

[Akceptuję](#)

W ramach naszej witryny stosujemy pliki cookies w celu świadczenia państwu usług na najwyższym poziomie, w tym w sposób dostosowany do indywidualnych potrzeb. Korzystanie z witryny bez zmiany ustawień dotyczących cookies oznacza, że będą one zamieszczone w Państwa urządzeniu końcowym. Możecie Państwo dokonać w każdym czasie zmiany ustawień dotyczących cookies. Więcej szczegółów w naszej [Polityce Prywatności](#)

[Portal](#) [Informacje](#) [Katalog firm](#) [Praca](#) [Szkolenia](#) [Wydarzenia](#) [Porównania międzylaboratoryjne](#)
[Kontakt](#)



[Laboratoria](#)
[.net](#)
[Innowacje](#)
[Nauka](#)
[Technologie](#)



[Logowanie](#) [Rejestracja](#) [pl](#)

Newsletter

zapisz się

Naukowy styl życia

Nauka i biznes

- [Nowe technologie](#)
- [Felieton](#)
- [Tygodnik "Nature"](#)
- [Edukacja](#)
- [Artykuły](#)
- [Przemysł](#)

[Strona główna](#) > [Informacje](#)

Im więcej mówimy o koronawirusie, tym ważniejszy nam się wydaje

Im więcej mówimy o koronawirusie, tym temat wydaje się nam ważniejszy. A im ważniejszy się on wydaje, tym więcej o nim mówimy, nakręcając historyczne nastroje. Z tym

paradoksem słabo sobie radzimy - powiedziała socjolożka dr Helena Chmielewska-Szlajfer. Dodała, że w mediach powinien dziś dominować klarowny przekaz, przede wszystkim nt. mycia rąk.

Pytana o to, jakie zjawiska społeczne zaobserwowała w związku z epidemią koronawirusa, socjolożka z Akademii Leona Koźmińskiego dr Helena Chmielewska-Szlajfer zwróciła uwagę na spiralę, którą nakręcają media - tradycyjne i społecznościowe.

"Media nie tylko odzwierciedlają rzeczywistość, ale ją też tworzą. Im więcej i częściej powtarzane są informacje o koronawirusie - tym ważniejszym tematem się on nam wydaje. Z kolei im temat wydaje się ważniejszy - tym więcej o nim mówimy, nawzajem się strasząc... To ważny paradoks, z którym trudno sobie poradzić" - zauważyła.

Komentując nastroje społeczne, obecne w Polsce w związku z COVID-19, dr Chmielewska-Szlajfer powiedziała: "Widać nastawienie, że `coś` złego musi się stać". Zwróciła uwagę, że ludzie wykupują maseczki i płyny antybakteryjne, a niektórzy próbują na tym zainteresowaniu zarobić. "W pewnym sensie czekamy na apokalipsę i zastanawiamy się, co się wydarzy" - zaznaczyła.

Zwróciła też uwagę, że oczekiwania nie znajdują potwierdzenia w rzeczywistości. "Jeżeli dochodzi do jakichś incydentów, dotychczas są one odosobnione. Panuje więc nade wszystko histeryczny nastrój, choć niewiele się dzieje" - powiedziała.

Pytana, czy można przeciwdziałać histerycznemu nastrojowi albo zapobiec panice, socjolożka powiedziała: "panika jest jak epidemia choroby. Podobnie do epidemii ma ona falę wzrostową, która w końcu opada. W przypadku paniki można próbować wpłynąć na to, kiedy fala wzrostowa się skończy".

Według niej media powinny dziś przekazywać w pierwszej kolejności przesłanie, które jest "może aż nazbyt banalne". "Chcemy, by ludzie myli ręce często i dokładnie. To instrukcja, którą zrozumie nawet przedszkolak" - mówi.

Według niej do mycia rąk ludzi może przekonać nie tyle straszenie epidemią i powtarzane co chwilę statystyki śmiertelności COVID-19, co np. lekkie w formie przekazy o myciu rąk. Jako dobry przykład podaje ona zabawny wietnamski teledysk muzyczny, pokazany w jednym z popularnych amerykańskich late night shows, który w popowej formie pokazuje, jak właściwie myć ręce.

Wskazała też inne pozytywne historie pokazywane w mediach, jak np. historię matki, którą cieszy, że ludzie zaczęli się wreszcie przejmować myciem rąk. Większa dbałość o higienę pomoże jej dziecku, które ma obniżoną odporność, a tym samym jest bardziej narażone na infekcje, takie jak przeziębienie czy grypa.

Dr Helena Chmielewska-Szlajfer dodała, że w walce z rozprzestrzenianiem się choroby oraz paniki może też pomóc precyzyjne informowanie o skuteczności wielu drobnych działań każdego człowieka. Poza przekazem nt. mycia rąk czy kichania i kasłania w chusteczkę (lub w zgięcie łokcia) chodzi tu również m.in. o niekupowanie maseczek, gdy sami nie jesteśmy chorzy - czy unikanie dużych zgromadzeń.

"Powtarzane prostych wskazówek, jak dla przedszkolaka, jest być może skuteczniejsze niż wywoływanie w nas strachu informacjami o zarażeniach" - podsumowała socjolożka.

<http://laboratoria.net/aktualnosci/29488.html>



09-09-2024

Jak poradzić sobie z końcem wakacji?

Dobrym sposobem jest opracowanie planu na „po urlopie”.



09-09-2024

Zalecenia w sprawie mpox są racjonalne i adekwatne

Wytyczne dotyczące mpox są adekwatne do obecnej sytuacji.



09-09-2024

Przydatność organów do przeszczepu

Syntetyczna krew może istotnie wpłynąć na transplantologię.



09-09-2024

Naukowcy zbadali, jak powstają nowe słowa w mediach społecznościowych

Język ewoluuje w kontekście społecznym, a jego odmiany zawsze konkurują ze sobą.



09-09-2024

Telefony komórkowe nie powodują nowotworów mózgu

Wykazują naukowcy w najnowszych badaniach.



09-09-2024

Ryzyko zawału i udaru mózgu u kobiet

Z 30-letnim wyprzedzeniem zwykłym testem krwi można je wykryć.



09-09-2024

Galaktyki są dużo większe, niż sądzono

Galaktyka Andromedy już od dawna oddziałuje na Drogę Mleczną.



09-09-2024

System inteligentnego zarządzania pojazdami nagrodzony przez...

Nagrodzony przez Siemens i PW.

Informacje dnia: [Jak poradzić sobie z końcem wakacji? Zalecenia w sprawie mpox są racjonalne i adekwatne](#) [Przydatność organów do przeszczepu](#) [Naukowcy zbadali, jak powstają nowe słowa w mediach społecznościowych](#) [Telefony komórkowe nie powodują nowotworów mózgu](#) [Ryzyko zawału i udaru mózgu u kobiet](#) [Jak poradzić sobie z końcem wakacji? Zalecenia w sprawie mpox są racjonalne i adekwatne](#) [Przydatność organów do przeszczepu](#) [Naukowcy zbadali, jak powstają nowe słowa w mediach społecznościowych](#) [Telefony komórkowe nie powodują nowotworów mózgu](#) [Ryzyko zawału i udaru mózgu u kobiet](#) [Jak poradzić sobie z końcem wakacji? Zalecenia w sprawie mpox są racjonalne i adekwatne](#) [Przydatność organów do przeszczepu](#) [Naukowcy zbadali, jak powstają nowe słowa w mediach społecznościowych](#) [Telefony komórkowe nie powodują nowotworów mózgu](#) [Ryzyko zawału i udaru mózgu u kobiet](#)

Partnerzy