

4.edycja kampanii „TWARZE KAMPANII. NIE OCENIAM. AKCEPTUJĘ.”

23 lutego 2017 r. w Ogólnopolskim Dniu Walki z Depresją rusza czwarta edycja kampanii „Twarze depresji. Nie oceniam. Akceptuję.”, a pierwsza poświęcona tej chorobie u seniorów. W Polsce na depresję cierpi **ponad półtora miliona Polaków**. Niestety wciąż większość osób nie podejmuje walki z tą śmiertelnie niebezpieczną chorobą, która coraz częściej dotyka również seniorów.

W 2015 roku ponad 5,5 tysiąca Polaków popełniło **samobójstwo**, z czego prawie **dwa tysiące stanowili seniorzy** (z grupy „60+”) – wynika z danych Komendy Głównej Policji. Oczywiście nie za każdym z tych dramatów stała depresja, ale niestety jest ona odpowiedzialna za bardzo wiele zamachów samobójczych.

Grupa wiekowa	Liczba osób, których zamachy samobójcze zakończyły się zgonem w 2015 r. (źródło: KGP)
60-64	754
65-69	417
70-74	226
75-79	199
80-84	142
85+	125
razem	1863

Według krajowego konsultanta w dziedzinie psychiatrii profesora Piotra Gałęckiego **poprzednie edycje naszej kampanii przyczyniły się do spadku liczby samobójstw w Polsce**, za co **otrzymaliśmy Nagrodę Aureliusza** – jedno z najwyższych wyróżnień w dziedzinie promocji zdrowia psychicznego.

W 4. edycji ambasadorami naszej kampanii są aktorzy i dziennikarze: **Bożena Dykiel, Teresa Lipowska, Ewa Błaszczyk, Krystyna Czubówna, Wiktor Zborowski, Jarosław Guguła i Maciej Orłoś**. Organizatorami kampanii są: **Stowarzyszenie Aktywnie Przeciwko Depresji, Fundacja ITAKA – Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych, Stowarzyszenie „mali bracia Ubogich” oraz Ogólnopolska Federacja Stowarzyszeń Uniwersytetów Trzeciego Wieku**.

*- Myślę, że większość ludzi samotnych jest zagrożonych depresją – mówi **Teresa Lipowska**, aktorka, ambasadorka kampanii „Twarze depresji. Nie oceniam. Akceptuję.”. - Jesteśmy małżeństwem przez wiele, wiele lat, po czym jedno z nas odchodzi. I ten moment jest bardzo ciężki. Ja to doskonale znam. Mija dziesięć lat odkąd odszedł mój mąż... Zaraz po jego śmierci wpadłam w szaleńczy wir pracy. Wzięłam na siebie znacznie więcej zobowiązań. Jeździłam na spotkania po całej Polsce – do domów kultury, do dzieci, do szpitali. I za pieniądze i bez pieniędzy – byle tylko wyjść z domu. Gdybym usiadła i zaczęła płakać po mężu, z którym przeżyłam prawie pięćdziesiąt lat, to myślę, że kompletnie bym się załamała. Na szczęście miałam mój serial „M jak miłość”, który mnie absolutnie mobilizował, a ponadto starałam się szukać jakiegokolwiek zajęcia z ludźmi, bo to jest najważniejsze, żeby wyjść z domu i „dołka”, w który człowiek wpadł.*

- *Ludzie starsi, często samotni lub opuszczeni, żyją w zamknięciu sam na sam z chorobą* – dodaje **Krystyna Czubówna**, ambasadorka kampanii. - *Musimy umieć i chcieć do nich dotrzeć bo depresja bez wsparcia jest chorobą śmiertelną. Mój udział w kampanii "Twarze depresji" jest oczywisty.*

KAMPANIA „TWARZE DEPRESJI. NIE OCENIAM. AKCEPTUJĘ” SKŁADA SIĘ Z NASTĘPUJĄCYCH ELEMENTÓW:

- **konferencja prasowa** z udziałem naszych ambasadorów i specjalistów 23 lutego 2017 r. o godz. 12 na Uniwersytecie SWPS w Warszawie,
- **spot telewizyjny** (czyta: **Krystyna Czubówna**, muzyka: **Yossarian Malewski**),
- **spot radiowy** (czyta: **Krystyna Czubówna**, muzyka: **Yossarian Malewski**),
- **wywiad telewizyjny i radiowy z Barbarą Wilewską-Bober (żoną Andrzeja Bobera)** cierpiącą na depresję odkąd skończyła 57 lat (leczy się już ponad 20 lat),
- **strona internetowa www.twarzedepresji.pl**, na której znajdują się informacje o depresji, a także wszystkie nasze materiały przygotowane do **bezpłatnego wykorzystania** przez media (tu znajdują się również podziękowania dla wszystkich osób i instytucji, które nas wspierają).
- **dwutygodniowa kampania billboardowa** od 15 lutego 2017 r. (partner główny – firma **MEDIsystem**),
- stale aktualizowany **FanPage na portalu Facebook**, gdzie mamy już prawie 8 tysięcy „polubień”,
- **plakat** z udziałem wszystkich naszych ambasadorów, który będzie przekazany do pół tysiąca Uniwersytetów Trzeciego Wieku niemal w całej Polsce,
- **książka Anny Morawskiej pt. „Twarze depresji”**, w której autorka rozmawia z osobami cierpiącymi na depresję, a także z psychiatrami, psychoterapeutami oraz z przedstawicielami organizacji pozarządowych, które wspierają chorych na depresję i ich rodziny.

Patronami naszej kampanii są: Uniwersytet SWPS, Wydawnictwo Świat Książki i firma AMS.

KOSZTY LECZENIA DEPRESJI

W Polsce na leczenie depresji bez wątpienia powinniśmy wydawać więcej, bo coraz więcej z nas się z nią zмага. Szacuje się, że problem dotyczy półtora miliona Polaków, ale zaledwie co trzeci podejmuje leczenie.

Oficjalnie ponad pół miliona osób leczyło się na depresją w ramach Narodowego Funduszu Zdrowia – wynika z najnowszych danych za 2015 rok. Za ich świadczenia NFZ zapłacił ponad sto siedemdziesiąt trzy miliony złotych.

Z informacji biura prasowego NFZ wynika, że w 2016 roku zwiększono wydatki na świadczenia zdrowotne o prawie dwa miliardy złotych, a psychiatria dostanie więcej o ponad sto milionów złotych. Zatem w 2016 roku wydatki na psychiatrię będą stanowiły około 3,6 % wszystkich wydatków zdrowotnych. Choć z roku na rok jest nieco lepiej, to przed nami nadal wiele pracy. W Unii Europejskiej na leczenie psychiatryczne przeznaczona się średnio 5,8 procent wydatków zdrowotnych, czyli znacznie więcej niż w Polsce.

Suma kosztów poniesionych w związku z depresją przez NFZ i ZUS, a więc przez wszystkich płatników składek, w 2015 roku daje ponad m i l i a r d z ł o t y c h .

Z danych firmy IMS Health Poland Ltd. wynika, że w 2015 roku kupiliśmy ponad szesnaście milionów opakowań leków antydepresyjnych o wartości prawie 260 milionów złotych. W porównaniu z 2008 r. sprzedaż liczby opakowań antydepresantów wzrosła o 35%.