

Praktyka i teoria promocji zdrowia
Jerzy B. Karski

Spis treści

Wprowadzenie 7

Rozdział 1

Znaczenie rozwoju pojęcia zdrowia dla tworzenia nowych pojęć i wartości 9

1.1. Wpływ rozwoju pojęcia zdrowia na powstawanie nowych dziedzin nauki i terminów 9

1.2. Znaczenie rozwoju promocji zdrowia dla powstania strategii i programów pozyskiwania zdrowia 12

Rozdział 2

Psychologiczne i antropologiczne aspekty zdrowia 18

2.1. Psychologiczne aspekty zdrowia 18

2.2. Antropologiczne aspekty zdrowia 21

2.2.1. Problem normy i normalności 21

2.2.2. Pojęcie normy fizjologicznej 22

2.2.3. Teoria homeostazy a granice norm 22

2.2.4. Adaptacja 23

2.2.5. Zdolności adaptacyjne a rozwój chorób 24

Rozdział 3

Zdrowie, normy etyczne i zasady światopoglądowe 25

3.1. Przegląd norm etycznych i zasad światopoglądowych a zdrowie 25

3.2. Skrótowy przegląd norm i zasad światopoglądowych a bioetyka 28

3.2.1. Punkt widzenia Światowej Organizacji Zdrowia na etykę i prawa człowieka 33

3.3. Bioetyka a promocja zdrowia 35

Rozdział 4

Uwarunkowania zdrowia i środowiska wspierające zdrowie 38

4.1. Uwarunkowania zdrowia 38

4.1.1. Środowiska wspierające zdrowie 60

4.2. Metody pomiaru wyników działań na rzecz poprawy uwarunkowań zdrowia 61

Rozdział 5

Wybrane polityki i strategie promocji zdrowia 63

5.1. Umiejętność odczytywania zdrowia (Health literacy) 63

5.1.1. Odczytywanie zdrowia a salutogeneza 65

5.1.2. Odczytywanie zdrowia a siły napędowe rozwoju ludzkiego 66

5.2. Polityki i strategie promocji zdrowia z uwzględnieniem płci 67

- 5.2.1. Polityki i strategie promocji zdrowia kobiet 67
- 5.2.2. Polityki i strategie promocji zdrowia mężczyzn 70

Rozdział 6

Udział promocji zdrowia w osiągnięciu celów zdrowotnych 79

- 6.1. Działania promocji zdrowia ukierunkowane na wyniki zdrowotne 79
- 6.2. Metodologia oceny potrzeb zdrowotnych 82
- 6.3. Ocena wpływu na zdrowie (HIA ? Health Impact Assessment) 86
- 6.4. Ustanawianie celów zdrowotnych 95
- 6.5. Pomiar wyników zdrowotnych uzyskanych poprzez programy promocji zdrowia 96
 - 6.5.1. Sześciostopniowy model oceny programów promocji zdrowia 100
- 6.6. Standardy oceny jakości dla praktyki promocji zdrowia 102
 - 6.6.1. Ogólna ocena jakości praktyki promocji zdrowia 102
 - 6.6.2. Kwestionariusz oceny jakości programów promocji zdrowia 105
- 6.7. Próby poszukiwania dowodów związku pomiędzy interwencją a wynikiem 109

Rozdział 7

Programy promocji zdrowia dla środowisk lokalnych: gminy, miasta, powiatu, województwa 112

- 7.1. Realizacja promocji zdrowia w środowisku lokalnym 113
- 7.2. Zajęcia praktyczne ? opracowywanie programu promocji zdrowia dla środowiska lokalnego 125
- 7.3. Skrining proponowanej polityki zdrowotnej 126

Rozdział 8

Promocja zdrowia jako zadanie dla opieki zdrowotnej 131

- 8.1. Realizacja zadań promocji zdrowia w podstawowej opiece zdrowotnej 131
 - 8.1.1. Zadania p.o.z. w zakresie promocji zdrowia 132
 - 8.1.2. Przykład projektu włączenia promocji zdrowia do zadań podstawowej opieki zdrowotnej 135
- 8.2. Realizacja zadań promocji zdrowia w praktyce lekarza specjalisty 138
- 8.3. Realizacja zadań promocji zdrowia w praktyce innych profesjonalistów opieki zdrowotnej 139
- 8.4. Realizacja zadań promocji zdrowia w praktyce działów niemedycznych opieki zdrowotnej 141

Rozdział 9

Środowisko i zdrowie ? zdrowie środowiskowe 144

- 9.1. Ochrona środowiska a zdrowie 144

Rozdział 10

Aktualne możliwości wykorzystania teorii ekonomii zdrowia dla potrzeb promocji zdrowia 152

