

Социальный проект "День здорового сердца" - это возможность повысить уровень грамотности населения в вопросах сохранения здоровья и снижения рисков развития сердечно-сосудистых заболеваний.

Проект в номинации

Авторская журналистика и общественные проекты

Организация

ТЮМЕНСКИЙ КАРДИОЛОГИЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР - ФИЛИАЛ ТОМСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО МЕДИЦИНСКОГО ЦЕНТРА РАН

Участники проекта

Гущина Елена Алексеевна

Специалист пресс-службы

г. Тюмень

Тюменский кардиологический научный центр

Ежегодный проект Тюменского кардиологического научного центра, посвященный интересным, простым и доступным способам профилактики сердечно-сосудистых заболеваний, каждый раз проходит в необычном активном формате.

Описание проекта

Описание проблемы и сложностей ситуации, которая потребовала решения:

Ежегодно сотрудники нашего учреждения проводят в сентябре социально-профилактическую акцию «День сердца». Цель акций - привлечение внимания общества к вопросам сохранения здоровья, важности профилактики сердечно-сосудистых заболеваний. Однако мы понимали, что традиционные форматы профилактики, вроде лекций, конференций, школ работают не всегда и полезнее показать своим собственным примером, как спасти себя от болезней сердца. Важно не просто проинформировать людей о том, какие есть способы борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями, а попробовать реализовать их вместе с ними. Во время пандемии и рекомендаций соблюдать домашний режим или

работать удаленно, мы столкнулись не только с увеличением количества запросов на консультации к психотерапевтам, но и с проблемой организации акции. В закрытом помещении невозможно было бы организовать масштабное мероприятие.

Цель: провести профилактическую акцию в новом нестандартном формате в период пандемии

Задачи:

- провести опрос, анкетирование пациентов и сотрудников о формате проведения акции ко Дню сердца;
- изучить результаты и наглядно представить их для рабочей группы;
- разработать новые форматы (велопрогулка, марафон и т.д.) в соответствии с эпидобстановкой запросами пациентов;
- анонсировать мероприятие, найти спонсоров и поддержку;
- в течение недели до начала акции публиковать полезные профилактические материалы и напоминания;
- организовать участников и прессу;
- провести мониторинг.

Этапы реализации:

август 2021, 2022 гг. – разработка форматов идей в виде прогулки с домашними питомцами и рисованием, согласование с руководителем,

сентябрь – подготовка этапов проектов, создание объявления, информирование участников.

Проведение акций: сентябрь 2021 г. – мы организовали прогулку с домашними питомцами под девизом «Четвероногий друг избавит от болезней сердца». Все желающие, в том числе сами доктора нашего учреждения, привели на акцию своих собак. Участники общались на тему сердечного здоровья, поддержания своего ментального самочувствия, даже посмотрели небольшое собачье шоу и послушали советы для правильного взаимодействия с другими пёселями от кинолога, пофотографировались и снимались в сюжетах. Ученые отмечают, что регулярное общение с доброжелательными животными снижает уровень тревожности, усталости, поднимает настроение, постоянные прогулки помогают похудеть, замедлить развитие сердечно-сосудистых заболеваний, быстрее восстановиться после инфаркта и инсульта, а также повысить иммунитет. В

сентябре 2022 г. – команда нашего отдела придумала новую акцию для борьбы с тревожностью и стрессом – арт-терапия – самый простой и доступный инструмент для снятия психоэмоционального напряжения человека любого возраста. Прямо на крыльце учреждения команда наших сотрудников, и их семьи, а также все желающие (пациенты, которые приходили на прием) объединились, нарисовали и раскрасили цветными мелками большую сердечную мандалу (рисунок, в который вписаны различные узоры и изображения). Своим примером мы показали, что такой простой способ борьбы с тревожностью, как рисование дает силы, возвращает радость и ощущение полноты жизни, помогает справиться со стрессом. Октябрь – выпуск корпоративных изданий с пост-материалами, мониторинг социальных сетей и СМИ.

Необходимые ресурсы (финансы, люди): в последней описанной акции использовался только один финансовый ресурс – были закуплены цветные мелки и потребовалась небольшая помощь художника для создания макета узора. Для акции с прогулкой мы привлекли в качестве спонсоров зоомагазин, который предоставил нам угощения для собак.

Полученные результаты: В качестве полученных результатов можно ответить: 5 видеоанонсов, 6 телевизионных сюжетов, наши видео в социальных сетях набрали более 25 000 просмотров, мы выпустили корпоративные журналы с пост-материалами об акциях. Для участия в мероприятии со своими питомцами и с близкими (родителями, детьми) пришли 38 тюменцев, пушистых участников акции было 21, участие в акции с мандалой – приняли 52 человека. Главным было привлечь внимание горожан к не только к проблемам здоровья, но и к таким легким, недорогим способам профилактики, как прогулка или использование самых обычных мелков или карандашей. Чтобы спастись от плохого настроения и позаботиться о своем здоровье не нужно делать что-то сложное, достаточно воспользоваться тем, что рядом.