

## Sociálna stigma spojená s COVID-19

### Sprievodca prevenciou a riešením sociálnej stigmy<sup>1</sup>

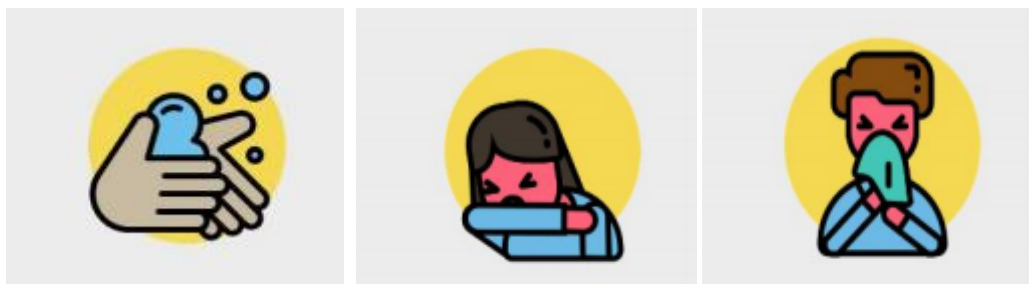
Cieľové publikum: Vláda, médiá a miestne organizácie, ktoré sa zaoberajú novou koronavírusovou chorobou (COVID-19).

### ČO JE SOCIÁLNA STIGMA?

**Sociálna stigma** v kontexte zdravia je negatívna asociácia medzi osobou alebo skupinou ľudí, ktorí majú určité spoločné charakteristiky, a určitým ochorením. Pri epidémii to môže znamenať, že ľudia sú označovaní („s nálepkou“), stereotypne vnímaní, diskriminovaní, separovane ošetrovaní a liečení a/alebo zažívajú stratu statusu z dôvodu vnímanej spojitosti s chorobou.

Takáto liečba môže mať negatívny vplyv na ľudí s týmto ochorením, ako aj na ich opatrovateľov, rodinu, priateľov a komunitu. Stigmou môžu trpieť aj tí ľudia, ktorí toto ochorenie nemajú, ale majú s touto skupinou iné spoločné charakteristiky.

Aktuálna epidémia vírusového ochorenia COVID-19 vyvolala sociálnu stigmú a diskriminujúce správanie voči ľuďom určitého etnického pôvodu, ako aj voči komukoľvek, o kom sa predpokladá, že bol v kontakte s vírusom.



### PREČO COVID- 19 SPÔSOBUJE TAK VEĽKÚ STIGMU?

Miera stigmy, ktorá sa spája s COVID-19, je založená na troch hlavných faktoroch:

- 1) je to ochorenie, ktoré je nové, a pri ktorom je stále veľa neznámych
- 2) z neznámeho často máme strach
- 3) tento strach je ľahké spájať s „ostatnými“.

Je pochopiteľné, že verejnosť je zmätená, že má úzkosť a strach. Žiaľ, tieto faktory taktiež podporujú škodlivé stereotypy.

## ČO JE TO DÔSLEDOK?

Stigma môže narušiť sociálnu súdržnosť (tzv. sociálnu kohéziu) a urýchliť možnú sociálnu izoláciu skupín, čo by mohlo prispieť k situácii, že sa vírus rozšíri viac, nie menej. Dôsledkom toho môžu byť vážne zdravotné problémy a ťažkosti s kontrolovaním epidémie.

**Stigma môže:**

- nútiť ľudí, aby skrývali ochorenie, aby sa vyhli diskriminácii
- brániť ľuďom okamžite vyhľadať zdravotnú starostlivosť
- odrádzať ľudí od osvojovania si zdravého správania

## AKO RIEŠIŤ SOCIÁLNU STIGMU

Dôkazy jasne ukazujú, že stigma a strach z prenosných chorôb bránia schopnosti reagovať. To, čo funguje, je budovanie dôvery v spoľahlivé zdravotnícke služby a poradenstvo, preukazovanie empatie s postihnutými, porozumenie samotnej chorobe a osvojenie si účinných praktických opatrení, aby ľudia udržiavali v bezpečí seba a svojich blízkych.

Spôsob, akým o COVID-19 komunikujeme, je rozhodujúci pri podpore ľudí v tom, aby prijímali účinné opatrenia v boji proti tomuto ochoreniu, a aby sa vyhýbali podnecovaniu strachu a stigmy. Je potrebné vytvárať prostredie, v ktorom bude možné o ochorení a o jeho vplyve diskutovať otvorene, úprimne a efektívne.

