

ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ МЕРОПРИЯТИЙ
С УЧАСТИЕМ ДОБРОВОЛЬЦЕВ (ВОЛОНТЕРОВ)
В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

АКЦИЯ – ПОПУЛЯРНАЯ ФОРМА РАБОТЫ ПО ПРОПАГАНДЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ, ПОДРОСТКОВ И МОЛОДЕЖИ

5-й ВЫПУСК

Методические рекомендации
для руководителей добровольческих
(волонтерских) движений/организаций,
волонтеров-медиков



г. Санкт-Петербург
2026 г.

16+

УДК 613.9
ББК 51.204
А44

ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ МЕРОПРИЯТИЙ С УЧАСТИЕМ
ДОБРОВОЛЬЦЕВ (ВОЛОНТЕРОВ) В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.
5-й выпуск.

АКЦИЯ – ПОПУЛЯРНАЯ ФОРМА РАБОТЫ ПО ПРОПАГАНДЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ, ПОДРОСТКОВ И МОЛОДЕЖИ

СПб ГКУЗ «Городской центр общественного здоровья
и медицинской профилактики». – СПб, 2026. – 12 с.

Методические рекомендации для руководителей добровольческих (волонтерских) движений/организаций, волонтеров-медиков.

Рекомендации разработаны с целью оказания методической помощи при проведении групповых и массовых мероприятий по формированию системы мотивации к ведению здорового образа жизни, в соответствии с реализацией Региональной программы «Здоровье для каждого» на 2025–2030 годы с привлечением добровольцев (волонтеров-медиков) к участию в культурно-массовых мероприятиях.

Автор: Чернявская А.В., заведующая организационно-методическим отделом, врач по гигиеническому воспитанию высшей категории СПб ГКУЗ «Городской центр общественного здоровья и медицинской профилактики», ассистент кафедры профилактической медицины и охраны здоровья ФГБОУ ВО «Северо-Западный государственный медицинский университет им. И. И. Мечникова» Минздрава России.

Главный редактор: Бережной А.В., директор СПб ГКУЗ «Городской центр общественного здоровья и медицинской профилактики».

Рецензенты: Ченцов Д.В., главный внештатный специалист по медицинской профилактике Комитета по здравоохранению Санкт-Петербурга, Пилькова Т.Ю., к.м.н., доцент кафедры профилактической медицины и охраны здоровья ФГБОУ ВО «Северо-Западный государственный медицинский университет им. И. И. Мечникова» Минздрава России.

**ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ МЕРОПРИЯТИЙ
С УЧАСТИЕМ ДОБРОВОЛЬЦЕВ (ВОЛОНТЕРОВ)
В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

**АКЦИЯ - ПОПУЛЯРНАЯ ФОРМА РАБОТЫ
ПО ПРОПАГАНДЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ
СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ, ПОДРОСТКОВ И МОЛОДЕЖИ**

5-й ВЫПУСК

*Методические рекомендации
для руководителей добровольческих
(волонтерских) движений/организаций,
волонтеров-медиков*

*г.Санкт-Петербург
2026г.*

Решение задачи сохранения и укрепления здоровья человека, привлечение населения к данной проблеме невозможно без грамотных медицинских кадров, обладающих современным менталитетом и знаниями, а также тех, кто им активно помогает, – добровольцев, в том числе волонтеров-медиков.

Главная задача медицинских и будущих медицинских работников – способствовать распространению гигиенических знаний, поддерживать желание быть здоровыми, пропагандировать культуру здоровья как основу будущего благополучия и поддержания качества жизни.

Стало традицией проводить многие мероприятия по формированию ответственного отношения к здоровью среди подростков и молодежи совместно с образовательными, медицинскими, общественными организациями, муниципальными образованияами, используя не только индивидуальные подходы, но и групповые и массовые формы гигиенического обучения и воспитания населения.

В предложенных кратких методических рекомендациях мы попробовали структурировать наиболее современную, популярную, интерактивную, интересную и эффективную форму профилактической массовой работы – акцию. Участие добровольцев (волонтеров-медиков) в организации, проведении акций различной тематики стало неотъемлемой частью их деятельности по направлению «санитарно-просветительная работа».

А.В. Бережной,
директор СПб ГКУЗ «Городской центр общественного здоровья
и медицинской профилактики»

Медицинские организации обычно посвящают проведение профилактических массовых мероприятий какому-либо Всемирному, Международному, Всероссийскому дню. Всемирные и Международные дни, посвященные охране физического, психического и социального благополучия человека, профилактике заболеваний, формированию здорового образа жизни (ЗОЖ), защите окружающей среды и другим проблемам, учреждаются Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), Генеральной ассамблеей ООН, ЮНЕСКО, ЮНИСЕФ, Всемирной/Международной медицинской ассоциацией и другими организациями – партнерами ВОЗ, Всероссийские – Правительством России. Их проводят ежегодно под различными девизами, отражающими наиболее актуальные вопросы той или иной темы.

В эти дни организуются широкомасштабные профилактические мероприятия, в том числе акции.

