

ÖSSZEFOGLALÓ KÖZLEMÉNY

Digitális platformok, reklámok és a social media hatása a szájápolási szokásokra

BODNÁR Lea, DR. NÉMETH Anikó PhD

ÖSSZEFOGLALÁS

Az internetes egészségügyi információkeresés a reneszánszát éli napjainkban. Egy részük nagy segítségére lehet az embereknek, azonban vannak közöttük téves információkat tartalmazók is. A különböző életkorú emberek különböző platformokat preferálnak, azonban elmondható, hogy a gyermekek és fiatalok a social media legnagyobb „fogyasztói”. Pont az az életkori csoport, akik még fogékonyak az új információkra, és időben történő beavatkozással megelőzhetőek különböző betegségek vagy fogászati problémák. Jelen közlemény áttekinti a média, a reklámok és az egyes mobilalkalmazások orális egészségre, szájápolásra kifejtett hatását, az ezzel foglalkozó jelentősebb kutatások eredményeit.

Kulcsszavak: reklám, social media, szájápolás, orális egészség

The Impact of Digital Platforms, Advertising and Social Media on Oral Care Habits

Lea BODNAR, Aniko NEMETH PhD

SUMMARY

The search for health information online is experiencing a renaissance. Some of it can be of great help to people, but some of it contains misinformation. People of different ages prefer different platforms, but children and young people are the biggest „consumers” of social media. This is the age group that is still receptive to new information and can prevent diseases or dental problems by timely intervention. The present communication reviews the impact of media, advertising, and mobile applications on oral health and oral care, and the results of major research on this topic.

Keywords: advertising, social media, oral care, oral health

BODNÁR Lea dentálhigiénikus-hallgató, Szegedi Tudományegyetem Egészségtudományi és Szociális Képzési Kar

DR. NÉMETH Anikó PhD
főiskolai docens, Szegedi Tudományegyetem Egészségtudományi és Szociális Képzési Kar Egészségmagaratás és -fejlesztés Szakcsoport
ORCID-azonosító:
0000-0002-9329-1809

Levelező szerző

(corresponding author):
DR. NÉMETH Anikó PhD
E-mail:
nemeth.aniko.02@szte.hu

Beérkezett: 2025. január 23.
Elfogadva: 2025. március 31.

Hungarian | <https://doi.org/10.55608/nover.38.0010> | www.eLitMed.hu

Bevezetés

„A közösségi média a lakossággal való interakció online fóruma. A közösségi média a kommunikációt kétirányú interaktív folyamattá alakítja át azáltal, hogy az információt küldő vagy fogadó emberek között beszélgetést kezdeményez” (Balakrishnan et al., 2023). Az olyan internetalapú eszközök, mint a blogok, fórumok, tartalomközösségek és közösségi oldalak, például a Twitter, YouTube, Facebook, LinkedIn, GDFUK, Instagram és Pinterest, mind a „közösségi média” fogalma alá tartoznak (Guidance on using social media, 2024).

Az internetes egészségügyi információkeresés az utóbbi időszakban jelentősen megnövekedett. Az internet könnyen elérhető, és fontos szerepet játszik az egészségügyi adatok hozzáférhetőségében. Az online

információk segíthetnek megerősíteni a páciensek és az orvosok közötti kapcsolatot, azonban a téves vagy megbízhatatlan adatok káros hatással lehetnek az egészségügyi ellátásra (Almoddahi et al., 2022). A közelmúltban egyre több olyan tartalom jött létre az egészségügy területén, amely az online közösségi platformokat célozza, és amelyek célja a felhasználók egészségi szokásainak javítására irányuló beavatkozások hatékonyságának fokozása (de Oliveira Júnior et al., 2023). Az okostelefonok elterjedése jelentős mértékben megnövelte az egészségi állapot javítását és a higiéniai szokások elősegítését célzó alkalmazások használatát (Zolfaghari et al., 2021). Kutatások bizonyítják, hogy a számítógépek hatékonyan segítik a motiváció növelését és az ismeretek elmélyítését a tanulási folyamat során. A mobiltechnológia egyik fő előnye pedig, hogy könnyen hordozható (Brooks et al., 2018).

