

Lietuvos medicinos studentų asociacijos visuomenės sveikatos komiteto vietinė koordinatorė Audra Vyšniauskaitė

Informacinis pranešimas tema: "Jaunimui patrauklūs viešieji ryšiai sveikatos klausimais"

- Ar medicinos studentai mato sveikos gyvensenos temą kaip prioritetinę jaunų žmonių ugdymo srityje?
- Kokiais būdais galime pasiekti jaunimą ir kalbėti sudėtingais sveikatos klausimais?
- Pasidalinimas savo patirtimi vykdant jaunų žmonių informavimą sveikos gyvensenos tema.

Taigi, ruošdamasi pranešimui gavau vieną svarbų klausimą: Ar medicinos studentai mato sveikos gyvensenos temą kaip prioritetinę jaunų žmonių ugdymo srityje? Taigi, kaip LiMSA atstovė galiu tvirtai pasakyti, kad mūsų asociacijos nariai šią temą kaip prioritetinę ne tik mato, bet ir girdi, jaučia ir užuodžia. Žinoma, galėtume čia kaip būsime gydytojai nepersistengti – juk kuo mažiau rūpinsimės jaunų žmonių sveikata, tuo daugiau pacientų ateityje turėsime! Žinoma, aš ironizuoju, mes puikiai suprantame, kad žmogaus sveikata reikia rūpintis jau nuo mažų dienų ir pradėti ne nuo tablečių, o nuo sveikos gyvensenos kaip vertybės diegimo į jauno žmogaus ugdymą. Sveika gyvensena užtikrina asmens gerovę, ilgaamžiškumą, gyvenimo kokybę, ligų prevenciją bei darbingumą. Savo asociacijoje turime visuomenės sveikatos komiteto komandą, su kuria darbuojamės šiuo klausimu. Taip pat, kaip būsime sveikatos priežiūros specialistai, vertiname pirminę sveikatos prevencijos grandį kaip pačią efektyviausią, pigiausią ir būtiną stiprinti. Daugumos kvėpavimo, širdies-kraujagyslių, virškinimo, reprodukcinės sistemos ligų galima išvengti laikantis sveikos gyvensenos principų ir įgalinant jauną žmogų kontroliuoti savo pasirinkimus, elgesį ir priiimti atsakomybę.

Kokiais būdais galime pasiekti jaunimą ir kalbėti sudėtingais sveikatos klausimais?

