

Внедрение новой вакцины

Проверочный список для планирования коммуникации и пропаганды



World Health
Organization

REGIONAL OFFICE FOR
Europe



Как пользоваться этим документом?

В данном документе предлагается простой поэтапный процесс планирования коммуникации и пропаганды при внедрении новой вакцины.

Он включает в себя мероприятия для четырех основных групп заинтересованных лиц:

- медработники
- агенты влияния
- СМИ
- население

Планирование подробной стратегии коммуникации и пропаганды поможет вам:

- обеспечить последовательные знания фактов и посланий у групп заинтересованных лиц;
- избежать или ограничить заблуждения;
- быть готовым к событиям, связанным с безопасностью вакцин;
- содействовать высокому охвату новой вакциной;
- сформировать устойчивость к страхам в отношении вакцин.

Используйте документ в качестве руководства и справочного материала при внедрении новой вакцины. Пользуйтесь им на ранних стадиях процесса, поскольку коммуникацию следует планировать и начинать задолго до даты внедрения вакцины.



Как был разработан данный документ?

Документ является частью серии документов ВОЗ, посвященных событиям, которые могут подорвать доверие к вакцинации. Последние могут быть связаны с безопасностью вакцин, неблагоприятными последствиями после иммунизации, изменениями в программе вакцинации, негативным общественным мнением, вспышками или пандемией.

Все документы были разработаны на основе научных данных, лабораторных исследований и прикладных работ в области психологии, социальных и поведенческих наук, а также коммуникации и опыта разных стран. Для ознакомления с теоретическим обоснованием и доказательствами используйте публикацию ВОЗ «Вакцинация и доверие» на сайте: www.euro.who.int/vaccinetrust

Такие документы рекомендуются к использованию:

- министерствами здравоохранения
- центрами по контролю за болезнями
- программами иммунизации
- органами контроля.

Общие цели

Обеспечить высокий охват новой вакциной и устойчивость населения к страхам в отношении безопасности вакцин посредством:

- обеспечения высокого уровня знаний у всех заинтересованных групп – медработников, экспертов, населения, средств массовой информации, целевых групп для вакцинации и других основных заинтересованных сторон;
- избегания или ограничения заблуждений и необоснованных слухов о вакцине;
- готовности реагировать на любой страх, связанный с безопасностью вакцины.

Общий процесс

Подготовьтесь путем:



Сбора информации

Запланируйте и проведите мероприятия, нацеленные на:



Медработников



Агентов влияния



СМИ



Население

Проследите за:



Внедрением, мониторингом и ответными мерами

Данные шаги
детально описаны
на следующих
страницах

Внедрение новой вакцины

Сбор информации



Цели:

- Изучить все особенности новой вакцины и ее внедрения, чтобы вы могли:
 - информировать, подготовить и обучить СМИ, население, медработников и другие основные заинтересованные стороны
 - подготовиться к и организовать ответные меры на любое возможное событие, связанное с безопасностью вакцины

Соберите информацию

Подумайте о возможных вопросах, которые могут быть заданы вам во время подготовки к внедрению новой вакцины, на этапе внедрения или при проведении ответных мер на событие, связанное с ее безопасностью.

Затем соберите информацию, чтобы вы могли заранее проинформировать население и давать ответы на вопросы по мере их возникновения.

Сроки: не менее 6 месяцев до внедрения.

Для дополнительной информации:

- *Послания о безопасности вакцин (частота НППИ)*

euro.who.int/vaccinetrust

Для дополнительной информации:

- *Дифференцирование случайных событий от событий, вызванных иммунизацией: сравнение частоты*

euro.who.int/vaccinetrust

Соберите информацию относительно:

Болезни, которую предупреждает новая вакцина: • насколько она тяжелая • симптомы • возрастная группа, которую она поражает, • чем вызывается и др.

Оснований для внедрения новой вакцины: • проведенные исследования • бремя болезней в вашей стране • число случаев госпитализации в год • анализ экономической эффективности • данные из других стран • рекомендации ВОЗ и др.

Новой вакцины: • способ введения • тип вакцины (живая, живая аттенуированная, инактивированная, конъюгированная, субъединичная, анатоксин и др.) • как она заражает клетки • как на нее реагирует иммунная система • состав вакцины • противопоказания и ложные противопоказания и др.

Возможных неблагоприятных проявлений: • перечень возможных неблагоприятных проявлений, связанных с вакциной, и их частота • подробная информация о признаках и симптомах неблагоприятных проявлений, включая возможный период времени после вакцинации • опыт других стран, которые внедрились вакцину, включая возможные слухи, заблуждения и репортажи в СМИ.

