

## **PR-КОММУНИКАЦИИ СПИД-ЦЕНТРА КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ КУЛЬТУРЫ ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ**

В статье реализована попытка определить уровень культуры самосохранения среди жителей крупного города, проанализирована степень их информированности о работе СПИД-Центра и профилактических мерах предупреждения ВИЧ-инфекции. Описано отношение граждан к проблеме ВИЧ-СПИД; выявлены практические направления повышения уровня культуры здоровья населения. Ключевые слова: профилактика, PR-коммуникации в сфере здоровья, ВИЧ-инфекция, культура здоровья

В новых условиях развития России особое значение приобретают вопросы укрепления здоровья населения, увеличения продолжительности активной жизни, усиления мотивации ведения здорового образа жизни, повышения уровня здоровья и образованности в области сохранения здоровья [1; с. 90]. Актуальность данной темы связана с необходимостью создания грамотной коммуникационной стратегии СПИД-Центра, которая позволит не только увеличить количество информированных о ВИЧ/СПИД, но и воздействовать на поведение людей.

В России здравоохранение ориентируется исключительно на больных людей, адресуя им почти все социальные и медицинские ресурсы. Социальная политика в сфере здоровья направлена в основном на улучшение качества медицинского обслуживания, а не на формирование санитарно-гигиенической культуры населения и самосохранительного сознания. В последние годы всё больше говорится о необходимости усиления профилактики в системе здравоохранения. Но та профилактика, которая осуществляется сегодня, не приносит значимого результата, поскольку россияне относятся к ней без должной ответственности из-за низкого уровня культуры здоровья [3; с. 54].

Коммуникация в сфере здравоохранения предназначена для информирования населения о сохранении здоровья, а также для обучения практическим навыкам ведения здорового образа жизни. Она способствует повышению уровня информированности населения по вопросам здоровья, оказывает влияние на принятие общественно-политических решений. Решение этих сложных задач в первую очередь зависит от формирования соответствующего общественного мнения. Ведущую роль в информировании населения, формировании общественного мнения о социально опасных заболеваниях и их профилактики, играет СПИД-Центр, созданные для профилактики и борьбы со СПИДом. Ежегодно центр проводит комплекс мероприятий, направленных на профилактику ВИЧ-инфекции среди населения: а) информирование населения через средства массовой информации; б) организация горячей телефонной линии по вопросам профилактики и лечения ВИЧ-инфекции; в) ведение группы в социальных сетях «ВКонтакте», «Facebook» и размещение полезного контента; г) проведение семинаров, тренингов для разных профессиональных и демографических групп.

На базе Центра СПИДа г. Ульяновска функционирует волонтерское движение ЗОРРО (Здоровое Общество - Ради Развития Общества), в которое входят студенты колледжей и техникумов. Волонтеры проводят тренинги и коллективные беседы: «Толерантное отношение к ВИЧ-инфицированным», «Профилактика ВИЧ-инфекции», «История развития ВИЧ-инфекции».

*Целью* исследования являлось определение уровня культуры здоровья жителей крупного города в самооценках и роли коммуникаций в его повышении.

Для реализации поставленной цели и получения оценок городских жителей мы провели собственное исследование (метод – опрос); выборка – 410 жителей областного центра (г. Ульяновска). Получены следующие результаты.

Результаты опроса подтвердили нашу гипотезу о том, что здоровье носит для жителей крупного города характер инструментальной ценности, с помощью которой человек может добиться значимых целей, статуса, карьерного роста. Люди начинают заниматься своим здоровьем тогда, когда оно ухудшилось, и это стало мешать или может помешать в осуществлении жизненных планов; только половина опрошенных ведет регулярно здоровый образ жизни (таблица 1). Чаще среди данного типа присутствуют люди старших возрастных групп или уже имеющие отклонения в здоровье.

Табл. 1. Забота горожан о здоровье (в %, n = 410)

Условия Показатели	Всего	Пол		Возраст				Уровень здоровья			
		Мужской	Женский	16-19	20-29	30-39	40-50	Я практически здоров	Времен. расстройств	Подвержен частым и заболеваниям	Имею хронические заболевания, инв-ть
<b>Забота о здоровье</b>											
Да, веду ЗОЖ	48	43	51	45	53	41	62	50	40	55	66
Скорее нет, я и так здоров	22	32	15	26	20	24	12	32	23	20	15
Затрудняюсь ответить	30	25	33	29	27	34	26	18	27	25	29

Половина респондентов считает, что угроза передачи ВИЧ-СПИД возрастает, 44% – что в перспективе такая угроза станет реальной. Эти показатели свидетельствуют о том, что горожане не осведомлены об эпидемической ситуации в регионе, не интересуются данной проблемой, считают, что их это не касается. Только каждый пятый житель соотносит социально опасные болезни со своей жизнью (рис. 1).