Pirmiausia pakalbėsiu apie tai, kaip efektyviai prisikviesti jaunimą, o paskui: ką gi turime daryti, kad tas sukviestas jaunimas mus išgirstų. Tikriausiai pastebėjote, kad šiuolaikinis jaunimas retai kada vaikšto pakėlę galvas. Ką aš turiu omenyje? Paprastai važiuodami autobusu, eidami gatve, sėdėdami pamokose ar paskaitose, valgydami, kalbėdami....(skrolinu telefonu) apie ką aš čia...? Na taip, naršydami telefonuose sunkiai sukonzentruoja dėmesį į tai, kas vyksta aplinkui. Taigi, kaip juos pasiekti? Pats efektyviausias ginklas yra socialinė medija, tai yra dvipusės komunikacijos būdas. Čia jūs galite matyti savo tikslinės grupės atsaką. Tai yra – jūs matote, kiek žmonių mėgta jūsų renginį, skelbimą ar kitaip ištransliuotą svarbią žinutę. Jūs matote, kiek žmonių pasidalina jūsų žinia su kitais ir kiek galimai dalyvaus renginyje. Naudokite populiariausius socialinius tinklus (tokius kaip facebook ar instagram). Kitas klausimas, kaip efektyviai išnaudoti šiuos socialinius tinklus? Kaip sukurti pastebimą naujieną? Apskritai, Facebook'o pasiekiamumą palyginčiau su didžiuliu futbolo stadionu. Įsivaizduokime, kad stadiono vadovybė mums pasakė: „Kiekvienam nuo 13 metų leidžiame įeiti į stadioną ir bendrauti su kuo tik norite. Bus tam tikrų taisyklių, tačiau kiekvienas turės savo šlovės akimirką ir galės išeiti į stadiono vidurį bei pasakyti, ką tik panorės“. Problema tik tokia, kad jeigu iš stadiono vidurio mėginsime pasakoti savo istoriją, nelabai daug žmonių ją išgirs. Aišku, jeigu kažkuo priblokšime arba šokiruosime, apie tai greitai kalbės visas stadionas, tačiau tai yra labiau išimtis nei nuolatinis procesas. Ką padaryti, kad visas stadionas mus išgirstų? Pasiimti į rankas mikrofoną arba nueiti į atskiras ložas, kuriose sėdi žmonės iš skirtingų regionų, pagal skirtingus pomėgius ar amžių. Vienintelis iššūkis – stadiono vadovybė sako: „Jeigu norite įeiti į ložę arba pasiskolinti mikrofoną, turėsite už tai susimokėti“. Facebook reklama, nepaisant to, kad ji nuolat brangsta, – vis dar yra vienas pigiausių būdų pasiekti savo vartotojus. Ypač žinant, kad didžioji dalis alternatyvų niekada negalės pasiūlyti tokių tikslų vartotojų grupių pasirinkimo galimybių. Žinoma, susimokėję už galimybę pakalbėti (su stadione esančiais žmonėmis), žodžius rinksitės ypatingai kruopščiai, atsakingai ir atsargiai. Taigi, kaip gi susimokėti ir kaip veikia ši sistema? Yra toks metodas nelietuviškai vadinamas „boostinimu“. Gal kam yra tekę apie tai girdėti? Pakelkit rankas, kam teko. Tuomet šiek tiek plačiau: lietuviška fb versija siūlo terminą: „paryškinti skelbimą“. Tam reikia administruoti tam tikrą facebooko puslapį. Jį gali sukurti kiekvienas ir bet kokia norima tema. Kitas žingsnis: tame puslapyje paskelbti tam tikrą pranešimą ar sukurtą renginį ir „boostinti“ arba „paryškinti skelbimą“. Šios paslaugos kainą galite reguliuoti patys. Nuo jūsų mokamos sumos priklausys, kiek žmonių pasieks šis skelbimas. Tai pat galite nustatyti ne tik žmonių kiekį, bet ir jų amžių bei tam tikras kategorijas pagal jų pomėgius. Pavyzdžiui, suorganizuotumėte renginį: bėgimas už sveiką gyvenseną, ir norėtumėte pasiekti žmones,

kurie renkasi gal ir ne patį sveikiausią gyvenimo būdą. Taigi, galite pasirinkti, kad jūsų skelbimą matytų žmonės, kurie mėgsta greito maisto restoranų puslapius. Šitaip „paryškinus“ skelbimą, žmogus matys jį pagrindinio puslapio naujienų viršuje. Žinoma, jūsų skelbimas turi būti pakankamai išvaizdus, traukiantis akį, kad nebūtų pražiopsotas, nors ir pačiame viršuje. Labai svarbu neperkrauti skelbimo tekstu, parašyti kelis sudominančius žodžius, įkelti vaizdinę medžiagą ar įspūdingą nuotrauką. Kurkite savo tikslinei grupei patrauklią reklamą. Būtų puiku, jei prieš renginį pabendrautumėt su atitinkamo amžiaus, atitinkamų pažiūrų atstovais ir išsiaiškintumėte, kokie klausimai, kokios veiklos juos domintų, kad renginio programą galėtumėt adaptuoti atitinkamai auditorijai. Labai svarbus renginio pavadinimas, jokių būdu jis negali būti tiesmukiškas ar moralizuojantis. Pvz. „alkoholio žala organizmui“ ar „sportuok, nes kitaip būsi storas ir susirgsi“. Kaip pavyzdį galėčiau pateikti neseniai „Sveikatos tinklas Vilnius“ organizuotos diskusijos apie psichoaktyvias medžiagas pavadinimą „Psichoaktyvu. Kas? Kaip? Kodėl?“ Pavadinimas, neperšantis jokios nuomonės, nei kad psichoaktyvios medžiagos gerai, nei kad blogai. Neišsakoma išankstinė pozicija. Daugiau informacijos apie efektyvų viešinimą, reklamą, galite rasti tinklalapyje [www. Socialusmarketingas.lt](http://www.Socialusmarketingas.lt).

