

Vérplazmaadás a donorok szemszögéből

Lezárás dátuma: 2024.11.25.

Készítette:

Kalacsi Marcell

Apor Vilmos Katolikus Főiskola

Témavezető:

Harlov-Csortán Melinda, PhD

Apor Vilmos Katolikus Főiskola

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	3
2. A vérplazma adás és a néhány vonatkozó kutatás ismertetése	4
3. A célcsoport vizsgálatának módszertani háttere	8
4. Kérdőív elemzés.....	10
5. A szolnoki plazmacenter ismertetése	21
6. Fókuszcsoporthoz vizsgálat	25
7. Interjúk elemzése	28
8. Összefoglalás	33
Irodalom	36
Ábrák és képek jegyzéke	39

1. Bevezetés

„Plazmát adni fontos, és nemes feladat. Legyél donor, hogy Te is életet mentess” - írják a Blaha Plazmacentrum hivatalos oldalán (2024). „Nyújtsd a kezed, és ments életet” - az alábbi mondattal mutatják be a győri plazmacentert a saját weboldalukon (2024). „Másoknak életmentő támogatás, neked valódi sikerélmény” – olvasható a szolnoki plazmacenter hivatalos oldalán (2024). Tehát országszerte a legnagyobb vérplazma adással foglalkozó központok, egyfajta önzetlen tevékenységnek mutatják be a vérplazma donációt. Valójában mi is az a sikerélmény, amiről a szolnoki weboldalon olvashatunk? Képes volt a donor egyfajta kötelező diétát tartani? Anyagi juttatásokat kapott a vérplazmájáért cserébe? Vagy az egészségügyi szűréseken való megfelelés jelenti ezt a sikerélményt? Sajnos a vonatkozó weboldalakon ezekre a kérdésekre nem kapunk választ, azonban elolvashatjuk helyi donorok történetét, akik minden esetben egyfajta segítségnyújtásként tekintenek a plazmaadásra.

Míg a vérplazma adással foglalkozó intézmény weboldala és az ott található személyes narratívákként megjelenített „tanúságtételek” a segítségnyújtási értelmezését hangsúlyozzák, addig a vérplazma donációra motiváló reklámfelületeken többnyire a figyelemfelkeltő szövegeken kívül az éppen futó akció érvényessége, feltétele, nyereménye, és a pénzbeli juttatás kerül főszerpbe. Ugyanez az üzenet jelenik meg a cég közösségi felületeken megvalósított kommunikációjában is (még vérplazma adók közt is). Azaz nagyobb arányban jelennek meg az aktuális ajánlatok, és nincs szó a segítségadás értékeléséről (köszönetnyilvánítás) vagy eredményéről (milyen gyógyszer született a leadott vérplazmák felhasználásával). Mindezek nem a segítségnyújtási értelmezését hangsúlyozza a folyamatnak.

Jelen kutatás a vérplazma adást, mint segítő viselkedést, motiváló tényezőket vizsgálja a már gyakorló donorokat megszólítva, így a valóban eredményes motivációk fenntartási módját is azonosítani kívánja. Atkinson szerint sok mindentől függ, hogy mit tekintünk proszociális viselkedésnek, és ez függ a társadalomtól is (2005). Emiatt is lehet igazán fontos, a jelen kutatás, hiszen a társadalom több szegmensét szólítja meg az egyes kutatási módszerekkel. A vérplazma adással szemben számos etikai kérdés merült már fel, és hasonlóan sok a köztudatban megfogalmazott kritikák, negatív vélemények száma. Az aktív vérplazma adókra fókuszálva ezeknek a megítéléseknek, a közvélemény percepciójának hatását is vizsgálja a kutatás, különösen az elköteleződőikre gyakorolt hatások kapcsán.

A kutatás során először a hazai vérplazma adó csoport lett megszólítva fizikai lokalitás meghatározása nélkül. Elektronikus kérdőíves módszerrel a célcsoportra fókuszáló kvantitatív

adatfelvétel történt egy a célcsoport tagjait tömörítő szociális média platformon. Az eredményeket felhasználva a kutatás második fele lokalizáltabb, a szolnoki plazmacenter működésére, és donorjainak megismerésére törekszik. A KSH adatai szerint országosan az Észak-Alföld régióban, és az adott vármegye székhelyen a legmagasabb a munkanélküliség aránya a munkaerőfelmérés 17-74 éves korba tartozó népességre vonatkozó adatok szerint. Ez az adat a 2024. első negyedévében 5%-os arányt mutatott Jász–Nagykun–Szolnok vármegyében (KSH, 2024). Azaz Szolnokot vizsgálva még hangsúlyosabban érvényesülhet az a feltételezés, mely a vérplazma adást konkrét társadalmi csoporthoz és egy adott funkció megvalósításaként értelmezi. A gyakorló vérplazma adók motivációjának komplex vizsgálata itt kiemelten releváns kutatást jelenthet.

A helyszíni tér- és médiavizsgálat mellett, mind a helyi plazmacenterben dolgozó vagy dolgozott személyekkel készült interjúk, mind a helyi rendszeres vérplazma adó közösség néhány tagjával készített fókuszcsoporthoz vizsgálat valósult meg. Így a motiváló (a szolnoki plazmacenter kommunikációs tevékenysége és alkalmazottjain keresztül) és a motivált (rendszeres vérplazma adó) álláspontjának megismerésére is kísérletet tett a vizsgálat. A kutatásban résztvevők anonimitásának biztosítása érdekében az interjúalanyok névtelenek vagy névváltoztatással kerülnek megnevezésre, valamint a kvantitatív kutatás esetében is a rögzített demográfiai adatok minimalizálása történt. A kutatás készítője kiemelten hálás együttműködésükért, mely nélkül a jelen kutatás nem valósulhatott volna meg.

2. A vérplazma adás és a néhány vonatkozó kutatás ismertetése

A vérplazma fehérjében dús, ideális esetben szalmasárga színű, folyékony anyag, amely a vér 55%-át alkotja. A további 45%-át a vérnek alakos elemeknek nevezik. A vérplazmát gyógyszerek készítéséhez és egyéb életmentő beavatkozásokhoz használja fel az orvostudomány, ezért is van szükség a vérplazma adás számának növelésére. Hazánkban mások mellett a 3/2005. (II. 10.) EüM rendelet szabályozza a vérplazma donációra és feldolgozásra vonatkozó lépéseket.

Ahogy az a szolnoki plazmacenter hivatalos oldalán is olvasható, „minden 18-60 év közötti, 50-130 kg testsúlyú, egészséges, magyarországi lakcímmel rendelkező férfi és nő” – vehet részt a vérplazma donációkon (2024). A 18 éves kor egy jogi határ Magyarországon, a felnőttkor határa, amely alatt az európai irányelveket átvéve sem véradó, sem vérplazma adó nem lehet az adott személy (2004/33/EK irányelve III. MELLÉKLET 1.1 pont). A 60 éves kor után számos helyen még lehet külön engedéllyel vérplazmát adni. Testsúlyt illetően az 50 kg elérése olyan

jelzés, hogy a szervezete kibírja ezt a fajta terhelést. Vértápláshoz is a szükséges elért testsúly az 50 kg. A Magyarországon bejelentett lakóhely szükségessége az adminisztrációs folyamatok része, illetve az azonosítást segíti. Fontos, hogy nem magyar állampolgárság szükséges, csak egy bejelentett magyar - ideiglenes, vagy állandó - lakóhely igazolása, ezzel még több, akár csak Magyarországra költözött, de állampolgárságot még nem szerzett ember is igénybe veheti a vérplazma donációt.

Elengedhetetlen, hogy egyfajta egészségügyi vizsgálaton megfeleljen a vérplazmát adni kívánó személy. A szolnoki plazmacenter weboldala szerint mindez: „megfelelő vérnyomás, pulzusszám, testhőmérséklet és hemoglobinszint” értéket jelent, valamint megfelelő folyadékbevitelt és meghatározott diéta betartását. Emellett egy közel 30 kérdéses kérdőív kitöltésével, majd egy orvosi szemrevételezésével győződnek meg arról, hogy a donor alkalmas a vérplazma adásra. A kérdőív átlagosan 8-10 percet vesz igénybe, a doktorral való beszélgetés pedig maximum 3-5 percet. A vérplazma adás adminisztratív feltétele egy donorkártya elkészítése is. Ezen egy szám, egy QR-kód, illetve egy arckép van magáról a vérplazma donorról. Ezt minden vérplazma adásra kötelező vinni, hiszen ezzel regisztrálják a donort a rendszerbe, ezen keresztül látják, hogy hányadik donációra érkezett, illetve, hogy volt-e gond az előzőekben. Az orvosi vizsgálatok eredményeinek visszaérkezésekor jeleznek a vérplazmát adni kívánó személynek, és amennyiben az eredményeket az orvosok megfelelőnek találják, már lehetősége is van az alanynak a Plazmacenter saját alkalmazásában az időpontfoglalásra. Amennyiben valamilyen eredménye nem megfelelő annak súlyosságától függően engedik a klienst vérplazmát adni. A plazmaadás egy 30-50 perces folyamat, amely során a donor véréből ezt a komponenst megfelelő egészségügyi gépek és felügyelet mellett kinyerik. A vérplazma nagyon sok élettani funkcióért felelős és hamar, ideális esetben közel két napon belül újra termelődik a szervezetben.

Néhány hazai, és nemzetközi kutatás is foglalkozott a vérplazma adással, annak veszélyeivel és motivációjával. Az eltérő időben és különböző helyszínen végzett, és elemzett kutatások más – más eredménnyel szolgáltak, mégis fontos kiemelni, hogy mely motivációs tényezők jelennek meg legtöbbször a kutatások alapján. Egy 2021-es ausztráliai tanulmány rámutatott annak a fontosságára, hogy a donorok félelmeinek megküzdésével javítható lenne a vér és vérplazma ellátás biztosítása is. A kutatásban véradókat és vérplazma donorokat egyaránt megszólítottak. Legtöbbször a vérplazmánál és a véradásnál is megjelenő vénapunkciós folyamatot jelezték félelemkeltő tényezőként. A vénapunkció egy olyan folyamat, amely során a könyék belső részéből egy injekciós tű beszúrásával vért vesznek. Vérplazma adás esetén egy kanüllel kiegészítve veszik le a vérplazmát (Gilchrist et al., 2021).

Beruel és kollégái kutatásában a vérplazma adással kapcsolatos motivációs tényezőket említett meg. Ilyen az önzetlenség, miszerint a donor saját érdekeit háttérbe szorítja egy nagyobb, közösségi jó érdekében. A jó ügy szolgálatát, egyfajta jó cselekedetet, másokon való segítségadást nevezte meg a vizsgálatban résztvevők legnagyobb aránya. Kiemelendő, hogy az altruizmus esetében is a résztvevő a cselekedetével, segítségével egyfajta önzetlen segítségnyújtást él meg. Mindez az önértelmezés a pénzjuttatás ellenére is megfogalmazódik számos vérplazma adónál. Legmeghatározóbb demotiváló, elrettentő tényezőként a kutatás a vérplazma adás folyamatának idejét határozta meg (Beruel et al., 2017). Az átlagos vérplazma adás 30-50 perc, amely a véradáshoz képest nagyobb időtartam.

Koch kutatása szerint, mely négyszáz-kilencven szervezetet vizsgált huszonhat országban, a vérplazma adás motivációs tényezői két részre bonthatók az országokat tekintve. Számos olyan ország van, ahol a harapnivalókon kívül juttatásokat adnak a vérplazmáért cserébe, ilyen például a szabadnap, utazási kompenzációk, utalványok. Míg Európában hét országban pénzbeli juttatás jár a leadott vérplazmáért cserébe. Általánosságban azokban az országokban, amelyekben egy központosított cég gyűjti a leadott vérplazmát, rendszerint nem kapnak a donorok a vérplazmájukért cserébe pénzbeli juttatásokat. Diverzifikáltabbak lehetnek a plazmaadásra ösztönző stratégiák azokban az országokban, amelyekben több cég is gyűjt vérplazmát. Ez azt jelenti, hogy a működés teljeskörűvé tétele érdekében többféle szervezet is próbálja az embereket vérplazma donációra ösztönözni. Ilyen ország Magyarország is (Koch et al, 2024).

Motiváció szempontjából fontos megemlíteni egy holland kutatást is, mely során az első vérplazma adás előtt álló donorok véleményét vizsgálták. Majd, 3 évvel később megismételték a kutatást. Az első vizsgálat esetén nem volt lényeges motiváló inger az egyfajta önmegvalósítás gondolata a vérplazma adásnál. Majd az ismételt kutatásnál, az adat megváltozott. Szinte a legnagyobb arányban az önhatékony, önmegvalósítás lett a legmotiválóbb tényező. A kutatás kitért az idegeskedésre, amely a három év múltán teljesen lecsökkent, kevesebbé vált azoknak a száma, akik félelemmel kezdtek neki donációjuknak (Veldhuizen, 2013). Azaz azok maradnak hosszan vérplazma adók, akiknek az önmegvalósítás érzését fenn tudják tartani, és a félelmük alacsony.

Magyarországon a véradás egy talán közismertebb segítségnyújtási lehetőség, mint a vérplazma adás. Titmuss (1970) szerint a véradás a legkézenfekvőbb példa az önkéntesség bemutatására, hiszen az adakozás általános megjelenéseitől ez a fajta segítségnyújtás eltér. A véradó a donori helyzetében nem ismeri azt a személyt, akinek segít a testének egy részével. A beteg, aki kapja, talán az egyetlen lehetőséget kapja meg az életben maradáshoz más vérével, mégis az, aki leadja

a vérét, nem vár ajándékot, sőt információt sem kap a vére felhasználásának biztonságáról. Titmuss írása szerint (1970) kétféle motiváció válthatja ki a véradáshoz hasonló altruista cselekedeteket. Az egyik az általános segíteni vágyás gondolata, a másik pedig egyfajta megfelelési vágy önmagunk, vagy a társadalom valamely része felé.

