

## Стратегии подготовки и проведения кампаний по распространению медицинских знаний

Лоти Попеску и Дэниэл Верман

**С**анитарное просвещение — важный инструмент проведения политики общественного здравоохранения. Оно дает возможность работать непосредственно с населением и для населения, стремясь к изменению некоторых бытующих у людей взглядов и представлений. Важный фактор успеха стратегии формирования здорового образа жизни — тесное взаимодействие между проводящими ее специалистами санитарного просвещения, государственными чиновниками, обществом и средствами массовой информации. В настоящей статье на примере опыта кампании «За здоровый образ жизни» Департамента пропаганды медицинских знаний Констанцы (Румыния) обсуждается такой аспект санитарного просвещения, как создание и распространение ясных, эффективных и актуальных призывов к соблюдению санитарно-гигиенических норм, профилактике заболеваний и ведению здорового образа жизни.

### Выявление стереотипов поведения, требующих коррекции

Прежде чем приступить к разворачиванию кампании по пропаганде здорового образа жизни, важно получить надежные данные, анализ которых позволил бы определить потребности общества. Являясь подразделением Директората здравоохранения Констанцы, Департамент пропаганды медицинских знаний Констанцы имеет доступ к санитарной статистике и может вести мониторинг состояния местного здравоохранения. Собранные данные помогают определить, какие из проблем необходимо решить для укрепления здоровья всех членов сообщества, исходя из учета как реальных потребностей, так и их восприятия населением. Мониторинг состояния здравоохранения открывает также возможность последующей оценки результатов проводимых кампаний и формирования реакции

на новые тенденции по мере их проявления.

После выявления ряда признаков, позволивших сделать заключение о том, что уровень здравоохранения общества нуждается в улучшении, было разработано несколько проектов по формированию здорового образа жизни. Кампания «За здоровый образ жизни» основана на вере в то, что можно положительно влиять на поведение людей, помогая им перейти к более здоровому образу жизни. Однако, чтобы изменить поведение, необ-



Дэниэл Верман (справа) и сотрудники ток-шоу «Будем здоровы» перед началом передачи.

Фото публикуется с согласия Дэниэла Вермана.

### Выработка формулировок и донесение их до адресата

Четкость формулировок является существенным моментом хорошей стратегии, а чтобы успешно донести их до целевой аудитории, требуется сотрудничество с газетами, журналами, теле- и радиостанциями. Средства массовой информации предлагают эффективный по затратам и действенный способ доведения подобных обращений до всего общества в целом, поскольку каждый сегмент СМИ достигает населения множеством многообразных путей. В числе способов заинтересовать средства массовой информации в распространении ваших призывов можно назвать пресс-релизы, пресс-конференции и интервью.

### Разрабатывайте ясные и привлекательные призывы

Распространение информации — это один из аспектов человеческих взаимоотношений. Оно включает процессы познания, сотрудничества, обучения и выработки договоренностей. Эффективные призывы отличаются

- привлекательностью — представляют новые и интересные идеи в визуально привлекательной или бросающейся в глаза форме;
- доступностью — ясной, логичной и лаконичной формой;

ходимо эффективно распространять в обществе соответствующие идеи путем проведения кампаний за здоровый образ жизни, а кроме того, заручиться поддержкой этих идей в других существующих источниках информации.

### Акцент на коллективный подход

Успех кампании по формированию здорового образа жизни требует коллективного подхода и эффективного обмена информацией между ее инициаторами. Каждый должен принять участие в проекте и привнести в него свой собственный опыт, а также привлечь знания других специалистов, работая, одновременно, и над созданием доверительной атмосферы — когда каждый член команды знает,

что ему есть чему учиться у остальных, и готов это делать.

