

## **1. Nazwy programów zdrowotnych lub kampanii/akacji promujących zachowania prozdrowotne**

Działania edukacyjno-informacyjne w zakresie promocji zdrowia psychicznego i zapobiegania zaburzeniom psychicznym oraz szkolenia w zakresie promocji zdrowia psychicznego prowadzone w latach 2018,2019 i 2021.

## **2. Realizatorzy programów/kampanii-jednostka samorządu terytorialnego i podmioty współpracujące z JTS**

Gmina Miasta Tychy al. Niepodległości 49, 43-100 Tychy oraz podmioty wybrane w postępowaniach konkursowych

## **3. Krótki opis problemów zdrowotnych – uzasadnienie epidemiologiczne podjętych działań**

Depresja znajduje się na czwartym miejscu wśród najbardziej rozpowszechnionych chorób na świecie. W ciągu ostatnich lat obserwuje się wzrost rozpowszechnienia zaburzeń depresyjnych. Przyjmuje się, że co 3 osoba w ciągu swojego życia ma objawy depresyjne. Osoba taka nie jest w stanie normalnie funkcjonować rodzinnie czy zawodowo i istnieje ryzyko, że w tym czasie targnie się na swoje życie. W Polsce problem ten dotyka kilkaset tysięcy osób w tym młodzież. Mimo dużego rozpowszechnienia zaburzeń depresyjnych wiedza na ich temat jest dalej niewielka. Psychoedukacja prowadzona w szkołach trafia z jednej strony do uczniów ale również przez rozpowszechnianie materiałów do ich rodziców oraz nauczycieli. Szkolenia kadry pedagogicznej i kampania informacyjno-edukacyjna ma wymierny efekt zdrowotny w profilaktyce zaburzeń zdrowia psychicznego. Działania edukacyjno-informacyjne w zakresie promocji zdrowia psychicznego i zapobiegania zaburzeniom psychicznym oraz szkolenia w zakresie promocji zdrowia psychicznego są odpowiedzią na sytuację epidemiologiczną w obszarze zdrowia publicznego. Pandemia Sars-Cov2 spowodowała konieczność zmiany funkcjonowania szkół. Stan ten spowodował u wielu dzieci i młodzieży negatywne skutki psychologiczne i zdrowotne. Wielu z nich cierpi na obniżone samopoczucie, przygnębienie, lęki i problemy z koncentracją.

## **4. Opis najważniejszych działań podjętych w ramach ww. programów/kampanii w tym**

### **a) sposób promowania programów/kampanii (dotarcie do uczestników)**

Promocja odbyła się przez bezpośrednie zaproszenia skierowane do dzieci, młodzieży i dyrektorów szkół. Kampania informacyjno-edukacyjna została skierowana do ogółu społeczeństwa. W promowaniu wykorzystano lokalne media, stronę internetową miasta, media społecznościowe. Informacja o programie zamieszczono u realizatora i w podmiotach użyteczności publicznej. Do promocji programu wykorzystano plakaty, ulotki, rollupy, artykuły prasowe i strony internetowe instytucji współpracujących.

#### **b) określenie grupy docelowej i dobór kryteriów kwalifikowania do programu**

Działania skierowane zostały do uczniów szkół ponadpodstawowych – osób u progu dorosłości, którzy szczególnie narażeni są na depresję. W 2021r. rozszerzono grupę beneficjentów o uczniów szkół podstawowych wyższych klas. Działaniami objęto także nauczycieli i osoby będące w bezpośrednim kontakcie z osobami o szczególnych potrzebach w placówkach na terenie Tychów. W ramach kampanii materiały informacyjno-edukacyjne, artykuły i wywiady w mediach pozwoliły na dotarcie do ogółu mieszkańców.

