

## Agnieszka Turbiarz, Monika Kadłubowska, Jolanta Kolonko, Ewelina Bąk

Wydział Nauk o Zdrowiu, Katedra Pielęgniarstwa Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej

# Rola mediów w promocji zdrowia

Mass media contribution to health promotion

### STRESZCZENIE

Media, określane mianem „czwartej władzy”, w ciągu ostatnich dwudziestu lat znacznie wzmogły swoje oddziaływanie na społeczeństwo. Międzyludzkie porozumiewanie się zostało poddane silnemu naciskowi ze strony tych form przekazu. *Public relations* stały się pomostem między ludźmi oraz doskonałym miejscem informacyjnym szerzącym wiedzę na dowolny temat.

Dzięki szybkiemu rozwojowi techniki temat promocji zdrowia stał się jednym z ważnych elementów oddziaływania na społeczeństwo, istotnym źródłem wiadomości o zdrowiu dla przeciętnego człowieka. Popularne media, takie jak między innymi radio, telewizja czy wszechobecny internet, wywierają silny wpływ edukacyjny – planowany i nieplanowany – na zdrowie publiczne będące znaczącym czynnikiem funkcjonowania każdego państwa. Jako doskonały i dość szybki środek komunikacji międzyludzkiej wpływają na postawy, działania i wiedzę prozdrowotną jednostki. Zarówno znane kampanie ogólnopolskie, jak i akcje o zasięgu regionalnym promują działania prozdrowotne. Upowszechnianiu wiedzy na temat zdrowia i choroby służą również wiadomości przekazywane poprzez gazety, książki, spoty audiowizualne obecne w telewizji, radiu czy internecie. Istotny wpływ posiadają również seriale filmowe czy popularne *soap operas*. Podstawową wiedzę na temat zdrowia przekazują również reklamy typu *outdoor*. Cechą środków masowego przekazu jest ich powszechność, ogólnodostępność, tym samym możliwość mniej lub bardziej silnego nacisku, perswazji.

Na zdrowie człowieka wpływa w znacznej mierze zastosowana profilaktyka oraz promocja zdrowia, których skuteczność – wzmacnianie zdrowia i zapobieganie chorobom – wzrasta dzięki publikatorom. Stały się one, podobnie jak w wielu dziedzinach, efektywnym i przykuwającym uwagę medium, zwiększającym szansę dotarcia do szerokiego grona adresatów. W obecnych czasach i warunkach w działaniach związanych z promocją zdrowia koniecznym i kluczowym jest współdziałanie z masowymi środkami przekazu.

**Problemy Pielęgniarstwa 2010; 18 (2): 239–242**

**Słowa kluczowe:** zdrowie publiczne, promocja zdrowia, mass media, zdrowie, społeczeństwo

### ABSTRACT

For the last twenty years the impact of mass media, popularly called the „Fourth Estate”, on society has increased. The communication between human beings has been subjected to strong pressure by these forms of communication. The public relations have become a bridge between people and a perfect place for obtaining information and spreading knowledge on any subject.

Thanks to rapid development of technology, the subject of health promotion has influenced the society increasingly, becoming a significant source of information on health for an average man. Popular media such as radio, television or omnipresent Internet have a highly educational impact – planned or unplanned – on public health that is an essential factor in the life of any country. As an excellent and relatively quick means of interpersonal communication, they impact the attitudes, actions and health-related knowledge of the individual. Health promotion include both nationwide campaigns, and the activities with a regional reach. Another vehicle for making the knowledge on health and diseases more common are information found in newspapers, books or any types of documentaries, audio and video spots on the television, radio or in the Internet. An important impact is that of serial films or popular soap operas. Basic health knowledge is also conveyed by *outdoor* advertisements. Characteristic feature of the mass media is that they are common, easily accessible, and thus, to a degree, able to pressure, persuade. Human health is largely influenced by health prevention and health-related education. These are the features of health promotion, constantly and notably present in mass media. Its efficiency – improving health and preventing diseases – increases thanks to publications. They have become, as in many other areas, a medium that is efficient and attracts attention. This improves the chances to reach a large group of recipients. In the present times and conditions, in health promotion-related activities, cooperation with mass media is essential and fundamental.

