



Пособие по пропаганде и содействию //

Мобилизация ресурсов для иммунизации



Всемирная организация
здравоохранения

Европейское региональное бюро



Всемирная организация
здравоохранения

Европейское региональное бюро

Ключевые слова

РЕСУРСЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
ИММУНИЗАЦИЯ
ПРОГРАММЫ ИММУНИЗАЦИИ
ВАКЦИНЫ
ПРИВЛЕЧЕНИЕ СРЕДСТВ

Адрес

Направляйте запросы по поводу
публикаций в
Европейское региональное бюро ВОЗ:

Publications
WHO Regional Office for Europe
UN City, Marmorvej 51
DK-2100 Copenhagen Ø,
Denmark

Заказ также можно оформить онлайн:
заполните заявку на документацию,
информацию о здравоохранении,
а также запрос на разрешение цитирования
или перевода на сайте Регионального бюро
(<http://www.euro.who.int/pubrequest>).

©Всемирная организация здравоохранения, 2015 г.

Все права защищены. Запросы на получение разрешения на частичное или полное воспроизведение или перевод публикаций Европейского регионального бюро ВОЗ приветствуются.

Обозначения, используемые в настоящей публикации, и приводимые в ней материалы не отражают какого-либо мнения Всемирной организации здравоохранения относительно юридического статуса какой-либо страны, территории, города или района или их органов власти, либо относительно делимитации их границ. Пунктирные линии на географических картах обозначают приблизительные границы, в отношении которых пока еще не достигнуто полного согласия.

Упоминание конкретных компаний или продукции некоторых изготовителей не означает, что Всемирная организация здравоохранения поддерживает или рекомендует их, отдавая им предпочтение по сравнению с другими компаниями или продуктами аналогичного характера, не упомянутыми в тексте. За исключением случаев, когда имеют место ошибки или пропуски, названия патентованных продуктов выделяются начальными прописными буквами.

Всемирная организация здравоохранения приняла все разумные меры предосторожности для проверки информации, содержащейся в настоящей публикации. Тем не менее, опубликованные материалы распространяются без какой-либо четко выраженной или подразумеваемой гарантии. Ответственность за интерпретацию и использование материалов ложится на пользователей. Всемирная организация здравоохранения ни в коем случае не несет ответственности за ущерб, возникший в результате использования этих материалов. Мнения авторов, редакторов и групп экспертов не обязательно отражают решения или официальную позицию Всемирной организации здравоохранения.

Содержание

БЛАГОДАРНОСТЬ.....	III
ВВЕДЕНИЕ.....	1
РУКОВОДСТВО.....	4
ИСХОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ.....	6
1-й ЭТАП: ОПРЕДЕЛИТЕ ПОТРЕБНОСТИ В ФИНАНСИРОВАНИИ	7
2-й ЭТАП: ОПРЕДЕЛИТЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ	15
3-й ЭТАП: УТОЧНИТЕ ИНТЕРЕСЫ СТОРОН	23
4-й ЭТАП: ОБОСНУЙТЕ ИНВЕСТИЦИИ	31
5-й ЭТАП: СОСТАВЬТЕ ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ	37
ССЫЛКИ.....	44
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	44

Благодарность

Программа «Болезни, предупреждаемые с помощью вакцин, и иммунизация» Европейского регионального бюро ВОЗ выражает признательность всем партнерам, участвовавшим в подготовке настоящей публикации. Особая благодарность рабочей группе по обеспечению устойчивости финансирования иммунизации, а также участникам тестового учебного семинара и партнерам из Албании, Армении, бывшей югославской Республики Македонии, Республики Молдовы и Сербии.

Пособие разработано сотрудником программы «Болезни, предупреждаемые с помощью вакцин, и иммунизация» Европейского регионального бюро ВОЗ г-жой Katrine Bach Habersaat.

Альянс ГАВИ оказал финансовую поддержку для подготовки пособия и проведения его тестирования.







Введение //

Государства-члены ВОЗ взяли на себя долгосрочные обязательства по финансированию иммунизации

17 сентября 2014 г. государства-члены Европейского региона ВОЗ утвердили Европейский план действий в отношении вакцин на 2015–2020 гг.(1). Тем самым они обязались обеспечить долгосрочное финансирование программ иммунизации за счет национального бюджета наряду с устойчивыми инвестициями и политическими обязательствами в отношении нее. Они также призвали к разработке инструментов и материалов по пропаганде иммунизации для укрепления программ иммунизации, а также повышения осведомленности населения в отношении вакцин.

В соответствии с Планом действий в отношении вакцин Европейское региональное бюро ВОЗ разработало настоящее пособие и учебную программу в поддержку усилий национальных программ иммунизации по выполнению национальных обязательств относительно иммунизации.

Почему государствам-членам ВОЗ следует продолжать инвестировать в иммунизацию?

Во всем мире бюджеты здравоохранения испытывают огромное напряжение. Руководителям программы иммунизации зачастую приходится бороться за получение необходимого финансирования для укрепления программ иммунизации и внедрения новых вакцин. Подчас даже сохранение имеющихся бюджетов представляет собой большую проблему.

Должностные лица полностью признают успехи иммунизации в предотвращении страданий и смерти людей. Однако безотлагательная необходимость увеличивать – или как минимум сохранять – уровень

инвестирования для поддержания такого успеха и движения вперед часто не находит поддержки.

Отсутствие политического приоритета иммунизации в некоторых странах вызывает тревогу. Если угрозы, с которыми сталкиваются программы иммунизации в Регионе, не будут восприняты всерьез, прошлые успехи будут поставлены под угрозу, а возможности для внедрения новых и более совершенных вакцин могут быть упущены.

Возвращение управляемых инфекций

За последние годы Регион стал свидетелем тревожного роста числа вспышек управляемых инфекций. Только в 2013 г. государства-члены ВОЗ зарегистрировали 31 685 случаев кори и 39 367 случаев краснухи (2). В Регионе была зарегистрирована циркуляция дикого полиовируса; вместе с масштабной вспышкой полиомиелита в четырех странах Европейского региона ВОЗ в 2010 г., повлекшей смерть 31 человека, это свидетельствует о постоянной угрозе статусу Региона, свободного от полиомиелита. В 17 из 53 стран Региона существует угроза распространения вируса полиомиелита в случае его завоза.¹

Высокий общий уровень охвата, но большое число недостаточно привитых детей

Несмотря на высокий общий уровень охвата иммунизацией в Регионе, большие группы населения остаются незащищенными. Из 11,2 млн детей, рожденных в Регионе в 2012 г., около 554 150 не получили полный курс трехкратной вакцинации от дифтерии, коклюша и столбняка на первом году жизни (4). Непостоянство обязательств государств-членов ВОЗ препятствует внедрению инновационных решений и осуществлению мер, необходимых для реализации прав на полную иммунизацию маргинальных групп населения, мигрантов, обездоленных детей и семей.

Новые вакцины – новые возможности спасти жизни

В то же время исследования и инновации позволили разработать новые вакцины, которые предоставляют защиту от большего числа болезней. Эти достижения являются огромным прогрессом. Неспособность внедрить новые вакцины в национальные программы иммунизации представляет собой упущенную возможность защитить еще больше детей и взрослых от страданий и смерти в результате таких заболеваний, как рак шейки матки, пневмония, менингит и тяжелые диареи у детей младшего возраста.

¹ В 2014 г. РЕГИОНАЛЬНАЯ КОМИССИЯ ПО СЕРТИФИКАЦИИ ОТМЕТИЛА, ЧТО В 14 СТРАНАХ РЕГИОНА СУЩЕСТВУЕТ СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ РИСКА И В 3 СТРАНАХ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ РИСКА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПОЛИОМИЕЛИТА В СЛУЧАЕ ЗАВОЗА (3).

Мало внешних источников финансирования

В странах Региона, которые завершили получение поддержки ГАВИ, эти проблемы особенно остры. В недалеком будущем, возможно останутся очень немногие, если вообще какие-либо, внешние источники для поддержки систем иммунизации. Как и в других государствах-членах ВОЗ, большинство – или все – ресурсы привлекаются из национальных бюджетов.

Высокая социально-экономическая отдача

Во всех таких государствах-членах ВОЗ ответственные руководители должны быть в полной мере информированы о социально-экономической отдаче иммунизации не только в плане здоровья детей и уровня детской смертности, но и в отношении снижения уровня бедности, равенства, производства, образования и развития системы здравоохранения в целом для обеспечения устойчивого финансирования надежных программ иммунизации.

Настоящее пособие может содействовать программам иммунизации в донесении этих важных положений для обеспечения устойчивого финансирования надежных программ иммунизации.



Руководство //

Вспомогательные материалы

Это пособие было подготовлено в поддержку национальных программ иммунизации для содействия финансированию иммунизации.

Оно дополняет уже имеющиеся в области пропаганды здравоохранения материалы и адресовано широкому кругу заинтересованных сторон, таких как должностные лица, средства массовой информации, широкая общественность, медработники и др.

Основной задачей этого пособия является отдельное направление пропаганды в сфере иммунизации: мобилизация ресурсов, нацеленная на должностных лиц национального уровня.

Для удобства использования подготовлены пакет информационно-пропагандистских материалов и учебный курс.

Прочие информационно-пропагандистские материалы:

- Пропаганда иммунизации: как добиваться и обеспечивать поддержку программ иммунизации, Программа вакцин для детей Фонда Билла и Мелинды Гейтс в РАТН для ГАВИ (5);
- Пакет пропагандистских инструментов: руководство по воздействию на решения, улучшающие жизнь детей, Детский Фонд ООН (ЮНИСЕФ) (6);
- <http://actoolkit.businesscatalyst.com/index.html> – онлайн-платформа пропагандистских материалов, разработанная РАТН и профинансированная ГАВИ (7).

ПОСОБИЕ И ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ПОСОБИЕ

Простое описание процесса, которое может помочь сотрудникам программы иммунизации при планировании и осуществлении пропаганды финансирования иммунизации. Печатные экземпляры пособия можно заказать в Европейском региональном бюро ВОЗ по адресу: vaccine@euro.who.int.



БИБЛИОТЕКА ПРОПАГАНДИСТСКИХ МАТЕРИАЛОВ

Набор пропагандистских документов, содержащий различные шаблоны, факты, презентации, послания и часто задаваемые вопросы. Их можно адаптировать к национальному контексту и применять для мероприятий по пропаганде и привлечению ресурсов. Материалы доступны на сайте: www.euro.who.int/immunization-advocacy-library.