- 24 марта – Всемирный день борьбы с туберкулезом.
- 7 апреля – Всемирный день здоровья.
- 1 декабря – Всемирный день борьбы со СПИДом.



Что такое акция?

Акция – кампания (мероприятие, комплекс мероприятий) по единовременному привлечению к конкретной проблеме большой части целевой аудитории, позволяющая ощутить свою причастность через непосредственное присутствие на месте события и фактическое участие в действии, изменить отношение к теме.

Акция – форма массового мероприятия в гигиеническом обучении и воспитании населения.



Цели и задачи акции

- Активизация, привлечение внимания к проблеме.
- Влияние на формирование общественного мнения и отношения к теме.
- Информирование/повышение уровня информированности граждан.
- Самореализация организаторов, заявка учреждения о себе.
- Организация конструктивного досуга населения.

Что характерно для акции?

1. Наличие идеи, проблемы, ее глобальность.

Например, 29 сентября во Всемирный день сердца проводятся профилактические мероприятия по широкому информированию о факторах риска развития сердечно-сосудистых заболеваний, о своевременном обращении при возникновении жизнеугрожающих симптомов.

2. Четкое и своевременное планирование – это не просто составление списка дел, а системный подход, который помогает сфокусироваться на главном, рационально использовать время и ресурсы, а также оперативно реагировать на изменения. Необходимо определить место проведения мероприятия, время начала и окончания, согласовать программу (порядок проведения).

Четкость. Каждая задача в плане должна быть сформулирована ясно, конкретно и измеримо. Вместо размытого «Поработать над проектом» вы пишете: «Найти спикеров для выступлений, дата». Это исключает разночтения и дает команде четкий ориентир. Важна детализация крупных задач: договориться с волонтерской организацией, предоставить волонтерам форму и канцелярские принадлежности, выделить помещение для хранения инвентаря и т. п.

Своевременность. Это не только установление сроков, но и их соблюдение. План должен отвечать на вопрос: «Когда именно нужно сделать шаг, чтобы уложиться в общий дедлайн?». Для этого полезно закладывать буферное время – около 20% от общего ресурса на непредвиденные обстоятельства.

3. Наличие команды организаторов (рабочей группы). Это не «кто-то должен быть», а ключевой фактор успеха любого мероприятия. Такая команда - это группа специалистов, которых собирают под конкретный проект, чтобы взять на себя разные зоны ответственности и закрыть все задачи от начала и до конца. Состав зависит от масштаба и сложности события.

Без слаженной команды даже гениальная идея рискует провалиться из-за хаоса в подготовке.

Кто может входить в такую команду

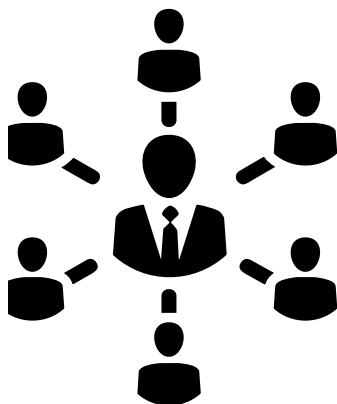
• **Руководитель проекта/акции (ивент-менеджер).** Координирует всё: планирует этапы, контролирует сроки и бюджет, управляет рисками, взаимодействует с организацией-заказчиком и решает нештатные ситуации.

• **Координатор.** Помогает руководителю: берёт на себя рутину - контролирует ход задач, напоминает о дедлайнах, собирает обратную связь, держит в порядке коммуникации.

• **Специалист по продвижению (маркетолог, SMM-менеджер).** Разрабатывает стратегию привлечения участников, создает и размещает рекламные материалы, работает с соцсетями и медиа.

• **Дизайнер.** Создает визуальную концепцию: разрабатывает оформление пространства, логотипы, баннеры, макеты для печати.

• **Технический специалист.** Отвечает за оборудование: звук, свет, проекторы, системы трансляции.



Тестирует технику до мероприятия.

• **Специалист по питанию, ответственный за кейтеринг (не всегда).** Подбирает и заказывает питание (для команды, волонтеров, гостей), контролирует качество, учитывает диетические ограничения.

• **Координатор по работе с участниками.** Управляет регистрацией, информирует гостей, решает возникающие у них вопросы, собирает обратную связь после события.

• **Специалист по безопасности.** Разрабатывает и внедряет план безопасности, оценивает риски, контролирует ситуацию на площадке, взаимодействует с полицией, если необходимо.

• **Копирайтер.** Создает текстовый контент: анонсы, пресс-релизы, тексты для ведущих и спикеров.

• **Юрист (не всегда).** Проверяет договоры с подрядчиками, партнерами и спонсорами, консультирует по правовым вопросам.

• **Бухгалтер (не всегда).** Ведет финансовый учет: расчеты с подрядчиками, оплата услуг.

• **Волонтеры.** Подготовленные помощники (волонтеры - медики) осуществляют работу на отдельных этапах: регистрации, помощи на стойке информации, поддержки в день события.

