

Государственное бюджетное учреждение здравоохранения
"Волгоградский областной центр медицинской профилактики", Волгоград

В ПОМОЩЬ РАБОТНИКУ ОМП/КМП
Выпуск 2

**"Активные и интерактивные методы
санитарно-просветительской работы"**

Утверждено
методическим советом
(протокол № 2 от 31.05.2018)

Волгоград, 2018

В отличие от традиционных методов наглядной агитации, где пациент является пассивным зрителем, процесс санитарного просвещения с применением активных и интерактивных методов позволяет осуществлять активное взаимодействие между его участниками, дает возможность человеку обращаться к социальному опыту – собственному и других людей, и, в конечном счете, способствует формированию осознанной компетентности.

К активным методам санитарно-просветительской работы относят такие методы, которые основаны на принципах активного взаимодействия между просвещающим (медицинским работником) и просвещаемым. Под интерактивными методами подразумевают взаимодействие и диалог участников просветительского процесса не только с медицинским работником, но и между собой.

Лекции

Целью данной формы просветительской работы является организация целенаправленной познавательной деятельности аудитории по овладению медицинской и гигиенической грамотностью.

Лекция является массовым средством гигиенического обучения и воспитания, характеризуется наибольшей емкостью переработанной лектором информации. За небольшой период времени лектор излагает новый, большой материал. Обычно для чтения лекций предполагается большая аудитория.

Лекционное изложение ведется в форме монолога: лектор говорит - аудитория слушает. Использовать лекционный способ изложения удобно в следующих случаях:

- если по данной теме слушатели не имеют ни знаний, ни опыта, или эти знания и опыт не достаточны, вследствие чего нельзя рассчитывать на активное участие слушателей в обсуждении темы;
- если в аудитории большое число слушателей, беседа исключается; здесь могут иметь место только ответы лектора на вопросы слушателей по окончании лекции;
- при необходимости изложить большое количество материала с наименьшей затратой времени;
- если сложность освещаемого вопроса требует особой систематизации, стройности, логичности, законченности в изложении.

В лекции различают 3 части: введение, изложение основной темы и заключение.

1. Введение. Задача - ознакомить слушателей с поставленной темой, заинтересовать, показать актуальность, доказать важность ознакомления с данной темой. Иногда вместо введения лекцию можно начать с «завязки», с примера из врачебной практики, художественной литературы

2. Изложение основной темы. Это основная часть лекции, которая содержит основной материал, аргумент к тем или иным положениям лектора. Каждое положение лектора должно быть подкреплено теоретическими аргументами и примерами из практики.

3. Заключение. Задача - сформулировать выводы. Например, призвать слушателей выполнять советы врача или указать, что самолечение может нанести больному вред и т.д. При изложении каждого вопроса, плана в отдельности и лекции в целом можно идти двумя способами: от частного к общему, от конкретного к абстрактному и, наоборот: от общего к частному, от абстрактного к конкретному.

Беседы

В беседе выделяют те же 3 основные части, что и в лекции, однако этот вид работы предполагает активное участие слушателей. Задача ведущего беседу заключается в том, чтобы сделать ее интересной путем наводящих вопросов, вовлекать слушателей в общий разговор.

Особенностью беседы является коллективное обсуждение вопроса при ведущей роли лектора. Для более глубокого уяснения, понимания рассматриваемого вопроса, лектор в процессе беседы выявляет представления и опыт слушателей, которые иногда могут противоречить положениям, изложенным лектором. В данном случае возникает спор, дискуссия. Активно высказываемые сомнения и возражения дают хороший материал для переубеждения слушателей.

Беседа сопровождается вопросами медицинского работника ко всей аудитории и персонально к отдельным слушателям. Постоянное обращение с вопросами ко всем слушателям может вызвать одно нежелательное явление, а именно выделение из аудитории нескольких наиболее активных лиц, с которыми в дальнейшем фактически и будет вестись беседа. Такое положение приводит к тому, что остальные слушатели отстраняются от участия в беседе. Уверенность в том, что руководитель не обратится к ним с вопросами, дает основание не задумываться над ними. Поэтому персональные вопросы следует обращать преимущественно к наименее активным, наименее внимательным слушателям.

По этой же причине не следует сначала вызывать слушателя, а затем задавать ему вопрос - другие слушатели в это время не будут самостоятельно думать над ответом. Надо сначала задать вопрос, а затем обратиться к одному из слушателей с предложением ответить на него. Вопрос одного слушателя руководитель беседы может переадресовать другому слушателю, стараясь активизировать таким путем возможно большую часть аудитории. При неправильных или частично правильных ответах надо помочь слушателю сформулировать ответ. В помощь слушателю может быть привлечен его сосед. Однако надо стремиться к тому, чтобы у слушателя не создавалось впечатления, что он не смог ответить на вопрос.

Вопросы могут быть прямыми, наводящими и подсказывающими. На прямой вопрос правильно ответить может только знающий человек.

Наводящий вопрос заставляет слушателя подумать и найти правильный ответ тут же в процессе беседы. Подсказывающий вопрос не требует особого умственного напряжения, так как обычно уже заключает в себе ответ.

Таким образом, санитарно-просветительная работа является одним из основных звеньев любого профилактического мероприятия. Разнообразие ее методов позволяет сформировать у населения твердые убеждения, подкрепленные привычками и поступками, направленными на сохранение здоровья.

