

## Stygmatyzacja społeczna związana z COVID-19



### Zapobieganie stygmatyzacji społecznej – przewodnik<sup>1</sup>

Grupa docelowa: Przedstawiciele rządu, mediów, zespoły eksperckie oraz organizacje pozarządowe pracujące nad postępowaniem w przypadku rozprzestrzeniania się choroby koronawirusowej COVID-19.

### CO TO JEST STYGMATYZACJA SPOŁECZNA?

Stygmatyzacja społeczna w kontekście zdrowotnym powstaje na skutek negatywnych skojarzeń łączących osoby lub grupy osób posiadających wspólne cechy charakterystyczne z konkretną chorobą.

W przypadku nagłego wybuchu danej choroby, takie osoby mogą być etykietowane, dyskryminowane, deprecjonowane poprzez posługiwanie się stereotypami, traktowane w odmienny sposób, oraz/lub w wielu przypadkach pozbawiane dotychczasowego statusu społecznego z powodu ich postrzeganego związku z chorobą.

Takie traktowanie może wpłynąć w sposób negatywny nie tylko na osoby dotknięte chorobą, ale również na ich opiekunów, rodziny, przyjaciół i szerszą społeczność. Osoby, u których dana choroba nie występuje, ale prezentują inne cechy wspólne dla grupy stygmatyzowanej mogą również doświadczać stygmatyzacji.



Obecna epidemia COVID-19 wywołała stygmatyzację społeczną oraz zachowania dyskryminujące wobec osób o określonym pochodzeniu etnicznym, a także tych, które postrzegane są jako osoby, które mogły mieć kontakt z wirusem.

### DLACZEGO COVID-19 POWODUJE TAK DUŻĄ STYGMATYZACJĘ?

Stopień stygmatyzacji społecznej obserwowanej w związku z epidemią COVID-19 spowodowany jest trzema głównymi czynnikami: 1) choroba jest nowa z czym wiąże się wiele niewiadomych; 2) często boimy się nieznanego; i 3) bardzo łatwo jest powiązać ten lęk z osobami spoza naszej społeczności, tzw. "innymi".

Poczucie zagubienia, zagrożenia i strachu w społeczeństwie jest zrozumiałe. Niestety czynniki te podsycają szkodliwe stereotypy.

### JAKIE SĄ SKUTKI STYGMATYZACJI?

Stygmatyzacja może podważyć spójność społeczną i spowodować możliwą izolację wybranych grup społecznych, co w konsekwencji doprowadzi do sytuacji, w której wirus będzie miał ułatwioną drogę do

---

<sup>1</sup> Lista kontrolna zawiera rekomendacje Johns Hopkins Center for Communication Programs, READY Network.

rozprzestrzeniania się. Niestety te czynniki mogą powodować zaostrzenie istniejących problemów zdrowotnych i trudności w kontrolowaniu przebiegu epidemii.

Stygmatyzacja może:

- Zachęcać ludzi do ukrywania objawów choroby, aby uniknąć negatywnych skutków dyskryminacji
- Zniechęcać do szukania natychmiastowej pomocy medycznej
- Odwodzić od podejmowania zachowań prozdrowotnych

## ODPOWIEDŹ NA STYGMATYZACJĘ SPOŁECZNĄ

Dowody jednoznacznie wskazują, że stygmatyzacja i strach związane z chorobami zakaźnymi utrudniają podjęcie odpowiednich kroków zaradczych. Tymczasem koniecznym działaniem jest budowanie zaufania do ochrony zdrowia, udzielanie właściwych porad, okazywanie empatii osobom dotkniętym chorobą, promowanie zrozumienia samej choroby i stosowania skutecznych, praktycznych środków prewencyjnych, w celu zapewnienia bezpieczeństwa sobie i bliskim.

Sposób, w jaki komunikujemy się, mówiąc o COVID-19, ma kluczowe znaczenie dla wsparcia, w podejmowaniu skutecznych działań w celu zwalczania choroby i unikania podsycania strachu i stygmatyzacji. Należy stworzyć środowisko, w którym choroba i związane z nią problemy mogą być omawiane i rozwiązywane w sposób otwarty, uczciwy i skuteczny.

Oto kilka wskazówek, jak poradzić sobie ze stygmatyzacją społeczną i uniknąć jej narastania:

1. Słowa mają znaczenie: co wolno mówić, a czego nie mówić na temat nowego koronawirusa (COVID-19);
2. Postępuj właściwie: proste pomysły, aby przeciwstawić się stygmatyzacji społecznej;
3. Wskazówki jak się komunikować i budować przekaz.

