

SĂNĂTATEA ȘI TELEVIZIUNEA

Health and television

Prof. Dr. Georgeta Sinițchi^{1,2}

¹Universitatea „Apollonia“, Iași

²Centrul Medical Alergologic „Atopia“, Iași

REZUMAT

Televiziunea este un mediu de comunicare public ce vizează întreaga societate. Sănătatea este bunul cel mai de preț al omului, dar este și o știință socială. Mesajul sanogen poate fi obținut și prin imagini, iar televiziunea face parte din noile tehnologii ale societății actuale. Noile tehnologii și cunoașterea științifică sunt forțele cele mai importante, care, prin conotațiile interdisciplinare, pot conduce la înțelegerea publică a științei, precum și la o relație între știință și societate. Promovarea comportamentului sanogen, consilierea pe probleme de sănătate, reducerea factorilor de risc sunt necesare. Imaginea publicitară televizată a devenit „imperialismul imaginii“ și și-a pus accentul pe mesajul publicitar cromatic, morfologic, textual. Convingerea maselor prin mesajele televizate conduce la educația sanitară bazată pe modelul medical. Educația în sănătate prin televizor și presă trebuie să acționeze în virtutea principiilor: eficiență, veridicitate, confidențialitate.

Cuvinte cheie: televiziune, comunicare, educația pentru sănătate

ABSTRACT

Television is a public tool of communication, targeting the entire society. Health is the most valuable possession of man, but it also is a social science. The sanogenous message can also be obtained through images, and television is part of the new technologies of modern society. The new technologies and scientific knowledge are the most important forces, which through interdisciplinary connotations can lead to the public understanding of science, as to a relationship between science and society. The promotion of sanogenous behavior, health problems counseling, and the reduction of risk factors are necessary. The televised public image has become “image imperialism” and emphasized on chromatic, morphological and textual publicity message. Persuasion of the masses through televised messages leads to sanitary education based on the medical model. Health education through television and press must act in the virtue of the principles of: good efficiency, truthfulness, confidentiality.

Keywords: television, communication, health education

Televiziunea este un mediu de comunicare public ce vizează întreaga societate. „Relația cu ecranul“ a condus la diversificarea stilurilor de viață cotidiană în familie și în viața socială.

O emisiune de televiziune poate fi definită ca un dispozitiv de mediatizare, cu elemente materiale, tehnologice, simbolice, logistice, asamblate strategic ca un „cadru de interacțiune“.

Secolul XX este considerat cel mai bogat în revoluții mondiale. În acest secol au avut loc revoluții în patru mari domenii (1): revoluția nucleară (înmărmarea, superlaserul), revoluția în transporturi (autovehicule electrice), revoluția în medicină (creșterea numărului persoanelor vârstnice: oamenii

trăiesc de două ori mai mult ca în secolul trecut, medicamente noi, investigații numeroase), revoluția comunicării (radio, televiziune, internet, telefonie mobilă).

Revoluția comunicării a dus la creșterea uluitoare a cantității de informații. „Comunicarea este, din punct de vedere cronologic, primul instrument spiritual al omului în „procesul socializării sale“. (2) „Comunicarea este termenul de întâlnire conceptuală unde se intersectează relațiile interpersonale și inovațiile tehnologice, stimulentele politico-ecologice și ambițiile socio-culturale, divertisment ușor, forma, conținutul, substanța și stilul“. (3)

Adresa de corespondență:

Prof. Dr. Georgeta Sinițchi, Universitatea „Apollonia“, Str. Muzicii nr. 2, Iași

E-mail: georgeta_sinitchi@yahoo.com

Televiziunea este un instrument important al comunicării, fiind și factorul care influențează cultura unui popor. (4) Televiziunea a înlocuit cărțile ca sursă principală de educare și informare, în sociologia engleză existând sintagma „omul unei singure cărți“ (*man of one book*).

