

Sprawozdanie z działań Państwowej Inspekcji Sanitarnej w ramach kampanii WHO „Zwykły kaszel czy objaw gruźlicy? Sprawdź!”

W ostatnim kwartale 2025 roku, Główny Inspektorat Sanitarny włączył się w realizację ogólnopolskiej kampanii społecznej „Zwykły kaszel czy objaw gruźlicy? Sprawdź!” Kampania została zorganizowana przez Biuro Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) w Polsce we współpracy z Polskim Towarzystwem Chorób Płuc i była realizowana w okresie od 26 września do 30 listopada 2025 r., w nawiązaniu do obchodów Światowego Dnia Płuc.

Cel kampanii

Celem kampanii było zwiększenie świadomości społecznej na temat gruźlicy jako choroby, która mimo postępu medycyny pozostaje istotnym problemem zdrowia publicznego, a także promowanie profilaktyki i znaczenia wczesnej diagnostyki. Działania kampanijne koncentrowały się również na obalaniu mitów i stereotypów związanych z gruźlicą oraz na upowszechnianiu wiedzy dotyczącej jej objawów.

Grupy docelowe

Kampania była kierowana do wybranych grup odbiorców, w tym do kobiet, pracujących mężczyzn, osób w wieku senioralnym oraz cudzoziemców, ze szczególnym uwzględnieniem osób mogących mieć ograniczony dostęp do informacji zdrowotnych.

Materiały

W ramach kampanii opracowano zestaw materiałów edukacyjnych w formie infografik, dostępnych w czterech wersjach językowych: polskiej, angielskiej, ukraińskiej oraz rosyjskiej. Wielojęzyczna forma przekazu umożliwiła dotarcie do szerokiego grona odbiorców, w tym obywateli Ukrainy przebywających na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej i przyczyniła się do zwiększenia dostępności informacji zdrowotnych oraz wzmocnienia spójności działań informacyjnych prowadzonych w środowiskach wielokulturowych.

Działania Państwowej Inspekcji Sanitarnej

Państwowa Inspekcja Sanitarna realizowała szeroko zakrojone działania informacyjne i edukacyjne, których celem było podnoszenie świadomości zdrowotnej społeczeństwa oraz promowanie zachowań prozdrowotnych. Aktywności obejmowały zarówno bezpośredni kontakt z odbiorcami, jak i wykorzystanie kanałów komunikacji masowej.

Formy działań

- Dystrybucja materiałów edukacyjnych do placówek medycznych, szkół, instytucji publicznych oraz bezpośrednio do mieszkańców.
- Organizacja spotkań i prelekcji – prowadzenie wykładów, pogadanek i warsztatów skierowanych do różnych grup odbiorców, w tym seniorów oraz pracowników.
- Stoiska informacyjne i ekspozycje – obecność podczas wydarzeń lokalnych, targów i imprez plenerowych, umożliwiającą bezpośredni kontakt z lokalną społecznością
- Aktywność w mediach społecznościowych – publikacja treści promujących zdrowie, profilaktykę chorób oraz aktualnych zaleceń.
- Publikacje w mediach tradycyjnych i na stronach internetowych – artykuły, komunikaty prasowe i informacje edukacyjne dostępne dla szerokiego grona odbiorców.

Dane sprawozdawcze

- Liczba podmiotów zaangażowanych: 2194 jednostki realizowały działania w ramach kampanii.
- Porady: udzielono 1704 porad, z których skorzystało 8210 osób.
- Prelekcje, pogadanki i wykłady: zorganizowano 563 spotkania edukacyjne, w których uczestniczyło 4056 osób.
- Stoiska informacyjne: podczas imprez przygotowano 95 stoisk, odwiedzonych przez 11 823 osoby.
- Ekspozycje edukacyjne: zrealizowano 369 ekspozycji, które dotarły do 52 975 odbiorców.
- Szkolenia, konferencje i narady: w ramach interwencji odbyło się 59 wydarzeń, z udziałem 1391 osób.
- Aktywność online:
 - W mediach społecznościowych opublikowano 1008 materiałów, które dotarły do 332 999 odbiorców.
 - Na stronach internetowych PIS zamieszczono 206 publikacji.
 - W mediach tradycyjnych ukazało się 268 informacji prasowych.