



ZDROWY POMYSŁ

RANKING INICJATYW REFORMATORSKICH



Nie przesadzaj

Fot. iStockphoto.com

Publikujemy zgłoszoną do konkursu „Zdrowy pomysł – ranking inicjatyw reformatorskich” ekspercką propozycję dotyczącą zdrowia psychicznego.

PATRYCJA BUJARSKA, NOEMI KRAUZE

Skąd pomysł na nazwę projektu? Wyszliśmy od powiedzenia „Starych drzew się nie przesadza”. To nasze pośrednie skojarzenie ze zjawiskiem starości i jednocześnie etykietą postępowania z osobami starszymi. Ich nawyki i styl życia są już na tyle usztywnione, że nie podlegają żadnym zmianom, korektom i modyfikacjom. Jednocześnie ten tytuł jest przekazem do młodych dorosłych – nie przesadzajcie z alkoholem, używkami, stresem, złymi nawykami, bo... starość czeka, a potem będzie za późno na naprawę błędów i zmianę stylu życia.

A. Analiza problemu, identyfikacja przyczyn i ocena ilościowa skali problemu

Dwa zjawiska występujące w Polsce równolegle

Jesteśmy świadkami dwóch zjawisk, powodujących ten sam efekt: rosnące zagrożenie przyrostu liczby osób chorych i niesamodzielnych w naszym społeczeństwie.

Pierwszym jest proces starzenia się społeczeństwa na świecie, w tym i w Polsce. Proces ten ma charakter postępujący. Prognozuje się (raport Międzynarodowych Studiów



Strategicznych), iż w 2050 r. średnia długość życia na świecie będzie wynosiła 75 lat, przy czym w krajach wysoko rozwiniętych 85 lat, a w krajach najsłabiej rozwiniętych – 60 lat. Około roku 2050 w krajach wysoko rozwiniętych liczba osób w wieku 60+ po raz pierwszy w dziejach przewyższy liczbę dzieci i młodzieży do lat 15. Z takim fenomenem ludzkość nie miała jeszcze do czynienia. W roku 2000 osoby w wieku 60 lat i więcej stanowiły w naszym kraju 16,7 proc. populacji, a w roku 2009 – 18,8 proc. Prognozy demograficzne przewidują, że udział ludzi starszych (65+) w 2030 r. sięgnie 27,6 proc., a w 2050 r. aż 39 proc. populacji. Dane wskazują, że około 2060 r. Polacy staną się najstarszym demograficznie (po Słowacji) narodem Europy¹. Dynamicznie będzie rosła liczba najstarszych pośród starych – jest to zjawisko tzw. podwójnego starzenia się. Sędziwa starość staje się „dostępna” dla mieszkańców krajów wysoko rozwiniętych, w tym Polski².

Drugim zjawiskiem jest styl życia młodych dorosłych, czyli pokolenia Z (osób urodzonych po 1995 r.). Wykształcili oni złe nawyki zdrowotne, które trudno im obecnie zmienić. Niektórzy naukowcy sądzą, że członkowie tej grupy wiekowej będą żyli krócej niż ich rodzice, a to za sprawą stylu życia. Współcześnie młodzi dorośli coraz częściej i wcześniej:

- sięgają po substancje psychoaktywne,
- popadają w stany depresyjne,
- mają zaburzenia odżywiania i są uzależnieni od substancji psychoaktywnych,
- mają mniejszą sprawność fizyczną i słabszy refleks.

Wspomniane zachowania są źródłem postaw destrukcyjnych i realnie zagrażających jednostkom w dalszym życiu. Szczególnie na starość.

Charakterystyka młodego pokolenia w liczbach

- Badania *American Psychological Association* pokazują, że zachodni przedstawiciele pokolenia Z cierpią na przypadłości natury psychicznej o wiele częściej niż boomerzy (generacja powojennego wyżu demograficznego) i milenialsi. Tylko w latach 2009–2017 odsetek chorych na depresję między 13. a 20. rokiem życia w Stanach Zjednoczonych urósł o 60 proc. Pokolenie Z w przeciwieństwie do wcześniej wymienionych nie wstydi się depresji. Przeciwnie – przyznaje głośno, że na nią choruje i prosi o pomoc³.
- Badania konsekwentnie dostarczają dowodów, że ludzie piją alkohol najbardziej intensywnie we wczesnej dorosłości. W tej grupie istnieje szczególnie wysokie prawdopodobieństwo jednorazowego upijania się i intensywnego picia alkoholu. Z badania NESARC wynika, że około 46 proc. młodych dorosłych (12,4 mln) ma doświadczenie spożywania alkoholu w ilościach przekraczających rekomendowany dzienny limit, przynajmniej raz w ostatnim roku, a u 14,5 proc. (3,9 mln) jego średnie spożycie wykraczało poza rekomendowane tygodniowe limity.

