

I Kongres Komunikacji o Zdrowiu – jak mówić o zdrowiu, by ludzie chcieli działać?

Kategoria: Polityka Zdrowotna

Opublikowano: czwartek, 21, maj 2026 10:36

Joanna Gryboś-Chechelska

Odłony: 155

19 maja 2026 roku w Warszawie odbył się I Kongres Komunikacji o Zdrowiu, zorganizowany jako wielosektorowa przestrzeń dialogu ekspertów poświęconego nowoczesnej komunikacji w obszarze zdrowia publicznego.

Kongres był odpowiedzią na narastające wyzwania zdrowotne współczesnego świata – kryzysy demograficzne, wzrost zachorowalności na choroby cywilizacyjne, epidemię otyłości i cukrzycy oraz postępującą zapaść systemów opieki zdrowotnej. Organizatorzy podkreślali, że skuteczna komunikacja o zdrowiu nabiera dziś znaczenia, jakiego nie miała nigdy wcześniej w historii. Współczesny człowiek podejmuje codzienne decyzje dotyczące stylu życia w warunkach nadpodaży informacji, intensywnego marketingu branży spożywczej oraz rosnącej presji dezinformacji w przestrzeni publicznej i mediach społecznościowych.

Mimo licznych działań systemu opieki zdrowotnej, samorządów, biznesu i organizacji społecznych spada zgłaszalność na badania profilaktyczne, a zalecenia specjalistów coraz częściej przegrywają z pseudoinformacją rozpowszechnianą w sieci. Odpowiedź na te wyzwania wymaga – jak podkreślano – skoordynowanego działania wielu sektorów: nauki, administracji centralnej i lokalnej, organizacji pozarządowych, biznesu oraz mediów.

W programie Kongresu znalazły się zagadnienia dotyczące komunikacji, która przekłada się na realne zmiany zachowań – dyskutowano o tym, jak mówić o zdrowiu i polityce zdrowotnej w sposób budujący kulturę odpowiedzialności. Osobnym obszarem tematycznym były wielosektorowe i międzypokoleniowe działania na rzecz redukcji otyłości – omawiano zarówno zagraniczne, jak i polskie doświadczenia, a także bariery hamujące przemiany społeczne i legislacyjne w tym zakresie. Wiele uwagi poświęcono komunikacji zdrowotnej prowadzonej przez samorządy – analizowano skuteczne programy lokalne, typowe błędy komunikacyjne oraz mechanizmy budowania koalicji na rzecz zdrowia.

Dyskutowano również o kampaniach zdrowotnych realizowanych w Polsce i na świecie, badając czynniki decydujące o ich skuteczności. Ostatnim omawianym zagadnieniem był influencer marketing w edukacji zdrowotnej – jego potencjał, zagrożenia związane z rozpowszechnianiem fałszywych przekazów oraz rola medinfluencerów w kształtowaniu decyzji zdrowotnych społeczeństwa.

Kongres zgromadził przedstawicieli środowisk nauki, administracji centralnej i lokalnej, organizacji pozarządowych, biznesu oraz mediów. Jego celem było określenie nowych priorytetów w obszarze komunikacji zdrowotnej oraz budowanie partnerstw i mechanizmów sprzyjających szerokiej aktywizacji społecznej na rzecz zdrowia.