Tu je **niekoľko tipov, ako riešiť stigmú a vyhýbanie sa sociálnej stigmatizácii:**

1. slová majú svoj význam: čo robiť a čo nerobiť, keď hovoríme o novom koronavíruse (COVID-19)
2. robte svoju úlohu: jednoduché návrhy na odstránenie stigmy
3. tipy a správy/odkazy na komunikáciu.

## SLOVÁ MAJÚ SVOJ VÝZNAM

Keď hovoríme o koronavírusovom ochorení, určité slová (napr. suspektný prípad, izolácia ...) a jazyk môžu na ľudí pôsobiť negatívne a podnecujú tak stigmatizujúce postoje. Môžu udržiavať existujúce negatívne stereotypy alebo predpoklady, môžu posilňovať nesprávne asociácie medzi ochorením a inými faktormi, vyvolávať rozšírený strach alebo dehumanizovať tých, ktorí majú ochorenie.

To môže ľudí odrádzať od skríningu, testovania a karantény. Odporúčame „prvý jazyk ľudí“, ktorý rešpektuje a posilňuje ľudí vo všetkých komunikačných kanáloch, vrátane médií. Slová používané v médiách sú zvlášť významné, pretože tieto formujú populárny jazyk a komunikáciu o novom koronavíruse (COVID-19). Negatívne ohlasovanie má potenciál ovplyvňovať to, ako sú vnímaní a liečení ľudia suspektní z nového koronavírusu (COVID-19), pacienti a ich rodiny a postihnuté komunity.

Je veľa konkrétnych príkladov, ako môže používanie inkluzívneho jazyka a menej stigmatizujúcej terminológie pomôcť pri kontrole epidémií a pandémieí HIV, TBC a H1N1.<sup>2</sup>

### ČO ROBIŤ a ČO NEROBIŤ

Nižšie sú uvedené niektoré príklady **čo robiť a čo nerobiť**, keď hovoríme o novom koronavírusovom ochorení (COVID19):

**ROBIŤ** - hovoriť o novom koronavírusovom ochorení (COVID-19)

**NEROBIŤ** - k tomuto ochoreniu pripojte miesto alebo etnicitu, nejde o „vírus Wu-chan“, „čínsky vírus“ alebo „ázijský vírus“.

Oficiálny názov choroby bol zámerné zvolený, aby sa zabránilo stigmatizácii - „co“ znamená Corona, „vi“ pre vírus a „d“ pre chorobu 19, pretože choroba sa objavila v roku 2019.

**ROBIŤ** - hovorte o „ľuďoch, ktorí majú COVID-19“, „o ľuďoch, ktorí sa liečia pre COVID-19“, „o ľuďoch, ktorí sa zotavujú z COVID-19“, alebo o „ľuďoch, ktorí zomreli po infikovaní COVID-19“

**NEROBIŤ** - neuvádzajte ľudí s týmto ochorením ako „prípady COVID-19“ alebo „obete“

**ROBIŤ** - hovorte o „ľuďoch, ktorí môžu mať COVID-19“ alebo „o ľuďoch, u ktorých je predpoklad pre COVID-19“

**NEROBIŤ** - neodporúča sa hovoriť o „COVID-19 podozrivých alebo suspektných“ alebo o „podozrivých prípadoch“.

**ROBIŤ** - hovorte o ľuďoch, ktorí „získali“ alebo „sa infikovali“ COVID-19

**NEROBIŤ** - nehovorte o ľuďoch, ktorí „prenášajú COVID-19“, „infikujú ostatných“ alebo „širia vírus“, pretože to naznačuje úmyselný prenos a pripisuje vinu.

Používanie kriminalizujúcej alebo dehumanizujúcej terminológie vytvára dojem, že osoby s týmto ochorením akoby urobili niečo zlé alebo sú menej humánni ako ostatní, taktiež to živí stigma, podkopáva empatiu a potenciálne podnecuje širšiu neochotu vyhľadať liečbu alebo sa zúčastniť skríningu, testovania a karantény.

**ROBIŤ** - o riziku COVID-19 hovorte presne, na základe vedeckých údajov a najnovších oficiálnych zdravotných odporúčaní.

**NEROBIŤ** - neopakujte ani nezdieľajte nepodložené správy (hoaxy) a vyhýbajte sa používaniu hyperbolického jazyka určeného na vytváranie strachu ako „mor“, „apokalypsa“ atď.