**Nursing Topics 2010; 18 (2): 239–242**

**Key words:** public health, health promotion, mass media, health, society

**Adres do korespondencji:** mgr Agnieszka Turbiarz, ul. Olszówka 20/8, 43–309 Bielsko-Biała, tel.: 606 456 066, e-mail: a\_nieszka1@wp.pl

## Wstęp

We współczesnym świecie edukacja zdrowotna bardzo zyskała na znaczeniu. Koncepcja promocji zdrowia powstała podczas trzydziestego posiedzenia Światowego Zgromadzenia Zdrowia w Alma Acie w 1977 roku. Motywem przewodnim było wówczas, między innymi, sukcesywne pogarszanie się sytuacji zdrowotnej społeczeństw. Ten niepokojący stan rzeczy wydawał się o tyle dziwny, że nastąpił w tym czasie ogromny postęp w dziedzinach nauk medycznych. Ponadto objęto ochronę zdrowia wysokimi nakładami finansowymi. Nowe rozwiązania technologiczne w medycynie, coraz droższe metody diagnostyczne i lecznicze obciążały jednak w wysokim stopniu budżety, które były przeznaczone na poprawę warunków sprzyjających utrzymaniu dobrej kondycji zdrowotnej. Skutkiem tego były zmniejszone nakłady na podstawową działalność ochrony zdrowia, a co za tym idzie, także na działania profilaktyczne. W związku z tym Światowa Organizacja Zdrowia (WHO, *World Health Organization*) opracowała uchwałę określaną jako „Zdrowie dla wszystkich w 2000 roku”. Celem wyznaczonej nowej strategii była ochrona zdrowia, która — jak podkreślono — należy do podstawowych praw człowieka. Państwa mają obowiązek zapewnienia swoim obywatelom takich warunków, aby mogli oni skutecznie realizować zdrowy i prozdrowotny tryb życia. Inwestowanie jedynie w rozwój medycyny naprawczej okazało się błędną ideą, dlatego też stwierdzono, że priorytetem każdego systemu obejmującego obszar medyczny powinna być podstawowa opieka zdrowotna. Właściwa taktyka mająca na celu ochronę zdrowia powinna bowiem polegać na profilaktyce w jej najwcześniejszej fazie, to znaczy na promocji zdrowia w społeczeństwach oraz w organizacjach samorządowych wszystkich państw na świecie [1].

Zdrowie jest promowane na wiele różnych sposobów. Bardzo ważne jest przy tym, by dotrzeć do jak największej liczby osób. Wykorzystuje się więc wszelkie możliwe techniki, w tym także media, których rola jest w tym przypadku kluczowa. Pełnią one bowiem bardzo istotną funkcję w życiu współczesnego człowieka. Można nawet powiedzieć, że stanowią przysłowiowe okno na świat. Należy więc zadać sobie pytanie, jaką rolę w życiu zdrowotnym człowieka, społeczeństw odgrywają media. Ogólnie rzecz ujmując, są to instytucje, które mają na celu przekazywanie społeczeństwu różnego rodzaju komunikatów. Trzeba przy tym zauważyć, że obecnie wciąż powstają nowe środki masowego przekazu, a co za tym idzie, przybiera też nowych funkcji. Tak więc rolę mediów już dawno przestało być jedynie przekazywanie wiadomości.

Badając etymologię słowa „media”, można stwierdzić, że wywodzi się ono z języka łacińskiego i oznacza pośrednika [2]. Wyraz ten jest używany w niniejszym artykule jako nośnik przekazu, czyli narzędzie,

które daje możliwość przekazania wiadomości odbiorcy. W tym rozumieniu pojęcie mediów obejmuje prasę, radio, telewizję, ale nie tylko. Tym samym terminem określone zostały również kasety, płyty, filmy oraz publikacje literackie. W XIX i XX wieku w dziedzinie mediów odnotowano ogromny rozwój, dzięki czemu teraz stały się one wszechobecne w życiu większości ludzi.

Media są obecnie określane mianem „czwartej władzy”, która istnieje obok władzy wykonawczej, ustawodawczej i sądowniczej. Żadna z nich nie powinna brać góry nad inną, ponieważ zakłóciłoby to prawidłowe działanie państwa. Jednak środki masowego przekazu w charakterze czwartej władzy zyskały na tyle dużą siłę, że często stają się wyznacznikiem funkcjonowania pozostałych obszarów. Istnieje pogląd, według którego taka nierówność między władzami w dużej mierze wpływa na życie polityczne, gospodarcze i społeczne. Ten punkt widzenia głosi również, że sytuacja mediów jest znacznie stabilniejsza niż nawet bardzo wysokie funkcje polityczne. Przykładem pozycji mediów jest fakt, że chcąc uzyskać duże wpływy w społeczeństwie, należy najpierw stworzyć swój pozytywny wizerunek w mediach [3].