Beszél arról is, hogy egyfajta ellentételezés is indokolhatja a motivációt, ilyen lehet az az eset, hogy magának a véradónak, vagy közeli hozzátartozójának is az élet valamely helyzetében szüksége volt vérre, emiatt most segít ő is, ugyanilyen módon. Fellelhető mindez a vérplazma donáció motivációi között is, hiszen egyfajta segítségnyújtásként kommunikálnak a többségi társadalmat megszólító szervezetek. Például „LEGYÉL PLAZMAADÓ, MENTS ÉLETEKET!” - szöveggel próbálják meg az ózdi közösség figyelmét felhívni arra, hogy a plazmaadással akár mások életét is megmenthetik (Plazmatikum Ózd, 2024).

Megemlíti Titmuss (1987), hogy a kötelesség is lehet egyfajta motivációs erő. Mindez az altruizmustól abban különbözik, hogy ilyen esetben többnyire a lelkiismeret befolyása, a bűntudat érzése sokkal jobban megjelenik, amennyiben esetlegesen nem segít, vagy nem tud segíteni embertársain. Véradással kapcsolatban megemlíti a vércsoportok ritkaságát, amely egyrészt motiváló erőként is hathat a donorra. Vérplazma adás esetében ez is fontos, ugyan a vérplazmát nem befolyásolja a vércsoport, de a bizonyos számú leadott plazma után kötelező véradás során derülhet ki, hogy nemcsak a plazmájával, hanem a vérével is mennyit segíthet az embereken egy-egy donor.

A Szegedi Tudományegyetemen például készítettek kutatást az egyetemisták véradási szokásairól. A vizsgálat azokat a tényezőket kereste, amelyek befolyásolják a donorokat a véradási szokásokkal kapcsolatban. Az alkalmazott mélyinterjúk módszertan segítségével egyfajta motivációs rendszer rajzolódott ki. A kutatás során kiemelkedett, hogy nagy szerepet játszik az egyetemisták motivációjában a társas kapcsolat. Hiszen valamilyen forrásból meg kellett ismerni ezt a fajta lehetőséget, biztatást kellett kapni. A társas kapcsolatokon kívül a tárgyi ösztönzők játszanak még nagy szerepet, azonban a rendszeres véradóknál már ez kevésbé motiváló tényező (Béla-Csovics és Kincsesné, 2018).

Az Eszterházy Károly Katolikus Egyetemen is készült a témával kapcsolatos kutatás, amely szintén az egyetemi hallgatók válaszai alapján jött létre. A tanulmányban egyfajta médiareprezentációt elemeztek, amelyben megjelentek olyan média elemek, amelyek hatékonyan szólítják meg a célközönséget. Véradás szempontjából a szülők, barátok ajánlása a legjellemzőbb, kampányelemeknél pedig a példamutatás, illetve a gondolkodásra sugallás a legtöbbet, leghatékonyabban megjelenő tényező. A teljeskörű tájékoztatás fontosságáról esik még szó az eredmények összesítésében, amely kiemelt szerepű, hiszen bizalomépítő hatású, és

motiváló lehet egy leendő donor számára (Dorner, 2024). A korábbi kutatások eredményeit felhasználva vizsgálja a jelen kutatás a magyarországi, és ezen belül a szolnoki plazmacentrumhoz tartozó vérplazma adók motivációit, a kommunikált folyamat értelmezését, és a társas környezet, a közmegítélés befolyásoló hatásának mértékét kvantitatív és kvalitatív kutatási módszereket felhasználva.

3. A célcsoport vizsgálatának módszertani háttere

Kutatás során a minél alaposabb megismerés érdekében négyféle módszer került alkalmazásra. A vérplazma adók álláspontját kérdőívek segítségével gyűjtöttem össze. A nagyobb mintás kvantitatív adatgyűjtés eredményeinek értelmezéséhez, árnyalásához, és a vizsgálat Szolnok központú elemzéséhez kvalitatív adatfelvételt is alkalmaztam (helyszíni vizsgálat, fókuszcsoportos beszélgetések, valamint félig strukturált interjúk módszereivel).

A reprezentáns vizsgálat megvalósíthatatlansága mellett is törekedtem arra, hogy a lehetőségekhez mérten megjelenjen a vizsgált csoport feltételezett összetettsége (nem, korosztály és vérplazma adás rendszeressége szempontjából) és így a vélemények lehetséges sokszínűsége is (Krueger, 1994). Az elkészített kérdőív online platformon körülbelül két hétig volt elérhető egy vérplazma adókat tömörítő szociális média felületen (facebook csoport). A Facebook – Vérplazma adók közössége csoportot találtam a legalkalmasabbnak, hiszen ott az ország bármely pontjáról vannak vérplazma donorok, akik egyszerűen és gyorsan, akár 10 perc alatt is ki tudják tölteni a kutatásom ezen formáját. Az adott csoport egy nyilvános közösség, amelyben hetente tesznek közzé információkat, akciókat, az egyes vérplazma centerek is. A Plazmacenter Szolnok hivatalos Facebook oldala is tagja ennek a közösségnek, és az akcióikat jellemzően megosztják ezen a felületen is. A kérdőívem megosztásához a csoport adminisztrátora hozzájárult, hiszen csak így kerülhetett ki a felületre.

A csoportban jelenleg megközelítőleg 10200 fő van, amely naponta változik, hiszen bárki be-, és kiléphet belőle. Nők nagyobb arányban tartózkodnak a csoportban, és a posztok nagy része is nők által íródott. Azonban a csoport aktivitását tekintve kevés ember követi folyamatosan a fejleményeket, 3-5 komment érkezik egy-egy poszthoz. A mintegy kéthetes időtartam alatt, mikor a kérdőív elérhető volt, hatvankét kitöltés érkezett. Mivel a megosztásban a kérdőívre mutató link is szerepelt, így annak elérhetősége könnyebb és remélhetőleg motiválóbb is volt a résztvevők számára. Számos pozitív visszajelzés érkezett kommentben, amely nemcsak a célcsoport sikeres megtalálását jelenti, hanem azt is, hogy a kérdőív még hangsúlyosabbá tudott válni a közösségben.

A kérdőív a vérplazma adás motivációjával kapcsolatos, és a kitöltők a feladatválasztós lehetőségek mellett az egyéb válaszlehetőségre kattintva saját gondolataikat, tapasztalataikat, élményeiket is megoszthatták. A válaszadás minden kérdéshez kötelező volt, amely csupán azért volt fontos, hogy a beérkezett válaszok mennyisége elemezhető legyen, illetve a kérdőív kitöltése is követhetőbb, átláthatóbb volt így a válaszadók számára. Az anonimitás biztosítása érdekében a válaszadóknak semmilyen nevet, email-címet vagy más egyéni információt nem kellett megadni a válaszadáshoz. Azonban a kitöltés előfeltétele volt, hogy olyan 18 éves emberek töltsék csak ki a kérdőívet, akik adtak már vérplazmát, és akik ezt Magyarországon tették meg. Fontos, hogy Magyarországon legyen vérplazma adó a kitöltő személy, hiszen a külföldi cégek másképp működnek, mások a körülmények, illetve más a díjazás. Kutatásomban tehát a magyarországi vérplazma adók közösségével foglalkozom. A kérdőív önbevallásos alapon került kitöltésre, így az ebből következő esetleges torzító tényezőket az adatok elemzésénél figyelembe kellett venni. A kérdőívkérdések között voltak feleletválasztós, szabad válaszos és skála-alapúak is, ezzel is törekedve a kitöltők figyelmének fenntartására.

A fókuszcsoporthoz tagjait hólabda-módszerrel értem el. A résztvevők közvetett ismertségével könnyebb volt biztosítani a beszélgetés megszólalásainak kiegyensúlyozottságát (Krueger, 1998) és a személyes vélemények verbalizálását. Négy férfi és egy női plazmadonor tudott részt venni a fókuszcsoporthoz. Az életkorukat tekintve, ketten fiatal felnőttek, 21-22 évesek, a másik három résztvevő életkora 45 és 55 év közötti. Fontos kiemelni, hogy a résztvevők fiatalok közül egy személy és az idősebb donzorok közül is egy ember egyszeri vérplazma adó volt. Ez azt jelenti, hogy egyszer volt vérplazmát adni az alkalmasság után, de utána nem folytatta. A többi három résztvevő pedig sokadik vérplazma donációján van túl. Míg a kérdőívben hatvankettő résztvevő véleménye érvényesült, a fókuszcsoporthozos beszélgetés során, öt ember gondolata egymásra reflektáló véleménye jelenik meg.

A fókuszcsoporthoz típusok közül a telefókuszcsoporthoz valósult meg (Vicsek, 2017), mely megszünteti a résztvevők földrajzi távolságából adódó esetleges nehézségeket, ugyanakkor ellehetetleníti a metakommunikáció dekódolását, és az érvelési hajlandóságot is csökkentheti (Schneider et al. 2002). Azonban mindezt az inkább kislétszámú fókuszcsoporthoz kialakításával és a kérdések alacsony számával (Morgan, 1997) igyekeztem kompenzálni. Könnyebbé tett az online fókuszcsoporthoz, hiszen otthonról, az internet segítségével, percek alatt sikerült bekapcsolódnia a hívásba minden résztvevőnek, amely végül körülbelül egy órán át tartott. Stewart és Shamdasani (1990) kiemeli, hogy a fókuszcsoporthozot nem szokás önállóan egy módszerként használni, hiszen jellegéből adódóan már meglévő információk, következtetések megerősítésére és kiegészítésére inkább alkalmas. Írásukat alapul véve kutatásomhoz további

módszereket is alkalmaztam (kérdőívezés, félig strukturált interjúk és helyszíni megfigyelés). A sokféle kutatómódszertani elem összehangolt elemzését az egyes módszerek során feltett kérdések előzetes összehangolásával biztosítottam (Edmunds, 1999).

A vérplazma adók motivációinak megismeréséhez a lokalizált kutatási egységben törekedtem a 'másik oldal' megismerésére is. A motiváló szerepében álló szolnoki plazmacenter helyszíni kutatással, míg az ott dolgozókat két kollégával készült félig strukturált interjú segítségével vizsgáltam. Az interjú kérdések szorosan kapcsolódtak a kérdőív kérdéseihöz, és a Plazmacenter felkeresésekor is igyekeztem azonos vizsgálati megközelítéseket alkalmazni. A két interjúalany a szolnoki plazmacenter menedzseri és egészségügyi szakembere volt, ezzel mind a center munkáját globálisan kezelő munkatárs, mind a donorokkal közvetlen kapcsolatban állt egészségügyi beosztott véleménye is megismerhetővé válik. A fókuszcsoport tagjai és az interjúalanyok egyaránt írásban hozzájárultak a beszélgetés kutatás keretein belüli felhasználásához. A helyszín alapos megismerése mellett így törekszik a vizsgálat komplexen (vérplazma adó és vérplazma vevő nézőpontját is figyelembe véve) elemezni a vérplazma adáshoz kapcsolódó motivációikat. A kutatás során az ily módon összegyűjtött adatokat, a vonatkozó szakirodalmak segítségével elemzem, hogy a megfogalmazott kutatási kérdésekre választ találjak.

4. Kérdőív elemzés

A kérdőív első kérdése egyfajta ellenőrzése a kitöltők nyilatkozatának, azaz adtak már Magyarországon vérplazmát és elmúltak 18 évesek, amely a vérplazma ferezis elkezdéséhez szükséges legalacsonyabb betöltött életkor. Ugyan a vérplazma donorok facebook csoportjában osztottam meg a kérdőívet, a csoporthoz csatlakozás nem feltételekhez kötött és önbevalláson alapul, ezért a megerősítés fontos feltétele volt a kutatás hitelességének. Második kérdésként a válaszadó nemére voltam kíváncsi. A válaszokat tekintve a kitöltők 74,4%-a nő, amely egy nem meglepő adat, annak tükrében, hogy a célzott zárt Facebook csoport összetételét vizsgálva a nők nagyobb arányban vettek részt a kommentelésben, illetve a csoport mindennapjában. Ezen kívül J. Ringwald is rámutatott, hogy több nő vesz részt a véradásokban is, mint férfiak (2007). 62 válaszadóból tehát 14 fő férfi, és 48 fő nő. A kitöltő nemére vonatkozó kérdés esetén a „nem válaszolok” lehetőséget egy kitöltő sem választotta.

Következő kérdésként az iskolai végzettségüket jelölték meg a válaszadók. Legnagyobb részt, 40,3%-ot a felsőfokú végzettséggel bíró vérplazma adók töltötték ki a kérdőívet. Többnyire a kérdőíveket a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők szívesebben töltik ki, hiszen

vélhetően találkozhattak korábban ilyen jellegű vizsgálatokkal, ismerik annak potenciálját. Sőt akár ők is megvalósíthattak ilyen folyamatot, tudják a kérdőív kitöltés arányának jelentőségét egy-egy kutatásban. Szakközépiskolai végzettsége a kitöltők 30,6%-ának van, tehát 19 főnek. Gimnáziumi, mint legmagasabb végzettsége 12 főnek van, és a kitöltők 9,7%-ának a legmagasabb iskolai végzettsége a befejezett általános iskola. Nincs olyan kitöltő, akinek befejezetlen az általános iskolai tanulmánya.

