

Društvena stigma povezana s bolešću Covid-19



Vodič za sprečavanje društvene stigme¹

Ciljna grupa: Predstavnici vlasti, medija i lokalnih organizacija koji se bave bolešću uzrokovanom novim koronavirusom (Covid-19).

ŠTA JE DRUŠTVENA STIGMA?

U kontekstu zdravlja društvena stigma predstavlja negativnu povezanost između osobe ili grupe ljudi koji imaju određene karakteristike i određenu bolest. U vremenu epidemije to može podrazumijevati etiketiranje, stereotipiziranje i diskriminiranje ljudi te drugačije postupanje i/ili gubitak statusa zbog pretpostavljene veze s bolešću.



Takvo postupanje može negativno uticati na oboljele od ove bolesti, kao i na njihove staratelje, porodicu, prijatelje i zajednice. Ljudi koji nisu oboljeli, ali imaju druge karakteristike ove grupe takođe mogu biti predmet stigme.



Aktuelna epidemija bolesti Covid-19 izazvala je društvenu stigmatu i diskriminirajuća ponašanja prema pripadnicima određenih etničkih grupa, kao i prema svakome za kog se smatra da je bio u dodiru s virusom.

ZAŠTO COVID-19 IZAZIVA TOLIKU STIGMATIZACIJU?

Nivo stigme koja je povezana s Covidom-19 temelji se na tri glavna faktora: 1) to je bolest koja je nova i oko koje postoji još puno nepoznanica; 2) često se plašimo nepoznatog; i 3) taj strah je lako povezati s „drugima“.

Razumljivo je da u javnosti postoje osjećanja konfuzije, tjeskobe i straha. Međutim, ovi faktori nažalost podstiču i štetne stereotipe.

UTICAJ STIGME

Stigma može narušiti socijalnu koheziju i ima potencijal da izazove društvenu izolaciju grupa, što može doprinijeti razvoju situacije koja pogoduje širenju a ne suzbijanju virusa. To može dovesti do težih zdravstvenih problema i poteškoća u kontrolisanju epidemije.

Zbog straha od stigme ljudi mogu:

¹ Ovaj spisak uključuje preporuke John Hopkinsovog centra za komunikacijske programe, mreža READY.

- Prećutati da su bolesni kako bi izbjegli diskriminaciju
- Oklijevati da pravovremeno potraže zdravstvenu zaštitu
- Odustati od usvajanja zdravih ponašanja

KAKO RJEŠAVATI PROBLEM DRUŠTVENE STIGMATIZACIJE

Dokazi jasno upućuju na to da stigma i strah u vezi sa zaraznim bolestima otežavaju nastojanja u odgovoru na epidemiju. Ono što, s druge strane, ima pozitivan učinak jeste jačanje povjerenja u pouzdane zdravstvene usluge i savjete, pokazivanje saosjećanja i empatije prema onima koji su pogođeni, razumijevanje same bolesti te usvajanje djelotvornih i praktičnih mjera koje će ljudima pomoći da lakše zaštite sebe i svoje najdraže.

Ako želimo postići da ljudi svojim efikasnim djelovanjem pomognu u borbi protiv bolesti i da ne podstiču strah i stigmatizaciju, jako je bitno kako komuniciramo o bolesti Covid-19. Neophodno je stvoriti okruženje u kom se može otvoreno, iskreno i djelotvorno razgovarati o ovoj bolesti i njenom uticaju.

U nastavku donosimo nekoliko savjeta o tome kako treba postupati u cilju sprečavanja dodatnog produbljivanja društvene stigme:

1. Bitno je koje riječi koristite: koje riječi **treba** a koje **ne treba** koristiti kada se govori o novom koronavirusu (Covid-19)
2. Dajte svoj doprinos: jednostavne ideje za razbijanje stigme
3. Savjeti i poruke za komuniciranje.

