

加强慢性非传染性疾病的健康传播

丁 昊

(南京市疾病预防控制中心办公室,江苏 南京 210003)

摘要:卫生新闻宣传是疾病预防控制工作的重要组成部分,当前公共卫生新闻宣传不平衡,对日益严重的慢性非传染性疾病关注度较低,其原因主要是媒体新闻价值判断标准失衡以及卫生部门未能有效引导媒体关注点。为此,疾控中心应通过主动引导,转变宣传重点;加强沟通,强化媒体关系;创新方式,善用新媒体平台来切实加强慢性非传染性疾病的健康传播。

关键词:卫生新闻宣传;慢性非传染性疾病;健康传播

中图分类号: R193

文献标识码: A

文章编号: 1671-0479(2014)05-364-003

doi: 10.7655/NYDXBSS20140505

信息是通往健康的必经之路,随着传媒的迅速发展,健康相关信息的新闻宣传日渐成为疾病预防控制工作的重要组成部分,其在提高公众疾病预防的意识和技能,促进健康知识的有效传播,推动全民健康生活等方面都具有十分重要的作用。但以往的公共卫生新闻多侧重于突发公共卫生事件、传染病、营养和食品卫生等,对日益严重的慢性非传染性疾病关注度较低。随着疾病预防控制工作重心的转移,将加强慢性非传染性疾病的健康传播纳入到公共卫生新闻宣传重点显得尤为重要。

一、公共卫生新闻宣传现状

(一)公共卫生和健康主题

公共卫生是关系到一国或一个地区人民大众健康的公共事业。美国耶鲁大学教授温思络(Charles-Edward A. Winslow)早在1920年将公共卫生定义为“通过有组织的社区努力来预防疾病、延长寿命、促进健康和提高效益的科学和艺术”。具体来说,它是以保障和促进公众健康为宗旨的公共事业。通过国家和社会的共同努力,预防和控制疾病与伤残,改善与健康相关的自然与社会环境,提供基本医疗卫生服务,培养公众健康素养,创建人人享有健康的社会。其宗旨是保障和促进公众健康。按照健康问题和主题来划分,公共卫生包含有传染病、突发公共卫生事件、慢性非传染性疾病和伤害、

营养和食品卫生、环境卫生、职业卫生与中毒控制、辐射卫生、妇幼保健、疫苗与接种、健康促进、生物安全以及少儿与学校卫生12个主题。

(二)卫生新闻宣传现状

21世纪是健康的世纪。随着经济发展、人民生活水平的不断提高,公共卫生信息越来越受到全社会的关注。2003年非典的发生更是进一步推动了公众对公共卫生的认识和健康理念,使公共卫生新闻成为当下最吸引公众眼球的焦点。因此新闻宣传日渐成为疾病预防控制机构加强健康教育与传播、引导公众建立健康生活方式的重要手段;而媒体作为公众获取公共卫生信息最直接的渠道,在健康知识传播、健康观念转变、健康行为倡导方面都具有无可替代的作用。但由于诸如非典、禽流感、三聚氰胺奶粉等公共卫生事件的报道能引起公众更高的关注度,因此,无论是大众传媒还是疾病预防控制机构本身的新闻宣传工作,在宣传内容与视角上都处于不平衡的状态。郭密娜^[1]曾对中国国内2008~2011年媒体对公共卫生领域的报道进行了汇总与整理,在经过数据分析后发现,近年来媒体对公共卫生领域的关注更加积极主动,但就中国疾病预防控制中心划分的12个健康主题而言,媒体报道关注度极不平衡:2008年排名前四的健康主题分别为健康促进、传染病、营养和食品卫生、突发公共卫生事件;2009年排名前四的健康主题依次为传染病、突发公共卫生事件、健康促

收稿日期:2014-04-01

作者简介:丁昊(1980-),男,江苏盐城人,硕士研究生,南京市疾病预防控制中心助理政工师。

进、疫苗与接种;2010年依次为传染病、营养和食品卫生、健康促进、疫苗与接种;2011年尽管慢性非传染性疾病及伤害首次挤进前四,但与排名前三的营养和食品卫生(32.8%)、健康促进(23.7%)、传染病(24.2%)报道数量相去甚远,所占百分比仅为4.3%。总体而言,传染病、健康促进(以主题日宣传活动为主)及营养和食品卫生是媒体持续关注的焦点,而对公众健康影响极高的慢性非传染性疾病则鲜少关注,更难成为集中热议的话题,这正是卫生部门及媒体值得重视和探究的方面。