Тренинг

Тренинг - метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений, навыков и социальных установок, как правило, с предварительной подготовкой участников. В ходе тренинга материал не только "начитывается", но и прорабатывается, закрепляется в сознании участников. Достигается это за счет того, что ведущий на протяжении всего тренинга активно работает с мотивацией участников, стимулируя их интерес и пробуждая желание сделать услышанное частью своего личного опыта. Активно данную форму интерактивного мероприятия используют медицинские специалисты для профилактики различных видов зависимостей (наркомания, алкоголизм, табакокурение), ВИЧ-инфекции.

Викторина

Викторина - игра, заключающаяся в ответах на устные или письменные вопросы из различных областей знания. Например: основы ЗОЖ, профилактика вредных привычек, профилактика различных социально значимых заболеваний.

Конкурс

Конкурс - соревновательное мероприятие с целью выявления и награждения памятными призами лучшего участника. Наибольшей популярностью пользуются конкурс рисунков, конкурс поделок, конкурс стихов и т.д., посвященные ЗОЖ, борьбе с вредными привычками, сезонным заболеваниям, памятным датам ВОЗ.

Флешмоб

Флешмоб - заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей появляется в общественном месте, выполняет заранее оговоренные действия (сценарий) и затем расходится. Например, участники флешмоба могут выстроиться в определенную символическую фигуру, выполнить танцевальные движения или гимнастические упражнения. Наибольшей популярностью флешмобы пользуются в молодежной среде.

Массовые мероприятия (акции)

Массовая профилактическая акция представляет собой большое комплексное мероприятие (или комплекс мероприятий, объединённых одной целью и тематикой), социально значимое событие, продолжительность которого зависит от поставленных задач. Реализуются массовые профилактические акции к памятным датам ВОЗ, Всемирным и Всероссийским датам, памятным датам ЮНЕСКО и т.д. Целью массового мероприятия является снижение заболеваемости, предупреждение инвалидности и преждевременной смертности по причине ХНИЗ, формирование здорового образа жизни и устойчивой положительной динамики состояния здоровья населения области.

Задачами массовых мероприятий являются:

- Повышение уровня знаний населения по вопросам профилактики развития факторов риска ХНИЗ (курение, нерациональное питание, употребление алкоголя и наркотиков, низкая физическая активность, психические расстройства).
- Укрепление мотивации населения области в вопросах сохранения и укрепления своего здоровья.
- Повышение раннего выявления ХНИЗ путем увеличения доступности для населения профилактических консультаций и скринингов.
- Создание условия для самореализации личности по формированию ЗОЖ.
- Обеспечения взаимодействия на межведомственном уровне в области сохранения и укрепления здоровья населения.

В зависимости от тематики и целевой аудитории профилактические акции могут иметь различные масштаб и форму проведения. Исходя из основных задач и тематики, формат мероприятия может быть: локальным (медицинское учреждение), районным или городским.

Ключевая роль в решении поставленных задач в рамках проведения информационно-образовательных акций отводится специалистам профилактической службы (отделениям (кабинетам) медицинской профилактики и центрам здоровья), которые ориентируют медицинских работников первичного звена здравоохранения на проведение профилактической деятельности согласно теме запланированной акции, а также привлекают к участию в акциях врачей-специалистов соответствующих служб здравоохранения: кардиологов, онкологов, пульмонологов, фтизиатров, наркологов, гинекологов, педиатров, инфекционистов и других. Участниками и партнерами проведения акций могут стать специалисты немедицинских организаций и ведомств, заинтересованные в решении той или иной медицинской проблемы (образования, социальной защиты, культуры, по физической культуре и спорту, по делам молодежи и других), социально ориентированные некоммерческие организации.

В настоящее время проведение профилактических акций на территории Волгоградской области осуществляется в соответствии с датами,

определенными приказом комитета здравоохранения Волгоградской области от 19.01.2018 № 106 "О проведении на территории Волгоградской области мероприятий, приуроченных к календарю ежегодных событий и дат на 2018 год".

Этапами подготовки и реализации областной акции по профилактике заболеваний и формированию ЗОЖ являются:

1. Изучение состояния проблем, связанных со здоровьем населения и заболеваемостью ХНИЗ в данном муниципальном образовании, определение приоритетных направлений работы.
2. Выбор формата мероприятия.
3. Определение площадки проведения мероприятия:
 - общественные места;
 - торговые центры;
 - парки, скверы;
 - образовательные учреждения: ССУЗы, ВУЗы, школы;
 - учреждения культуры: дома культуры, клубы, кинотеатры.
4. Выбор партнеров мероприятия:
 - социально ориентированные некоммерческие организации;
 - представители органов исполнительной власти и органов местного самоуправления;
 - волонтерские организации.
5. Информационное сопровождение мероприятия:
 - направление пресс-релиза в СМИ;
 - участие в ток-шоу, новостных выпусках;
 - подготовка полиграфической продукции;
 - размещение анонсов (объявлений) в общественных местах;
 - организация фотосъемки мероприятия;
 - направление пост-релиза в СМИ.
6. Проведение мероприятия:
 - монтаж площадки;
 - старт (официальное открытие);
 - прохождение мероприятия от открытия до закрытия;
 - окончание события, официальное закрытие;
 - завершение события, демонтаж оборудования, организация отъезда.
7. Обработка данных, сдача отчета.