BITNO JE KOJE RIJEČI KORISTITE:

Kada govorimo o bolesti koju izaziva koronavirus, neke riječi i izrazi koje koristimo (npr. sumnjivi slučaj, izolacija i sl.) mogu za ljude imati negativno značenje i na taj način podstaći stigmatizirajuće stavove. Oni mogu doprinijeti održavanju postojećih negativnih stereotipa ili pretpostavki, ojačati krivu predstavu o povezanosti između bolesti i drugih faktora, proširiti strah, ili dehumanizirati one koji su oboljeli od ove bolesti.

Zbog toga ljudi mogu izbjegavati da se podvrgnu provjerama, testiranju i karantinu. Preporučujemo da se u svim kanalima komunikacije, uključujući medije, koriste riječi i izrazi kojima se ističe da su „ljudi na prvom mjestu“, koji poštuju i osnažuju ljude. Riječi koje se koriste u medijima su naročito važne jer će one oblikovati svakodnevni jezik i komunikaciju ljudi o novom koronavirusu (Covid-19). Negativno izvještavanje može uticati na javno mišljenje i postupanje prema ljudima za koje se sumnja da imaju novi koronavirus (Covid-19), pacijentima te njihovim porodicama i pogođenim zajednicama.

Postoje mnogobrojni konkretni primjeri koji pokazuju kako upotreba inkluzivnog jezika i nestigmatizirajuće terminologije može pomoći u obuzdavanju epidemije i pandemije HIV-a, tuberkuloze i gripa H1N1.²

Šta TREBA i šta NE TREBA raditi

Šta **treba** i šta **ne treba** raditi kada se govori o bolesti koju izaziva novi koronavirus (Covid-19):

DA – govoriti o novoj bolesti uzrokovanoj koronavirusom (Covid-19)

NE – povezivati bolest s lokacijama ili etničkim grupama, ovo nije „virus iz Wuhana“, „kineski virus“ ili „azijski virus“.

Za bolest je namjerno izabran neutralan zvanični naziv kojim se izbjegava stigmatizacija – „Co“ znači corona, „Vi“ znači virus i „D“ znači bolest, a 19 znači da se bolest pojavila 2019.

DA – govoriti o „osobama koje imaju Covid-19“, „osobama koje se liječe od Covid-19“, „osobama koje se oporavljaju od Covid-19“ ili „osobama koje su umrle od posljedica Covid-19“

NE – nazivati osobe koje imaju ovu bolest „slučajevima Covid-19“ ili „žrtvama“

DA – govoriti o „osobama koje možda imaju Covid-19“ ili „osobama za koje se pretpostavlja da imaju Covid-19“

NE – govoriti o „osobama sa sumnjom na Covid-19“ ili „sumnjivim slučajevima“.

DA – govoriti o osobama koje su „dobile Covid-19“ ili su „oboljele od Covid-19“

NE – govoriti da ljudi „prenose Covid-19“, „zaražavaju druge“ ili „šire virus“ pošto to podrazumijeva namjerno prenošenje i svaljuje krivicu.

Korištenjem kriminalizirajuće ili dehumanizirajuće terminologije stvara se utisak da su osobe koje imaju bolest uradile nešto pogrešno ili da su manje vrijedne od nas ostalih, čime se pospješuje stigma, podriva saosjećajnost i potencijalno odvraća ljude od traženja ljekarske pomoći ili podvrgavanja provjerama, testiranju i karantinskim mjerama.

DA – govoriti o riziku od Covid-19 na osnovu tačnih i provjerenih naučnih podataka i najnovijih savjeta zvaničnih zdravstvenih službi.

NE – ponavljati ili širiti neprovjerene glasine, ne koristiti pretjerane metafore koje izazivaju strah kao što su „pošast“, „apokalipsa“ i slično.

DA – govoriti pozitivno i naglašavati djelotvornost mjera prevencije i liječenja. Za većinu ljudi ovo je bolest koju mogu prebroditi. Postoje jednostavni koraci koje možemo preduzeti kako bismo zaštitili sebe, svoje najdraže i najranjivije.