Najbardziej rozpowszechnione media to radio i telewizja, przy czym zdecydowanie istotniejszą funkcję spełnia telewizja, nie tylko ze względu na jej ogólną dostępność, ale także na to, że oddziałuje na więcej zmysłów. Naturalnie, informacje zasłyszane w radiu nie są mniej ważne od tych, które uzyskuje się za pomocą programów telewizyjnych. Jednak większe wrażenie wywołują obrazy. Dodatkowo należy wspomnieć o tym, że telewizja publiczna w statucie swojej działalności ma odgórnie narzucony obowiązek emitowania programów edukacyjnych [4].

Jak wspomniano, telewizja w obecnych czasach dociera niemal do wszystkich ludzi, niezależnie od wieku czy stanu majątkowego. Nie jest to już luksus, na który stać tylko najbogatszych przedstawicieli społeczeństwa. Jest ona źródłem informacji, rozrywki, edukacji zarówno dla dzieci, jak i dorosłych, a zwłaszcza dla ludzi starszych, którym obce jest inne medium, bardzo dziś popularne, czyli internet. Funkcja telewizji w takim ujęciu odnosi się, oczywiście, do przeciętnego, statystycznego obywatela, przy założeniu, że jest on w stanie bez przeszkód korzystać z możliwości, jakie dostarcza to medium. Oddziaływanie telewizji nie w każdym przypadku może jednak odbywać się w takim stopniu, jak wspomniany powyżej. Wiadomo, że osoby niewidome lub głuchonieme mają ograniczoną percepcję w tym zakresie. Jest to jednak temat do przeprowadzenia odrębnej analizy. Reasumując, można stwierdzić, że wiele osób nie potrafi wyobrazić sobie życia codziennego bez telewizji. W tym właśnie drzemie jej ogromna siła i potencjał.

Polskie społeczeństwo stało się, tak jak to miało miejsce w krajach zachodnich, społeczeństwem informacyjnym. Odnosi się to głównie do młodych ludzi. Nowe media są dla nich tożsame z komputerem i internetem. Nowa era cywilizacji powinna posiadać takie cechy, jak otwartość, szybkość i względnie tania wymiana informacji, edukacja oraz większa efektywność pracy. W związku z tym odnotowuje się coraz większe zainteresowanie internetem. Pozwala on bowiem na szybkie i skuteczne zdobycie interesujących wiadomości. Technologia informacyjna odgrywa bardzo dużą rolę w otaczającym świecie. Wpływa ona na zmianę wielu aspektów życia [5]. Należy jednak pamiętać, że jego działanie edukacyjne nie zawsze wywiera planowany wpływ. Pojawia się również i ten nieplanowany, którym jest nie tylko chaos informacyjny i nadmierne używanie tego medium, ale również przyswajanie informacji nieprzeznaczonych dla danej grupy wiekowej. Stąd ważnym zadaniem staje się nauka umiejętnego i krytycznego korzystania z informacji zawartych w popularnym „necie”.

Ponieważ zdrowie jest podstawowym prawem człowieka, należy wykorzystywać wszystkie dostępne drogi medialne do jego promocji. Media są bowiem istotnym sprzymierzeńcem w walce o poprawę kondycji zdrowotnej społeczeństwa i źródłem właściwych informacji oraz orędownikiem zachowań dążących do prozdrowotnego stylu życia.

Media międzynarodowe i lokalne odgrywają znaczącą rolę jako łącznik między pracownikami ochrony zdrowia a szerokim gronem laików w tej dziedzinie. Autorytety dziedzin medycznych edukują media, powierając im fundamentalną wiedzę w tym zakresie. Informacje są przetwarzane przez media w taki sposób, aby podać je społeczeństwu w możliwie najprzystępniejszej wersji.

Przykładem tego procesu może być choćby akcja informacyjna rządu Stanów Zjednoczonych dotycząca faktu pojawienia się epidemii ptasiej grypy. Nie było wątpliwości, że opinia publiczna prędzej czy później dowie się o kolejnych przypadkach tej choroby. Należało więc zadbać o to, aby informacja ta została podana w sposób niewywołujący paniki. Dlatego przeprowadzono program szkoleniowy przeznaczony dla mediów lokalnych, aby ułatwić im dogłębne zrozumienie problemu. Pracownicy stacji telewizyjnych zostali poinformowani o złożoności problematyki dotyczącej ptasiej grypy, o tym, na co należy zwracać uwagę oraz jak przebiega choroba. Dzięki temu mogli przedstawić społeczeństwu prawdziwy obraz zaistniałej sytuacji [6].