Личное общение членов команды является необходимым элементом, поскольку обеспечивает немедленную реакцию на идеи, обращения и практические действия. В то же время, оно помогает поднять творческий порыв, который затем реализуется в практических действиях. Кроме того, открытый обмен мнениями между членами команды, занимающейся распространением медицинских знаний, может послужить хорошей основой для развития позитивного взаимодействия с целевыми группами населения, с государственными чиновниками и средствами массовой информации. Постоянные контакты с местными властями и населением жизненно важны для успешного распространения медицинских знаний, а средства массовой информации являются эффективным проводником идей, позволяющим довести их до каждого члена сообщества.

- приемлемостью — исходят из принятых в обществе норм;
- адресностью — ориентацией на конкретную группу населения;
- убедительностью — дают людям побудительный мотив для изменения поведения.

В призывах к здоровому образу жизни мы косвенно затрагиваем вопросы веры, личных убеждений, эмоций, чувств и социальных установок. Поэтому необходимо тщательно выбирать выражения самим и бдительно следить за их передачей средствами массовой информации.

#### Постоянно подкрепляйте свои призывы

Подобно любой другой хорошей рекламной кампании — направлена ли она на продвижение новой марки газированной воды или на предотвращение заболеваний, передающихся половым путем, — нужно добиваться, чтобы аудитория не прекращала вслушиваться и вчитываться в ваши обращения. Для того чтобы люди обратили внимание на проблему, необходимо ее непрерывное освещение в течение определенного времени; поэтому важно, чтобы широкоэшелонное распространение ваших обращений осуществлялось с достаточной частотой. В кампании за здоровый образ жизни необходимо использовать броские, легко запоминающиеся призывы — вроде тех, что пишутся крупными буквами на рекламных щитах, — в сочетании с содержательными материалами, такими как газетные статьи, содержащие подробное изложение вопроса и объяснения, почему, например, хорошо вести здоровый образ жизни. Помимо призывов к соблюдению санитарно-гигиенических норм и здоровому образу жизни важно предлагать населению информацию о медицинских учреждениях и других доступных ему источниках получения дальнейшей информации по вопросам, касающимся состояния здоровья и здравоохранения.

#### Развивайте контакты между обществом и специалистами

Каждое средство массовой информации способно предложить своим читателям, слушателям или зрителям возможность расширения медицинских познаний через прямое общение

со специалистами. Один из вариантов — радио- и телепередачи, в которых специалисты отвечают на звонки слушателей и зрителей в прямом эфире. Колонки в газетах и журналах, в которых специалисты отвечают на письма читателей, служат не только средством вовлечения населения в процесс, но и являются наилучшим инструментом освещения тех вопросов здравоохранения, санитарии и гигиены, в которых население наиболее заинтересовано. Используйте особые преимущества каждого средства массовой информации для доведения своих призывов до сведения целевых групп населения.

#### Привлекайте для ответов на вопросы профессионалов

При распространении «призывов» или ответе на вопросы по медицинской тематике важна подача фактов в изложении медицинских и иных профессионалов, обладающих соответствующими знаниями. К их словам население испытывает больше доверия. Кроме того, их участие дает уверенность в доступности информации — в том, что каждый может свободно обращаться в медицинские учреждения за рекомендациями по тем или иным профилактическим мерам.

#### Взаимодействие с государством

Следует помнить о том, что кампании, проводимые через средства массовой информации, привлекают внимание не только широкой публики, но и представителей государства. Таким образом, они могут служить еще и средством информирования местных властей о проблемах здравоохранения и стимулирования их интереса к этим вопросам. Кроме того, кампании в СМИ затрагивают общественное мнение, которое создает дополнительные стимулы для проведения изменений на всех уровнях саморегулирования общества, от норм личного поведения до государственной политики и законодательства.

#### Примеры стратегий использования СМИ

Поскольку люди получают информацию из различных источников, важно выработать стратегию одновременного использования нескольких каналов СМИ. Например, не стоит ограничиваться работой с одними только газетами, поскольку значи-

тельная часть населения их не читает, а новости черпает из передач радио и телевидения. Департамент пропаганды медицинских знаний Констанцы использовал для обеспечения полноты охвата различных групп населения своей кампанией «За здоровый образ жизни» множество различных каналов СМИ и достиг успеха.