A közösségi média platformjai lehetőséget biztosítanak arra, hogy információkat és személyes élményeket osszunk meg egymással. Ezenfelül idő- és költséghatékony módot kínálnak az egészségügyi tudnivalók megszerzésére, valamint a szájhigiénia javítására (Farrokhi et al., 2023). Az egészséggel kapcsolatos mobilalkalmazások támogatást kínálhatnak az embereknek egészségük és jóllétük fenntartásában. Segíthetnek az egészséges életmód kialakításában, és lehetővé teszik, hogy szükséges információkhoz jussunk éppen akkor és ott, amikor és ahol szükségünk van (Underwood et al., 2015).

A fogszuvasodás és a média kapcsolata

A nem kezelt szájüregi problémák, mint a fogszuvasodás és a fogínygyulladás, világszerte mintegy 3,5 milliárd embert érintenek (Brooks et al., 2018). A WHO a fogszuvasodást a globális közegészségügy egyik jelentős problémájaként értékeli. Kialakulásáért elsősorban az édességek és a cukros italok rendszeres fogyasztása tehető felelőssé. A fogszuvasodás kialakulásához vezető ételek televíziós hirdetése és marketingje jelentős hatással van a gyermekek döntéseire. A gyermekek hajlama a caryogen ételek és italok fogyasztására világosan kapcsolatba hozható a reklámoknak való kitettséggel. Korábbi megfigyeléseken alapuló kutatások azt mutatták, hogy a magas televíziózás mértéke összefügg a tápanyagban szegény, energiában gazdag ételek és italok fogyasztásának növekedésével. A hatékony marketingstratégiák, mint a hírességek, rajzfilmfigurák és sportolók szerepeltetése, gyakran alkalmazott eszközök az egészségtelen ételek és italok gyermekeknek szóló népszerűsítésében. Az Egyesült Királyságban az élelmiszerreklámok közel kétharmada olyan termékeket népszerűsít, amelyek káros hatással lehetnek a száj egészségére (Arora et al., 2018). Egy másik kutatásban Morgan és kollégái arra a következtetésre jutottak, hogy a reklámidő 6,3%-a olyan termékekre összpontosított, amelyek hozzájárulhatnak a fogszuvasodás kialakulásához (Morgan et al., 2009). A Children's Dental Health Survey 2013-as adatai szerint Angliában, Walesben és Észak-Írországbán 13 628 iskolás gyermek, köztük 5, 8, 12 és 15 évesek vettek részt a kutatásban. A vizsgálatok során összesen 9866 fogorvosi ellenőrzést végeztek, amely magában foglalta a szülői és tanuló kérdőíveket is. A tanuló kérdőívet a 12 és 15 évesek töltötték ki, amely a fogmosási szokásokra, fogorvosi látogatások gyakoriságára, a cukros ételek és italok fogyasztására, valamint a fogászati egészséggel kapcsolatos információforrásokra vonatkozott. A szuvasodás mértékét a maradandó fogak állapotának és a szuvasodás

fokának alapján mérték. Az elemzés 4414 gyermek adatain alapult. Az eredmények szerint a fogszuvasodás prevalenciája 22,4% volt a 12 és 15 évesek körében, és az átlagos DMFT (decayed, missing, filled teeth) -index 0,54. A gyerekek 64,7%-a naponta fogyasztott édességet, míg 57,7%-uk cukros üdítőket ivott. Az internet és a közösségi média használatának nem volt lényeges hatása a kezeletlen fogszuvasodásra, de a szájhigiénével kapcsolatos információk keresése növelheti a fogszuvasodás kockázatát. Az internet és a közösségi média azonban hatékony eszközök lehetnek az egészséggel kapcsolatos információk terjesztésében, különösen a serdülők körében, segítve ezzel a szájhigiénia javítását (Almoddahi et al., 2022).

