

Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Προαγωγή της Υγείας

ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ ΜΑΝΤΟΥΔΗ
ΕΠ. ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ
ΤΟΜΕΑ ΚΟΙΝΟΤΙΚΗΣ ΚΑΙ
ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΥΓΕΙΑΣ

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης αποτελούνται από:

- Τον **έντυπο** (εφημερίδες και περιοδικά) και
- τον **ηλεκτρονικό** τύπο (ραδιόφωνο, τηλεόραση, διαδίκτυο)

Μπορούν να αποτελέσουν

- βασική πηγή πληροφόρησης ως μηχανισμοί προπαγάνδας
- βασικούς κοινωνικούς φορείς προβάλλοντας νόρμες, αξίες και στάσεις

Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας προβάλλουν θέματα μέσω:

- **Οργανωμένων δραστηριοτήτων και εκστρατειών προαγωγής υγείας**
(επίσημοι φορείς όπως Το Υπουργείο Υγείας)
- **Διαφήμισης προϊόντων που σχετίζονται με την υγεία**
(πχ οδοντόκρεμες)
- **Προβολής ταινιών σχετιζόμενων με την υγεία**
(πχ παχυσαρκία)
- **Εσκεμμένης προβολής αρνητικών μηνυμάτων υγείας**
(πχ κάπνισμα, αλκοόλ)



A white bowl filled with a variety of fresh fruits, including sliced kiwi, banana, and strawberry, topped with a layer of dark, possibly chocolate or yogurt, and a layer of white yogurt or cream.



Οι προτάσεις συγκαλούν στη λήψη αποφασιστικών προγράμιν όπως ορίζεται από τις απ' αριθμ. ΥΠ/Δ/126625 (ΦΜΑ 27.05/07/29-8-2010) και ΥΠ/Δ/126625 (ΦΜΑ 28.02/07/14-7-2010) Υπουργικών Διαταγών.

ΑΓΩΓΗ ΥΓΕΙΑΣ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΥΓΕΙΑΣ

Οργανωμένες
δραστηριότητες και
εκστρατείες προαγωγής
υγείας από επίσημους
φορείς όπως το Υπουργείο
Υγείας

Τι να φάω στο σχολείο για να έχω ενέργεια και υγεία;

Οι παρακάτω προτάσεις αποτελούν ιδέες γευμάτων και σνακ που μπορούν να επιλέγουν οι μαθητές για το κολατσιό τους, είτε αυτό προετοιμάζεται στο σπίτι είτε αγοράζεται έτοιμο από το σχολικό κυλικείο:

* Φρέσκα φρούτα ή φρουτοσαλάτες από φρέσκα φρούτα

* Φυσικοί χυμοί φρούτων χωρίς προσθήκη ζάχαρης και συντηρητικών

* Smoothies από φρέσκο γάλα και φρέσκα φρούτα χωρίς προσθήκη ζάχαρης

* Γιαούρτι με μέλι ή με δημητριακά ή με φρούτα

* Σαλάτα φρέσκων λαχανικών με ελαιόλαδο, τυρί, και κριτσίνια

* Κουλούρι, κριτσίνια ή κράκερς κατά προτίμηση ολικής άλεσης, με ατομική συσκευασία τυριού

* Τσστ, σάντουιτς, αραβική πίτα, τورتίγια ή κουλούρι με τυρί και λαχανικά

* Τσστ ή τортίγια με μέλι ή ταχίνι και μέλι

* Τυρόπιτα ή πίτα λαχανικών

* Πίτσα με τυρί και λαχανικά

* Γλυκίσματα όπως μουςτοκούλουρο, σταφιδόψωμο, μπάρα δημητριακών, παστέλι, μπισκότα απλά χωρίς γέμιση, κρέμα, ρυζόγαλο ή χαλβά, σε μικρές ατομικές συσκευασίες

Προτείνεται οι μαθητές να επιλέγουν διαφορετικό γεύμα/σνακ καθημερινά για να υπάρχει ποικιλία στη διατροφή!

Επισημαίνεται ότι, για τα τρόφιμα που πωλούνται στα σχολικά κυλικεία πρέπει να τηρούνται όλες οι συστάσεις για τον ορθό χειρισμό των τροφίμων και την τήρηση των κανόνων ορθής υγιεινής πρακτικής σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, διακίνησης, διατήρησης και προσφοράς των τροφίμων.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΥΓΕΙΑΣ



Το υγιεινό μου κολατσιό!

Ενημερωτικό φυλλάδιο για μαθητές, γονείς και εκπαιδευτικούς

ΑΓΩΓΗ ΥΓΕΙΑΣ

ΑΘΗΝΑ 2019

Οι υγιεινές διατροφικές συνήθειες, διαμορφώνονται από τα πρώτα χρόνια της ζωής και συμβάλλουν στην επίτευξη της καλύτερης δυνατής υγείας.