УЧЕБНЫЙ КУРС

Европейское региональное бюро ВОЗ предлагает проведение семинаров для руководителей и сотрудников национальных программ иммунизации.



Как использовать данное пособие

Рекомендуемый подход:

1. Организуйте совещание, рассчитанное не менее чем на четыре часа, желательно – на целый день (или более).
2. Пригласите принять в нем участие 3–6 основных сотрудников, а именно:
 - руководителя программы иммунизации;
 - сотрудников программы иммунизации;
 - специалиста по связям с общественностью;
 - представителя (ей) партнерских организаций (например, ВОЗ, ЮНИСЕФ, членов Национальной технической консультативной группы экспертов по иммунизации);
 - сотрудников/партнера, хорошо знакомого с процессом формирования бюджета;
 - сотрудников/партнеров, хорошо знакомых с политиками и руководителями.
3. Обеспечьте всех участников экземпляром данного пособия. (Закажите печатные экземпляры в Региональном бюро ВОЗ или распечатайте с сайта: www.euro.who.int/immunization-advocacy-library).
4. Назначьте:
 - **председателя**, который возглавит работу совещания и выполнение упражнений, будет задавать вопросы и вести записи на доске; а также
 - **секретаря**, который будет вести протокол и документировать выводы, решения, предлагаемые действия, а также распределение обязанностей и ответственности за их выполнение.
5. Организуйте работу за общим столом и совместно пройдите все этапы мобилизации ресурсов на иммунизацию (с 1-го по 5-й).
6. Учтите, что правильных ответов или решений не существует. Вы можете оценивать и предполагать, опираясь только на собственные знания и опыт. Тем не менее, можно совместно достичь надлежащего понимания обсуждаемых проблем.
7. Поскольку определенных ответов нет, следует предоставить достаточное время для обсуждения идей и мозгового штурма.

ПОДХОД

- 1-дневное совещание
- 3–6 основных сотрудников
- обсуждение за круглым столом и мозговой штурм

ПОДСКАЗКА

Многие руководители и сотрудники программ иммунизации уже проводят активную работу с должностными лицами для обеспечения поддержки программ иммунизации, вовлечения партнеров и формирования программы взаимодействия с общественностью и средствами массовой информации.

Данное пособие предлагает системный и структурированный подход и отправную точку для обсуждения и планирования мероприятий. Оно рекомендует уделить определенное время анализу ситуации в стране: кто принимает решения, кто обладает влиянием, и что думают должностные лица об иммунизации, а затем использовать эту информацию для определения наиболее эффективных путей подготовки почвы для обращения за устойчивым финансированием и новыми инвестициями. Это пособие нацеливает на работу по новым принципам, на предложение новых форм деятельности, формирование новых партнерств и подготовку более адресных обращений к основным заинтересованным участникам процесса.

8. Используйте планшет с листами бумаги (флипчарт) или белую доску для записи информации. Можно также использовать записи на самоклеющихся листках бумаги, поскольку их легко перемещать, удалять и снова наклеивать на белую доску.
9. Завершите работу совещания и договоритесь о последующих шагах путем ответов на определенные вопросы.
 - Следует ли вам встретиться еще раз для завершения выполнения всех упражнений и этапов?
 - Кто будет разрабатывать план мероприятий по итогам вашего совещания?
 - Кто будет осуществлять связи с партнерами?
 - Кто будет осуществлять связи с политиками и руководителями?
10. Проведите следующую встречу через 3–6 месяцев для обсуждения хода выполнения решений и возможной необходимости дополнить план мероприятий новыми пунктами.

- Нет правильных ответов – нужно оценивать и предполагать
- Завершайте каждую задачу
- Согласуйте последующие действия

Исходные данные //

Что такое пропаганда и мобилизация ресурсов для иммунизации?

В данном пособии пропаганда и мобилизация ресурсов для иммунизации определяются как:

→ **меры по привлечению или укреплению поддержки основных заинтересованных сторон и воздействие на общественность и СМИ с целью обеспечения долгосрочного и устойчивого финансирования программы иммунизации.**

К заинтересованным сторонам, чью поддержку и доверие вы намерены получить, относятся:

- должностные лица;
- отдельные лица, организации и заинтересованные стороны, которые могут оказывать влияние на должностных лиц;
- ваши потенциальные партнеры.

Процесс получения поддержки со стороны основных заинтересованных сторон зависит от национального контекста, и не имеет конкретного начала и конца.

Однако, при любых обстоятельствах, разумно выявить и провести анализ заинтересованных сторон и подготовиться к взаимодействию с ними, основываясь на своих знаниях.

Таким образом, процесс пропагандистской деятельности для привлечения финансирования на нужды иммунизации предполагает ряд обязательных этапов, применимых в любой ситуации. Эти этапы представлены в пособии.

РИС. 1. ПОЛУЧЕНИЕ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОЙ ПОДДЕРЖКИ ОСНОВНЫХ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН ЯВЛЯЕТСЯ ПОСТОЯННЫМ ПРОЦЕССОМ БЕЗ НАЧАЛА И КОНЦА:



1-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ПОТРЕБНОСТИ
В ФИНАНСИРОВАНИИ



2-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ
СТОРОНЫ



3-Й ЭТАП
УТОЧНИТЕ
ИНТЕРЕСЫ СТОРОН



4-Й ЭТАП
ОБОСНУЙТЕ
ИНВЕСТИЦИИ



5-Й ЭТАП
СОСТАВЬТЕ ПЛАН
МЕРОПРИЯТИЙ



1-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ПОТРЕБНОСТИ
В ФИНАНСИРОВАНИИ



.....

Какого результата вы намерены добиться?

Если ваши бюджетные заявки не до конца понятны вам самим, они определенно не будут понятны должностным лицам и партнерам.

Поэтому, перед началом пропагандистской кампании по привлечению финансирования для программы иммунизации, вам следует знать, что вы хотите сделать, и сколько денег для этого потребуется.

Иными словами, вам нужно знать свои цели, необходимые финансовые ресурсы для их достижения и объем недостающих средств.

Знание всех этих подробностей позволит вам составить обоснование бюджета, обратиться к надлежащим лицам, сформировать послания и приоритезировать действия.

.....



ЗАДАЧА №1.

Определите цели КИДСС

Обсудите и согласуйте две или три основные цели. Выберите направления деятельности, которые потребуют дальнейшего финансирования в ближайшие годы, или те, бюджетное финансирование которых могут сократить, и потребуются проведение пропагандистской работы для обеспечения устойчивости существующего финансирования.

Выбранная вами цель должна быть четко привязана к задачам, поставленным в основных планах и стратегиях вашей страны. Сверьтесь со следующими документами:

- Национальный план по иммунизации
- Многолетний план иммунизации
- Годовой план иммунизации
- План борьбы с инфекционными болезнями
- План и стратегия общественного здравоохранения
- Национальный план и стратегия здравоохранения
- Государственный план развития

Внесите цели в таблицу №1. Увяжите их с общенациональными целями и убедитесь в их соответствии КИДСС :



Конкретные:

точные, нацеленные на конкретную область, без обобщений.



Измеримые:

измеряемые количественно и имеющие показатель прогресса.



Достижимые:

реалистичные в данном контексте.



Соответствующие:

соизмеримые с общими целями, планами и стратегиями.



Срочные:

имеющие определенный срок достижения.





1-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ПОТРЕБНОСТИ
В ФИНАНСИРОВАНИИ



2-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ
СТОРОНЫ



3-Й ЭТАП
УТОЧНИТЕ
ИНТЕРЕСЫ СТОРОН



4-Й ЭТАП
ОБОСНУЙТЕ
ИНВЕСТИЦИИ



5-Й ЭТАП
СОСТАВЬТЕ ПЛАН
МЕРОПРИЯТИЙ



2-Й ЭТАП

ОПРЕДЕЛИТЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ
СТОРОНЫ



.....

Теперь вы знаете свои потребности в финансировании и определили все параметры необходимых инвестиций в иммунизацию. Прежде чем обратиться к должностным лицам с запросом, проведите анализ ситуации в вашей стране.

Кто принимает решения по вопросам формирования бюджета для иммунизации? Кто оказывает влияние на этих должностных лиц? С кем можно работать в партнерстве для достижения поставленных вами целей?

Знание этих вопросов поможет определить и расставить приоритеты в информационно-пропагандистской деятельности, оно будет направлять вас при составлении основных посланий для обоснования инвестиций в иммунизацию.

.....



ЗАДАЧА № 6. Определите потенциальных партнеров

Вы знаете должностных лиц и агентов влияния. Теперь следует выяснить, кто может помочь повлиять на них.

Чем больше людей участвуют в распространении послания, тем убедительнее оно звучит.

Прежде чем начнете работать с должностными лицами и агентами влияния, определите, кто может помочь вам подготовить или способствовать установлению контактов.

Определите партнеров посредством схемы потенциальных связей из таблицы № 5.

Спросите себя:

- Кому доверяет должностное лицо?
- Кто хорошо его знает?
- Кто установил с ним взаимоотношения?
- Кто успешно формирует общественную программу?

Внесите Ф.И.О. должностных лиц и партнеров в рис. 2.