NE – naglašavati ili potencirati negativne poruke ili poruke koje govore o prijetnjama.

² [Smjernice UNAIDS-a o odgovarajućoj terminologiji](#): od „žrtve AIDS-a“ do „osobe koja živi s HIV-om“; od „borbe protiv AIDS-a“ do „odgovora na AIDS“.

Moramo djelovati zajedno kako bismo pomogli zaštititi najranjivije.

DA – naglašavati djelotvornost usvajanja zaštitnih mjera za sprečavanje širenja novog koronavirusa, kao i ranog otkrivanja, testiranja i liječenja.

DAJTE SVOJ DOPRINOS:

Vlade, građani, mediji, ključne osobe od uticaja i zajednice imaju važnu ulogu u sprečavanju i zaustavljanju stigme o ljudima iz Kine i Azije u cjelini. U ophođenju na društvenim mrežama i drugim komunikacijskim platformama svi moramo biti obzirni i promišljeni te pokazivati razumijevanje i uviđavnost kada govorimo o bolesti koju uzrokuje novi koronavirus (Covid-19).

Evo nekih primjera i savjeta o tome šta je moguće uraditi u borbi protiv stigmatizirajućih stavova:

- **Širenje činjenica:** Nepoznavanje načina na koji se bolest Covid-19 prenosi i liječi, te kako se sprečava infekcija, može uticati na povećavanje stigme. Da bismo to spriječili, prioritet treba da bude na prikupljanju, objedinjavanju i širenju tačnih i provjerenih informacija, specifičnih za zemlju i lokalne zajednice, o pogođenim područjima, individualnoj i grupnoj ranjivosti na Covid-19, mogućnostima liječenja i mjestima gdje je moguće dobiti zdravstvenu zaštitu i odgovarajuće informacije. Koristite jednostavne riječi i izraze i izbjegavajte kliničke termine. Društvene mreže su korisne jer omogućavaju da zdravstveni podaci i informacije dopru do velikog broja ljudi uz relativno mala ulaganja.³
- **Uključivanje uglednih ličnosti**⁴ u razmišljanja i diskusije o stigmatizovanim ljudima i načinima da im se pruži podrška, ili poznatih ličnosti kako bi svojim ugledom dodatno ojačale poruke kojima se smanjuje stigma. Informacije treba da budu osmišljene tako da efikasno dopiru do ciljnih grupa, poznate ličnosti koje su uključene u prenošenje ovih informacija moraju pokazati lični angažman, a same informacije treba da odgovaraju ciljnoj publici u geografskom i kulturološkom smislu. **Intenzivnije prenošenje glasova**, priča i slika lokalnih ljudi koji su oboljeli od novog koronavirusa (Covid-19) i oporavili se

³ Nigerija je 2014. godine uspješno obuzdala epidemiju ebole koja je pogodila tri druge zemlje u zapadnoj Africi, dijelom kroz pokretanje ciljanih kampanja na društvenim mrežama radi širenja tačnih informacija i opovrgavanja lažnih poruka koje su kružile Twitterom i Facebookom. Ova intervencija je bila posebno efikasna jer su međunarodne nevladine organizacije (NVO), influenceri na društvenim mrežama, poznate ličnosti i blogeri koristili svoje platforme za prosljeđivanje i dijeljenje informacija i mišljenja o zdravstvenoj komunikaciji. Fayoyin, A. 2016. Engaging social media for health communication in Africa: Approaches, results and lessons. *Journal of Mass Communication and Journalism*, 6(315).

