

Internet przed lekarzem

Wszelkie treści umieszczone w internecie dostępne są w każdym czasie i miejscu w trybie natychmiastowym. Wyszukiwarki błyskawicznie wskażą nam tysiące adresów stron, na których znajdziemy poszukiwane informacje, chyba na każdy temat. Okazuje się, jak wynika z badania przeprowadzonego przez PBI*, że niektórzy ludzie, gdy idzie o zdrowie, najpierw siadają przed monitorem, a potem wybierają się do lekarza.

Na pytanie: *Skąd generalnie czerpiesz wiedzę na temat zdrowia, chorób i lecze-*

nia? pierwsze trzy odpowiedzi są następujące: internet – 88 proc., lekarze i przedstawiciele służby zdrowia – 73 proc., telewizja – 56 proc. *Gdy dostrzegasz u siebie jakieś niepokojące problemy zdrowotne, gdzie w pierwszej kolejności szukasz informacji?* Na pierwszym miejscu jest internet (50 proc.), na drugim lekarze i przedstawiciele służby zdrowia (30 proc.), a dalej rodzina (13 proc.).

Gdy idzie o rodzaj informacji dotyczącej zdrowia, a poszukiwanej w internecie, pierwsze trzy wskazania są następujące: działanie konkretnego leku – 73 proc., adres specjalisty lub przy-

chodni – 68 proc., opinia o konkretnym lekarzu lub przychodni – 44 proc.

A jakie są, zdaniem respondentów, najpopularniejsze witryny o zdrowiu? Na pierwszym miejscu jest zdrowie.onet.pl, na drugim medonet.pl, a na trzecim zdrowieifitness.pl. I jeszcze jedno pytanie: *Czy starasz się dbać o zdrowie, jeśli tak, to w jaki sposób?* Oto odpowiedzi: nie nadużywam leków (np. przeciwbólowych lub nasennych) – 65 proc., nie palę – 56 proc., nie piję – 55 proc.

Sondaż PBI został przeprowadzony w ubiegłym roku na próbie 506 internautów w wieku 18–54 lat. A.P.

* Polskie Badania Internetu (PBI) – organizacja powołana w celu stworzenia standardu badań internetu w Polsce przez czołowych wydawców internetowych, właścicieli największych krajowych witryn: Gazeta.pl, Interia.pl, Onet.pl, Wirtualna Polska, Polska The Times i Rzeczpospolita OnLine. PBI jest firmą badawczą, prowadzącą badania internetu w Polsce oraz promującą wiarygodne i rzetelne badania jako nieodzowne narzędzia dla podmiotów korzystających z reklamy online. (www.pbi.org.pl)