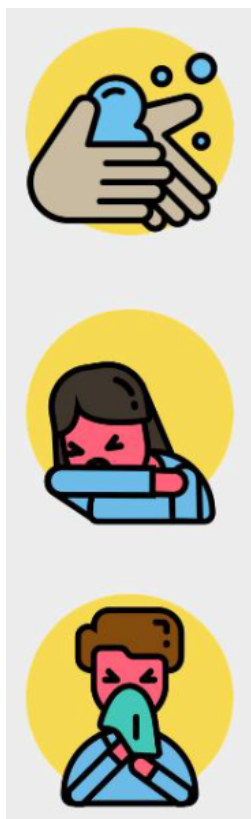


Соціальна стигма, пов'язана з COVID-19



Посібник із запобігання та подолання соціальної стигми¹

Цільова аудиторія: уряд, засоби масової інформації та місцеві організації, які працюють над подоланням нової коронавірусної хвороби (COVID-19).

ЩО ТАКЕ СОЦІАЛЬНА СТИГМА?

Соціальна стигма в контексті здоров'я – це негативна асоціація з людиною або групою людей, які поділяють певні характеристики, та конкретним захворюванням. В умовах спалаху це може означати, що на людей вішають ярлики, до них застосовують стереотипи, їх дискримінують, відокремлюють. Вони можуть пережити втрату статусу через те, що їх пов'язують із захворюванням.

Таке ставлення може негативно позначитися на тих, хто має захворювання, а також на тих, хто за ними доглядає, на сім'ї, друзях та громаді. Люди, які не мають захворювання, але поділяють інші характеристики з цією групою, також можуть страждати від стигми.

Поточний спалах COVID-19 спровокував появу соціальної стигми та дискримінаційної поведінки щодо людей певного етнічного походження, а також усіх, хто, як вважається, мав контакт з вірусом.

ЧОМУ COVID-19 СПРИЧИНЯЄ СТИГМИ?

Рівень стигми, що пов'язана із COVID-19, ґрунтується на трьох основних факторах: 1) це захворювання, яке є новим, і про яке ще не все відомо; 2) люди часто бояться невідомого; і 3) люди легко пов'язують цей страх із «іншими».

Зрозуміло, що серед громадськості виникають розгубленість, тривога та страх. На жаль, ці фактори також підживлюють шкідливі стереотипи.

ЯК ВПЛИВАЄ СТИГМА?

Стигма може підривати соціальну згуртованість та спонукати до можливої соціальної ізоляції певних груп, що може сприяти ситуації, коли поширення вірусу не зменшується, а збільшується. Це може призвести до більш серйозних проблем зі здоров'ям та труднощів з контролем спалаху епідемії.

Стигма може:

- Спонукати людей приховувати хворобу, щоб уникнути дискримінації
- Завадити людям негайно звертатися за медичною допомогою
- Завадити їм призвичаїтись до здорової поведінки

¹ Ця пам'ятка включає рекомендації Центру комунікацій ім. Джона Гопкінса, READY Network.

ЯК ВИРІШУВАТИ ПРОБЛЕМИ, ПОВ'ЯЗАНІ З СОЦІАЛЬНОЮ СТИГМОЮ

Факти чітко показують, що стигма та страх перед інфекційними хворобами перешкоджають реагуванню. Вибудова довіри до надійних медичних послуг та консультацій, прояв співчуття до тих, хто захворів, розуміння самої хвороби та застосування ефективних, практичних заходів в даному випадку дає найкращі результати. Таким чином люди можуть зберегти себе та своїх близьких.

Те, як ми спілкуємось про COVID-19, має вирішальне значення в підтримці людей щодо ефективних дій в подоланні хвороби та в униканні підігрівання страху та стигми. Необхідно створити середовище, в якому хворобу та її вплив можна обговорювати та висвітлювати відкрито, чесно та ефективно.

Ось кілька порад щодо уникнення поглиблення проблем, що пов'язані із соціальною стигмою, та їх вирішення:

1. [Слова мають значення](#): що можна і не можна говорити про новий коронавірус (COVID-19)
2. [Зробіть свій внесок](#): прості ідеї для позбавлення стигми
3. [Поради і повідомлення для спілкування](#).

СЛОВА МАЮТЬ ЗНАЧЕННЯ:

Коли ми говоримо про коронавірусну хворобу, то певні слова (наприклад, «підозрюваний випадок», «ізоляція»...) та характер мовлення можуть мати негативне значення для певних людей та підживлювати стигматизуюче ставлення. Вони можуть заважати зникненню негативних стереотипів або припущень, посилювати помилкові асоціації між хворобою та іншими факторами, розповсюджувати страх, знеособлювати тих, хто має захворювання.

