

KAMPANIA „NA ZDROWIE”¹

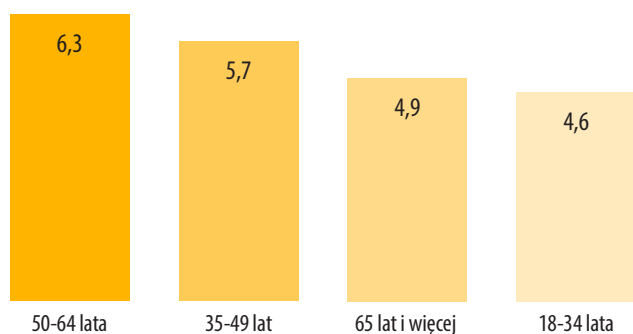
Bartosz Kehl

Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom

Zdrowie

Życzenie „na zdrowie!” jest obecne w różnych kulturach świata i używa się je przeważnie, gdy ktoś kichnie. Chociaż aktualnie eksperci od dobrych manier odradzają taką reakcję na kichnięcie, to jest ona jednak nadal stosowana, nieraz wręcz bezwarunkowo. W polskiej kulturze oprócz powyższego kontekstu oraz znanej fraszki Jana Kochanowskiego, wieszczą z Czarnolasu, z życzeniem „na zdrowie” mamy do czynienia również podczas „wnoszenia toastu”. Rytuał ten jest ściśle związany z piciem alkoholu, które, jak wiemy, nie wpływa pozytywnie na stan zdrowia, a jednak skojarzenie jest bardzo silne i zwrot wciąż w użyciu. Wierzę, że silne zakorzenienie zwyczaju życzenia zdrowia w różnych kulturach świata i kontekstach wynika po prostu z życzliwości wobec drugiego człowieka. Dobre zdrowie zawsze było i prawdopodobnie będzie wartością bardzo cenioną

Wykres 1. Średnia ilość wypitego alkoholu w litrach w poszczególnych grupach wiekowych.



Osoby w wieku średnim a używanie alkoholu.

i pożądaną we wszystkich społeczeństwach – jest definiowane jako osiągnięcie pełnego dobrostanu fizycznego, psychicznego i społecznego. Zdrowie często postrzegamy jako dobro „uniwersalne”, dlatego pragniemy go dla siebie i innych. Jednak pragnienia, chęci, życzenia, postawy czy przekonania nie zawsze wpływają na pojawienie się trwałych i spójnych z nimi zachowań. Badania wskazują, że zachowania szkodzące zdrowiu są powszechne, a także nadal społecznie akceptowane i zakorzenione w naszej kulturze. Mowa tutaj o piciu alkoholu.

Picie alkoholu w Polsce

Wznoszeniu toastów sprzyjają okoliczności, w których najczęściej spożywany jest alkohol. Wyniki badań wskazują, że w około 90% sytuacji są to spotkania towarzyskie

w warunkach domowych z partnerami i rodziną, przyjaciółmi, znajomymi. Można śmiało stwierdzić, że spożywanie alkoholu jest powszechnym elementem życia społecznego. Postawa wobec alkoholu ma tutaj również bardzo duże znaczenie, ponieważ znaczna część badanych uważa, że alkohol poprawia atrakcyjność imprez i uroczystości (ponad 36% mężczyzn i 23% kobiet). Dane statystyczne za rok 2022 wskazują, że na jednego mieszkańca Polski przypada średnio ok. 9,3 litra wypitego czystego alkoholu. Niemal co trzeci konsument (31,6%) spożywa alkohol co najmniej raz na tydzień, 28,9% raz w miesiącu, a rzadziej robi to 30,2% osób.