Mindezeket összevetve a szakközépiskolai végzettség, illetve a gimnáziumi végzettséggel rendelkezők száma a legnagyobb, így feltételezhetően még szakmával, biztos anyagi forrással nem rendelkező ámbár 18 évet betöltött személyeknek egy lehetséges pénzkereseti lehetőség a plazmájuk leadása. Ugyanakkor a kitöltők majdnem fele felsőfokú végzettséggel bír, az az tanulási folyamatuk lezártnak tekinthető, mégis élnek a vérplazma adás lehetőségével. Tizenkét kitöltő, azok közül, akik felsőfokú végzettséggel bírnak, 41-57 éves korosztályba sorolja magát, ami azt jelenti, hogy az életkorát tekintve a középkorúak közé tartozik. Többségük hetente ad vérplazmát, és a vérkomponens ezen fajta donációjára a későbbi kérdésekre adott válaszok szerint egy jó ügyként tekint, illetve keresetkiegészítésként is ajánlja. Számos olyan kitöltő volt azonban, aki fiatalként, friss diplomásként ad vérplazmát. A fiatal vérplazma donorok, akik 40 éves korig jelentek meg a kutatásban, szinte kivétel nélkül a kérdőív kitöltése szerint keresetkiegészítésként, és egy jó ügy szolgáltatásként ajánlja a vérplazma adást. Mindegyik kitöltő, akinek a legmagasabb iskolai végzettsége az általános iskola, nő, illetve 1 kivétellel ugyan, de mindenki hetente jár vérplazmát adni. Majdnem minden kitöltő, akinek a legmagasabb végzettségét tekintve általános iskolai képzésben vett részt, keresetkiegészítésként ajánlaná másoknak a vérplazma adást, mely erősíti azt az általános felfogást, hogy a vérplazma adással megszólított alacsonyan iskolázott rétegbe tartó közösség pénzszerezésként éli meg a folyamatot. Azonban a felmérésben az alacsony iskolai végzettségűek kis százalékban jelentek meg, mely azt erősíti, hogy mégsem csak ők élnek ezzel a lehetőséggel. Mindezek alapján is releváns megvizsgálni a vérplazma adók motivációit, és annak fenntartási és társadalmasítási lehetőségeit.

Továbbiakban a megkérdezettek életkorát vizsgáltam öt életkori fázis lehetőségét ajánlva. A fázisokat életkori események alapján határoztam meg. 18 és 23 év közötti személyek feltehetőleg tanulnak, felsőoktatásban vagy felnőttképzésben vesznek részt, illetve pályakezdőként helyezkednek el. 24 és 40 éves kor között az emberek többnyire karrierük felépítésére törekednek, illetve a családalapítás lépései ebben a korosztályban történik meg általában. Lakásvásárlást és gyermekvállalást is figyelembe véve ekkor alapozzák meg az emberek az életüket anyagilag is. 41 és 57 éves kor között az emberek valószínűleg már a

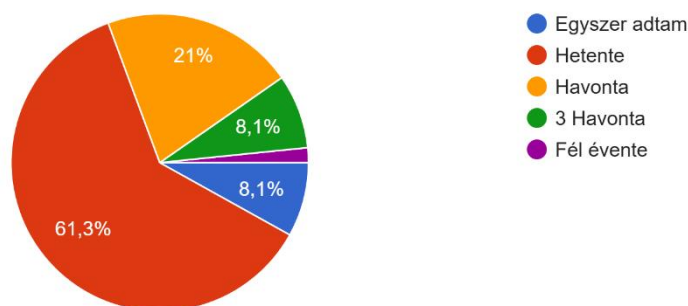
munka világában megalapozott életet élnek, ahol a pénzügyi biztonság feltehetőleg fontosabb szerepet játszik, mint a korábbi években. Az unokák megjelenése is ebben az időszakban kezdődhet el, amely szintén egy pénzügyileg is megterhelő helyzet. 58 és 65 év közötti időszak jellemzően a nyugdíjas, és az azt megelőző időszakot öleli fel. Az ebbe a korosztályba tartozók körülbelül 883 ezren vannak ma Magyarországon (KSH, 2024). 65 év feletti lehetőséget is jelölhettek a kitöltők, hiszen a plazmacenterek eltérően szabályoznak, és vannak olyan helyszínek, ahol 65 év felett egy egyedi klinikai vizsgálatot követően részt vehetnek a vérplazma adáson az erre alkalmas személyek (Europlasma, 2024). A Szolnokon is megtalálható Plazmacenter 60 éves korig engedi a donorokat, hogy vérplazmájukkal segítsenek (Plazmacenter, 2024). Két olyan kitöltő volt, aki az 58 és 65 éves kor közötti életkorszakot jelölte meg, azonban nem volt olyan válaszadó, aki a 65 év feletti lehetőséget választotta. Ez egy érthető arány, amiatt is, hogy bár ma már a lakosság nagy része rendelkezik biztonságos internetkapcsolattal, azonban az idősebb korosztály kisebb intenzitással használja az online teret. A kitöltők 41,9%-a 41 és 57 évesek közé tartozik, ami azt jelenti, hogy a kérdőív kitöltői többnyire aktív felnőttek. A kitöltők 26%-a sorolja magát a 24 és 40 éves kor közé. Végezetül pedig a kitöltők 12,9%-a 18 és 23 éves kor között van. Az online felmérésben a fiatal felnőtt, illetve felnőtt korosztály magas aránya magyarázható azzal is, hogy ők használják legnagyobb arányban hazánkban a Facebook közösségi média felületét. A fiatalok körében már 2022-ben rohamos csökkenés volt tapasztalható a Facebook felhasználását tekintve (NMHH, 2023). Összevetve a fiatalok arányát a végzettséggel gyakorlatilag egy résztvevő kivételével mindenki gimnáziumi végzettséggel bír, avagy már van felsőfokú végzettsége. Összefüggés lehet aközött, hogy a gimnáziumi legmagasabb végzettséggel rendelkezők, vélhetően már a felsőoktatásban vesznek részt, és tanulmányaik mellett pénzkiegészítésként, valamint egy jó ügyben való részvételként tekintve adnak vérplazmát. A fiatalok adatait tekintve megjelennek a kérdőívben olyanok is, akik már hetente adnak vérplazmát, illetve olyanok is, akik csak egyszer adtak, vagy fél évente szoktak segíteni vérplazmájukkal. Nagyon érdekes arány azonban, hogy mindazok, akik fiatalként vérplazma adók az anyagi helyzetüket saját megítélésük szerint pozitívan, sőt kiemelkedően látják a kérdőív vonatkozó pontjai alapján.

Következőként a „Hová sorolná a háztartása jövedelmét?” kérdésre kellett válaszolnia a kitöltőknek, egy 1-től 6-ig terjedő Likert-skálán, ha az 1 a nehezen jövünk ki a jelenlegi keresetünkből, a 6 pedig a nagyon jól élünk kategóriát jelöli. Magyarországon elterjedt sztereotípiá, illetve a vérplazmával foglalkozó centerek is számos reklámban juttatják az emberekhez azt az üzenetüket, miszerint a vérplazma adás egy könnyű pénzszerzési lehetőség. Ezzel főként az alacsonyabb anyagi körülmények között élőket szólítják meg, amely a

fókuszcsoport és az esettanulmányi vizsgálatból is alátámasztást nyer. A plazmacenterek konkrét kommunikációja is ezt sugallja, például a 2024. október 1-én indult „Nyerd vissza rezsizámlád költségét” (szolnoki) nyereményjátéknak is hasonló konnotációja van. A hat válaszlehetőség közül a nem válaszolok lehetséges opciót senki nem jelölte meg. A válaszadók 9,7%-a 1-es jelzést adott, amely azért jelentős, mert 6 kitöltő nehezen él meg a jelenlegi keresetéből, így pénzkiegészítésként tekinthet a vérplazma donációra. Azonban a magyarországi panaszskultúrát és a kutatás önbevallásos jellegét is figyelembe véve a kapott adatokat kellő kritikával szükséges kezelni. Ahogyan az is megkérdőjelezhető ennek a tudatában, hogy a 6-os jelzésre egy ember, azaz a kitöltők 1,6%-a voksolt. Mindenesetre a válaszadók 11,3%-a 5-ös kategóriába sorolja a keresetét. 4-es kategóriát a kitöltők fele választotta, tehát 31 ember. A 3-as jelzést tizenhatan jelölték, illetve a 2-es jelzést, egy ember jelölte meg. Következtetésképp a válaszadók több mint 50%-a megélhetésüket inkább pozitív irányba jelölik, mintsem negatívba. Fontos kiemelni, hogy amennyiben nem konkrétan megélhetési gond a célja a vérplazma adásnak, ugyanúgy tekinthet rá a donor pénzszerzésként.

Milyen rendszerességgel ad, vagy adott vérplazmát?

62 válasz



1. ábra vérplazma adás gyakoriságának vizsgálata (Készítette: a szerző)

A következő kérdés már a vérplazma adási szokásokkal volt kapcsolatos (1. ábra). A vérplazma donációk rendszerességére kérdeztem rá, és öt válaszlehetőség közül választottak a kitöltők. Az „egyszer adtam” lehetőséget azok a vérplazma adók miatt tettem be, akik az első vérplazma adás után nem folytatták ezt a fajta segítségnyújtást. Mindez lehetséges valamilyen olyan történés miatt, amely számukra nem megfelelő, taszító. Azonban lehet, hogy valamilyen egészségügyi tényező miatt nem folytatják, vagy kizárták őket a vérrel való segítségnyújtás ezen lehetőségéből. A hetente lehetőség a rendszeres vérplazma adókat jelöli. A havonta lehetőség, mindenképpen olyan emberek miatt került a lehetőségek közé, akik járnak

vérplazmát adni, de nem folyamatosan és rendszeresen. A három havonta és fél évente lehetőség azokat az embereket öleli fel, akik valamilyen megfontolásból, esetleg akadályozottságból, nem az akciókban sugalmazott gyakorisággal adnak vérplazmát. Hiszen az akciók szerint minél több vérplazma adáson vesz részt a donor annál több nyeremény, és több anyagi juttatást érheti. Jelentős a száma azoknak is, akik nem minden héten vagy hónapban adnak vérplazmát, az ő leadott vérplazmájuk is hatalmas segítség a gyógyszergyártásban. Válaszokat tekintve a válaszadóknak a bő kétharmada rendszeres véradó, és hetente ad vérplazmát plazmacenterekben. Havonta 13 ember ad vérplazmát, negyedévente és az életében egyszer a vérplazma adók egyaránt 5-5 fő alkották. Adatokat tekintve a kérdőívet meghatározó számban olyan emberek töltötték ki, akik rendszeres vérplazma adók. Egy évben negyvenöt alkalommal lehet vérplazmát adni a szolnoki plazmacenternél, amely azt jelenti, hogy az évi ötvenkét-ötvenhárom hétből csupán pár héten nem adhat vérplazmát a donor (Plazmacenter.hu, 2024). Az Europlasma cégcsoportnál csak az érhető el a weboldalukon, hogy hét napon belül akár kétszer is lehet vérplazmát adni (2024). Így ez a plazmagyűjtő állomásoktól függ, hogy hányszor engedik a vérplazma adót és a jelenlegi jogszabályok nem tiltják meg, hogy a plazmaadó hány alkalommal adhatja le a vér ezen komponensét. Fontos kiemelni, hogy ugyan a vérplazma centerek cégeken keresztüli plazmagyűjtésekor a cégen belül, az adminisztratív rendszerben szerepel a vérplazma donor adata, illetve vér-, és vérplazma adással kapcsolatos információk többsége. Ahogyan az egyik interjúalanyom is megfogalmazta a véleményét: „A donorok számos helyen ezt kihasználva, másik városba utazva adnak vérplazmát a megengedettnél így gyakrabban, hiszen a más városok rendszerei nincsenek összeköttetésben”.

Következő kérdésben arra voltam kíváncsi, hogy hol hallott először a kitöltő erről a lehetőségről, és hogyan ismerte meg először a vérplazma adást. Megadtam pár válasz lehetőséget, azonban ezen kívül az egyéb fülre kattintva mindenki beírhatta a saját választát, amennyiben nem talált, az általam írtak között számára megfelelőt. Közvetlen személyes elmondás alapján ismerte meg a kitöltők 38,7%-a, azaz 24 ember a vérplazma adás lehetőségét. A reklámok és a plakátok, televízió – rádió lehetőséget pedig 37,1% jelölte meg. Kilenc ember válasza szerint pénzkereseti lehetőséget kutatva talált rá a vérplazma adásra, majd kezdett bele ebbe a fajta segítségnyújtásba, akinek több mint a fele rendszeres vérplazma adóvá vált. Nagyon meglepő válasz ez, hiszen ez a kilenc ember az előző kérdésben a háztartásuk jövedelmét egész magasra, szinte mindannyian a 4-es sorba sorolták. Négy ember a válaszok közül az “azt gondoltam, hogy ezzel segítek másokon” válaszlehetőségre kattintott. Válaszuk meglepő, hiszen a plazmacenterek kiemelkedően ritkán kommunikálják, hogy a vérplazma adással segíthetsz másokon, hiszen gyógyszer készülhet az általad adott vérplazmából, amely mások

életét mentheti meg. Egy válaszadó az egyéb, beírható válaszhoz azt írta, hogy ott dolgozik, és egy másik írásos válasz érkezett, miszerint a kitöltő egészségügyben dolgozó személy, és ott hallott erről a lehetőségről, ezért lett plazmadonor. Csoportosítva a válaszokat, többnyire másoktól, avagy a médiából szereztek információt a megkérdezettek a vizsgált lehetőségről, azonban vannak konkrétan olyan emberek, akik pénzszerzési lehetőségek után kutatva találtak rá a plazmaadásra. Megjelennek a válaszadók közt olyan donorok is, akik a proszociális tevékenységek elvégzéseként találták meg ezt a fajta segítségnyújtási lehetőséget.

Továbbiakban a kitöltőknek a „Mit mondhat a közvélemény a vérplazma adásról?” – kérdésre kellett választ adni a megjelölt válaszok közül, valamint lehetőséget biztosítottam arra, hogy az egyéb részbe a saját gondolataikat is megfogalmazhassák. Egyszerre több válaszlehetőség megadható volt annak érdekében, hogy a közvélemény bizonyára összetett álláspontját minél pontosabban jelezni tudják a kérdőív kitöltők. A lehetséges válaszok közül legtöbben, harmincnyolc fő, azaz a kitöltők 61,3%-a gondolja úgy, hogy a közvélemény szerint ez egy segítségnyújtási lehetőség. Ez a magas arány azért is lehetséges, mert társadalmilag egy elfogadottabb válasz, hogy valaki a vérplazmának a donációját segítségnyújtásként, nem pedig pénzkereseti lehetőséggként jellemzi (Beruel, 2017), illetve feltételezhető, hogy a válaszadók, akik rendszeres vérplazma adók, motiváltak a társadalmi megfelelés (Titmuss, 1987) hajtja őket.

