

# LIDER ROKU 2018

## W OCHRONIE ZDROWIA



### MEDIA I PR

# Potrzeba wiedzy i empatii


foto. archiwum

Rozmowa  
z **Jadwigą  
Kamińską**, prezes  
Dziennikarskiego  
Klubu Promocji  
Zdrowia

**Kiedy powstało Stowarzyszenie  
Dziennikarski Klub Promocji  
Zdrowia?**

Można mówić o dwóch datach. Stowarzyszenie jako Dziennikarski Klub Promocji Zdrowia zostało powołane do życia po raz pierwszy w 1994 r. z inicjatywy prof. Zygmunta Sadowskiego, ówczesnego dyrektora Instytutu Kardiologii, i redaktorki Wandy Konarzewskiej, dziennikarki TVP1. Celem było prowadzenie edukacji społecznej na temat profilaktyki chorób układu krążenia. I to się udało, ponieważ dzięki działaniom stowarzyszenia we współpracy ze środowiskiem kardiologów świadomość społeczna na temat chorób serca po czterech latach wzrosła prawie o 40%. Klub w tamtej formule zakończył działalność w 1999 r., ponieważ Wanda Konarzewska zrezygnowała z funkcji przewodniczącej. O reaktywizację stowarzyszenia zabiegało wielu dziennikarzy. Wspólnie z Iwoną Schymallą oraz Dorotą Romanowską i Mariuszem Gujskim zdecy-

dowaliśmy się w 2003 r. ponownie utworzyć organizację zrzeszającą dziennikarzy medycznych pod nazwą Stowarzyszenie Dziennikarski Klub Promocji Zdrowia. Została ona zarejestrowana w 2004 r. Obchodzimy zatem jubileusz 15-lecia działalności. Na pierwszym walnym zebraniu stowarzyszenia powierzono mi funkcję prezesa, którą pełnię do dziś. Głównym celem klubu jest edukacja zdrowotna, co realizujemy poprzez organizowanie konferencji, debat, kampanii edukacyjnych przy wsparciu wielu ekspertów. Prowadzimy również warsztaty i szkolenia dla dziennikarzy. Jesteśmy organizacją *non profit*.

**Dlaczego podjęła się pani tego zadania?**

Wcześniej przez wiele lat pracowałam jako dziennikarka radiowa, przygotowując audycje na tematy zdrowotne i kampanie edukacyjne. Moja działalność to m.in. kampania „Rzuć palenie razem z nami” prowadzona z prof. Witoldem Zatoń- »

foto. archiwum

## JADWIGA KAMIŃSKA

Jadwiga Kamińska jest prezesem Dziennikarskiego Klubu Promocji Zdrowia, ogólnopolskiej organizacji dziennikarzy zajmujących się problematyką medyczną. Przez wiele lat pracowała jako dziennikarka Polskiego Radia. Celem stowarzyszenia jest przede wszystkim tworzenie silnej, integrującej środowisko organizacji, która zajmuje się m.in. szkoleniami i opiniowaniem przedsięwzięć dotyczących opieki medycznej.

» skim przez kilka lat. Były też inne poświęcone największym zagrożeniom zdrowotnym. Obejmowały one zarówno audycje radiowe, jak i telefoniczne dyżury specjalistów. Odpowiadali oni na pytania słuchaczy, dla których nierzadko była to jedyna okazja do rozmowy z ekspertem. Czasem organizowaliśmy w siedzibie radia proste badania, na przykład spirometrię, badania poziomu cholesterolu czy glukozy. Wychodziłam z założenia, że dziennikarz, a dziennikarz medyczny w szczególności, oprócz zaangażowania w pracę powinien robić coś więcej, powinien mieć poczucie misji społecznej. Po przejściu na emeryturę poświęciłam się pracy w stowarzyszeniu.

**W jaki sposób dobierane są tematy akcji edukacyjnych i z jakimi specjalistami najlepiej układa się współpraca?**

Koncentrujemy się na największych zagrożeniach zdrowotnych: chorobach kardiologicznych, onkologicznych, chorobach płuc, otyłości i chorobach psychicznych. W naszym kraju dużo mówi się na temat profilaktyki, ale większość programów, łącznie z ministerialnymi, traktuje ją po macoszemu. Tymczasem nasze stowarzyszenie uważa, że profilaktyka oraz wczesne wykrywanie chorób, polegające m.in. na skriningach, to priorytety w dbałości o własne zdrowie. Do tego powinniśmy nakłaniać społeczeństwo. Nawiązaliśmy współpracę z wieloma towarzystwami naukowymi. Specjaliści zrzeszeni w tych gremiach wspierają nas swoją wiedzą, a my przekładamy to na sposoby oddziaływania społecznego w audycjach radiowych, programach telewizyjnych oraz w prasie.

**Czy pani zdaniem dziennikarze medyczni czują swoją misję przekazywania informacji zdrowotnych?**

Tu są dwie kwestie. Pierwszą jest to, czy dziennikarz czuje tę misję, drugą – czy ma faktyczną możliwość



jej realizowania w swojej redakcji. Obecnie rynek medialny jest skomercjalizowany i nastawiony na zysk. Dlatego nawet najbardziej słuszną misją, którą chciałby realizować dziennikarz, z trudem się przebija. Teraz sytuacja wygląda również nieco inaczej, jeżeli chodzi o propagowanie informacji zdrowotnych. Kiedyś wspólnie realizowaliśmy kampanie prozdrowotne – większość redakcji w tym samym czasie mówiła na dany temat. Ale wtedy nie było mediów komercyjnych. Oczywiście nie twierdzę, że komercyjne media utrudniają pracę dziennikarzom, ale aby utrzymać się na rynku, muszą dbać o zysk, więc często przez ten pryzmat dobierają problematykę swoich publikacji. Wiele dobrych programów już nie istnieje. Nawet w mediach publicznych tematyka zdrowotna z trudem się przebija, a według mnie nie powinno tak być.

