

Resumé



Baggrund

Kan de digitale medier bruges til sundhedsfremmende aktiviteter, og har det en effekt? Det spørgsmål stilles ofte, og denne rapport skal gerne svare på det. Derudover skal rapporten give os idéer til, hvilke former for interventioner og hvilke sundhedsfaktorer der er relevante at inddrage i brugen af digitale medier. Rapporten er en samlet oversigt over 53 studier og 7 reviews, hvor digitale medier har været anvendt i forbindelse med sundhedsfremmende tiltag.

Metode

Litteratursøgningen er foretaget i databasen www.pubmed.gov, som indeholder artikler fra peer reviewed naturvidenskabelige og medicinske tidsskrifter. Inklusionskriteriet var, at studiet skal anvende et af følgende digitale medier i deres intervention: mobiltelefon (sms), automatiserede telefonopkald, hjemmesider, e-mails, cd-rom og/eller computerstyrede programmer. Hensigten med interventionen skal være at ændre deltageres holdninger, viden og/eller adfærd indenfor en eller flere af følgende sundhedsområder: rygning, fysisk aktivitet, kost, vægt, alkohol og/eller solstråler. Søgningen var ikke afgrænset til særlige målgrupper.

Rapporten afsluttes med en gennemgang af 7 reviews, som ser på digitale medier og sundhedsfremme. Inklusionskriterierne for studierne i de 7 reviews og de 53 studier i denne rapport har været forskellige, og resultaterne er derfor ikke helt sammenlignelige.

Resultater

Det har været muligt at identificere 18 studier, der har undersøgt effekten af digitale medier på rygeadfærd. De identificerede studier viser, at sms'er, e-mails, hjemmesider/computerprogrammer samt kombinerede strategier kan have en positiv effekt på rygeres rygeadfærd. Det gør sig gældende mht. at ændre rygeres self-efficacy og stages of change ift. rygning, men også mht. at øge prævalensen for rygestop blandt rygerne.

Effekten af digitale interventioner på fysisk aktivitet er blevet undersøgt i 13 studier. Studierne tyder på, at det er muligt at få folk til at være mere aktive som følge af digitale interventioner. Interventionerne havde størst effekt på personer, som var forholdsvis inaktive, og der blev primært fundet forbedringer vedr. øget fysisk aktivitet i fritiden og reduceret stillesiddende tid.

Der blev identificeret 12 studier, som undersøgte digitale interventioner vedr. kost, og fundene er meget forskellige. Sms'er ser ikke ud til at kunne medføre effekt på kostindtaget, men dette er kun baseret på et enkelt studie. Studierne med brug af e-mails viser til gengæld, at en sådan intervention kan medføre sundere kost og større parathed til at ændre kostvaner. Studierne med hjemmesider og computerprogrammer har generelt en god effekt, men effekten er mest udtalt, når der er tale om fedtindtag frem for frugt og grønt. Endelig tyder et studie med både hjemmeside og e-mails på, at der også kan opnås positive effekter med en sådan strategi, men igen er dette kun baseret på ét studie.

Der blev identificeret 4 studier, som undersøgte effekten af digitale interventioner, der sigtede mod vægttab. Studierne viser, at der ikke opnås en overbevisende effekt af de digitale vægttabsinterventioner. På kort sigt (3 måneder) er der dog effekt i et af studierne, men denne er ikke længere signifikant efter 6 måneder.

Der blev identificeret 8 studier, som har anvendt digitale interventioner ift. at reducere alkoholforbruget. Hovedparten af studierne med hjemmesider og computerprogrammer som medie viser, at interventionerne havde en positiv effekt dels på alkoholforbruget, dels på intentionerne om at ændre alkoholvaner og dels på problemer som følge af alkohol. Der er imidlertid også et par studier, som ikke er i stand til at påvise en overbevisende effekt.

Det var muligt at identificere 2 studier, der har undersøgt effekten af hhv. e-mails og et computerprogram på solbeskyttende adfærd. Begge studier viser, at interventionerne kunne øge deltageres solbeskyttende adfærd.

Gennemgangen af 7 reviews inden for digital adfærdsændring viser blandede fund. Interventioner vedr. rygning så ud til at kunne være effektive. I 2 metaanalyser blev der fundet forholdsvis overbevisende resultater af de digitale interventioner, mens et tredje review viste, at omkring halvdelen af de inkluderede studier medførte signifikante forbedringer i interventionsgrupperne. Interventioner vedr. fysisk aktivitet var ikke effektfulde i en metaanalyse, mens 2 øvrige reviews viste beskedne signifikante positive udfald i forhold til fysisk aktivitet. Interventioner vedr. vægttab og vedligeholdelse af vægttab kunne ikke påvise nogen effekt i en metaanalyse, mens et andet viste signifikante effekter. Interventioner vedr. alkohol havde signifikant effekt i en metaanalyse, men ikke i et andet.

Ud fra gennemgangen af reviews på området ser der derudover ud til være størst effekt, når:

- Interventionsgrupperne bliver sammenlignet med kontrolgrupper, som ikke er eksponerede for nogen form for intervention.
- Interventionerne er af høj intensitet, dvs. med mange kontakter til deltagerne.

Diskussion

Generelt kan man sige, at brugen af digitale medier med tailored (personliggjorte) systemer i mange tilfælde tyder på at have en effekt ift. sundhedsfremme. Der er dog behov for yderligere studier og analyser, særligt inden for følgende områder:

- Måling af effekten længere tid efter interventionen (længere follow-up periode).
- Flere studier blandt unge og lavtuddannede.
- Ensartede studier, der gør det muligt at sammenligne resultaterne.
- Undersøgelser af mængden af intervention der skal til, før det giver resultat.
- Analyser af hvilke delelementer af interventionen, der har haft betydning.
- Undersøgelser af, hvordan man skal tilrettelægge interventionsformen ift. specifikke målgrupper

Inden for flere sundhedsområder er det for de samme ressourcer muligt at komme ud til langt flere ved brug af de digitale medier frem for ved personlig kontakt. Det ser ud til, at de interventioner, der bruger digitale medier som kommunikationsform, og især hvor kommunikationen er personlig og direkte til brugeren, har den største effekt på sundhedsadfærden.

Konklusion

Der er flere studier, der har vist en positiv effekt på sundhedsfremme ved brug af digitale medier som kommunikationsmiddel. Der er dog også studier, der ikke har vist effekt. Der er behov for flere studier af høj kvalitet og tillige indenfor særlige målgrupper.