Исходные данные //

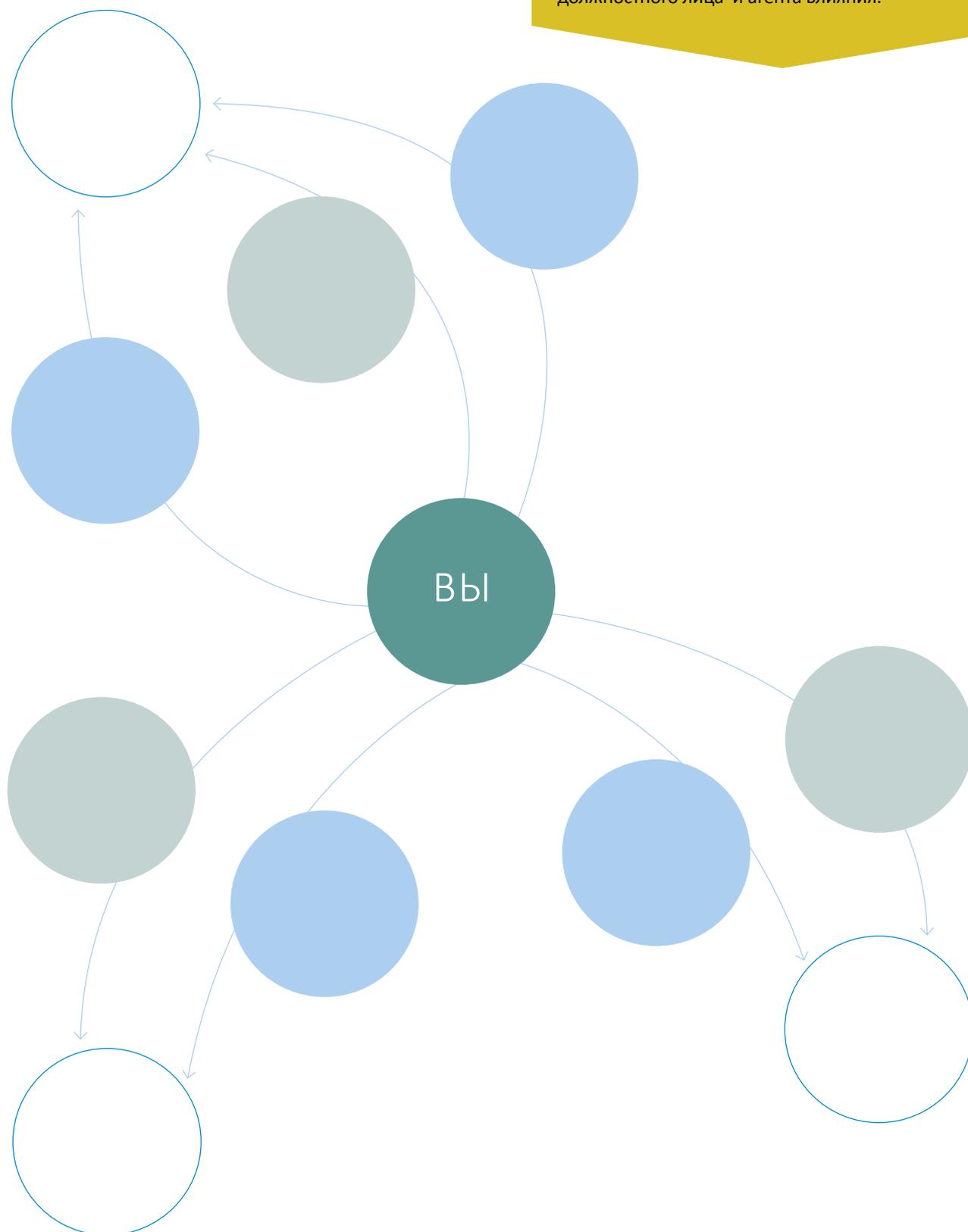
Зачем нужно привлекать партнеров?

Политики доверяют многим лицам, институтам и организациям, имеющим доступ к ним. Они и могут стать вашими потенциальными партнерами.

Партнеры могут помочь сформулировать послание к политику и обратиться к должностному лицу наилучшим образом. Они также могут выразить желание:

- пропагандировать иммунизацию;
- предоставить в ваше распоряжение их собственные сети, группы поддержки и ресурсы;
- распространять ваши материалы среди более широкой аудитории (например, оказывать помощь в проведении кампаний).

РИС. 2. МОЗГОВОЙ ШТУРМ. ПАРТНЕРЫ



ПОДСКАЗКА

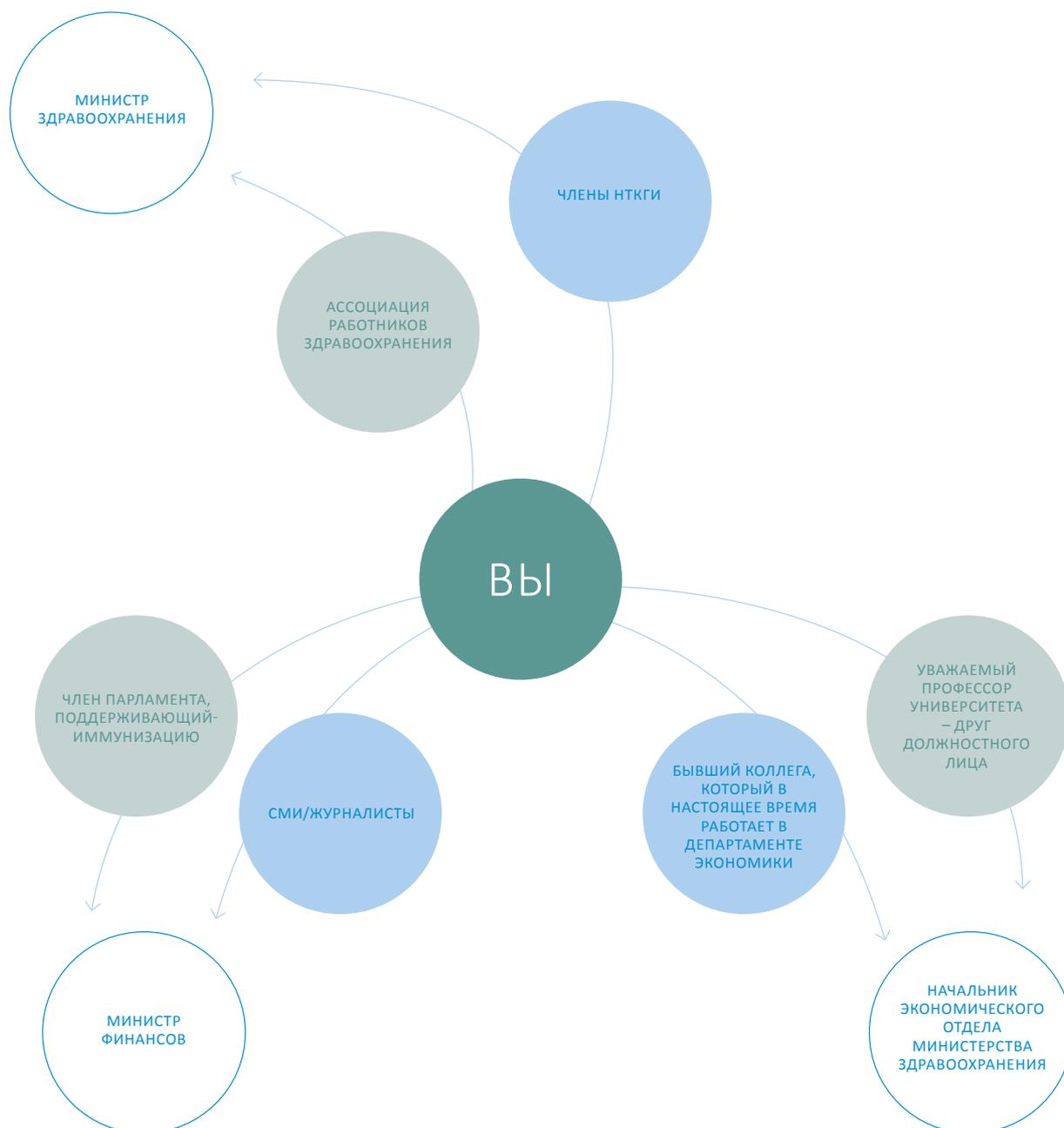
Подготовьте самостоятельно больше подобных схем и заполните их отдельно для каждого важного должностного лица и агента влияния.

ПОМНИТЕ О ТОМ, ЧТО НЕОБХОДИМО ПРИВЛЕКАТЬ ПАРТНЕРОВ, С КОТОРЫМИ ВЫ РАНЬШЕ НЕ РАБОТАЛИ.
ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЗЕЛЕНЫЕ КРУГИ ДЛЯ НОВЫХ ПАРТНЕРОВ.

ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ ИДЕЯ

ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ ПАРТНЕРАМИ МОГУТ БЫТЬ:

- национальные организации (неправительственные организации и группы по интересам) в сфере здравоохранения, детей/юношества, прав человека, и др.;
- профессиональные медицинские ассоциации (педиатров, медиков);
- эксперты, ученые, образовательные учреждения;
- международные агентства – Альянс ГАВИ, ВОЗ, Всемирный Банк, Детский Фонд ООН (ЮНИСЕФ), Европейский союз, Международный валютный фонд, и др., а также члены межведомственных координационных комитетов;
- члены Национальной технической консультативной группы экспертов по иммунизации (НТКГИ);
- средства массовой информации/журналисты;
- частные компании например, страховые);
- аналитики или агентства экономического развития;
- любые частные или личные контакты с людьми, имеющими доступ к политикам или агентам влияния;
- национальные фонды медицинского страхования;
- лидеры политических партий – и их супруги;
- послы;
- диаспора;
- новые партнеры, с которыми ранее вы еще не работали (подумайте, кто это может быть).





ЗАДАЧА № 7. Продумайте формы сотрудничества

После того, как вы определите круг потенциальных партнеров, перечислите их в таблице № 6.

Продумайте формы сотрудничества для каждого из них. Проведите мозговой штурм по формированию партнерских отношений и направлениям совместной работы, внесите ваши заметки и идеи в таблицу № 6.

ТАБЛИЦА № 6. ПЕРЕЧЕНЬ ПАРТНЕРОВ И СФЕР СОТРУДНИЧЕСТВА

Ф.И.О. И УЧРЕЖДЕНИЕ/ОРГАНИЗАЦИЯ	ИДЕИ И СФЕРЫ СОТРУДНИЧЕСТВА
.....
.....
.....
.....
.....

ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ ИДЕЯ

ОТНОШЕНИЯ С ПАРТНЕРАМИ ЗАВИСЯТ ОТ НАЦИОНАЛЬНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ, НО МОЖНО ПРЕДУСМОТРЕТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ДЕЙСТВИЯ:

- обращение к члену НТКГИ с просьбой агитировать за увеличение бюджетов иммунизации и влиять на должностных лиц;
- создание официальной сети с партнерами с организацией регулярных встреч (например, национальная сеть по иммунизации, по охране здоровья детей или аналогичные структуры);
- совместная работа с партнерами по организации мероприятий по пропаганде иммунизации (например, приглашение на конференцию по иммунизации, обсуждения за круглым столом с членами парламента, проведение кампаний в прессе и др.);
- предложение партнеру создать группу по интересам или организацию, группу в Фейсбуке или провести иного рода акции в поддержку иммунизации и обеспечить техническую и финансовую поддержку, если это возможно ;
- обращение в ВОЗ или другие международные организации с просьбой вести пропаганду приоритетности иммунизации при общении с должностными лицами;
- получение доступа к должностным лицам при помощи ваших партнеров и их связей;
- проведение регулярных совещаний с партнерами для обмена информацией, опытом, извлеченными уроками и др.;
- привлечение партнеров к вашей текущей работе (например, проведение Европейской недели иммунизации);
- организация обучения сотрудников партнерских организаций ведению пропаганды за иммунизацию;
- просьба к партнерам привлекать вас к их текущей деятельности и расширять спектр их возможностей для включения иммунизации (например, если они уже работают с детьми, в области охраны здоровья или в других соответствующих направлениях);
- предложение вашей помощи партнерам (например, в виде технического содействия, доступа к другим заинтересованным сторонам или даже финансирования);
- обращение к партнерам с просьбой распространять информацию о вас в социальных сетях посредством переадресации ваших посланий их партнерам;
- работать совместно с партнерами, оказывая влияние на СМИ во благо иммунизации и для привлечения конкретных инвестиций (например, для внедрения новой вакцины или новой системы электронного регистра данных).

