PUBLICITA JAKO SOUČÁST PRÁCE HYGIENICKÉ SLUŽBY

V komunikaci a propagaci pracuji dlouhá léta. Mám zkušenosti z pozic ve státní i soukromé sféře. Přesto je moje aktuální působiště na Hygienické stanici hlavního města Prahy v něčem nové: poprvé intenzivně a neustále pracuji s tématy úzce se dotýkajícími lidského zdraví. Jde o jednu z vůbec nejvyšších hodnot, které člověk na tomto světě má. Plně si tento fakt uvědomuji právě při práci pro orgán ochrany veřejného zdraví. Od 1. listopadu 2017 zde pracuji jako tiskový mluvčí, od května 2018 pak i jako vedoucí kanceláře ředitele.

O fungování našeho zdravotnictví se zajímám již dlouho. Přesto mě překvapila velká šíře témat, kterými se hygienická služba zabývá. O to větší snahu člověk má ve snaze zprostředkovat činnost, náplň a výsledky práce hygieniků co nejširšímu spektru veřejnosti.

Většina médií dnes nejvíce poptává zprávy senzační a negativní. Proto propagace hygienické služby není právě jednoduchá a propagace orgánu ochrany veřejného zdraví je v této spletnosti složitější. Jde o to, aby se i přes mnohá omezení veřejnost o výsledcích a významu práce hygieniků dozvídala v co možná nejširším rozsahu. Základní podmínkou pro dobrou propagaci jakéhokoli subjektu nebo tématu je otázka míry podpory vedení i zaměstnanců dané organizace. Bez toho se optimálního výsledku dosáhnout nedá. Hygienická stanice hlavního města Prahy má v oblasti propagace své činnosti velkou podporu ředitele stanice i jednotlivých zaměstnanců. Příprava podkladů pro prezentace, propagaci a reakce na dotazy médií má tak na pražské hygieně velkou prioritu. Náš kolektiv odvádí v tomto směru i přes množství svých dalších činností, podle mého názoru, skvělou práci.

Ani v hygienické službě není nouze o adrenalinové okamžiky. Velmi aktuálním tématem je nyní v Praze zvýšený výskyt spalniček, jednoho z vůbec nejvíce přenosných onemocnění. Téma z logiky věci zajímá média i veřejnost. Je třeba reagovat rychle, pružně, pohotově, aby lidé měli k dispozici co nejvíce ověřených informací. Onemocnění nabíhá, vyvíjí se, je třeba pracovat dle předem promyšlené strategie založené na každotýdenní aktualizaci shromažďovaných dat. Je důležité průběžně připravovat shrnující tiskové zprávy, přemýšlet v předstihu o dopadech zveřejňovaných informací. Nevyvolat zbytečnou paniku, ale současně poskytnout pravdivá objektivní data, aby lidé v terénu mohli případným rizikům předcházet a přizpůsobit tomu své chování.

Očkování. Jedno ze strategických témat současné práce hygieniků. Otázka jeho důležitosti rovněž vystala v souvislosti se zvýšeným výskytem spalniček v metropoli. Jak veřejnosti předávat ověřené a podložené informace, že očkování dětí neškodí. Dosavadní zkušenosti naopak hovoří o tom, že je očkování proti mnoha nemocem zatím vůbec nejúčinnějším preventivním opatřením. V šíři názorů se často uplatňují také ty neodborné, ale zato dobře ovlivňující veřejnost, že vlastně očkování škodí. Zde je pak pole pro orgány ochrany veřejného zdraví, aby postupně svými stanovisky a informacemi taková neodborná vyjádření uváděly na pravou míru. Je tak možné minimalizovat negativní dopady působení rádoby odborníků v dané oblasti. Například právě zde jde o úkol mimořádně důležitý a přitom dlouhodobý. Vytváří se zde úzký prostor pro velmi detailní spolupráci hygieniků, lékařů i vakcinologů.

Úspěchy se dostavují, někdy však pomalu a nenápadně. Na pražské hygieně klademe velký důraz na pravidelnou aktualizaci webových stránek, které si dovoluji říci, že máme z hlediska hygienické služby jedny z nejlepších, ne-li vůbec ty nejlepší. Zavedený a osvědčený komunikační prostředek je třeba udržovat a pečovat o něj. Co zde zveřejníme, je čistě na rozhodnutí ředitele stanice, se kterým tyto věci průběžně a pravidelně konzultujeme. A kdo je vůbec příjemcem těchto našich zpráv a tiskových sdělení? Jsme mile překvapeni, když někdy na web umístíme zprávu, kterou zveřejníme hlavně kvůli pravidelné aktualizaci webových stránek a pak zjišťujeme, že se výstup objevil v tom či onom sdělovacím prostředku. Řada novinářů si právě díky pravidelné aktualizaci dat zvykla web pražské hygieny pravidelně sledovat a zprávy zde zveřejňované využívat pro publikaci a tvorbu vlastních mediálních témat. Jde vlastně o velkou pochvalu pražským hygienikům. Informace o jejich činnosti média zajímají.

Témat k propagaci činnosti orgánu ochrany veřejného zdraví je nespočet. Jen nyní v létě: kontrola koupališť, klíšťata a prevence nemocí s nimi spojených, zdravotní nezávadnost pokrmů a nápojů..., zkrátka psát je stále o čem. Informovat veřejnost zajímavými tématy z naší činnosti je především v dnešní mediální době velmi důležité. Stojí proto za to práci hygieniků v očích veřejnosti propagovat. Kdy jindy, než v této pro hygienu složité době, si to naše milá hygiena právem zaslouží.

*Mgr. Zbyněk Boublík
tiskový mluvčí Hygienické stanice hlavního města Prahy*