⁴ Termin „efekat Angeline Jolie“ su skovali istraživači koji se bave komuniciranjem o javnom zdravlju kako bi objasnili porast internetskih pretraga o genetici raka dojke i testiranju na rak dojke u trajanju od nekoliko godina nakon što se 2013. glumica Angelina Jolie podvrgla preventivnoj dvostrukoj mastektomiji, o čemu su mediji intenzivno izvještavali. Ovaj „efekat“ upućuje na to da svjedočenja poznatih ličnosti utemeljena na podacima iz pouzdanih izvora mogu pozitivno uticati na javnost u smislu traženja relevantnih zdravstvenih informacija te na prihvaćenost i javne stavove prema zdravstvenim uslugama za Covid-19.

od njega ili koji su pružali podršku voljenoj osobi tokom oporavka s ciljem naglašavanja poruke da se većina ljudi oporavi od Covida-19. Isto tako, pokretanje kampanje zahvalnosti „herojima“, tj. njegovateljima i zdravstvenim radnicima koji mogu biti stigmatizovani. Volonteri u zajednici takođe igraju veliku ulogu u smanjenju stigme u zajednicama.

- **Prikazujte različite etničke grupe.** Svi materijali treba da pokazuju različite zajednice koje su pogođene i koje zajednički rade na sprečavanju širenja Covida-19. Tip slova, simboli i formati treba da budu neutralni i da ne ukazuju ni na jednu određenu grupu.
- **Etičko novinarstvo:** Novinarsko izvještavanje koje se previše fokusira na individualno ponašanje i odgovornost pacijenata za obolijevanje i „širenje Covida-19“ može povećati stigmatizaciju potencijalno oboljelih osoba. Neki mediji se, na primjer, bave spekulacijama o izvoru Covida-19, pokušavajući da identifikuju „nultog pacijenta“ u svakoj zemlji. Stavljajući naglaska na napore u pronalaženju vakcine i terapije može povećati strah i stvoriti utisak da smo nemoćni da zaustavimo infekcije u ovom trenutku. Umjesto toga, promovirajte sadržaje o osnovnim praksama prevencije infekcija, simptomima Covida-19 i o tome kada je potrebno zatražiti medicinsku pomoć.
- **Povezivanje:** Postoje brojne inicijative koje se bave borbom protiv stigme i stereotipa. Ključno je povezati se s ovim inicijativama kako bi se stvorio pokret i kreiralo pozitivno okruženje koje pokazuje brigu i empatiju prema svima.

SAVJETI I PORUKE ZA KOMUNICIRANJE

„Infodemija“ dezinformacija i glasina širi se brže od novog koronavirusa (Covid-19). To doprinosi negativnim efektima, uključujući stigmatizaciju i diskriminaciju osoba s područja pogođenih epidemijom. Potrebna nam je kolektivna solidarnost i jasne informacije koje se mogu pretočiti u konkretne akcije podrške zajednicama i ljudima koji su pogođeni ovom epidemijom.

Zablude, glasine i dezinformacije doprinose stigmatizaciji i diskriminaciji, a to otežava napore u suzbijanju virusa.

- **Ispravljajte zablude,** uz istovremeno uvažavanje činjenice da su osjećanja ljudi i njihova posljedična ponašanja vrlo realna, čak i ako je osnovna pretpostavka netačna.
- **Promovišite značaj prevencije,** spasonosnih mjera, ranog otkrivanja i liječenja.

Za sprečavanje daljnjeg prenošenja i ublažavanje zabrinutosti zajednica potrebna je kolektivna solidarnost i globalna saradnja.

- **Dijelite saosjećajne priče,** ili priče koje pokazuju ljudsku stranu iskustava i borbe pojedinaca ili grupa pogođenih novim koronavirusom (Covid-19)
- **Izražavajte podršku** i ohrabrenje za one koji su u prvim redovima borbe protiv ove epidemije (zdravstveni radnici, volonteri, čelnici zajednica itd).

Činjenice su te koje će zaustaviti širenje novog koronavirusa (Covid-19), a ne strah

- Dijelite činjenice i tačne informacije o bolesti.

Ažurirano 24. februara 2020.

- Propitujte i pobijajte [mitove](#) i stereotipe.
- Pažljivo birajte riječi. Način na koji komuniciramo može uticati na stavove drugih (vidi prethodno pomenute preporuke o tome šta treba, a šta ne treba raditi kada se govori o Covidu-19).