

E-learningový program HOBIT

aneb **Jak děti učíme** **zachránit život**



Ing. Hana Maršálková

Vedoucí Skupiny veřejného zdraví
Mezinárodní centrum klinického výzkumu
Fakultní nemocnice u sv. Anny v Brně

ICRC
INTERNATIONAL CLINICAL
RESEARCH CENTER

MUNI
MED

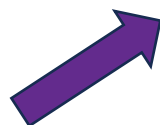
ST. ANNE'S
UNIVERSITY
HOSPITAL
BRNO 

Kam si nás zařadit?

ICRC
INTERNATIONAL CLINICAL
RESEARCH CENTER



**Cerebrovaskulární
výzkumný tým**



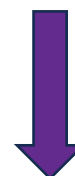
**Preklinický, klinický, implementační
výzkum (RES-Q, StroCzech,...)**



Skupina veřejného zdraví (Public Health Group)



**ACT
FAST**



**MUNI
MED**

**ST. ANNE'S
UNIVERSITY
HOSPITAL
BRNO**



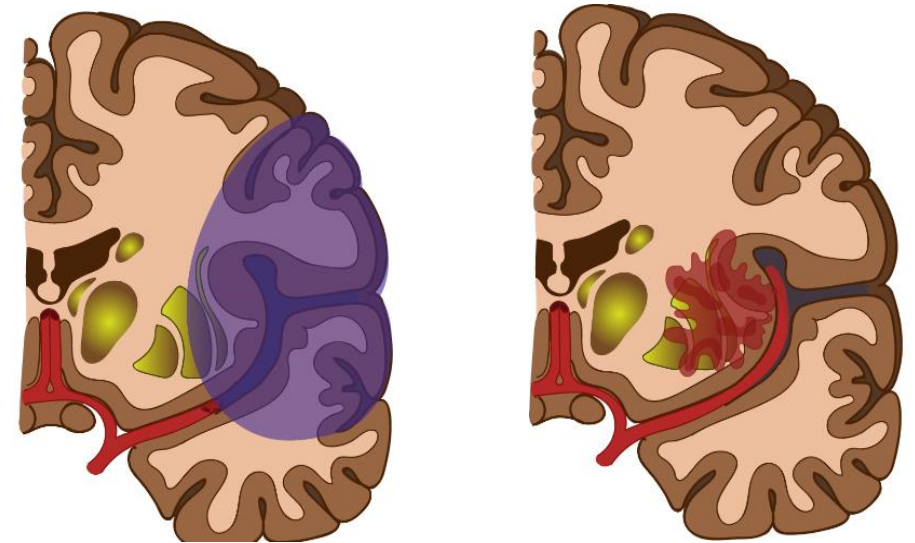
Zdravotně-vzdělávací program HOBIT

Inovativní e-learningový program, který učí studenty i veřejnost, jak reagovat na příznaky mozkové mrtvice, srdečního infarktu a dalších onemocnění.