A közösségi média szerepe a szájhigiéné javításában

A National Smile Month (NSM) egy éves kampány, amelyet az Oral Health Foundation (OHF) szervez a száj egészségének javítása érdekében világszerte. Az OHF célja a szájbetegségek okozta károk csökkentése, amit különféle oktatási anyagokkal, tanácsokkal, eseményekkel és kampányokkal támogat. Az NSM célja, hogy felhívja a figyelmet a jó szájhigiénia fontosságára, és ösztönözze a résztvevőket a szájápolás népszerűsítésére. A kampány egyik fő eszköze a közösségi média, különösen a Twitter, amely segít elérni a széles közönséget. Az NSM 2016-os kampányának eredményei szerint a Twitter-aktivitás csökkent, és a fogorvosi praxisok többnyire felszínese, egyirányú kommunikációt folytattak, inkább toborzó, mint oktatási céllal. A kutatás azt mutatta, hogy bár a közösségi média hozzájárulhat a figyelemfelkeltéshez, a szájápolásról szóló helyi, személyes oktatásnak fontosabb szerepe van a közösségi hatás elérésében. Az NSM-kampány 2016-ban nem tudott tartós érdeklődést kelteni a jobb szájhigiénia fontosságára vonatkozóan a Twitteren keresztül, mivel a fogorvosi praxisok nem támogatták megfelelően a közösségi média aktív és mélyreható használatát (Potts & Radford, 2019).

A közösségi média platformjai, mint a Telegram, Instagram, YouTube, WhatsApp és Snapchat, fontos szerepet játszanak a fogászati szakemberek munkájában, mivel lehetőséget biztosítanak a betegek tájékoztatására és a szájhigiéniai oktatásra. A közösségi média segíthet növelni a laikusok szájhigiéniai tudatosságát, és minden korosztály számára hasznos eszközként szolgálhat. Az audiovizuális tartalom, például a YouTube, különösen hatékony lehet a szájhigiénia javításában, mivel az agy gyorsabban dolgozza fel a vizuális információkat. A Facebook továbbra is az egyik legnépszerűbb platform az egészségügyi

információk keresésére, de fontos figyelembe venni a célcsoport preferenciáit. A tizenévesek számára a közösségi média különösen hasznos lehet a szájhigiéniai szokások, például a fogszabályozó használatával kapcsolatban. Emellett a közösségi média lehetőséget ad arra, hogy a betegek önállóan is tanuljanak, ami a klinikusoknak időt takarít meg. A felhasználók által generált tartalom ösztönzi az interakciókat és inkluzívabbá teszi a szájhigiéniai tanácsadást (Farrokhi et al., 2023).

A serdülők helytelen szájápolása nemcsak fogászati problémákat, hanem szociális és érzelmi gondokat is okozhat. A TikTok segíthet az egészséges szájhigiénia népszerűsítésében, de gyakran tartalmaz megbízhatatlan információkat. A platform hasznos lehet, ha szakértők hitelesítik a tartalmakat, de a felhasználóknak óvatosnak kell lenniük a téves információk elkerülése érdekében (Fraticelli et al., 2021). A közösségi média és a szájhigiénéjével kapcsolatos ismeretek növelése támogathatja a szülőket abban, hogy jobban gondoskodjanak gyermekük egészségéről. Egy 2021-es kutatás, amely oktatóvideókat alkalmazott, jelentős javulást mutatott a gyermekek szájápolásában (Almarshad et al., 2021). Hasonló eredményeket ért el egy másik kutatás, amely hagyományos és digitális oktatást kombinálta WhatsApp segítségével, és amely igazolta, hogy mindkét módszer kedvezően befolyásolja a szájhigiénét. Egy harmadik tanulmány szerint a WhatsApp alkalmazás hasznosnak bizonyult a fiatalok szájápolási tudásának bővítésében és gyakorlatuk javításában (Balakrishnan et al., 2023). A WhatsApp csoportos beszélgetési funkciója elősegíti az együttműködő tanulást és a társak közötti támogatást, ami hozzájárulhat az egészséges szokások kialakításához (Thapa et al., 2024). 2018 februárja és márciusa között olyan angol nyelvű szájhigiéniai alkalmazásokat vizsgáltak, amelyek Android vagy iOS operációs rendszerekre készültek és felnőtteknek szólnak, valamint a legnépszerűbbek közé tartoznak. A 33 kiválasztott alkalmazás közül a legtöbb ingyenes volt, de egyik sem rendelkezett elméleti alapokkal. A funkciók között szerepelt a fogmosás nyomon követése, emlékeztetők küldése és fogorvosi időpontok foglalása. A vizsgált alkalmazások 58%-a (19 alkalmazás) kínált oktató vagy motiváló tartalmat a szájhigiéniai szokások javítására. Az alkalmazások ritkán említettek olyan fontos, szájbetegségekkel kapcsolatos kockázati tényezőket, mint a dohányzás, alkoholfogyasztás vagy étkezési szokások. A kutatás eredményei szerint a szöveges üzeneteket küldő alkalmazások kedvezően befolyásolják a fogmosás gyakoriságát, csökkenthetik a lepedéket és javíthatják az íny állapotát, ami arra utal, hogy az alkalmazások hatékonyan növelhetik a tudatosságot és támogatják az öngondoskodási szokások kialakítását. A kutatás során arra

