

A „motivációs interjú” tanácsadási szemlélet online alkalmazása a dohányzás visszaszorítása érdekében

PhD értekezés összefoglalója

Dr. Pócs Dávid

Témavezető:

Dr. habil. Kelemen Oguz Ph.D.

Magatartástudományi Intézet
Általános Orvostudományi Kar
Szegedi Tudományegyetem

Interdiszciplináris Orvostudományi Doktori Iskola
Szegedi Tudományegyetem



Szeged
2021

Publikációk listája

1. Az értekezés alapjául szolgáló közlemények listája

- I. **Pócs D**, Adamovits O, Watti J, Kovács R, Kelemen O. Facebook Users' Interactions, Organic Reach, and Engagement in a Smoking Cessation Intervention: Content Analysis. *Journal of Medical Internet Research*. 2021 Jun;23(6):e27853. [IF: 5,034, D1 - 2019]
- II. **Pócs D**, Kovács R, Óvári T, Erdős C, Kelemen O. Tobacco reduction on Facebook among 14–35-year-olds [A dohányzás visszaszorítása a Facebook segítségével a 14–35 éves korosztály körében]. *Orvosi Hetilap*. 2019 Feb;160(6):220-227. [IF: 0,497, Q3 - 2019]
- III. **Pócs D**, Hamvai Cs, Kelemen O. Health behavior change: motivational interviewing [Magatartás-változtatás az egészségügyben: a motivációs interjú]. *Orvosi Hetilap*. 2017 Aug;158(34):1331-1337. [IF: 0,322, Q4 - 2017]
- IV. **Pócs D**, Barabás K, Kelemen O. Interventions in medical practice to reduce tobacco use among adolescents [Intervenciók az orvosi gyakorlatban a serdülőkorú dohányzás visszaszorítására], *Orvosi Hetilap*. 2018 Apr;159(15):593-602. [IF: 0,564, Q3 - 2018]
- V. **Pócs D**, Óvári T, Watti J, Hamvai Cs, Kelemen O. How to create Social Media Contents based on Motivational Interviewing Approach to support Tobacco Use Cessation? A Content Analysis. *Journal of Substance Use*, 2021, under review.

Az értekezés alapjául szolgáló közlemények összesített impakt faktora: 6,417.

2. Az értekezéshez közvetlenül nem tartozó közlemény

Pócs D, Siklósi R, Nyári T, Barabás K. Egészségügyi félelmek: epidemiológia és prevenció 5-6 éves gyermekek körében [Medical fears: Epidemiology and prevention of 5-6 years old children]. *Lege Artis Medicinae* 2013; 23(1): 28-36. [IF: -, Q4 - 2013].

A közlemények összesített impakt faktora: 6,417.

Összefoglalás

A kutatás háttere és célkitűzései:

Vizsgálataink egy internetes dohányzás leszokás támogató beavatkozást lehetőségeit és hatásait tanulmányozták. Az intervenció a fiatal, dohányzó, Facebook (FB) felhasználókat célozta meg, és a motivációs interjú (MI) tanácsadási szemléletet alkalmazta. Első kutatásunk a beavatkozás lehetséges hatásait elemezte a célcsoport dohányzási szokásaira, leszokással kapcsolatos ismereteire és attitűdjeire. Második kutatásunk azt vizsgálta, hogy az intervenció különböző típusú, internetes tartalmai milyen pozitív változásokat értek el a célpopuláció interakcióiban. Harmadik kutatásunk rávilágított, hogy a FB felhasználók interakciói hogyan korrelálnak az elérési adatokkal és az „intervenciós aktivitás” mutatóival.

A kutatás módszertana:

Az első kutatás során, egy online kérdőív segítségével gyűjtöttünk adatokat a vizsgált FB oldal 14 és 35 év közötti követői körében (N=332). A második kutatásban az intervenció internetes tartalmait (N=701) különféle csoportokba soroltuk MI stratégiák (vizsgált csoport) és más stratégiák szerint (kontroll csoport). Az eredmény-indikátoraink a FB felhasználók interakciói, a dohányzók leszokással kapcsolatos „motivációs nyelvezete”, illetve a tartalmak elérési adatai voltak. A harmadik kutatásban a leszokást segítő tartalmak (N=1025) adatai közötti korrelációkat elemeztük (elérési és interakciós adatok, aktivitási mutatók).

Fontosabb eredmények:

Szignifikánsan nőtt a leszokási önbizalma, azoknak a dohányzóknak, akik gyakrabban vagy hosszabb ideig látogatták meg a vizsgált FB oldalt ($p < 0,05$). Az MI stratégiákat használó internetes tartalmak a kontrollcsoportéhoz képest, szignifikánsan nagyobb aktivitási arányt ($p < 0,05$), és több leszokással kapcsolatos motivációs kifejezést idéztek elő ($p < 0,001$). Végül a „tetszik” reakció (mint tradicionális aktivitási mutató) használata szignifikánsan negatívan korrelált a felhasználók elérésével, illetve a negatív FB interakciók, a „húha”, a „szomorú”, a „dühös” reakciógombok használatával, és a kommentek írásával ($p < 0,001$).