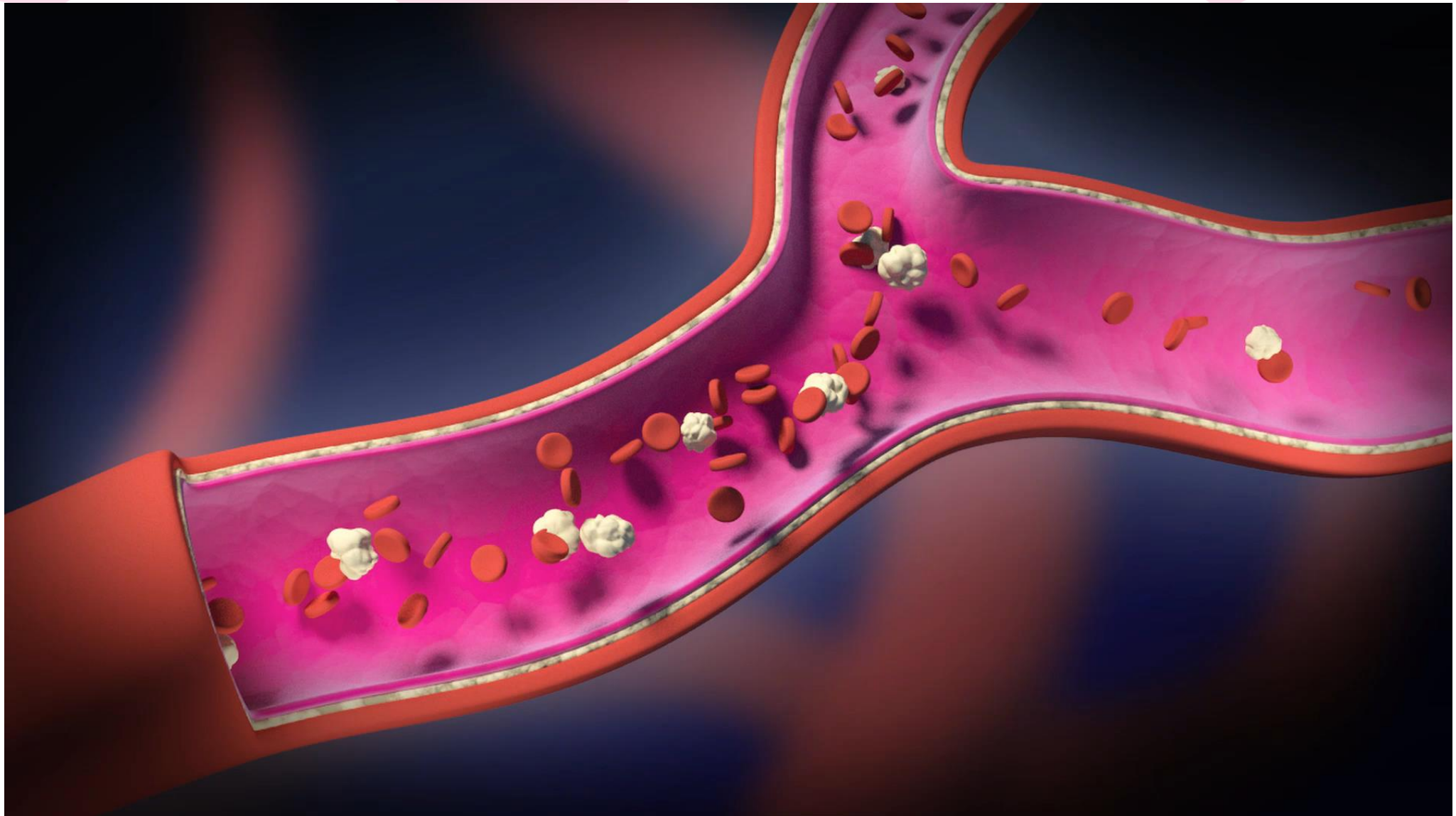
Mrtvice

- Během života postihne každého 4.
- V ČR zasáhne 25 tisíc lidí/rok
- 2. nejčastější příčina úmrtí
- Nejčastější příčina trvalé invalidity

- Je z 80 % preventabilní
- Je účinně léčitelná do 4,5 hodiny od vzniku příznaků



2 miliony neuronů
za 1 minutu



Metoda FAST

Face
obličej



Požádám člověka, aby se usmál.
Je patrný pokles ústního koutku
nebo očního víčka?

Arm
paže



Zvednu mu ruce do předpažení.
Nemůže udržet obě paže ve
stejně výšce a jedna nápadně
poklesne oproti druhé?

Speech
řeč



Zeptám se ho, jak se jmenuje.
Odpovídá nesrozumitelně či
má potíže s porozuměním?

Time
čas



Pokud zaznamenám aspoň
jeden z těchto příznaků,
IHNED VOLÁM 155!

Proč učit o mrtvici (také) děti?

- Pomoc je tak jednoduchá, že jí zvládne kdokoliv!
- Svědci volají pomoc svým prarodičům, rodičům
- Školní výuka pokryje systematicky celou populaci
- Zajímavé a užitečné znalosti se organicky šíří dál

Calling 911 in Response to Stroke: No Change following a Four-Year Educational Campaign

R. Mikulík^a D. Goldemund^a M. Reif^a J. Brichta^a J. Neumann^c J. Jarkovský^b
J. Krýza^d

^aDepartment of Neurology, International Clinical Research Center, St. Anne's University Hospital, and ^bInstitute of Biostatistics and Analyses, Masaryk University, Brno, ^cDepartment of Neurology, Chomutov Hospital, Chomutov, and ^dCEGEDIM (Institute for Analysis of Medical and Pharmaceutical Information), Prague, Czech Republic

Key Words

Emergency stroke treatment · Health services · Prehospital management of stroke · Stroke risk factors · Stroke care organization · Stroke education · Symptomatology · Stroke awareness · Stroke educational campaign