- 46 proc. pokolenia Z i 45 proc. milenialsów czuje wypalenie zawodowe. Głównym zmartwieniem tych grup są koszty życia i katastrofa klimatyczna.
- 46 proc. pokolenia Z i 47 proc. milenialsów żyje od wypłaty do wypłaty (raport Deloitte)⁴.
- W 2021 r. 1573 osoby w wieku 19–24 lat próbowały popełnić samobójstwo⁵.
- Pokolenie Z nazywa się „śnieżynkami”. Przekonani o swojej wyjątkowości dwudziestokilkulatkowie są jednocześnie nadmiernie wrażliwi. Mają ukończone szkoły, kursy, znaczące tytuły, ale w prostych sytuacjach życiowych opartych na konfrontacji poddają się – na przykład na rozmowę rekrutacyjną nie przychodzą, bo to dla nich zbyt duży stres i powód do płaczu⁶.

Charakterystyka młodych jako powód powstania naszej inicjatywy

Obecne pokolenie młodych dorosłych zmaga się z wieloma problemami psychicznymi i fizycznymi, wykazując przy tym wiele destrukcyjnych i niepokojących postaw oraz nawyków. Mając na względzie zjawisko starzejącego się społeczeństwa – naszym celem jest wyposażenie młodych dorosłych w nawyki, które pomogą im w zachowaniu zdrowia do później starości. Skupiamy się na pokoleniu urodzonym w latach 90., ponieważ to ono w 2050 r. będzie stanowiło ponad 39 proc. populacji w Polsce.

Chcemy oddziaływać prewencyjnie, z myślą przewodnią, że zdecydowanie łatwiej zapobiegać niż leczyć. Wyposażenie młodych ludzi w zdrowe nawyki będzie czynnikiem o istotnym wpływie na ich zdrowie w okresie późnej dorosłości i starości.

Dlaczego należy edukować ich już teraz? Dlaczego chcemy mówić o starości ludziom młodym?

- 1) W naszej ocenie starość jest niewłaściwie postrzegana jako odrzucająca i wstydliva. Mając na uwadze powiększającą się liczbę starszych ludzi w naszym społeczeństwie, powinniśmy nauczyć się dostrzegać kwestię starzenia się, obserwować je jako proces i mu współtowarzyszyć.
- 2) Implementacja zdrowych nawyków może zająć jedynie w młodym wieku. Z wiekiem dochodzi do usztywnienia się osobowości, czyli utrudnionego przystosowywania się do zmian lub akceptowania nowych rozwiązań – „Nie przesadzaj starych drzew, gdyż się nie przyjmą”.

B. Cele projektu

Nasze rozwiązania planujemy zrealizować za pomocą następujących form przekazu:

- 1) Media społecznościowe (Instagram) – publikacja krótkich treści edukacyjnych w przystępnej formie. Organizacja wypowiedzi *live*. Nagrywanie krótkich form wideo (*reels*) zachęcających do oglądania dłuższych materiałów na platformie.



ZDROWY POMYSŁ

RANKING INICJATYW REFORMATORSKICH

- 2) Platforma edukacyjna – przestrzeń organizująca wszelkie nasze działania. Miejsce na dłuższe wpisy edukacyjne, materiały szkoleniowe, ogłoszenia, konkursy, wywiady, panele dyskusyjne.
- 3) Podkast – forma prezentacji inspirujących i edukacyjnych rozmów z przedstawicielami starszego pokolenia. Naszym celem jest odczarowanie motywu starości, nabranie odwagi do zauważania, słuchania i mówienia o starości, doświadczenie refleksji i uświadomienia zmian, jakie zaszły na świecie w ostatnich latach, a także wyciągnięcie indywidualnej lekcji i przekazu dla siebie.

Jak chcemy działać?

Nadrzędnym celem wszystkich naszych działań jest szeroko pojęta psychoedukacja.

Nie chcemy straszyć czy zawstydząć. Chcemy uświadamiać i pokazywać pozytywne rozwiązania. Zachęcać do przyjęcia w naszym społeczeństwie aktywnej postawy wobec tematu dbania o własne zdrowie oraz do akceptowania osób starszych i pomagania im. Istotnym elementem psychoedukacji będzie odczarowanie smutnego wizerunku starości. Chcemy na podstawie wybranych osób i ich historii ukazać starość jako bogactwo doświadczeń i mądrości, które warto chłonąć!