A következő válaszlehetőség az egyszerű pénzkereseti lehetőség volt, amelyet 33-n jelöltek meg. Tehát a válaszadók több, mint a fele úgy gondolja, hogy a vérplazma donáció egyfajta pénzkereseti lehetőség (is). Kiemelendő adat, hogy azok a kitöltők, akik mind egyszerű keresetkiegészítésként, mind segítségnyújtási lehetőséggként jellemzik a közvélemény gondolatát a vérplazma adással kapcsolatban, azt feltételezhetik, hogy a társadalomra elsősorban a plazmacenterek marketing kommunikációja hat. Hiszen abban jelenik meg ez a két értelmezése a folyamatnak. Ezt a kombinációt jelölték leggyakrabban a válaszadók, akik nagyon- vagy inkább jónak ítélték saját anyagi helyzetüket. Azonban fontos kiemelni, hogy ebből a tizenkét emberből tíz hetente jár vérplazmát adni, azaz gyakoriságot tekintve, a legtöbbször vérplazma adók csoportjába tartoznak. Így elképzelhető, hogy keresetüket azért ítélték meg inkább jónak, mert annak részét képezi a vérplazma adásból járó juttatás. Egy másik magyarázati lehetőség erre a tizenkét válaszadóra, akik a vérplazma adást segítségnyújtásnak és pénzszerzési lehetőségnek tartják, és akiknek többsége inkább jó anyagi helyzetűnek vallotta magát, mégis rendszeresen járnak ilyen lehetőségre, hogy számukra a vérplazma adás nem megélhetésként, hanem keresetkiegészítésként szerepel. Például valamilyen nagy összegű cikkekre gyűjtenek, legyen ez gépjármű vagy lakás. Azok, akik alapvetően biztos anyagi háttérrel

rendelkeznek, és emellett vérplazmát adnak az anyagi juttatásokért, ők még pozitívabban értékelhetik az anyagi helyzetüket. Négyen választották a „lehetőség, hogy jobb embernek tartsanak az embertársaim” válaszlehetőséget. A Maslow-i szükségpiramisban is megjelenő társadalmi megbecsülés vágya mellett a társas kapcsolatok, valamint a példaadás vágyát (1943) az Eszterházy Károly Katolikus Egyetem kutatása is alátámasztotta (Dorner, 2024). A „részvétel az egészségügy fejlődésében” válaszlehetőséget a kérdőívet kitöltő személyek 4,8%-a jelölte meg. Minden olyan ember, aki ezt jelölte meg válaszként, nem egyedül csak ezt a lehetőséget választotta, hanem a segítségnyújtás alternatíváját is megjelölte. Érdekes megemlíteni, hogy az, aki egészségügyben dolgozóként töltötte ki a kérdőívet, nem jelölte meg, hogy ez a lehetőség segíti az egészségügyet. Következő válaszlehetőségnek a „lehetséges út, hogy jobb emberré válhassak” mondatot adtam meg, melyet hat kérdőív kitöltő jelölt meg válaszként. Véleményük szerint, a közvélemény segítségnyújtási lehetőségként gondol emellett a vérplazma donáció lehetőségére. Tehát ez a hat válaszadó úgy véli, hogy a közvélemény valós segítségadóknak látja a vérplazma adókat, akik ezzel a cselekedetükkel saját önképüket is megerősítik. Mindennek megfelelően ezek a kérdőívkitöltők szinte mindannyian megjelölték, hogy egy jó ügy szolgálataként ajánlanák a vérplazma donációt másoknak, akik megfelelnek a követelményeknek. Az „ez is egy új üzletág” mondatra 24,2%-a a kitöltőknek kattintott rá. A kérdőívkitöltők közel egy negyede úgy véli, hogy a közvélemény így gondolkodik a vérplazma adásról, akkor feltételezhetően a vérplazma adók megítélése is hasonló jellegű: nem segítő embereknek látják őket, hanem üzletembereknek. Ezt a megközelítést számos cikk képviseli a magyarországi hírportálokon, melyek többnyire vagy a cégek bizonytalanságáról, tulajdonosok hovatartozásáról írnak, illetve pénzügyi befektetésként írnak a vérplazma donációra (Vágó, 2017; Élő, 2020; Vitéz F., 2020).

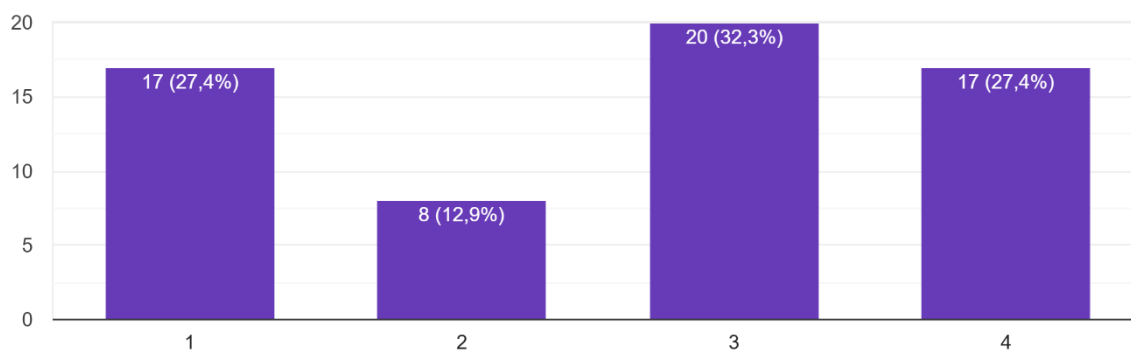
Továbbiakban az egyénileg beírt válaszokat szeretném bemutatni: „nem ismerem”, „a NER – emberei jól élnek belőle, sajnos”, „káros az egészségre”, illetve „egészségtelen”. Fontos megemlíteni azonban, hogy itt a kérdés még mindig a közvélemény gondolatmenetére kíváncsi. A „nem ismerem” válaszlehetőséget megjelölő kitöltő az előző kérdésekben adott válaszai alapján hetente jár vérplazmát adni, úgy gondolja, hogy ez egy jó ügy szolgálata, így ajánlaná másoknak, attól függetlenül, hogy nem tudja, mit gondol erről a közvélemény. A „NER-emberei jól élnek belőle, sajnos” választ beíró résztvevő annak ellenére, hogy egy üzletágként gondol a vérplazma donációra, hetente jár/járt vérplazmát adni a válaszai alapján. Tehát meggyőződése, hogy ebből valaki profitál, azonban mégis támogatja ezt a vérplazmájával. Sőt azt a választ adta, hogy mindenkinek részt kell vennie az egészségügy fejlődésében. A véleménye szerint a háttérben meghúzódó, gyanús, állami bevétel ellenére is járni kell

vérplazmát adni, hiszen ezzel segíthető a beteg emberek gyógyítása. A „káros az egészségre”, és „egészségtelen” választ jelölők is havonta, illetve három havonta járnak vérplazmát adni. Ámbár fontos kiemelni, hogy ők viszont keresetkiegészítésként is ajánlanák másoknak ezt a fajta segítségnyújtási lehetőséget. Tehát a motivációjukat tekintve, járnak vérplazmát adni, annak ellenére, hogy úgy gondolják, hogy nem egészséges az, amit tesznek, azonban fontos számukra az a jövedelem, amit a vérplazmáért cserébe kapnak.

A következőkben hét állítást kellett 1-től 4-ig terjedő skálán értékelnie a résztvevőnek, azok alapján, hogy az adott állítás mennyire igaz rá, mennyire ért vele egyet. Elsőként az egészségügyi tájékozottsággal kapcsolatban tettem fel egy kérdést (2. ábra).

Ha több információm lenne azzal kapcsolatban, hogy plazmaadás nem veszélyes az egészségre, akkor gyakrabban ajánlanám másoknak.

62 válasz



2. ábra az egészségügyi tájékozottság és a vérplazma donáció motivációjának kapcsolatáról (Készítette: a szerző)

A válaszadók több mint fele (harminchét kitöltő) gyakrabban ajánlaná a vérplazma adást, hogyha több információja lenne arról, hogy a vérkomponensek ezen donációja nem jár egészségügyi kockázatokkal, és nem veszélyes az egészségre. Viszont, fontos megemlíteni, hogy a válaszadók közel fele az egészségre vonatkozó információk mértékétől függetlenül hozza meg a döntését arról, hogy ajánlja vagy sem a vérplazma adást másoknak. Ezt támasztja alá az is, hogy ennek a huszonöt kitöltőnek a fele, keresetkiegészítésként ajánlaná a vérplazma adást azoknak, akik megfelelnek az egészségügyi követelményeknek. Azok, akik 1-essel válaszoltak erre az állításra, hetente adnak vérplazmát, ami azt jelentheti, hogy olyan emberek, akik egészségügyileg vagy nagyon tájékozottak a vérplazma donációt illetően, vagy nem számít nagy mértékbe a motivációjukba az, hogy ez egészséges-e vagy sem.

A második skála alapú kérdés arra irányul, hogy a donoroknak fontos az, hogy vérplazma adók lehessenek. Erre a kérdésre a válaszadók több mint egyharmada, 40,3%-a jelölte a 4-es

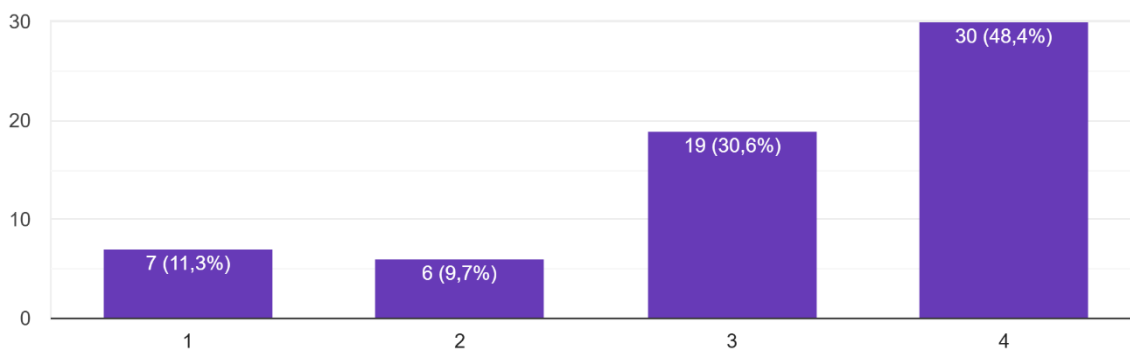
válaszlehetőséget. Ők segítségnyújtásként is ajánlják a vérplazma adást másoknak. Egyfajta identitás formálódás látszik kirajzolódni, ami a cselekvés rendszerességén is látszik, hiszen válaszaik alapján ezek a válaszadók hetente vagy havonta adnak vérplazmát. Látszólag életük szerves részévé válik a vérplazma donáció. A 3-as (kilenc fő), illetve a 2-es (tizenöt) válaszadói között már megjelennek olyanok, akik “csak” három havonta vagy akár fél évente adnak vérplazmát. Ajánlásokat figyelembe véve itt megjelennek olyan vérplazma donorok is, akik nem ajánlják a vérplazma adást. Végezetül az 1-es válaszlehetőséget is megjelölték tizenhárman, amely egy relatívan magas szám, a kitöltők 21%-a.

Következő kérdést illetően, szinte a legegységesebb válaszok születtek arra az állításra, hogy számít-e a donornak az, hogy az ismerősei mit gondolnak a vérplazma adásról. Meglepően negyven résztvevő a hatvankettő főből jelölte az 1-est a skálán. Azaz egyáltalán nem számít ezeknek a kérdőívkitöltőknek ismerőseik véleménye a vérplazma adásról. Azért is meglehetősen, ez az adat, mert nyáron a vérplazma adás után több órán át viselni szükséges egyfajta kötést a szúrás helyén, ezzel nem is lehet titkolni, hogy az adott személy vérplazma donor. A magasabb (3-as és 4-es) értékeket választó tizennégy ember, aki inkább tartja fontosnak, hogy mit gondolnak a vérplazma adásról az ismerősei, azt jelölte, hogy a közvélemény a vérplazma adást segítségnyújtási lehetőségnek, illetve egyszerű pénzkereseti lehetőségnek tartják.

Következő állítás arra vonatkozott, hogy a megkérdezetteknek mennyire fontos, hogy a vérplazma donáció támogatja az orvostudomány fejlődését (3. ábra). Ennek az állításnak a vizsgálata a kérdőívkitöltők előzetes tudásáról is képet ad. Vajon tudják-e azt, hogy mi is készül a vérplazmából, amit leadnak, és miért is jó az, amit csinálnak.