is fény derült, hogy a megerősítő üzenetek különösen hasznosak lehetnek a szájhigiéniai szokások javításában. A kutatók szerint az alkalmazásoknak könnyen használhatónak kell lenniük, jól illeszkedniük a napi rutinba, és biztonságosan kell kezelniük a felhasználói adatokat. Megfelelő időben és érthetően kell visszajelzést adniuk, és lehetőséget kell biztosítaniuk személyre szabott célok kitűzésére. Hosszú távon is vonzónak és zavaró hatásoktól mentesnek kell maradniuk (Brooks et al., 2018). 11 olyan játékot találtak, amelyek szájhigiéniai célokat szolgálnak. Az egyik játék, amely kifejezetten kisgyermekeknek készült, az „*An Adventure in the Toothland Forest*” című szájhigiéniai játék volt. Az anyák 87%-a új ismereteket szerzett, és 53%-uk sikeresen megnyerte a játékot. A PEPE egy olyan komoly játék, amely a gyermekek fogászati kezelését segíti, és egy animált történeten alapul, valamint egy animált karakterrel, Supersalivával rendelkezik. Az Oral-B Disney Magic Timer egy ingyenes alkalmazás, amely a hosszabb ideig tartó fogmosást célozza meg. Az alkalmazás használatához Crest vagy Oral-B Pro-Health Stages termékek szükségesek. A gyermekek 2 percig mosnak fogat, miközben kedvenc Disney-figuráik animációi szórakoztatják őket. A játék során a gyerekek matricákat gyűjthetnek, és követhetik napi fejlődésüket a naptárban (Moraes et al., 2020).

A mobil egészségügyi technológia, például a szájhigiénét támogató alkalmazások, hozzájárulhatnak a fogszabályozós betegek szájhigiénéjének javításához, bár eddig nem bizonyultak kellően hatékonyak. A WhiteTeeth alkalmazás célja, hogy segítséget nyújtson a rögzített fogszabályzót viselő serdülőknek a szájhigiénéjük javításában. Az alkalmazás szájápolási oktatást és személyre szabott tanácsokat biztosított. Egy kutatásban 12–16 éves korosztályba tartozó, 230 fős csoportot vizsgáltak, közülük 132-en használták az alkalmazást. A hathetes nyomon követés során nem volt jelentős változás a plakk mennyiségében, de a 12 hetes követés után azoknál, akik használták az alkalmazást, kevesebb plakkot találtak, mint a kontrollcsoportnál. A hathetes időszak alatt a fogínyvérzés javult az alkalmazás használóinál. Az alkalmazás nem befolyásolta a fogmosás gyakoriságát, de az új fogmosási szokásoknak köszönhetően a lepedék csökkent. A fluorid használatára vonatkozó szándék is javult. Az alkalmazás tehát hozzájárult a szájhigiéné javításához, de nem változtatta meg jelentősen a fogmosási szokásokat (Scheerman et al., 2020).

