

**Promocja zdrowia w działaniu.  
Od teorii do praktyki**

---

Redakcja naukowa

**Małgorzata Synowiec-Piłat**

**Anna Pałęga**

**Michał Jędrzejek**



# Wstęp

Małgorzata Synowiec-Piłat  
Anna Pałęga  
Michał Jędrzejek

Mottem książki, którą oddajemy w Państwa ręce, jest myśl Swami Sivanandy, jednego z największych mistrzów jogi XX wieku – „gram praktyki jest więcej wart niż tony teorii”. Oczywiście wiedza naukowa jest niezbędna, jeżeli chcemy dogłębnie zrozumieć dany problem społeczny, skutecznie działać na rzecz zdrowia oraz budować i wdrażać projekty prozdrowotne – nie wyważając już otwartych drzwi. Dlatego też wszystkie poruszane w publikacji zagadnienia, takie jak prozdrowotny styl życia, starzenie czy choroby nowotworowe, są analizowane w kontekście naukowych teorii z zakresu socjologii i psychologii zdrowia oraz medycyny, a także omówione krytycznie w odniesieniu do istniejących wyników badań na dany temat. Teorie i badania naukowe stanowią zatem tło, swoistą bazę dla ukazania praktycznej strony promocji zdrowia. W niniejszej monografii nauka przeplata się z praktyką. Autorzy starają się pokazać jak teorie naukowe i wyniki badań empirycznych można przekuć na praktykę. Jak wykorzystać wiedzę i które jej obszary zgłębiać (bo przecież jest ich ogrom), by wyposażyć się w skuteczne, adekwatne do potrzeb i możliwości odbiorcy narzędzia oddziaływania społecznego.

Promocja zdrowia jest – wbrew pozorom i potocznym uproszczeniom – zagadnieniem bardzo trudnym w realizacji, we wdrażaniu w życie. Zdrowie, które większość z nas ceni, choć częściej

w deklaracjach niż w praktyce, to zagadnienie bardzo szerokie, wielowymiarowe, mające rozległe uwarunkowania psychologiczne, społeczno-kulturowe, polityczne i oczywiście biologiczne. Zajmując się problematyką zdrowia, warto postawić sobie dwa bardzo istotne pytania: Jak promować zdrowy styl życia, aby podejmowane przez nas działania były skuteczne? A zarazem – co równie ważne, a często bezrefleksyjnie pomijane – by nie zaszkodzić odbiorcom?

Jakie podjąć kroki, jakie poczynić refleksje, jaką wiedzę i dostępne badania naukowe warto zgłębić, by zamiast pomagać, nie szkodzić, nie wpędzać w poczucie winy osób, które ze względu na uwarunkowania zewnętrzne (np. bezrobocie, biedę) nie są w stanie wprowadzić w swoim życiu takich zmian, mogących istotnie i pozytywnie przyczynić się do poprawy czy chociażby utrzymania zdrowia. Mówimy tu o zjawisku, które w literaturze naukowej określane jest mianem „syndromu obwiniania ofiary”, a wśród nieumiejętnych praktyków promocji zdrowia – bardzo często bagatelizowane lub zupełnie niezauważane. Niejednokrotnie, pod szyldem promocji zdrowia prowadzone są bowiem działania, mające w założeniu zmianę stylu życia określonej grupy społecznej na prozdrowotny, ale bez uwzględnienia fundamentalnej kwestii: czy odbiorcy są w stanie z tego skorzystać? Czy nie istnieją określone, niezależne od jednostki, jej motywacji i chęci do zmiany zewnętrzne bariery, które jej to uniemożliwiają? Przykładem mogą być chociażby osoby ubogie, bezrobotne, które w pierwszej kolejności są zmuszone zaspokoić potrzeby podstawowe swoje i rodziny. Potrzeby zdrowotne spychane są na margines życia, a choroba traktowana jako dopust boży, coś co zamienia i tak trudne do przetrzymania życie w koszmarną egzystencję. Nie korzystają oni z dobrodziejstw zdrowej diety, programów profilaktycznych i innych prozdrowotnych wynalazków nie z gnuśności, nie – jak skrajnie upraszczają niezadowoleni z rezultatów swoich działań twórcy niektórych akcji i działań prozdrowotnych – z głupoty czy braku wiedzy odbiorców – lecz dlatego, że są to obszary i dobrodziejstwa dla nich niedostępne ekonomicznie i społecznie. Inny przykład – dzieci z patologicznych rodzin, osoby o niskim poziomie wiedzy, niepotrafiące odnaleźć się w formule proponowanych im programów zdrowotnych czy też

niebędące w stanie do tych programów dotrzeć. Przykładem niech będzie projekt pomagania bezdomnym, który dostępny był tylko przez Internet.

W efekcie grupa, która miała w założeniu otrzymać pomoc, ostatecznie wpędzana jest w poczucie winy, ponieważ nie jest w stanie, czy jak niektórzy krzyczą – „nie chce!” uczynić nic dla swojego zdrowia. Z beneficjenta, z podmiotu staje się ofiarą źle zaprojektowanych i przeprowadzanych działań zdrowotnych.

