

**Всероссийский консилиум  
Заслуженных врачей Российской Федерации  
МЕДИЦИНА НАРОДНОГО ДОВЕРИЯ  
Стратегическая сессия**

г. Москва

26-27.06.2018

Название группы: Психологическое обеспечение информирования медицинских кампаний в СМИ

Координатор: Светлана Маст

Ассистент:

Участники группы:

**Нормы**

№	Нормы настоящего	Нормы будущего
1	Избыток и непрофессиональная формулировка рекламы лекарственных препаратов в СМИ оказывает негативное влияние на психологическое состояние населения страны	Дополнительное просвещение населения в медицинских учреждениях на предмет рационального применения безрецептурных лекарственных средств и БАДов. Исключение рекламы лекарственных препаратов в СМИ. <b>12111=6</b>
2	Не существует общественного запроса на информацию о здоровом образе жизни. Концепция МЗ РФ о ЗОЖ, принятая в июле 2017 г. несовершенна, т.к. не отвечает главным запросам общества. В СМИ отражаются «жареные» темы вместо актуальных и полезных для общества	Запрос на здоровый образ жизни и информацию о нем создается государством и транслируется ответственными журналистами, которые прошли ликбез (специализацию) по главным вопросам ЗОЖ. С целью повышения качества здоровья и продолжительности жизни населения обеспечено получение полноценной и корректной информации <b>3331322=17</b>
3	Недостаточно квалифицированное пиар-сопровождение медицинских кампаний	Углубленное сотрудничество медиков и журналистов и повышение их профессионализма <b>1</b>
4	Человек огражден от общества, чувствует себя одиноким, не защищен ввиду неготовности общества принять те или иные психологические проблемы, нет	Воспитать в человеке полноту творения, потому что человек неотделим от природы и общества <b>1231=7</b>

	возможности реализовать свои цели и желания	
5	Необъективная и некорректная подача информации.	Подборка доступной, понятной информации с учетом особенностей региона. Создание портала, куда население может обратиться за информацией и организационной помощью <b>133=7</b>
6	Отсутствует единая государственная политика в области общественного здоровья. Оно отсутствует как институт	Единая государственная политика в области общественного здоровья. Просветительские проекты для населения и СМИ, активизация населения <b>2223232=16</b>

## Нормы Топ 5

### Барьеры

№	Барьеры	№ Нормы
	Некорректная подача информации, некомпетентность коммуникаторов, отсутствие полноценного информационного портала с профессиональной медицинской информацией	
	Непонимание правительством в целом, что здоровье народа - это главный государственный капитал	
	Отсутствие внятной государственной политики в области информирования населения относительно медицины, психологии и ЗОЖ	
	Непрофессионализм властных структур, принимающих решения	
	Несовершенство действующего законодательства	
	Мониторинг, контроль социальных сетей в рамках действующего законодательства	
	Устаревшее законодательство о рекламе, отсутствие аккредитованных организаций создания адекватной рекламы в сфере медицины и фармации	
	Аудитория перегружена необъективной и неадекватной информацией	
	Низкая мотивация населения в области ЗОЖ	
	Слабо развита информационная региональная инфраструктура, нет общих подходов	
	Нет единого независимого информационного центра по общественному здоровью	
	Коммуникационные барьеры между врачами и журналистами, врачами и пациентами	

--	--	--

## **РАБ. ВАРИАНТ**

### **Миссия общая**

**Обеспечить осознание здоровья как базовой ценности общества на всех уровнях: медицина, экология, психология, соц. сфера, право и т.д.**

**Создание Надведомственного Информационного центра ОЗ.**

**Обеспечение целостной концепции взаимодействию властей, мед. сообщества и СМИ. Содействовать самоорганизации проф. сообщества мед. журналистов, с выработкой этического кодекса. Выработка норм освещения вопросов ОЗ.**

**Просвещение российского общества в области медицины, психологии и ЗОЖ.**

**Содействие принятию целесообразных решений на правительственном уровне с целью повышения качества здоровья и продолжительности жизни россиян.**

**Обеспечение активной позиции общества с помощью СМИ и отдельных просветительских проектов.**

**Влияние через СМИ на повышение качества мед. услуг.**

### **Миссия общая**

**Рассмотреть и разобрать проблемы существующие в представлении информации о медицинских мероприятиях СМИ.**

**Миссия создать целостную концепцию взаимодействию властей, мед. сообщества и СМИ. В целях просвещения российского общества в области медицины, психологии и ЗОЖ.**

**Содействовать принятию целесообразных решений на правительственном уровне с целью выполнения указа президента, повышения качества здоровья и продолжительности жизни россиян.**

**Создать единый информационный доступный для населения блог, портал, методичку, взаимодействия медицины, психологии, СМИ.**

**Просвещении аудитории о принципах общественного здоровья, редакции СМИ о работе медицинских учреждений, влияние через СМИ на качество мед. услуг.**

