

„Twarze depresji. Nie oceniam. Akceptuję” rusza kampania o depresji

1 października rusza kampania społeczna „Twarze depresji. Nie oceniam. Akceptuję”. Celem akcji jest zwrócenie uwagi Polaków na problemy osób chorujących na depresję, których w naszym kraju żyje ok. półtora miliona. Organizatorami są: **Stowarzyszenie Aktywnie Przeciwko Depresji i Fundacja ITAKA – Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych.**

Tego dnia przypada **Europejski Dzień Walki z Depresją**, chorobą, która dotyka wielu Polaków niezależnie od płci, statusu społecznego, czy wieku. Ciągłe jednak pokutuje przekonanie, że ta choroba jest czymś, czego należy się wstydić. Dlatego tak wielu chorujących cierpi nie tylko na skutek choroby, ale również braku możliwości przyznania się do niej.

„Zależy nam na przełamywaniu stereotypów i walce ze stygmatyzacją osób chorych” – mówi autorka książki pt. „Twarze depresji” Anna Morawska.

Do kampanii przyłączyły się osoby znane, które nie boją się opowiedzieć o swoich doświadczeniach związanych z tą chorobą. Są nimi:

Andrzej Bober – dziennikarz;

Tomasz Jastrun – pisarz;

Joanna Racewicz – dziennikarka TVP, prezenterka „Panoramy” w TVP2, prowadząca program „Po przecinku” w TVP INFO;

Kamil Sipowiczowi – historyk filozofii, poeta, autor książek, rzeźbiarz, malarz, dziennikarz;

Piotr Zelt – aktor.

Ambasadorami kampanii są również osoby, które osobiście nie doświadczyły depresji, ale postanowiły wesprzeć kampanię i zwrócić uwagę na problemy chorych na depresję:

Ewa Blaszczyk – aktorka, współzałożycielka Fundacji „Akogo?” i Kliniki Neurorehabilitacyjnej "Budzik" przy [Centrum Zdrowia Dziecka](#) w Warszawie;

Jarosław Gugala – dziennikarz telewizji Polsat, prezenter „Wydarzeń”;

Marta Kielczyk – dziennikarka TVP, prezenterka „Panoramy” w TVP2 i serwisów TVP INFO;

Maciej Orłoś – dziennikarz TVP, prezenter „Teleexpressu” w TVP1;

Tomasz Wolny – dziennikarz TVP, prezenter „Panoramy” w TVP2 i „Pytania na śniadanie” w TVP2.

Koszty ponoszone z powodu depresji przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych, a więc przez wszystkich płatników składek, w 2013 roku wyniosły aż **762 miliony złotych** – wynika z raportu *Depresja – analiza kosztów ekonomicznych i społecznych*, opracowanego przez Uczelnię Łazarskiego w Warszawie. Z kolei na leczenie pacjentów z depresją w 2013 roku Narodowy Fundusz Zdrowia wydał **163,5 miliona złotych**. Suma kosztów poniesionych przez ZUS i NFZ w 2013 roku w związku z depresją daje **prawie miliard złotych**. Warto w tym miejscu podkreślić, że **co drugi Polak nie podejmuje leczenia depresji**, a więc skala problemu jest znacznie większa.

Depresja jest rodzaju żeńskiego, ale nie oznacza to, że nie dotyka mężczyzn. Wręcz przeciwnie. Coraz więcej panów widzi świat w czarnych kolorach i nie wie, jak poradzić sobie z chorobą, która odbiera im siłę i sens życia. Aż trzykrotnie więcej mężczyzn niż kobiet popełnia

samobójstwo. Z policyjnych statystyk wynika, że w 2014 roku aż 6165 Polaków odebrało sobie życie. Nieleczona **depresja jest chorobą śmiertelną**.

Depresja ma wiele twarzy. Upraszczając, można powiedzieć, że jest to stan długotrwałego obniżenia nastroju, porównywalnego z rozpaczą po stracie bliskiej osoby. Stąd czasami depresję myli się z żałobą, która jest stanem naturalnym.

Naukowcy na całym świecie nadal pracują nad znalezieniem skutecznego lekarstwa na jedną z najczęściej występujących współczesnych chorób cywilizacyjnych. Według Światowej Organizacji Zdrowia z depresją na kuli ziemskiej zmagają się trzysta pięćdziesiąt milionów ludzi, najwięcej w wieku od dwudziestego do czterdziestego roku życia. Depresja zajmuje czwarte miejsce na liście problemów zdrowotnych świata, a w 2020 roku choroba niedokrwienna serca i depresja będą głównymi przyczynami niepełnosprawności społeczeństw. Nie pozwólmy na to.

Kampania „Twarze depresji. Nie oceniam. Akceptuję” składa się z następujących elementów:

- konferencja prasowa z udziałem naszych ambasadorów 1 października 2015 r. o godz. 11 na Uniwersytecie SWPS w Warszawie, ul. Chodakowska 19/31, sala N308,
- spot telewizyjny,
- spot radiowy,
- wywiady telewizyjne,
- wywiady radiowe,
- kampania billboardowa w Warszawie w terminie 1-14.10.2015 r.,
- plakat z udziałem wszystkich naszych ambasadorów,
- 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.

Utwór wykorzystywany w kampanii skomponował Yossarian Malewski.

Patronem honorowym kampanii „Twarze depresji. Nie oceniam. Akceptuję” jest **Rzecznik Praw Obywatelskich**. Ponadto patronami kampanii są: **Wydawnictwo Świat Książki, Uniwersytet SWPS** i firma **AMS**.

Od 30 września na stronie internetowej www.twarzedepresji.pl dostępne są wszystkie materiały przygotowane dla mediów do bezpłatnego wykorzystania w celach informacyjnych. Uprzejmie prosimy o powołanie się na źródło, czyli kampanię „Twarze depresji. Nie oceniam. Akceptuję”.

Więcej informacji na temat zaginionych osób i informacji, które mogą pomóc je odnaleźć znajduje się na stronach Fundacji ITAKA - <http://zaginieni.pl>

Fundacja ITAKA – Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych jest jedyną organizacją w Polsce całościowo zajmującą się problemem zaginięć. Nie tylko pomaga w poszukiwaniach, ale też wspiera rodziny i bliskich osób zaginionych. Specjaliści ITAKI udzielają wsparcia psychologicznego, doradzają w kwestiach prawnych i socjalnych. Każdego roku Fundacja prowadzi ok. 1400 spraw. W Warszawie Fundacja prowadzi Punkt Wsparcia Bezpośredniego, zaś w Gdańsku i w Katowicach funkcjonują grupy wsparcia. Oprócz działań poszukiwawczych i wspierających ITAKA prowadzi programy profilaktyczne mające na celu zmniejszenie liczby zaginięć: program „Nie uciekaj”, kierowany do nastolatków, akcja „Bezpieczna Praca” adresowana do osób planujących wyjazd do pracy za granicę oraz „Stop depresji” dla osób borykających się z tą chorobą.

Kontakt dla prasy:

Fundacja ITAKA – Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych,
Irena Musiałkiewicz: irena.musialkiewicz@zaginieni.pl
Tel. (22) 620 16 10