Következtetések:

Eredményeink arra utalnak, hogy az MI tanácsadási szemlélet használata, egy internetes dohányzás leszokás támogató beavatkozás során, serkentheti a fiatal dohányzók aktivitási arányát, megváltoztathatja leszokási ismereteiket és attitűdjüket, végül fokozhatja a leszokási motiváció kifejezését. Elsősorban a FB-alapú népegészségügyi intervenciók számára lehetnek előnyösek kutatásunk tapasztalatai, azonban további vizsgálatok szükségesek az MI stratégiák más online felületen történő alkalmazásával kapcsolatban.

1. Bevezetés

1.1. Epidemiológia: dohánytermékek használata a 14-35 éves korosztály körében

Magyarországon a dohányzás prevalenciája fokozatosan emelkedik és tetőzik a 15-34 éves fiatalok körében, majd az életkor előrehaladtával csökken. Ismert szakirodalmi adat az is, hogy minél kevesebb ideje dohányzik valaki, annál nagyobb a leszokás sikere. Ezek az adatok rávilágítanak, hogy bár a leszokási hajlandóság kisebb, a leszokás támogatás potenciálisan hatékonyabb lehet ebben a korosztályban, szemben az idősebb populációval.

1.2. Serdülő és felnőtt dohányzók leszokásának támogatása

Sok olyan különbség azonosítható a serdülő- és felnőttkori dohányzás között, amelyek fontosak az orvosi gyakorlatban. A serdülők általában kettő vagy több dohányterméket próbálnak ki és használnak. Továbbá a serdülőkre jellemzőek bizonyos tévhitek a dohánytermékekkel kapcsolatban. Adoleszcenseknél erőteljesebb leszokási motivációt jelentenek a dohányzás rövidtávú hatásai, mint a hosszú távúak. Ugyanakkor, más leszokás támogató program és gyógyszer javasolt serdülőknek és felnőtteknek. Végül a serdülőkori dohányzásra progresszió lehet jellemző.

1.3. A dohányfüggőség terápiás lehetőségei

A dohányfüggőség egy szerhasználati zavar, ami testi és lelki függőségre bontható. A receptorális, testi függőség (nikotinfüggőség) okozója a nikotin, és ma már gyógyszerekkel egyre hatékonyabban kezelhető. Ugyanakkor a dohányzás társulhat a napi rutinhoz, a társas kapcsolatokhoz és bizonyos helyzetekhez is, amelyek megerősíthetik ezt a viselkedést és fenntarthatják a lelki függőséget. Ennek a dohányzó viselkedésnek, illetve a kiváltó tényezőinek a kezelése a magatartás-orvoslás tárgykörébe tartozik. A dohányzók lelki függőségének kezelésében két hatékony, tudományos evidenciákkal alátámasztott tanácsadói megközelítést léteznek: a kognitív viselkedésterápia és a motivációs interjú (MI).

1.4. A motivációs interjú, mint tanácsadási szemlélet

Az MI egy személyközpontú, célorientált tanácsadási szemlélet, amelynek célja, hogy segítsen az embereknek megváltoztatni az egészségmagatartásukat. Az MI a pszichológiai és pszichiátriai gyakorlatban alkalmazott tanácsadási módszereket ötvözi, kommunikációs stílusa az együttműködés kialakítására és fenntartására törekszik. Ez a megközelítés a klient aktív (interjú alany) szerepbe helyezi, illetve elsősorban a motivációinak feltárására irányul. A szakirodalom a következő jellemzőket nevezi az MI „szellemiségének”: partnerség, elfogadás, együttérzés és felidézés.

1.5. A motivációs interjú „szellemisége”

A partnerség azt sugallja, hogy az orvos (mint egy interjúkészítő) partnerként cselekszik, tiszteletben tartva a kliens tudását, tapasztalatait. Az elfogadás azt jelenti, hogy az orvos felismeri és szavakba önti a kliens értékeit, érzéseit, autonómiáját, erősségeit és erőfeszítéseit. Az együttérzés rávilágít, hogy az orvos előtérbe helyezi a kliens boldogulását és igényeit. A felidézés pedig arra utal, hogy az orvos feltárja a kliens perspektíváit és motivációit.

1.6. A motivációs interjú szemlélet alapelvei

Az MI megközelítés alapelvei egyfajta keretrendszert biztosítanak az orvosok számára. „Állj ellen a reflexszerű korrigálásnak!” alapelv arra utal, hogy az együttműködés fenntartása fontosabb, mint a belső késztetésünk az egészségügyi problémák korrigálására. „Értsd meg a kliens motivációit!” elv azt sugallja, hogy a viselkedésváltozás motivációja a kienstől származik, nem pedig tőlünk. „Hallgasd meg a kienst!” alapelv kiemeli, hogy az MI-ben a hallgatás egy aktív folyamat. Végül a „Támogasd a kienst!” elv azt jelenti, hogy soha nem vonhatjuk kétségbe, hogy a kliensek képesek-e a viselkedés megváltoztatására.

1.7. Alapvető tanácsadói készségek a motivációs interjú során

Az alapelvek értékeit figyelembe véve az MI alkotói kiemelték bizonyos „készségeket”. A „nyitott kérdések használata” ugyan több figyelmet igényel, azonban megkönnyíti a kliens számára, hogy kifejezze saját motivációját. A „megerősítés” a kliens valós és konkrét pozitív erőfeszítéseit, tulajdonságait vagy viselkedését hangsúlyozza. A „reflexió” során vissza-tükrözhetjük a kliens mondatóját, különösen azok jelentéstartalmát. Az „összegzés” pedig kiemeli egy hosszabb beszélgetés azon pontjait, amelyek elősegítik a viselkedésváltozást.

