

# Системный подход в реализации мероприятий по профилактике ВИЧ-инфекции в рамках государственной программы «Развитие здравоохранения» в Иркутской области

Заведующая отделом профилактики ГБУЗ «ИОЦ СПИД»

Запольская Г.А.

Врач-методист отдела профилактики ГБУЗ «ИОЦ СПИД»

Кривобоков О.С.

# Цель информационно–просветительской работы среди населения

Специфической профилактики ВИЧ–инфекции не существует. В связи с этим основным инструментом в предупреждении распространения заболевания является информационно–просветительская работа.

- Информирование населения (различных целевых групп)
- Формирование у каждого человека ответственного отношения к своему здоровью (изменение поведения , исключающего возможность заражения ВИЧ, ИППП и т.д.)

# Этапы воздействия информационно-просветительской работы на поведение человека

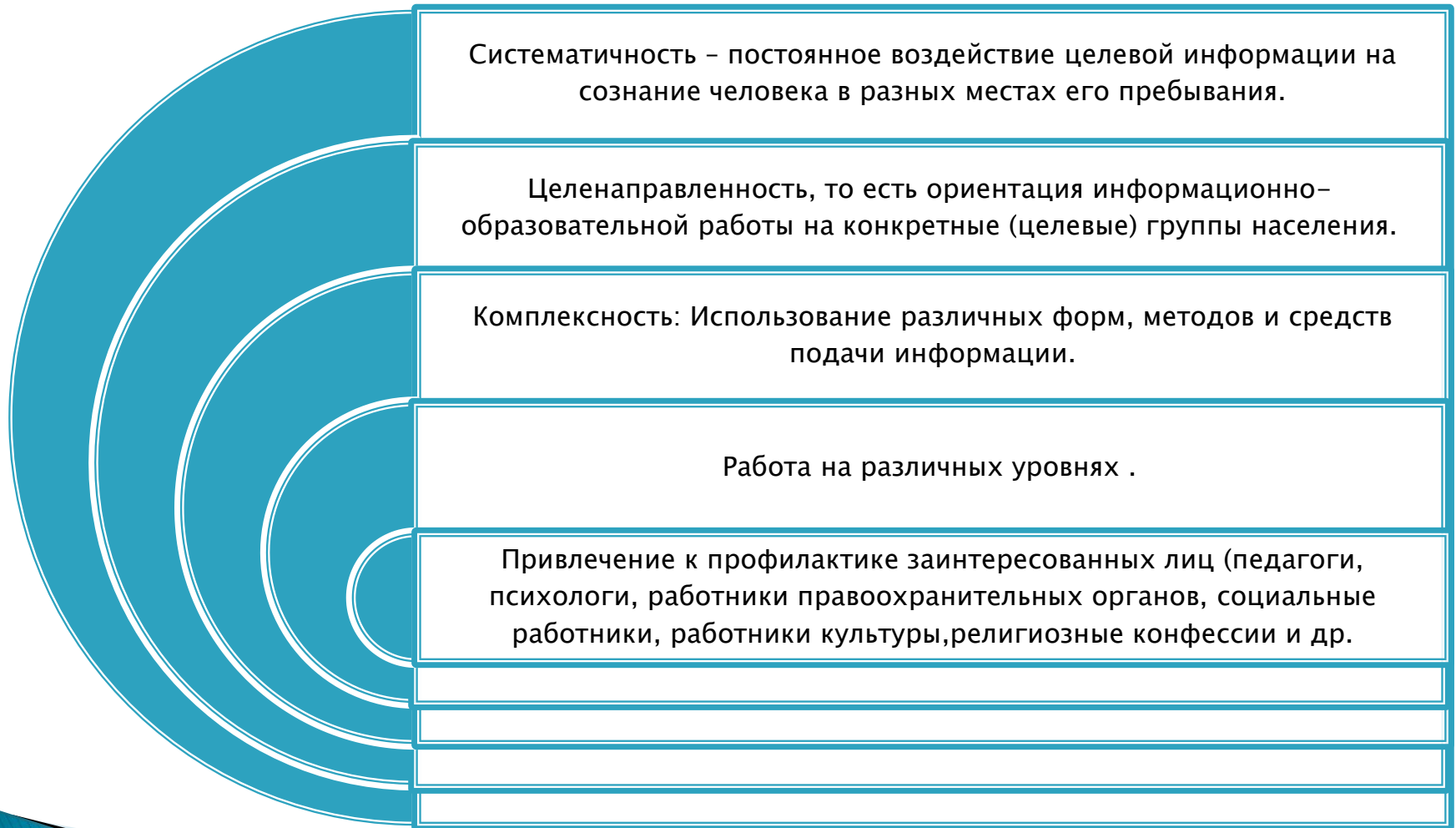
Качественная информация о ВИЧ-инфекции, путях ВИЧ-инфицирования с учетом социально-психологических особенностей соответствующих групп населения и особенностей их восприятия.