Fontos, hogy a vérplazma adás támogatja az orvostudomány fejlődését

62 válasz



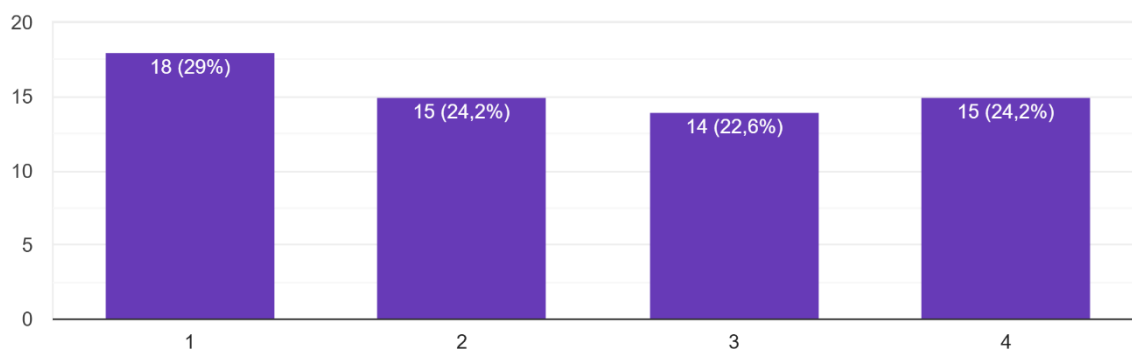
3. ábra a vérplazma adás szerepe az orvostudományban (Készítette: a szerző)

Tizenhárom ember volt csupán, akinek kevésbé vagy egyáltalán nem volt fontos az, hogy az általuk leadott vérplazmával az orvostudomány fejlődésében vesznek részt. Szerintük a közvélemény egyszerű pénzkereseti lehetőségnek, illetve a segítségnyújtási lehetőségnek gondolja a vérplazma adást.

A vizsgálat szempontjából releváns megkérdezni, hogy az alábbi állítással mennyire értenek egyet a kitöltők: „Pénzért hajlandó vagyok kellemetlenséget elviselni”. A kérdőív témáját és a célcsoportot tekintve feltételezhető, hogy ez a diszkomfort érzés, vonatkozhat, a vérplazma adásra is, hiszen az akár egy órán át eltarthat, számos étkezési megszorítással és elvárással jár együtt (4. ábra).

Pénzért hajlandó vagyok kellemetlenségeket elviselni

62 válasz



4. ábra a pénzbeli juttatás és a kellemetlen tapasztalat viszonyának vizsgálata (Készítette: a szerző)

A közel azonos válaszmennyiség minden lehetséges válasz esetén arra enged következtetni, hogy a pénz, mint motiváló erő nagyon megosztó. Így fontos, hogy a vérplazma adás társadalmasításakor a centrumok kommunikációjában a pénzbeli juttatások mellett egyéb pozitív visszacsatolási szerepeljen a motiváció kialakításáért és fenntartásáért.

“Ha nagyobb rálátásom lenne arra, hogy mi történik a plazmával, amit adtam, akkor nyugodtabban, gyakrabban adnék plazmát” állításra adott skálán a 3-as és 4-es választ jelölők (harminchat fő) gondolják úgy, hogy inkább vagy teljes mértékben egyetértenek. Tehát, a kitöltők több mint fele gondolja úgy, hogy több információval kellene szolgálnia a centereknek arról, hogy pontosan mi is történik a plazmával. Az 1-es és 2-es választ jelölők (huszonnyolc fő) számára az ilyen jellegű plusz információ (inkább) nem jelent motivációs tényezőt.

A skálán való megjelölős kérdések közül az utolsó a kitöltőknek a plazmaadást lebonyolító céggel való kapcsolatára vonatkozott. Valamennyivel (négy fő) többen állították, hogy részben

vagy egészben egyetértene az állítással, miszerint, ha több információjuk lenne a vérplazma adást lebonyolító cégről, akkor több embernek ajánlanák. Ez az eredmény arra enged következtetni, hogy valamilyen fajta bizonytalanság jelenik meg az ő esetükben a vérplazmát gyűjtő centerekkel kapcsolatban. Az ellentétes álláspontot képviselők közel azonos száma (29 fő jelölte az 1-es és 2-es lehetőséget) feltételezheti azt, hogy a szükséges információk elérhetők, csak nem mindenki számára. Emellett az is elképzelhető, hogy meghatározó része a megkérdezetteknek nem foglalkozik a vérplazmáját kezelő szervezettel, holott számos média megjelenés támasztja alá a kétes helyzetüket (Csernyánszky, 2024; Kárpáti, 2024).

A kérdőív utolsó kérdése arra vonatkozott, hogy a kitöltők, hogyan ajánlanák másoknak a vérplazma donációt, amennyiben megfelelnek a követelményeknek. Egyszerre több választ is megjelölhettek a kitöltők, és az egyéb, szabad válaszlehetőségre is volt mód. Egy ember írt be saját választ: *„bár számos ostobaságot hordanak össze a segítségnyújtás ezen formájával kapcsolatban, egészségügyi végzettséggel rendelkezve fontos számomra a segítségnyújtás, ezért vért is adok a rendszeres vérplazma donáció mellett.”* Egyéni válasza mellett megjelölte a jó ügy szolgálata lehetőséget is. A megadott válaszlehetőségek közül a „keresetkiegészítésként” való ajánlás, illetve az „egy jó ügy szolgálata” választ kapta a legtöbb voksot. Mindkét válaszra harminchárom-harminchárom kitöltő szavazott. A keresetkiegészítési ajánlást maguk a plazmacenterek is használják motiválásként képi és vizuális kommunikációjukban. A „jó ügy szolgálata” kifejezés szintén megjelenik a plazmacenterek kommunikációjában bár kisebb arányban (pl.: „Plazmát adni fontos, és nemes feladat. Legyél donor, hogy Te is életet mentess”). Ezen kívül a megbízható egészségügyi környezet miatt való ajánlásra is huszonegy válaszadó kattintott. Ami azt feltételezi, hogy számos vérplazma adónak van pozitív benyomása a centerek környezete és az ottani szolgáltatásokat illetően. A „fontos, hogy mindenki hozzájáruljon az egészségügy fejlődéséhez” lehetőséget tizenöten jelölték meg, többen a „keresetkiegészítés” válasszal együtt, ami szintén párhuzamba állítható a vérplazma centerek kommunikációs üzenetének kettősségével.

Az „Egy vérplazma adó csapat része lehet” választ tizenegyen jelölték meg. Tehát számos ember fontosnak tartja azt a közösséget, amely egy ilyen segítségnyújtási lehetőségen való részvételkor létrejön, bár fontos kijelenteni, hogy ezt a választ maga a facebook csoporthoz tartozás is befolyásolja, amin keresztül a kérdőív kiosztásra került. A „csapat része lehet” az ott dolgozó akárcsak adminisztrációt végző vagy ápolói szerepben lévő ember is, hiszen a hivatalos weboldalon is számos ember ilyen pozitív szavakkal jellemzi a szolnoki plazmacentert. Hét ember egyáltalán nem ajánlaná másoknak a vérplazma adást, akik közül van, aki egyszer adott vérplazmát, és feltételezhető, hogy személyes tapasztalata miatt jelölte meg ezt a választ.

Fontos megemlíteni, hogy az egyik ott dolgozó sem ajánlaná másoknak a vérplazma adást. Azonban vannak olyan válaszadók is, akik bár nem ajánlanák a vérplazma adást, maguk mégis rendszeresen mennek végig a folyamaton. A kérdőív adatainak elemzése által megfogalmazott számtalan következtetési lehetőséget egy konkrét helyszínhez kapcsolódó komplex vizsgálattal egészítem ki, hogy a lehetséges értelmezések közül a trendszerűen megjelenőket lehessen azonosítani.

5. A szolnoki plazmacenter ismertetése

A szolnoki plazmacenter a város belvárosában (Ady Endre út 29.), a Pelikán Bevásárlóközpont második emeletén található és a világszerte ismert Prothya Biosolutions holland cég tulajdona. A cégnek közel 60 éves tapasztalata van ezen vérkomponensek gyűjtésében, és több mint 1300 nemzetközi szakértővel dolgoznak együtt. A bevásárlóközpont egy háromemeletes, 2019-ben kiépített fedett parkolási lehetőséggel rendelkező épület, melyben a hivatalos honlap szerint „élelmiszeráruház és drogéria mellett, számos telekommunikációs, optikai, gyógyszerári vagy egyéb szolgáltató képviselteti magát, ezzel is segítve, hogy egy helyen, rövid időn belül minden fontos dolgunkat elintézhessük, miközben az emeleten található divatáru üzletekben a ruhatárunkat is felfrissíthetjük”. A plazmaközpont elhelyezkedés szempontjából igen jól megközelíthető, hiszen az üzletház egyben az autóbuszállomása is Szolnoknak, és kutatások szerint a 18-65 éves korosztály körülbelül fele jár szinte rendszeresen, havonta vagy kéthavonta plázákban, bevásárlóközpontokban (Düll, 2009). Így a célcsoport megszólítása is eredményesen megvalósítható egy minden szempontból frekventált helyszínen.

Bár meglepő lehet, hogy egy kínai étterem melletti helységben egészségügyi tevékenység zajlik, számos kutatás rámutatott arra, hogy a plázákat, mint épületeket nem célszerű pszichológiailag egységként értelmezni, ugyanis egyfajta megítélt térségekre oszlik (Downs, 1970). Ugyanakkor a bevásárlóközpont egészére és a benne található üzletekre egyaránt elvárás a megfelelő világítás, biztonság, tisztaság, mennyiségileg és minőségileg kielégítő információ, illetve zöld növényzet. Demetrovics szerint a plázák önmagukban városok, de nem tartalmazzák a devianciákat, ideális esetben nem olyan veszélyesek, mint a városok (2009). A veszély nem csupán erőszak formájában lehet jelen, megjelenhet a félelem akár az egészségügyi helyszínekkel és beavatkozásokkal kapcsolatban is. Az alábbi elemző ismertetés arra tesz kísérletet, hogy a bevásárlóközponti helyszín, valamint az egészségügyi eljárások által generált környezeti elvárások együttese hogyan valósul meg a szolnoki példánál.

A Plazmacenter szolnoki intézménye elé állva, vöröses díszben úszó matt üveg oldalborítást láthatunk az „üzlethelységben”. Ez szolgálja a bent történt események láthatóságának csökkentését. A bejáratban számos ideiglenesen kihelyezett reklámtáblát láthatunk nyitvatartáskor (1. kép). Ezeken jellemzően az éppen aktuális akciók fellelhetők. Színviláguk fehér vagy vörös alapon, vörös, vagy fehér, illetve aransárga betűk és ábrák jellemzik. A plakátok sarkaiban minden esetben egy feliratos vörös vércseppként megjelenik a cég logója. A vörös szín a lógó vizuális szimbóluma miatt is a vért, a fehér az egészségügyi tisztaságot, míg a sárga esetleges értelmezése lehet a pénz, melyről a hirdető táblák számtalan alkalommal említést tesznek képi vagy szöveges formában. A feliratokban a számok mindig nagyobb mérettel hangsúlyt kapnak. Így a pénzösszegek, amelyeket a donorok juttatásként elérhetnek, mindig jól láthatóan a figyelem központjába vannak helyezve. A képeken minden esetben egy boldog, üde, fiatal (általában szőke hajú nő) látható egyedül, aki kedvesen mosolyog. Azonban egy vizsgált példán sincs megjelenítve szöveggel, vagy vizuálisan, hogy a reklámban szereplő személy vérplazma adó. A keze sincs bekötve, mint minden embernek a vérplazma aferézis után. Nem látható vér, vagy vérplazma adáskor használt eszköz sem. Tartalmilag az akciók, a pénz szerzésének lehetősége, és az esetleges tárgyi nyeremények jelennek meg, a köszönetnyilvánítás csak meglehetősen kevés alkalommal szerepel, így a vérplazma adás segítségnyújtási értelmezése eltölpül ezeken a felületeken.



1. kép 2024-es plakát a szolnoki Plazmacenter közösségi média oldalán is (Forrás: Facebook)



2. kép fogadótér a szolnoki Plazmacenterben 2021-es felvétel (Forrás: Facebook)

A fogadóhelyiség (2. kép) egy vörös és fehér színekkel tarkított nagyobb terem, ahol különféle pultok találhatók üveg védőfallal ellátva, mint egy kormányhivatalban. A pultoknál asszisztensek végzik a munkájukat ugyanúgy piros és fehér színű egyenruhában. A teremben növények és kisebb szekrények találhatók, illetve vörös ülőbútorok. A szekrényekben azok a gyógyszerek, készítmények vannak kiállítva, amelyek a leadott vérplazmák nélkül nem készülhetek volna el. A falakon a Plazmacenterrel kapcsolatos tájékoztatók találhatók. Például az egyik nagy falfelületre teszik ki azoknak a képeit, illetve neveit, akik már nagyon magas számban adtak vérplazmát (közel 100 alkalom után). Ebben a helyiségben történik a donorkártyák ellenőrzése után a kérdőívek kitöltése tableteken.

Egy másik helyiségben történik az orvosi ellenőrzés és további adminisztrációs feladat. Ez a szoba szürke és szűk, azonban az ott tartózkodás körülbelül 2 percet vesz igénybe. Az orvos jellemzően fehér ruhában van a saját irodájában, a hagyományos egészségügyi színvilág markánsan elkülönül a Plazmacenter színeitől. Innen egy légkondicionált, elkülönített terembe küldik a donort, ahol nagy gépek, pár televízió, illetve fotelekhez hasonló különleges kialakítású ágyak találhatók (3. kép). Az ágyakban való kényelmes elhelyezkedés után a legalkalmasabb vénába egy kanült helyeznek. Ebből a vér, egy vérplazma vételező gépbe folyik folyamatosan. Ez egy centrifugához hasonló gépen keresztül megy, majd sóoldattal vegyítve

visszakerül a donorba. Ez a folyamat körülbelül háromszor történik meg egy vérplazma adás során, hiszen addig tart, amíg a donor feje mellett lévő steril vértartó zacskó meg nem telik vérplazmával. Általában 45 perc alatt megtelik a zacskó, ekkor a gép jelzi az ott dolgozóknak, hogy véget ért a plazmaferézis, kivehető a kanül és a donor végzett. Ebben a 45 percben nincs megszabva, hogy a vérplazma adó személy mit csináljon, sokan olvasnak, nézik a televíziót, vagy éppen telefonoznak. Mindenki csendben van többnyire, és várja, hogy leteljen az idő. Kellemes nyugtató zene szól halkán a háttérben, avagy a helyi rádió. A centrifugához hasonló gép is halk, szinte csak a minimális működési zajt bocsátja ki. A teremben átlagosan tíz donor van egyszerre, és amennyiben valaki rosszul érzi magát, akkor több nővér és az orvos is oda siet, hogy segítsen.