**ROBIŤ** - hovorte pozitívne a zdôraznite účinnosť preventívnych a liečebných opatrení. Pre väčšinu ľudí je to ochorenie, ktoré môžu prekonať. Všetci môžeme urobiť jednoduché kroky, aby sme seba, svojich blízkych a tých najzraniteľnejších udržiavali v bezpečí.

**NEROBIŤ** - nezdôrazňujte alebo nezdržiavajte sa pri negatívach alebo správach o ohrození. Musíme spolupracovať, aby sme zaistili bezpečnosť tých najzraniteľnejších skupín.

**ROBIŤ** - zdôrazňovať efektívnosť osvojenia si ochranných opatrení na zabránenie získania nového koronavírusu, ako aj včasného skríningu, testovania a liečby.

## ROBTE SVOJU ÚLOHU:

Vlády, občania, médiá, kľúčoví influenceri a komunity vo všeobecnosti zohrávajú významnú úlohu pri prevencii a zastavení stigmatizácie súvisiacej s ľuďmi z Číny a Ázie. Pri komunikácii na sociálnych médiách a iných komunikačných platformách musíme všetci konať vedome a byť ohľaduplní a preukazovať podporné správanie v súvislosti s novým koronavírusovým ochorením (COVID-19).

**Tu je niekoľko príkladov a tipov na možné kroky v boji proti stigmatizujúcim postojom:**

- **Šírenie faktov:** Stigma sa môže zvýšiť nedostatočnými poznatkami o tom, ako sa nové koronavírusové ochorenie (COVID-19) prenáša a lieči, a ako zabrániť infekcii. V reakcii na to uprednostňujte zhromažďovanie, usporiadanie a šírenie presných informácií o postihnutých oblastiach, o zraniteľnosti jednotlivcov a skupín v súvislosti s COVID-19, o možnostiach liečby, a o tom, kde získať prístup k zdravotnej starostlivosti a k informáciám. Používajte jednoduchý jazyk a vyhýbajte sa klinickým pojmom. **Sociálne médiá** sú užitočné pri oslovovaní veľkého počtu ľudí so zdravotnými informáciami pri relatívne nízkych nákladoch.<sup>3</sup>

- **Zapojenie/zaangažovanie spoločensky vplyvných osôb**<sup>4</sup>, ako sú napr. duchovní, na podnecovanie premýšľania o ľuďoch, ktorí sú stigmatizovaní, a o tom, ako ich podporovať, alebo rešpektovaných celebrit s cieľom rozširovať správy, ktoré znižujú stigma. Informácie by mali byť presne cielené a celebrity, od ktorých sa žiada, aby tieto informácie poskytovali, musia byť osobne zaangažované a geograficky a kultúrne vhodné pre publikum, ktoré sa snažia ovplyvniť. Príkladom by mohol byť napr. primátor/starosta/župan (alebo iný kľúčový influencer), ktorý bude aktívny na sociálnych médiách a v politických kruhoch.

- **Posilniť hlasy, príbehy a obraz miestnych ľudí**, ktorí zažili nový koronavírus (COVID-19), a ktorí sa zotavili, alebo ktorí podporovali svojho blízkeho pri zotavovaní, aby sa zdôraznilo, že väčšina ľudí sa z COVID-19 zotaví. Taktiež realizácia kampane „hrdina“ na počesť opatrovateľov a zdravotníckych pracovníkov, ktorí môžu byť stigmatizovaní. Významnú úlohu pri znižovaní stigmaty v komunitách zohrávajú tiež dobrovoľníci v komunitách.

- **Uistite sa, že zobrazujete rôzne etnické skupiny.** Zo všetkých materiálov by malo byť zrejmé, že boli ovplyvňované rôzne komunity, a že spolupracovali na prevencii šírenia COVID-19. Zabezpečte, aby boli typ písma, symboly a tvary neutrálne, a aby nenaznačovali žiadnu konkrétnu skupinu.

- **Etická žurnalistika:** Žurnalistické spravodajstvo, ktoré sa príliš zameriava na individuálne správanie a zodpovednosť pacientov za to, že „majú COVID-19 a šíria COVID-19“, môže zvýšiť stigma ľudí, ktorí môžu mať ochorenie. Niektoré médiá sa napr. zameriavali na špekulácie o zdroji COVID-19, pričom sa v každej krajine snažili identifikovať „pacienta nula“. Zdôrazňovanie úsilia o nájdenie vakcíny a liečby môže zvyšovať strach a vzbudzovať dojem, že teraz nie sme schopní zastaviť infekciu. Namiesto toho je vhodné skôr propagovať obsah týkajúci sa základných postupov prevencie infekcie, symptómov COVID-19 a informácií o tom, kedy vyhľadať zdravotnú starostlivosť.

