

## PRACE ORYGINALNE • ORIGINAL PAPERS

## Mass media w promocji zdrowego stylu życia

## Mass media in the promotion of healthy style of life

MAŁGORZATA CUPIAŁ<sup>1, A-F</sup>, AGNIESZKA MASTALERZ-MIGAS<sup>2, 3, D, E</sup><sup>1</sup> Powiatowe Centrum Medyczne w Wołowie Sp. z o.o.<sup>2</sup> Katedra i Zakład Medycyny Rodzinnej Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu<sup>3</sup> Instytut Pielęgniarstwa Państwowej Medycznej Wyższej Szkoły Zawodowej w Opolu

A – przygotowanie projektu badania, B – zbieranie danych, C – analiza statystyczna, D – interpretacja danych, E – przygotowanie maszynopisu, F – opracowanie piśmiennictwa, G – pozyskanie funduszy

**Streszczenie Wstęp.** Współczesny człowiek nie wyobraża sobie życia bez mass mediów. I mimo że dla dzieci są one przede wszystkim pewną formą rozrywki, pełnią również ważną funkcję edukacyjną – rozwijają słownictwo, myślenie przyczynowo-skutkowe, dostarczają wielu pomysłów. Dodatkowo dzięki mass mediom zauważalny jest wzrost stopnia przyswojenia wiedzy, oszczędności czasu, tempa uczenia się oraz zakresu przyswojonej wiedzy. Umiejętne wykorzystanie środków masowego przekazu może w znacznym stopniu przyczynić się do aktywnej promocji pozytywnych zachowań zdrowotnych na szeroką skalę. Wzorce ukazywane w mass mediach zostaną chętniej przyjęte i będą łatwiej naśladowane, jeśli zostaną spełnione pewne warunki. Nie należy jednak zapominać, że oprócz mass mediów równie ważna jest edukacja ze strony rodziny i szkoły.

**Materiał i metody.** Dobrowolnie i anonimowo w badaniu z użyciem autorskiego kwestionariusza ankietowego wzięło udział 134 uczniów szkoły podstawowej w Wołowie.

**Wyniki.** Ponad 50% badanych jako główne źródło informacji na temat zdrowia wskazuje rodzinę. Mass media, wśród których najbardziej wiarygodnym medium okazał się Internet, zajmują trzecią pozycję. Dla blisko 60% uczniów o skuteczności danego przekazu decyduje przede wszystkim głos. Wraz z wiekiem badani za równie skuteczny sposób przekazu informacji uważają przekaz wzbudzający w odbiorcy poczucie lęku.

**Wnioski.** Połączenie trzech elementów, tj. mass mediów, rodziny i szkoły, jest kluczowym sposobem na promocję zdrowego stylu życia wśród dzieci.

**Słowa kluczowe:** mass media, promocja zdrowia, dzieci, rodzina.

**Summary Background.** Modern person can't imagine his life without mass media. First of all for children they are some kind of entertainment but they also perform a very important role in education – they evolve a vocabulary, casual and result thinking, provide a lot of ideas. Beside that mass media increase knowledge, save time, increase pace of learning and assimilate knowledge spectrum. Skillful productivity of mass media can significantly contribute to active promotion of positive health behaviours to a large extent. Standards that can be watched in mass media would become better accepted and easier imitated if they meet some conditions. Besides mass media education, family and school education is important too.

**Material and methods.** 134 pupils from a primary school in Wołów took part in voluntary and anonymous questionnaire made by the authors.

**Results.** For 50% respondents a family is the main source of information connected with health. The mass media are on the third position in which the most reliable medium is the internet. 60% pupils think that voice is the most effective element in communication. With the increasing age, children think also that an equally effective way to pass on information is message which arouse some kind of fear in a recipient group.

**Conclusions.** A combination of the following three elements it means mass media, family and school is a fundamental method in the promotion of healthy style of life among children.

