

# RAZISKAVA: JEZIK FACEBOOKA SE PRED NUJNIM OBISKOM BOLNIŠNICE SPREMENI

Rezultati nove raziskave, objavljene v *Scientific Reports*, kažejo, da se jezik, ki ga ljudje uporabljajo na Facebooku, subtilno spremeni, preden obišejo urgentno službo. Skupina raziskovalcev je odkrila, da so družbeni mediji pogosto neviden signal zdravstvene stiske in bi jih bilo mogoče uporabiti za boljše razumevanje kontekstov, v katerih pacienti iščejo oskrbo, na primer med sedanjo pandemijo COVID-19.

Skupina raziskovalcev je primerjala bolnikove Facebook objave z njihovimi zdravstvenimi kartotekami. Primerjava je pokazala, da se pred obiskom bolnišnice zgodi premik k bolj uradnemu jeziku in/ali opisom fizične bolečine poleg drugih sprememb.

Raziskovalci so v študijo vključili 2915 ljudi, ki so bili pacienti v mestni bolnišnici in ki so privolili v uporabo svojih objav na Facebooku in elektronskih zdravstvenih kartotek. Od teh bolnikov jih je 419 nedavno prišlo na urgenco, zaradi razlogov, ki segajo od bolečin v prsnem košu do nosečnosti. Objave iz obdobja dveh mesecev in pol pred datumom prihoda bolnika na urgenco so analizirali z uporabo modela strojnega učenja, ki je analiziral njihov jezik, da bi sčasoma ugotovil spremembe.

Ko so se pacienti bližali datumu obiska urgentne službe, so raziskovalci ugotovili, da objave na Facebooku vse pogosteje razpravljajo o družini in zdravju. Uporabljali so tudi bolj anksiozen, zaskrbljujoč in depresiven jezik, ki je bil tudi veliko bolj formalen, pri čemer se je zmanjšala uporaba slengovskih besed kot je npr. "lol" in kletvic.

Avtorji raziskave sicer niso prepričani, če bi bili rezultati primerljivi, v kolikor bi bila študija izvedena na več platformah družbenih medijev, vendar je dejstvo, da ljudje živijo velik del svojega življenja na spletu in trenutno prevladujoča platforma je ravno Facebook. Raziskave v tej smeri so sicer v zelo zgodnji fazi, vendar bi jih lahko potencialno uporabili za identifikacijo ogroženih pacientov za takojšnje spremljanje ali uporabili za bolj proaktivno informiranje bolnikov, ki so v dvomih o ustreznih postopkih pred določenim posegom. Avtorji študije so pokazali, da v vsebinah, ki jih ustvarijo uporabniki (na Facebooku, Twitterju in drugih socialnih omrežjih) obstaja velik potencial za preučevanje vedenj in duševnih stanj, ki vodijo do obiska zdravnika.

Vir:

Facebook language changes before an emergency hospital visit. Science Daily [internet] [citirano 23. 3. 2020]. Dostopno na: <https://www.sciencedaily.com/releases/2020/03/200312163828.htm>