ПОДСКАЗКА

Обязательно работайте с различными типами партнеров – вам необходимы разнообразие и лица, которые могут вносить различный вклад/оказывать поддержку.

Помните о своих программных целях и дефиците финансирования и привлекайте соответствующих партнеров.

ПОДСКАЗКА

Существующие партнеры: подумайте, как можно укрепить ваши связи или расширить сотрудничество в новых областях.

Новые партнеры: рассмотрите новых партнеров и продумайте, кто может ими стать и как можно работать с ними.

СОВЕТ И РЕКОМЕНДАЦИИ: КАК ОБРАЩАТЬСЯ К ПАРТНЕРАМ

Налаживание партнерских связей требует времени. Однако в результате вы получите гораздо больше.

Если вам удастся установить доверительные и равноправные отношения, вы сможете:

- стать друг для друга пропагандистом и бесценным ресурсом;
- опираться на знание и опыт друг друга;
- обращаться друг к другу за содействием или советом.

ПОДСКАЗКА

Ваши подходы и природа ваших отношений с партнерами зависит от культурных и системных обстоятельств. Однако, есть несколько общих моментов, применимых ко многим ситуациям.

УСТАНАВЛИВАЙТЕ КОНТАКТЫ

- Устанавливайте контакты с людьми, с которыми вы хотели бы стать партнерами.
- Если возможно, звоните им и просите назначить встречу.
- Или попросите других партнеров представить вас. Развивайте контакты в дальнейшем.

ПОСЛЕДУЮЩИЕ ДЕЙСТВИЯ

- После каждой встречи или мероприятия быстро и эффективно выполняйте достигнутые договоренности.
- Позвоните или направьте электронное сообщение на следующий день.
- Если возможно, просите о встрече для обмена идеями.
- Или направьте им справочную информацию об иммунизации, в продолжение обсуждения.

ГОТОВЬТЕ ПОСЛАНИЯ

- Разрабатывайте основные послания и придерживайтесь их. У вас может быть мало времени для того, чтобы высказаться.
- Используйте послания, соответствующие вашей аудитории, избегайте излишне технического языка.
- Даже если темой встречи является не (только) иммунизация, подготовьте ваши самые важные послания и постарайтесь озвучить их.

Это может быть очень полезным при подготовке встречи с партнером, в кризисной ситуации или при планировании пропагандистско-информационных мероприятий.

ГОТОВЬТЕСЬ СИСТЕМАТИЧЕСКИ

- Перед каждым совещанием или мероприятием, на котором вы можете встретить потенциального партнера, разрабатывайте цели вашего участия.
- Решите, с кем вы хотели бы поговорить.
- Если предстоит работа в группах, примите участие в работе наиболее подходящей группы и в которой участвуют те, с кем вы хотели бы встретиться.

ВСТРЕЧАЙТЕСЬ С ПАРТНЕРАМИ, ГДЕ ТОЛЬКО ВОЗМОЖНО

- Используйте любую возможность для встречи с потенциальными партнерами.
- Принимайте участие в мероприятиях, где они будут участвовать – совещаниях, конференциях, презентациях и др.

ПОДДЕРЖИВАЙТЕ ПАРТНЕРОВ

- Предлагайте свою поддержку и становитесь важным ресурсом для других.
- Если вы содействуете людям и делитесь с ними знаниями, они могут обратиться к вам за предложениями, идеями и связями - и могут захотеть, в свою очередь, поддержать вас.

ПРИГЛАШАЙТЕ ПАРТНЕРОВ

- Используйте любую возможность, чтобы пригласить партнеров или потенциальных партнеров к сотрудничеству.
- Приглашайте их на мероприятия и презентации, такие как Европейская неделя иммунизации или Национальные дни иммунизации.

1-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ПОТРЕБНОСТИ
В ФИНАНСИРОВАНИИ



2-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ
СТОРОНЫ



3-Й ЭТАП
УТОЧНИТЕ
ИНТЕРЕСЫ СТОРОН



4-Й ЭТАП
ОБОСНУЙТЕ
ИНВЕСТИЦИИ



5-Й ЭТАП
СОСТАВЬТЕ ПЛАН
МЕРОПРИЯТИЙ



3-Й ЭТАП
УТОЧНИТЕ
ИНТЕРЕСЫ СТОРОН



.....

На 2-м этапе вы определили должностных лиц, агентов влияния и потенциальных партнеров

Далее вам следует понять, как и почему эти заинтересованные стороны важны и какую позицию они занимают в отношении иммунизации.

.....



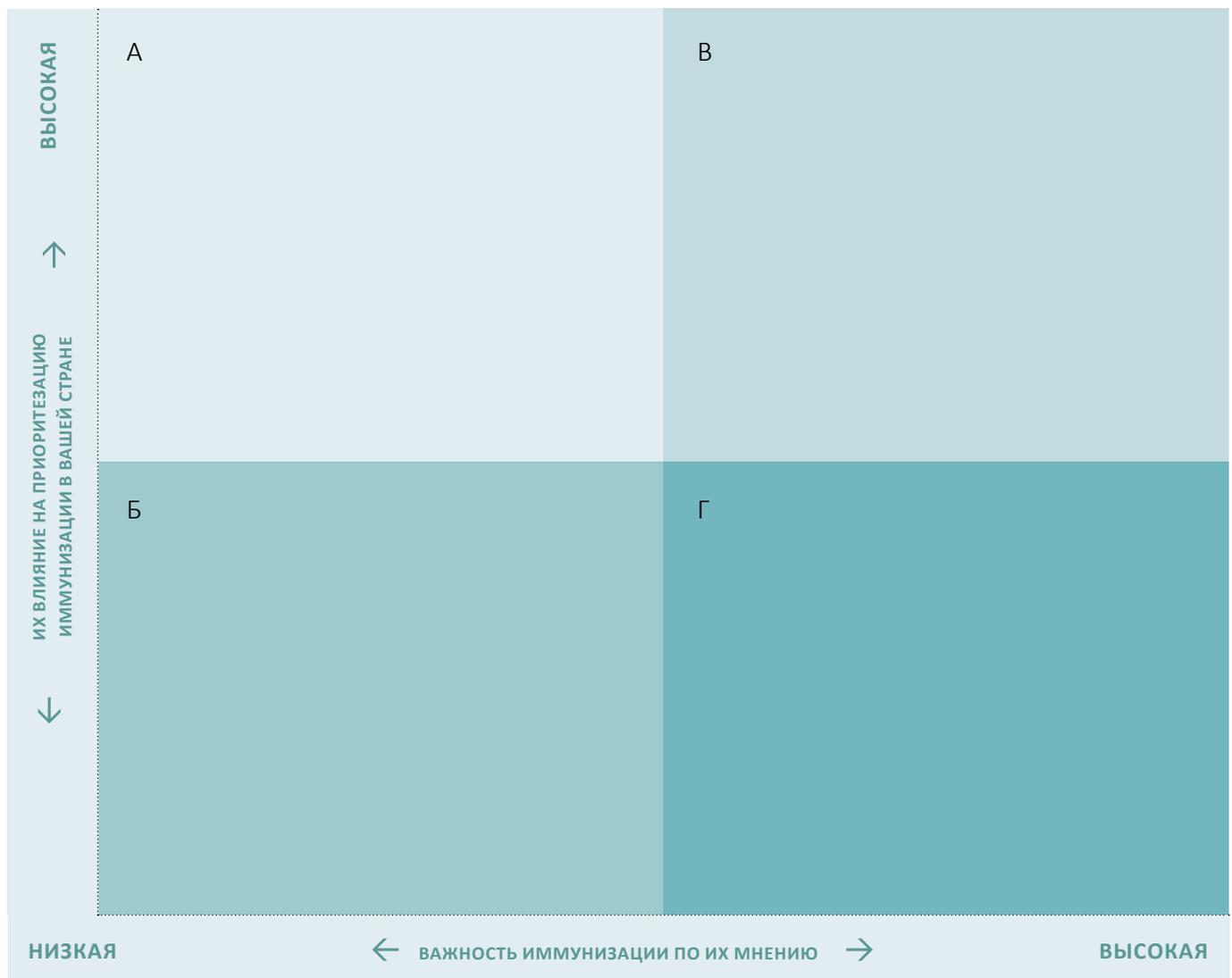
ЗАДАЧА № 8. Определите, как и почему эти заинтересованные стороны важны

В таблицах № 5 и № 6 перечислены заинтересованные стороны, с которыми вы намерены установить контакт. Используйте рис. 3 для распределения заинтересованных организаций в соответствии с их отношением и приоритизации иммунизации, а также по степени их влияния на эти вопросы в вашей стране.

ПОДСКАЗКА

Нарисуйте большую схему на доске или блокноте (флипчарте) и используйте самоклеющиеся листки для заметок для размещения Ф.И.О./названий заинтересованных сторон.

РИС. 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН



ПОДСКАЗКА

При оценке влияния заинтересованных сторон принимайте во внимание программные задачи и дефицит финансирования, которые вы определили на 1-м этапе.

ПОДСКАЗКА

Вы никогда не будете полностью уверены в степени приоритизации иммунизации заинтересованной стороной, однако постарайтесь оценить ее на основе своего опыта и знаний об этой организации.

Перенесите Ф.И.О./названия из рис. 3 в таблицу № 7. Вносите их в таблицу в соответствии с приоритетностью, чтобы заинтересованные стороны, с которыми вам следует установить связи в первую очередь, оказались в начале перечня.