**Key words:** mass media, health promotion, children, family.

## Wstęp

Liczne badania wykazują, że dzięki takim środkom przekazu, jak TV, radio, prasa czy Internet, zauważalny jest wzrost stopnia przyswojenia wiedzy o 50%, oszczędności czasu o 38–70%, tempa uczenia się o 60% oraz zakresu przyswojonej wiedzy o 25–50%. Promując zdrowy styl życia przez mass media, należy zwrócić uwagę odbiorcy na konsekwencje zachowań antyzdrowotnych. Warto wykorzystać wówczas ich funkcję propagandową, tj. dostarczyć gotowych sądów, lub edukacyjną, tj. upowszechnić wiedzę. By komunikat utrwalił się w pamięci, musi być powtarzany przez dłuższy okres. Ponadto jednostka powinna utożsamiać się z nim na tyle mocno, by odniosła wrażenie, że jest kierowany specjalnie dla niej. Wykorzystać można także modę. Wiele audycji prowadzonych jest z udziałem znanych osób publicznych bądź autorytetów, którzy zachęcają do najnowszych trendów z zakresu dbania o zdrowie. Odbiorcy mając możliwość czynnego udziału w takich dyskusjach, łatwiej przyswajają wiedzę i są bardziej podatni na zmianę dotych-

czasowych zachowań. Warto przy tym podkreślić, że najsilniej na odbiorcę wpływa przekaz audiowizualny. Najsukcesowniejszy jest wówczas, gdy opiera się na strachu, jednak nie przeraża zbyt mocno. Należy unikać gróźb, a doradzać w jaki sposób poradzić sobie z zagrożeniem. Argumenty powinny odwoływać się do poniesionych strat wynikających z braku zmiany zachowań zdrowotnych [1, 2].

Telewizja kreuje atrakcyjną, odrealnioną rzeczywistość, na którą podatne są przede wszystkim dzieci. I mimo iż traktują ją jako pewną formę rozrywki, spełnia wobec nich ogromną rolę edukacyjną – zaspokajają ciekawość poznawczą, rozwijają słownictwo, dostarcza pomysłów, rozwijają myślenie przyczynowo-skutkowe. Przyrost ten jest tym większy, im szybciej dziecko zaczyna korzystać z programów edukacyjnych, a im bardziej realistyczny jest bohater, tym większe prawdopodobieństwo przejęcia jego zachowań. Dowiedziono bowiem, że dzieci młodsze uczą się najwięcej z programów, które im się podobają, 9-latki – z pozbawionych przemocy, zaś 11-latki – z programów bez przemocy oraz z drastycznymi scenami. W kolorowych magazynach

poszukują gotowych porad oraz trendów. W Internecie oraz radio na tematykę zdrowotną trafiają zazwyczaj przypadkowo i nie słuchają jej, gdyż wymaga to uwagi oraz uruchomienia wyobraźni [3].

Mass media nie mogą być zatem jedynym źródłem oddziaływania na zmianę zachowań. Równie ważny jest bezpośredni kontakt i edukacja, zarówno ze strony rodziny, jak i szkoły. Działając oddzielnie nie są one w stanie odpowiednio wyedukować dzieci.

## Cel pracy

Celem pracy było zbadanie, skąd dzieci czerpią informacje na temat zdrowia, który sposób przekazu informacji jest ich zdaniem najskuteczniejszy, które media są najbardziej wiarygodne oraz jakie elementy komunikacji decydują o jej skuteczności.

## Materiał i metody

Badanie przeprowadzono za pomocą autorskiego kwestionariusza ankietowego zawierającego 16 pytań zasadniczych. By mieć pewność, że będą one zrozumiałe, wykonano badanie pilotażowe na niewielkiej grupie 10-latków. Ostatecznie badaną grupę stanowiło 134 uczniów szkoły podstawowej w Wołowie w wieku od 10. do 12. r.ż.

## Wyniki

Ponad 50% badanych w każdym przedziale wiekowym informacje na temat zdrowia uzyskuje przede wszystkim od rodziny. Drugie miejsce zajmuje szkoła, trzecie – mass media. Wśród odpowiedzi „inne” wymieniano głównie lekarzy. Wyniki przedstawiono w tabeli 1.