Warto w tym miejscu odwołać się do wyników badań zaprezentowanych przez Szczepańskiego [7] odnoszących się do mediów w roli źródła samodzielnej edukacji prozdrowotnej. Elektroniczne środki masowego przekazu, głównie telewizja, radio i internet stanowią bardzo wysoką wartość edukacyjną w zakresie dba-

nia o zdrowie. Według badanych kobiet 61,8% ich wiedzy z tej dziedziny pochodzi właśnie z mediów. Badani mężczyźni wykazali się nieco niższym wynikiem, to znaczy 47,8% powyżej średniej.

Jeszcze wyższą ocenę uzyskały media pisane, czyli książki, czasopisma, gazety, zwłaszcza wśród kobiet (70,3%). Mężczyźni natomiast ocenili udział tych źródeł w poszerzaniu ich wiedzy o zdrowiu na 44,6%. Rozbieżność wynika stąd, że w trakcie edukacji szkolnej dziewczęta częściej niż chłopcy sięgają po książki i ze względu na różne zainteresowania inaczej dobierają lektury, czasopisma oraz programy radiowe i telewizyjne.

Podsumowując, Szczepański stwierdza, że poziom edukacji zdrowotnej społeczeństwa można uznać za wysoki. W większym stopniu temu oddziaływaniu poddają się kobiety. W przypadku mężczyzn to dom rodzinny jest podstawowym źródłem, z którego czerpią swą wiedzę. Innym czynnikiem wpływającym na stopień wyedukowania zdrowotnego są proponowane młodzieży szkolne programy, mające na celu przybliżenie młodym ludziom tej tematyki. Istotnym wynikiem przeprowadzonych badań jest też stwierdzenie, że to media stanowią drugi co do oddziaływania czynnik kształtujący troskę o zdrowie [7].

Jak wspomniano, media są najważniejszym źródłem informacji odnoszących się do wielu aspektów życia, również do profilaktyki prozdrowotnej. Rola edukacyjno-wychowawcza środków masowego przekazu została uznana i znalazła odbicie w Narodowym Programie Zdrowia oraz w ustawie o radiofonii i telewizji [4, 8].

W aktach prawnych znalazł się zapis, według którego emitowane programy nie mogą promować zachowań mogących mieć negatywny wpływ na zdrowie, jak na przykład brak reklam promujących tak zwane „napoje wysokoprocentowe”. Narodowy Program Zdrowia zaleca natomiast wzmoczoną publikację w mediach treści o charakterze edukacyjnym w celu wyrobienia w społeczeństwie nawyków dążących do poprawy kondycji zdrowotnej.

Jak pokazują wyniki badań przeprowadzonych przez CBOS (2003), prasa i telewizja mają największy wpływ na kształtowanie świadomości Polaków. Z analizy CBOS wynika, że 81% ludności codziennie lub prawie codziennie śledzi następujące programy: TVP1, TVP2 — 77%; Polsat — 72% oraz TVN — 47%. W przypadku czasopism zestawienia Polskiego Badania Czytelnicstwa podają, że przeciętny Polak czyta najchętniej „Gazetę Wyborczą” (17,44%), „Super Express” (12,74%) i „Rzeczpospolitą” (4,36%) [9].

Wspomniane kanały telewizyjne i czasopisma w różnym stopniu realizują i realizowały zasadę propagowania zdrowego trybu życia. Przeprowadzone w okresie od 20 września do 17 października 2002 roku i od 30 maja do 27 czerwca 2003 roku analizy pokazują, że „[z] ogólnej liczby programów poświęconych zagadnieniom

zdrowia, najwięcej zostało wyemitowanych przez program TVP2 — 44,5% (45 programów) oraz TVP1, który wyemitował 25,75% (25 programów). Stacje komercyjne nadały odpowiednio: Polsat 22,77% (23 programy), a TVN 7,92% (8 programów) audycji poświęconych tematyce zdrowotnej” [10].

Cytowana analiza wykazała, że media mają ogromny wpływ na kształtowanie osobowości oraz na percepcję otaczającego świata. Okazało się jednak również, że oferta programowa czy też czytelnicza środków masowego przekazu nie jest atrakcyjna pod kątem promowania edukacji zdrowotnej.

Zbyt często w mediach pojawiają się reklamy takich produktów, jak alkohol, papierosy czy słodycze, co nie wywiera pozytywnego efektu na społeczeństwo. Rzadko promuje się natomiast chociażby warzywa lub mleko, co skutkuje brakiem zainteresowania tego typu żywnością. Wyjątkiem jest akcja „Pij mleko” oraz kampanie skierowane przeciw sprzedaży alkoholu osobom nieletnim [10].