Taip pat keli svarbūs ir daug lėšų nereikalaujantys informacijos sklaidos būdai. Naudokitės žmogiškaisiais ištekliais. Tokiu atveju vienas žmogus turi pakviesti į renginį bent 500 žmonių. Kitas efektyvus metodas - rašyti idėjiškai panašioms puslapiams, kurie turi daug pasekėjų, prašykite jų, kad pasidalintų jūsų skelbimu ar renginiu. Taip pat jaunimą galite pasiekti per populiariausias radijo stotis (pavyzdžiui opus3, Zip fm, M1.). Galbūt jūsų renginys radijo stočiai pasirodys aktualus ir bus pareklamuotas nemokamai. Taip pat galite rašyti tokiems portalams kaip delfi, 15-min, bernardinai.lt ir kitiems. Kitas modernus būdas – QR kodai, kuriuos nuskanavus išmaniaisiais telefonais, žmogus nukreipiamas į tam tikrą tinklalapį, kur jau gali būti informacija apie jūsų renginį. Šie modernūs būdai parodo jaunimui, kad esate „savas“, ir bus labiau linkę įsitraukti į renginį. Žinoma, nepamirškite ir gyvos reklamos: bendraukite su idėjiškai panašiomis organizacijomis, pvz., skautais, katalikiškomis organizacijomis, jaunimos linija, Lietuvos moksleivių sąjunga arba kad ir su mūsų asociacija. Jei sugebėsite sudominti organizacijos atstovą, žinia bus perduota ir jos nariams. Svarbiausia nesusikoncentruokite ties vienu būdu. Reklamuodamiesi skirtingais būdais pasieksite daugiau ir įvairesnio jaunimo. Jeigu visgi susiduriate su reklamos problemomis, visai nereikia išradinėti dviračio. Paprastas sprendimo būdas – darykite renginį ten, kur jau susirinkę žmonės. Pvz Litexpo parodų rūmų renginiuose, vakare miesto centre ar prie greito maisto restoranų, pvz., galima pasistatyti palapinę ir mokyti streso įveikos būdų.

Dabar įsivazuokite, kad jūsų renginys patraukė nemažos jaunuolių dalies dėmesį, tačiau iki renginio dar liko, pavyzdžiui, pora savaitių. Tad nepameskite savo auditorijos. Nuolat priminkite apie save ir savo renginį. Kaip tai padaryti? Labai geras metodas yra periodiškai įkelti vaizdo įrašai, susiję su organizuojamu renginiu. Pavyzdžiui, jei organizuojama diskusija, periodiškai galite įkelti diskutantų pagrindines mintis su jų nuotraukomis. Tačiau nepersistenkite, per daug kalbėdami apie save, galite nusibosti.

Na o dabar taip ilgai reklamuotas renginys pagaliau prasideda. Atėjo daugybė žmonių su vienokiais ar kitokiais lūkesčiais. Kaip juos pateisinti? Kaip sudominti jaunimą, kad jie ateitų ir į kitą jūsų organizuojamą renginį? Į renginius kvieskite jau žinomus, ypatingai jaunimo tarpe žinomus žmones. Pavyzdžiui, jauną žinomą žmogų, kuris nevartoja alkoholio/ sportininką, kuris nuo vaikystės sveikai maitinasi ir daug sportuoja, na ir, be abejo, yra gerai žinomas Lietuvoje, o galbūt jauną kylančią žvaigždę, kuri galėtų tapti pavyzdžiu jaunimui. Jeigu darote pranešimą su skaidrėmis, jos jokių būdų negali būti perkrautos tekstu, gali užtekti tik paveikslėlio, kuris rodytų, apie ką kalbate, jokių būdų neskaitykite teksto nuo skaidrės, o pasakokite. Taip pat nenaudokite senų skaidrių fonų, pačių įvairiausių naujų temų galite atsisiųsti internete. Senus metodus naudokite moderniai. Pavyzdžiui po paskaitos/ pristatymo apklausiame jaunimą, ką jie išgirdo, suprato, tačiau jau visiems nusibodusius lapus su klausimais gali pakeisti nauja programėlė kahoot.it. Tam aišku reikėtų pasirūpinti, kad patalpoje būtų wifi ryšys. Čia visi dalyviai galės bendrai matyti tą patį klausimą, į jį atsakinėti vienu metu ir tuo pačiu varžytis su kitais dalyviais. Nugalėtojus galite paskatinti prizais. Po renginio labai svarbu įkelti nuotraukų su keliomis idėjomis apie tai, kaip viskas vyko. Nuotraukas skelbkite kartu su taip vadinamais hashtagais. Tai yra žodelis, kuris suteikia jūsų įrašui ar nuotraukai kategoriją. Prieš šį žodelį turi būti pridėtas grotelių ženklas. Taigi visos jūsų renginio nuotraukos galės būti randamos įvedus tą žodelį nepaisant to, kada jos buvo įkeltos. Idealiausias variantas yra video medžiaga. Jei vyko diskusija, galėtų būti net nufilmuotas visas renginys ir patalpintas internete (pvz., youtube), kad pasiektų dar daugiau akių ir ausų.