Важный нюанс: в небольшой команде роли иногда совмещают. Например, один человек может и афишу сделать, и посты написать. Главное – заранее договориться, кто за что отвечает.



Почему это важно

- Распределение зон ответственности помогает избежать дублирования задач и пробелов.
- Синергия возникает, когда каждый специалист фокусируется на своей экспертизе, а команда в целом движется к общей цели.
- Своевременное привлечение нужных специалистов на нужных этапах – залог того, что всё будет готово в срок.

Как подойти к формированию команды

• Начните с анализа самого мероприятия: разбейте его на блоки (программа, оформление, логистика, продвижение) и определите, какие специалисты нужны для каждого.

• Подбирайте людей не только по профессиональным, но и по «мягким» навыкам (умение работать в команде, коммуникабельность, стрессоустойчивость).

• Четко пропишите обязанности для каждой роли, чтобы наглядно показать, кто за что отвечает.

• Настройте коммуникацию: создайте чаты, проводите совещания, используйте инструменты для управления задачами.

• Будьте гибкими: в процессе работы роли могут корректироваться, если выяснится, что кто-то лучше справляется с другой задачей.



4. Массовость, масштабность акции – нацеленность на максимально широкую аудиторию (всех без исключения), а не на узкий сегмент людей.

5. Одноразовость и кратковременность. Как правило, акция проводится в течение одного дня/вечера.

6. Интерактивность означает, что ни один участник акции не остается сторонним наблюдателем, а принимает непосредственное участие в событии, благодаря чему «заражается» его настроением и склоняется разделить здоровую позицию.

7. Участие средств массовой информации (СМИ) – громкая заявка о проблеме для социума. Проведение мероприятий, посвященных Всемирным дням, предполагает общение с представителями СМИ. Надо определить интервьюируемого. Подготовить свой пресс-релиз/текст о проводимых мероприятиях для публикации в прессе и разослать его в газеты, на телевидение и радио. Организовать предварительную регистрацию/аккредитацию журналистов.

8. Яркость и музыкальность. Обычно пространство, где проводится мероприятие, украшается яркими баннерами, растяжками, воздушными шарами. Звучит оптимистическая музыка либо приглашаются музыкальные, танцевальные коллективы, представители спортивных школ, секций.

9. PR организаторов и партнеров. Необходимо заведомо оповестить об акции все заинтересованные стороны. После определения и приглашения партнеров возможно обсуждение условий участия. Допускается (по договоренности и согласно регламентирующему законодательству) реклама медицинских и других организаций, предприятий, социально-ориентированных НКО и других.

10. Информативность для участников акции.

Наличие раздаточных информационных просветительных материалов в виде памяток, листовок, газет приветствуется. Литературу санитарно-просветительного характера для распространения среди населения во время акции можно получить через медицинские организации (поликлиники, диспансеры, больницы, ГЦОЗиМП) бесплатно. Телефон информационно-издательского отдела – 246-69-12.

Для подготовки организаторов и волонтеров-помощников можно использовать информационный ресурс сайта GCMP.RU и Медицинской библиотеки (тел. 246-69-07).

Рекомендуется также посещение экспозиции Музея гигиены. Предварительный заказ экскурсий по тел. 246-69-08.

Во время проведения мероприятия можно использовать видеофильмы, видеоролики по профилактике заболеваний.

12. Финансовые вложения. Профилактика требует вложений, хотя бы минимальных.

13. Административная поддержка. Часто необходимо получение письменного разрешения, например, администрации района или торгового центра и т. п., на проведение акции, а также согласование с другими службами. На открытие акции можно пригласить сотрудников районной администрации, муниципальных образований.

14. Наличие ведущего(их) и выступающих. Ведущий акции, спикеры, волонтеры должны быть подготовлены заранее. Они должны иметь четкий план проведения акции, знать тему, уметь коммуницировать не только с населением, но и с представителями СМИ.

15. Сопровождающие акцию ДЕВИЗ и СЛОГАН.

Многие Всемирные и Международные дни имеют свой девиз, отражающий наиболее актуальную тему времени, и особый знак – символ/эмблему.

16. Форма/элементы одежды, эмблемы, бэйджи.

Организаторы акции, конечно же, должны быть видны издалека. Люди, пришедшие на мероприятие, по элементам одежды смогут сориентироваться, к кому подойти, чтобы задать вопросы, высказать пожелания. Общий мерч создает «дух и единение» команды-организатора.

17. Подведение итогов. Продолжение работы после акции – благодарности, анализ работы.

ИТАК, профилактическая акция МОЖЕТ:

- повлиять на взгляды населения и отношение к проблеме;
- предложить модели безопасного поведения;
- увеличить спрос на услуги здравоохранения или на получение дополнительной информации.

Профилактическая акция НЕ МОЖЕТ:

- компенсировать дефицит услуг здравоохранения;
- изменить поведение целевых групп при отсутствии или недоступности необходимых услуг и поддерживающей среды.

**Профилактическая акция –
«сильное звено» в стратегии
проведения профилактической
работы.**

Давайте работать вместе!