3. kép vérplazma adó helyiség a szolnoki Plazmacenterben 2021-es felvétel (Forrás: Facebook)

Szinte minden vérplazma donorra jut egy dolgozó, aki végig követi a folyamatot, sőt vérplazma adás végén ki is kíséri a donort a fogadótérbe, ahol megtörténik a kifizetés egy az adminisztrációhoz hasonló pultnál. A kollégák itt átadják a megfelelő összeget készpénzben, némi ajándékot, illetve visszavárásukat fejezik ki az esetleges következő időpont foglalás szándékát megkérdezve. Ezen ajándékok mindig az aktuális trendeket próbálják követni, és többnyire az évszaknak megfelelőek. Plazmaadást követően ingyen fogyaszthat a donor kávé

a közeli automatából, amelyet szorgalmaznak, és ajánlanak is az asszisztensek a kifizetések során. A kávéautomatából a donor választhatja ki a saját ízlésének megfelelő italt.

Számos kutató (Düll 2012, Tamáska 2020) világít rá, hogy egy helyszínek pszichológiai, szociológiai hatása van az emberekre. Az építészetszociológia és a környezetpszichológia azok a tudományágak, amelyek az embereket körülvevő fizikai tér befolyását vizsgálják az abban élő személyekre. Az ismertetett helyszín színvilága, a tiszta, modern, csendes, kényelmes és szolgáltatásokkal teli környezet feledtetni próbálja a kórházak és más egészségügyi szolgáltatásokhoz társuló társadalmi és egyéni képzeteket. Ennek hatásosságát is elemzik a következő kvalitatív vizsgálatok.

6. Fókuszcsoportos vizsgálat

Dolgozatom témájának részletesebb kutatása érdekében fókuszcsoportos vizsgálatot is végrehajtottam, melynek célja hasonlóan a vérplazma adók vizsgálata, azonban már a szolnoki vérplazma centrumra fókuszálva. Az első kérdés az volt, hogy mit mondhat a közvélemény a vérplazma adásról. Ez a kérdés megjelent a kérdőíves módszer során is, ahol többnyire segítségnyújtási lehetőségként, és pénzkereseti forrásként hivatkoztak a donori létre. A fókuszcsoport tagjai, akik a közvélemény vélt álláspontját saját tapasztalatukkal támasztották alá, mindnyájan a pénzszerzési lehetőséget nevezték meg. I ennek kapcsán a Plazmacenter intenzív reklámpolitikája miatt a donorok megsokasodását és megváltozását emelte ki: *„már azok a kulturáltabb megjelenésű, intelligens emberek otthagyták, és már nem vérplazma donorok, akik régen a kezdetekkor ott voltak”*. Á egyszeri vérplazma donor volt, és őt is egy jó akció vonzotta. Szerinte a közvélemény gondolata is az akciók körül forog igazán. *„Többen mennek a pénz miatt, mint azért, mert segíteni szeretnének valakin”* - mondta. D elmesélte, hogy számára is pénzkereseti lehetőségként jelent meg a vérplazma donáció, azonban ezen fölül jelent egyfajta felfrissülést is, mint ahogyan azt mások megemlítik a véradásnál. Kiemelte még, hogy számára fontos volt, hogy az első vérplazma adásnál látta azt a szekrényt, amiben azok a gyógyszerek voltak kiállítva, amelyeket a leadott vérplazmából készítettek el. Ez motiválóan hatott rá, elmondása szerint. M felhívta a figyelmet, hogy az eltérő városokban lévő plazmacenterek kapcsolatának hiányát kihasználva, sok donor úgy halmoz fel pénzt a vérplazma adással, hogy naponta jár ilyen szolgáltatásra. Ezzel nemcsak egészségét károsítja, de az előírást sem tartja be. I szerint a közvélemény a vérplazma adást mindenesetben egészségtelennek tartja. J véleménye szerint is *„az inkább alacsonyabb társadalmi státuszba tartozó emberek vesznek részt nagyobb számban a vérplazma donációkon”*. Erről már a

médiában, sőt nagyjátékfilm jelenetekben is tesznek utalásokat, erősítve a közvélemény feltételezését (pl. Hajdú Szabolcs 2024-es filmje *Egyszázalék indián*). A kérdőíves kutatás során a vérplazma adás egészségkárosító hatása, mint feltételezett közvéleményi álláspont csupán a válaszadók 2 %-nál jelent meg.

A második kérdés a fókuszcsoport tagjainak saját véleményére kérdezett rá. I jövedelemkiegészítésként jellemezte leginkább a vérplazma adást: *„számos kiadása van az embereknek, például én nagymotorra csinálom a jogosítványt, arra gyűjtök, de a nagyobb bevásárlásokkor is jól jön a pénz”* - mondta. M az extra juttatásokat emelte ki, mely bizonyos vérplazma adási alkalom után tárgyi vagy anyagi formában valósul meg. Á, J és D számára a pénzen kívül jól jött az egészségügyi felmérés is. Ezzel részben ellentétes állítása volt M és I fókuszcsoporttagoknak. M úgy gondolja, hogy a 300. kerek vérplazma adása után abbahagyja, mert egészségét nem szeretné tovább kockáztatni, *„hosszabb távon biztos rossz hatása lehet”* – mondta. I is megemlítette, hogy már csak egy hónapig fog valószínűleg vérplazmát adni.

A harmadik kérdés arról szólt, hogy honnan informálódott a résztvevő a vérplazma donáció lehetőségéről. A fókuszcsoport többsége (Á, J, D, M) személyes ajánlásra (baráti, családi) kezdte el a vérplazma adást, míg I reklámban látta meg először ezt a lehetőséget. Ez azért érdekes válasz, mert azt mutatja, hogy már 2017-ben kapott reklámfelületet a Plazmacenter, és már akkor elkezdte a toborzást. J megemlítette, hogy napi szinten jár a városba, ahol nagyon sok szórólapot osztogattak régebben a plazmaadással kapcsolatban, illetve számos helyen látja a reklámokat, amelyeken főként a pénz van feltüntetve: *„az, hogy valójában mennyit kereshet rajta az ember, az fel van tüntetve, de az nincs, hogy ez hogyan is zajlik, vagy milyen veszélyei vannak”* – mondta J.

Következőekben a hellyel kapcsolatban tettem fel kérdést. Arra voltam kíváncsi, hogy hogyan hat a donorokra a hely, milyen benyomásaik vannak a vérplazma adóknak a hellyel kapcsolatban. A válaszokat három témakörbe lehet sorolni: fizikai környezetre, emberi környezetre és a Plazmacenter tágabb környezetére vonatkozó vélemények. I elsőként kiemelte: *„maga a Plazmacenter tiszta, látszik, hogy nagyon odafigyelnek a dolgokra”*. Á a tisztaság mellett steril környezetként jellemezte. M szerint össze sem hasonlítható egy kórházzal, *„nem olyan mintha mennél be a fogorvoshoz, ez egy sokkal nyugodtabb hely, az emberek nem félnek előtte, szól a zene, kényelmes ágyak találhatók bent.”* J szerint is a Plazmacenter jobb a kórháznál, jobban felszerelt, modern, felújított egészségügyi hely.

Az emberi környezetre vonatkozó meglátások, az ott dolgozók elismerését tartalmazta. J-t a zsúfoltság meglepte, kevesebb donorra számított, de kellemes meglepetés volt számára, hogy nagyon sok dolgozó van egyszerre jelen, ami azért is pozitívum, mert mindenkivel tud szinte

foglalkozni egy egészségügyi asszisztens. Á fontosnak tartotta megemlíteni, hogy nagyon figyeltek rá az asszisztensek. D megemlítette, hogy partneri viszonyt ápol a Plazmacenter alkalmazottjaival. Ugyanakkor Á kiemelte, hogy a buszpályaudvar nem túl jó környéknek számít, és kicsit félelmet kelt, hogy ennyire sokan adnak vérplazmát. I szerint *„nem véletlen kell oda igazán most már a biztonsági őr”*, sokszor kiabálnak és rendetlenkednek a gyerekek, akik akár felügyelet nélkül lézengenek a buszpályaudvaron addig amíg a szülők donori „feladatukat” látják el.

Ötödikként arról kérdeztem a fókuszcsoporthoz tartozó tagjait, hogy a donorokat hogyan keresi általában a vérplazma center. A válaszok alapján elmondható, hogy a Plazmacenter applikáción, vagy telefonon történő intenzív megkeresésekkel szólítja meg a rendszeres vérplazma adókat, különösen, ha szünetet tapasztalnak a donori gyakorlatában. J, aki egyszer adott vérplazmát, amikor rosszul lett, így nem is tervezi tovább folytatni mindezt, a következő válaszolta: *„Amikor voltam vérplazmát adni, utána sokáig volt még hogy hívtak, hogy ilyen-olyan akció van, nincs-e kedvem menni, látták, hogy egyszer voltam eddig.”* A válaszokat elemezve, a telefonos hívások talán a legtöbb embernél hasznosak lehetnek, abban a tekintetben, hogy elérik a volt donort, és rábeszélhetik a vérplazma adásra, azonban ezek a hívások korán sem elegendőek arra, hogy egy olyan ember, akinek negatív tapasztalata van a vérplazma adást illetően, újrakezdje a donori létét.

Hatodik kérdésként arra kértem a fókuszcsoporthoz tartozó résztvevőit, hogy mondják el, milyen eszközökkel motiválják őket a (rendszeres) vérplazma adásra. A válaszadók a növekvő (sokadik vagy rendszeres vérplazma adás után) pénzt, illetve a tárgyi nyeremény akciókat emelték ki. M megjegyezte ezzel kapcsolatban, hogy: *„Azért biztosan egy jól felépített marketing van mögött”*. J arra következtet, hogy mivel az akciók termékei többnyire olyan eszközök, amelyek a mindennapi élethez szükségesek (tűzifa sorsolása 2023-ban), vagy akár a szórakozást segítik elő (mozijegyet sorsolása), ezek a motiváló tényezők azoknak a donoroknak szólnak, akik már egyszer elkezdtek a vérplazma adást, csak a folytatás, és a folyamatos donori léthez való hozzászokást szükséges motiválni. Ez a válasz egybecseng a helyszíni megfigyelés eredményével, ahol a plakátokon és szórólapokon, melyekkel elsősorban a még nem donorokat szólítják meg, hiszen, aki már adott vérplazmát, annak az elérhetőségeivel rendelkezik a Plazmacenter, túlnyomórészt a pénzjuttatást hangsúlyozzák.

Végül az utolsó kérdés kapcsán a résztvevők elmondták, hogy hogyan ajánlanák azoknak a vérplazma adást, akik megfelelnek a vonatkozó egészségügyi követelményeknek. Ez a kérdés szó szerint szerepelt a kérdőívben is, így alapul szolgálhat a vizsgált két vérplazma adó csoport véleményének összevetéséhez. A fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés során, ahol nem voltak

válaszlehetőségek, I és M pénzkeresti lehetőségként említették másoknak a vérplazma adást, hiszen az ajánlásért nekik is járt valamilyen juttatás. M fontosnak tartotta megemlíteni, hogy ő véradó is volt, régebben egy kekszet kapott a véreért cserébe, számára az volt az önzetlen segítség. I és M elmondása szerint az egész szituációt felvázolták annak, aki kérdezett róla. I kiemelte azt is, hogy az ajánláskor nem hosszútávú lehetőségként ismertette, hiszen *„akármennyire visszatermeli egészséges esetben a vérplazmát a szervezetünk, nagyon hosszú távon biztos vagyok benne, hogy az egészség érdekében nem szabad folyamatosan végezni”* – mondta. Szerinte egyszer érdemes lehet kipróbálni, már az alkalmazításkor létrejövő egészségügyi szűrés miatt is. M-nek is hasonló a véleménye, *„kevészer kell csinálni, és nem folyamatosan, sokáig.”* D bár 19 éves kora óta havi rendszerességgel véradó, egy a számára fontos embernek nem tett jót a vérplazma adás, és emiatt nem ajánlaná másoknak. J bár volt vérplazma adáson ajánlás miatt, ha őt kérdezik, akkor inkább lebeszélne a kérdezőket negatív tapasztalatai miatt. Bár megemlíti, hogy biztosan vannak olyan emberek, akiknek a szervezete rááll erre, és akár az egészségügyi szűrések miatt sok pozitív hatását érzi, a nem alacsony pénzügyi juttatások mellett. Á sem ajánlaná a vérplazma adást, *„van egy etikai megfontoltság a döntésben, hogy miért nem vennék részt ebben, amelyben szerepet játszik a politika is”*. Ahogyan azt a kérdőíves válaszok is mutatják, vannak olyan vérplazma adók, akik feltételezik, hogy egyfajta érdekszál húzódik meg a vérplazma adás, mint üzletág mögött, amelyben a politika is megjelenik. Ugyanakkor érdekes, hogy a kérdőívkitöltők nagy százaléka által megjelölt segítségnyújtásként ajánlott vérplazma adás lehetősége nem jelent meg a fókuszcsoportos beszélgetés során. A vérplazma adás folyamatának felelevenítése során a beszélgetőpartnerek megemlítették, hogy az adminisztráció, amely minden egyes vérplazma adás előtt kötelező, nagyon sok időt vesz igénybe, sőt többen feleslegesnek tartották, mely szintén befolyásoló tényező lehetett a folyamat másoknak ajánlásakor.

7. Interjúk elemzése

A Plazmacenter helyszíni elemzése és vizuális kommunikációja mellett működését, elsősorban a célcsoporttal való kapcsolattartását, két, jelenleg vagy korábban ott dolgozó kollegával készített interjú alapján vizsgáltam. Az első interjúalany szinte a megnyitás óta (öt éve) dolgozik a vizsgált helyszínen, és jelenleg kiemelt beosztásban van. A második interjú alanya fél évig dolgozott ott, amely idő során az egészségügyi részen magas beosztást töltött be.