1.8. A motivációs interjú kapcsolati és technikai stratégiái

A kapcsolati MI stratégiái az orvos-beteg bizalmi légkör kialakítására összpontosítanak, és a pszichológiai gyakorlatban ismert módszereket ölelik fel, mint az empátia kifejezése. A technikai MI stratégiák azonban specifikus megfigyelésekre építenek, miszerint a kliens verbális kifejezései („motivációs nyelvezet”) képesek megjósolni a viselkedésváltozás kimenetelét. Ez a motivációs nyelvezet „változást segítő mondatokra” és „változást hátráltató mondatokra” osztható. A változást segítő mondatok a sikeres viselkedésváltozást vetítik előre, és tartalmuk arra irányul. Ezzel szemben a változást hátráltató mondatok sikertelen viselkedésváltozást jósolhatnak, és tartalmuk azzal ellentétes. A technikai MI stratégiák célja a változást segítő mondatok elősegítése, és a hátráltató mondatok korlátozása. A motivációs nyelvezet további altípusai a változás iránti elköteleződés szintjét fejezhetik ki: vágy, képesség, okok, szükséglet (DARN) és elkötelezettség, készenlét, lépések megtétele (CAT).

2. A tézis célkitűzései

2.1. A kutatás aktualitása

Ahogy korábban elhangzott, a dohányzás prevalenciája a serdülők és a fiatal felnőttek körében fokozatosan emelkedik és tetőzik. Bár a leszokási hajlandóság alacsonyabb, a leszokás sikeresebb lehet ebben a korosztályban. Ezek az evidenciák alátámasztják, hogy miért fontos az életkor-specifikus dohányzás leszokás támogató intervenciók vizsgálata. A hazai szakirodalom áttekintésekor nem találtunk olyan kutatásokat, amelyek az internetes dohányzás leszokás támogatásra irányultak volna. Ezért ez egy előremutató és szükségszerű kutatási terület Magyarországon. Továbbá az MI-alapú közösségi médiatartalmak vizsgálata a nemzetközi tudományos közösség figyelmét is felkeltheti, hiszen egy hatékony kommunikációs módszer újszerű használatára mutat példát.

2.2. A kutatás célkitűzései

Első kutatásunk célja az volt, hogy megvizsgálja egy magyar Facebook (FB) oldal lehetséges hatásait a célcsoport dohányzási szokásaira, valamint leszokással kapcsolatos ismereteire és attitűdjeire. Második kutatásunk azt vizsgálta, hogy az intervenció különböző típusú MI-alapú tartalmai milyen pozitív változásokat értek el a célpopuláció interakcióiban, elérési adataiban. Harmadik kutatásunk feltárta, hogy a FB felhasználók interakciói hogyan korrelálnak a tartalmak elérési adataival és az „intervenció aktivitás” mutatóival.

2.3. Hipotézisek és kutatási kérdések

2.3.1. *Dohányzási szokások, leszokással kapcsolatos ismeretek és attitűdök vizsgálata*

Hipotézisek:

- A dohányzók, akik gyakrabban látogatták a FB oldalt, az ismeretek, szokások és attitűdök nagyobb arányú pozitív változásáról számolnak majd be.
- A dohányzók, akik régebb óta követik a FB oldalt, az ismeretek, szokások és attitűdök nagyobb arányú pozitív változásáról számolnak majd be.

2.3.2. *Az MI-alapú intervenció tartalmak és azok adatainak vizsgálata*

Kutatási kérdések:

- Hogyan befolyásolják az MI stratégiák az aktivitási arányt, a negatív visszajelzéseket, az oldalkövetők elérésének arányát, a változást segítő és hátráltató mondatok megjelenését, más stratégiákhoz képest?
- Mi az összefüggés a FB posztok szintjén az elérés, az aktivitási mutatók, és a felhasználók interakciói között, egy leszokás támogató intervenció során?

3. Módszerek

3.1. A vizsgált FB-alapú dohányzás leszokás támogató intervenció

A „CigiSzünet” elnevezésű nyílt FB oldal (www.facebook.com/cigiszunet) egy magyar internet-alapú dohányzás leszokás támogató intervenció. Az MI „szellemiségére” épül ez a beavatkozás, hiszen MI-alapú tartalmak elkészítésére törekszik. Ez azt jelenti, hogy kerül az ítélkezést és a félelemkeltést, helyette empátikus, együttműködésre törekvő, és motiváló tartalmakat használ. A SZTE ÁOK Magatartástudományi Intézete által meghirdetett kurzus keretei között egyetemi hallgatók és oktatók (a tézis szerzőjének vezetésével) hozták létre ezt az intervenciót 2017 márciusában, és azóta üzemeltetik.

