

Spis treści

Wstęp	XIII
Przedmowa do wydania polskiego	XVII
CZĘŚĆ I.	
OCENA POTRZEB W ZAKRESIE PROMOCJI ZDROWIA	1
Rozdział 1.	
Promocja zdrowia i zdrowie publiczne	3
Czym jest promocja zdrowia?	4
Wdrożenie promocji zdrowia do praktyki – reorganizacja pięciu obszarów działań z Karty Ottawskiej	5
Promocja zdrowia jako działalność multidyscyplinarna	8
Uzasadnienie dla promocji zdrowia	10
Przegląd historyczny promocji zdrowia	11
Krytyka edukacji zdrowotnej i narodziny promocji zdrowia	13
Nierówności w zdrowiu	14
Nowe Zdrowie Publiczne	17
Debaty dotyczące promocji zdrowia	19
Proces planowania promocji zdrowia	27
Definiowanie strategii promocji zdrowia	29
Kilka uwag końcowych na temat promocji zdrowia	31
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	32
Rozdział 2.	
Narzędzia epidemiologiczne w promocji zdrowia	33
Czym jest epidemiologia?	34
Ocena potrzeb w zakresie promocji zdrowia	35
Ocena priorytetów	36
Wskaźniki zdrowia i choroby	37
Międzynarodowe klasyfikacje Światowej Organizacji Zdrowia	39
Skąd czerpiemy dane na temat zdrowia i chorób?	40
Analizowanie danych dotyczących zdrowia – „ludzie”	41
Analizowanie danych dotyczących zdrowia – „miejsce”	43
Profilaktyka	43
Ustalanie przyczyn	47
Przeglądy systematyczne	51
Debaty na temat epidemiologii i promocji zdrowia	51
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	53
Rozdział 3.	
Zrozumienie zachowań związanych ze zdrowiem i chorobą	55
Wprowadzenie	56
Czym są zachowania?	57
Zachowanie związane z chorobą – perspektywa antropologii medycznej	58
Modele zachowania	60



Zindywidualizowana promocja zdrowia i wykorzystanie teorii w promocji zdrowia	74
Rola badań w zrozumieniu zachowania	75
Modele, teorie i debaty w promocji zdrowia	76
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	77
Rozdział 4.	
Promocja zdrowia przez całe życie	79
Kluczowe kwestie związane z podejściem uwzględniającym cały okres życia	81
Od etapu przedkoncepcyjnego do narodzin	89
Dziecko w wieku przedszkolnym, 0–4 lata	92
Dziecko w wieku szkolnym przed okresem dojrzewania płciowego, 5–9 lat	94
Dziecko w wieku szkolnym dojrzewające płciowo i dorastające, 10–17 lat	94
Młody dorosły, 18–24 lata	96
Człowiek na środkowym etapie dorosłości, 25–49 lat	97
Człowiek na starszym etapie dorosłości, 50–69 lat	98
Człowiek starszy, 70 i więcej lat	100
Podejście w promocji zdrowia uwzględniające cały okres życia	101
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	101
CZĘŚĆ II.	
DEFINIOWANIE STRATEGII PROMOCJI ZDROWIA:	
METODY PROMOCJI ZDROWIA	103
Rozdział 5.	
Komunikacja w relacji jeden na jeden (komunikacja indywidualna)	105
Komunikacja werbalna i niewerbalna	107
Język i komunikacja	108
Komunikacja między pracownikiem ochrony zdrowia a pacjentem	110
Uczestnicząca komunikacja indywidualna	112
Samozarządzanie	113
Wypalenie zawodowe	114
Porady telefoniczne i internetowe	116
Komunikacja indywidualna i promocja zdrowia	116
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	117
Rozdział 6.	
Promocja zdrowia w grupach	119
Dlaczego grupy są ważne w promocji zdrowia?	120
Dynamika grupy	121
Podejmowanie decyzji w grupie	123
Nauczanie w małych grupach	123
Grupy zwiększające świadomość, wzmacniające upodmiotowienie zdrowotne i rozwijające asertywność	128
Metody partycypacyjnego uczenia się	129
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	132
Rozdział 7.	
Środki masowego przekazu	133
Rodzaje środków masowego przekazu	134
Wpływ środków masowego przekazu na zdrowie	135
Media lokalne i na poziomie społeczności	143