Превращение полученной информации в знания, проверка этих знаний с целью оценки эффективности информирования (путем бесед, опросов, анкетированием, тестами)

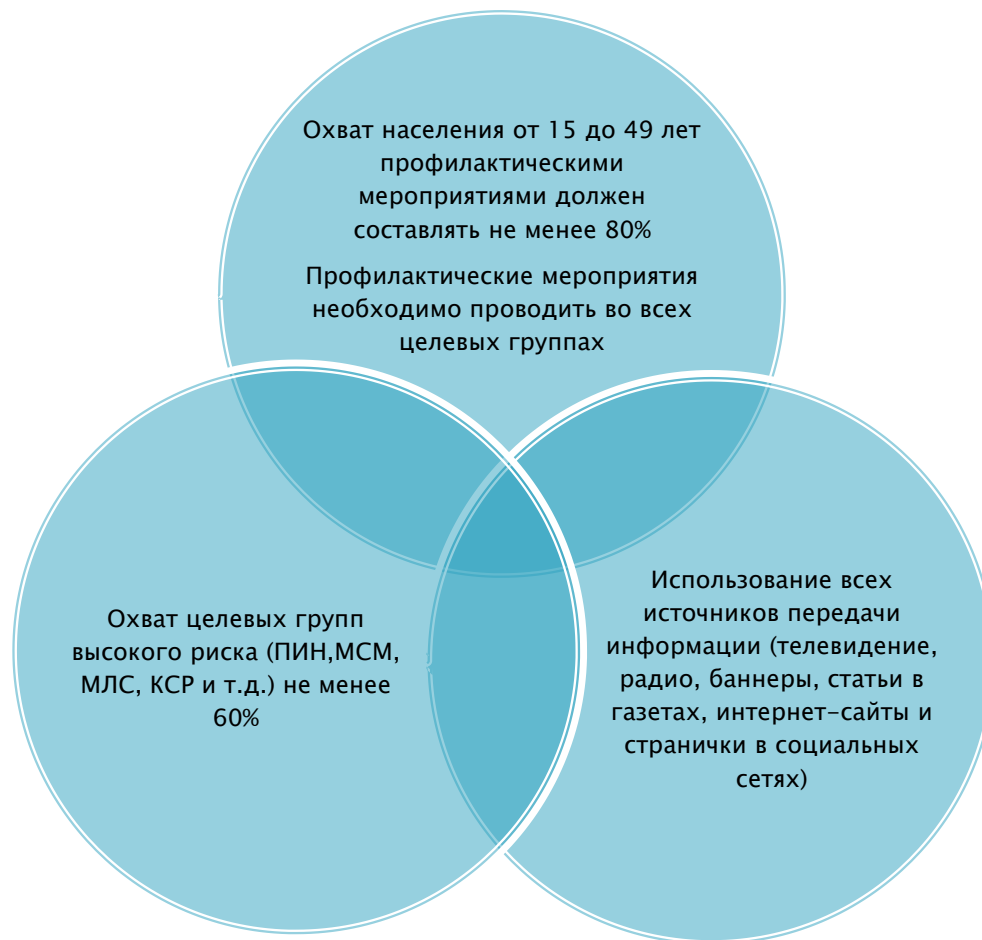
Превращение знаний в убеждение изменить рискованное поведение, вести здоровый образ жизни.