- 10.1. Zastosowanie terminologii ekonomii w promocji zdrowia 152
- 10.2. Przykłady prób wykorzystania teorii ekonomii dla potrzeb promocji zdrowia 155
- 10.3. Zastosowanie oceny ekonomicznej stosowanej w medycznej opiece zdrowotnej dla celów promocji zdrowia 157
 - 10.3.1. Główne problemy zastosowania technik oceny ekonomicznej

w promocji zdrowia 160

Rozdział 11

Aktualne możliwości finansowania działań promocji zdrowia 162

11.1. Podstawowe źródła finansowania działań promocji zdrowia w Polsce 163

11.2. Przepisy prawa dotyczące działań z zakresu promocji zdrowia i ich finansowania 164

11.3. Finansowanie programów zdrowotnych w Unii Europejskiej 167

Rozdział 12

Planowanie i wdrażanie krajowych programów zdrowia publicznego 169

12.1. Strategie ukierunkowane na poprawę stanu zdrowia ludności 174

Rozdział 13

Promocja zdrowia w procesie reformowania systemu opieki zdrowotnej 179

13.1. Strategie dla interwencji w toku reform 180

13.2. Karta Lublańska 181

13.3. Polityczne aspekty reformy opieki zdrowotnej 186

13.4. Główne problemy i wyzwania polityk zdrowotnych 186

Rozdział 14

Rola legislacji we wdrażaniu polityki promocji zdrowia 187

14.1. Rola legislacji we wdrażaniu ogólnej polityki zdrowotnej 187

14.2. Przygotowywanie bazy legislacyjnej dla reform systemu opieki zdrowotnej 189

14.3. Wdrażanie legislacji zdrowotnej 190

14.4. Możliwości zmian w politykach zdrowotnych 192

14.4.1. Model woli politycznej 192

14.4.2. Model frakcji politycznych 193

14.4.3. Model politycznego przetrwania 193

Rozdział 15

Teoria organizacji i zarządzania w promocji zdrowia 197

15.1. Współczesne koncepcje organizacji i zarządzania 197

15.2. Współczesne koncepcje organizacji 198

15.3. Związki i zależności pomiędzy organizacją i otoczeniem 200

15.4. Systemy operacji i planowanie 200

15.5. Projektowanie prac badawczych 202

15.6. Opór wobec zmian 203

15.6.1. Przewycięzanie oporu wobec zmian 204

15.7. Rozwój nowych kierunków polityki zdrowotnej 205

15.8. Współczesne potrzeby organizacyjne środowisk promujących zdrowie 206

15.9. Kierunki zarządzania zalecane dla promocji zdrowia 207

15.10. Promocja zdrowia w strukturach zarządzania 209

Rozdział 16

Marketing społeczny w promocji zdrowia 211

16.1. Wprowadzenie 211

16.2. Przykłady podejmowanych działań z zastosowaniem marketingu społecznego 211

- 16.2.1. Działania przygotowawcze 212
- 16.2.2. Uwarunkowania efektywności marketingu społecznego 213
- 16.3. Podstawowe zasady prowadzenia marketingu społecznego dla potrzeb promocji zdrowia 213
- 16.4. Najważniejsze zagadnienia marketingu społecznego w promocji zdrowia 214
- 16.5. Zastosowanie marketingu społecznego w promocji zdrowia wg Emersona 214
- 16.6. Przykłady zastosowania marketingu społecznego w promocji zdrowia 215

Rozdział 17

Projekty i programy promocji zdrowia ŚOZ i ich rozwój w Polsce 217

- 17.1. Zdrowe miasta 218
- 17.2. Zdrowe miejsce pracy 219
- 17.3. Szkoła promująca zdrowie (Zdrowa Szkoła) 221
- 17.4. Szpital Promujący Zdrowie 222
- 17.5. Samorządowy Ośrodek Ekologii i Zdrowia 225
- 17.6. Zdrowy Dom 226
- 17.7. Promocja Zdrowia w Podstawowej Opiece Zdrowotnej 227
- 17.8. Narodowy Program Zdrowia 229

Rozdział 18

Promocja zdrowia w Unii Europejskiej i szanse jej realizacji według unijnych zasad w Polsce 231

- 18.1. Pierwszy etap rozwoju działań w zakresie promocji zdrowia 232
- 18.2. Drugi etap rozwoju działań w zakresie promocji zdrowia 233
- 18.3. Nowa polityka i strategia zdrowotna w Unii Europejskiej 234
- 18.4. Współdziałanie w zakresie opieki zdrowotnej i zdrowia publicznego 236
- 18.5. Szczególne zadania dla promocji zdrowia 237
- 18.6. Badania naukowe i programy polityki zdrowotnej Unii Europejskiej 239

Rozdział 19

Dokumenty 246

Literatura 289