Analiza televiziunii privește raportul între cultura unui popor și aceasta, făcând parte integrantă din cultura unui popor, alături de alte tehnologii moderne care au survenit în epoca actuală. (5)

Caracteristicile televiziunii sunt: 1. este un proces de gândire publică; 2. presupune o formă rituală; 3. este persoana care privește într-o stare de emoție extinsă. Televiziunea creează o nouă cultură, dar nu permite telespectatorului pătrunderea în profunzime. Televiziunea influențează mass-media. Harold Lasswell (6), unul dintre cei mai mari sociologi care au analizat impactul mass-media asupra societății, spunea că televiziunea are trei roluri principale în această relație: supravegherea, interpretarea și transmiterea informațiilor.

Televiziunea este un fenomen: „*tefefenomenul*“, și anume este un fenomen în continuă desfășurare și progres, care se autocreează. Televiziunea este o oglindă care trebuie să reflecte ceea ce societatea arată, ea are influență mare, este o relație aproape de familie care include: emoții, speranțe, frustrări, satisfacții și construiește strategii pe termen lung.

SCURT ISTORIC AL TELEVIZIUNII

Joseph May (21) a fost un tânăr telegrafist care a descoperit fenomenul fotoelectric în anul 1973, relevând faptul că variația intensității luminii duce la transmiterea de semnale electrice. George Carey (22), din Boston, imaginează transmiterea prin fire a unei imagini construite pe un panou cu ajutorul celulelor foto electrice pe un alt panou.

Constantin Senlecq (23), un francez, imaginează în anul 1881 principiul care stă la baza televiziunii: transmiterea semnalelor emise de celulele fotoelectrice, unul după altul printr-un singur fir. Nipkow (24) a îmbunătățit ideea imaginând un disc rotativ care scana panoul de celule.

Karl Ferdinand Braun (25), în anul 1897, la Universitatea din Strasbourg, inventează tubul catodic. Boris Rosing (26), un rus, în 1905 notează că acest tub poate fi folosit pentru receptarea semnalelor electrice transmise de celulele fotoelectrice.

Campbell Swinton (27), un scoțian, imaginează și descrie în anul 1911 prima construcție integral electronică pentru transmiterea imaginilor.

În martie 1935 la Berlin a avut loc prima transmisie televizată. La Olimpiada de la Berlin, un an

mai târziu, s-au construit primele camere electronice de luat vederi. În noiembrie 1935, francezii emit la Paris primele imagini de televiziune.

Termenul de *televiziune* a fost dat de fizicianul rus Constantin Persky la expoziția mondială de la Paris, unde a folosit termenul de „television“. A rămas ca un cuvânt universal pentru un fenomen universal.

Americanii au descoperit televiziunea în 1939, transmițându-se pentru prima dată de la New York.

În România, pe 31 decembrie 1956, Televiziunea Română a început să transmită, cu un program de 21 de ore pe lună, iar la 23 august 1985 s-a inaugurat televiziunea în culori.

S-a ajuns la un moment dat ca în lume să existe mai multe televizoare decât telefoane, dar ulterior procentul s-a modificat.

DISCUȚII

Televiziunea este o întreprindere al cărui prim obiectiv este, din punct de vedere al proprietarului, să-i aducă informații, dar are important rol cultural (7). Apariția, dezvoltarea și efectele televiziunii au fost cercetate de sociologi, psihologi și futurologi.

În prezent, teoriile recente din sociologie consideră cunoașterea științifică și tehnologică drept forțele cele mai importante care, prin conotațiile interdisciplinare, conduc la înțelegerea publică a științei, precum și la o relație între știință și societate, iar televiziunea are rol de prim ordin.

Sănătatea rămâne bunul cel mai de preț al omului, dar acesta are o realitate multidimensională, fiind condiționată atât medical, cât și economic și social. (8)

Medicina, notează Siegerist H.E. (9), „nu este doar o știință naturală, ci și o știință socială al cărei scop este adaptarea indivizilor la mediul lor de viață“.