Az első kutatás adatfelvételekor (2018. június 27-én) összesen 3.278 oldalkedvelő felhasználója volt a FB oldalnak, akiknek a 49%-a nő, 51%-a férfi volt a FB profil alapján. A második kutatás alakalmával (2019. március 23-án) összesen 5.935 oldalkedveléssel bírt a FB oldal, amiből 54% női, 46% férfi felhasználótól származott. Végül, a harmadik kutatáskor (2020. augusztus 14-én) összesen 10.098 oldalkedvelő követte az oldalt, akiknek a 53%-a nő, 47%-a férfi volt. Az oldalkedvelő felhasználók átlagéletkora 26 és 28 év között változott a három kutatás során. A vizsgált, hároméves időtartamban több, mint 1.000 intervenciós tartalom készült el, melyek jelentős részét (kb. 20-30%-át) a tézis szerzője állította össze, illetve az összes többi tartalmat lektorálta.

3.2. Dohányzási szokások, leszokással kapcsolatos ismeretek és attitűdök vizsgálata

3.2.1. Résztvevők

Az adatfelvétel egy online kérdőív segítségével történt egy kéthetes időtartamban, 2018. június 24. és 2018. július 8. között. Összesen 358 kitöltés történt. Azokat a válaszadókat válogattuk be, akik követték a vizsgált FB oldalt. A legfiatalabb résztvevő 14 éves volt. Kizártuk a 35 évnél idősebbeket. Így összesen 332 résztvevő válaszait elemeztük (N=332), akik önbevallás alapján 14 és 35 év közötti életkort jelöltek meg.

3.2.2. A kutatás kivitelezése

Az online felmérés lehetőséget nyújtott az internet-felhasználók elérésére, akik követték a vizsgált FB oldalt. A közösségi média kutatásának általános módszere a FB reklám és nyereményjáték használata, amelyet mi is alkalmaztunk. A kérdőív nyelve magyar volt, kitöltése a tájékozott beleegyezésen alapult és önkéntes volt. Az anonimizált adatbázist a Google cégtől a „Google Forms” szoftver segítségével töltöttük le.

3.2.3. Az online kérdőív felépítése

A kérdőív első részében demográfiai jellemzőket tártunk fel (pl. nem, életkor, lakóhely). Ezt követően a vizsgált FB oldal látogatásának gyakoriságára és időtartamára kérdeztünk rá. A következő lépésben a résztvevők a dohányzási státusz alapján (aktív dohányzók, leszokott dohányosok és nem-dohányzók) különböző kérdéscsoportokra válaszoltak. Az aktív dohányzók körében felmértük a résztvevők szokásait, attitűdjeit, ismereteit a dohányzásról és a leszokásról. A leszokott dohányosok körében megvizsgáltuk az intervenció leszokást támogató és a visszaesést megelőző hatását. Végül a nem-dohányzók körében felmértük a pozitív attitűdváltozásokat (a passzív dohányzás elleni védekezés és a dohányzók leszokásának segítése tekintetében).

3.3. Az MI-alapú intervenciók tartalmak és azok adatainak vizsgálata

3.3.1. Intervenciók tartalmak és a kontroll csoport

A második kutatás során a 2017.03.07-e és 2019.03.07-e között közzétett összesen 816 tartalmat elemeztük retrospektív módon. Kizártunk 115 tartalmat az alábbi kritériumok szerint: adminisztrátori posztok (55 db), az MI „szellemiségtől” eltérő tartalmak (7 db), hirdetett tartalmak (6 db), nem leszokás támogató témájú posztok (47 db). Ezután összesen 701 FB posztot elemeztünk (N=701). A vizsgált csoportot az MI-alapú intervenciók tartalmak alkották: négy technikai MI stratégia (változást segítő mondatok „feltárása kérdésekkel”, „megerősítése” és „reflexiója”, illetve a változást hátráltató mondatok „tudatosítása”), valamint két kapcsolati MI stratégia („együttműködésre törekvés” és „empátia kifejezése”). A kontroll csoportot a speciális MI stratégiát nem használó, de az MI „szellemiséget” követő tartalmak képezték („szórakoztató” és „tájékoztató” tartalmak). A beválogatott tartalmakat négy értékelő külön-külön kategorizálta (Fleiss kapa értéke: 0,860).

A harmadik kutatás során a 2017.03.07-e és 2020.08.14-e között közzétett 1.269 FB posztot elemeztük. Összesen 244 tartalmat zártunk ki: 69 adminisztrátori posztot, az MI „szellemiségtől” eltérő 7 tartalmat, 60 hirdetett tartalmat, 84 nem leszokás támogató témájú posztot, 24 videós tartalmat. A kizárások után összesen 1.025 FB posztot elemeztünk (N=1025), amelyek követték az MI „szellemiségét”, a dohányzók leszokásának támogatására törekedtek, nem használtak hirdetéseket, illetve képet és szöveget tartalmaztak. A harmadik kutatás során ezekre a jól körülírható tartalmakra adott felhasználói reakciókat (a posztok interakciós gombjainak használatát) és azok közötti korrelációkat vizsgáltuk. Ebben a kutatásban tehát nem kategorizáltuk az intervenciók tartalmakat, mert a kutatás fókuszában nem az MI stratégiák, hanem a felhasználók interakciói, azok kombinációi álltak.