Базовых показателей возможных НППИ: • частота этих проявлений в вашей стране, среди целевой группы и в течение соответствующего времени года, с тем чтобы любые утверждения о росте этих проявлений могли быть опровергнуты или подтверждены.

Ситуации: • сведения о плановой программе и, если необходимо, о дополнительных мероприятиях/кампаниях по иммунизации, поставленных целях, прививочных пунктах • изменения, которые будут необходимы для внедрения новой вакцины • обзор неблагоприятных проявлений после иммунизации (НППИ) других вакцин, за последнее время или в течение года • любые возможные заблуждения или слухи, распространяемые о внедряемой вакцине (например в социальных сетях).

Целевых групп для новой вакцины: • пол • возраст • географические территории и др.

Подготовки: • отчет о подготовке к внедрению новой вакцины, включая проведенные семинары, изготовленные информационные материалы, вовлеченные заинтересованные стороны и др.

Внедрение новой вакцины

Мероприятия, направленные на

Медработников



Цели:

- Обеспечить их доверие и поддержку новой вакцины
- Подготовить их для ответа на беспокойство родителей и пациентов

Определите потребности медработников

Медработники сами являются целевой группой. Вам следует обеспечить их доверие и поддержку новой вакцине, поскольку они являются основным каналом общения с родителями и пациентами.

Таким образом, медработники – ваша самая важная целевая группа, их беспокойство и укрепление их потенциала следует воспринимать крайне серьезно.

Пообщайтесь с медработниками, чтобы понять их проблемы и выявить пробелы в их знаниях.

Сроки: не менее 6 месяцев до внедрения.

Подготовьте ключевые сообщения

Помогите медицинским работникам, подготовив сообщения, которые они смогут использовать во время общения с лицами, осуществляющими уход и с бенефициарами (получателями помощи). Не забудьте включить информацию о ложных противопоказаниях.

Рассмотрите возможность подготовки для них «рабочего пособия», содержащего список ответов на все возможные сложные вопросы лиц, осуществляющих уход и бенефициаров.

Сроки: Минимум 6 месяцев до внедрения – ваши ключевые сообщения являются основой всей коммуникации, поэтому подготовьте их в первую очередь.

Подготовьте пакет учебных материалов

Обучение коммуникации должно быть интегрировано в комплексное клиническое обучение медицинских работников перед внедрением новой вакцины.

Используйте стандартные учебные пакеты ВОЗ или ЮНИСЕФ для разработки семинаров, отвечающих потребностям вашей страны и запросам ваших медработников.

В рамках семинаров обучите медработников пользоваться посланиями, подготовленными для родителей и пациентов.

Сроки: не менее 6 месяцев до внедрения

Обучите медработников

Проведите обучение, возможно посредством обучения тренеров-инструкторов или через профессиональные медицинские ассоциации. Убедитесь, что все медицинские работники, которые будут вводить вакцину, хорошо подготовлены.

Призывайте медучреждения проводить совещания со своим персоналом для информирования их о новой вакцине, чтобы убедиться в знании медработниками ответов на вопросы и беспокойство относительно новой вакцины.

Рассмотрите возможность последующего обучения после внедрения.

Сроки: не менее 3 месяцев до внедрения.

Для **дополнительной информации:**

- Как подготовить карту сообщений euro.who.int/vaccinetrust

Внедрение новой вакцины

Мероприятия, направленные на

Агентов влияния



Цели:

- Обеспечить их доверие и поддержку новой вакцине
- Подготовить их с тем, чтобы они знали, как реагировать на обеспокоенность населения и запросы СМИ

Определите агентов влияния

(лиц, пользующихся общественным доверием и авторитетом)

Продумайте, кто может оказать влияние на отношение к новым вакцинам со стороны СМИ, населения и медицинских работников на национальном и местном уровне.

Продумайте, к кому могут обратиться СМИ за экспертным мнением, или с кем они могут связаться в случае возникновения ситуации, связанной с безопасностью вакцин.

Агентами влияния могут быть: эксперты, советники, Национальные технические консультативные группы по иммунизации (НТКГИ), правительство, парламент, Национальный контрольный орган (НКО), региональные/ муниципальные органы власти, заинтересованные группы (религиозные, женские, детские и пр.), религиозные лидеры, местные традиционные лидеры, политические лидеры, профессиональные ассоциации (врачи, медицинские сестры, акушерки), ВОЗ, ЮНИСЕФ, НПО, знаменитости, школы и пр..

Сроки: как только ваша стратегия будет завершена, по крайней мере, за 6 месяцев до внедрения.