二、公共卫生新闻宣传不平衡原因分析

(一)媒体新闻价值判断标准失衡

新闻价值是指凝聚在新闻事实中的社会需求,它是新闻事实本身所包含的满足社会需求的素质的总和。包括真实性、时新性等不变要素和重要性、显著性、接近性、趣味性等可变要素。作为大众传播的载体,媒体自身承担着向社会公众传播卫生动态、最新健康理念、健康相关信息的功能。在市场经济作用下,媒体竞争日益激烈,部分媒体为了扩大自身影响,提高发行量和抢占收视率,其价值维度在一定程度上由职业道德自律让位给了利润增长理念。一个客观事实能否成为新闻并被广泛传播,能否具有更高的关注度,很大程度上并不仅仅在于事实本身的价值,而取决于能否满足受众的感官需要。突发公共卫生事件、传染病、食品安全等主题恰恰符合了这种媒体评判新闻价值的标准,它们更具有显著性和时新性,引起公众的关注度更高。而慢性非传染性疾病因其本身病程长、治愈率低的特点,短时间内无法造成轰动效果吸引公众眼球,缺乏争议或舆论声势,故很难受到媒体青睐。

(二)卫生部门未能有效引导媒体关注点

疾病预防控制机构作为政府举办的实施疾病预防控制与公共卫生技术服务的公益事业单位,承担着传染病防控、慢性非传染性疾病防治、营养和食品卫生、环境卫生、职业卫生、健康促进等众多领域的疾病预防控制工作。但无论是媒体还是公众,对公共卫生的认知更多局限于传统的传染病防治(防疫)领域,这在一定程度上说明疾控机构本身未能有效地宣传其在其他领域(例如健康教育、健康传播)的工作及成就。同时,媒体报道多集中于政府关注的传染病和重大突发公共卫生事件等主题,也充分体现疾病预防控制机构作为政府直属事业单位,受政府政策影响,其新闻宣传工作具有明显的政治化倾向。然而随着疾病谱的改变,当今疾病类型已由原先广泛

传播的感染性、传染性疾病开始向行为性慢性非传染性疾病转变,恶性肿瘤、心脏病和脑血管病已成为造成我国城市居民死亡的三大主要疾病。2011年世界银行发表的题为《创建健康和谐生活:遏制中国慢性病流行》的报告中明确提到,“每年中国死亡总人数约1 030万,其中超过80%由慢性病所致。慢性病已成为中国的主要死亡杀手,对中国经济社会福祉构成威胁。”^[2]作为疾病预防与控制的权威部门,疾控中心应以科学的态度秉持理性,有效引导媒体把握公共卫生报道的中心与重点,更多地传递慢性非传染性疾病种类、高危人群、并发症以及防治方面的健康信息,以达到增加公众对慢性非传染性疾病的认识、自觉改变不健康的行为及生活方式的最佳传播效果,从源头上增强公众对慢性非传染性疾病的重视。

三、慢性非传染性疾病与健康传播

慢性非传染性疾病(noninfectious chronic disease, NCDs)简称“慢性病”或“慢病”,是指从发现之日起算超过3个月的非传染性疾病,包括心脑血管疾病、糖尿病、恶性肿瘤、慢性阻塞性肺部疾病、精神异常和精神病等为代表的一组疾病。这些疾病主要由不良的生活与行为方式等引起,且健康损害和社会危害均更为严重。

古代先哲苏格拉底和亚里士多德曾经运用他们对语言学的研究来为公民提供健康信息而被视为最早的健康传播先驱。现代意义上的健康传播则兴起于20世纪70年代的美国,美国传播学领域曾从人际传播和大众传播两大视角来定义健康传播,但目前采用较广的是Rogers对健康传播的定义,即健康传播是一种将医学研究成果转化为大众的健康知识,并通过态度和行为的改变,以降低疾病的患病率和死亡率、有效提高一个社区或国家生活质量和健康水准为目的的行为^[3]。其具有群众性和敏感性的特征。

当前我国的三大疾病高血压、肺癌、肿瘤,都与吸烟、酗酒、不良饮食习惯、少动的生活方式等有关。下一个促进健康和提高预期寿命高峰的出现,将不再是来自生物学,而有赖于生活方式的改变。而健康传播正是渗透和改变这种生活方式的有效途径,因此,健康传播任重道远。