Domeniul profesional al sănătății, ca și alte câmpuri de practică socială, are în societatea de azi multe schimbări.

Mesajul sanogen poate fi obținut prin campanii de imagine. Efectele comunicării prin publicitate televizată în domeniul sănătății va urma aceleași reguli ca și în celelalte domenii. Acestea au forma unei piramide care are la bază atenționarea, urmată de înțelegere, convingere, decizie, acțiune (Fig. 1).

Mediatizarea înseamnă și relația cu presa scrisă: **audiovizualul**. Comunicarea poate fi realizată prin următoarele mijloace: 1. Dosarul de presă. 2. Comunicatul de presă. 3. Conferința de presă. 4. Broșuri și pliante.

Educația în sănătate prin televizor și presă trebuie să acționeze în virtutea principiilor: eficiență bună, veridicitate, confidențialitate.



FIGURA 1. Efectele comunicării

„Medicina modernă a devenit un univers foarte complex, marcat de tehnici de vârf și costuri exponențiale“, notează Denis Müller (1), profesor de etică la Facultatea de Teologie a Universității Laussane). Marco Vannotti (10) scrie că medicul trebuie să fie vigilent și să aibă spirit critic.

Medicina trebuie să contribuie la construcția unei coeziuni sociale, iar medicul de mâine trebuie să aibă un spirit de solidaritate socială pentru ca umanul să fie complementar cu tehnica, să fie prudent și entuziast, vigilent și de încredere.

Dimensiunile biologice, psihologice și sociale trebuie adaptate pentru a deschide și analiza o boală. Aceste dimensiuni sunt complexe, iar evenimentele sociale sunt elemente constitutive ale vieții și comunității.

Tehnicile medicale din ce în ce mai sofisticate cer finanțare și prin această solidaritate colectivă a membrilor societății pentru a suporta costul inovațiilor medicale. (11)

Genetica, biologia, imunologia, prin noile inovații au condus la beneficii deosebite în medicină, dar și la un cost ridicat.

În prezent, medicina, prin cercetările științifice ale societății, a devenit „a big science“. „Medicina este arta de a păstra sănătatea și, eventual, de a vindeca boala apărută în corp“, (Avicena în „Poemul“ – rezumatul versificat al operelor sale).

Medicina „a fost și rămâne un important factor de cultură materială și spirituală **prin funcția ei socială** nemijlocită de a cunoaște, a crea, a stăpâni, a promova, tot ce poate contribui la păstrarea sau reabilitarea omului“ (B. Duțescu).

Andrei Dumbrăveanu și colab. notează: „Televiziunea, de la calea de comunicare la caracter de artă, este o formă de creație tehnică, una dintre invențiile importante ale secolului XX, care a influențat evoluția omenirii“; așadar, între medicină și televiziune se poate obține o creație de artă prin efectele educative. (12)

Medicina implică probleme economice, sociale, politice, dar și competiții internaționale (13). Cer-

cetările, în prezent, se focalizează pe medicina predictivă. Apar noi relații medic-bolnav, în special în bolile cronice, se insistă în acest context pe prevenție, care, alături de predicție, conduce la elemente bune pentru bolnavi: păstrarea calității vieții, și altele pentru societate: cost mai scăzut.

Educația bolnavului cronic și consilierea medicală sunt elementele noi de bază (14). Programele de telemedicină au efecte benefice (15). Efectele benefice ale programelor de telemedicină sunt (16): efecte calitative: ameliorarea stării de sănătate, reducerea mortalității, ameliorarea calității vieții; efecte economice: reducerea numărului zilelor de spitalizare, reducerea costurilor pentru transport al deplasărilor, reducerea costului vizitelor la domiciliu, scăderea timpului medical și paramedical a membrilor organizațiilor profesionale în sănătate.