Abstract

Background: Public awareness campaigns are conducted to increase stroke awareness, yet evidence of their long-term effectiveness is limited. Since 2006, the Czech Stroke Society has conducted an educational campaign throughout the Czech Republic (CR) to increase awareness about stroke. This report evaluates the effectiveness of this campaign by comparing the results of a nationwide survey on stroke awareness in 2009 with the results from 2005. **Methods:** In 2009, a nationwide survey was conducted throughout the CR using the same methodology as in 2005 and employing a 3-stage random sampling method (area, household, and household member sampling). Participants >40 years of age were personally interviewed via a structured questionnaire concerning their knowledge and ability to correctly respond to stroke as assessed by the validated Stroke Action Test (STAT). The primary outcome measure was the difference in a STAT

score >50% (i.e. respondents chose to call 911 for >50% of stroke symptoms) between 2005 and 2009. Campaign intensity was characterized by a systematic search for media messages about stroke in the CR. **Results:** A total of 601 interviews were obtained (90% response rate) in 2009 (592 people were interviewed in 2005). A STAT score >50% was achieved by 18% of the respondents both in 2005 and 2009 (p = 0.89). There was no increase in the knowledge of risk factors or warning signs between 2005 and 2009. Respondents who noticed the campaign (19%) had better STAT scores than respondents who did not (25 vs. 17%; p = 0.038). A systematic search revealed that the campaign had reasonable intensity because there were 978 media reports about stroke between 2006 and 2008. **Conclusions:** A medium-intensity educational campaign, based on donated advertising media, failed to increase stroke awareness. However, if the campaign had reached more people, it might have been effective. Therefore, in the future, paid advertising media should accompany free media, although such approach would require a substantially larger budget. Awareness campaigns should be constantly evaluated for their effectiveness to develop more successful strategies.

Pacientka Magda



E-learningový program HOBIT

- Primárně pro 2. stupeň ZŠ a víceletá gymnázia, ale i SŠ a **veřejnost**

22 000

PROŠKOLENÝCH DĚTÍ

444

ZAPOJENÝCH ŠKOL

10 LET

FUNGOVÁNÍ PROGRAMU

E-learningový program HOBIT



Mozková mrtvice



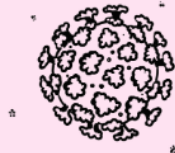
Srdeční infarkt



Cukrovka & Obezita



Panika



Covid-19



Závislosti

Rozpoznání příznaků & správná reakce.

Doplňkové vzdělávací nástroje

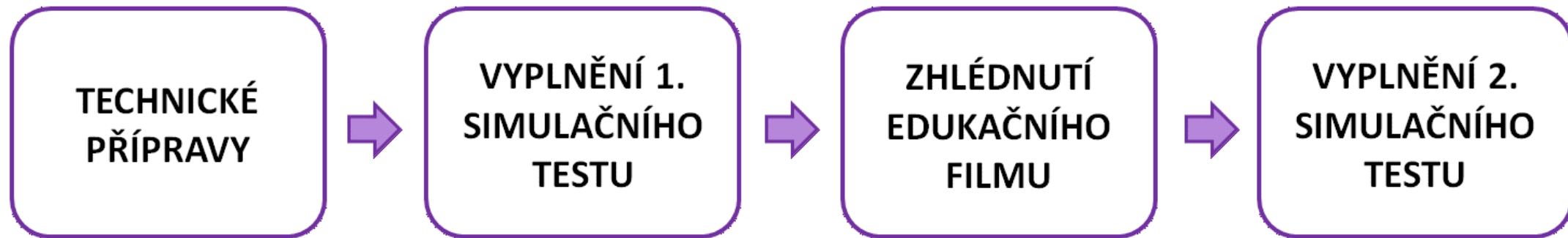
- pracovní listy
- online hry
- mobilní aplikace



30 minut



Jak program vypadá



Rozpoznávání příznaků & správná reakce

Pracovní listy

Mobilní hra

Interaktivní hry

HOBIT | Hra o život



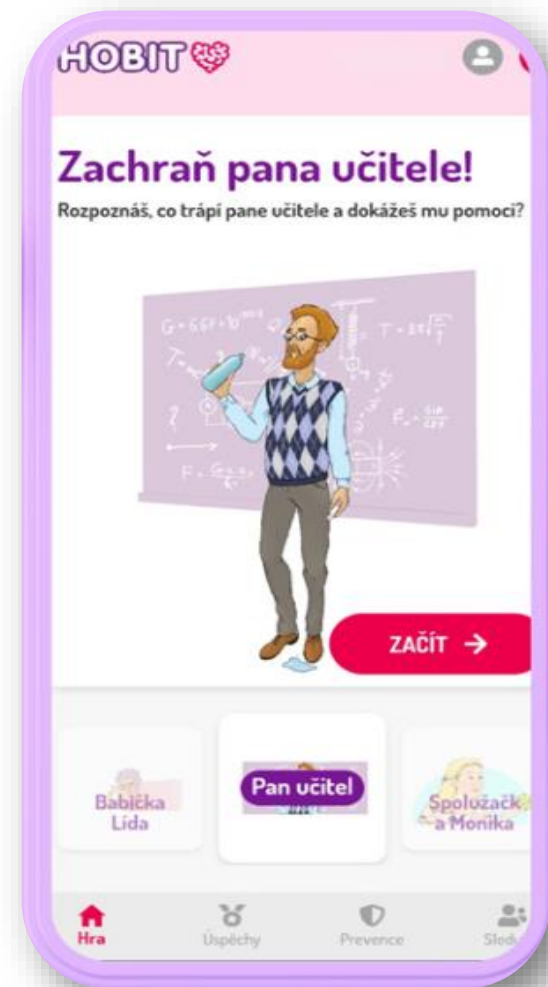
App Store



Google Play



**Zažij to! Stáhni si
appku hned teď!**



E-learningový program HOBIT



Kde nás najdete?