## SŁOWA MAJĄ ZNACZENIE:

Określone słowa, jak i cały język używany w odniesieniu do epidemii koronawirusa (np. podejrzany przypadek, izolacja...), mogą mieć negatywny wydźwięk i tym samym mogą wzmacniać istniejące postawy stygmatyzujące. Język, którym się posługujemy może utrwalać obecne w dyskursie publicznym negatywne stereotypy lub błędne założenia, wzmacniać fałszywe skojarzenia łączące chorobę z innymi czynnikami, wywołać powszechny strach lub odczłowieczyć tych, którzy chorują.

Może również zniechęcać ludzi do poddania się badaniom kontrolnym, proponowanej terapii czy wymaganej kwarantannie. Zalecamy, aby wszystkie kanały komunikacji, włącznie z mediami, skoncentrowały się na założeniu, że "przede wszystkim liczy się człowiek", i wypowiadały się w sposób zapewniający szacunek i upodmiotowienie. Słownictwo używane w mediach jest szczególnie istotne ze względu na wpływ jaki wywiera na kształtowanie się nawyków językowych w mowie potocznej i wypowiedzi na temat nowego koronawirusa (COVID-19). Negatywny przekaz może mieć ogromny wpływ na to, jak ludzie podejrzewani o zakażenie nowym koronawirusem (COVID-19), pacjenci, ich rodziny, a także dotknięte nim społeczności są postrzegane i leczone.

Istnieje wiele konkretnych przykładów tego, w jaki sposób odpowiednie użycie integrującego języka i mniej stygmatyzującej terminologii może pomóc w zwalczaniu kontrolowaniu epidemii i pandemii wywołanych przez HIV, gruźlicę i wirusa grypy H1N1.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Wytyczne UNAIDS dotyczące terminologii: od „ofiary AIDS” po „osoby żyjące z HIV”; od „walki z AIDS” po „reakcję na AIDS”.

## co MÓWIĆ, a czego NIE MÓWIĆ

Poniżej przedstawiamy zalecenia, co można MÓWIĆ a czego NIE MÓWIĆ na temat nowego koronawirusa (COVID-19):

**MÓW** - rozmawiaj na temat nowej choroby koronawirusowej (COVID-19)

**NIE MÓW** - nie łącz miejsc lub pochodzenia etnicznego zakażonych osób z samą chorobą. To nie jest „Wirus Wuhan”, „Wirus Azjatycki”.

Oficjalna nazwa choroby została specjalnie wybrana w sposób pozwalający uniknąć stygmatyzacji - „co” to korona, „vi” to wirus, a „d” to choroba (z ang. disease), 19 ponieważ choroba pojawiła się w roku 2019.

**MÓW** - o „osobach, które mają COVID-19”, „osobach, które są leczone na COVID-19”, „osobach, które zdrowieją po COVID-19” lub „osobach, które zmarły po zakażeniu się wirusem COVID-19”.

**NIE MÓW** - nie odnoś się do osób z chorobą jako „przypadków COVID-19” lub „ofiar”.

**MÓW** - o „osobach, które mogą mieć COVID-19”, lub o „domniemyanych osobach, które mogą mieć COVID-19”.

**NIE MÓW** - o „podejrzanych o COVID-19” lub „podejrzanych przypadkach”

**MÓW** - o ludziach, którzy „dostali” lub „zakazili się” COVID-19

**NIE MÓW** - o ludziach, którzy „przenoszą COVID-19”, „zakazają innych” lub „rozprzestrzeniają wirusa”, ponieważ sugeruje to celową transmisję i przypisuje winę. Używanie terminologii kryminalizującej lub odczłowieczającej stwarza wrażenie, że osoby z chorobą w jakiś sposób zrobiły coś złego lub są mniej ludzkie niż reszta z nas. Podsyca stygmatyzację, osłabia empatię i potencjalnie wzmacnia niechęć do szukania pomocy, leczenia lub udziału w badaniach przesiewowych, testach i kwarantannie.

**MÓW** - mów dokładnie o ryzyku związanym z COVID-19, opierając się na danych naukowych i najnowszych oficjalnych poradach na temat zdrowia.

**NIE MÓW** - nie powtarzaj, nie dziel się niepotwierdzonymi plotkami i unikaj języka hiperbolicznego wykorzystującego słowa, takie jak „plaga”, „apokalipsa” itp. do podsycania atmosfery strachu.