Munkába állásakor az első interjúalany nem volt teljesen tisztában azzal, hogy kinek segít ez a fajta segítségnyújtás, hiszen konkrétan akkor sem voltak emberek csatolva a hirdetésekhez.

Nem látszott, hogy ki az az ember, akinek akár az életét mentették meg a vérplazmából készített gyógyszerek, vagy önmagában a leadott vérplazma. Sokáig hezitált a lehetőség ajánlásával, úgy gondolta, hogy ahhoz, hogy segítséggel és információval tudjon szolgálni, ténylegesen ki kell próbálnia a vérplazma adást, és meg kell néznie, milyen belülről ez a folyamat. Azóta viszont többeknek is ajánlotta és ajánlja, hiszen a munkája kezdetekor nem volt sok donor, így találni kellett újakat sürgősen, illetve a meglévőket kellett megtartani. Részt vett az általa „*verbuválási folyamatnak*” nevezett eseményeken, ahol kitelepülve rendezvényekre egy standdal, próbálták meg esetlegesen kisebb ajándékokkal motiválva az embereket vérplazma donációra bírni. Elmondása szerint ezek tökéletesen sikerültek. Számos ember vett ezeken részt, és vannak olyanok, akik azóta is vérplazma donorok. A második interjúalany ellenben nem ajánlotta senkinek a vérplazma donációt, amely azért furcsa, mert ott dolgozóként valamelyest rálátása lett arra, hogy ez mennyire megbízható folyamat.

A szórólapok, a sok reklámfelület, melyekkel mára rendelkezik a Plazmacenter, is azt a célt szolgálja, hogy minél több donor legyen. „*A reklámok fogtak meg nagyon sok embert*” – mondta a volt alkalmazott is. Illetve volt olyan, aki behozta a szórólapot, hogy konkrétan emiatt jött, és szeretné ezt az akciót igénybe venni. Az első interjúalany véleménye szerint le van fedve a környező városok nagyrésze is, nagyon sokan tudnak erről a lehetőségről. A vonatkozó akciót a második interjúalany is kiemelte, miszerint a környező városból a bejárást fizette a plazmagyűjtő centrum: „*Ezer forintot kapott az az ember, aki bemutatta a recepciónál, hogy a lakcímkártyáján nem Szolnok szerepelt.*” Az akció időtartamát tekintve 2023. decemberében indult, melyet többször megosztottak a hivatalos weboldalon is. A fókuszcsoportban J is szóba hozta, hogy nagyon elhíresült a lehetőség, és a buszpályaudvar környékén szinte mindenkinek be van kötve a keze, aki napközben arra jár. Nem véletlen tehát, hogy sikerült egy másik helyszínen is plazmacentert nyitni a cégnek, amely elősegíti azt, hogy most már Szolnokon két vérplazma pont is működik.



4. kép online is megjelenő környéki donorokat megcélzó hirdetés (Forrás: Plazmacenter.hu)

A jelenleg is a Plazmacenterben dolgozó a vérplazma adást „*humán segítségnyújtás, és társadalmilag pedig egy felelősségvállalás*” szavakkal írta le. Fontosnak tartotta megemlíteni, hogy a szolnoki helyzet valóban kissé más, mint ami valójában a célzata lenne ennek a segítségnyújtási lehetőségnek. Szolnokon sokan egyértelmű ebből élnek meg. Elmondása szerint, vannak olyanok, akik a 18. életévüket betöltve rögtön megkezdik a vérplazma adást, ezzel növelve a családjuk bevételeinek mennyiségét, amely lehet akár azért is, mert a GDP-t tekintve is Jász–Nagykun–Szolnok vármegye az utolsó vármegyék között szerepel (KSH, 2024). Ehhez véleménye szerint hozzájárul a magas munkanélküliség, és a vármegyében elérhető munkalehetőségek számának alacsonyága. A második interjúalany is megerősítette mindezt. Elmondása szerint nagyon sokan jártak vissza folyamatosan, voltak olyanok, akik heti kétszer jelentek meg, és ténylegesen ebből éltek meg. Olyanokkal is találkozott, akik más vérplazma adó helyeken is folyamatosan donorok, kihasználva a rendszert, elutaznak környező városokba, ahol nincs összeköttetés a szolnoki plazmacenter rendszerével, és leadják a vérplazmájukat. Ez közel napi 15-20 ezer Ft-os kifizetést jelent az interjú alanya szerint. A közmédiában megjelenő hírek alapján megállapítható, hogy ez a trend nemcsak Szolnok és környékére jellemző (Ch. Gáll, 2024).

Három csoportba sorolta tapasztalata alapján a szolnoki plazmacenter donorjait az egykori alkalmazott. Véleménye szerint számos olyan donor van, aki egyébként felkészülten jön vérplazmát adni, és nincs semmilyen gond a folyamat közben. Sőt még érdeklődők is, hogy

hová jut a plazmájuk, konkrétan ki is az, akin segít az általuk leadott vérplazma. Fontos ez az említés, hiszen ilyen információk nem szerepelnek a reklámlapokon, a marketing nem erre épül, és nem ezzel kívánja bevonni az embereket a Plazmacenter, hanem a jellemzően mindig megjelenő aktuális pénzügyi akciókkal. Holott az interjú szerint és a kérdőívre adott válaszok szerint is van igény a tájékoztatásra. Az egészségügyi dolgozó megemlítette, hogy volt olyan donor is, aki személyesen is rászorult volt a vérplazmából készült gyógyszerre, transzplantációra korábban, és miután meggyógyult, úgy gondolta, hogy ezúttal ő szeretne segíteni. Talán ez a fajta viselkedés állhat legközelebb az altruista gondolkodáshoz (Vályi, 2008). Azonban vannak olyanok is, akik nincsenek egyáltalán tisztába azzal sem, hogy itt a véruket veszik le a donoroknak, és az átmegy egy centrifugaszerű gépen, majd visszaengedik az alanyba. A második interjúalany elmondása szerint ennek a csoportnak a tagjai általában ismerősei ajánlására jönnek el elsősorban a pénzért.

Az első interjúalany úgy véli a közvélemény megosztóan reagál a vérplazma adásra, mint segítségnyújtási lehetőségre. Úgy gondolja, hogy *„aki volt már, az nem mond rosszat, aki nem volt, az sztereotípiákat húz rá. Mindig ugyanazok az emberek lesznek rosszul, nem egy legyengítő folyamat, legalábbis az általános edzett embernek bírnia kell, nem szabadna, hogy legyengüljön”*. Összevetve a fókuszcsoportban elmondott J válaszaival, a sztereotípiák lehetősége annál is fennáll, aki már adott vérplazmát. A fókuszcsoport során, I és M résztvevők is megemlékeztek, hogy szkeptikusak és nem fogják sokáig folytatni, az egészségük megvédése érdekében a vérplazma adást. Sőt a rendszeres vérplazma adás gyengítő egészségkárosító hatásának hídelme is jelen van a rendszeres véradók között is a kérdőív adatai szerint is. Önmagában a sztereotípiák pedig lehetséges, hogy egy tapasztalati ágon észlelt és levont következtetés a résztvevők részéről. Mások mellett Walter Lippman használta ezt a kifejezést, melynek a jelentése egy egyszerűsített mentális kép, amely foglalkozásokkal, illetve kinézettel kapcsolatos (Korpics, 2011). Később rámutattak, hogy gyakorlatilag egy kognitív torzításról beszélhetünk a sztereotípiák kapcsán, hiszen a feltételezés szerint egy személy önmagában is teljes mértékben meg tudja jeleníteni azt a közösséget, aminek tagja (Fiske, 2006).

Az első interjúalany kiemelte, hogy partneri viszony van a donorok és a doktorok között *„nincs meg ez a feszült mindenki által ismert kórházi környezet”*. Törekednek a kényelmes környezet kialakítására: *„Mostanában rengetegen vannak, elhíresült a lehetőség, azonban nyáron is a sok ember ellenére megfelelő hőmérséklet volt.”* Első vérplazma adáskor egy pozitív benyomást szeretne a cég kelteni, a tiszta környezettel, kedves személyzettel. A második interjúalany is bizalmat sugárzóan látja a helyszínt, mely nem hasonlít egy kórházra. Ennek okaként

megemlítette, hogy a Plazmacenterben folyamatosan figyelnek az esztétikára, a tisztaságra, és a szolgáltatás modern is, hiszen tableteken töltik ki a kérdőívet a jelentkező donorok.

A helyszínnel kapcsolatban mindkét interjúalany kiemelte annak jó megközelíthetőségét *„Akadálymentesített helyszínen található a Plazmacenter”* – mondta a jelenleg is alkalmazásban álló interjúalany. A második interjúalany ugyanakkor megjegyezte, hogy a Plazmacenter profilja miatt *„kicsit kilóg a körülötte lévő, kínai étterem, Pepco és egyéb diszkont boltok közül”*. Ugyanakkor *„nem véletlen, hogy a buszpályaudvarra települt be a Plazmacenter”* nemcsak könnyen megközelíthető, hanem az adott pénzt, amit kapnak már rögtön le is vásárolhatják a környező üzletekbe. A kedvességet nagyon fontosnak tartja, hiszen véleménye szerint ezzel lehet biztosítani a nyugodt környezetet. *„Van olyan donor, aki rendszerint ugyanahhoz az egészségügyi szakemberhez megy, mert tudja, hogy ő jól szűr”* – említette. Pozitívként említette még meg, hogy minden lépését a donornak figyelemmel követik, senkit nem hagynak magukra, és nincs olyan lehetőség, hogy valakinek azért esik kellemetlensége, mert nem tudja az ott dolgozó ellátni. Ezt is elősegíti az, hogy dietetikusok is vannak a recepciósök között, akik számos hasznos tapasztalattal látják el a donorokat a minél hatékonyabb vérplazma adás érdekében. Az ott dolgozóknak egészségügyi végzettségük elengedhetetlen, és szaktudásuk kiemelkedő. A pandémia idején 2020-ban ez egy nagyon fontos kritérium volt, hiszen a Covid-19 járványhelyzet alatt sem állt le a vérplazma donáció. A dolgozók megfelelő száma és odafigyelése a fókuszcsoporthoz is elhangzott. Mindezek mellett véleménye szerint a Plazmacenter nem egészségügyi szolgáltatásra, hanem inkább hasonlít egy *„wellnessre”*. Azaz az interjúalanyok szerint mind a fizikai tér kialakítása, mind az emberi környezet biztosítja a szolgáltatás pozitív megítélését.

Következőekben arról beszélt az első interjú alanya, hogy milyen juttatásokat kaphatnak azok, akik vérplazmát adnak. Bár nem egészségügyi dolgozó, mégis elsőként megemlítette az egészségügyi szűrést, amely szerinte a mai világban talán az egyik legfontosabb dolog. Hiszen számos olyan betegség lappanghat a testünkben, amelynek késői kiszűrése megnehezíti a gyógyulást. A beszélgetés során elhangzott, hogy néhány ember számára, akiknek ajánlotta ezt a segítségnyújtási lehetőséget, *„egészségügyi előnnyé vált”*, hogy donorok lettek, hiszen a folyamatos egészségügyi szűrések kiderítettek valamilyen rejtőző betegséget. A második interjúban is megerősítésre került, hogy a vérplazma donor egy egészségügyi szűrést kap, folyamatos állapot felmérésben részesül. Az egészségügyi dolgozó emellett a diétát emelte ki, amely segít az egészségesebb életmódra való áttérésben. Véleménye szerint megújuló juttatásokkal pedig a folyamatos donori létet motiválják. Bár a második interjúalany is arról számolt be, hogy számos juttatást kaphat a vérplazma donor, tapasztalatai szerint az akciók

milyenése inkább az új donorokat részesítette előnyben. „*A folyamatosságra nem koncentrált annyira a cég abban a fél évben*”. A sok marketing tevékenységnek (televízióban, rádióban, interneten) is az volt a célja, hogy minél többen jöjjenek vérplazmát adni, hogy megismerjék ezt a lehetőséget. Elmondása szerint a vérplazma adást, egy jó lehetőségként kommunikálják a közvélemény számára.

8. Összefoglalás

Jelen kutatás populációja a hazai gyakorló vérplazma donorok voltak, akik motiváltsága elengedhetetlen a vérplazmák felhasználásával gyógyító vizsgálatok és eredmények megvalósulásához. Az elemzéshez kvantitatív adatokat egy specializált online közösség megszólításával tudtam gyűjteni. Ez a vizsgálat elsősorban korosztály és donori gyakorlatra épülő demografikus adatok alapján feleletválasztós és Likert-skálás kérdésekre adott válaszokat kísérelt meg elemezni. Fontos, hogy a kérdőívre kapott válaszok alapján azonosított motivációs adatokat figyelembe véve volt mód egy konkrét helyszínt elemezni. Ott vérplazma adó donorok közül néhányal fókuszcsoporthoz beszélgetést készíteni, néhány alkalmazottal félig strukturált interjút készíteni, és az adott vérplazma adó helyiséget megismerni. Mindezek a kutatási módszerek elősegítették, hogy átfogó, de nem reprezentatív, képet kapjak a magyarországi vérplazma adást meghatározó motiváltságról, a donorok meglátásai, a plazmacenterek kommunikációja és a közvélemény befolyása tükrében.

A donorok meghatározó arányban segítségnyújtásként értelmezték a vérplazma donációt, hiszen önmagában a plazmagyűjtő cégek állításaik szerint életet mentő gyógyszereket készítenek a levett vérplazmából. Mindemelllett egy egészségügyi kontrollként is beszámolnak a megkérdezettek nagy aránya, hiszen a donor folyamatosan képet kap az aktuális egészségügyi állapotáról. Juergen Ringwald kutatása szerint is a javadalmazás mellett a folytonos egészségügyi szűrések motiválóan hathatnak a vér- és vérkomponensek donációjának folytatására (2007). Továbbá megjelenik a válaszok között a megbízható egészségügyi környezetként történő értelmezés ellentétbe állítva ezeket a helyszíneket a kórházakkal.