3.3.2. Elsődleges eredmény-indikátorok

A FB posztok adatbázisában található meg vizsgálatunk elsődleges eredmény-indikátorai. Ezek összegzett és anonimizált adatok, melyekből a FB felhasználók nem azonosíthatóak. A második kutatás során két vagy több adatból álló indikátorokat használtunk. Az „aktivitási arány” kifejezi a posztra érkezett reakciók, kommentek, megosztások és kattintások (azaz az aktivitási mutatók) összegét, osztva a felhasználók számával, akik látták a posztot. A „negatív visszajelzés” a negatív FB interakciók összege (pl. poszt elrejtése, oldalkedvelés visszavonása gombok használata). „Az oldalkövetők elérésének aránya” kiszámolható úgy, ha elosztjuk az adott tartalmat látó oldalkedvelő felhasználók számát (az oldalkedvelők elérését) az adott tartalmat látó összes felhasználó számával (azaz a teljes eléréssel). A harmadik kutatásban az adatokat külön-külön elemeztük: oldalkedvelők és nem-oldalkedvelők elérése, illetve a negatív FB interakciók száma és az aktivitási mutatók: reakciók (pl. „imádom”, „szomorú”), megosztások, kommentek, kattintások száma.

3.3.3. Másodlagos eredmény-indikátorok

A második kutatásban másodlagos eredmény-indikátorokat is vizsgáltunk, amelyeket a FB posztok kommentjeiben fellelhető „motivációs nyelvezet” alkotta: változást segítő és változást hátráltató mondatok, valamint a korábban ismertetett DARN és CAT kifejezések. Közvetlenül a FB posztok alá írt kommenteket elemeztük (az ezekre adott válaszokat nem). Összesen 516 kommentet gyűjtöttünk össze a 2017.03.07-e és 2019.03.07-e között közzétett, és a vizsgálatba beválogatott tartalmak alatt. Ezeket két értékelő külön-külön kategorizálta (Cohan kappa értéke: 0,964). „Motivációs nyelvezetet” nem tartalmazó 312 kommentet zártunk ki. Így összesen 204 MI-alapú kommentet azonosítottunk (n=204), melyekben a dohányzók önkéntesen, szabadon, és publikusan megfogalmazták érzéseiket, véleményüket, tapasztalataikat a dohányzásról és a leszokásról. A „motivációs nyelvezet” a vizsgált és a kontroll csoport tartalmaiban egyaránt előfordult. Az elemzett szövegrészek személyes vagy szenzitív adatot nem tartalmaztak.

3.4. Statisztikai módszerek

Az elemzésekhez a „Statistical Package for the Social Sciences” (SPSS) szoftvert használtuk. A kutatások szignifikancia-szintje 5% volt ($p < 0,05$), illetve erősen szignifikáns eredménynek tekintettük, ha az elsőfajú hiba elkövetésének valószínűsége kevesebb, mint 1% volt ($p < 0,001$). Alkalmazott statisztikai tesztek: khí-négyzet próba, Welch próba, független kétmintás t-próba, Kruskal–Wallis-H-próba, egyszempontos varianciaanalízis (ANOVA), Dunn teszt, Tukey HSD teszt, és Spearman korreláció.

4. Eredmények

4.1. A célcsoport dohányzási szokásai, leszokással kapcsolatos ismeretei és attitűdjei

4.1.1. Szociodemográfiai adatok

A vizsgált csoport (N=332) átlagéletkora 22,57 év volt (SD: 5,08), illetve 61%-ben nők, 39%-ban férfiak vettek részt a vizsgálatban. Állandó lakóhelyként a kitöltők 18%-ban a fővárost, 19%-ban megyeszékhelyet, 39%-ban várost (nem megyeszékhelyet), 23%-ban kisebb települést jelöltek meg. A legmagasabb iskolai végzettség tekintetében, a vizsgált csoport 15%-ának volt felsőfokú, 58%-ának volt középfokú, 23%-ának volt alapfokú végzettsége, illetve 4% nem rendelkezett iskolai végzettséggel. Végül, a résztvevők 65%-a volt aktív dohányzó, 12% leszokott dohányos, és 23% nem dohányzó.

4.1.2. Változások a szokásokban, ismeretekben, attitűdökben

Azok a nem-dohányzók, akik falvakban vagy más kistélepülésen éltek, szignifikánsan nagyobb arányban ($p < 0,05$) számoltak be pozitív attitűdváltozásról a FB oldal hatására, mint azok a nem-dohányzók, akik nagyobb településen éltek. Hasonló szignifikáns összefüggést találtunk az iskolázottság és az életkor tekintetében is ($p < 0,05$). Minél fiatalabbak voltak, és minél alacsonyabb volt az iskolázottság szintje a nem-dohányzóknál, annál nagyobb arányú volt a pozitív attitűdváltozás (a passzív dohányzás elleni védekezés és a dohányzók leszokásának segítése tekintetében). Nem találtunk további szignifikáns kapcsolatokat a demográfiai adatok és a szokások, ismeretek és az attitűdök változásának vizsgálatakor.