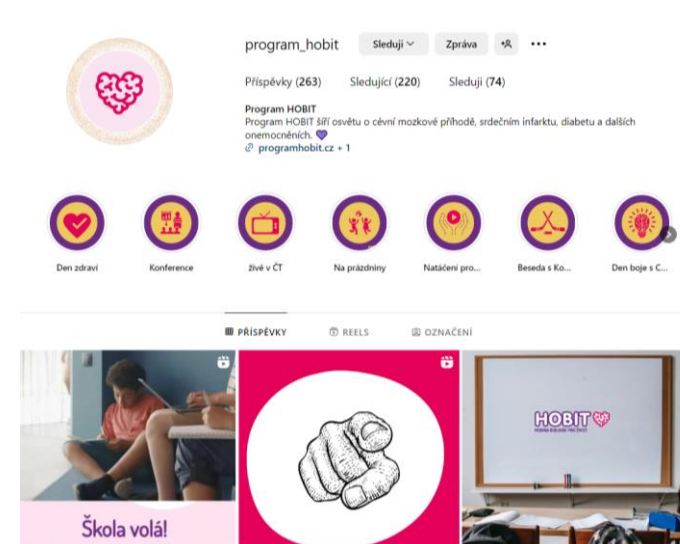
www.programhobit.cz



Facebook/[programhobit](https://www.facebook.com/programhobit)



Instagram [program_hobit](https://www.instagram.com/program_hobit)

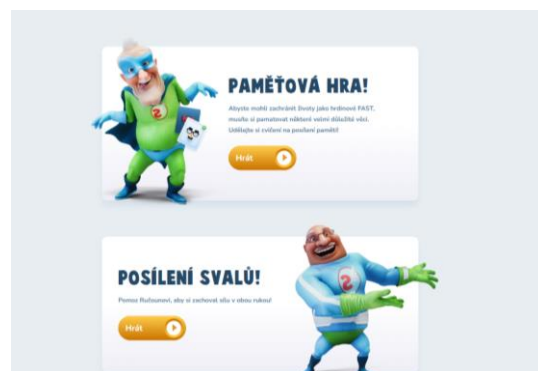


HOBIT je zdravotní vzdělávací program vhodný jak pro žáky 2. stupně základních škol a víceletých gymnázií, tak i pro širokou veřejnost. Název programu vznikl jako akronym pro HOdina Biologie pro život.

Program se zaměřuje především na cévní mozkovou příhodu (mozkovou mrtvici) a infarkt myokardu, které drží první příčky v žebříčku nejčastějších úmrtí. Protože tato vážná onemocnění mohou postihnout širokou věkovou skupinu, je dobré o nich posílit všeobecnou informovanost už od školního věku.

Do programu jsou tedy zařazeny ještě jiné choroby, které přispívají ke vzniku mrtvice a srdečního infarktu, a to cukrovka 2. typu, obezita, panická porucha, Covid-19 a stav závislosti.

Projekt Hrdinové FAST



Naučit se metodu FAST a přenést znalosti na své blízké.

- globální projekt – 37 zemí
- 1. stupeň ZŠ / MŠ (5-9 let)
- zdarma na www.fastheroes.com
- webová stránka
- pracovní sešity
- hry, videa, písničky

**HRDINOVÉ FAST
MÍŘÍ DO ŠKOL!**



FAST!
FAKE AIMS SPEED TONE

**ZAREGISTRUJ SE NA FASTHEROES.COM
A STAŇ SE HRDINOU.**

Zodavatel reklamní
kompani

Health
Management
Institute

angela



Jak spolupracovat / zapojit se?

- **Spolupráce s NSZM** (*podpora JHK hejtmana, začlenění do Plánu zdraví města Brna a Strategie Brno 2050*)
- Zavedení programu HOBIT ve školách ve vašem městě/obci
- Sdílení zkušeností s programem s kolegy a známými
- Šíření metody FAST
- Zapojení do kampaně Act FAST
www.actfast.cz



Kontakty



Ing. Hana Maršálková

Vedoucí Skupiny veřejného zdraví

E-mail: hana.marsalkova@fnusa.cz

Tel.: +420 734 355 410

www.programhobit.cz
programhobit@fnusa.cz

MC GEY - KOUTEK (Oficiální osvětový klip o mrtvici)