Це може відштовхнути людей від перевірки, тестування та карантину. Ми рекомендуємо використовувати мову, характер якої відповідає підходу «спочатку людина». Така мова виражає поважне ставлення і висловлює підтримку всім людям по всіх каналах спілкування, включаючи засоби масової інформації. Лексика, що використовується в засобах масової інформації, є особливо важливою, оскільки вона формує загальнопоширену мову та спілкування про новий коронавірус (COVID-19). Негативне висвітлення може вплинути на сприйняття та лікування людей, у котрих підозрюють наявність нового коронавірусу (COVID-19), пацієнтів та членів їх сімей, а також уражених спільнот.

Існує багато конкретних прикладів того, як використання інклюзивної мови та менш стигматизуючої термінології може допомогти у боротьбі з епідеміями та пандеміями ВІЛ, туберкульозу та грипу H1N1².

Що можна та не можна робити

Нижче наведені деякі приклади того, що можна та не можна робити, говорячи про нову коронавірусну хворобу (COVID-19):

МОЖНА – говорити про нову коронавірусну хворобу (COVID-19)

Не можна – прикріплювати локацію або етнічну приналежність до хвороби, це не «Уханський вірус», «китайський вірус» або «азіатський вірус». Офіційна назва хвороби була свідомо обрана, щоб уникнути стигматизації: «Co» означає корона, «vi» – вірусна, «d» – хвороба, а цифра 19 була обрана тому, тому що це захворювання з'явилося в 2019 р.

² [Термінологічні настанови UNAIDS](#): від «жертв СНІДу» до «людей, які живуть з ВІЛ»; від «боротьби проти СНІДу» до «заходів реагування у зв'язку зі СНІД».

МОЖНА – говорити про «людей, які мають COVID-19», «людей, які лікуються від COVID-19», «людей, які одужують від COVID-19» або «людей, які померли після зараження COVID-19»

Не можна – називати людей із захворюванням як «випадки COVID-19» або «жертви»

МОЖНА - говорити про «людей, які можуть мати COVID-19» або «людей, які ймовірно мають COVID-19»

Не можна – говорити про «підозрюваних» або «підозрювані випадки».

МОЖНА – говорити про людей, які «набули» або «заразилися» COVID-19

Не можна – говорити про людей, які «передають COVID-19», «заражають інших» або «поширюють вірус», оскільки це передбачає навмисну передачу і покладає на них вину.

Використання термінології, що криміналізує або знеособлює, створює враження, що ті, хто мають хворобу, якимось чином зробили щось не так або менш людяні, ніж решта з нас; це живить стигму, підриває емпатію і, можливо, поширює небажання лікуватися або відвідувати скринінги, тестування та знаходитися в умовах карантину.

МОЖНА – достовірно говорити про ризик від COVID-19, ґрунтуючись на наукових даних та останніх офіційних порадах щодо здоров'я.

Не можна – повторювати чи розповсюджувати непідтверджені чутки. Треба уникати використання гіперболізованих слів, що призначені викликати страх, таких, як "чума", "апокаліпсис" тощо.

МОЖНА – говорити позитивно та підкреслювати ефективність заходів профілактики та лікування. Для більшості людей це захворювання, яке вони можуть перемогти. Існують прості кроки, які ми можемо зробити, щоб зберегти себе, своїх близьких та найуразливіших людей.

Не можна – підкреслювати чи зупинятися на негативі чи повідомленнях про загрозу. Нам потрібно працювати разом, щоб захистити тих, хто є найбільш уразливими.

МОЖНА – підкреслювати ефективність прийняття заходів для запобігання зараження новим коронавірусом, а також раннього скринінгу, тестування та лікування.

ЗРОБІТЬ СВІЙ ВНЕСОК:

Уряди, громадяни, засоби масової інформації, ключові впливові особи та спільноти відіграють важливу роль у запобіганні та припиненні розповсюдження стигми, що оточує людей з Китаю та Азії в цілому. Усі ми повинні заздалегідь обдумувати свої слова, спілкуючись у соціальних медіа та інших комунікаційних платформах, демонструючи підтримуючу поведінку навколо нової коронавірусної хвороби (COVID-19).

Ось декілька прикладів та порад для протидії стигматизації поглядів:

- **Розповсюдження фактів:** Стигму може посилити брак знань про те, як передається та лікується нова коронавірусна хвороба (COVID-19) та як запобігти зараженню. У відповідь, надайте пріоритет збору, систематизації та розповсюдженню точної інформації, що відображає специфіку конкретної країни та громади, про уражені райони, індивідуальну та групову чутливість до COVID-19, варіанти лікування та доступ до медичної допомоги та інформації. Використовуйте просту мову і

уникайте клінічних термінів. Соціальні медіа корисні для того, щоб охопити велику кількість людей та інформувати їх про здоров'я при відносно низьких витратах.³

- **Залучення соціально-впливових осіб**⁴ наприклад, релігійних лідерів, що спонукають до роздумів про стигматизованих людей та про те, як їх підтримати, або шанованих знаменитостей для посилення повідомлень, що зменшують стигму. Інформація повинна бути чітко націленою, а знаменитостей, яких просять повідомити цю інформацію, слід особисто залучити, та забезпечити географічну та культурну відповідність аудиторії, на яку вони прагнуть впливати. Прикладом може бути міський голова (або інший ключовий фахівець), який, під час трансляції в соціальних мережах, потискує руку лідеру китайської громади.