Przygotowane przez nas treści obejmują następujące zagadnienia:

- jak wprowadzać zdrowe nawyki do codziennego życia i zwiększyć swoją długość życia,
- ile może wynosić średnia długość życia przy zachowaniu obecnych destrukcyjnych zachowań,
- skąd się bierze zjawisko starzejącego się społeczeństwa, jak je rozumieć i w jaki sposób świadomie się do niego przygotować,
- jak rozumieć starość – poznanie starości z perspektywy osób ją przeżywających jako wartość poznania i doceniania zjawisko („starość jest cool”),
- jakich rozwiązań szukać w sytuacji doświadczania starości u bliskich lub braku zasobów do oferowania pomocy i wsparcia,
- jak dbać o własne i innych zdrowie psychiczne oraz fizyczne na co dzień.

Cel główny – psychoedukacja pokolenia Z dotycząca dbania o własne zdrowie psychiczne i fizyczne jako profilaktyka przed niebezpieczną i zależną od pomocy medycznej starością.

Cele szczegółowe:

- psychoedukacja w mediach społecznościowych,
- odczarowanie starości i pokazanie jej dobrych stron – podkast z osobami starszymi,
- zachęcenie pokolenia Z do zdrowego stylu życia.

Cel *smart* – 3 miesiące od założenia konta profil będzie miał 7–10 tys. śledzących, stworzymy 15 postów oraz trzy odcinki podkastu.

C. Adresaci zmiany

Młodsze pokolenie Y i pokolenie Z lub – określając ich wspólnie – pokolenie C.

Liczebność: według statystyk GOV od 1990 r. do 2000 r. urodziły się 5 016 164 osoby.

Specyfika adresatów: osoby biegle korzystające z mediów społecznościowych, dyskutujące na forach (grupach na Facebooku). Często przypinana jest im łąka bezstresowo wychowanych. Szybko adaptujące się do zmian. Często zmieniają pracę oraz migrują. Cechą wspólną pokoleń Y i Z jest biegle korzystanie z internetu – według badań Iwony Mendryk⁷ w naszej grupie docelowej aż 93,1 proc. osób korzysta z sieci. To wszystko stanowi główny powód edukowania za pomocą nowych technologii.

D. Potrzeby adresatów projektu

Potrzeby adresatów świadome: jak żyć długo i zachować zdrowie.

Potrzeby adresatów nieświadome: większość młodych ludzi żyje wizją nieśmiertelności i nierealności własnych chorób czy starości. Bardzo często stosują mechanizmy wyparcia i izolacji, jakby starość nigdy ich nie dotyczyła. Nie wiedzą, że prowadzenie dotychczasowego stylu życia nie zapewni im spokojnej i długiej starości.

W naszej grupie docelowej jest około 5 000 000 odbiorców, z wyszczególnieniem osób, które korzystają z internetu. Projekt całościowo będzie finansowany ze środków publicznych.

E. Działania w ramach realizacji projektu

Założenie profilu na Instagramie. Zbieranie odbiorców poprzez płatne kampanie promocyjne i współpracę z influencerami.

- 1) Nagranie pierwszego odcinka podkastu.
- 2) Udostępnianie kolejno materiałów edukacyjnych: posty, krótkie formy wideo (*reels*), rozmowy *live*.
- 3) Stworzenie tygodniowego wyzwania życia w alternatywny sposób – na każdy tydzień będzie przypisane konkretne zadanie opierające się na wykonaniu niezdrowej czynności w sposób bardziej zdrowy, np. wysiąść przystanek wcześniej i przejść pieszo do celu. Zachęcamy do zrobienia zdjęcia każdej aktywności i wzięcia udziału w konkursie z nagrodami*.

*Udział w konkursie gwarantuje opublikowanie na stories relacji z dokonania dobrej zmiany i oznaczenie profilu kampanii.



- 4) Stworzenie panelu dyskusyjnego za pomocą nowoczesnych źródeł technologicznych – edukacja, grupy wsparcia, spotkania i Q&A z osobami starszymi: konfrontacja młode – starsze pokolenie.

F. Rodzaje kosztów związanych z projektem

Pilotaż trzymiesięczny:

- koszty osobowe – 118 080 zł,
- sprzęt – 2000 zł,
- reklamy – 3000 zł,
- współpraca z influencerami – 8000 zł,
- konsultacje z ekspertami – 100 godzin razy 120 zł, czyli 12 000 zł,
- wynagrodzenie dla seniorów – 30 godzin razy 100 zł, czyli 3000 zł.

Suma pilotażu: 146 080 zł

Plan roczny (implementacja projektu w skali kraju):

- reklamy na Facebooku – 10 000 zł,
- współpraca z influencerami – 30 000 zł,
- sprzęt do nagrań podcastu i dystrybucja – 2000 zł,
- nagrody konkursowe – 5000 zł,
- koszty osobowe – 472 320 zł,
- konsultacje z wybranymi ekspertami – 48 000 zł,
- praca agencji do spraw mediów społecznościowych – 18 000 zł,
- koszt budowy strony internetowej z dostosowaniem do osób z niepełnosprawnościami – 30 000 zł,
- wynagrodzenie dla seniorów – 30 000 zł.