Na ir dabar – apie mūsų patirtį. Kaip mes dirbame su sveikos gyvensenos klausimu ir kaip pasiekiamo jaunimą. Mūsų komanda koncentruojasi į alkoholio vartojimo, rūkymo prevenciją, sveiką mitybą bei jauno žmogaus lytiškumo ugdymą. Kiekvienais metais organizuojame jau tradicija tapusį renginį „Mama, noriu gimti blaivas“, kuriuo siekiame atkreipti dėmesį į alkoholio vartojimą nėštumo metu. Taip pat jau antrus metus prisidedame prie projekto „Sveikatiada“, kurio metu pasakojome 5-tų klasių moksleiviams apie sveiką mitybą bei fizinio aktyvumo naudą, dirbome su vaikais grupėmis, žaidėme įvairius žaidimus, diskutavome apie sveiką mitybą ir net buvome pasikvietę žymius sportininkus, kurie pasakojo vaikams apie savo mitybą bei sportinius pasiekimus. Šiek tiek daugiau pakalbėsiu apie mūsų naujausią projektą „išmintingas, todėl, kad blaivus, blaivus todėl, kad išmintingas“. Kaip tikriausiai jau nuspėjate – yra nukreiptas prieš alkoholio vartojimą. Tai tęstinis projektas, kuriam tęsti gavome finansavimą iš Vilniaus savivaldybės ir vykdysime jį ir kitais metais. Tai projektas, vykęs dviejose Vilniaus ir dviejose Kauno mokyklose 6 savaites. Visą šį laiką dirbome su 7-tos klasės moksleiviais, taip pat į projektą buvo įtraukti ir moksleivių tėvai. Tėvų susirinkimo metu papasakojome apie projektą, kviestiniai svečiai kalbėjo apie psichoaktyvių medžiagų žalą. Šiuo projektu stengiamės sukcentruoti moksleivius į alternatyvias alkoholio vartojimui veiklas. Su moksleiviais mokėmės streso įveikos būdų, efektyvaus mokymosi metodų, analizavome alkoholio reklamos poveikį visuomenei, vyko protmūšis, tarpklasinės sporto varžybos, žygis, viso projekto metu buvo vykdomas nuotraukų konkursas, o dalyvavusių moksleivių laukė prizai. Mūsų komandos nariams pasiruošti projektui bei jį efektyviai vykdyti padėjo mūsų partneriai: Alcohol Policy Youth Network (APYN), Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamentas, ekstremalių sveikatai situacijų centro Apsinuodijimų informacijos biuras, Lietuvos krikščioniškojo jaunimo blaivybės sąjunga „Žingsnis“, VŠĮ „Blaivios pramogos“ Vilniaus universiteto žygeivių klubas (VUŽK), Lietuvos psichologijos studentų asociacija bei kitos organizacijos. Kalbant apie alkoholio ir kitų psichoaktyvių medžiagų vartojimo prevenciją, labai svarbu žinoti, kas yra veiksminga, o kas ne. Esminės tokių prevencijos renginių klaidos yra moralai ar eksperto pasakojimas, kupinas sudėtingų frazių, pvz. kaip alkoholis veikia organizmą ir kaip gerti yra blogai. Sakysim negerk – atvirktinis efektas bus. Taip pat negalima kviesti, pavadinkim, atsivertusio, nuo alkoholio praeityje priklausomo žmogaus. Negąsdinti, pvz., plaučių vėžio vaizdais. Nesuteikti per daug informacijos. Neskatinti ieškoti informacijos apie alkoholio ar rūkymo žalą. Na o sėkmingi metodai tie, kuriuos ir taikome savo projekte: tinkamai paruošiame projektui savo komandos žmones, adaptuojame programą moksleivių amžiui, darome tęstinį ilgą projektą, nes vienkartiniai apsilankymai mokyklose neefektyvūs. Mūsų projekto tikslas keisti ne elgesį, o jaunimo požiūrį (ne atimam butelį ir sakom, kad negalima, o parodome, kaip dar galima smagiai leisti laiką ir be alkoholio). Svarbu pažymėti, kad vien jaunų žmonių ugdymas bei švietimas neišsprendžia egzistuojančių sveikatos problemų ir reikalingos ašinės, „kietosios“ priemonės. Tokios kaip įstatymu nustatyti pardavimų ribojimai. Sveikatos srityje dirbančios jaunimo organizacijos gali imtis iniciatyvos ir lyderio vaidmens jaunimo skėtinėse organizacijose, ypač Lietuvos jaunimo organizacijų taryboje (LIJOT). Rengdami ir kartu priimdami įvairius dokumentus (pvz. Rezoliucija dėl alkoholio prevencijos politikos Lietuvoje (2016), Pozicija dėl jaunimo psichikos sveikatos (2015)), ne tik darome įtaką sprendimų priėmimui, bet ir informuojame bei savotiškai ugdome kitas jaunimo organizacijas bei jaunimo lyderius, kurie tą informaciją paskleidžia plačiau.

