופל בעידן החדש ואת התועלת שמפיקים צרכני בריאות מהשימוש באינטרנט. בארץ שיעור גבוה של משתמשי האינטרנט, כ- 72% מכלל אוכלוסייה מעל גילאי 13 (סקר TIMtm טלסקר, 2008). עם פריצת האינטרנט חל גידול עצום בשיעור ישראלים המחפשים מידע רפואי ברשת ומנסים להרחיב את הידע שלהם אודות מצב בריאותם. חיפוש אחר מידע בריאותי באינטרנט חוצה את כל שכבות האוכלוסייה בישראל. סוגיות רבות הקשורות למערכת הבריאות עוברות מהפכה, ולמהפכה טכנולוגית זו השלכות רבות. רשת האינטרנט מספקת לגולשים מאגר בלתי נדלה של מידע בנושא בריאות ורפואה:

- מידע ושירותים במגוון תחומי בריאות ורפואה שניתן למצוא באתרים, פורטלים רפואיים, אנציקלופדיות ומנועי חיפוש.
- פורומים המנוהלים על ידי רופאים מומחים וקבוצות תמיכה חברתית.
- מסחר אלקטרוני בתוספי מזון, ויטמינים, תרופות ועוד.

לא מן הנמנע שיהיו יתרונות רבים לשימוש באינטרנט כערוץ מידע בריאותי. מבחינת הגורמים לשימוש ברשת לצורך מידע בריאותי עולה כי הסיבה המודגשת ביותר היא "חסכון בזמן". בנוסף לכך אנשים פונים לרשת כי שם ניתן למצוא את המידע העדכני ביותר, לשמור על אנונימיות, לקבל חוות דעת נוספת מרופא אחר, ולבסוף- לחסוך בעלויות. גם ההנאה מהחיפוש משחקת תפקיד חשוב. כך, מי שנהנה יותר מחיפוש מידע באינטרנט שבע רצון יותר, מפיק יותר תועלת, מאמין יותר באינטרנט ובאמינות המידע ברשת, מחפש יותר מידע בריאותי ומושפע יותר ממידע זה. מכיוון שכך הנאה היא יתרון נוסף לרשת האינטרנט על פני ערוצי מידע אחרים.

מידע הוא כוח המלא צרכים רגשיים, פסיכולוגיים ופיזיולוגיים, שכן צרכני בריאות ישראלים מחפשים יותר מידע על מחלות ודרכי טיפול בהן מאשר על כל נושא אחר. יחד עם זאת הם מחפשים גם מידע על ניהול אורח חיים בריא, תרופות ובתי חולים, מידע על רופאים, וכן על עדכונים, חידושים וטיפולים אלטרנטיביים. כמו כן הם מחפשים מידע על בתי חולים ותמיכה חברתית ונפשית, אם כי בשיעור נמוך יותר.

עם מגוון ערוצי המידע הבריאותי העומדים כיום לרשות הציבור, להישאר מעודכן הוא בגדר חובה ולא זכות. בעוד שרופא הוא ערוץ המידע השכיח והמועדף ביותר, צרכני הבריאות מחפשים אינפורמציה גם בערוצים נוספים, במיוחד בערוץ האינטרנט שהוא הערוץ הנגיש והזמין ביותר. בנוסף לכך שצרכני בריאות פונים הכי הרבה לרופאים ולרשת האינטרנט כשהם צריכים מידע בריאותי הם גם מקבלים את המידע הרבה ביותר משני ערוצים אלו.

באופן כללי מרבית הנבדקים משתמשים ברשת האינטרנט בבית או במקום העבודה על מנת לחפש מידע, להשתמש בדואר האלקטרוני ולהשתתף בפורומים. נראה כי נבדקי המחקר מעריכים היטב את מיומנותם בכל הקשור לאינטרנט ומחשבים. כך הם מדווחים כי אינם מתקשים למצוא מידע בריאותי שהם זקוקים לו, נהנים במידה רבה מתהליך החיפוש ורואים עצמם כ"מנוסים" באינטרנט. יתר על כן, מבדיקת הקשרים עולה כי ככל שהערכה העצמית של מסוגלות למצוא מידע בריאותי באינטרנט גבוהה יותר וכן רמת קושי נמוכה יותר, כך כמות המידע המתקבל, תדירות החיפוש, האמונה באינטרנט והאמונה באמינות באינטרנט וכן מידת השפעת המידע גבוהים יותר.

בדומה לתחומים רבים אחרים בהם מחפשים מידע באינטרנט, גם בתחום הבריאות משתמשים רטוב הצרכנים במנוע החיפוש של Google. הם נוהגים לחפש מידע בנושאי בריאות ורפואה הן בשפה העברית והן בשפה האנגלית.

המידע בנושאי בריאות ורפואה אליו נחשף הגולש באינטרנט עלול להיות מטעה ולא מהימן, אם בשל חוסר מקצועיות המפרסם, אם בשל אינטרסים שיווקיים, או מכל סיבה אחרת. צרכני בריאות חסרי השכלה רפואית לא אחת יתקשו לזהות את מידת מהימנותו של המידע, את מקור המידע ואת מידת עדכניותו ודיוקו. על צרכני האינטרנט להיות זהירים ומודעים לסוגיית אמינות המידע בכלל והמידע הבריאותי בפרט. מממצאי המחקר עולה כי המרחב הווירטואלי נתפס על ידי הצרכנים כאמין דיו אך אין זה בהכרח כך. מבדיקת הקשרים עולה כי ככל שהאמונה באינטרנט והאמונה באמינות האינטרנט רבה יותר, כך תדירות השימוש, ההשפעה על החלטות בריאותיות והרצון להמליץ לאחרים על האינטרנט כערוץ מידע בריאותי גבוהים יותר גם כן. נראה כי הכרות מעמיקה יותר עם קריטריונים למידע בריאותי אמין ואיכותי תקל על משתמשי האינטרנט ותסייע להם להפעיל שיקול דעת בהערכת מקורות המידע הבריאותי שהם נחשפים להם.