Убеждения должны стать основой стойкой поведенческой ориентации на то, что борьба с ВИЧ-инфекцией это не столько забота медицинских работников и государства, сколько ответственность самого человека

# Основные принципы информационно-просветительской работы



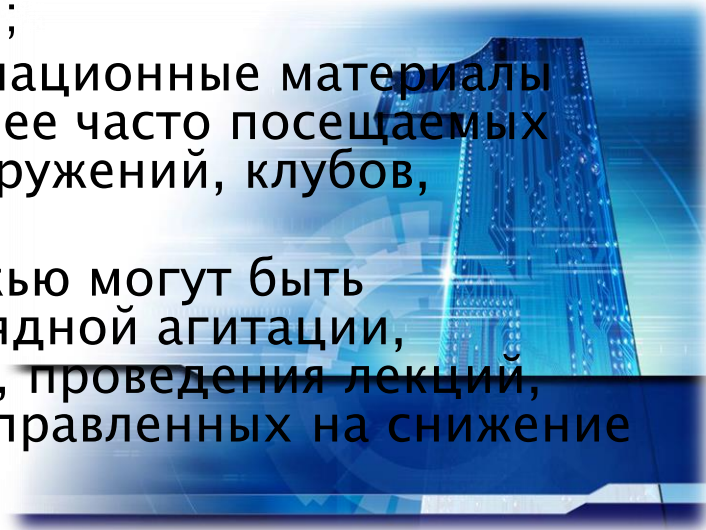
# Критерии эффективности профилактических мероприятий





# Информационная кампания в СМИ

- ▶ Информационные кампании с использованием СМИ рекомендуется проводить не реже 2 раз в год с достижением максимального охвата информацией потребителей телевизионных и радио передач.
- ▶ Передачи о профилактике ВИЧ-инфекции рационально проводить в вечернее время (прайм-тайм)
- ▶ Информационные блоки о предупреждении ВИЧ-инфекции рекомендуется комплектовать с передачами, наиболее привлекательными для молодежи: спортивные передачи, концерты молодежной музыки и т.п.;
- ▶ Плакаты и другие наружные информационные материалы следует размещать в местах, наиболее часто посещаемых молодежью: вблизи спортивных сооружений, клубов, дискотек и т.п.
- ▶ места проведения времени молодежью могут быть использованы для размещения наглядной агитации, распространения листовок, брошюр, проведения лекций, акций и подобных мероприятий, направленных на снижение уровня передачи ВИЧ.





# Мероприятия по профилактике ВИЧ-инфекции в Иркутской области

- ▶ Размещена информация по профилактике ВИЧ-инфекции на стендах и в лифтах многоквартирных домов г. Иркутска и г. Шелехов (1028 плакатов в течение 2 месяцев);



- ▶ Размещение наружной социальной реклама на общественном транспорте в г. Иркутск, г. Ангарск, г. Усолье-Сибирское;



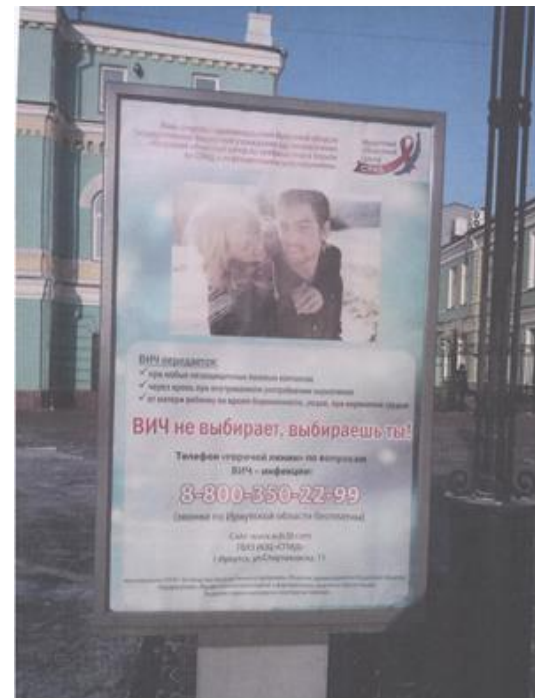
- ▶ на территории Иркутской области размещены 13 баннеров по профилактике ВИЧ-инфекции в самых крупных городах – г. Иркутск, г. Ангарск, г. Братск, г. Усолье-Сибирское, г. Саянск;