**Донести до МЗ РФ проблему отсутствия единой гос. политике в отношении ОЗ, и предложить пути их решения.**

**Выработка норм освещения вопросов касающихся вопрос ОЗ.**

**Обеспечить осознание здоровья как базовой ценности общества на всех уровнях: медицина, экология, психология, соц. сфера, право и т.д.**

**Обеспечить активную позицию общества с помощью СМИ и просветительских проектах.**

**Корректировка взаимодействия врача и пациента, врача и журналиста, вплоть до профессиональных этических норм.**

**Миссии личные/Объявленные действия**

<b>ФИО</b>	<b>Миссии личные</b>	<b>Объявленные действия</b>
Александра	Рассказать об психологических аспектах восприятия информации связанных с мед. мероприятиями.	Написать и опубликовать статью в журнале об психологических аспектах восприятия информации связанных с мед. мероприятиями. В журнале союз национальности. №3 2018г.
Ольга Редичкина	Проф. работа в качестве мед. журналиста в СМИ, в качестве эксперта на в неведомственном инф. портале	Введение блога и ЗОЖ. Название блога «С любовью к телу»
Ольга Пчельникова	Участие в просвещении населения и специалистов по вопросам экологии, про. Медици и ЗОЖ.	Завершить работу над пособием популярной библиотеки в серии «ПМОГИ СЕБЕ САМ» «экология питания», предусмотрено бесплатное распространение (население, спец. ЛПУ)
Марина Яношко	Доводить до населения достоверную информацию на страницах журнала «СН»	Подготовить спец. Выпуск журнала «С.Н.» по всероссийскому консилиуму
Юлия Муштакова	Содействовать формированию адекватного спроса на информацию о мед. мероприятиях, о ОЗ; инф. О генетике как базе для персонализированной медицины; инф. О научной составляющей в работе медиков.	Создать курсы повышения квалификации для специалистов СМИ, в частности подготовить курс лекций по генетики. Возгласить редакцию одного из вновь созданных ресурсов, работать в качестве ведущей программ соответствующей

		тематики на федеральном ТВ.
Мария Вальднер	Работа над проектом АЗВ РФ «вебинару по осознанному управлению здоровьем»	По итогам консилиума при наличии заинтересованности СМИ и врачебного сообщества создать проект о просветительской работы врач-СМИ с участием экспертов АЗВ РФ.
Павел Чекунов	Изучить опыт инф. Обеспечения вопросов здравоохранения в странах БРИКС	Опубликовать анализ на страницах журнала

### **Правила группы**

- 1. Заседание группы 1 раз в месяц**
- 2. Обмен информацией в группе «Симпозиум» в WhatsApp**
- 3. Поддержка проектов участников группы, в том числе личными контактами**
- 4. Уважительное отношение к членам команды и коллегиальность**
- 5. Не осуждать, а дополнять и помогать находить правильные формулировки**
- 6. Не перебивать, говорить поочередно**

### **Образ будущего – сборка**

- 1. Запрос на здоровый образ жизни и информацию о нем создается государством и транслируется ответственными журналистами, которые прошли ликбез (специализацию) по главным вопросам ЗОЖ. С целью повышения качества здоровья и продолжительности жизни населения обеспечено получение полноценной и корректной информации.**
- 2. Сформирована и реализуется единая государственная политика в области общественного здоровья. Проводится постоянная информационная кампания для населения по общественному здоровью. Проводятся просветительские проекты в СМИ, социальных медиа, блогах, на рекламных носителях, в мобильных приложениях и на образовательных и культурных площадках для населения и СМИ, активизация населения в отношении собственного здоровья. Они проводятся в том числе силами благотворительных фондов, общественных, пациентских, и профессиональных медицинских организаций.**
- 3. Дополнительное просвещение населения в медицинских учреждениях на предмет рационального применения**

**безрецептурных лекарственных средств и БАДов. Исключение рекламы лекарственных препаратов в СМИ.**

**4. На постоянной основе работают обучающие программы для журналистов, рекламщиков и специалистов по при поддержке Минздрава и флагманских научно-медицинских учреждений.**

**5. Медицинские журналисты объединены в профессиональную организацию с собственным этическим кодексом, уставом и этическим комитетом.**

**6. Врачи в обязательном порядке проходят психологическую подготовку и дальнейшую супервизию по общению с пациентами и по противодействию профессиональному выгоранию.**

### **Контур проекта**

<b>№</b>	<b>Контрагенты</b>	<b>Продукты</b>
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		

### **Дорожная карта**

<b>Струны</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2020</b>	<b>2024</b>	<b>Образ 2025</b>
Власть					
События					
Медиа					
Команда					
Ресурсы					

### **Стартовые действия**

<b>События</b>	<b>Сроки</b>	<b>Ответственный</b>	<b>Эффект</b>
----------------	--------------	----------------------	---------------