4.1.3. Dohányzási szokások

Az aktív dohányzók átlagosan 7 éve dohányoztak (SD: 5), illetve 94%-uk naponta, míg 6%-uk alkalmasszerűen dohányzott. Ezenkívül a dohányzó résztvevők 55%-a bizonyult nikotinfüggőnek (az ébredés utáni első cigaretta elszívása alapján). A dohányzók 53%-ának volt 24 órát meghaladó leszokási kísérlete az elmúlt egy évben, valamint 26%-nak több mint egy éve. Továbbá 21%-nak sosem volt 24 órát meghaladó leszokási kísérlete. Kizárólag egy szignifikáns összefüggést találtunk a dohányzási szokások és az ismeret-, attitűdváltozás vizsgálatakor. Minél régebb óta dohányoztak a résztvevők, annál nagyobb arányban ($p < 0,05$) számoltak be a leszokással kapcsolatos ismeretek gyarapodásáról a FB oldal hatására.

4.1.4. A dohányzás leszokás szakaszai

A dohányzók, akik egy hónapon belül tervezték a leszokást („előkészület” szakasza), arról számoltak be, hogy a leszokás számukra fontosabbá vált, leszokási önbizalmuk növekedett, dohányzásuk mértékét csökkenteni tudták, mióta a FB oldalt követik ($p < 0,05$).

4.1.5. A Facebook oldal látogatásának gyakorisága és időtartama

Minél gyakrabban látogatták a dohányzó résztvevők a vizsgált FB oldalt, szignifikánsan annál nagyobb arányban számoltak be arról, hogy a leszokás számukra fontosabbá vált, leszokási önbizalmuk növekedett, illetve dohányzásuk mértékét csökkenteni tudták ($p < 0,05$). Hasonló összefüggést találtunk a FB oldal látogatásának időtartamával kapcsolatban is. Azok a dohányzók, akik régebb óta követték a FB oldal tartalmait, szignifikánsan nagyobb arányban számoltak be a leszokási önbizalom növekedéséről és a dohányzás mértékének csökkentéséről ($p < 0,05$). A leszokott dohányosok és a nem-dohányzók körében nem találtunk szignifikáns kapcsolatot a FB oldal látogatása és az ismeret-, illetve attitűdváltozások között.

4.2. Az intervenció tartalmak

4.2.1. A motivációs interjú stratégiáin alapuló tartalmak

A második kutatás során, első lépésben az összes MI stratégiát együttvéve hasonlítottuk össze a kontroll csoporttal, hogy értékeljük az MI online alkalmazhatóságát. Az MI-alapú intervenció tartalmak szignifikánsan magasabb aktivitási aránnyal társultak ($p < 0,05$), illetve az oldalkövetők elérésének aránya is szignifikánsan magasabb volt ($p < 0,001$), mint a kontroll csoport esetében. Ezek az eredmények azt sugallják, hogy az MI stratégiák használata több felhasználói interakciót válthat ki, illetve jobban megszólíthatja az oldalkövető célcsoportot, mint a szórakoztató vagy tájékoztató tartalmak. Ugyanakkor szignifikánsan több változást segítő mondatot ($p < 0,001$), DARN és CAT kifejezést ($p < 0,05$) találtunk az MI-alapú tartalmaknál, ami az MI stratégiák leszokás támogató szerepére hívja fel a figyelmet.

4.2.2. Kapcsolati és technikai stratégiák külön-külön

Második lépésben az MI stratégiákat egyesével hasonlítottuk össze a kontroll csoporttal, hogy megvizsgáljuk a stratégiák közötti különbségeket, először az elsődleges eredmény-indikátorokkal kapcsolatban. A kapcsolati MI stratégiák intervenció tartalmi szignifikánsan magasabb aktivitási aránnyal társultak a kontroll csoporthoz képest ($p < 0,001$). Ez az eredmény arra utalhat, hogy ezek a stratégiák serkenthetik a FB felhasználók interakcióit. Továbbá, szignifikánsan magasabb arányú oldalkövetői elérést figyeltünk meg a változást segítő mondatok „megerősítése” és „reflexiója” stratégiák esetében, szemben a kontroll csoporttal ($p < 0,05$). Ez azt jelentheti, hogy ezek a stratégiák népszerűek lehetnek az oldalkövetők körében. Végül, fontos kiemelni, hogy a negatív visszajelzés (pl. poszt elrejtése, oldalkedvelés visszavonása) esetében nem találtunk szignifikáns különbséget a vizsgált és a kontroll csoport között. Ez a megfigyelés azt sugallja, hogy a MI-alapú leszokás támogató tartalmak képesek lehetnek megkerülni a dohányzók ellenállását a leszokással szemben.

A másodlagos eredmény-indikátorok tekintetében is találtunk különbségeket az egyes MI stratégiák és a kontroll csoport között. Szignifikánsan több változást segítő mondatot észleltünk a „feltárás kérdésekkel” és a „megerősítés” stratégiák esetében ($p < 0,05$), szemben a kontroll csoporttal. Ez arra utalhat, hogy ezek az MI stratégiák hasznosak lehetnek a FB-alapú leszokás támogató intervenciókban. Ezenkívül, a „feltárás kérdésekkel” stratégia jelentős számú DARN kifejezést generált, mely több volt ($p < 0,05$), mint a „reflexió” stratégia esetében (a kontroll csoporthoz viszonyítva szignifikancia közeli tendencia volt megfigyelhető: $p = 0,063$). Ezek az eredmények azt jelenthetik, hogy „feltárás kérdésekkel” stratégia a leszokás korai szakaszaiban lehet előnyös (melyekben a DARN kifejezések használata jellemző). Ugyanakkor, a „megerősítés” stratégia szignifikánsan több CAT kifejezéssel társult a kontroll csoporthoz viszonyítva ($p < 0,001$), ami a leszokás késői szakaszaiban történő használatra irányítja a figyelmet (amelyekben a CAT kifejezések használata a jellemző). Kiemelendő, hogy a változást hátráltató mondatok „tudatosítása” stratégia esetében nem találtunk szignifikáns különbséget az elsődleges és a másodlagos eredmény-indikátorokban.