ТАБЛИЦА № 7. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН В СООТВЕТСТВИИ С ПРИОРИТЕТОМ И РОЛЬЮ

		РОЛЬ			
		А ВЫСОКАЯ СТЕПЕНЬ ВЛИЯНИЯ, НИЗКИЙ ПРИОРИТЕТ Примите срочные меры к тому, чтобы убедить эти заинтересованные стороны в важности иммунизации.	Б ВЫСОКАЯ СТЕПЕНЬ ВЛИЯНИЯ ВЫСОКИЙ ПРИОРИТЕТ Призывайте эти заинтересованные стороны оказывать влияние на (других) должностных лиц и выступать в поддержку иммунизации. Обеспечьте их информацией и необходимой технической поддержкой.	В НИЗКАЯ СТЕПЕНЬ ВЛИЯНИЯ, НИЗКИЙ ПРИОРИТЕТ Постарайтесь убедить эти заинтересованные стороны в важности иммунизации. Они могут обрести большую степень влияния на более позднем этапе.	Г НИЗКАЯ СТЕПЕНЬ ВЛИЯНИЯ, ВЫСОКИЙ ПРИОРИТЕТ Постарайтесь повысить влияние этих заинтересованных сторон. Предоставляйте им полномочия и поддерживайте с ними связь. Они могут стать более влиятельными на более позднем этапе.
ПРИОРИТЕТНОСТЬ ПЕРВОЙ ОЧЕРЕДИ

ПРИОРИТЕТНОСТЬ ВТОРОЙ ОЧЕРЕДИ

Исходные данные //

Стимулы и препятствия

Если вы знаете о том, как заинтересованные стороны воспринимают иммунизацию, а также причины такого восприятия, вы можете адаптировать свои основные послания, чтобы облегчить процесс завоевания внимания и доверия для вас и ваших партнеров.

Стимулы

Мотивируйте заинтересованные стороны приоритезировать иммунизацию Завоевать чье-либо доверие проще, если обращаться с позитивным посылом. В идеале вам следует пробудить в заинтересованных сторонах чувство причастности и личной преданности иммунизации. Для этого следует знать мотивы заинтересованной стороны. Какова личная и политическая позиция заинтересованной стороны, и каким образом можно было бы включить в нее иммунизацию?

ПОДСКАЗКА

ЗАДАЙТЕСЬ ВОПРОСАМИ:

- Какова политическая позиция того или иного заинтересованного лица?
- В каких сферах деятельности и мероприятиях принимает участие заинтересованное лицо?
- Какие политические программы являются наиболее важными для заинтересованного лица?
- В каких областях и мероприятиях заинтересованное лицо уже добилось успеха?
- В каких дополнительных областях заинтересованное лицо стремится добиться успеха для того, чтобы укрепить свою репутацию?

Препятствия

Рассмотрите причины, по которым заинтересованные стороны не считают иммунизацию приоритетом У заинтересованных сторон может быть много причин, по которым они не рассматривают иммунизацию в качестве приоритета. Если вы хорошо знаете заинтересованную сторону и определили основные препятствия к приоритезации ей иммунизации, вы можете подготовить адресные и стратегические послания, направленные на вопросы, вызывающие обеспокоенность данной заинтересованной стороны.

ПОДСКАЗКА

ОСНОВЫВАЙТЕ СВОИ ОТВЕТЫ НА СЛЕДУЮЩЕМ:

- ваш прошлый опыт работы с заинтересованной стороной;
- рекомендации коллег и кураторов;
- консультации с партнерами – они могут хорошо знать данную заинтересованную сторону и иметь опыт взаимодействия с ней; а также
- консультации с экспертом по политике вашей страны, если это возможно и уместно.

ПОДСКАЗКА

Возможно, вы уже достаточно хорошо знаете заинтересованные стороны. Тем не менее, анализ препятствий и стимулов может помочь вам в подготовке обращений к ним.



ЗАДАЧА № 9. Определите потенциальные препятствия и стимулы

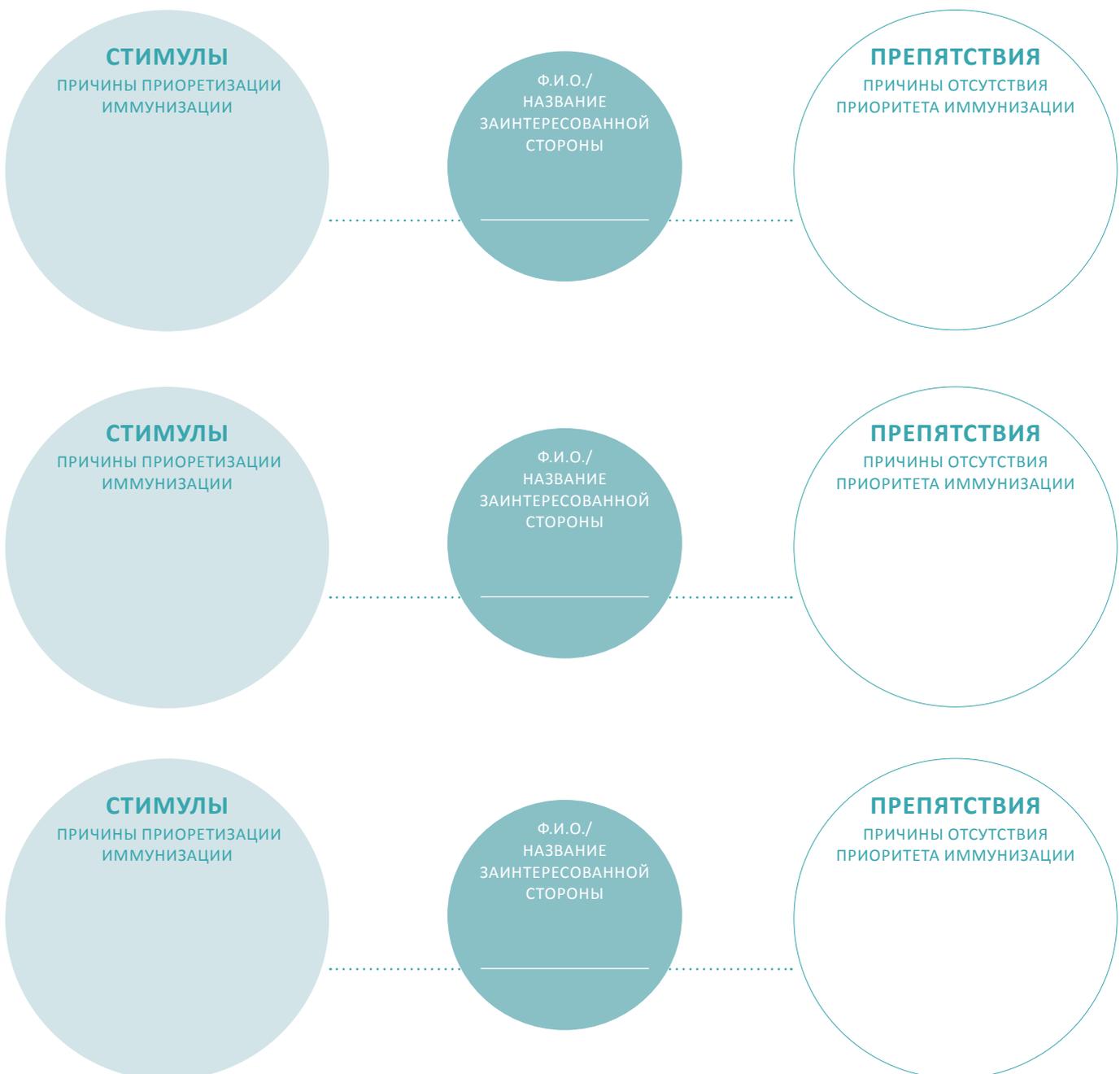
Выберите наиболее приоритетные заинтересованные стороны из таблицы № 7 на стр. 26. Постарайтесь определить потенциальные препятствия и стимулы для каждой из них (например, причины, по которым они могут хотеть или не хотеть рассматривать иммунизацию в качестве приоритета) и внесите их в рис. 4.

При рассмотрении препятствий и стимулов примите во внимание программные цели и дефицит финансирования, которые вы определили на 1-м этапе.

ПОДСКАЗКА

Подготовьте несколько экземпляров рисунка и заполните их для каждой заинтересованной стороны.

РИС. 4. УТОЧНИТЕ ИНТЕРЕСЫ СТОРОН



ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ ИДЕЯ

ПРЕПЯТСТВИЯМИ И СТИМУЛАМИ ДЛЯ КОНКРЕТНОЙ ЗАИНТЕРЕСОВАННОЙ СТОРОНЫ МОГУТ БЫТЬ...



На стр. 30 приведены дополнительные примеры стимулов и препятствий.

ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ ИДЕЯ

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ НАЦИОНАЛЬНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ, ПРЕПЯТСТВИЯМИ И СТИМУЛАМИ МОГУТ БЫТЬ:

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ СТИМУЛЫ

(почему заинтересованная сторона может приоритезировать иммунизацию)

Успех или провал программы иммунизации (например, вспышки заболеваний, низкий уровень охвата) могут сказаться на репутации заинтересованной стороны.

Заинтересованная сторона хотела бы ассоциироваться с успехом.

Заинтересованная сторона обеспокоена выполнением обязательств страны относительно глобальных и региональных целей.

Заинтересованная сторона обеспокоена международной репутацией страны.

Заинтересованная сторона стремится к тому, чтобы стандарты страны соответствовали международным (например, ЕС)

Заинтересованная сторона озабочена тем, как развивается ваша страна в сравнении с другими странами.

Заинтересованная сторона озабочена вопросами прав человека, выполнением Целей развития тысячелетия и/или целей по сокращению бедности.

Заинтересованная сторона озабочена вопросами детского здоровья или общими вопросами здравоохранения.

Конкретная политическая ситуация и текущие события могут представить возможность поднять вопросы иммунизации, например, предстоящие выборы (предвыборная кампания, направленная на охрану здоровья или детей), обсуждение кандидатов на вступление в Европейский союз, текущие дебаты по вопросам иммунизации, вспышки заболеваний в соседних странах и др.

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПРЕПЯТСТВИЯ

(почему заинтересованная сторона может не рассматривать иммунизацию в качестве приоритета)

Данная сторона в принципе не понимает концепцию иммунизации, её не интересует данный вопрос, и она не желает его обсуждать.

Напряженная ситуация с национальным бюджетом или исчерпанные возможности бюджета министерства здравоохранения.

Другие приоритеты (здравоохранения) представляются данной стороне более важными.

Данная сторона не чувствует никаких обязательств в отношении иммунизации.

Данная сторона уверена, что иммунизация заключается только в обеспечении вакцинами, и не понимает необходимости обеспечения четкого функционирования всех компонентов программы.