	10-latki	11-latki	12-latki
Mass media	16%	17%	19%
Rodzina	55%	57%	50%
Znajomi	0%	2%	0%
Szkoła	25%	19%	27%
Inne	5%	5%	4%

Według literatury, najskuteczniejszy przekaz informacji przyczyniający się do zmiany zachowań to taki, który wzbudza w odbiorcy poczucie lęku. Innego zdania są badani. Blisko 70% każdej grupy wiekowej wskazywało na przekaz bez wzbudzania lęku. Zauważyć można jednak, że wraz z wiekiem opinia ta ulega zmianie – uczniowie skłaniają się bardziej ku przekazom medialnym wzbudzającym poczucie lęku. Zebrane dane przedstawia tabela 2.

Mimo iż TV spełnia główną rolę edukacyjną i najsilniej oddziałuje na odbiorcę, za najbardziej wiarygodne medium uznano Internet, za najmniej – radio (tab. 3).

## Piśmiennictwo

1. Maliszewski WJ. *Media a postawy prozdrowotne – metody i techniki wpływu mediów na zachowania człowieka w aspekcie jego zdrowia*. W: *Media – komunikacja: zdrowie i psychologia*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek; 2007: 27, 30–31, 33, 37.
2. Wasilewska M, Pajkert A. *Telerecepta na zdrowie, czyli problem przekazu i odbioru komunikatów dotyczących zdrowia (zdrowie dzieci)*. W: *Media – komunikacja: zdrowie i psychologia*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek; 2007: 93, 95.
3. Gulczyńska A, Jankowiak B. *Media a zachowania zdrowotne dzieci i młodzieży*. W: *Media – komunikacja: zdrowie i psychologia*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek; 2007: 60–64.

Adres do korespondencji:

Mgr Małgorzata Cupiał

Rynek 29/3, 56-100 Wołów

Tel. 667 502-605, E-mail: m\_cupial@wp.pl

Tabela 2. Skuteczniejszy sposób przekazu informacji w opinii badanych

	10-latki	11-latki	12-latki
Zrozumiały bez wzbudzania lęku	73%	67%	60%
Zrozumiały i wzbudzający lęk	27%	33%	40%

Tabela 3. Najbardziej wiarygodne medium

	10-latki	11-latki	12-latki
Internet	34%	52%	50%
Telewizja	27%	26%	23%
Radio	12%	12%	8%
Prasa	27%	10%	19%

Na skuteczność danego przekazu składa się wiele elementów. Badani bezspornie za najważniejszy uznali głos mówcy. Dla 10-latków równie ważny był dobór słów oraz wzmocnienia, dla 11-latków – kontakt wzrokowy oraz wzmocnienia, zaś dla 12-latków – kontakt z odbiorcą i dobór słów. Wyniki przedstawia tabela 4.

Tabela 4. Elementy komunikacji a ich wpływ na skuteczność przekazu

	10-latki	11-latki	12-latki
Głos	59%	69%	60%
Dobór słów	36%	17%	38%
Kontakt z odbiorcą	27%	36%	42%
Stosowanie przykładów	27%	19%	27%
Kontakt wzrokowy	27%	55%	29%
Postawa ciała	23%	14%	8%
Gestykulacja	14%	2%	15%
Zaangażowanie mówcy	16%	17%	29%
Wzmocnienia (zdjęcia, muzyka)	34%	43%	35%

## Wnioski

1. Rodzina pełni zasadniczą rolę w promocji zdrowego stylu życia. Szkoła i mass media są jedynie uzupełnieniem.
2. Przekazując informacje na temat zdrowia, warto wzbudzać w odbiorcy poczucie lęku – wraz z wiekiem dzieci uważają takie komunikaty za bardziej skuteczne. Wykorzystać można do tego Internet, najbardziej wiarygodne medium.
3. Najważniejszymi elementami komunikacji są: głos, dobór słów, kontakt oraz wzmocnienia.

Praca wpłynęła do Redakcji: 15.02.2013 r.

Po recenzji: 10.03.2013 r.

Zaakceptowano do druku: 25.03.2013 r.