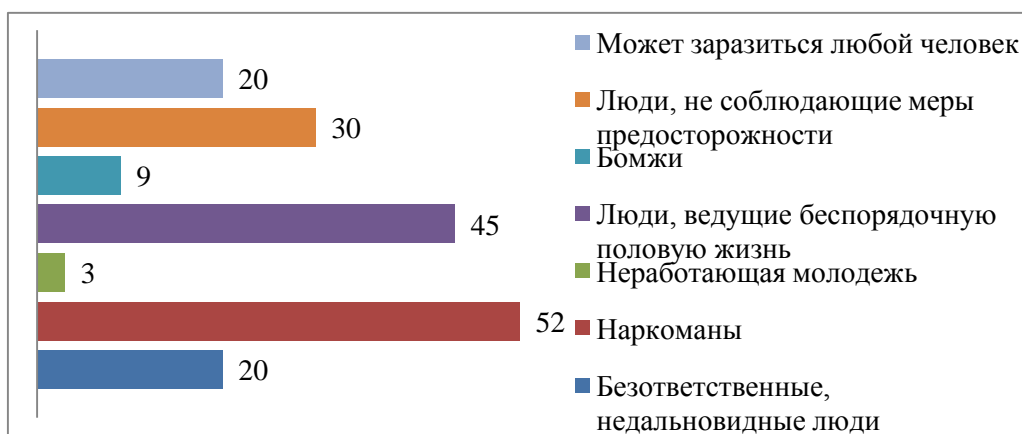


Рис. 1. Люди подверженные заражению ВИЧ-инфекцией в восприятии респондентов (%)

Выявлено, что 53% респондентов знают, где находится СПИД-Центр, 33% – смогут найти, если им понадобится эта информация, 13% – не знают и не хотят знать. Несмотря на относительно высокую осведомленность, у горожан существует стереотип восприятия учреждений такого типа – «они необходимы, но для других». В связи с этим возможности применения коммуникаций довольно широки для повышения уровня информированности индивидов о социально опасных болезнях.

Самыми популярными источниками информации, по мнению городских жителей, оказались следующие: информационные листы и реклама медицинских учреждений (46%), специальные мероприятия (41%), телевидение и радио (25%) (табл. 1).

Табл. 1. Эффективные источники получения информации

Источники получения информации о сохранении здоровья	% респондентов
Реклама медицинских учреждений	46
Информация в учебных заведениях	17
Пресса, специальные издания	21
Друзья, родственники, знакомые	23
Специальные мероприятия (акции, благотворительные мероприятия и др.)	41
Телевидение, радио	25
Интернет-источники (сайты, блоги, др.)	18
Наружная реклама	9

Среди источников способных повысить уровень информированности о ВИЧ-инфекции выделились: социальная реклама (35%), система специального образования (семинары, деловые игры) – 27% и учебные материалы (пособия, видео, учебные фильмы) – 27%, а по 23% опрошенных приходится на обобщающие информационные материалы и результаты спец. исследований.

Основные ассоциации, которые вызывает слово СПИД – неизлечимая болезнь, смерть (34%), тяжелая болезнь, инфекция, зараза (22%), страх, ужас тревогу за себя и близких (18%). Социологическое исследование позволило выявить недостаточность знаний по проблеме ВИЧ-инфекции среди респондентов и низкий уровень осведомленности о деятельности СПИД-Центра и мероприятиях, им реализуемых. Это, в свою очередь, ведет к негативному восприятию населением профилактической деятельности Центра, безразличию к проблеме ВИЧ-СПИД, отсутствию понимания, что эта проблема касается каждого члена общества.

Половина горожан знает о местонахождении СПИД-Центра, но не осведомлена о его деятельности. Жители проявляют недостаточно внимания к мероприятиям Центра; несмотря на это, самой активной частью населения является молодежь. Понимание проблемы ВИЧ-инфекции у жителей областного центра носит противоречивый характер: респонденты считают проблему ВИЧ-СПИД актуальной, но рассматривают ее как проблему асоциальных групп.

Эффективными средствами PR-коммуникаций среди населения выступают реклама и специальные мероприятия медицинских учреждений. В ходе исследования было выявлено, что способны повысить информированность и уровень культуры здоровья социальная реклама, система специального просвещения волонтерских организаций.

Решением данной проблемы могут стать следующие меры:

- разработка профилактических программ с учётом особенностей взаимодействия с целевыми аудиториями и типами, выявленными в ходе исследования;
- выстраивание стратегии отношений со СМИ: укрепление существующих связей со СМИ и информирование о действиях СПИД-Центра; размещение социальной рекламы в городе и Интернет-источниках;
- модернизация Интернет-сайта Центра, его регулярное обновление и усиление актуальности информации; демонстрация имиджевого ролика;
- проведение благотворительных акций с участием медийных лиц, деятелей культуры для привлечения внимания к проблеме ВИЧ/СПИД.

### Список литературы

1. Воротилкина, И. М. Художественная литература как средство формирования здорового образа жизни студентов // Педагогическое образование и наука. – 2010. - №3. - С. 88-93.
2. Гончарова, А. С. Волонтерство студенту, врачу, здравоохранению [Текст] / А. С. Гончарова // Системная интеграция в здравоохранении. - 2011. - № 4. - С. 33-38.
3. Малышев, М. Л. Обращение россиян за медицинской помощью [Текст] / М. Л. Малышев // Вестник Института социологии. - 2013. - № 6. - С. 48-66

*U.M. Kozlova*

### **"PR COMMUNICATIONS AIDS CENTER AS CONDITIONS IMPROVE THE CULTURE OF HEALTH OF POPULATION"**

The article seeks to identify the level of culture of self-preservation among residents of the Ulyanovsk region, to analyze the degree of awareness of the region's residents about the work of the AIDS Center and to establish communication channels for interaction with the target audience of the AIDS Center. In the course of the study it is necessary to find out citizens' attitude to the problem of HIV-AIDS and to offer a solution for it.

Key words: Prevention, PR communications, , HIV infection, culture of health