

Kako je biti zdravstveni influencer u vrijeme infodemije?

Beck, Natko

Source / Izvornik: **Mef.hr, 2021, 40, 29 - 29**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:105:832310>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-23**



Repository / Repozitorij:

[Dr Med - University of Zagreb School of Medicine
Digital Repository](#)



Kako je biti zdravstveni influencer u vrijeme infodemije?

Infodemija nas je uhvatila na spavanju i zapljusnula s pandemijom. Ne mislim da je infodemija nova stvar, zatrovane informacije kolaju otkad čovjek govori, igra pokvarenog telefona stara je koliko i ljudski rod. Priče u krugovima poznanika i prijatelja redovito su obojene nekim namjerno ili slučajno plasiranim glasinama. Sjetim li se svoga djetinjstva, dosta prije interneta, na zadnjim su stranicama novina redovito bile *fake news* vijesti, žuta štampa iskoristila je taj val. Takve vijesti, najčešće zbog izazivanja emocija bijesa ili straha, vrlo brzo putuju našim komunikacijskim mrežama i viralne su, što znači da dosegnu veliki broj duša. Ono što se promijenilo jesu komunikacijske mreže. Danas šire i brže nego ikad u svakom kontekstu. Prije 100 godina veliki Andrija Štampar koristio se inovativnim načinima i tehnologijama za komunikaciju i edukaciju naroda, mislim da danas recept treba biti sličan.

Problem danas nije samo taj brzi, „vražji“ internet, nego i tromost sustava, koji bi trebao osiguravati tu komunikaciju. Na toj klackalici uvijek pobjeđuje internet. U pretpandemijsko vrijeme počeo mi je smetati manjak komunikacije o važnim zdravstvenim temama i u mojim očima mizerna zdravstvena pismenost. Manjak prisutnosti tema u javnosti, poput pretilosti djece i odraslih ili važnosti cijepljenja protiv gripe s jedne strane, a višak *fake* materijala o štetnosti cjepiva protiv ospica ili kako mamografija uzrokuje rak s druge strane, ponukale su me da postanem aktivan na „mrežama“. Smatram da je biti „zdravstveni influencer“ mali korak u pravome smjeru, jer individualno možemo biti agilniji, iskreniji, empatičniji, jednostavno topliji od institucija.

Klasična borba protiv infodemije svodi se na nekoliko ključnih koraka zbog kojih prošla rečenica dobiva i neku objektivnu notu. Glavni koraci su: 1. slušati zajednice, 2. promovirati razumijevanje rizika i savjeta zdravstvenih eksperata, 3. graditi otpor prema krivim informacijama, 4. poticati zajednice na pozitivnu akciju. Iako SZO i slične organizacije ne griješe u koracima, ne postižu željeni učinak, jer su ovisne o suradnji s vladama i politič-



kim institucijama i ostalim dionicima niže u hijerarhiji. I na kraju se za postizanje učinka okreću upravo „zdravstvenim influencerima“, koji zapravo sve te korake provode na individualnoj razini, a nerijetko s većim dosegom od samih institucija. Tako da se mreža „influencera“ čini kao efikasan dio lanca.

Početak pandemije promijenio je čitav svijet, pa tako i način komunikacije na mrežama. Sve se ubrzalo, uz pandemiju eskalirala je i infodemija. Sjetimo se koliko je malo vremena prošlo od pojave virusa i shvaćanja njegove potencijalne opasnosti do pojave „vijesti“ kako je to do 5G mreže. Kad je postalo jasno da će se nova korona proširiti svijetom, bio sam zapanjen manjkom komunikacije od službenih kanala, malo je bilo objašnjenja, malo pripreme. Doslovno nas je pandemija uhvatila na spavanju, a infodemija je upalila crveno svjetlo. To je zbog toga što prije pandemije nisu postojali organizirani naponi u zdravstvenoj komunikaciji na javnosti jasno vidljivom mjestu, a javnosti ti materijali nikad nisu ni bili zanimljivi.

Do pojave prvih službenih kanala na društvenim mrežama prošli su vrijedni dani u kojima su skupine individualaca na društvenim mrežama i u javnim nastupima educirali javnost o općim pojmovima onoga što nas čeka, kako bi ljudi uopće bolje razumjeli što nas čeka. Kroz svoju aktivnost vrlo brzo sam uočio da se strah toliko duboko usadio u razmišljanje ljudi da je svaka informacija natopljena strahom putovala nevjerojatnom brzinom. Velik broj ljudi uključio se na društvenim mrežama u borbu s *fake news*, a što je potrebno kako bi se bar malo ublažio učinak. Namjerno pišem

ublažio učinak, jer je to jedan od „ratova“ kojeg smo gotovo osuđeni izgubiti tijekom vremena. Takva spoznaja je ono što oduzima energiju, a ekipa koja se zdušno zalaže za istinu i znanost diljem svijeta i u našem malom kolektivu pokretači su i energija za nastavak. Najviše snage daje kad povratno dobiješ informaciju o promijenjenom životu s druge strane ekrana. Svaki oblik *feedback*-a je važan, mislim da je to neka opća istina, ali ovdje posebno vrijedi, jer je riječ o osluškivanju ljudi i njihovih problema.

Koji alati su se pokazali uspješnima? U nekim sam istraživanjima naišao na podatak da se vijesti koje pobuđuju strah i bijes šire 17 puta brže od vijesti koje bi ih demantirale. To meni zvuči kao da trčim maraton protiv novog modela električnog automobila. Ono što se pokazalo uspješnim je pobuđivanje divljenja, to je gotovo viralno kao i strah. I dalje je strah brži, ali barem izgleda kao utrka. Testirao sam te znanstvene spoznaje i došao do istog rezultata. Podrazumijeva se da ta komunikacija mora biti iskrena i istinita. Druga je važna stvar da se radi o maratonu, što znači da su upornost i dosljednost najvažnije odlike trkača. Tako se na duge staze gradi povjerenje, a pokazalo se da toga itekako manjka. Nije fer očekivati da će to napraviti neki trkač iz sustava, manično je misliti da jedan „zdravstveni influencer“ može pobijediti, ali možemo to čitavo opterećenje utrke raspodijeliti na mnogo igrača, onda imamo nekakve izgleda, pogotovo jer je riječ o pravoj stvari, o profesijama koje vrve ljudima, vrijednostima i događajima koji su itekako vrijedni divljenja i zaslužuju biti javno vidljiviji. Dakle, sve alate imamo u rukama, samo se treba uključiti na razini koja nam odgovara, ali svi smo, prema Štamparu, obvezni širiti točne informacije na pravi način među ljudima.

Što je veći broj ljudi koji šire mrežu zdravih informacija, to nam je veća šansa u borbi protiv krivih informacija – i to je naprosto to. Zvuči donkijhotovski, ali ako mnogo takvih napadne vjetrenjaču, veća je šansa da će je srušiti.

Natko Beck