Kifejlesztettek egy „*Your child's smile*” nevű mobilalkalmazást, amely segíti a szülőket a gyermekek szájápolási ismereteinek bővítésében, egészen a születéstől 15 éves korig. Az alkalmazás célja, hogy növelje a fogászati egészséggel kapcsolatos tudást, különös figyelmet szentelve a szülés előtti fogápolás-

nak, a tejfogak védelmének és a prevenció fontosságának. A szülők tudását két kérdőív segítségével mérték, egyet a regisztrációkor és egyet a program végén. A kutatásban 230 szülő vett részt, közülük 120-an töltötték ki mindkét kérdőívet. Az alkalmazás használata után jelentős javulás mutatkozott a szülők tudásában, például 40%-uk már tisztában volt a baba fogainak fejlődésével, míg ez előzőleg csak 8,33%-ra volt jellemző; a terhesség alatti fogászati egészség fontosságának tudatossága 2,5%-ról 33,33%-ra emelkedett, a tejfogak fontosságáról szóló tudás 25%-ról 33%-ra nőtt, 34% felismerte, hogy a lefekvés előtti tejesüveg használata hozzájárulhat a fogszuvasodáshoz, és 34%-uk ismerte fel a rendszeres fogászati ellenőrzés fontosságát, míg előtte csak 20% gondolta így. Az alkalmazás használatát 75% támogatta mint hatékony módszert a szülők fogászati ismereteinek bővítésére. A kutatás eredményei arra utalnak, hogy a mobilalkalmazások jelentős hatással lehetnek a gyermekek szájhygiénájának javítására és a szülők tudásának növelésére. Így a szülők jobban felkészülhetnek gyermekük szájjápolására, ami pozitív hatással van a fizikai és szociális jóllétükre is (Alqarni et al., 2018).

Az alkalmazások fontos szerepet játszhatnak az emberek egészségkezelésében és az egészséges életmód fenntartásában. Egy 2012-es felmérés alapján a válaszadók 59%-a úgy gondolta, hogy a mobilalkalmazások megváltoztatták az egészségügyi információk keresésének módját, míg 50%-uk szerint javították a krónikus betegségek kezelését. A BrushDJ alkalmazás célja, hogy ösztönözze a felhasználókat a megfelelő szájjápolási rutin betartására, például zenevel kísért, kétperces fogmosással. Az alkalmazás emlékeztet a fogmosás utáni teendőkre, napi kétszeri fogmosásra, fogorvosi időpontokra, valamint segít a fogágybetegségek és a fogszuvasodás megelőzésében. Ingyenes és reklámmentes. Egy kérdőív szerint a válaszadók 77,4%-a naponta legalább kétszer mosott fogat, és 70%-uk tisztábbnak érezte a fogait az alkalmazás használata után. Emellett az alkalmazás segített a felhasználóknak abban is, hogy hosszabb

ideig mossanak fogat és jobban figyeljenek a szájjápolásra (Underwood et al., 2015).

Összefoglalás

A fogszuvasodás megelőzésére szolgáló alkalmazások főként a szájjápolásra összpontosítanak, és elsősorban fiatal felnőtteknek szólnak, de sok esetben nem nyújtanak megfelelő minőséget. Ahhoz, hogy egy alkalmazás hatásos legyen a szájhygiénia egészséges fenntartására, legalább a jó szájjápolás fontosságáról szóló információkat kell tartalmaznia, különös figyelmet fordítva a fogszuvasodás megelőzésére. Emellett hasznosak lehetnek olyan funkciók is, mint a fogmosási vagy interdentális (fogak közötti) tisztítási technikák videós bemutatása, illetve a fogmosás játékszerűsített formája. Még mindig nem tisztázott, hogy ezek az alkalmazások mennyire hatékonyak a fogászati eredmények javításában, ezért további kutatások szükségesek, mielőtt széles körben ajánlanák őket (Chen et al., 2021).