Średnio najwięcej czystego alkoholu piły osoby z grupy wiekowej 50-64 lata (prawie 6,3 litra na osobę). Nieco mniej (5,7 litra) piły osoby w wieku 35-49 lat. Najmniejsze ilości alkoholu wypili osoby z najstarszej grupy wiekowej 65 lat i więcej (średnio 4,9 litra) oraz najmłodszy respondenci w wieku 18-34 lata (4,6 litra czystego alkoholu). Powyższe informacje wskazują, że statystycznie największe ilości alkoholu spożywane są przez osoby starsze. Z jednej strony pociesza fakt, że to nie młodzi ludzie piją najwięcej, z drugiej jednak strony bardzo niepokoi ryzyko łączenia alkoholu z lekami, bo, jak wiadomo, w starszym wieku przyjmowane są często różnego rodzaju leki, a łączenie ich z alkoholem może być bardzo niebezpieczne.

Kampania społeczna

Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom to instytucja powołana przez Ministra Zdrowia, by reali-



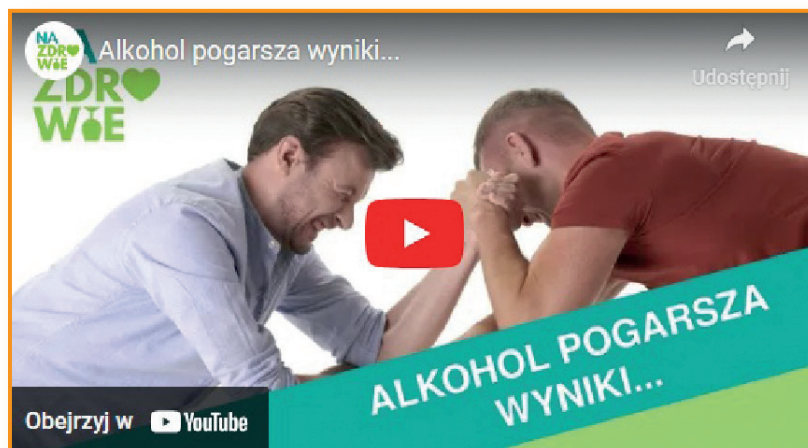
Problemy wynikające z picia alkoholu mogą być odmienne w przypadku kobiet i mężczyzn.

zować zadania w obszarze zdrowia publicznego. Misją Krajowego Centrum jest działanie na rzecz człowieka, dlatego zainicjowało ono ogólnopolską kampanię pn. *Na zdrowie – każdy dzień na moją korzyść*, którą realizuje Fundacja Poza Schematami. Kampania społeczna to działania mające na celu wpływanie na postawy oraz zachowania podejmowane w określonej grupie odbiorców – wzmocnienie zachowań pożądaných, prozdrowotnych oraz zmianę zachowań szkodliwych, niepożądanych. Jak wiemy, kampania społeczna nie należy do najskuteczniejszych narzędzi profilaktyki, jednak ważny problem społeczny, a także troska o zdrowie rodaków zaważyła na decyzji rozpoczęcia ogólnopolskich działań w przestrzeni publicznej. Kampania wystartowała we wrześniu 2023 roku i potrwa do końca roku, a grupę odbiorców stanowią pełnoletni mieszkańcy Polski, którzy należą do grona potencjalnych konsumentów alkoholu. Zdecydowaliśmy się na umiejętne podjęcie bardzo ważnego problemu społecznego, jakim jest troska o zdrowie. Oczywiście kampania porusza problematykę picia alkoholu oraz jego oddziaływania na zdrowie, jednak główny nacisk i przekaz kampanii zawiera się w rozwinięciu nazwy: *każdy dzień na moją korzyść*. Treści skupione są głównie na korzyściach, jakie może przynieść rezygnacja lub ograniczenie picia alkoholu. Mowa jest tutaj o rezygnacji czasowej lub całkowitej abstynencji. Język korzyści dla zdrowia, wynikających z odstawienia alkoholu nawet na jakiś czas, ma zachęcić odbiorcę do tego, by sprawdził, czy w jego przypadku również uda się dostrzec/osiągnąć podobne efekty. Celem kampanii jest też podniesienie