4.2.3. Aktivitási mutatók és elézési adatok

A harmadik kutatásban a FB posztok adatbázisában található egyes adatok közötti korrelációkat vizsgáltuk. Szignifikáns negatív korrelációkat találtunk a „tetszik” reakciógomb és negatív érzelmeket kifejező kommentek vagy reakciógombok („szomorú”, „húha”, „dühös”) használata között ($p < 0,05$). Ugyanakkor, szignifikáns pozitív korreláció volt megfigyelhető a „szomorú”, „húha” reakciógombok, a negatív FB interakciók használata között ($p < 0,05$). Ezek az eredmények arra világíthatnak rá, hogy a negatív érzelmeket kifejező interakciók nem tartozhatnak az aktivitási mutatók közé, sőt azok az aktivitás csökkenésével függhetnek össze. Másfelől, számos pozitív korreláció ($p < 0,001$) támogatta az „intervenciós aktivitás” mutatói közötti kapcsolatot (pl. pozitív kommentek és kattintások között).

Egy adott FB posztnál minél több interakciós gombot használtak, az a tartalom annál több felhasználót ért el; kivéve a „tetszik” és a „megosztás” gombok esetében. A „tetszik” reakció és az elézési adatok közötti negatív korreláció ($p < 0,001$) ellentmondott a népszerű „több kedvelés több elézés” elvnek. Ezenkívül ki kell emelni, a negatív korrelációt a „megosztások” és az oldalkedvelők elézése ($p < 0,001$), valamint a pozitív korrelációt a „megosztások” és a nem-oldalkedvelők elézése között ($p < 0,001$). Ez a két, ellentétes irányú korreláció magyarázza, hogy nem találtunk szignifikáns kapcsolatot a „megosztások” és a teljes elézés között. Összefoglalva, ez az elemzés feltárhatja, a felhasználók interakcióinak hatását a FB algoritmusára, mely rangsorolja a tartalmakat, meghatározva azok elézését.

5. Megbeszélés és következtetések

Egy MI szemléleten alapuló, 14-35 év közötti fiataloknak szóló online leszokás támogató intervenciót vizsgáltunk. Első kutatásunkban feltártuk ennek a FB-alapú intervenciónak a hatásait a célcsoport dohányzási szokásaira, valamint leszokással kapcsolatos ismereteire és attitűdjeire. Második kutatásunkban a különböző típusú MI stratégiák használhatóságát értékeltük ebben az online környezetben. Harmadik kutatásunkban a FB felhasználók interakciói, az elérési adatok és az aktivitási mutatók közötti korrelációkat elemeztük. A tézis erősségeinek tekinthetők az MI-alapú intervenció több, mint hároméves időtartama és az intervenció tartalmak ezer fölötti elemszáma. Eredményeink FB-alapú népegészségügyi intervenciók számára lehetnek gyakorlati jelentőségűek, azonban további kutatás javasolt az MI stratégiák más online felületen történő használhatóságával kapcsolatban.

Új eredmények

- Azok a dohányzók, akik többször és hosszabb ideig látogatták a vizsgált FB oldalt, szignifikánsan több pozitív ismeret- és attitűdváltozásról számoltak be.
- A leszokás „előkészületi” szakaszában lévő dohányzók szignifikánsan több pozitív ismeret- és attitűdváltozásról számoltak be, mióta elkezdtek követni a FB oldalt.
- Az MI-alapú intervenció tartalmak szignifikánsan magasabb aktivitási aránnyal, magasabb oldalkövetői elérési aránnyal társultak, illetve szignifikánsan több változást segítő mondatot, DARN és CAT kifejezést generáltak, a kontroll csoporthoz képest.
- A „feltárás kérdésekkel” stratégia esetében szignifikánsan több változást segítő mondatot és DARN kifejezést észleltünk, ugyanakkor a „megerősítés” stratégia használata több változást segítő mondatot és CAT kifejezést eredményezett.
- A kapcsolati MI stratégiák intervenció tartalmi szignifikánsan magasabb aktivitási arányt értek el, míg a „megerősítés” és „reflexió” stratégiák esetében szignifikánsan magasabb arányú oldalkövetői elérést figyeltünk meg.
- A negatív FB interakciók, negatív érzelmet kifejező kommentek és reakciógombok („szomorú”, „húha”, „dühös”) használata csökkenheti az „intervenció aktivitást”.
- A megosztások, kattintások, pozitív érzelmet kifejező kommentek és reakciógombok („tetszik”, „szeretem”, „vicces”) használata növelheti az „intervenció aktivitást”.
- A vizsgált FB-alapú leszokás támogató intervenció vizsgálata során azt találtuk, hogy a „tetszik” reakció használata csökkentette a teljes elérést, a „megosztás” interakció pedig növelte a nem-oldalkövetői elérést, de csökkentette az oldalkövetői elérést.