#### Использование радио и телевидения для повышения медицинской эрудиции населения

Специалисты Департамента ведут посвященное вопросам охраны здоровья ток-шоу «Будем здоровы» на местной телестанции МТС. Передача выходит еженедельно в часы, когда телевизор смотрит наибольшее количество зрителей. Это телевизионное ток-шоу единственное на уездном уровне Констанцы освещает вопросы медицинского характера, представляющие предположительно наибольший интерес для населения. В основном передача посвящена вопросам профилактики и санитарного просвещения — включая предотвращение насилия в семье, профилактику заболеваний, передающихся половым путем, сокращение потребления алкоголя и наркотиков, отказ от курения — и формирования здорового образа жизни. В студию при-



Дэниэл Верман, бывший руководитель программы АМСЗ Терри Ричардсон, Празаад Стейнер (Луисвиллский университет) и Элона Дегойер (Хьюмана Инк.) из партнерства Констанца-Луисвилл готовятся к прямому эфиру.

фото публикуется с согласия Дэниэла Вермана.

глашают специалистов в различных областях медицины, которые отвечают на звонки телезрителей. Таким образом это средство массовой информации помогает Департаменту эффективно предоставлять зрителям необходимые им медицинские сведения.

*Продолжение на стр. 29*

А с помощью радиостанции «Радио Констанцы» Департамент создал ежедневную радиопередачу «Советы доктора», посвященную методам профилактики различных заболеваний. Кроме того, на этой же радиостанции специалисты Департамента ведут по субботам 30-минутное интерактивное (с телефонными звонками зрителей) ток-шоу по вопросам наркомании и профилактики ВИЧ/СПИДа.

### Печатное слово как носитель медицинской информации

Департамент ведет также ежедневную колонку «Главное — здоровье» в местной газете *Cuget Liber* (Свободная мысль). Она посвящена профилактическим мероприятиям, санитарному просвещению и формированию здорового образа жизни — включая методы планирования семьи, предотвращения заболеваний, распространяющихся половым путем и контактным путем, ожирения, сердечно-сосудистых заболеваний, ВИЧ/СПИДа и насилия в семье. Читатели газеты могут присылать вопросы о проблемах со своим здоровьем и получать через газету ответы специалистов.

Департамент использует собранные данные для определения того, какие из направлений общественного здравоохранения нуждаются в дополнительном внимании в рамках его санитарно-просветительных

программ. Точно так же он использует СМИ для исследования испытываемых населением проблем в сфере здравоохранения и выявления собственных представлений людей на этот счет. Результаты таких исследований часто становятся основанием для развертывания дополнительных акций по формированию здорового образа жизни и санитарному просвещению. Таким образом, журналисты становятся одновременно работниками сферы здравоохранения.

Как успех выбранной стратегии можно рассматривать увеличение в прошлом году тиража местной газеты *Cuget Liber* и повышение рейтингов радио- и телепередач — ведь это означает, что аудитория, к которой обращены призывы перейти к здоровому образу жизни, расширилась.

---

*Доктор медицины Лоти Попеску работает в Департаменте пропаганды медицинских знаний Констанцы. Она ведет в газете *Cuget Liber* ежедневную колонку «Главное — здоровье» и создает ежедневную радиопередачу «Советы доктора». Доктор медицины Дэниэл Верман возглавляет Департамент пропаганды медицинских знаний Констанцы и занимается подготовкой передач телевизионного ток-шоу «Будем здоровы». Кроме того, Департамент ведет на «Радио Констанцы» созданное Верманом еженедельное 30-минутное ток-шоу на тему предотвращения наркомании и ВИЧ/СПИДа, гости которого отвечают на звонки слушателей в прямом эфире.*