四、卫生新闻宣传促进慢性非传染性疾病控制健康传播的对策

卫生新闻宣传是卫生部门的一项重要职责,是医疗卫生机构为人民健康服务的重要手段。而卫生

新闻宣传常常与健康教育工作相结合,卫生新闻宣传工作离不开健康教育内容和方式、方法的支持,健康教育工作则需要结合卫生新闻事件来扩大相关健康知识的传播效果。

传统的健康传播方式分为两类,大众传媒的健康宣传和医疗机构中医患之间的健康知识传播。美国的健康传播一开始就源于传播学研究领域,“斯坦福心脏病预防计划”已经能够很好地证明大众传播的效果也较为理想。相对于美国而言,我国的健康传播起步较晚,并带有明显的医学特色,从事健康传播工作的主要是具有医科专业背景的医疗工作者^[4],有关健康信息的“知”、“信”、“行”多局限于健康教育范畴^[5]。然而当公共健康越来越成为一个突出问题,尤其是当慢性非传染性疾病已成为威胁发展中国家人民健康的“死亡杀手”,如何通过媒体更直接、快速、准确、有效地提供给公众大量健康信息,促进公众行为模式的改变,建立更加健康、安全的生活方式,是疾病预防控制机构亟待解决的问题。

(一)主动引导,转变宣传重点

21世纪以来,随着我国经济水平的提高、人们生活条件的改善以及医疗卫生事业的发展,疾病谱由传统的流行性传染性疾病向慢性非传染性疾病转变,慢性病已成为导致我国人口死亡的第一原因,也成为世界面临的主要挑战,每年约370万人因慢性非传染性疾病过早死亡,其造成的死亡率已经达到85%以上,治疗费用达到卫生总支出的68%左右。种种数据与研究均表明,慢性非传染性疾病已经成为严重危害公民健康的重大公共卫生问题。因此,疾病预防控制机构作为健康促进的专业权威部门,应主动引导媒体更好的运用传媒公共信息资源,将健康宣传重点由以往的流行性传染病、突发公共卫生事件等转向涉及更多生命健康的慢性非传染性疾病主题,更大范围、更深入的引导大众选择更加健康的行为模式和生活方式。

(二)加强沟通,强化媒体关系

互联网的普及和现代信息化程度的加快使客观世界缩微化,媒介改变了人们认识世界的方式和程度。美国学者 Irv Schenkler 和 Tony Herrling 将媒体关系解释为“想方设法让媒体关注你们的新闻,并让他们尽可能从有利的角度对你的企业进行报道”^[6],因此与媒体的长期良性互动意义重大。近年来,媒体关系越来越成为公共关系中最重要最核心的内容,而媒体健康传播亲民性和大众化的特点使疾病预防控制机构更能充分发挥其宣传效果。因此,疾

病预防控制机构需要增强服务意识,一方面用专业知识为媒体提供及时、全面的资讯,填补媒体在医学专业上的不足,另一方面进一步加强与媒体的沟通,充分利用媒介资源,调动新闻媒体对公共卫生新闻宣传的积极性,建立起互相配合、互相支持的良好协作关系,使媒体愿意将更多的关注度转向与大众健康密切相关的行为模式和生活方式上,积极推动慢性非传染性疾病控制的健康传播。

(三)创新方式,善用新媒体平台

新媒体的迅猛发展不仅带来传播和沟通方式的深刻变革,也同时给各行各业甚至人们的思维逻辑、认知方式带来巨大影响。网络“个个是中心,处处是边缘”的技术特点改变了传统媒介的信息传播体制,在这个“见微知著”的时代,微博以其兼具媒体和社交的双重功能以及不同于其他传统媒体的鲜明特色,用短短几年时间,实现了传统媒体数十年的用户积累。互动传播的特点使人们不仅可以按照自己的兴趣选择性地接收信息,还可以及时反馈自己的意见和主张,微博的这种独特性和优势,使信息传播速度更快,范围更广,也越来越地社会公共领域扮演重要角色。因此,疾病预防控制机构可以通过建立官方微博,主动引导大众对公共卫生领域的关注,尤其是对传统媒体缺乏关注的慢性非传染性疾病健康领域,通过微博以最直观、最直接、最能引起大众关注的方式和内容强化新闻宣传,将与大众切身相关的、最重要的健康知识传递给大众,以警示性的信息引起网民关注,传播健康损害的相关信息,倡导科学、文明、健康的生活方式,更有效推动慢性非传染性疾病控制。

参考文献

- [1] 郭密娜. 中国公共卫生新闻报道现状及对策研究[D]. 重庆:西南政法大学,2012
- [2] 世界银行. 创建健康和谐生活:遏制中国慢性病流行[R]. 2011
- [3] Rogers EM. The field of health communication today[J]. American Behavioral Scientist, 1994, 38(2): 208-214
- [4] 韩纲. 传播学者的缺席:中国大陆健康传播研究十二年[J]. 新闻与传播研究, 2011(1): 67-69
- [5] 燕晓英. 萌芽中亟待关注的领域——我国健康传播的现状分析和前瞻[J]. 新闻记者, 2003(11): 21-22
- [6] Schenkler I, Herrling T. Guide to media relations[M]. 北京:清华大学出版社, 2004: 27