ממידע בנושא בריאות ורפואה באינטרנט ניתן להפיק תועלת רבה שעשויה לחזק את מעמדם של צרכני בריאות על ידי כך שהם יוכלו ליטול חלק בקבלת החלטות בכל הנוגע לבריאותם. התועלת שמפיקים נבדקי המחקר באה לידי ביטוי קודם כל בשיפור התקשורת בין הרופאים למטופלים. כמו כן היא מתבטאת במתן אפשרות לאנשים לחפש דעה נוספת או מידע ממקורות נוספים מלבד הרופא המטפל. המידע באינטרנט מסייע לצרכנים גם להין טוב יותר את מצבם או את מצב בני משפחתם. כמו כן משפיע השימוש באינטרנט על החלטות הצרכנים הנוגעות לבריאותם או לבריאות בני משפחתם, תורם לבריאותם ומאפשר להם להתעדכן בנושאים המעניינים אותם. ממצא נוסף הוא שעם גידול ברמת שביעות הרצון והתועלת המופקת מהמידע באינטרנט גדלה גם ההשפעה על החלטות הבריאותיות של הצרכנים, האמונה באינטרנט ובאמינות המידע בו, וכן מידת השימוש. יחד עם זאת אין להתעלם מהעובדה כי חשיפה מוגברת למידע רפואי עלולה לגרום לתחושות של בלבול ולחץ מיותרים.

מרבית הנבדקים מחפשים מידע באינטרנט גם לפני וגם אחרי הביקור אצל הרופא על מנת להתכונן לפגישה ולמצות אותה עד תום ולדבר עם הרופא בגובה העיניים, ולאחר מכן על מנת להשלים ולאמת את המידע שנתן הרופא. בנוסף צרכנים רוצים לקבל שירות אצל רופאים היודעים גם להדריך את מטופליהם ולהפנותם למקורות מידע איכותיים ואמינים ביותר. כיוון שלא6 תמיד צרכן בריאות יכול לעשות שימוש מושכל באינטרנט על הרופא לקחת על עצמו תפקיד של מדריך המפנה את לקוחותיו למקורות אמינים ואיכותיים ברשת. יתר על כן, על הרופאים לעודד חיפוש עצמאי של מידע בריאותי כיוון שלזה יש תרומה רבה במספר היבטים. בהתאם לכך נמצא כי ככל שתגובת הרופא לחיפוש עצמאי של מידע בריאותי באינטרנט חיובית יותר כך התועלת ממידע זה רבה יותר, והמטופלים יטו יותר להמליץ לאחרים על האינטרנט כערוץ מידע בריאותי. נראה כי המהפכה האמיתית שחוללה רשת האינטרנט היא שינוי באינטראקציה בין רופאים ומטופלים, שיש המכנים אותו מהפכה של ממש בכל הקשור לדפוסי התקשורת ביניהם. צרכנים מביעים שביעות רצון וכן מפקים תועלת רבה מנגישות למידע בריאותי ולכך יש השפעה חיובית על תפיסת האינטרנט כערוץ מידע בריאותי. ממצא נוסף הוא שעם תפיסת האינטרנט כבעל יתרונות רבים הוא נתפס יותר כבעל תועלת.

בסוגיית ההבדלים והקשרים בין מאפיינים אישיים, כגון מגדר, גיל, הכנסה, השכלה ומצב בריאות לבין מדדי המחקר השונים, נמצאו הבדלים אחדים. הממצא המשמעותי ביותר הוא כי נשים מחפשות יותר מידע בריאותי, יותר מידע על רפואה מונעת ומשלימה ויותר חוות דעת של רופאים אחרים, וכן שאמהות נוטות לחפש יותר מידע עבור ילדיהן. ממצאים אלו מציעים כי הנשים הן אלו הלוקחות על עצמן את ענייני הבריאות במשפחה וכנראה גם מודעות יותר לחשיבות השמירה על הבריאות והרפואה המונעת.

ממכלול הממצאים עולה כי צרכני האינטרנט אינם רואים במידע המופיע באתרים תחליף לטיפול רפואי או לביקור אצל הרופא. הנבדקים מבחינים בין כלים וידע נוסף אותם מספקת הרשת, לבין השגחה או רפואית ראויה אותה אין היא מספקת. יחד עם זאת יתכן והתרומה המשמעותית ביותר של מהפכת המידע באינטרנט היא השינויים המתרחשים בתקשורת בין רופאים למטופלים. ממכלול הממצאים מעיד על כך שה"חולה" של פעם הופך לצרכן בריאות המחפש מידע, מאמת מידע, מתעדכן, ומצפה מרופאים להדרכה והפניה למקורות מידע נוספים. כל אלו מדגישים כי למרות השונות במניעים, בדפוסי החיפוש ורמת האקטיביות, שמקורה בגורמים אישיים, אנשים כיום רוצים לתפקד כצרכני בריאות מודרניים המגלים עניין הולך וגובר הן בקידום והן במודעות לבריאות ולוקחים אחריות על בריאותם.

מס' מיון בספריה :

025.0661 מגי.הת תשס"ט

מס' מערכת בספריה :