W wielu sytuacjach słyszymy, że jeżeli pojawią się pieniądze, temat zostanie podjęty, bo na realizację misji redakcji nie stać. I koło się zamyka. Problemem są też teksty sponsorowane. Uważam, że w prasie ogólnodostępnej nie powinno być artykułów sponsorowanych, bo w nich czasem przemycane są różne interesy. Dodatkowym problemem jest to, że te artykuły nie zawsze są odpowiednio oznaczone, a teksty sponsorowane powinny być oddzielane od materiału redakcyjnego.

**Czy konsekwencją tego, że media mówią mniej o zdrowiu, jest to, że również politycy gorzej traktują tę tematykę?**

Tak, z pewnością tak jest. To wiadać nie tylko w prasie, ale właśnie w polityce zdrowotnej, w dyskusjach sejmowych. Kiedy omawiana jest tematyka zdrowotna, trybuny sejmowe są puste. Wiele razy





foto: Andrzej Kuca

### Jakie cechy powinien mieć dziennikarz medyczny?

Takie same jak każdy inny dziennikarz. Przede wszystkim powinien być zainteresowany tym, co robi, uzupełniać swoją wiedzę. Każdy dziennikarz, który interesuje się danym tematem, będzie go dążył, pogłębiał swoje wiadomości. Myślę jednak, że jeżeli chodzi o dziennikarzy medycznych, to powinni cechować się jeszcze empatią, wrażliwością na problemy zdrowotne, umiejętnością współodczuwania. O wartości danego materiału dziennikarskiego nierzadko decyduje właśnie współodczuwanie tego, co przeżywają chorzy. Takie

*Uważam, że dziennikarz, a dziennikarz medyczny w szczególności, oprócz zaangażowania w pracę powinien robić coś więcej, powinien mieć poczucie misji społecznej*

eksperti i organizacje pacjenckie próbują zwrócić uwagę polityków na problemy chorych i nie zawsze to się udaje.

### Czym jeszcze zajmuje się stowarzyszenie?

Na przykład aktywizacją dziennikarzy w mediach społecznościowych. Organizujemy warsztaty w tym zakresie. Mamy wielu zainteresowanych. Niektórzy z nich już działają na Facebooku, Twitterze czy w innych mediach społecznościowych, piszą blogi. Teraz organizujemy warsztaty na temat poruszania się w mediach społecznościowych. Uczymy, jak nadać atrakcyjną oprawę wpisom, jak zadbać o formę prezentowanych treści. Naszymi gośćmi byli i Jarosław Kuźniar, i Bartosz Węglarczyk. Organizujemy również spotkania dziennikarzy z uznanymi ekspertami ze świata.

materiały powstają we współpracy z organizacjami pacjenckimi czy pacjentami. A pacjent, rozmawiając z dziennikarzem, bardzo szybko zorientuje się, czy to osoba wrażliwa i czy rzeczywiście interesuje się jego losem.

### Czy klub w jakiś sposób integruje dziennikarzy?

Tak. Co roku organizujemy grudniowe warsztaty, na których podsumowujemy dany rok i planujemy działania na przyszłość. Przy okazji jest to spotkanie integracyjne, podczas którego omawiamy wydarzenia w ochronie zdrowia w mijającym roku, dzielimy się doświadczeniami oraz przemyśleniami na wiele tematów zawodowych i prywatnych. Nasze stowarzyszenie pomaga również dziennikarzom w trudnych sytuacjach, na przykład w znalezieniu czy zmianie pracy. Wiele osób zwraca się

do mnie z problemami prywatnymi i też staramy się pomagać. Jesteśmy więc stowarzyszeniem samopomocowym dla wszystkich, którzy tego potrzebują. Wielu dziennikarzy uważa, że jesteśmy najlepiej zintegrowanym środowiskiem. I to dobrze.

### Co daje pani największą satysfakcję?

Największą frajdę sprawia mi zainteresowanie dziennikarzy jakimś tematem, co potem znajduje odzwierciedlenie w publikacjach przyczyniających się czasem do szczęśliwego rozwiązania problemu. Mnie, jak chyba każdego, satysfakcjonuje to, że moja praca przynosi efekty, niekoniecznie wymierne. Jesteśmy doceniani, spotykamy się z uznaniem. Na ścianie naszego biura wisi wiele dyplomów, które o tym świadczą, a docenienie naszej pracy jest ważną wartością. Wartością jest upowszechnianie wiedzy na tematy dotychczas nieporuszane. Przykładem są choroby przyzębia, które mogą się wiązać z szeregiem innych schorzeń. To, że zaczęło się mówić o periodontologii, uważam za nasz sukces i efekt zaangażowania prof. Renaty Górskiej.

### Czym jest dla pani nagroda Termedii?

Przyjmuję ją jako nagrodę dla całego stowarzyszenia. Jest to uznanie dla działalności wielu dziennikarzy edukujących społeczeństwo, jak dbać o zdrowie, szerzących wiedzę na temat profilaktyki zdrowotnej, a także osiągnięć medycyny w Polsce i na świecie. Ta nagroda jest niewątpliwie motywacją dla naszego środowiska dziennikarzy medycznych do dalszych działań na rzecz promocji zdrowia. ■

Rozmawiała Marta Koblańska