Akik kiemelkedő rendszerességgel gyakorolják donori tevékenységüket, a kérdőív és a fókuszcsoporthoz válaszaik szerint inkább egyfajta pénzszerzési lehetőségként gondolnak erre, illetve így is ajánlanák másoknak. A pénzszerzés szolgálhatja valamilyen konkrét összeg elérését egy speciális cél érdekében, vagy jelenthet alapvető megélhetési tényezőt. Ugyan a vérkomponenseket gyűjtő cégekkel kapcsolatban a kérdőív adatai alapján a válaszadókban van egyfajta bizalmatlanság, kérdéses, hogy olyan emberek számára, akiknek a megélhetést jelenti

ez a fajta pénzszerzés, ténylegesen befolyásoló-e, hogy a cég milyen gyógyszert készít a levett vérplazmából, vagy konkrétan kinek segít ezzel. A kutatások rávilágítottak, hogy a konkrét fizikai és emberi környezet a plazmacenterekben pozitívan hatnak a donorokra, kompenzálhatják a folyamattal kapcsolatos félelmeket, illetve céggel szembeni bizalmatlanságot.

A vérplazma adás motivációja Magyarországon a bemutatott kutatás eredményeit figyelembe véve, komplex összetétellel bír. A vérplazma adók tisztában vannak a közvélemény kevésbé elismerő hozzáállásával a vérplazma adással kapcsolatban, azonban ez a rendszeres donorok esetén, még ha egyet is értenek a kritikák közül némely ponttal, gyakorlatukat nem befolyásolja. A barátok, szülők hatása a vérplazma donáció motivációjánál is fontos, elsősorban a folyamat megkezdésekor. Emellett a reklámok, prospektusok is motiváló erőként hatnak, sőt maga a vérplazma adásról kialakult közvéleményi elképzelést is formálják, azonban a donorban kialakult félelmet vagy bizalomhiányt nem tudják ellensúlyozni. A kérdőív adatai alapján, illetve a fókuszcsoportban elmondottak szerint, van egyfajta félelem az emberekben a plazmadonációval szemben, az egészségre való lehetséges negatív hatásai miatt (Gilchrist, 2021).

Ahogy azt a kérdőív kitöltők többsége is jelezte, amennyiben több információval rendelkeznének a plazmacenterek működéséről és átláthatóságukról, akkor bátrabban ajánlanák másoknak. A tájékozottság általi megerősítés fontosságát a tárgyi ösztönzés mellett korábbi hazai kutatások is alátámasztották (Dorner, 2024). A plazmacenterek önmagukról megjelenített képe, feltételezhetően befolyásolja a közvélemény álláspontját, azonban nem feltétlenül erősítik a plazmaadók elköteleződését. Például a reklámfelületeken megjelenített személyek és a plazmaadók életkora, valamint így ízlésbeli sajátosságaik közti különbségek akadályozhatják a plazmacenterek kitűzött kommunikációs és marketing céljait. Fontos kiemelni még, hogy a hirdetések egészségügyi szűrőként nem reklámozzák a vérplazma folyamatot, azonban a fókuszcsoport válaszai alapján, a donorok számára befolyásoló/motiváló tényezőként tekinthetünk erre.

A kutatás árnyalta azt az általános sztereotípiát, hogy a vérplazma donorok nagy többsége alacsony iskolai végzettségű, és alapvetően pénzszerzési lehetőségként élnek ezzel a folyamattal, bár egy ilyen jellegű tendencia a vizsgálatban is azonosítható volt. Azonban a vérplazma adás folyamatához szükséges tablet használat, vagy az időpont foglalásakor az applikáció alkalmazása egyaránt feltételez egyfajta digitális kompetenciát. A vérplazma adás hajlandóságát és folytonosságát szélesebb körben úgy lehetne megvalósítani, ha ezzel a segítségnyújtással kapcsolatos sztereotípiák feloldódnának, illetve a plazmaadókból közösség

formálódna. A közösségi identitástudat interiorizálásával a donorok elköteleződése erősíthető lenne, kiegészítve a jelenlegi tárgyi- és pénzjuttatás alapú motivációt. Kérdéses ugyan, hogy azok, akik megélhetésként tekintenek erre a lehetőségre, vajon részt akarnak-e venni egy ilyen alapon szerveződő közösségben. Továbbiakban kutatható lehetne azon speciális vérplazma adók csoportja, akik kihasználva a rendszer hibáját, ingáznak több plazmacenter között, hogy ott is donorok lehessenek. Az ő vizsgálatuk azért lehetne a jelen kutatásra ráépülő, következő vizsgálat, hiszen a közbeszédben egyre inkább ők alkotják a hazai vérplazma adás fő reprezentációs faktorát. Ehhez kapcsolódóan szintén érdekes vizsgálat lehetne, ha országos szinten a centerek kommunikációs gyakorlatának komparatív vizsgálatával a célcsoportok lokális megszólítását, vagy országos, esetleg globális tendenciák azonosítását vizsgálva a gyakorló vérplazma adók motiválásának hosszútávú vizsgálatára lenne lehetőség.

Nyilatkozat MI használatáról

Kijelentem, hogy a dolgozatomban MI használata nem történt.

Irodalom

- 2004/33/EK irányelve III. MELLÉKLET 1.1 pont. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:02004L0033-20150109&from=FR> (2024.11.17.)
- 3/2005. (II. 10.) EüM rendelet az emberi vér és vérkomponensek gyűjtésére, vizsgálatára, feldolgozására, tárolására és elosztására vonatkozó minőségi és biztonsági előírásokról, valamint ezek egyes technikai követelményeiről.
- <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0500003.eum> (2024.10.30.)
- Atkinson, R. et al. (2005). *Pszichológia*. Osiris Kiadó.
- Beruel, A. et al. (2017). Determinants of plasma donation. A review of literature. *Transfus Clin Biol*, 24(3), 106–109. <https://doi.org/10.1016/j.tracbi.2017.06.001>.
- Béla-Csovcsics, A. & Kincsesné, B. V. (2018). Véraló vagyok. De miért? Egyetemisták véradási szokásait befolyásoló pszichológiai és személyes tényezők vizsgálata. *Marketing&Management*, 52(3-4), 61–71.
- <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/1062/925> (2024.10.25.)
- Ch. Gáll, I. (2024). Miskolc-Ózd vasúti riport. *Index.hu*
- <https://index.hu/belfold/2024/11/01/miskolc-ozd-vasut-riport-tiszai-palyaudvar/?token=d904f634b55d4ba8d7244f2012ed8d47> (2024.11.05.)
- Csernyánszky, J. (2024). A vérplazmabiznisz kizsákmányoltjai lettek a legszegényebb magyarok. *Klubradio.hu*. <https://www.klubradio.hu/adasok/a-verplazmabiznisz-kizsakmanyoltjai-lettek-a-legszegegyebb-magyarok-148208> (2024.10.25.)
- Dorner, L. (2024). A véradástól való távolmaradás okainak empirikus vizsgálata. *Y.Z. A NIT Ifjúságsszakmai Folyóirata*, IV(1), 40–57.
- Downs, R. M. (1970). The Cognitive Structure of an Urban Shopping Center. *Environment and Behavior*, 2(1), 13–39. <https://doi.org/10.1177/001391657000200102>
- Dúll, A. et al. (2009). A helyfogyasztás színterei: bevásárlóközpontok környezetpszichológiai elemzése. In Demetrovics, Zs. et al. (Eds.), *Pláza, ifjúság, életmód. Egészségpszichológiai vizsgálatok a fiatalok körében* (pp. 21–74). L'Harmattan Kiadó.
- Dúll, A. (2012). Környezet-pszichológia-egészség. In Demetrovics, Zs. et al. (Eds.), *Az egészségpszichológia elmélete és alkalmazása I.: Személyiség, egészség, egészségfejlesztés* (pp. 337–392). ELTE.
- Edmunds, H. (1999). *The focus group research handbook*. NTC Business Books.
- <https://doi.org/10.1108/bl.1999.12.3.46.1>.

- Élő, A. (2020). Bayer Zsolt börtönnel fenyegeti újságírókat – újabb részletek arról, kinek adta el Bayerné titokban a vérplazmát *Válaszonline.hu*
<https://www.valaszonline.hu/2020/02/20/verplazma-bayer-zsolt-valasz/> (2024.11.17.)
- Fiske, S. T. (2006). *Társas alapmótvumok*. Osiris Kiadó.
- Gilchrist, P. T. et al. (2021). Improving the donation experience and reducing venipuncture pain by addressing fears among whole-blood and plasma donors. *Transfusion*, 61(7), 2107–2115. <https://doi.org/10.1111/trf.16407>.
- Kárpáti, Á. (2024). A sűrű plazmaadás veszélyei. *Tromboziskozpont.hu*.
<https://www.tromboziskozpont.hu/a-suru-plazmaadas-veszelyei>. (2024.10.30.)
- Koch, E. et al. (2024). Incentives for plasma donation. *Vox Sang*. 119(8), 775–784.
<https://doi.org/10.1111/vox.13644>.
- Korpics, M. (2011). *Az interkulturális kommunikáció*. JATE.
https://janus.ttk.pte.hu/tamop/tananyagok/interkult_komm/34_a_megismers_mdjai_sztereotpi_k.html (2024.10.30.)
- Krueger, R. A. (1994). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Sage Publications.
- Krueger, R. A. (1998). *Moderating Focus Groups*. Sage Publications.
<https://doi.org/10.4135/9781483328133>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
<https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Morgan, D. L. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Sage Publications.
<https://doi.org/10.4135/9781412984287>
- NMHH (2023). Médiapiaci jelentés https://nmhh.hu/cikk/242928/Mediapiaci_Jelentes_2023
(2024.11.17.)
- Ringwald, J. et al. (2007). Why do some apheresis donors donate blood just once? *Vox Sang*, 93(4), 354–362. <https://doi.org/10.1111/j.1423-0410.2007.00977.x>.
- Schneider, S. J. et al. (2002). Characteristics of the Discussion in Online and Face-to-Face Focus Groups. *Social Science Computer Review*, 20(1), 31–42.
<https://doi.org/10.1177/089443930202000104>
- Stewart, D.W. & Shamdasani, P. N. (1990). *Focus groups: Theory and practice*. *Applied social research methods series*. Sage Publications.
- Tamáská, M. (2020). Gondolatok az építészetszociológia és a szociológia viszonyáról. *Szociológiai Szemle* 30(1) 4–20. <https://doi.org/10.51624/SzocSzemle.2020.1.1>

- Titmuss, R. M. (1970). *The Gift Relationship: From human blood to social policy*. Allen & Unwin.
- Titmuss, R. M. (1987). The Gift of Blood. In Abel, B. & Titmuss K. (Eds.), *The Philosophy of Welfare Selected. Writings of Richard M. Titmuss* (pp. 170–191). Allen & Unwin.
- Vágó, G. (2017). Korruptóinfó: Tiborcz István üzleti köre szívja a vérünket állami segítséggel. *Átlátszó.hu*. <https://atlatszo.hu/kozugy/2017/03/10/korruptcioinfo-tiborcz-istvan-uzleti-kore-szivja-a-verunket-allami-segitseggel/> (2024.10. 30.)
- Vályi, R. (2008). Az altruizmus jelensége a társadalomtudományban. In Némédi, D. & Szabari, V. (Eds.), *KÖTŐ-JELEK* (pp. 103–123). ELTE TáTK Szociológia Doktori Iskola.
- Veldhuizen, I. (2013). Motivational differences between whole blood and plasma donors already exist before their first donation experience. *Transfusion*, 53(8), 1678–1686. <https://doi.org/10.1111/trf.12056>.
- Vicsek, L. (2006). *Fókuszcsoport - Elméleti megfontolások és gyakorlati alkalmazások*. Osiris Kiadó.
- Vitéz, F. I. (2020). Offshore paradicsomba ömlenek a magyarok vérplazmáján megkeresett százmilliók. *24.hu*. <https://24.hu/kulfold/2020/08/31/verplazma-donorok-penz-arab-emirsegek/> (2024.10.30.)

Felhasznált weboldalak:

- Blaha Plazmacentrum: <https://blaha.plazmacentrum.hu/> (2024.09.18.)
- Europlasma: <https://www.europlasma.at/hu/plazmaadas/donortajekoztato> (2024.09.15.)
- Győri Plazmaadás: <https://gyor.plazmaadas.hu/> (2024.09.18.)
- KSH: <https://www.ksh.hu/interaktiv/korfak/orszag.html> (2024.11.10.)
- Plazmacenter (Szolnok): <https://plazmacenter.hu/> (2024.11.10.)
- Plazmatikum Ózd: <https://ozdplazma.hu/> (2024.10.29.)

Ábrák és képek jegyzéke

1.ábra vérplazma adás gyakoriságának vizsgálata (Készítette: a szerző)	12
2.ábra az egészségügyi tájékozottság és a vérplazma donáció motivációjának kapcsolatáról (Készítette: a szerző)	16
3.ábra a vérplazma adás szerepe az orvostudományban (Készítette: a szerző)	17
4.ábra a pénzbeli juttatás és a kellemetlen tapasztalat viszonyának vizsgálata (Készítette: a szerző)	18
1.kép 2024-es plakát a szolnoki Plazmacenter közösségi média oldalán is (Forrás: Facebook)	21
2.kép fogadótér a szolnoki Plazmacenterben 2021-es felvétel (Forrás: Facebook)	22
3.kép vérplazma adó helyiség a szolnoki Plazmacenterben 2021-es felvétel (Forrás: Facebook)	23
4.kép online is megjelenő környéki donorokat megcélzó hirdetés (Forrás: Plazmacenter.hu)	29