Σύμφωνα με τις εθνικές διατροφικές συστάσεις τα παιδιά και οι έφηβοι θα πρέπει να καταναλώνουν καθημερινά ποικιλία λαχανικών και φρούτων εποχής, γάλα, γιαούρτι ή τυρί, ποικιλία δημητριακών κατά προτίμηση ολικής άλεσης και να αποφεύγουν την κατανάλωση επεξεργασμένων προϊόντων κρέατος (όπως τα αλλαντικά), αναψυκτικών και τροφίμων που περιέχουν πρόσθετη ζάχαρη ή/και μεγάλη ποσότητα αλατιού.

Δεδομένου ότι οι μαθητές περνούν μεγάλο μέρος της καθημερινότητάς τους στο σχολείο, οι τροφές που καταναλώνουν εκεί παίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση μιας ισορροπημένης διατροφής. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας τονίζει ότι ο περιορισμός της έκθεσης σε λιγότερο υγιεινές επιλογές και η αυξημένη διαθεσιμότητα υγιεινών γευμάτων/τροφών στο σχολείο μπορεί να βελτιώσει την υγεία και τις μαθησιακές δυνατότητες των παιδιών.

Το κολατσιό που καταναλώνουν οι μαθητές στο σχολείο πρέπει να παρέχει ενέργεια για τις σωματικές και πνευματικές τους δραστηριότητες και να είναι πλούσιο σε ωφέλιμα θρεπτικά συστατικά.

Ενα θρεπτικό και υγιεινό κολατσιό μπορεί να προετοιμαστεί στο σπίτι ή να αγοραστεί από το κυλικείο.

Το σχολείο, και ειδικότερα το σχολικό κυλικείο, μπορεί και πρέπει να λειτουργεί ως εκπαιδευτικό μέσο πρακτικής εφαρμογής των αρχών της υγιεινής διατροφής και να δίνει την ευκαιρία στους μαθητές να κάνουν τις σωστές διατροφικές επιλογές προάγοντας και προστατεύοντας κατ' αυτό τον τρόπο την υγεία των παιδιών!



Το Υπουργείο Υγείας, ακολουθώντας τις επίσημες διεθνείς και εθνικές διατροφικές συστάσεις και με τη συμβολή σημαντικών επιστημόνων στον τομέα της παιδικής διατροφής διαμόρφωσε τις με αρ. πρωτ. Υγ/Γ.Π. 81025 (ΦΕΚ 2135/τ. Β'/29-8-2013) & Υγ/Γ.Π. 96605 (ΦΕΚ 2800/τ. Β'/4-11-2013) Υγειονομικές Διατάξεις, με τις οποίες θεσπίστηκαν τα επιτρεπόμενα προς πώληση τρόφιμα στα σχολικά κυλικεία. Προκειμένου να προστατευτεί η υγεία των μαθητών, απαγορεύθηκε η διανομή τροφίμων με αυξημένη περιεκτικότητα σε κορεσμένα λιπαρά, τρανς λιπαρά, ζάχαρη και αλάτι και επιλέχθηκαν τρόφιμα πλούσια σε θρεπτικά συστατικά απαραίτητα για την υγιή ανάπτυξη των παιδιών, με προτίμηση σε ελληνικά παραδοσιακά τρόφιμα και συνταγές.



Διαφήμιση προϊόντων που
σχετίζονται με την υγεία





Εσκεμμένη προβολή
αρνητικών μηνυμάτων
υγείας



Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας προβάλλουν θέματα μέσω:

- **Πληρωμένης προώθησης υπηρεσιών προαγωγής υγείας**
(πχ πρόγραμμα για ασφαλή σεξουαλική συμπεριφορά, χρηματοδοτούμενη από εταιρεία κατασκευής προφυλακτικών)
- **Προβολής θεμάτων υγείας με έμμεσο τρόπο**
(πχ ήρωας τηλεοπτικής σειράς υιοθετεί ανθυγιεινή συμπεριφορά)
- **Μέσω προβολής κεκαλυμμένων θετικών ή αρνητικών μηνυμάτων υγείας**
(πχ άρνηση δημοφιλούς προσώπου να καπνίσει)



<https://www.youtube.com/watch?v=QJ3Dnga2rwk>
<https://www.youtube.com/watch?v=Fh8Svpsl5yc>



sober celebrities

Στα πλαίσια της προαγωγής της υγείας τα μέσα μαζικής ενημέρωσης μπορούν να επιτύχουν:

- Αύξηση της συνειδητοποίησης θεμάτων σχετικών με την υγεία (πχ κάπνισμα, αλκοόλ, ασφαλής σεξουαλική συμπεριφορά)
- Ανάδειξη θέματος υγείας ώστε αυτό να ενταχθεί στην πολιτική ατζέντα
- Παροχή πληροφοριών οδηγιών και μηνυμάτων (πχ χρήση ζώνης ασφάλειας, κράνους)
- Προώθηση αλλαγής συμπεριφοράς, εφόσον υπάρχουν οι κατάλληλες προϋποθέσεις (ισχυρά κίνητρα, ατομική υποστήριξη)

Μη μιλάς ενώ οδηγείς.