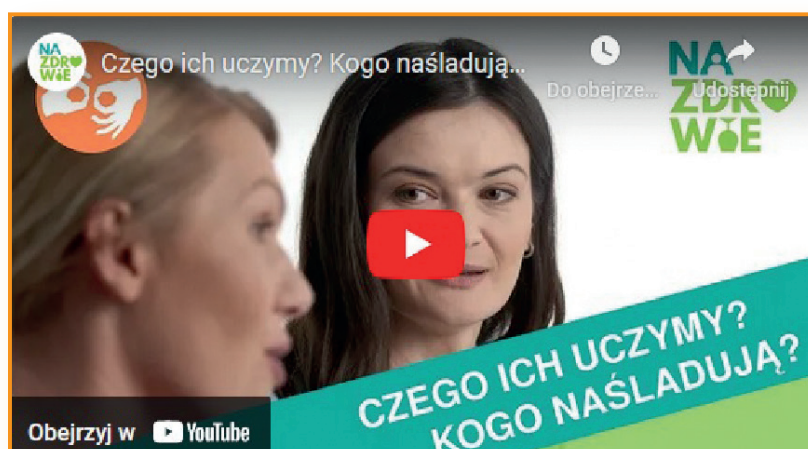


Żyjąc z osobą z problemem uzależnienia od alkoholu.

wiedzy o rzeczywistym wpływie alkoholu na organizm i życie człowieka, m.in. na wygląd, jakość snu, stany emocjonalne, wydolność, kontakty społeczne. Kampania podejmuje tematy ważne i bliskie każdemu człowiekowi oraz dostarcza przydatnych informacji. Na stronie internetowej kampanii www.kampania-na-zdrowie.pl można znaleźć treści w podziale na bloki: funkcjonowanie człowieka w społeczeństwie, zdrowie fizyczne i psychiczne, fakty i mity o wpływie alkoholu na zdrowie. Seria krótkich filmów skierowana jest do różnych grup odbiorców: rodziców dzieci w wieku szkolnym/nastoletnim, młodych kobiet w ciąży/matek, młodych mężczyzn, a także seniorów. Spot kampanii w ciekawy, nieinwazyjny sposób pokazuje, jakich przykrych konsekwencji można doświadczyć po wypiciu alkoholu – nawet nie pijąc w sposób problemowy. Wśród dostępnych artykułów znajdziemy takie, jak np. alkohol a ciąża, przyczyny sięgania po alkohol, stosowanie przemocy, proces uzależnienia, alkohol a zdrowie. Treści kampanijne niosą głównie pozytywny przekaz, bez tonu moralizatorskiego czy pouczającego, a dawka wiedzy, to fakty przedstawione w prosty i przejrzysty sposób.



Alkohol pogarsza wyniki.



Czy tzw. szampan dla dzieci to dobry pomysł na wspólne świętowanie z dzieckiem?

Gdzie szukać pomocy?

♥ INFORMACJE DOTYCZĄCE FORM I MIEJSC UDZIELAJĄCYCH POMOCY

Osobom i rodzinom z problemem alkoholowym

Potrzebujesz Porady i konsultacji, bo zastanawiasz się, czy sam/sama masz problem z alkoholem?

Potrzebujesz Pomocy i porady, bo ktoś bliski ma problem z alkoholem?

Narzędzia

Kampania „Na zdrowie” przewiduje zaistnienie w przestrzeni publicznej przy użyciu mediów elektronicznych. Główną przestrzenią z zasobami merytorycznymi jest strona internetowa www.kampania-na-zdrowie.pl, głównymi nośnikami informacji i promocji są media społecznościowe (Facebook, Instagram), serwis YouTube czy Google Ads, podejmowane są szerokie działania z zakresu PR i produkcje audiowizualne (filmy, podcasty). Zaangażowane w kampanii zasoby (w tym osoby),

wpływają na pozytywny odbiór społeczny kampanii. Intrygujące i kojarzące się z toastem hasło kampanii „Na zdrowie” ma przyciągać uwagę, a z rozwinięciem: „Každy dzień na moją korzyść” stanowi przewrotne zestawienie. Atrakcyjna forma i przyjazne treści przekonują do siebie odbiorców. W ramach kampanii 13 października odbyła się konferencja