W ostatnich latach jednak sytuacja bardzo się zmieniła. Media wychodzą bowiem naprzeciw zapotrzebowaniu na programy dotyczące zdrowego stylu życia. Coraz częściej istnieje możliwość obserwacji technik, jakimi posługują się media, aby dostarczyć dobrych wzorców. Prasa publikuje odpowiednie felietony, telewizja prezentuje reportaże, z których można dowiedzieć się, jaką dietę stosować, jaką aktywność fizyczną przedsięwziąć, czego unikać, a do czego dążyć. Duże znaczenie mają też modele zachowań prezentowane w popularnych serialach. Pokazują one, co jest złe, a co dobre dla samopoczucia człowieka. Nie uciekają od problemów, ale dają wskazówkę, jak z nimi walczyć.

Należy pamiętać o kampaniach społecznych. Często mają one charakter *stricte* prozdrowotny, jak choćby tak zwane „białe niedziele” czy też akcje związane z profilaktyką raka piersi (mammobusy) i szyjki macicy u kobiet. Prowadzone kampanie lokalne, jak „Wiem wszystko o AIDS” w Toruniu czy „Żyjmy zdrowiej” w Krakowie, były przedsięwzięciami promującymi zdrowie.

Nie należy zapomnieć o oddziaływaniu prozdrowotnym, jaki wywierają na przeciętnego człowieka popularne produkcje typu *soap operas*, jak na przykład: „Klan”, „Pierwsza miłość”, „Samo życie” i wiele innych. W serialach TVP1, TVP2, Polsatu czy też TVN, w minionym 2009 roku, promowano w historiach zdrowe odżywianie, niepalenie, wcześniej wspomniane bada-

nia profilaktyczne u kobiet, problem AIDS i wiele innych. Niemalająca oglądalność oraz silna wizualizacja umożliwia odbiorcom tych filmów świadome oraz często również nieświadome wprowadzanie w życie swoje i swoich bliskich działań prozdrowotnych. Narzędziami promocji zdrowia stały się zarówno reportaże telewizyjne, jak i radiowe czy prasowe. Te ostatnie znalazły swoje miejsce nie tylko w czasopiśmie popularnonaukowych, jak „Wiedza i Życie”, „Charaktery” czy magazyn „Focus”, lecz również w takich, jak „Żyjmy dłużej”, „Poradnik Domowy”, „Zwierciadło” czy też całkiem popularnych, jak „Tina”, „Świat Kobiety”. Nie sposób wymienić wszystkich tytułów. Można się jednak domyślać, że informacje przekazywane tymi drogami będą najbardziej trafiły do osób zainteresowanych, świadomych konieczności dbania o zdrowie.

Reasumując, media wciąż ewoluują, a co za tym idzie, dostosowują swoją ofertę do oczekiwań społeczeństwa, które w miarę rozwoju świadomości wymaga coraz więcej. Niestety, rozszerzona oferta mediów w dziedzinie zdrowia nie dociera do wszystkich. Nacisk informacyjny w dziedzinie profilaktyki prozdrowotnej powinien więc zostać położony również na ulepszenie metod trafiających do szerszego grona odbiorców. Wiąże się to z „modą” na zdrowe życie. Należy się spodziewać w najbliższych latach rozwoju reklamy i kampanii prozdrowotnych.

## Piśmiennictwo

1. Kowalewski I., Krawczyński R. Zdrowie i jego promocja w ujęciu różnych nauk. Rozważania terminologiczne. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, Poznań 2007; 230.
2. Kopański W. Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych. Wiedza Powszechna, Warszawa 1998.
3. Szczepańska D. Rola mediów we współczesnym świecie. Obserwator 2006; 2: 2–3.
4. Ustawa o Radiofonii i Telewizji. Dz.U. 1993, nr 7 poz. 34, z dnia 29.12.1992; art. 21 pkt 1, 2–7a, 8.
5. Wawrzak-Chodaczek M. Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży. Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2000.
6. [www.uniteforsight.org/health-communication-course/module5/](http://www.uniteforsight.org/health-communication-course/module5/); 23.09.2009.
7. Szczepański S. Źródła edukacji zdrowotnej. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska* 2003; 58: 229–231.
8. Narodowy Program Zdrowia na lata 2007–2015. Załącznik do Uchwały RM Nr 90/2007, s. 5. pkt 17.
9. Polskie Badania Czytelnictwa. [www.pbczyt.pl/](http://www.pbczyt.pl/); 10.09.2009.
10. Wysokiński M., Fidecki W., Wrońska I. Edukacja zdrowotna w środkach masowego przekazu. Wyd. Zdrowie Publiczne. Lublin 2003; 113: 198.