

Medijska strategija i komunikacija za zdravlje – karika koja nam nedostaje?

Europski ured Svjetske zdravstvene organizacije ove je godine otvorio VII. fazu projekta Zdravi grad čiji je cilj jačanje kapaciteta lokalne uprave za zdrav, pravičan i održiv razvoj. Središnji je dokument iz kojeg su izvedeni i strateški ciljevi djelovanja Europske mreže zdravih gradova, UN Agenda 2030. za održivi razvoj. Slijedom rečenog i vodeći izazovi izrade Strategija rada Mreže do 2030. bili su kako:

a) globalne dokumente (UN Agenda 2030., WHO GPW 13 i Povelju gradonačelnika) pretočiti u operativne planove primjerene lokalnoj razini uprave te

b) njihovom implementacijom dovesti do jačanja kapaciteta lokalne (samo) uprave za zdrav, pravičan i održiv razvoj. UN-ovi ciljevi za održivi razvoj naglašavaju značaj tri nedjeljivo povezane dimenzije razvoja, ekonomski, socijalni i okolišni. U skladu s time postavljena su i tri strateška cilja VII. faze:

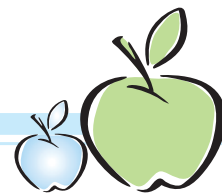
Promicanje zdravlja i blagostanja za sve i smanjivanje nejednakosti u zdravlju, Vođenje osobnim primjerom nacionalno, regionalno i globalno te Pružanje podrške implementaciji strateških prioriteta SZO. Hrvatska mreža zdravih gradova odabrala je promociju pravičnosti odnosno ulaganje u ljude kao prioritet u razvoju lokalnih politika i strategija (osigurati da nitko nije zaboravljen). Strateški je prioritet Mreže

provoditi aktivnosti promicanja zdravlja i blagostanja kroz sustav lokalne uprave i samouprave te ojačati njezin kapacitet za provođenje promjena. HMZG će ustrajno pomagati svojim članovima u razvoju gradskih/županijskih strategija i planova, ugrađujući u njih učinkovite cjeloživotne politike i intervencije. Kroz uvođenje nove kulture rada u gradske odjele i institucije, HMZG će pružati podršku implementaciji strateških prioriteta SZO. Kako članovi Mreže već djeluju kao socijalni poduzetnici koji uvode nov način rada i mijenjaju vrstu i kvalitetu usluga, smatramo da smo već na dobrom putu kako bi podržali cjeloviti razvoj otpornih, ojačanih i kompetentnih zajednica. Svjesni koliko jak utjecaj na zdravlje i blagostanje naših stanovnika ima kompleksan međuodnos prirodnog, urbanog i socijalnog okruženja, kao strateške ciljeve Mreže odabrali smo zdravo urbano planiranje (urbani dizajn mjesta kojim će se unaprijediti pravičnost i prosperitet zajednice), ulaganje u ljude kao prioritet u razvoju lokalnih politika i strategija (ljudi u središtu) i osnaživanje i sudjelovanje zajednice. Središnje teme VII. faze (određene Poveljom gradonačelnika iz Kopenhagena 2018. godine) prevedene u buduće aktivnosti Mreže, ulaganje su u ljude (kroz bolje prepoznavanje i odgovaranje na potrebe ranjivih grupa



naših stanovnika – posebno djece, starijih i osoba s invaliditetom), stvaranje urbanog okruženja koje unapređuje zdravlje i blagostanje (zagovaranje univerzalnog dizajna urbanog prostora), jačanje sudjelovanja i partnerstva za zdravlje (transformacija pružanja usluga našim sugrađanima, jačanje usluga na primarnoj razini kojima izravno dosižemo do naših obitelji u njihovim domovima kao ulaz za razvoj mehanizma pružanja sustavne podrške, pojedincima i zajednicama, tijekom cjeloživotnog ciklusa), jačanje boljitka zajednice te pristup zajedničkim dobrima i uslugama (uz naglasak na dosizanju ranjivog dijela populacije), promicanje mira i sigurnosti kroz društvenu uključenost (razvoj inkluzivnog društva kroz politiku ljudi u središtu) te očuvanje planeta i sigurnosti kroz društvenu uključenost