Заинтересованная сторона понимает необходимость укрепления программы иммунизации, но (всегда) стремится отложить действия.

Заинтересованная сторона сомневается в безопасности вакцин.

Заинтересованная сторона не знает или не понимает важности иммунизации.

Данная сторона придерживается позиции противников иммунизации.

Заинтересованная сторона более озабочена лечебными, а не профилактическими услугами (близорукость).

Заинтересованная сторона не считает нужным делать что-либо, поскольку национальные показатели иммунизации высоки.

Заинтересованная сторона знает о том, что за приоритетами иммунизации не стоит политическая воля министерства, к которому она принадлежит, поэтому не предпринимает действий в этом направлении.

1-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ПОТРЕБНОСТИ
В ФИНАНСИРОВАНИИ



2-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ
СТОРОНЫ



3-Й ЭТАП
УТОЧНИТЕ
ИНТЕРЕСЫ СТОРОН



4-Й ЭТАП
ОБОСНУЙТЕ
ИНВЕСТИЦИИ



5-Й ЭТАП
СОСТАВЬТЕ ПЛАН
МЕРОПРИЯТИЙ



4-Й ЭТАП

ОБОСНУЙТЕ
ИНВЕСТИЦИИ



.....

Теперь вы больше знаете о мотивах всех заинтересованных сторон и потенциальных препятствиях, которые могут помешать им приоритезировать иммунизацию.

Эти знания позволят вам подготовить обоснованную бюджетную заявку, которая учитывает препятствия и стимулы, влияющие на нужных вам должностных лиц. Это также позволит вам и вашим партнерам выстроить общение с ними.

.....

Исходная информация //

Как подготовить послания

Для того, чтобы обосновать инвестиции в иммунизацию, вам следует подготовить убедительные послания. При их разработке следует опираться на основные причины, в силу которых иммунизация должна быть приоритетом в вашей стране, а также на необходимость конкретных планируемых вами инвестиций.

- Используйте знание потенциальных препятствий и стимулов для формирования ваших посланий.
- В зависимости от аудитории, используйте как фактические, так и эмоциональные доводы.

Делитесь вашими посланиями

Убедитесь, что вы, ваши коллеги и партнеры хорошо знакомы с посланиями – и придерживаетесь их. Если вы будете использовать разные доводы, можете вызвать сомнение, а не доверие и поддержку.

Формируйте чувство личной причастности и ответственности заинтересованных сторон к делу иммунизации.

Находите пути для формирования личной причастности заинтересованной стороны к иммунизации. Задайтесь конкретными вопросами.

- Какую выгоду может получить заинтересованная сторона от поддержки иммунизации?
- Каким образом следует представить иммунизацию, чтобы обеспечить поддержку политической позиции заинтересованной стороны?

ПОДСКАЗКА

НАД ЧЕМ СЛЕДУЕТ ПОДУМАТЬ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ПОСЛАНИЙ ДЛЯ ОБОСНОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

Ваше взаимодействие с заинтересованными сторонами зависит от вас, заинтересованной стороны, обстоятельств, культурных и организационных особенностей. Вместе с тем, можно рассмотреть следующие коммуникационные технологии.



ССЫЛАЙТЕСЬ НА ДОКАЗАТЕЛЬСТВА
(факты и данные, графики и иллюстрации)



СКРЫТЫЕ ЭМОЦИИ
(дети -- будущее поколение)



СОЗДАВАЙТЕ СТИМУЛЫ
(выгоды от иммунизации, которые может получить заинтересованная сторона)



РАЗЪЯСНЯЙТЕ УГРОЗЫ И РИСКИ
(последствия бездействия)



ЗАДАЧА № 10. Разработайте три ключевых послания

Выберите наиболее распространенные препятствия и самые важные стимулы.

Учитывая эти препятствия и стимулы, разработайте послания, которые вы, ваши коллеги и партнеры смогут донести до заинтересованных сторон.

- Для каждой встречи готовьте только три **основных послания**.
- Для каждого основного послания подготовьте по три **довода в поддержку**.

Готовьтесь таким образом к каждой встрече с заинтересованной стороной. Вы можете подготовить аналогичным образом адресные послания к конкретному лицу, основываясь на ваших знаниях о нем/о ней.

Ознакомьтесь с вдохновляющей идеей на стр. 36 и используйте библиотеку пропаганды иммунизации², в которой можно найти нужный инструментарий, шаблоны и аргументы в поддержку вашей позиции. Обратитесь к информационно-пропагандистскому материалу **“Стимулы и препятствия: послания и советы”** за дополнительными вариантами посланий или советами относительно ответов на стимулы и препятствия.

ПОДСКАЗКА

Нет ничего убедительнее фактов. Ссылайтесь на данные и результаты исследований в вашей стране или других странах Региона.

ПОДСКАЗКА

Возможно, что с основными заинтересованными сторонами вам удастся встретиться лишь однажды и на короткое время.

Используйте эту возможность в полной мере.

В условиях ограниченного времени и доступа следует говорить по существу и конкретно – затрагивать именно те вопросы, которые могут привлечь внимание и интерес конкретного лица.

ПОДСКАЗКА

Информационная библиотека по иммунизации предлагает широкий спектр информационно-справочных материалов.

Эти документы могут:

- помочь сформировать ваши послания
- помочь при подготовке встреч и совещаний
- быть использованы в качестве раздаточного материала для заинтересованных сторон.

² www.euro.who.int/immunization-advocacy-library

ТАБЛИЦА № 8. ПОДГОТОВКА ПОСЛАНИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА СТИМУЛЫ И ПРЕПЯТСТВИЯ

СТИМУЛ И ПРЕПЯТСТВИЕ			
ОСНОВНЫЕ ПОСЛАНИЯ			
ДОВОДЫ В ПОДДЕРЖКУ			
ДОВОДЫ В ПОДДЕРЖКУ			
ДОВОДЫ В ПОДДЕРЖКУ			

ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ ИДЕЯ

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ НАЦИОНАЛЬНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПОСЛАНИЯ МОГУТ БЫТЬ...

ПРЕПЯТСТВИЕ	ЗАИНТЕРЕСОВАННАЯ СТОРОНА НЕ СЧИТАЕТ НУЖНЫМ ДЕЛАТЬ ЧТО-ЛИБО, ПОСКОЛЬКУ НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ИММУНИЗАЦИИ ВЫСОКИ.		
ОСНОВНЫЕ ПОСЛАНИЯ	Даже при высоком уровне охвата иммунизацией существует риск вспышки управляемой инфекции.	Мы пока не достигли поставленных для себя целей, поэтому все еще уязвимы.	Вирусы не признают границ. Пока вирус распространяется где-либо, нашей стране следует обеспечивать защиту проживающих в ней людей.
ДОВОДЫ В ПОДДЕРЖКУ	Дети, подростки и взрослые все еще страдают от управляемых инфекций. В прошлом году у нас было 516 случаев кори и 911 случаев краснухи.	Соседние с нами страны приступают к процессу верификации элиминации кори и краснухи – мы же отстаем.	В последние годы Европейский регион ВОЗ стал свидетелем тревожного роста вспышек управляемых инфекций.
ДОВОДЫ В ПОДДЕРЖКУ	Даже при высоком уровне охвата у нас все еще остаются группы непривитых и неполностью привитых лиц. Вспышки болезни могут возникнуть на конкретных географических территориях или среди определенных групп населения нашей страны(укажите).	Представьте, что мы близки к достижению целей ликвидации полиомиелита, элиминации кори и краснухи. Мы можем добиться этих целей только следуя глобальным и региональным рекомендациям.	После нескольких лет исторически низкого уровня заболеваемости корью эта болезнь вновь распространилась в Европейском регионе. Только в 2013 г. было зарегистрировано 31 685 случаев кори.
ДОВОДЫ В ПОДДЕРЖКУ	В своем последнем отчете Региональная комиссия по сертификации отметила риск распространения вируса полиомиелита в случае его завоза в нашу страну. Учитывая циркуляцию вируса в некоторых странах нашего все более глобализованного мира, существует угроза нашему статусу территории, свободной от полиомиелита.	Только если мы, совместно с другими странами, будем придерживаться согласованных целей, то сможем добиться элиминации болезней, становящихся причиной страданий, инвалидизации и смерти.	В 2010 г. вспышка полиомиелита унесла 31 жизнь и охватила 4 страны Региона. Это свидетельствует о том, что недостаточная приоритизация иммунизации может привести к возобновлению серьезной и крайне заразной болезни.

1-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ПОТРЕБНОСТИ
В ФИНАНСИРОВАНИИ



2-Й ЭТАП
ОПРЕДЕЛИТЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ
СТОРОНЫ



3-Й ЭТАП
УТОЧНИТЕ
ИНТЕРЕСЫ СТОРОН



4-Й ЭТАП
ОБОСНУЙТЕ
ИНВЕСТИЦИИ



5-Й ЭТАП
СОСТАВЬТЕ ПЛАН
МЕРОПРИЯТИЙ



5-Й ЭТАП
СОСТАВЬТЕ ПЛАН
МЕРОПРИЯТИЙ



.....

Наступило время попытаться воздействовать на заинтересованные стороны – должностных лиц и агентов влияния, а также подключить ваших партнеров.

Задача этого процесса заключается в получении поддержки заинтересованных сторон и формировании их знаний о преимуществах иммунизации, о необходимости инвестирования и о рисках, связанных с недостаточным финансированием. Таким образом, они будут хорошо информированы и подготовлены к получению бюджетной заявки.

В конце концов, это позволит вам работать на обеспечение устойчивого, долгосрочного приоритета иммунизации и финансирования национальной программы иммунизации.

Планируйте свое взаимодействие с заинтересованными сторонами на основании знаний об их стимулах и препятствиях. Это длительный процесс, однако решающее значение в нем имеет формирование доверия к вам и к программе иммунизации.

.....

Исходная информация // Воздействие на заинтересованные стороны – это длительный процесс

Влиять на заинтересованные стороны непросто. Нет готовых рецептов для получения поддержки от другого человека или организации. Вам следует рассматривать это как поэтапный процесс с долгосрочной перспективой.

ПОДСКАЗКА

Не забывайте вовлекать партнеров. Например, у вас нет возможности встретиться с министром здравоохранения, однако член национальной технической консультативной группы экспертов может сделать это.

ПОДСКАЗКА

Там, где возможно и уместно, следует выстраивать взаимоотношения, а не только передавать информацию. Вам необходимо также поддерживать и постоянно укреплять эти отношения.