Dar, societatea de azi, așa-zisă „civilizată“ conduce la apariția de noi boli sau agravarea celor vechi prin: poluare, chimizare, apariția mai multor medicamente cu rol nu numai benefic, ci și negativ, schimbarea stilului de viață și alimentație.

Apariția de noi alimente, genetic modificate, folosirea multiplilor aditivi alimentari cu efecte toxice și alergice, schimbarea orelor de masă, masa unică, masa în picioare. Stresul profesional și familial cotidian ca modificador imunitar și al vieții în general trebuie luate în considerare.

Comunicarea de pe ecranul televizorului poate fi benefică, dar poate conduce și la boală prin folosirea unor reclame care au doar scop comercial sub imaginea unor „bune sfaturi“. În afara dialogului medical și informarea pe internet, televizorul ocupă un loc important (17).

Promovarea comportamentului sanogen și consilierea pe probleme de sănătate cu insistență pe reducerea factorilor de risc prin educație și terapii comportamentale, cu renunțarea la comportamente nesănătoase, este necesară.

Schimbarea atitudinii față de factorul de risc pentru boală: sedentarismul, fumatul, consumul de alcool, droguri, atât la populația afectată de boală, cât și la populația sănătoasă se impune.

Televiziunea trebuie să ne ajute ca bunurile comune precum sănătatea, agricultura, mediul înconjurător, libertatea de expresie să fie captate în avantajul societății noastre.

Formarea unei gândiri predictive și preventive medicale, atât a specialiștilor medici, cât și a populației, se poate forma și cu ajutorul presei și televizorului. Este necesară comunicarea ca schimb de informație, cu rol de îmbogățire a cunoștințelor ce poate fi definită ca și „*comunicarea suis generis*“ a educației (2).

Televiziunea este un mod de comunicare, dar mesajele sanogene transmise trebuie cântărite cu grijă și ambalate în cel mai potrivit mod pentru a ajunge la destinatar și a-și atinge scopul de transmitere nebruiată de informație în sănătate.

Astăzi, „trăim într-o *civilizație a imaginii*“ (18). Termenul de „*image*“ este folosit des și cu semnificații diverse.

Încă Platon dădea o definiție complexă a imaginii: „numesc imagini mai întâi umbrele, apoi reflexele care se văd în ape, sau la suprafața corpurilor opace, strălucitoare și lustruite și toate reprezentările de acest fel“. (19)

Imaginea este asociată cu reprezentarea. Imaginea este reprezentarea vizuală a unei realități, care poate fi abstractă sau figurativă, cinetică sau statică, estetică sau utilitară. Imaginea utilitară urmărește transmiterea unui mesaj. Imaginea publicitară este partea unei comunicări, este încărcată cu sensuri complexe. Imaginea publicitară televizată a devenit „*imperialismul imaginii*“ și și-a pus accentul pe mesajul publicitar cromatic, morfologic, textual.

Comunicarea și promovarea sănătății pe tărâmul televizorului poate fi și prin **slogan** care este esența unui mesaj, care are funcțiile de: atragere a publicului, seducerea publicului, ancorarea mesajului în memorie.

Educația sanitară este bazată pe modelul medical necesar convingerii maselor prin mesaje (20).

CONCLUZII

- televiziunea este un mediu de comunicare, ce vizează întreaga societate;
- sănătatea este bunul cel mai de preț al omului, dar este și o știință socială;
- mesajul sanogen poate fi obținut și prin imagini, iar televiziunea face parte din noile tehnologii ale societății actuale;
- noile tehnologii și cunoașterea științifică sunt forțele cele mai importante, care prin conotațiile interdisciplinare pot conduce la înțelegerea publică a științei, precum și la o relație între știință și societate;
- promovarea comportamentului sanogen, consilierea pe probleme de sănătate, reducerea factorilor de risc sunt necesare și se pot efectua prin imagini televizate;
- televiziunea este un mod de comunicare, iar mesajele sanogene transmise trebuie cântărite cu grijă și ambalate în cel mai potrivit mod;
- imaginea publicitară televizată a devenit „*imperialismul imaginii*“ și si-a pus accentul pe mesajul publicitar, cromatic, morfologic, textual;
- convingerea maselor prin mesajele televizate conduce la educația sanitară bazată pe modelul medical;
- educația în sănătate prin televizor și presă trebuie să acționeze în virtutea principiilor: eficiență bună, veridicitate, confidențialitate.