(prvenstveno osobnim primjerom djelovati na očuvanje planeta od degradacije kroz zaštitu prirodnih resursa te održivu potrošnju i proizvodnju). Kao prioritetna područja aktivnosti HMZG u VII. fazi (2019.- 2024.) odabrani su ulaganje u rani razvoj djece (usvajanje Platforme za izradu te implementacija strategije ulaganja u rani razvoj djece), unapređenje duševnog zdravlja (kroz razvoj centara za unapređenje duševnog zdravlja u zajednici) i zdravo urbano planiranje (razvoj vizije gradova i prostora). Preduvjet je uspješne implementacije ovako kompleksnog zadatka jasna, kvalitetna i ciljana komunikacija. Na posljednjem Poslovnom sastanku Mreže, održanom u Svetom Martinu na Muri, kroz radionice smo započeli raditi na oblikovanju naše buduće komunikacijske i medijske strategije. Kako bi što više naučili jedni od drugih i ovaj broj Epohe zdravlja posvetili smo istoj temi Medijska strategija i komunikacija za zdravlje – karika koja nam nedostaje?. Kao što ćete vidjeti u ovom broju, veliki broj članova HMZG ima višegodišnju praksu, iskustvo i kompetentne suradnike za medijsku promociju zdravlja u svojim gradovima/županijama. Njih smo zamolili da svoje iskustvo podijele s nama i pomognu utvrditi koji je razlog naše slabe vidljivosti. Je li problem u tome što je koncept Zdravog grada toliko širok da je nemoguće iznjedrati jednostavnu poruku - tko smo mi i što želimo postići? Meni se čini da na ta pitanja imamo odgovore. Naše ukupno djelovanje ima zajedničku nit vodilju - građani (ljudi) u središtu. Svi naši naponi idu kroz ulaganje u urbano fizikalno i socijalno okruženje (tj. društvene odrednice zdravlja) čije negativno djelovanje i dovodi do razlike u zdravlju i kvaliteti života. Naše aktivnosti usmjerene su izjednačavanju mogućnosti za postizanje boljeg zdravlja i veće kvalitete života naših građana. No, čini se da za sada nemamo odgovore na pitanje kako. Koje su to ključne poruke, odnosno po čemu želimo da nas drugi (gradovi, županije, Vlada, građani ...) prepoznaju?

Prof. dr. Selma Šogorić
Predsjednica HMZG
ssogoric@snz.hr

Je li medijska strategija i komunikacija za zdravlje – karika koja nam nedostaje?

Hrvatska mreža zdravih gradova nije vezana za specifičan entitet kao što je bolest ili populacijska skupina, već širok spektar aktivnosti Mreže veže zajednički cilj izjednačavanja mogućnosti za postizanje boljeg zdravlja i veće kvalitete života građana. Karakteristike djelovanja Mreže strateški su pristup postizanju tog cilja te pristup od građanina i lokalne zajednice k nacionalnoj razini. Strateški je pristup dugotrajan proces planiranja i postupanja k cilju, uz ispravno korištenje dostupnih resursa, a pristupom odozdo prema gore uvažavaju se lokalni prioriteti i specifičnosti. To rezultira širokim spektrom (tematskih i populacijskih) entiteta kojima je Mreža u svom radu posvećena te različitom dostupnošću resursa, a sve kroz duži vremenski period. Ako prihvatimo da svaka uspješna komunikacija ima svoj specifičan cilj, primjerenu formu i razumljiv sadržaj, navedene karakteristike Mreže ukazuju na kompleksnost zahtjeva za uspješnom komunikacijom. To bi mogao biti razlog zašto smo danas, unatoč svijesti o važnosti komunikacije i dugogodišnjem radu članova Mreže na tom segmentu, suočeni s nedovoljnom prepoznatljivošću, posebice u širokoj javnosti. Navedeno je bilo povod za otvaranje dijaloga o toj temi na Poslovnom sastanku Mreže u Svetom Martinu na Muri. Otvaranje dijaloga ukazalo je na usuglašenost članova oko cilja i misije Hrvatske mreže zdravih gradova - izjednačavanja mogućnosti za postizanje boljeg zdravlja i veće kvalitete života građana te njihovu osobnu i profesionalnu posvećenost tome. Postizanje toga snažno je uvjetovano društvenim i političkim okolnostima koje ujedno čine barijeru ostvarenju te težnje, a

unatoč tome, postoji prostor unutar kojeg je moguće djelovanje, što pokazuju dobre prakse članova, te je zbog ograničenog prostora djelovanja, vrlo izražena potreba za sinergijskim efektom djelovanja pojedinih članova Mreže i Mreže kao krovne platforme. U kontekstu komunikacije pokazalo se da izostaje uspješna komunikacija problema prema kojima članovi Mreže interveniraju i prostora unutar kojih interveniraju. To se vidi iz činjenice da članovi Mreže samostalno interveniraju u svoje prioritetne probleme, bez povezivanja s drugim članovima u općim aspektima problema pa tako izostaje spomenuti sinergijski efekt i snaga za promjenu na nacionalnoj razini. Vezano na to, otežana je komunikacija dobrih praksi pojedinih članova Mreže. Poboljšanje komunikacije očitovalo bi se u transferu elemenata dobrih praksi među članovima. Nužno je otvoriti vertikalni komunikacijski kanal između Mreže kao krovne platforme i njezinih članova koji bi prenosio ključne zajedničke poruke od građana i k njima. Zaključno, smatram da navedene točke moraju biti prepoznate kao polazište za razvoj komunikacijske strategije Hrvatske mreže zdravih gradova, posebice pod pretpostavkom da je uspješna komunikacija preduvjet za razvoj i održivost. S druge strane, medijska strategija ima zadaću povećati vidljivost postignutih rezultata u vođenju pozitivne društvene promjene i širiti krug uključenih sudionika.

Dorja Vočanec, dr. med.
izborna tajnica HMZG
dorja.vocanec@snz.hr