KAMPANIA „NA ZDROWIE”¹ cd ze str. 47

prasowa o charakterze informacyjnym, skierowana szczególnie do dziennikarzy i influencerów. Nagranie z konferencji, podobnie jak wszystkie materiały, dostępne są na stronie kampanii i pozostaną na niej do dyspozycji odbiorców, również po zakończeniu działań.

Obecnie skuteczność dotarcia kampanii do odbiorców mierzymy między innymi zasięgami, pojawieniem się reklamy na urządzeniu, liczbą odwiedzin i średnim czasem wyświetleń strony internetowej, podstron czy artykułów. Szczegółowe dane dotyczące zasięgu kampanii otrzymamy po zakończeniu projektu, jednak aktualne podsumowanie działania reklamy Google dla kampanii „Na zdrowie” wskazuje, że do tej pory kampania zainteresowała ponad 1 mln użytkowników. Kreacje związane z kampanią (reklama w dowolnej formie: tekstowej, graficznej, miniaturki filmu) pojawiły się na ekranach użytkowników ponad 37 mln razy, a średni czas wyświetlania tekstów zamieszczonych na stronie sugeruje, że artykuły są chętnie czytane.

Za fraszką Jana Kochanowskiego możemy zgodzić się, że często przekonujemy się, jak ważne jest bycie zdrowym dopiero wtedy, gdy dolegliwości czy choroba dotkną nas samych lub naszych bliskich, gdy zabraknie tego zdrowia. Ogólnopolską kampanią „Na zdrowie” pragniemy skupić uwagę odbiorców na wartości zdrowia, póki je mamy, zachęcić do refleksji oraz rozważenia zmiany zachowań mogących prowadzić do uszczerbku na zdrowiu. Zachęcić do tego, by podejmować codzienne decyzje i dokonywać wyborów tak, żebyśmy wszyscy mogli powiedzieć: *każdy dzień na moją korzyść!*

Więcej informacji o kampanii:

www.kampanianazdrowie.pl;

www.facebook.com/kampanianazdrowie;

www.youtube.com/@kampanianazdrowie;

www.instagram.com/kampania_na_zdrowie

kontakt@kampanianazdrowie.pl

Źródło danych:

M. Rowicka, S. Postek, M. Zin-Sędek, „Wzory konsumpcji alkoholu w Polsce. Raport z badań kwestionariuszowych 2020 r.”, PARPA, Warszawa 2021, https://www.parpa.pl/images/wzorykonsumpcji_2020.pdf

Przypisy

¹ Publikowane ilustracje pochodzą ze strony <https://kampanianazdrowie.pl>



Serwis Informacyjny UZALEŻNIENIA

Wydawca:
Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom
ul. Dereniowa 52/54, 02-776 Warszawa
tel.: 22 641 15 01, fax: 22 641 15 65
e-mail: kpcu@kpcu.gov.pl
www.kpcu.gov.pl

Redaktor naczelny: Piotr Jabłoński
Redaktor prowadzący: Tomasz Kowalewicz
Kolegium redakcyjne: Magdalena Borkowska, Bartosz Kehl,
Katarzyna Łukowska, Artur Malczewski, Danuta Muszyńska,
Anna Radomska

Redakcja:
Fundacja PRAESTERNO
ul. Widok 22/30, 00-023 Warszawa
tel.: 22 621 27 98
e-mail: biuro@praesterno.pl
www.praesterno.pl

Egzemplarz bezpłatny
Numery archiwalne na stronie:
www.siu.praesterno.pl

Projekt jest dofinansowany ze środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych będących w dyspozycji Ministra Zdrowia, w ramach konkursu przeprowadzonego przez Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom oraz środków własnych Fundacji Praesterno.