Jelenleg számos „okos” fogkefe létezik a piacon, amelyekhez mobilalkalmazás letölthető, és a fogkefe összeköthető ezzel az alkalmazással, így segítve a helyes fogmosást. Ezek azonban nem alkalmasak kisgyermek oktatására, a fogmosás ösztönzésére, mivel ezek az „okos” fogkefék a felnőtteknek készülnek. Véleményünk szerint szükség lenne magyar nyelven is olyan applikációk létrehozására, amelyek segítséget nyújthatnak az édesanyáknak és a kisgyermekeknek a helyes szájjápolás elsajátításában, így megelőzve a népbetegségnek számító fogszuvasodást.

Szerzői munkamegosztás: B. L.: irodalomkutatás elvégzése, közlemény megírása; N. A.: kézirat korrekciója, szakmai lektorálás. A cikk végleges változatát mindegyik szerző elolvasta és jóváhagyta.

Anyagi támogatás: A kutatómunka anyagi támogatásban nem részesült.

Érdekltségek: A szerzőknek nincsenek érdekltségeik.

Irodalomjegyzék

- Almoddahi, D., Machuca Vargas, C., & Sabbah, W. (2022). Association of dental caries with use of internet and social media among 12 and 15-year-olds. *Acta Odontologica Scandinavica*, 80(2), 125–130. <https://doi.org/10.1080/00016357.2021.1951349>
- Alqarni, A. A., Alfaiifi, H. M., Aseeri, N. A., Gadah, T., & Togoo, R. A. (2018). Efficacy of a Self-Designed Mobile Application to Improve Child Dental Health Knowledge among Parents. *Journal of International Society of Preventive and Community Dentistry*, 8(5), 424–430. http://dx.doi.org/10.4103/jispcd.JISPCD_195_18
- Almarshad, M., Dhahi, B., Alghanim, O., Zaid, M., Alfawwaz, M., Al Saffan, A., Ansari, S. H. (2021). Parental Oral Health Education Through Social Media And Its Impact on Oral Health of Children. *Annals of Dental Specialty*, 9(2), 7–10. <https://doi.org/10.51847/Yp18Y1rVoH> (PDF) Role of social media in child oral health. Available from: https://www.researchgate.net/publication/382518867_Role_of_social_media_in_child_oral_health [accessed Jan 23 2025].
- Arora, A., Bowman, C. M., Chow, S. J., Thepsourinthone, J., Bhole, S., & Manohar, N. (2018). A content analysis