A vizsgált FB oldal sikeresen megszólította a 14-35 éves dohányzókat, akik a résztvevők kétharmadát tették ki. Összességében, a dohányzás mértékének csökkentéséről, illetve a leszokással kapcsolatos pozitív ismeret- és attitűdváltozásról a dohányzók körülbelül 50%-a számolt be. Eredményeink alapján minél gyakrabban és minél hosszabb ideig látogatták a dohányzók a FB oldal tartalmait, annál nagyobb arányban számoltak be a dohányzási szokások kontrollálásáról és a leszokási attitűdök megerősödéséről.

Összegezve az eredményeket, az MI stratégiák alkalmazása a FB posztok létrehozásában stimulálhatja a fiatal dohányzók interakcióit és a változást segítő mondatok kifejezését a kommentekben. A „feltárás kérdésekkel” és a „megerősítés” stratégiák használata kifejezetten a leszokás támogató intervenciók tartalmak elkészítésében jelenthet előnyt egy FB oldalon vagy akár más internetes felületeken. A kapcsolati MI stratégiák a célközönség bővítésében hasznosulhatnak. Továbbá, a „megerősítés” és a „reflexió” stratégiák alkalmazása a magas retenciós arányt igénylő, hosszú távú intervenciók számára lehet célszerű választás. Mindezt együttevően, javasoljuk az MI stratégiák beépítését az online dohányzás leszokás támogatásba és más online népegészségügyi intervencióba. A „feltárás kérdésekkel”, a „megerősítés” stratégiák, illetve a kapcsolati MI stratégiák jól hasznosíthatók lehetnek a széleskörű beavatkozásokban is, mint például weboldalakon, blogokon vagy közösségi média oldalakon.

A FB felhasználók interakcióinak korrelációs elemzése új megvilágításba helyezte az „intervenciók aktivitás” mutatóit a dohányzás leszokás támogatás területén. Az eredmények tükrében megfontolandó a FB alapú leszokás támogatás aktivitási mutatóinak új osztályozása. Bizonyos interakciók (pl. „szomorú”, „húha”, „dühös” reakciógombok) csökkenthetik, míg más interakciók (pl. „tetszik”, „szeretem”, „vicces” reakciógombok) növelhetik az „intervenciók aktivitást” az azonos irányú korrelációk alapján. Ez segítséget nyújthat az interakciók folyamatos értékelésében egy leszokás támogató intervenció során.

Az interakciók és az elérési adatok közötti összefüggések szintén informatívak lehetnek a FB-alapú beavatkozások tervezéséhez. Ez az első olyan kutatás, amely megvilágította a „tetszik” reakció hátrányát, és más interakciók előnyeit az adott FB poszt rangsorolásában (mely meghatározza, hogy a tartalom hány felhasználót ér el). Ebből a szempontból praktikus megközelítésnek tűnik a FB interakciók felosztása oldalkedvelői interakciókra (pl. „vicces”, „szeretem” reakciók), illetve nem-oldalkedvelői interakciókra (pl. megosztások, kattintások). Ezek az eredmények más FB-alapú népegészségügyi intervencióban is felhasználhatóak, hiszen a tartalmak rangsorolása nem függ a célcsoport (szociodemográfiai, egészségügyi vagy más) jellemzőitől. Ugyanakkor további kutatásokra van szükség ezen a területen.

6. Köszönetnyilvánítás

Szívből jövő hálámat szeretném kifejezni Barabás Katalinnak, hogy lehetőséget biztosított számomra kutatói és oktatói tevékenységre az SZTE ÁOK Magatartástudományi Intézetben, és elindított ezen az úton. Szeretnék köszönetet mondani témavezetőmnek, Kelemen Oguznak. Támogatása, útmutatása, barátsága és bátorítása nélkül ez a PhD dolgozat nem jött volna létre.

Külön köszönetet szeretnék mondani Major Évának, Nyári Tibornak, Kecse-Nagy Sándornak, Hamvai Csabának, Jezdancher Wattinak és Erdős Csabának a kutatómunka során nyújtott jelentős hozzájárulásért, éleslátó javaslatokért, és kiváltképpen a baráti támogatásért. Különösen hálás vagyok Óvári Tímeának, Sági Ginának, Unger Viviennek, Lelik Zsófiának, Adamovits Otíliaának, Makan Juditnak, Tóth Enikőnek, Csőke Imolának és Kovács Róbertnek a közös kutatói és prevenciós munkával töltött évekért. Köszönet illeti Vári-Kószó Melindát, Vitéz-Bakó Zsófiát, Savanya Ágnesset, és Horváthné Tóth Juditot, akik a kutatások háttérmunkáiban nyújtottak értékes segítséget. Ugyanakkor, ezúton is szeretnék köszönetet mondani a „CigiSzünet” Facebook-oldal szerkesztőségének a dohányzás leszokás támogató tartalmak fáradhatatlan szerkesztéséért.

Mindenekelőtt hálás szívvel köszönöm feleségem és családom támogatását. Segítségük nélkül ez a PhD tézis nem valósult volna meg.