



Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Marta Cienkowska

Pan
Włodzimierz Czarzasty
Marszałek Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

odpowiadając na interpelację nr 13418 posłów Marcina Józefaciuka, Łukasza Horbatowskiego, Marka Jana Chmielewskiego oraz Barbary Grygorcewicz z 13 listopada 2025 roku w sprawie promowania pozytywnych wzorców męskości w kulturze i mediach oraz popularyzacji postaw prozdrowotnych wśród mężczyzn, uprzejmie proszę o przyjęcie następujących wyjaśnień, sformułowanych przy wykorzystaniu informacji przekazanych przez Ministerstwo Zdrowia.

Programy Ministra MKiDN nie przewidują odrębnego programu ukierunkowanego na wspieranie lub promowanie treści kulturalnych prezentujących pozytywne wzorce męskości. Nie stanowi to jednak przeszkody w realizacji projektów poruszających tę tematykę, mogą one uzyskać dofinansowanie, o ile spełniają wymagania formalne oraz mieszczą się w celach i zakresie programu, do którego zostały zgłoszone. Należy podkreślić, że Programy Ministra obejmują szeroki wachlarz działań kulturalnych, edukacyjnych, społecznych i animacyjnych, w tym przedsięwzięcia o charakterze interdyscyplinarnym. Projekty dotyczące kształtowania postaw, kompetencji społecznych czy zagadnień związanych z kulturą i tożsamością mogą być realizowane w ramach programów, jeśli ich założenia pozostają w zgodzie z regulaminem danego programu.

Ponadto informuję, że Ministerstwo Zdrowia prowadzi szereg działań edukacyjno-promocyjnych dotyczących Profilaktyki nowotworów u mężczyzn. Działania te realizowane są na podstawie Narodowej Strategii Onkologicznej na lata 2020-2030, a ich celem jest budowanie świadomości społecznej na temat znaczenia profilaktyki pierwotnej i wtórnej w zapobieganiu chorobom nowotworowym. W obszarze profilaktyki pierwotnej działania edukacyjno-promocyjne koncentrują się na Promowaniu zdrowego stylu życia, w tym podejmowania aktywności fizycznej, dbania o zrównoważoną dietę, utrzymywania prawidłowej masy ciała, unikania używek (w tym alkoholu i papierosów) oraz troski o zdrowie psychiczne. W zakresie profilaktyki wtórnej realizowane są działania zachęcające do wykonywania badań przesiewowych, samobadania, badań diagnostycznych oraz szczepień ochronnych.

Ministerstwo Zdrowia prowadzi komunikację edukacyjno-promocyjną w prasie, radiu, telewizji i Internecie, w tym w mediach społecznościowych, co umożliwia dotarcie do szerokiego grona odbiorców, niezależnie od wieku, miejsca zamieszkania czy poziomu wykształcenia. Różnorodność kanałów i formatów pozwala dotrzeć zarówno do osób aktywnie poszukujących informacji o zdrowiu, jak i do tych, które na co dzień nie interesują się tematyką profilaktyki. W polskim społeczeństwie to najczęściej kobiety – matki, żony i partnerki – pełnią rolę tzw. „menedżerów zdrowia” rodziny. Organizują wizyty lekarskie, motywują bliskich do wykonywania badań profilaktycznych, podejmują większość decyzji zdrowotnych i jako pierwsze reagują na niepokojące objawy. Z tego względu Ministerstwo

Informacja dotycząca zasad przetwarzania danych osobowych przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz praw osób, których dane są przetwarzane została zamieszczona na stronie <http://bip.mkidn.gov.pl> w zakładce ochrona danych osobowych.

Zdrowia, prowadząc działania edukacyjno-promocyjne dotyczące profilaktyki nowotworów męskich (w szczególności raka prostaty), kieruje przekaz nie tylko do mężczyzn, ale również do kobiet. Jednym z narzędzi dotarcia do tej grupy odbiorców są popularne serie telewizyjne, wątki związane z profilaktyką raka prostaty oraz raka jelita grubego pojawiły się w serialach „Pierwsza miłość” i „Gliniarze” (Polsat), a także „Na dobre i na złe” (TVP2).