**MÓW** - mów pozytywnie i podkreślaj skuteczność środków zapobiegawczych i leczniczych. Dla większości ludzi jest to choroba, którą można pokonać. Istnieją proste kroki, które wszyscy możemy podjąć, aby zapewnić bezpieczeństwo nas samych, naszych bliskich i osób najbardziej narażonych na ryzyko zakażenia.

**NIE MÓW** - nie podkreślaj i nie rozpamiętuj negatywnych wiadomości o zagrożeniu. Musimy współpracować, aby zapewnić bezpieczeństwo najbardziej narażonym osobom.

**MÓW** - o skuteczności stosowania środków ochronnych zapobiegających zakażeniu nowym koronawirusem; mów także o skuteczności wczesnego badania przesiewowego, testów i leczenia.

## POSTĘPUJ WŁAŚCIWIE:

Rządy państw, przedstawiciele mediów, wpływowe osoby, poszczególni obywatele i lokalne społeczności mają do odegrania ważną rolę w zapobieganiu i zaniechaniu piętnowania osób pochodzących z Azji, a w szczególności z Chin. Informacje, które przekazujemy poprzez media społecznościowe i inne platformy komunikacyjne muszą być celowe i przemyślane, i podkreślać wsparcie wobec osób narażonych na kontakt z nową chorobą koronawirusową (COVID-19).

Oto kilka przykładów i wskazówek na temat możliwego przeciwdziałania postawom stygmatyzującym:

- Informowanie o faktach: Stygmatyzacja może zostać wzmocniona poprzez niewystarczającą wiedzę na temat przenoszenia i leczenia nowej choroby koronawirusowej (COVID-19) oraz metod zapobiegania infekcji. Wobec tego, należy położyć szczególny nacisk na gromadzenie, konsolidację i rozpowszechnianie rzetelnych informacji, dotyczących danego kraju i społeczności, na temat obszarów dotkniętych epidemią, indywidualnej i grupowej podatności na COVID-19, możliwych opcji leczenia w danym regionie oraz miejsc, gdzie można uzyskać dostęp do opieki zdrowotnej i sprawdzonych informacji. Używaj prostego języka i unikaj terminologii klinicznej. Media społecznościowe umożliwiają dotarcie z informacjami dotyczącymi zdrowia do dużej liczby osób, przy stosunkowo niskich kosztach.<sup>3</sup>
- Zaangażuj osoby wpływowe w danej społeczności<sup>4</sup>, takie jak przywódcy religijni, do wywołania refleksji na temat ludzi piętnowanych i możliwości ich wspierania, lub znane i szanowane osoby publiczne znajdujące się w kręgu zainteresowań mediów do wzmocnienia pozytywnego przekazu zmniejszającego stygmatyzację. Informacje powinny być dobrze ukierunkowane, a postaci życia publicznego proszone o ich przekazanie muszą być osobiście zaangażowane w sprawę, a także odpowiednio dobrane pod względem geograficznym i kulturowym do odbiorców, na których chcą wpływać. Przykładem może być burmistrz (lub inna wpływowa osoba) obecna w mediach społecznościowych i podająca rękę liderowi chińskiej społeczności.
- Wzmocnij głos, historie i obrazy osób z lokalnej społeczności, które były zakażone nowym koronawirusem (COVID-19) i wyzdrowiały, a także tych, którzy wspierali bliskie osoby w rekonwalescencji, aby podkreślić, że większość ludzi po zachorowaniu na COVID-19 wraca do zdrowia. Ponadto weź udział we wdrażaniu kampanii pokazującej „bohaterów” - opiekunów i pracowników ochrony zdrowia, którzy mogą być z powodu kontaktu z wirusem stygmatyzowani. Wolontariusze również odgrywają wielką rolę w zmniejszaniu stygmatyzacji społecznej.
- Upewnij się, że przedstawiłeś różne grupy etniczne. Wszystkie materiały powinny wykazywać wpływ wirusa na różne społeczności, które ze sobą współpracują, aby zapobiec rozprzestrzenianiu się COVID-19. Upewnij się, że czcionki, symbole i formaty są neutralne i nie sugerują żadnej konkretnej grupy.