- **Посилення голосів**, поширення історій та образів місцевих людей, які пережили новий коронавірус (COVID-19) та одужали або підтримали кохану людину на шляху до одужання, щоб підкреслити, що більшість людей одужують від COVID-19. Крім того, проведення кампанії по висвітленню "героїв" та вшануванню доглядачів та медичних працівників, які також можуть піддаватися стигматизації. Громадські волонтери також відіграють велику роль у зниженні стигматизації в громадах.

- **Обов'язково зображуйте різні етнічні групи.** Усі матеріали повинні показувати, що різні спільноти зазнають впливу COVID-19 та спільно працюють заради запобігання поширенню вірусу. Переконайтеся, що шрифти, символи та формати є нейтральними та не натякають на будь-яку конкретну етнічну групу.

- **Етична журналістика:** Висвітлення подій, занадто зосереджене на індивідуальній поведінці та відповідальності пацієнтів за наявність та «розповсюдження COVID-19», може посилити стигматизацію людей, які можуть мати захворювання. Наприклад, деякі ЗМІ зосереджувались на роздумах над джерелом COVID-19, намагаючись визначити "нульового пацієнта" у кожній країні. Зосереджуючи увагу на пошуку вакцини та лікуванні, можна посилити страх та створити враження, що зараз ми не в змозі зупинити інфекцію. Натомість рекомендується висвітлювати інформацію щодо основних методів профілактики інфекцій, симптомів COVID-19 та у яких випадках треба звернутися за медичною допомогою.

- **Єднання:** Існує ряд ініціатив щодо вирішення проблем, пов'язаних зі стигматизацією та поширенням стереотипів. Ключовим моментом є об'єднання цих заходів, з метою створення єдиного руху і позитивного середовища, яке показує турботу та співпереживання для всіх.

ПОРАДИ І ПОВІДОМЛЕННЯ ДЛЯ СПІЛКУВАННЯ

"Інфодемія" дезінформації та чуток поширюється швидше, ніж поточний спалах нового коронавірусу (COVID-19). Це сприяє негативному впливу, включаючи стигматизацію та

³ Нігерія успішно стримала спалах Еболи у 2014 р., який торкнувся ще трьох країн Західної Африки, частково, завдяки використанню цільових кампаній в соціальних мережах для поширення точних даних та повідомлень про неправдиву інформацію, що розповсюджується у Twitter та Facebook. Втручання було особливо ефективним, оскільки міжнародні недержавні організації (НДО), впливові особи в соціальних медіа, знаменитості та блогери використовували свої платформи для передачі інформації та обміну думками щодо інформування в сфері здоров'я. Файоїн, А. 2016. Залучення соціальних медіа до інформування в сфері здоров'я в Африці: підходи, результати та уроки. *Журнал масової комунікації та журналістики*, 6 (315).

⁴ Термін «Ефект Анджеліни Джолі» був введений дослідниками інформування в сфері громадського здоров'я для пояснення збільшення кількості пошуків в Інтернеті щодо генетики раку молочної залози та відповідного тестування протягом декількох років після того, як актриса Анджеліна Джолі перенесла попереджувальну подвійну мастектомію, що набула широкого висвітлення. Цей ефект говорить про те, що схвалення знаменитостей із надійних джерел може ефективно впливати на громадськість, зокрема стимулювати активний пошук знань про здоров'я, ставлення громадськості до медичних послуг та їх використання для боротьби з Covid-19.

дискримінацію людей з районів, уражених спалахом. Нам потрібна колективна солідарність та чітка, дієва інформація для підтримки громад та людей, що постраждали від цього нового спалаху.

Помилкові уявлення, чутки та дезінформація сприяють поширенню стигми та дискримінації, які перешкоджають заходам реагування.

- **Виправляйте помилкові уявлення**, одночасно визнаючи, що почуття людей і подальша поведінка є дуже реальними, навіть якщо основне припущення є помилковим.
- **Висвітлюйте важливість профілактики**, рятівних заходів, раннього скринінгу та лікування.

Колективна солідарність та глобальна співпраця необхідні для запобігання подальшого поширення вірусу та зменшення стурбованості спільнот.

- **Діліться співчутливими розповідями** та історіями, що олюднують переживання та боротьбу особи або групи осіб, що уражені новим коронавірусом (COVID-19)
- **Сприяйте підтримці** та заохоченню тих, хто перебуває на «передовій» заходів реагування (медичні працівники, волонтери, лідери громад тощо).

Факти, а не страх зможуть зупинити поширення нового коронавірусу (COVID-19)

- Поширюйте факти та правдиву інформацію про хворобу.
- Ставте під сумнів **міфи** і стереотипи.
- Уважно підбирайте слова. Те, як ми спілкуємося, може впливати на ставлення інших (див. «Що можна і не можна робити» вище)

Оновлено 24 лютого 2020 р.

Українською мовою перекладено

