

## *Komunikowanie w ochronie zdrowia – interpersonalne, organizacyjne i medialne*

red. naukowa Tomasz Goban-Klas

Wolters Kluwer SA, Warszawa 2014, 266 s., ISBN 978-83-264-3346-7

Jeśli są tematy na których znają się wszyscy Polacy, to z pewnością są nimi pogoda i... zdrowie. Stanowią one podstawę codziennych konwersacji rodaków, niezależnie od pory roku. No, bo jeśli jest ciepło, to należałoby chronić skórę od słonecznych oparzeń, a głowę – przed przegrzaniem. Z kolei gdy zimno – trzeba koniecznie nosić szalik i czekać na słońce, wystrzegając się przeziębienia lub grypy. Adresy medycznych sław i sprawdzonych specjalistów są zazwyczaj przekazywane szeptem, natomiast gromkim głosem pobrzmiwia totalna krytyka systemu zdrowia, i to zarówno w prywatnych rozmowach, jak i w mediach. Opowieści o chorobach nie są jedynie praktykami kulturowymi, lecz przekładają się także na sektor biznesowy. W Polsce rynek leków OTC (ang. *over the counter*, tzn. dostępnych bez recepty) to niezwykle dochodowa gałąź gospodarki<sup>1</sup>. Jak donosi prasa, w 2013 rozwój tego rynku z dynamiką powyżej 7% osiągnął przychody ponad 9 mld zł. Kwestią budzącą niepokój specjalistów jest nadużywanie leków i suplementów. Informacyjna Agencja Radiowa bije na alarm, że Polacy co roku zażywają około mnóstwo, bo około 2 mld specyfików przeciwbólowych<sup>2</sup>, a hasło

„Polaku, lecz się sam” jest powtarzane jak mantra. Jeśli dodać do tego wyniki ogólnokrajowej diagnozy społecznej<sup>3</sup>, czyli corocznego raportu badającego m.in. najważniejsze wartości, jakie cenią Polacy, to okazuje się, że zdrowie od wielu lat lokuje się na pierwszym miejscu.

Tematyka zdrowia interesuje nie tylko media, ale i medioznawców oraz przedstawiciele innych nauk humanistycznych i społecznych, o czym świadczy wydane w ubiegłym roku *Komunikowanie w ochronie zdrowia – interpersonalne, organizacyjne i medialne*, które opisuje nie tyle działania *stricte* lecznicze, farmakologiczne, lecz informacyjne – mieszczące się w szerokiej kategorii określanej angielskim terminem *health communication*. Książkę polecam nie tylko medioznawcom, ale także pracownikom służby zdrowia, studentom nauk medycznych i społecznych oraz wszystkim zainteresowanym czynnikami kształtującymi nasze opinie o własnym i cudzym zdrowiu fizycznym i psychicznym. Takiej monografii zdecydowanie brakowało na polskim rynku wydawniczym.

Redaktor naukowy tomu Tomasz Goban-Klas na ponad 260 stronach zebrał opisy zwią-

<sup>1</sup> Rynek produktów OTC w Polsce 2014. Prognozy rozwoju na lata 2014–2019, raport PMR za: „Puls Biznesu” 2014 nr 9, <http://www.pb.pl/3857833,96314,pmr-rynek-otc-po-odbiciu-w-ub.-roku-wyraznie-zwolni-w-2014-r>. [dostęp: 01.12.2013].

<sup>2</sup> IAR, <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/958059,Polacy-naduzywaja-lekow-Dwa-miliardy-specyfikow> [dostęp: 01.12.2013].

<sup>3</sup> J. Czapiński, T. Panek, *Diagnoza społeczna*, Rada Monitoringu Społecznego, <http://www.diagnoza.com/> [dostęp: 02.12.2013].

ków zdrowia publicznego i komunikacji społecznej. Uporządkował je w trzech częściach, do każdej z nich napisał trzy pierwsze rozdziały oraz cenne, przekrojowe *Wprowadzenie. Health communications – komunikacja zdrowotna, powstanie, problemy, ewolucja dziedziny*. Autor dodał także zamykające tom, jednostronicowe *Ultima verba – CDN*, które jest nie tyle zakończeniem, ile zachętą do dalszych badań i kontaktu z redaktorem. Cenię takie wzbogacenie klasycznego medium, jakim jest podręcznik, nie tylko o tak proste przecież podawanie adresu mailowego redaktora czy informacji o autorach poszczególnych rozdziałów, ale także o przekaz perswazyjny zachęcający do kontaktu. Właśnie owe *ultima verba* [‘ostatnie słowa’].

