Walentynki z profilaktyką w tle

Kategoria: Polityka Zdrowotna
Opublikowano: wtorek, 10, luty 2026 08:18
Tomasz Smaś
Odsłony: 461

Tegoroczne Walentynki na polskiej kolei zyskują nowy wymiar. 9 lutego rozpoczęła się ogólnopolska akcja informacyjno-edukacyjna „Kolej na miłość. Kolej na serce", realizowana wspólnie przez Ministerstwo Zdrowia, Centrum e-Zdrowia oraz PKP Intercity. Kampania potrwa do 28 lutego i każdego dnia będzie docierać do setek tysięcy podróżnych w całym kraju, przypominając o znaczeniu profilaktyki chorób serca.

Wybór przestrzeni kolejowej nie jest przypadkowy. Każdego dnia ponad 500 pociągów PKP Intercity przewozi około 250 tysięcy pasażerów. To ogromny potencjał komunikacyjny, pozwalający skutecznie dotrzeć z przekazem zdrowotnym do szerokiego grona odbiorców – zarówno tych podróżujących służbowo, jak i prywatnie.

Choroby układu krążenia pozostają jednym z najpoważniejszych problemów zdrowotnych w Polsce. Wiele z nich rozwija się latami, często bez wyraźnych objawów, a ich wczesne wykrycie znacząco zwiększa szanse skutecznego leczenia. Jednocześnie znacznej części schorzeń można zapobiec poprzez zmianę stylu życia.

Kampania wykorzystuje symbolikę walentynkowego serca, aby zwrócić uwagę na potrzebę troski o zdrowie – zarówno własne, jak i bliskich. Dworce kolejowe oraz pociągi w całym kraju stały się przestrzenią promowania świadomej profilaktyki. Materiały informacyjne emitowane są w składach PKP Intercity oraz na ekranach w wybranych kasach biletowych, zachęcając pasażerów do refleksji nad codziennymi nawykami.

Centralnym elementem akcji jest ankieta „10 dla serca", dostępna w bezpłatnej aplikacji Moje IKP, z której korzysta już ponad 4 miliony użytkowników. Narzędzie ma prostą i intuicyjną formę, a jego wypełnienie zajmuje zaledwie kilka minut.

Kwestionariusz pozwala ocenić codzienne nawyki związane z aktywnością fizyczną, dietą, poziomem stresu, snem oraz regularnością badań profilaktycznych. Po udzieleniu odpowiedzi użytkownik otrzymuje spersonalizowane rekomendacje, wskazujące obszary wymagające poprawy. To praktyczne wsparcie, które może stać się pierwszym krokiem do realnej zmiany stylu życia.

Akcja „Kolej na miłość. Kolej na serce" jest pierwszą tak szeroko zakrojoną kampanią edukacyjną realizowaną w formule ogólnopolskiej na kolei. Wpisuje się w ideę społecznej odpowiedzialności transportu publicznego, który – poza zapewnianiem mobilności – może pełnić także funkcję edukacyjną.

Współpraca instytucji zdrowotnych z przewoźnikiem kolejowym pokazuje, że promocja zdrowia może towarzyszyć codziennym czynnościom, takim jak podróż do pracy, szkoły czy na weekendowy wyjazd. W przestrzeni, w której codziennie spotykają się setki tysięcy osób, łatwiej budować świadomość i zachęcać do profilaktyki.

Kampania potrwa do końca lutego, obejmując cały okres walentynkowy. Jej celem jest nie tylko zwiększenie liczby osób korzystających z aplikacji Moje IKP i wypełniających ankietę, lecz przede wszystkim zmiana podejścia do zdrowia serca – z reaktywnego na profilaktyczne.

W czasach, gdy tempo życia sprzyja stresowi, braku ruchu i niezdrowym nawykom, przypomnienie o podstawowych zasadach dbania o serce może mieć realne znaczenie. Walentynkowy symbol serca zyskuje dzięki tej inicjatywie głębszy sens – jako znak odpowiedzialności za własne zdrowie i wyraz

Phoca PDF

troski o tych, którzy są najbliżej.

Źródło: MZ

Phoca PDF