Profilaktyka nowotworów męskich narządów płciowych była również przedmiotem działań edukacyjno-promocyjnych Ministerstwa Zdrowia w listopadzie, obchodzonym na całym świecie jako Movember – miesiąc świadomości nowotworów męskich, zwłaszcza raka prostaty i jąder. Tematyka ta była obecna w ramach współpracy Ministerstwa Zdrowia z nadawcami telewizyjnymi w pasmach śniadaniowych: „Dzień Dobry” TVN oraz „Pytanie na Śniadanie” TVP2. Przekazom antenowym towarzyszyły działania na portalach internetowych oraz w mediach społecznościowych nadawców.

Od 3 do 30 listopada 2025 r. Ministerstwo Zdrowia przeprowadziło następujące kampanie edukacyjno-promocyjne skierowane do mężczyzn:

- kampania dotycząca profilaktyki męskiej – spoty telewizyjne były emitowane w stacjach: TVN, TVN7, TVN24, TVN Turbo, TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Sport, Polsat, TV4 oraz TV6, spoty radiowe emitowano w RMF FM, Radiu ZET oraz Polskim Radiu (PR1, PR3, PR24 i Czwórka);
- kampania radiowa dotycząca raka prostaty – spoty emitowano w RMF FM, Radiu ZET oraz Polskim Radiu (PR1, PR3, PR24 i Czwórka);
- kampania dotycząca przeciwdziałania nadużywaniu alkoholu – spoty telewizyjne emitowano w stacjach: TVN, TVN7, TVN24, TVN Turbo, TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Sport, Polsat, TV4 oraz TV6.

Na przełomie października i listopada 2025 r. Ministerstwo Zdrowia zrealizowało również kampanię radiową dotyczącą kolonoskopii i raka jelita grubego. Spoty były emitowane w RMF FM, Radiu ZET oraz Polskim Radiu (PR1, PR3, PR24 i Czwórka).

W kontekście działań edukacyjno-promocyjnych związanych z profilaktyką nowotworów u mężczyzn należy także odnieść się do programu badań profilaktycznych „Moje Zdrowie – bilans zdrowia osoby dorosłej”, który został uruchomiony przez Ministerstwo Zdrowia w maju 2025 r. Ma on na celu m.in. wczesne wykrywanie chorób, w tym nowotworowych, u osób dorosłych. W przypadku mężczyzn po 50. roku życia lekarz może zlecić oznaczenie stężenia PSA całkowitego, które może wskazywać na zwiększone ryzyko raka prostaty lub innych chorób gruczołu krokowego i stanowi podstawę do dalszej diagnostyki.

Ministerstwo Zdrowia, aby zachęcić możliwie szeroką grupę uprawnionych osób do udziału w programie „Moje Zdrowie – bilans zdrowia osoby dorosłej”, przeprowadziło kampanię radiową, która została wyemitowana w Grupie RMF FM (RMF Maxx, RMF na Maxa), Grupie Eurozet (Radio ZET, Meloradio, Antyradio), Polskim Radiu oraz sieci Eska. Taki wybór nadawców umożliwił dotarcie do osób z różnych grup wiekowych i środowisk zarówno mieszkańców dużych miast, jak i mniejszych miejscowości. W przypadku tematyki „zdrowie psychiczne mężczyzn”, zagadnienie to było obecne w ramach współpracy Ministerstwa Zdrowia z nadawcą publicznym w paśmie śniadaniowym „Pytanie na Śniadanie” TVP2 wyemitowanym w czerwcu br.

Niezależnie od powyższego, należy wskazać, że zgodnie z art. 13 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji każdy nadawca, w tym nadawca publiczny, samodzielnie kształtuje program i ponosi odpowiedzialność za jego treść. Zauważyć należy, że autonomia programowa nadawcy dotyczy całości programu, tj. wszystkich składających się na niego elementów, w tym audycji wytworzonych przez danego nadawcę lub na jego zamówienie, w zakresie zadań określonych w art. 1 ust. 1 ww. ustawy. Zgodnie z art. 14 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji: „Nałożenie na nadawcę obowiązku lub zakazu rozpowszechniania

określonej audycji lub przekazu może nastąpić wyłącznie na podstawie ustawy”. Równocześnie ustawodawca przewidział, że zgodnie z art. 21 ust. 2 pkt 7a tej ustawy programy i inne usługi jednostek publicznej radiofonii i telewizji w ramach realizacji misji publicznej powinny m.in. służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych.

Z poważaniem

z up. MINISTRA KULTURY
I DZIEDZICTWA NARODOWEGO

SEKRETARZ STANU

Maciej Wróbel