„Komunikacja zdrowotna jako formalna dyscyplina ma zatem mniej niż 50 lat, lecz wigoru nabrała dopiero w tym stuleciu”, pisze redaktor tomu we wprowadzeniu, odwołując się na dowód do źródła z Google Books, które pokazuje lawinowo rosnącą popularność terminu „*health communication*” w popularnej wyszukiwarce. Tomasz Goban-Klas ze swadą i znanstwem dokonuje rozległego przeglądu najnowszej literatury przedmiotu, i – co ważne – zaczyna od samego języka. Wyjaśnia terminologię, powołując się nie tylko na liczne źródła pisane, ale i opinie językoznawców, którzy akceptują zarówno „komunikację zdrowotną”, „komunikację o zdrowiu”, jak i „komunikowanie w ochronie zdrowia” (ten ostatni zwrot został użyty w tytule tomu).

Redaktor naukowy, przedstawiając zakres dyscypliny, wielokrotnie podkreśla potencjał tego obszaru dla nowych badań w Polsce. Rzeczywiście, brakuje nam podobnych analiz, a omawiana publikacja istotnie „przygotowuje grunt, prezentując znaczenie i zakres tematyki, jej wyselekcjonowane konkretne analizy, studia przypadku” (s. 17). W tomie znajdują się bowiem trzy wspomnienia wybitnych lekarzy: Juliana Aleksandrowicza, Leona Tochowicza, Andrzeja Szczeklika. Tego typu teksty zazwyczaj spotyka się w specjalnych tomach wyda-

wanych przez najbliższych współpracowników z okazji rocznic, tu zaś znalazły się jako podsumowanie rozdziałów w książce naukowej. Dlaczego przywołano te, a nie inne nazwiska? Wybór sylwetek nie do końca został uzasadniony, choć pojawia się stwierdzenie, że szczególnie dla pracowników służby zdrowia będą to ciekawe fragmenty. Co więcej, teksty medycznych autorytetów powinny zachęcić do sięgnięcia po pozycję z dziedziny komunikacji i nauki o mediach.

Układ książki jest klarowny i dobrze zaplanowany, według klasycznej McQuailowskiej piramidy zasięgu komunikacji. Rozpoczyna się od części poświęconej komunikacji o najmniejszym zakresie, a mianowicie interpersonalnej, a więc zatytułowanej *Osoba*. Znajdziemy tam teksty z zakresu filozofii, teologii, językoznawstwa i psychologii napisane przez redaktora tomu oraz kolejno: Józefa Lipca, Leona Dyczewskiego, Jerzego Bralczyka wraz z Tomirą Chmielewską-Ignatowicz oraz Barbarę Jacennik. Na uwagę zasługuje autorski duet, którego dialog wnosi formę niespotykaną w polskich podręcznikach, a do takiego aspiruje omawiany tom. Otóż rozdział czwarty pt. *Dlaczego nie mówimy wprost, o co chodzi? Rozmowa o kulturowej tabuizacji słów „śmierć” i „seks”, utrudniającej komunikację lekarz–pacjent*, nie jest jednolitym tekstem naukowym, lecz zapisem konwersacji pomiędzy doktorantką Tomirą Chmielewską-Ignatowicz a profesorem Jerzym Bralczykiem na temat „niezdarności językowej” (s. 62) Polaków w sferze komunikacji zdrowotnej dotyczącej seksualności i śmiertelnych chorób. Ostatni tekst – Barbary Jacennik – stanowi pomost do drugiej części monografii, gdyż autorka w swoich rozważaniach o przyczynach problemów w porozumiewaniu się lekarzy z pacjentami zwraca uwagę nie tylko na kwestie relacji interpersonalnej, ale także – z perspektywy makro – obwinia system. W podsumowaniu autorka wymienia pokrótce sześć cech strukturalnych systemu placówek ochrony zdrowia w Polsce, które znacząco

wpływają na obniżanie jakości komunikowania się z chorymi. Byłoby wspaniale, gdyby choć niektórzy decydenci mający wpływ na kształt publicznych placówek medycznych przeczytali ten tekst, lub – by nie wymagać od nich zbyt wiele – choćby owo świetne, półstronicowe podsumowanie Jacennik.