#### **c) przebieg realizacji programu/kampanii (w punktach)**

- Opracowanie założeń działań edukacyjnych
- Dokonanie wyboru podmiotów realizujących zadanie z zakresu zdrowia publicznego i zawarcie umów
- Działania:
  - w 2018-2019r. spotkania edukacyjno-informacyjne w zakresie promocji zdrowia psychicznego i zapobieganie zaburzeniom psychicznym (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna z instruktażem, studium przypadku, ankieta ewaluacyjna, broszura edukacyjna)
  - w 2018-2019r. spotkania edukacyjno-informacyjne dla nauczycieli, pedagogów oraz pracowników będących w bezpośrednim kontakcie z osobami o szczególnych potrzebach w tyskich placówkach działających na rzecz mieszkańców (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna z instruktażem, studium przypadku, ankieta ewaluacyjna)
  - w 2021r. 30 warsztatów dla uczniów z cyklu „Jak nie stracić rozumu w domu i w szkole?” prowadzonych w systemie stacjonarnym; 6 warsztatów w zakresie promocji zdrowia psychicznego dla wybranych grup zawodowych będących w bezpośrednim kontakcie z uczniami, które odbyły się poza treningiem relaksacji dla nauczycieli w systemie zdalnym. Program pozostałych warsztatów to:
    - a) Zdrowie psychiczne i jego zaburzenia – jak rozpoznać czynniki biologiczne, rodzinne, społeczne i środowiskowe

- b) Jak dogadać się z nastolatkiem
- c) Spektrum autyzmu – z szczególnym uwzględnieniem Aspergera
- d) Depresja
- e) Uzależnienie od ekranu

- kampania informacyjno-edukacyjna w zakresie zapobiegania zaburzeniom psychicznym skierowana do mieszkańców (plakaty informacyjno-edukacyjne, artykuły w lokalnej prasie, informacje w mediach społecznościowych, materiały w lokalnych mediach, materiał informacyjno-edukacyjny w parafiach na terenie miasta Tychów oraz w S.M.Oskard)
- prowadzenie dokumentacji zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa
- sporządzenie sprawozdań z realizacji działań

Warto podkreślić, że celem podjętych działań była psychoedukacja młodzieży, nt. depresji i możliwości skorzystania z profesjonalnej pomocy oraz wskazanie miejsc wsparcia i profesjonalnej pomocy dla młodzieży wykazującej stany depresyjne. Wprowadzony w 2021r. projekt dodatkowo miał na celu zapoznanie uczniów z problemami natury psychicznej, z którymi mogą się spotkać u siebie lub u rówieśników. Wśród nauczycieli zadanie miało na celu zapoznanie z najczęstszymi problemami z zakresu psychopatologii.

## **5. Źródło finansowania programów/kampanii i wielkość wykorzystanych środków**

Budżet miasta.

Wykorzystano środki finansowe w kwocie:

- a) 2018r. - 11 313,87zł
- b) 2019r. - 11 381,52zł
- c) 2021r. - 14 895zł \*

\*przekazano na realizację zadania, rozliczenie nastąpi do dnia 30 stycznia 2022r.

## **6. Efektywność programów/kampanii zdrowotnych**

### **a) zasady monitorowania przebiegu programu (kampanii, akcji)**

W ramach działań następuje ocena zgłaszalności do programu opierająca się na sprawozdaniach. Podmioty realizujące działania poddano nadzorowi. Tam gdzie było to możliwe przeprowadzono merytoryczne kontrole oceniające realizację działań. Wykonawcy na bieżąco informowali o wszelkich zmianach w harmonogramach oraz ewentualnych problemach przy realizacji zadań.

## **b) Frekwencja**

Działaniami w edukacyjnymi w poszczególnych latach objęto:

- 2018r. – 682 os.
- 2019r. – 592 os.\*
- 2021r. – 807 os.

\*do liczby 592 os. należałoby doliczyć liczbę odbiorców kampanii informacyjno-edukacyjnej skierowanej do mieszkańców np. nakład lokalnej prasy, w której ukazały się artykuły tj.12 000.

## **c) czy na jakich zasadach przeprowadzona została ocena efektów zdrowotnych podjętych działań**

Wykonawca wybrany w drodze konkursu na bieżąco dokonywał monitoringu działań. Po wykonaniu zadania składano sprawozdanie końcowe. Przeprowadzono ankietę ewaluacyjną oceniającą poziom wiedzy, świadomości nt. depresji i umiejętność radzenia sobie w sytuacjach kryzysowych. Beneficjenci uznają zadanie za słuszne, a działania za pomocne. Zadanie zamierzamy kontynuować.