ПОДСКАЗКА ФОРМИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Формировать программу средств массовой информации в направлении поддержки иммунизации и тех инвестиций, которые вы планируете получить, непросто. Но вам может помочь хорошо подготовленная стратегия связей с общественностью.

Следует разрабатывать стратегию совместно с отделами по связям с общественностью и публикаций ваших организаций. Ваш подход будет зависеть от национального контекста, однако можно рассмотреть некоторые из приведенных ниже стратегий:

- стратегическое использование исследований и данных: представление простых и понятных данных в поддержку инвестиций, например, данных о количестве смертей или госпитализаций в случае болезни; расчетная экономия затрат при внедрении новой электронной системы учета и регистрации; или результаты исследований, выявивших недостаточно охваченные группы населения и причин ограниченного доступа этих групп к иммунизации – все это должно быть увязано с предлагаемыми вами решениями данной проблемы;
- личные контакты с ведущими журналистами/органами прессы с целью повышения их уровня знаний и мотивации писать об иммунизации и необходимости инвестирования в конкретные направления;
- предложение эксклюзивных материалов или интервью отдельным журналистам или средствам массовой информации – эксклюзив всегда привлекает журналистов, часто они уделяют больше внимания и времени/места эксклюзивным темам;
- выпуск пресс-релизов и проведение мероприятий для прессы с целью привлечения внимания и повышения информированности – делайте упор на вопросы, связанные с конкретными инвестициями, которые вы хотели бы привлечь;
- сотрудничество с партнерами, например, использование их контактов с прессой – рассмотрите вопрос о совместных интервью с участием вас и представителя партнерской организации (например, НПО или общества педиатров) или подумайте об ограничении своего участия, если ваш партнер является более сильным пропагандистом.
- при подготовке сюжетов или «информационных поводов» думайте и действуйте как журналист – помните об основных критериях в его работе:

ЗЛОБОДНЕВНОСТЬ:

Четко представляйте, почему эта история важна именно **сейчас** (например, используйте Европейскую неделю иммунизации в качестве информационного повода).

АКТУАЛЬНОСТЬ:

Подчеркивайте актуальность для **читателя или зрителя** (например, поясняя данные, отметьте, что это относится, например, в среднем, к одному ребенку в каждом классе).

ОТОЖДЕСТВЛЕНИЕ:

Представляйте каждую историю так, чтобы читатель или зритель мог **отождествить себя** с данной темой (например, помочь журналистам найти семьи, которые хотели бы дать интервью по данному вопросу, или провести пресс-конференцию на детской площадке или в детском саду).

ВОСПРИЯТИЕ:

Подчеркните, насколько удивительна эта история (например, представьте новые данные исследований и поясните, что они никогда ранее не публиковались).

ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ:

Рассмотрите возможность предоставить данный материал журналисту эксклюзивно.

ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ ИДЕЯ

ПРИ ОБРАЩЕНИИ К ДОЛЖНОСТНЫМ ЛИЦАМ И АГЕНТАМ ВЛИЯНИЯ ВЫ МОЖЕТЕ РАССМОТРЕТЬ ...

ВОВЛЕЧЕНИЕ СТОРОН В ВАШУ РАБОТУ

- Используйте любую возможность для вовлечения заинтересованных сторон.
- Приглашайте их на презентации, празднования, и другие мероприятия с участием СМИ и общественности (например, Европейская неделя иммунизации или Национальные дни иммунизации).
- Пригласите их посетить медицинское учреждение, чтобы ознакомиться изнутри с ежедневной работой по иммунизации.

ВСТРЕЧАЙТЕСЬ ЛИЧНО

- Если возможно, попросите заинтересованную сторону о личной встрече. Это позволит вам выстроить личные отношения, заслужить доверие и уважение.
- Четко сформулируйте план обсуждения или запрос о встрече. Ваша просьба должна быть понятна заинтересованной стороне, а также соответствовать ее политическим или общественным интересам.
- Если у вас нет возможности встретиться с должностным лицом или руководителем высокого ранга, организуйте встречу с его/ее сотрудниками.
- При подготовке стратегий или документов сотрудники могут оказывать большое влияние на принимаемые решения. Взаимодействие с ключевыми сотрудниками может иметь долгосрочные результаты.

ВСТРЕЧАЙТЕСЬ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ ПРИ ЛЮБОЙ ВОЗМОЖНОСТИ

- Используйте любую возможность для общения с заинтересованными сторонами. Принимайте участие в мероприятиях, на которых они могут присутствовать – совещаниях, конференциях и др.
- Решите, с кем вам следует поговорить.
- При работе в группах принимайте участие в работе той группы, которая наиболее подходит интересующим вас лицам.

ПОПРОСИТЕ ВАШИХ СОТРУДНИКОВ, РУКОВОДИТЕЛЯ И ПАРТНЕРОВ РАСПРОСТРАНЯТЬ ВАШИ ПОСЛАНИЯ

- Убедитесь, что все сотрудники вашего подразделения упоминают иммунизацию во время встреч с заинтересованными сторонами – не только ваши сотрудники, но также ваш руководитель и партнеры.
- Даже если иммунизация не является темой совещания или встречи, может появиться возможность упомянуть ее.
- Проведите подготовительную работу с лицом, представляющим информацию перед совещанием/встречей, предоставив ему ключевые послания и наиболее важные факты.

СТАНЬТЕ ВАЖНЫМ РЕСУРСОМ ДЛЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН

- Предлагайте ваше содействие и отвечайте незамедлительно, когда к вам обращаются с просьбой об информации.
- Если к вам всегда можно будет обратиться за содействием и получить оперативную и точную информацию, они могут быть более открыты во время вашей следующей презентации.
- После установления отношений следует обеспечить свою доступность.

ГОТОВЬТЕСЬ СИСТЕМАТИЧЕСКИ

- Формулируйте цели вашего участия перед каждым мероприятием, на котором вы можете встретить заинтересованную сторону.
- Подготавливайте послания, основываясь на вашем знании заинтересованной стороны, и придерживайтесь их. Возможно, у вас будет немного времени для разговора.
- Используйте подходящие для данной аудитории послания и избегайте технической терминологии.
- Даже если на совещании обсуждается не только иммунизация, подготовьте свои самые важные послания и постарайтесь найти возможность сообщить их участникам.

РЕГУЛЯРНО ОБЩАЙТЕСЬ И ОТСЛЕЖИВАЙТЕ ПРОИСХОДЯЩЕЕ

- Ищите возможности для регулярного общения.
- Подумайте о рассылке ежеквартального бюллетеня с последней информацией об иммунизации.
- Если уместно, создайте страницу на Фейсбуке, где можно регулярно размещать такую информацию.
- Если вы провели встречу с заинтересованными сторонами, обеспечьте последующие действия.
- Направьте на следующий день письмо по электронной почте с дополнительной информацией, относящейся к предыдущему обсуждению.

ФОРМИРУЙТЕ ПОТЕНЦИАЛ В МИНИСТЕРСТВЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

- Если уместно, проведите обучение основных сотрудников министерства относительно иммунизации и ее экономической выгоды (по возможности через международных партнеров).

ПОДСКАЗКА

ВСТРЕЧА С ОСНОВНЫМИ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ: КАК ПОДГОТОВИТЬ И ВЕСТИ ВСТРЕЧУ

Если вам удалось договориться о встрече с заинтересованной стороной, это может быть вашей единственной возможностью произвести хорошее впечатление и донести ваши послания.

Впечатление, которое заинтересованная сторона сложит о вас в результате этой встречи, может оказаться решающим для будущих отношений.

Детальная подготовка – это вложение, которое приносит большие плоды.

ГОТОВЬТЕСЬ ТЩАТЕЛЬНО

- Обсудите соответствующие вопросы с вашей командой и коллегами. Какова цель встречи? Какой результат, в идеале, вы стремитесь получить от заинтересованной стороны, с которой вы встречаетесь? Каковы ваши основные послания? Если вы хотите добиться успеха, то какова ваша отправная точка, и на каком моменте вы планируете завершить обсуждение?
- Подготовьте программу встречи на основании предыдущего пункта. Направьте программу встречи заранее или принесите с собой на встречу.
- Подготовьте информационную справку или другие материалы для представления в ходе встречи или передачи заинтересованной стороне. Некоторые люди лучше воспринимают зрительную информацию и такие материалы могут поддержать ваше послание.
- Если партнеры или коллеги будут участвовать на встрече вместе с вами, договоритесь заранее, кто, когда и о чем будет говорить.
- Подготовьте краткую справку и тезисы. Возможно, у вас будет немного времени, поэтому подготовьте четкие послания и обязательно озвучьте суть: запрос о поддержке, который следует донести до слушателя.
- Подготовьте разные послания для различных заинтересованных сторон. Используйте ваши знания о препятствиях, с которыми они сталкиваются, и используйте соответствующие стимулы.
- Помните о том, что препятствия преодолеть сложно. Обращение к стимулам, мотивирующим заинтересованную сторону, может быть более эффективной стратегией. Какую пользу может получить заинтересованная сторона? Как можно привлечь заинтересованную сторону посредством разрешения вопроса, вызывающего ее беспокойство?

ДАВАЙТЕ ВАШИ ПОСЛАНИЯ

- Первое и главное, старайтесь укрепить чувство ответственности заинтересованной стороны за конечный результат. Вам не следует указывать заинтересованной стороне, что ей следует делать; нужно попытаться найти истоки мотивации для того, чтобы к концу вашей встречи у нее возникло желание действовать.
- Повторяйте основные послания, даже если это кажется чрезмерным; часто для полного понимания людям нужно услышать информацию несколько раз.
- Заслуживайте доверие и будьте убедительны. Четко разъясняйте неотложность приоритизации иммунизации, её экономическую эффективность и свои конкретные запросы.
- Будьте рассудительны. Покажите ваше понимание бюджетных и политических ограничений или административных барьеров.

УДЕЛИТЕ ВНИМАНИЕ СВОЕМУ ВНЕШНЕМУ ВИДУ

- Постарайтесь расслабиться. Ваша подготовка позволит вам чувствовать себя уверенно.
- Говорите медленно и ограничьте использование технической терминологии. Дайте возможность вашему собеседнику записать основные высказанные вами мысли и задать вопросы. Не бойтесь пауз.
- Думайте о том, как вы выглядите и как действуете. Невербальные формы коммуникации, такие как жесты, телодвижения, выражение лица и отсутствие визуального контакта могут отвлекать внимание вашего собеседника от темы разговора.
- Старайтесь избегать споров. Возвращайтесь к вашим ключевым посланиям. Если уместно, сообщите собеседнику, что вы найдете дополнительную информацию из надежных источников.