- of Australian television advertising: focus on child and adolescent oral health. *BMC Pediatrics*, 18(384), 2–9. <https://doi.org/10.1186/s12887-018-1356-8>
- Balakrishnan, P., Srinivasan, D., & Eagappan, S. (2023). Role of social media in child oral health. *International Journal of Dental Sciences*, 5(2), 9–15.
- Brooks, T., Blasi, P., Catz, S. L., & McClure, J. B. (2018). Mobile Apps for Oral Health Promotion: Content Review and Heuristic Usability Analysis. *JMIR mHealth and uHealth*, 6(9), e11432. <https://doi.org/10.2196/11432>
- Chen, R., Santo, K., Wong, G., Sohn, W., Spallek, H., Chow, C., & Irving, M. (2021). Mobile Apps for Dental Caries Prevention: Systematic Search and Quality Evaluation. *JMIR mHealth and uHealth*, 9(1), e19958. <https://doi.org/10.2196/19958>
- de Oliveira Júnior, A. J., Oliveira, J. M., & Bretz, Y. P. (2023). Online social networks for prevention and promotion of oral health: a systematic review. *Canadian Journal of Dental Hygiene*, 57(2), 83–97. PMC10351493.
- Farrokhi, F., Ghorbani, Z., Farrokhi, F., Namdari, M., & Salavatian, S. (2023). Social media as a tool for oral health promotion: A systematic review. *PLoS ONE*, 18(12), e0296102. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296102>
- Fratlicelli, L., Smentek, C., Tardivo, D., Masson, J., Clément, C., Roy, S., ... Carrouel, F. (2021). Characterizing the Content Related to Oral Health Education on TikTok. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24), 13260. <https://doi.org/10.3390/ijerph182413260>
- Guidance on using social media (2024). <https://www.gdc-uk.org/docs/default-source/guidance-documents/guidance-on-using-social-media>
- Morais, E. R., Araújo Chagas Vergara, C. M., de Brito, F. O., & de Carvalho Sampaio, H. A. (2020). Serious games for children's oral hygiene education: an integrative review and application search. *Ciência & Saúde Coletiva*, 25(8), 3299–3310. <https://doi.org/10.1590/1413-81232020258.11782018>
- Morgan, M., Fairchild, R., Phillips, A., Stewart, K., Hunter, L. (2009). A content analysis of children's television advertising: focus on food and oral health. *Public Health Nutrition*, 12(6), 748–755. <https://doi.org/10.1017/S1368980008003169>
- Potts, G., & Radford, D. R. (2019). #Teeth&Tweets: the reach and reaction of an online social media oral health promotion campaign. *British Dental Journal*, 227(3), 217–222. <http://dx.doi.org/10.1038/s41415-019-0593-z>
- Scheerman, J. F., van Meijel, B., van Empelen, P., Verrips, G. H., van Loveren, C., Twisk, J. W., ... Kramer, G. J. (2020). The effect of using a mobile application ("WhiteTeeth") on. *International Journal of Dental Hygiene*, 18(1), 73–83. <https://doi.org/10.1111/idh.12415>
- Thapa, P., Martínez Asanza, D., Chaugai, R., & Lamichane, N. (2024). Evaluating the Effectiveness of WhatsApp Applications in Enhancing Oral Health Awareness Among Students. *Shanti Journal: A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal*, 4(1), 95–108. <http://dx.doi.org/10.3126/shantij.v4i1.70553>
- Underwood, B., Birdsall, J., & Kay, E. (2015). The use of a mobile app to motivate evidence-based oral hygiene behaviour. *British Dental Journal*, 219(4), E2. <https://doi.org/10.1038/sj.bdj.2015.660>
- Zolfaghari, M., Shirmohammadi, M., Shahhosseini, H., Mokhtaran, M., & Mohebbi, S. Z. (2021). Development and evaluation of a gamified smart phone mobile health application for oral health promotion in early childhood: a randomized controlled trial. *BMC Oral Health*, 21(18). <https://doi.org/10.1186/s12903-020-01374-2>

AZ EGÉSZSÉG VILÁGNAPJA



Április 7-én ünnepeljük az egészség világnapját, megemlékezve a WHO (Egészségügyi Világszervezet) 1948-as megalapításáról is. A WHO ennek alkalmából minden évben egy konkrét egészségügyi témára hívja fel a figyelmet világszerte. Az idei, egy évig tartó „Egészséges kezdetek, reményteljes jövő” kampány célja a várandós nők és az újszülöttek egészségének védelmére helyezni a fókuszot.

A jelenlegi becslések szerint évente közel 300 000 nő hal meg a várandósság vagy a szülés következtében, míg több mint 2 millió újszülött halálozik el életének első hónapjában, és körülbelül 2 millió a magzati halálozás áldozatainak száma. Ez körülbelül 1 megelőzhető halált jelent 7 másodpercenként. A kampány célja, hogy ösztönözze a kormányokat és az egészségügyi közösséget arra, hogy fokozzák erőfeszítéseiket a megelőzhető anyai és újszülött halálozások megszüntetése érdekében, valamint a nők hosszú távú egészségének és jólétének prioritásként való kezelésére.

„Az anyák és gyermekeik egészsége az egészséges családok és közösségek alapját képezik, biztosítva ezzel a reményteljes jövőt mindannyiunk számára.”

(Forrás: <https://www.who.int/campaigns/world-health-day/2025>)