Nie należy zatem upraszczać owego najbardziej kojarzonego z promocją zdrowia hasła „Twoje zdrowie w Twoich rękach”. Zamiast obwiniać kogoś, że nie realizuje zasad zdrowego stylu życia, dalej nadmiernie pije, pali, nie uczestniczy w tak skrzętnie przygotowywanych przez rząd badaniach profilaktycznych itp., warto zastanowić się, dlaczego tak się dzieje, uwzględnić owe szerokie uwarunkowania zdrowia, zastanowić się nad specyfiką grupy docelowej, jej potrzebami i możliwościami, zastosować odpowiednie narzędzia wpływu społecznego. Wziąć to wszystko pod uwagę, projektując działania na rzecz zdrowia.

Oczywiście warto też w tym miejscu dodać, że w myśl idei promocji zdrowia każdy ma mieć prawo i warunki do prozdrowotnych wyborów, ale to nie znaczy, że wszyscy musimy zdrowo żyć, a każde odstępstwo od zasad zdrowego stylu życia ma być ganione, czy piętnowane. Wtedy mamy bowiem do czynienia z bardzo negatywnym zjawiskiem tzw. terroryzmu medycznego.

Życie zdrowo powinno być zatem naszym świadomym wyborem, do którego mamy prawo, nie zaś obowiązkiem, czymś do czego zmierzamy pod przymusem.

Oczywiście brzmi to bardzo idealistycznie, ale warto do tego ideału próbować zmierzać choćby w małym zakresie, warto mieć to na uwadze, podejmując inicjatywy na rzecz zdrowia.

Zatem, działania promujące zdrowie powinny się odbywać na rzecz i z poszanowaniem podmiotowości odbiorcy, a do tego – powinny być jeszcze skuteczne.

Praktycy, zwłaszcza Ci o jakże cennej naturze pełnej pokory i dystansu do siebie i swych możliwości, a przy tym refleksyjni w tym co robią, wiedzą, że jest to zadanie trudne. Ale wiedzą też, że jak już

się coś uda, niesie to ze sobą niesamowity ładunek energii na przyszłość.

Jak zwiększyć skuteczność działań? Jak sprawić, by zdrowie stało się dla danej grupy społecznej prawdziwą wartością, a nie tylko pustą deklaracją?

Nie ma oczywiście prostej odpowiedzi...

Oprócz konieczności wprowadzania zmian na poziomie makrostrukturalnym, w polityce społecznej i zdrowotnej oraz realizacji idei współpracy międzysektorowej, szczególnie godne polecenia wydają się być dwie zasady promocji zdrowia – idea aktywizacji oraz upodmiotowienia jednostek i społeczności na rzecz zdrowia.

We współczesnej koncepcji promocji zdrowia, zdrowie i styl życia postrzegane są jako coś nierozzerwalnie związanego ze środowiskiem społeczno-ekonomicznym człowieka. Podkreśla się potrzebę zaktywizowania jednostek i społeczności w trosce (walce) o swoje zdrowie, odrzucając strategię prowadzenia działań prozdrowotnych odgórnie, bez możliwości ingerencji w nie poszczególnych ludzi. Nastąpiło zdecydowane odejście od traktowania promocji zdrowia jako dziedziny, za którą odpowiada wyłącznie sektor zdrowia. Promocja zdrowia powinna opierać się w swych działaniach przede wszystkim na aktywności środowisk lokalnych oraz współpracy międzysektorowej. W takim rozumieniu promocja zdrowia jest przede wszystkim przedsięwzięciem społecznym, w którym niezbędna jest rozległa aktywność jednostek i grup społecznych.

Szczególnego znaczenia nabiera tu jeden z najważniejszych paradygmatów promocji zdrowia, mówiący o konieczności upodmiotowienia jednostek i społeczności na rzecz zdrowia, o ich aktywizacji na rzecz zdrowia. Podejście to uznawane jest współcześnie za jedno z najskuteczniejszych oraz za niezbędne w staraniach o poprawę stylu życia zbiorowości w kierunku uczynienia go bardziej prozdrowotnym. Pojęcie upodmiotowienia rozumiane jest jako zdolność do przejmowania przez jednostki i grupy kontroli nad swoim życiem i zdrowiem. Oprócz zdobywania kontroli na poziomie indywidualnym podkreśla się także konieczność motywowania ludzi do aktywnego angażowania się we wzmacnianie zdrowia w społecznościach, w których żyją.

Spontaniczna potrzeba zmiany czegoś w swoim życiu na rzecz zdrowia motywuje do działania, „zaraża” innych ludzi, nakłania do wspólnej aktywności.