- **Spájanie sa:** Je veľa iniciatív, ktoré riešia problém stigmaty a stereotypov. Kľúčom k prepojeniu týchto aktivít je nastoliť smer a pozitívne prostredie, ktoré prejavuje starostlivosť a empatiu pre všetkých.

## TIPY A SPRÁVY/ODKAZY PRE KOMUNIKÁCIU

„Infodémia“ dezinformácií a nepodložených správ (hoaxov) sa šíri rýchlejšie ako súčasná epidémia nového koronavírusu (COVID-19). Prispieva to k negatívnym dôsledkom, vrátane stigmatizácie a diskriminácie ľudí z oblastí postihnutých epidémiou. Potrebujeme kolektívnu solidaritu a jasné, užitočné informácie na podporu komunít a ľudí postihnutých epidémiou.

**Chybné názory, nepodložené správy a dezinformácie prispievajú k stigme a diskriminácii, ktorá brzdí úsilie reagovať.**

- **Korigujte chybné názory** a zároveň uznajte, že pocity ľudí a následné správanie sú úplne reálne, aj keď základný predpoklad je nepravdivý.
- **Podporujte význam prevencie**, život zachraňujúcich opatrení, včasného skríningu a liečby.

**Aby sa zabránilo ďalšiemu prenosu infekcie a zmiernili sa obavy komunít, je potrebná kolektívna solidarita a globálna spolupráca.**

- **Zdieľajte sympatické príbehy** alebo príbehy, ktoré humanizujú skúsenosť a zápas jednotlivcov alebo skupín postihnutých novým koronavírusom (COVID-19).
- **Komunikujte podporu** a povzbudenie tým ľuďom, ktorí sú v prvej línii boja s epidémiou (zdravotnícki pracovníci, dobrovoľníci, lídri komunít atď.).

**Fakty, nie strach, zastavia šírenie nového koronavírusu (COVID-19)**

- zdieľajte fakty a presné informácie o ochorení
- spochybňujte mýty a stereotypy
- slová voľte opatrne. Spôsob, akým komunikujeme, môže ovplyvniť postoje druhých (pozri vyššie ČO ROBIŤ a ČO NEROBIŤ).

<sup>1</sup> Tento prehľad obsahuje odporúčania John Hopkins Center for Communication Programs, READY Network.

<sup>2</sup> Usmernenia pre terminológiu UNAIDS: od „obete AIDS“ po „ľudí žijúcich s HIV“; od „boja proti AIDS“ až po „reakciu na AIDS“.

<sup>3</sup> Nigéria úspešne potlačila epidémiu eboly v r. 2014, ktorá zasiahla ďalšie tri krajiny západnej Afrike čiastočne prostredníctvom využívania cielených kampaní na sociálnych médiách na šírenie presných informácií a korekcií hoaxov šírených na Twitteri a Facebooku. Intervencia bola obzvlášť účinná, pretože medzinárodné mimovládne organizácie (NGOs), influenceri sociálnych médií, celebrity a blogeri využili svoju širokú platformu na odovzdávanie a zdieľanie informácií a názorov na zdieľanú komunikáciu o zdraví.

Fayoyin, A. 2016. Engaging social media for health communication in Africa: approaches, results and lessons. *Journal of Mass Communication and Journalism*, 6 (315).

<sup>4</sup> Pojem „Angelina Jolie efekt“ vytvorili výskumníci v oblasti verejného zdravia na účet intenzívnejšieho vyhľadávania na internete, ktoré sa týkalo genetiky a testovania rakoviny prsníka niekoľko rokov po r. 2013, keď herečka Angelina Jolie podstúpila obojstrannú preventívnu mastektómiu, o ktorej sa veľmi veľa písalo. „Efekt“ naznačuje, že potvrdenia celebrit v dôveryhodných zdrojoch môžu byť účinné pri ovplyvňovaní verejnosti pri vyhľadávaní informácií o zdraví, pri ovplyvňovaní ich postojov a prijímaní služieb zdravotnej starostlivosti v súvislosti s Covid-19.