Suma planu rocznego: 645 320 zł

G. Mierzalne efekty

Mierzalne efekty projektu pilotażowego:

- Liczba osób, które zaobserwują nasz profil na Instagramie od początku trwania projektu: około 7–10 tys. obserwujących w pierwszych 3 miesiącach projektu.
- Liczba odsłon odcinków podcastowych: 1000–5000 odtworzeń w pierwszych 3 miesiącach projektu.
- Zasięg dotarcia do odbiorców za pomocą postów publikowanych w naszych mediach społecznościowych: około 2000–5000 odbiorców na post.
- Wynik autorskiej ankiety sprawdzającej aktualny poziom wiedzy z zakresu świadomego dbania o własne zdrowie wśród osób młodych: poprawa o 70–90 proc.
- Reakcje pod postem będą wynosiły od 200 do 400 polubień.

H. Analiza ryzyka

Przygotowując projekt, jesteśmy świadome ryzyka niepowodzenia.

- 1) Przede wszystkim motyw starości jest nieatrakcyjny i często utożsamiany z końcem godnego i dobrego życia (dane z wywiadów z respondentami). W odpowiedzi na możliwe ryzyko planujemy przedstawianie tematyki starości w sposób kreatywny, ciekawy i nowoczesny. W tym celu chcemy wykorzystywać nowoczesne formy przekazu (media społecznościowe, podcast) jako nośnik treści w atrakcyjnej formie.
- 2) Publikowanie treści w mediach społecznościowych wiąże się z dużą konkurencją o uwagę odbiorcy. Wiemy, że trudno jest się wyróżnić na tle licznej grupy innych twórców, szczególnie treściami dotyczącymi edukacji. W odpowiedzi na to zagrożenie zaplanowałyśmy budżet na współpracę z rozpoznawalnymi profilami na Instagramie. Planujemy również zorganizowanie transmisji *live* i prowadzenie rozmów z osobami posiadającymi zasięg.
- 3) Jesteśmy świadome możliwości uzyskania znikomych efektów wpływu na poziom wiedzy młodych osób. Wiemy, że samo słowo usłyszane nie wpłynie na zmianę zachowań i nawyków młodych osób. Treści nie spełnią funkcji uświadamiającej. Z tego powodu wiemy, że musimy tworzyć treści dostosowane do potrzeb odbiorców i przed publikacją pytać o potrzeby, weryfikować ich sposób zachowania oraz styl życia. Następnie przedstawimy wiele alternatywnych, zdrowszych decyzji i form zachowania.

Nie chcemy negować każdej postawy powszechnie uznawanej za negatywną. Wiemy, że klasyczny przekaz „nie rób tego” przestraszy lub zniechęci naszych odbiorców. Szukamy złotego środka. Mówimy do nich w taki sposób, w jaki same chciałybyśmy być edukowane i uświadamiane. Ostatecznie chcemy, aby hasło „Nie przesadzaj” miało praktyczne zastosowanie.

Patrycja Bujarska, psycholożka, edukatorka
Noemi Krauze, psycholożka, badaczka

Przypisy

- ¹ Szukalski P. (2021). *Podwójne starzenie się ludności – od kiedy zaczyna się późna starość? Trwałość i zmienność procesów starzenia się i starości*.
- ² Grześkowiak A., Przybysz K., Peternek P., & Stanimir A. (2021). *Pokolenie 65+. Perspektywa społeczno-ekonomiczna*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- ³ <https://przekroj.pl/spoleczenstwo/depresja-juz-nigdy-nie-bedzie-piekna-wojciech-engelking>.
- ⁴ <https://praca.gazetaprawna.pl/artykuly/8464954,deloitte-milleniarsi-pokolenie-z-wypalenie-zawodowe.html>.
- ⁵ <https://kobieta.interia.pl/raporty/raport-ok-boomer-mlodzi-tlumacza-nam-swiat/tu-i-teraz/news-pokolenie-platkow-sniegu-jakie-problemy-psychologiczne-dotyk,nld,6046004>.
- ⁶ <https://kobieta.interia.pl/raporty/raport-ok-boomer-mlodzi-tlumacza-nam-swiat/tu-i-teraz/news-pokolenie-platkow-sniegu-jakie-problemy-psychologiczne-dotyk,nld,6046004>.
- ⁷ Mendryk I. (2013). *Aktywność w mediach społecznościowych jako element kształtowania własnego wizerunku dla potencjalnego pracodawcy: wyniki badań*. *Studia Ekonomiczne*, (157), 134-147.