# Размещение информации в местах массового пребывания людей

Информация по профилактике ВИЧ-инфекции размещалась на объектах железнодорожного транспорта региона: электронные табло и конструкции для наружной рекламы на железнодорожном вокзале «Иркутск-Пассажирский» и на прилегающей территории. Аналогичные сведения о том, как противостоять заболеванию, напечатали на 600 тыс. экземпляров конвертов для пассажирских билетов.

- ▶ проводилась информационная кампания в аптечных сетях и центрах занятости Иркутской области. В рамках кампании было распространено более 20000 экземпляров печатной продукции (плакаты, буклеты, листовки).





# Обучение на рабочих местах

Для того чтобы сфера труда могла в полной мере вносить свой вклад в борьбу с пандемией, исключительно важно, чтобы предпринимаемые на рабочих местах меры стали неотъемлемой частью национальной политики, программ и стратегий в области борьбы с ВИЧ/СПИДом.

## профилактика должна обеспечивать:

- предоставление всем людям актуальной, надлежащей и своевременной информации, а также доступа к ней, в форме и на языке, которые отражают их культурные особенности, по имеющимся различным каналам связи;
- разработку комплексных программ обучения в помощь женщинам и мужчинам, чтобы они осознавали риск всех видов передачи ВИЧ–инфекции и стремились максимально его сократить, включая передачу инфекции от матери ребенку и понимание важности изменения рискованных видов поведения, связанных с инфекцией;
- эффективные меры по сокращению видов поведения с высокой степенью риска, включая группы, подвергающиеся наибольшему риску, с целью уменьшения масштабов распространения ВИЧ–инфекции;

# Работа «Горячей линии по вопросам ВИЧ/СПИДа»

Специалисты прошедшие обучение по вопросам ВИЧ-инфекции проводят консультирование по телефону «горячей линии» или телефону доверия. Позвонив, каждый человек может узнать куда, к кому и когда обращаться по вопросам профилактики и лечения ВИЧ-инфекции, где получить психологическую помощь, если она нужна, а также получить ответы на основные вопросы, касающиеся профилактики и лечения ВИЧ-инфекции.



*Выход есть всегда!*

# Наиболее частые формы работы, направленные на узкую целевую аудиторию

- ▶ Лекции
- ▶ Беседы
- ▶ Круглые тематические столы
- ▶ Ролевые игры





- ▶ Видеолекции
- ▶ Тренинговые занятия с учащимися, «группами риска»
- ▶ Тренинги для волонтеров



# Акция «Чувствуй лучше»

- ❖ Вовлечение общественности посредством социальных сетей в профилактику ВИЧ-инфекции и пропаганде ЗОЖ.
- ❖ Использование наиболее популярных Интернет-площадок – социальных сетей – для пропаганды ЗОЖ и профилактики ВИЧ-инфекции.

## #FeelBøtter





# Акция «Чувствуй лучше»

- ❖ Использование качественных видеороликов в поддержку акции.
- ❖ Взаимодействие со СМИ и популярными блогерами.



## Акция «Чувствуй лучше»

- ❖ Информация распространена среди 34 706 пользователей социальных сетей, из них:



33 706 человек



791 человек



209 человек

***БЛАГОДАРИМ  
ЗА ВНИМАНИЕ!***