---

<sup>3</sup> Nigeria skutecznie powstrzymała epidemię eboli w 2014 r., która dotknęła trzy inne kraje Afryki Zachodniej, częściowo poprzez zastosowanie ukierunkowanych kampanii w mediach społecznościowych w celu rozpowszechniania dokładnych informacji i korygowania fałszywych wiadomości rozpowszechnianych na Twitterze i Facebooku. Interwencja była szczególnie skuteczna, ponieważ międzynarodowe organizacje pozarządowe (NGO), osoby znane z mediów społecznościowych, gwiazdy i blogerzy wykorzystali swoje platformy do przekazywania i dzielenia się informacjami i opiniami dotyczącymi zdrowia. 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> Termin „efekt Angeliny Jolie” został wymyślony przez naukowców zajmujących się komunikacją w dziedzinie zdrowia publicznego w celu uwzględnienia zwiększonego wyszukiwania w Internecie genetyki raka piersi i badań, przez kilka lat po 2013 r. Aktorka Angelina Jolie profilaktycznie przeszła podwójną mastektomię, o czym często donoszą media. „Efekt” sugeruje, że poparcie zaufanych celebrytów może skutecznie wpływać na opinię publiczną, w celu poszukiwania wiedzy na temat zdrowia, ich postawy wobec świadczeń zdrowotnych i korzystania z nich w obliczu epidemii COVID-19.

- Etyczne dziennikarstwo: Dziennikarstwo, które nadmiernie koncentruje się na indywidualnym zachowaniu i odpowiedzialności pacjentów za nosicielstwo i „rozprzestrzenianie COVID-19”, może zwiększyć stygmatyzację ludzi, którzy potencjalnie mogą być chorzy. Niektóre media koncentrowały się dotychczas na spekulacjach na temat źródła COVID-19, próbując zidentyfikować „pacjentów zero” w każdym kraju. Również nadmierne podkreślanie wysiłków zmierzających do znalezienia szczepionki i nowych sposobów leczenia może zwiększyć strach i sprawić wrażenie, że jesteśmy obecnie bezsilni i nie możemy powstrzymać infekcji. Zamiast tego promuj treści o podstawowych i skutecznych działaniach zapobiegających zakażeniom, a także informujące o objawach COVID-19 oraz kiedy należy szukać pomocy w placówkach opieki zdrowotnej.
- Zjednoczenie: Istnieje szereg inicjatyw mających na celu rozwiązanie problemu stygmatyzacji i stereotypów obecnych w życiu publicznym. Kluczowe jest połączenie tych działań, aby zbudować ruch i pozytywne środowisko, które wszystkim okaże troskę i empatię.

## WSKAZÓWKI DOTYCZĄCE KOMUNIKACJI I KONSTRUOWANIA PRZEKAZU

„Infodemia” dezinformacji i plotek rozprzestrzenia się szybciej niż nowy koronawirus (COVID-19). Przyczynia się to do narastania negatywnych zjawisk, w tym stygmatyzacji i dyskryminacji osób z obszarów dotkniętych epidemią. Potrzebujemy zbiorowej solidarności i jasnych, rzetelnych, praktycznych informacji, aby wspierać społeczności i osoby dotknięte nowym wirusem.

Błędne przekonania, pogłoski i dezinformacja przyczyniają się do stygmatyzacji i dyskryminacji, które utrudniają działania podejmowane w celu zwalczania epidemii COVID-19.

- Koryguj błędy, jednocześnie przyjmując, że uczucia ludzi i ich późniejsze zachowania są bardzo prawdziwe, nawet jeśli leżące u ich podstaw założenie jest fałszywe.
- Promuj znaczenie działań prewencyjnych, ratujących życie, wczesnych badań przesiewowych i leczenia.

Potrzebna jest zbiorowa solidarność i globalna współpraca, aby zapobiec dalszej transmisji wirusa i rozwiązać obawy społeczności.

- Używaj życzliwej narracji i dziel się historiami, które humanizują doświadczenia i zmagania osób lub grup dotkniętych nowym koronawirusem (COVID-19)
- Przekazuj wyrazy wsparcia i zachęty tym, którzy są na pierwszej linii frontu walki z epidemią (pracownicy ochrony zdrowia, wolontariusze, liderzy społeczności itp.).

Fakty, a nie strach, powstrzymają rozprzestrzenianie się nowego koronawirusa (COVID-19).

- Dziel się faktami i dokładnymi, rzetelnymi i praktycznymi informacjami na temat choroby.
- Rzuć wyzwanie mitom i stereotypom.
- Starannie dobieraj słowa. Sposób, w jaki się komunikujemy, może wpływać na postawy innych (patrz powyżej: MÓW i NIE MÓW).

Źródło:

[https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/covid19-stigma-guide.pdf?sfvrsn=226180f4\\_2](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/covid19-stigma-guide.pdf?sfvrsn=226180f4_2)

Zaktualizowane: 24 luty 2020 - Wersja polska: Jakub Bił, Anna Szczegielniak

© Światowa Organizacja Zdrowia 2020