Czytelnik po części zatytułowanej *Osoba* przechodzi do *Organizacji* – drugiej, najbardziej obszernej części monografii składającej się z siedmiu rozdziałów. Znajdują się w niej teksty nie tylko teoretyków, ale i praktyków komunikacji zdrowotnej. Jest więc rozdział lekarza Jana Stępniewskiego o francuskich szpitalach i rozdział Ryszarda Tadeusiewicza o telekomunikacji i informatyce w służbie zdrowia. Są teksty PR-owców, specjalistów ds. zarządzania, komunikacji korporacyjnej, marketingu: rozdział o komunikowaniu międzypracowniczym Marcina Kęsego, o reklamach telewizyjnych leków Doroty Cianciary, kampaniach społecznych w promocji zdrowia Piotra Wasilewskiego oraz o analizie wizerunku lekarzy Jerzego Olędzkiego. Dodam, że wszystkie teksty wykorzystują najnowsze badania własne autorów, a nie są jedynie przeglądem literatury przedmiotu. Niezwykle cenny jest ów aspekt empiryczny przewijający się w pozycji pod redakcją Gobana-Klasa. Dopracowania wymagałaby natomiast szata graficzna rysunków i wykresów w tekście Ryszarda Tadeusiewicza, gdyż jakość ilustracji (ss. 162, 165) w stylu dawnych wersji Power Pointa (ang. *clip art*) pozostawia sporo do życzenia. Razi także brak jednolitej czcionki w rysunkach (s. 160, 161, 163) w tak starannie wydanej pozycji znanego przecież wydawnictwa naukowego.

Ostatnia, trzecia część monografii wydaje się najciekawsza dla medioznawcy, dotyczy bowiem zasięgu masowego komunikowania o zdrowiu. Wszelkownie opisuje ważny fenomen współczesności, jakim jest powszechna mediatyzacja, definiowana przez Małgorzatę Lisowską-Magdziarz jako „zjawisko polegające na takim przekształcaniu rozmaitych dziedzin

polityki, kultury, życia społecznego, że udział w nich środków masowego komunikowania staje się ich niezbędną częścią” (s. 222). Dotyczy to także kwestii choroby i zdrowia. O ile Lisowska-Magdziarz fachowo kreśli ramy teoretyczne dla tej koncepcji związku medycyny i mediów, o tyle Agnieszka Ogonowska „poluje na zebre” (s. 195). I szczerze dodam, nie bardzo rozumiem, dlaczego te zoologiczne konotacje znalazły się w tytule i we wstępie do drugiego rozdziału ostatniej części podręcznika... Nie podano bowiem źródeł, a jedynie odwołanie do żargonu medycznego (s. 195) na temat konia w paski (sic!). Sam tekst jest dość przekrojową analizą seriali medycznych, ze specjalnym uwzględnieniem popularnego *Doktora Hause’a*. W masowej wyobraźni widzów słynny ironiczny lekarz powoli jednak ustępuje miejsca nowemu bohaterowi z *The Knick* z Clive’em Owenem, więc trochę szkoda, że tego zabrakło w analizach autorki.

Kolejne rozdziały, autorstwa Marka Sokółowskiego, dotyczą tabloidowego wizerunku lekarza w oparciu o analizę nagonki medialnej i politycznej na znanego kardiochirurga. Z kolei Magdalena Hodalska pisze o tym, jak media wywołują pandemię strachu, napędzając tym samym klientów korporacjom farmaceutycznym. W tekstach przewija się systemowy zasięg analiz, przenikanie się medycyny, polityki i mediów. Ostatni rozdział tej części monografii dotyczy „doktora Google” i został napisany przez Magdalenę Szpunar. Autorka pokazuje w nim współczesnego „konsumenta zdrowia” (s. 246), który coraz częściej diagnozuje się sam, korzystając z popularnych serwisów internetowych. Przy czym, co ważne, przyjmuje w nim postawę pacjenta, który jest świadomym (dzięki informacjom z sieci) i krytycznym partnerem lekarza.