BIBLIOGRAFIE

1. Herjeu R. Oglinda mișcătoare: tehnici de propagandă, manipulare și persuasiune în televiziune, București, Editura Fundației „România de Măine“, 2000
2. Iovănuț S. Comunicarea mediatică în societatea modernă, ed. Waldpress, Timișoara, 2001, p.6
3. Lull J. Mass-media, Comunicare, ed. Samzdat, București, 1999, p.9
4. Newcomb H., Hirsch P.M. Television as a Cultural Forum, Quaterly Review of Film Studies, 1983
5. Lebaron F., Gaubert C., Pouly M.P. Manuel visuel de sociologie, ed. Dunod, 2013, p. 260
6. Biagi S. Media Impact/An Introduction to Mass Media, California State University, Sacramento, 2013
7. Gausse M. Éducation et télévision: les liaisons dangereuses, Dossier d'actualité, n° 36 – juin 2008
8. Ștefan P. Sociologie medicală, ed. Dacia, Cluj-Napoca, p.5, 2007
9. Lupu I., Zanc I., Săndulescu C. Sociologia sănătății. De la teorie la practică, Pitești, Edit. Tiparg, 2004
10. Vannotti M. Le métier de médecin – Entre utopie et désenchantement, Ed. Medecine & Hygiene, 2006
11. Haute Autorité de santé, Service évaluation économique et santé publique. Efficience de la télémédecine: état des lieux de la littérature internationale et cadre d'évaluation, Juin 2011
12. Dumbrăveanu A., Țurcanu D., Parfentiev B. Televiziunea în media de actualități, CEP USM, Chișinău, 2010
13. Picard J.F., Mouchet S. La metamorphosé de la médecine, ed. Inserm: Science, histoire, société, 2009
14. Lacroix A., Assal J.P. L'éducation thérapeutique des patients – Accompagner les patients avec une maladie chronique: nouvelles approches, ed. Maloine, 2003
15. World Health Organization. A health telematics policy in support of WHO's health-for-all-strategy for global health development, Geneva: WHO; 1998
16. Laurent P., Schroeder J.B. Télémédecine 2020, modèles économiques pour le télévison des maladies chroniques, Livre blanc, Syntec, Paris, 2013
17. Simon P., Acker D. Rapport – La place de la télémédecine dans l'organisation des soins, Ministère de la Santé et des Sports Direction de l'Hospitalisation et de l'Organisation des Soins, Novembre 2008
18. Fulchignoni E. La civilisation de l'image e la moderna civiltà del l'immagine, ed. Payot, 1969
19. Popovici D. Deschideri spre o istorie a sociologiei, ed. Institutul European, Iași, 2010
20. Simon D., Traynard P.Y., Bourdillon F., Gagnayre R., Grimaldi A. Education thérapeutique prévention et maladies chroniques, Paris: Masson; 2009.
21. May J. <http://www.schubincave.com/tag/joseph-may/>
22. Carrey G. http://en.wikipedia.org/wiki/George_R._Carey
23. Selenecq C. <http://histv2.free.fr/senlecq/senlecqnotice.htm>
24. Nipkow P. http://en.wikipedia.org/wiki/Paul_Gottlieb_Nipkow
25. Braun K.F. http://en.wikipedia.org/wiki/Karl_Ferdinand_Braun
26. Rosing B. https://en.wikipedia.org/wiki/Boris_Rosing
27. Swinton C. http://en.wikipedia.org/wiki/Alan_Archibald_Campbell-Swinton