Czy Polacy boją się legionelli?

Kategoria: Polityka Zdrowotna
Opublikowano: środa, 30, sierpień 2023 09:46
Katarzyna Sekuła
Odsłony: 498

17 sierpnia br. rzeszowski Sanepid otrzymał pierwszą informację o zakażeniu legionellą – pałeczką wywołującą problemy z układem oddechowym. Od tego czasu na legionellozę zmarło już 11 osób, a u 144 potwierdzono diagnozę tej choroby. Co więcej, 27 sierpnia ogłoszono pierwsze zachorowania w Małopolsce, a 28 sierpnia w Wielkopolsce. W jakich mediach ukazało się najwięcej informacji o zakażeniach?

Z danych PSMM Monitoring & More wynika, że najwięcej wzmianek o legionelli i legionellozie w okresie od 17 do 27 sierpnia pojawiło się w internecie (4217) oraz radiu (2841). Jednak to drugie medium miało zdecydowanie większe dotarcie (160 557 085 kontaktów). Odbiorcy mogli dowiedzieć się o groźnej bakterii i zapobieganiu zachorowaniom także z telewizji (363 publikacji), czy prasy (zaledwie 54 publikacje).

Kwestia ta była poruszana najczęściej w mediach regionalnych (4477 publikacji vs 3098 publikacji w tytułach ogólnopolskich). Województwa wyjątkowo aktywne w tym temacie to: podkarpackie, małopolskie, mazowieckie i dolnośląskie.

W mediach społecznościowych najwięcej wzmianek padło na Facebooku (2136) oraz Twitterze (1482). Platformy takie jak TikTok, YouTube czy Instagram nie odgrywają obecnie w tej dyskusji znaczącej roli. Publikacje w tych źródłach stanowią mniej niż 2% wszystkich postów w mediach społecznościowych.

Analiza nagłówków pokazuje, że stosunkowo często pojawiają się w nich określenia takie jak: „niebezpieczny", „ognisko" czy „sztab kryzysowy". W niektórych padają też frazy „legionella zaatakowała", „sytuacja jest coraz poważniejsza" i „jest coraz gorzej". Mogą one wzbudzać niepokój odbiorców – zwłaszcza tych, którzy konsumują media szybko i swoją wiedzę czerpią głównie z nagłówków. Co istotne, duża część publikacji ucieka się w tytułach wyłącznie do podawania informacji o nowych zachorowaniach, bez używania nacechowanych emocjonalnie określeń.

Jak zatem sprawdzać fakty w mediach?

- Przede wszystkim należy szukać informacji źródłowej. Sprawdźmy, czy autor lub autorka powołuje się na znaną i poważaną instytucję, cytując dane liczbowe.
- Warto zachować powściągliwość wobec komunikatów, które są naszpikowane emocjonalnymi określeniami i opiniami.
- Postawmy na wiarygodne źródła (np. rządowe, naukowe) oraz ekspertów w danej dziedzinie – w tym przypadku medyków czy bakteriologów.
- W głośnych medialnie tematach często wypowiadają się również influencerzy i celebryci – do tych komentarzy dobrze jest podchodzić z rezerwą.

Źródło: IP PSMM Monitoring & More

Phoca PDF