Formaty mediów	144
Wykorzystanie teorii do planowania komunikacji w środkach masowego przekazu: sześćoetapowy model komunikacji	144
Apelowanie i środki masowego przekazu	146
Edukacja przez rozrywkę – dramaty filmowe i muzyka popularna	147
Jak skuteczne są środki masowego przekazu w promocji zdrowia?	148
Proces planowania promocji zdrowia w środkach masowego przekazu	149
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	150
Rozdział 8.	
Materiały drukowane	151
Ogólny alfabetyzm i umiejętność liczenia	152
Alfabetyzm zdrowotny	153
Zrozumiałość materiału drukowanego	155
Ulotki	157
Komunikacja wizualna i alfabetyzm wizualny	159
Plakaty	160
Eksponowanie materiałów drukowanych	161
Wykorzystywanie materiałów w różnych grupach kulturowych i językowych	161
Proces tworzenia ulotki	162
Materiały drukowane i debaty w promocji zdrowia	167
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	168
Rozdział 9.	
Media elektroniczne i internet	169
Promocja zdrowia za pośrednictwem internetu	170
Czy internet należy uważać za nowe siedlisko dla promocji zdrowia?	179
Komunikacja elektroniczna i przyszłość	180
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	181
Rozdział 10.	
Rzecznictwo	183
Polityka i zdrowie	184
Wpływy na politykę zdrowotną w Wielkiej Brytanii	185
Globalizacja i zdrowie	186
Ruchy na rzecz zdrowia	187
Ustalanie agendy zdrowotnej	191
Planowanie programów rzecznictwa	193
Tworzenie koalicji, sojuszy i partnerstw	195
Lobbying	196
Współpraca z prasą	197
Akcje bezpośrednie	200
Rzecznictwo i debaty w promocji zdrowia	202
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	203
CZĘŚĆ III.	
DEFINIOWANIE STRATEGII PROMOCJI ZDROWIA:	
SIEDLISKA W PROMOCJI ZDROWIA	205
Rozdział 11. Siedliska społecznościowe	207
Czym jest społeczność?	208
Docieranie ze wsparciem do osób i grup w potrzebie	209



Teoretyczne podstawy pracy w społeczności	210
Ocenianie poziomu uczestnictwa społeczności	216
Praca ze społecznościami	217
Grupy „rzadko słyszane” w społeczeństwie	221
Program zdrowych miast	222
Rewitalizacja obszarów	223
Praca z wolontariuszami i edukacja rówieśnicza	224
Sztuka i zdrowie w społeczności	224
Siedlisko społecznościowe i debaty w promocji zdrowia	227
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	228
Rozdział 12.	
Siedliska placówek ochrony zdrowia	231
Podejście siedliskowe i placówki ochrony zdrowia	232
Siedliska podstawowej opieki zdrowotnej	233
Edukacja pacjentów	234
Debaty dotyczące promocji zdrowia w siedliskach opieki zdrowotnej	238
Ośrodki zdrowia	241
Farmaceuta	242
Szpital jako siedlisko	244
Kluczowe kwestie dla promocji zdrowia w siedliskach opieki zdrowotnej	248
Realizacja potencjału promocji zdrowia w ramach świadczeń zdrowotnych	250
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	250
Rozdział 13.	
Miejsce pracy jako siedlisko	251
Czym jest miejsce pracy?	252
Wpływ miejsca pracy na zdrowie	253
Debaty dotyczące promocji zdrowia w miejscu pracy	255
Polityki zdrowotne w miejscu pracy	256
Jakie rodzaje działań w zakresie promocji zdrowia mogą być prowadzone w miejscu pracy?	259
Praca zespołowa w promocji zdrowia w miejscu pracy	260
Placówki ochrony zdrowia jako miejsce pracy	260
Wyzwania dla promocji zdrowia w miejscach pracy	262
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	264
Rozdział 14.	
Siedliska, w których przebywają dzieci i młodzi ludzie	265
Wkład szkół w zdrowie publiczne	266
Edukacja przedszkolna	267
Szkoły i promocja zdrowia	271
Świadczenia szkolnej opieki zdrowotnej	271
Środowisko szkoły	273
Edukacja zdrowotna w programie nauczania	274
Szkoła promująca zdrowie	278
Przemoc w szkołach	278
Interwencje w zakresie zdrowia psychicznego w szkole	279
Docieranie do młodych ludzi w środowiskach pozaszkolnych	279
Siedliska w szkolnictwie wyższym	281
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	287

Rozdział 15.	
Siedliska instytucjonalne	289
Instytucja promująca zdrowie	291
Przejście – transfer między siedliskami	291
Instytucje dla osób starszych	292
Instytucje dla dzieci	298
Instytucje dla osób z niepełnosprawnościami intelektualnymi	299
Więzienia i zakłady dla młodocianych przestępców	301
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	303
CZĘŚĆ IV.	
IMPLEMENTACJA, EWALUACJA I REFLEKSJA	305
Rozdział 16.	
Planowanie i zarządzanie promocją zdrowia	307
Kim jest menedżer?	308
Przywództwo/liderowanie	310
Kluczowe umiejętności zarządzania	310
Wyznaczanie celów ogólnych i szczegółowych	312
Podejmowanie decyzji strategicznych	314
Określanie ról i obowiązków	315
Delegowanie i nadzór	315
Udzielanie i przyjmowanie krytyki	316
Koordynacja i efektywna komunikacja	317
Szkolenie	320
Zarządzanie czasem	322
Monitorowanie i ewaluacja	324
Ocena potrzeb dotyczących zasobów i mobilizacja zasobów	324
Wprowadzanie zmiany	325
Uwagi końcowe	326
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	326
Rozdział 17.	
Ewaluacja i refleksja	327
Refleksyjny praktyk	328
Ewaluacja	329
Zarządzanie własnym rozwojem	335
Uczenie się o promocji zdrowia	336
Zawodowy <i>networking</i> poprzez udział w grupach dyskusyjnych	339
Stowarzyszenia zawodowe	339
Uwagi końcowe	340
Sugerowane pozycje piśmiennictwa	340
Bibliografia	341
Indeks rzeczowy	353
O Autorach	361