Από την διαφημιστική Mudra Group, στην Ινδία



Έχει τα μάτια της μαμάς του.

«Κατάγγειλε την ενδοοικογενειακή βία» στέλνει το ηχηρό μήνυμα η Διεθνής Αμνηστία



Στα πλαίσια της προαγωγής της υγείας τα μέσα
μαζικής ενημέρωσης  δεν μπορούν να επιτύχουν:

- Προβολή πολύπλοκων πληροφοριών σε θέματα υγείας
- Εκπαίδευση ατόμων στην ανάπτυξη πολύπλοκων δεξιοτήτων
- Αλλαγή ατομικής συμπεριφοράς εν απουσία υποστηρικτικού περιβάλλοντος
- Αλλαγή στάσεων όταν τα προβαλλόμενα μηνύματα έρχονται σε αντίθεση με θεμελιώδεις και βασικές αξίες

Προγραμματισμένες εκστρατείες

- Απευθύνονται σε πολύ κόσμο, όλων των κοινωνικών τάξεων, γρήγορα και άμεσα.
- Η αποτελεσματικότητα τους εξαρτάται από το θέμα που πραγματεύονται, τη μεθοδολογία που χρησιμοποιούν και το κοινό.
- Στην Ελλάδα «Η ζώνη μας δένει με τη ζωή», είχε μεγάλη αποτελεσματικότητα



<https://www.youtube.com/watch?v=02-APHI9L6g>

Μη προγραμματισμένες προβολές

- Συνήθως υπάρχει το κέρδος από τα μέσα προκειμένου να προβάλλουν σχετικό θέμα και μπορεί να χρησιμοποιήσουν διάσημα πρόσωπα που η γνώμη τους έχει απήχηση στο κοινό (Γρίπη πτηνών, Ebola).



Η επίδραση των μέσων μαζικής ενημέρωσης

- Οι απόψεις σχετικά με την αποτελεσματικότητα τους στην προαγωγή της υγείας κυμαίνεται από μηδενική έως ιδιαίτερα χρήσιμη
- Η αλήθεια βρίσκεται κάπου στη μέση

Ανασταλτικοί παράγοντες στην αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων προαγωγής της υγείας στα ΜΜΕ_1

- Αποτυχία διατύπωσης σαφούς σκοπού και στόχων
- Έλλειψη οργανωτικής δομής
- Δυσκολία καθορισμού του κοινού
- Έλλειψη προηγούμενης έρευνας σχετικά με τις ανάγκες του κοινού

Ανασταλτικοί παράγοντες στην αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων προαγωγής της υγείας στα ΜΜΕ_2

- Χρήση μεσαζόντων που τροποποιούν τα σχεδιαζόμενα μηνύματα.
- Προτίμηση της γνώμης των «ειδικών» έναντι του κοινού
- Γρήγορες και πρόχειρες στρατηγικές οι οποίες έχουν μικρή διάρκεια και αντικαθίστανται από νέες πρωτοβουλίες

Θετικοί παράγοντες που αυξάνουν την αποτελεσματικότητα των στρατηγικών υγείας που βασίζονται στα ΜΜΕ

- Το μήνυμα υγείας εκλαμβάνεται σαν αξιόπιστο από το κοινό και προκαλεί το ενδιαφέρον του.
- Το μήνυμα είναι ξεκάθαρο και οι στόχοι του επιτεύξιμοι
- Επιδιώκεται περεταίρω δημοσιότητα και προβολή της στρατηγικής ώστε να σχεδιαστούν νέα προγράμματα

Θετικοί παράγοντες που αυξάνουν την αποτελεσματικότητα των στρατηγικών υγείας που βασίζονται στα ΜΜΕ

- Υπάρχει διεπιστημονική συνεργασία μεταξύ των επαγγελματιών που σχεδιάζουν και εφαρμόζουν τη στρατηγική.
- Τα μηνύματα, οι υπηρεσίες τα προγράμματα που προωθούνται με τη στρατηγική στοχεύουν στο να ενθαρρύνουν την αλλαγή του κοινού –στόχου
- Αποφυγή χρήσης αρνητικών μηνυμάτων με στόχο τη μείωση του stress που μπορεί να προκύψει

Συμπερασματικά

- Τα ΜΜΕ μπορεί να είναι σύμμαχοι και συνεργάτες στην προώθηση στόχων της προαγωγής υγείας
- Σε καμία περίπτωση όμως δεν έχουν τη δυνατότητα να υποσκελίσουν την αξία της άμεσης επαφής των επαγγελματιών υγείας με το κοινό για σχετικά θέματα