ПОСЛЕДУЮЩИЕ ШАГИ ПОСЛЕ ВСТРЕЧИ

- Обязательно согласуйте результаты встречи. Повторите все договоренности, достигнутые в ходе встречи. Договоритесь о последующих шагах (например, о следующей встрече или любом ином действии с обеих сторон).
- Подготовьте протокол встречи. Включите в него четкие указания относительно последующих действий и назначьте лиц, ответственных за исполнение по каждому пункту.
- Поддерживайте контакты с заинтересованной стороной. Если вы пообещали направить дополнительную информацию, обязательно сделайте это как можно скорее. Если возможно, направьте заинтересованной стороне, с которой вы встречались, экземпляр протокола встречи.



ЗАДАЧА № 11. Подготовьте перечень мероприятий и распределите обязанности

Вернитесь еще раз к целям программы и дефициту финансирования, которые вы указали на 1-м этапе. Определите мероприятия для обоснования вашей бюджетной заявки.

Спросите себя:

- Как мы можем формировать знание о преимуществах иммунизации, потребностях в инвестициях и рисках, связанных с недостаточным финансированием?
- Как мы можем влиять на формирование положительного отношения к иммунизации в СМИ и среди общественности, а также к конкретным инвестициям, которые мы хотели бы получить?
- Как мы можем обеспечить поддержку партнеров?
- **Как мы можем гарантировать, что наш запрос на бюджетное финансирование не станет сюрпризом для политиков?**

По каждому мероприятию следует определить его цель, сроки проведения, а также распределение ролей и ответственности.

ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ ИДЕЯ

МЕРОПРИЯТИЯ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ, ЗАВИСЯТ ОТ НАЦИОНАЛЬНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ, ОДНАКО МОГУТ ВКЛЮЧАТЬ В СЕБЯ:

- обоснование инвестиций посредством количественных и/или качественных исследований, например, доказательства экономической эффективности при внедрении новой вакцины или исследование в рамках «Адаптации программы иммунизации» (АПИ) недостаточно охваченных групп населения и базовых причин ограниченного доступа;
- организация национальной конференции по экономической и социальной выгоде иммунизации с приглашением заинтересованных сторон в качестве основных докладчиков, а также использование этой возможности для предоставления исходной информации об иммунизации;
- обращение в ВОЗ с запросом о встрече с министром здравоохранения вашей страны с целью пропаганды укрепления программы иммунизации и увеличения бюджетных ассигнований;
- организация личной встречи с министром здравоохранения или его заместителем;
- подготовка пакета информационных материалов для членов парламента и организация парламентских слушаний по новым вакцинам с акцентом на экономическую эффективность и более широкие социальные выгоды иммунизации;
- воздействие на позицию СМИ посредством реализации стратегии связей с общественностью, включая личные контакты с ведущими журналистами для повышения их знаний и мотивации, стратегическое использование данных исследований и статистики, пресс-релизы и мероприятия для прессы;
- разработка материалов по экономической эффективности иммунизации и распространение их среди спикеров парламентских фракций, выступающих на темы охраны здоровья;
- поддержка профильных неправительственных организаций, занимающихся охраной здоровья и защитой детства, и расширение сферы их интересов посредством включения иммунизации с предоставлением технической поддержки и финансирования (например, для разработки пропагандистских материалов);
- вовлечение ключевых заинтересованных сторон в качестве основных спикеров Европейской недели иммунизации, и использование этой возможности для предоставления информации по иммунизации;
- связь с ведущими журналистами: предоставление результатов исследований экономической эффективности и другой ключевой информации о социальных выгодах иммунизации.

Источники³

1. Европейский план действий в отношении вакцин, 2015–2020 гг. Копенгаген, Европейское региональное бюро ВОЗ, 2014 г. (<http://www.euro.who.int/en/health-topics/communicable-diseases/poliomyelitis/publications/2014/european-vaccine-action-plan-20152020>)
2. Централизованная информационная система по инфекционным заболеваниям (ЦИСИЗ)[база данных онлайн]. Копенгаген, Европейское региональное бюро ВОЗ, 2014 г. (<http://data.euro.who.int/cisid/>).
3. Report of the 28th Meeting of the European Regional Certification Commission for Poliomyelitis Eradication, Copenhagen, Denmark, 3–5 June 2014. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe; 2014 (http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0008/256949/Report-of-the-28th-Meeting-of-the-European-Regional-Certification-Commission-for-Poliomyelitis-Eradication.pdf?ua=1).
4. WHO vaccine-preventable disease monitoring system, 2013 global summary. Global and regional immunization profile: European Region. Geneva: World Health Organization; 2013 (http://apps.who.int/immunization_monitoring/data/gseurprofile.pdf).
5. Advocacy for immunization: how to generate and maintain support for vaccination programs. Washington (DC): GAVI, The Global Fund for Children's Vaccines; 2001 (<http://www.path.org/vaccineresources/files/GAVI-AdvocacyHandbook.pdf>).
6. Advocacy Toolkit: a guide to influencing decisions that improve children's lives. New York (NY): United Nations Children's Fund; 2010 (http://www.unicef.org/evaluation/files/Advocacy_Toolkit.pdf).
7. Advocacy for immunisation [website]. 2014 (<http://actoolkit.businesscatalyst.com/index.html>).

Список литературы⁴

При планировании мероприятий в поддержку иммунизации можно обращаться к и использовать следующие руководства и базовые документы:

10 tips for successful malaria vaccine advocacy. Washington (DC): The PATH Malaria Vaccine Initiative; 2012 (<http://www.malariavaccine.org/files/Advocacy-Booklet-FINAL-web.pdf>).

ACTION Global Health Advocacy Partnership [website]. Washington(DC): ACTION; 2012 (<http://www.action.org/>).

Coalition Building: A Cornerstone of National Advocacy, Policymaking and Effective Cervical Cancer Prevention Programs. Publication city: Cervical Cancer Action; publication year (http://www.cervical-canceraction.org/pubs/CCA_national_coalition_building.pdf).

Economics of immunization: a guide to the literature and other resources. Geneva: World Health Organization; 2004 (WHO/V&B/04.02; http://whqlibdoc.who.int/hq/2004/WHO_V&B_04.02.pdf).

Faulkner D, Fields R. Advocacy for Financial Sustainability. The CHANGE Project, AED, 15 January 2004 [presentation]. Publication city; Publisher; 2004 (http://www.globalhealthcommunication.org/tool_docs/13/advocacy_for_financial_sustainability.pdf). Immunization advocacy library (website). 2015 / www.euro.who.int/immunization-advocacy-library.

Fisher K, Bass E. Advocacy, Information and Communication. Engaging Stakeholders at All Levels to Prepare for the Introduction for HPV Vaccines. London: AIDS Vaccine Advocacy Coalition; 2006 (http://screening.iarc.fr/doc/StopCxCa_advocacy_2006.pdf).

Ozawa S, Grewal S, Portnoy A. Decade of Vaccine Economics (DOVE). Costing, Financing and Funding Gap (CFF) Model. Immunization and Vaccine related Implementation Research meeting, 17 June 2014 [presentation]. Baltimore (MD): International Vaccine Access Center; 2014 (http://www.who.int/immunization/research/meetings_workshops/dove_jhspsh_ivir_june14.pdf).

Shrimp L. Strengthening Immunization Programs: The Communication Component. Arlington (VA): Basic Support for Institutionalizing Child Survival Project (BASICS II) for the United States Agency for International Development; 2004 (http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/pnaea842.pdf).

Vaccine delivery infographics. In: Bill and Melinda Gates Foundation [website]. Seattle (WA): Bill and Melinda Gates Foundation; 2015 (<http://www.gatesfoundation.org/What-We-Do/Global-Development/Vaccine-Delivery>).

Waisbord S, Larson HJ. Why Invest in Communication for Immunization? Evidence and Lessons Learned. Baltimore (MD): Health Communication Partnership based at Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health/Center for Communication Programs, United Nations Children's Fund; 2005 (http://www.who.int/immunization/hpv/communicate/why_invest_in_communication_for_immunization_unicef_healthcommunicationspartnership_path_usaid.pdf).

³ ПО СОСТОЯНИЮ НА 25 СЕНТЯБРЯ 2015^г.

⁴ ПО СОСТОЯНИЮ НА 25 СЕНТЯБРЯ 2015^г.



ФОТОГРАФИИ:

ОБЛОЖКА: POLFOTO

СТР. 3: ВОЗ/MALIN BRING

СТР. 14: ВОЗ

СТР. 24: ВОЗ/J. CHRISTENSEN

ВСЕ ПРОЧИЕ ФОТО: COLOURBOX

Пособие //

Мобилизация ресурсов для иммунизации

Настоящее пособие подготовлено Европейским региональным бюро ВОЗ в поддержку национальных программ иммунизации для пропаганды по финансированию иммунизации.

Пособие представляет собой поэтапное руководство по осуществлению информационно-пропагандистской работы, направленной на ключевых должностных лиц.

Для более эффективного его использования подготовлен пакет информационно-пропагандистских материалов, а также учебный курс, который Европейское региональное бюро ВОЗ предлагает пройти руководителям и сотрудникам национальных программ иммунизации.

Европейское региональное бюро ВОЗ

Всемирная Организация здравоохранения (ВОЗ) является специализированным агентством Организации Объединенных Наций, созданным в 1948 году. В сферу ответственности ВОЗ входят международные вопросы здравоохранения и общественного здоровья. Европейское региональное бюро ВОЗ является одним из шести региональных подразделений, каждое из которых имеет собственную программу, учитывающую особенности того или иного Региона.

Государства – члены

Австрия	Испания	Словакия
Азербайджан	Италия	Словения
Албания	Казахстан	Соединенное
Андорра	Кипр	Королевство
Армения	Кыргызстан	Таджикистан
Беларусь	Латвия	Туркменистан
Бельгия	Литва	Турция
Босния и Герцеговина	Люксембург	Узбекистан
Болгария	Мальта	Украина
Бывшая югославская	Монако	Финляндия
Республика Македония	Нидерланды	Франция
Венгрия	Норвегия	Хорватия
Германия	Польша	Черногория
Греция	Португалия	Чешская Республика
Грузия	Республика Молдова	Швейцария
Дания	Российская Федерация	Швеция
Израиль	Румыния	Эстония
Ирландия	Сан-Марино	
Исландия	Сербия	