Monografia pod redakcją Tomasza Gobana-Klasa o minimalistycznej szacie graficznej okładki bardzo dobrze odpowiada swoją zawartością tytułowi. Pierwsza część jest świetnym, przekrojowym opisem interpersonalnego komu-

nikowania o zdrowiu, druga stanowi ciekawy przegląd analiz *health communication* z poziomu organizacji. Największy niedosyt pozostawia część trzecia, medialna. Zabrakło w niej na przykład odwołań do roli radia – medium, które choć w odwrocie, to jednak wciąż obecne i towarzyszące nam na co dzień. Ciekawość podsycona przez redaktora we wstępie do trzeciej części książki, gdzie czytamy o cyborgizacji ciała, zjawisku *mHealth* (technologie mobilne do wykonywania usług medycznych), samoist-

nie komunikujących się aplikacjach zdrowotnych, nie w pełni zostaje zaspokojona przez teksty autorów części zatytułowanej *Media*. Jest więc na co czekać, bo patrząc w przeszłość na dorobek i aktywność naukową redaktora tej monografii, czytelnik może liczyć na jej nową wersję, wzbogaconą i rozbudowaną o kolejne badania z tego ciekawego obszaru komunikacji, komunikacji o zdrowiu.

*Alicja Waszkiewicz-Raviv*



Jerzy Jastrzębski

### *Upór poznawania. Media, tożsamość i sfera publiczna*

Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2014, 208 s., ISBN 978-83-229-3439-5

Od razu zaznaczę, że omawiana książka nie należy do gatunku tych, których lektura jest „lekka, łatwa i przyjemna”. Wręcz odwrotnie, z uwagi na rozległe zainteresowania autora – historyka literatury, kulturoznawcy i medioznawcy – jest dziełem wielowątkowym, wymagającym od czytelnika sporej wiedzy z różnych dziedzin współczesnej humanistyki. Jest to konieczne tym bardziej, że autor jako historyk kultury zachowuje dystans wobec mediów i zazwyczaj ocenia je w szerszym kontekście społeczno-kulturowym. Warto jednak podkreślić, że książka jest napisana bardzo interesująco i z erudycyjną swadą, dzięki czemu jej lektura szybko staje się intelektualną przyjemnością.

Nie sposób nie zgodzić się z opinią autora, który we wstępie podkreśla, że wprawdzie o mediach ukazało się do tej pory wiele publikacji (i tendencja nadal jest rosnąca), ale mimo to „środki przekazu pozostają ciągle Nowym Światem, który czeka na swych odkrywców i badaczy, bo ekspanduje szybciej w jednostkowej i społecznej przestrzeni niż jesteśmy w stanie sobie to uświadomić”. Co więcej, współczesna rzeczywistość medialna (infosfera) rozwija

się tak dynamicznie, że „wymyka się nie tylko naszej kontroli, ale również obserwacji – jej rozrost i coraz większa złożoność zdają się być zjawiskami i procesami, które mają niezależną od woli twórców i uczestników dynamikę, polegającą na kreowaniu rzeczywistości autonomicznej, nieprzewidywalnej, możliwej do rozpoznania tylko ze znacznym opóźnieniem, dopiero, gdy zaczynamy odczuwać nieodwracalne skutki przemian”.

Zdawać by się więc mogło, że w tej sytuacji badania naukowe i szerzej – jakakolwiek refleksja naukowa dotycząca zarówno natury świata mediów, jak i tym bardziej społecznych konsekwencji ich funkcjonowania – są w istocie niemożliwe, albo przynajmniej bardzo trudne, zwłaszcza w aspekcie metodologicznym. Tymczasem autor – chociaż bierze to pod uwagę i liczy się z różnymi zagrożeniami dla badacza – mimo wszystko twierdzi, że „od prób rozumienia i porządkowania nie możemy jednak i nie powinniśmy uciekać, choć amorficzny i zmienny świat mediów jest zarazem fascynującym i odpychającym obiektem zabiegów eksploracyjnych. Łatwo też ule-