Kita svarbi mūsų darbo sritis – lytiškumo ugdymas. Paskutiniu metu naujienu portaluose, socialiniuose tinkluose, ministerijose ir neformaliuose susitikimuose vis dažniau girdima sąvoka. Pagalvojus, vos prieš 5-10 metų didžioji visuomenės dalis net nežinojo, kas tai yra ir kodėl jaunimui tai yra taip svarbu, tai kas gi pasikeitė? Jau daug metų vis didėjantys paauglių nėštumų, LPI skaičiai kėlė vis didesni susirūpinimą, su kiekvienu nauju statistikos punktu vis ryškėjo problema, vis aiškiau buvo suprantama, kad Lietuvoje kažko trūksta, ir tas mistiškas „kažkas“, pažiūrėjus į pažengusias Europos šalis buvo LYTIŠKUMO UGDYMAS. Mes esame įsitikinę, kad tinkamas, moksliniais įrodymais grįstas, amžių atitinkantis lytiškumo ugdymas yra neabejotina jaunų žmonių teisė. Tik turėdami visas reikalingas žinias apie LPI, šeimos planavimo galimybes bei seksualinių ir lytinių tapatybių įvairovę, jie gali priimti atsakingus ir sąmoningus sprendimus dėl savo seksualinio ir reprodukcinio gyvenimo. Kaip būsimieji sveikatos apsaugos

specialistai, mes jaučiame pareigą šviesti visuomenę, ją ugdyti, norint užtikrinti tinkamą, įdomų, interaktyvų, informatyvų ugdymą, mes naudojame „Peer To Peer“ metodus. Mūsų užsiėmimų, kuriuos mes vedame įvairaus amžiaus moksleiviams, nuo 10 iki 18 metų, įtraukiame ir ketvirtokus, ir abiturientus, pagrindas yra bendraamžių ugdymas – interaktyvūs, įtraukiantys, įdomūs, atviri užsiėmimai. Lytiškumo ugdymas apima didelę žmogaus gyvenimo dalį, jo atgarsiai girdimi kiekviename mūsų žingsnyje, kiekviename priimtame sprendime, todėl mūsų užsiėmimai, mokymai vyksta įvairiomis temomis. Su dalyviais mes diskutuojame apie brendimą, kūno ir psichikos pokyčius paauglystėje, mokomės atskirti biologinę ir socialinę lytis, griauame lyčių stereotipus, vaidmenis, propoguojame atsakingus lytinius ir tarpasmeninius santykius, mokomės tolerancijos, dalinamės žiniomis apie lytinę ir seksualinę tapatybes, aptariame pornografiją ir jos žalą, kalbame apie kūno įvaizdį, paliečiame daugelį kitų su lytiškumu susietų temų. Mūsų užsiėmimai vyksta interaktyviai žaidimų, diskusijų, estafečių ir kitų aktyvių metodų forma. Lytiškumo pamokėles vykdo kvalifikuoti treneriai, praėję seminarus ir turintys pakankamai kompetencijos ir žinių atsakyti į bet kokią iškilusį klausimą.

Taigi, tiek apie mūsų patirtį, tikiuosi, kad pranešimas bus naudingas, ir jei turėsite klausimų ar bendradarbiavimo pasiūlymų, visada galite į mus kreiptis.