Idea upodmiotowienia jest nierozzerwalnie związana z zasadą subsydiarności (pomocniczości), w której preferowane są działania oddolne. Zgodnie z tą zasadą, problemy społeczne, w tym zdrowotne, powinny być rozwiązywane najpierw samodzielnie przez jednostkę, potem przy pomocy najbliższych jej grup – rodziny, przyjaciół i znajomych, grupy religijnej, społeczności lokalnej, następnie korzystając z zasobów organizacji społecznych i instytucji publicznych. Dopiero na końcu zaś powinniśmy zwracać się o pomoc do instytucji państwa jako makrostruktury.

Uzasadnieniem wprowadzania w życie zasady subsydiarności jest większa skuteczność działań podejmowanych na niższych szczeblach. Ustanawia ona swego rodzaju łańcuch instytucji, które znajdują się pomiędzy obywatelem a państwem. Zasada subsydiarności służy umacnianiu uprawnień obywateli oraz ich wspólnot, daje pierwszeństwo w zaspokajaniu potrzeb i rozwiązywaniu problemów społecznych jednostkom i grupom usytuowanym najbliżej potrzebujących. Przykładem działań oddolnych, aktywizujących i upodmiotowiających jednostki i społeczności są inicjatywy podejmowane przez szereg organizacji pozarządowych – stowarzyszeń i fundacji.

Idea napisania tej książki zrodziła się w trakcie realizacji przez nasz Zespół Fundacji Kreatywnie dla Zdrowia cyklu Seminarów Naukowych „Promocja zdrowia w działaniu”<sup>1</sup>. Nadrzędnym celem tych spotkań jest propagowanie wzorcowych akcji społecznych oraz wypracowanie skutecznych mechanizmów tworzenia i wdrażania programów służących zdrowiu poszczególnych grup społecznych. Do wspólnej debaty zapraszamy przede wszystkim praktyków – twórców i realizatorów kampanii społecznych, programów i akcji poświęconych szeroko rozumianemu promowaniu zdrowego stylu życia, ale również naukowców zajmujących się problematyką zdrowia oraz przedstawicieli samorządu terytorialnego i instytucji

---

<sup>1</sup> [www.kreatywniedlazdrowia.pl/seminarium.htm](http://www.kreatywniedlazdrowia.pl/seminarium.htm)

powołanych do ochrony zdrowia. Dodatkowym celem jest integracja sektora publicznego, prywatnego i pozarządowego, motywowanie różnych środowisk oraz stwarzanie przyjaznego gruntu do podejmowania wspólnych, twórczych i korzystnych dla zdrowia działań. Wybrane, wzorcowe naszym zdaniem, projekty organizacji pozarządowych z całej Polski prezentujemy w niniejszej książce jako przykłady tzw. dobrych praktyk w promocji zdrowia.

Książka składa się z trzech zasadniczych części. W Części I odnajdziecie Państwo garść naukowej refleksji nad zagadnieniami promocji zdrowia, ze szczególnym naciskiem położonym na dwa jej priorytety – aktywizację i upodmiotowienie na rzecz zdrowia. Znajdziecie także Państwo informacje o nierozzerwalnie z tymi zagadnieniami związanymi, kolejnymi postulatami promocji zdrowia, jakimi jest idea subsydiarności oraz działań międzysektorowych. Jako że ma być o promocji zdrowia od strony praktycznej – w Części II omówione zostały psychologiczne i społeczne mechanizmy wpływające na zmianę zachowań i postaw zdrowotnych oraz wybrane narzędzia wpływu społecznego, które można wykorzystać w działaniach mających na celu prozdrowotną aktywizację jednostek i społeczności, zwiększenie ich poczucia odpowiedzialności oraz upodmiotowienia na rzecz zdrowia.

Na Część III monografii, zatytułowaną „Promocja zdrowia w działaniu – praktyka życia społecznego” składają się trzy ważne dla zdrowia współczesnego człowieka zagadnienia. Rozdział 1. poświęcony jest prozdrowotnemu stylowi życia i jego uwarunkowaniom. Jako ilustracja dobrych praktyk w promocji zdrowego stylu życia opisane zostały projekty dwóch organizacji: Program „PoZdro!” Fundacji Medicover oraz projekty Fundacji Kreatywnie dla Zdrowia.

Rozdział 2. dotyczy problematyki starzenia się społeczeństwa i konsekwencji tego procesu, z położeniem nacisku na potrzebę prowadzenia działań aktywizujących nie tylko na rzecz, ale i razem z seniorami. W odpowiedzi na potrzeby osób starszych są realizowane, z ogromnym powodzeniem, prosenioralne projekty Stowarzyszenia MANKO, które zostały opisane w tej części książki.

Rozdział 3. poświęcony jest natomiast problematyce onkologicznej, jako jednemu z dominujących problemów zdrowotnych w naszym kręgu kulturowym. W tej części jako wzorcowy przykład działań promujących zdrowie przedstawiona zostanie ogólnopolska kampania edukacyjna, dotycząca profilaktyki raka jądra, realizowana przez Fundację Gdyński Most Nadziei.

Mając nadzieję, że książka będzie pomocna w działaniach na rzecz zdrowego stylu życia, życzymy dobrej lektury i zapraszamy do współpracy oraz wspólnego działania na rzecz zdrowia.