Для **дополнительной информации:**

- Работа с партнерами высокого уровня euro.who.int/vaccinetrust

Определите механизм координации

Пригласите наиболее важных агентов влияния к участию в процессе и регулярному информированию (например, через рабочую и координационную группу). Процессы внедрения новой вакцины деликатны, так как даже небольшие неблагоприятные проявления могут легко перерасти в кризисные ситуации. Работая вместе, вы можете обеспечить оперативный и скоординированный ответ на любое событие.

Договоритесь о механизмах сотрудничества и обмена информацией, а также о частоте встреч. Определите роли и обязанности на случай кризисного события, включая роли и обязанности тех, кто будет контактировать со СМИ.

Членами такой группы могут быть представители министерства здравоохранения, программы иммунизации, НКО, национальный центр по борьбе с болезнями, специалисты по коммуникации и спикеры, эксперты, советники, ВОЗ, ЮНИСЕФ, профессиональные ассоциации.

Сроки: как только ваша стратегия будет утверждена, по крайней мере, за 6 месяцев до введения.

Разработайте послания и материалы

Вы должны убедиться в том, что все агенты влияния хорошо осведомлены о новой вакцине. Разработайте основные послания, которые улучшат их знания и которые они смогут использовать в своей коммуникации. Рассмотрите возможность подготовки информационных материалов для агентов влияния. Например, односторонний документ, резюмирующий вашу стратегию и основные послания. Поделитесь им с агентами влияния на национальном и местном уровнях.

Поделитесь стратегией

Убедитесь в том, что ваша стратегия и план внедрения новой вакцины разосланы широкому кругу партнеров и что они доступны всем, кого следует вовлечь в процесс и регулярно информировать.

Сроки: как только ваша стратегия будет завершена.

Установите контакт

Установите контакт и проводите встречи с агентами влияния. Поделитесь с ними своими посланиями и определите механизм обмена информацией в ближайшие месяцы. Также определите, каким образом авторитетные и заслуживающие доверия агенты влияния смогут активно участвовать в пропаганде новой вакцины.

Сроки: не менее 1 месяца до внедрения

Внедрение новой вакцины

Мероприятия, направленные на

СМИ



Цели:

- Подготовьтесь к заинтересованности средств массовой информации и возможным внештатным ситуациям
- Поделитесь знаниями со СМИ/ журналистами, чтобы убедиться в том, что:
 - сами журналисты хорошо информированы
 - СМИ могут быть использованы для передачи правильной информации и посланий населению

Подготовьте основные послания и материалы для прессы

Подготовьте послания и используйте их для предварительной подготовки материалов для печати (например, пресс-релизов, пресс-пакетов, материалов для брифингов, веб-материалов, основных тезисов).

Назначьте сотрудников, которые могут разрабатывать эти материалы. Определите утверждающих материалы лиц и убедитесь, что новые или скорректированные материалы могут быть сделаны быстро в случае непредвиденного события.

Сроки: по меньшей мере, за 3 месяца до внедрения – ваши основные послания являются основой всей коммуникации, поэтому подготовьте их до любых других материалов для прессы.

Подготовьтесь к непредвиденным ситуациям

Разработайте план на случай непредвиденных обстоятельств, чтобы вы могли реагировать на кризис.

План должен включать в себя список лиц, которые могут быть доступны в случае возникновения кризисной ситуации (обязательно регулярно обновляйте его). Встретьтесь с ними, чтобы предоставить им справочную информацию.

Определите, где будет находиться центр операций. Убедитесь, что персонал службы поддержки также будет доступен.

Сроки: не менее 1 месяца до внедрения.

Определите и обучите спикеров

Назначьте одного или двух спикеров, которые смогут отвечать на вопросы средств массовой информации и будут доступны для этого в любое время.

Убедитесь, что спикеры входят в вашу координационную и рабочую группы и что они хорошо знакомы с основными посланиями, часто задаваемыми вопросами, а также прошли обучение работе со СМИ.

Обеспечьте участие спикеров во встречах, а также их доступ к высшему руководству.

Сроки: не менее 1 месяца до внедрения.

Информируйте и привлекайте партнеров высокого уровня

Регулярно информируйте Министра здравоохранения и других ключевых официальных лиц и обеспечьте возможность их привлечения к участию в интервью. Также проинформируйте агентов влияния, с которыми вы сотрудничаете и попросите их принимать участие в интервью.

Сроки: не менее 3 месяцев до внедрения.

Проведите встречу со СМИ

Организируйте семинары или учебные сессии со средствами массовой информации, чтобы объяснить основания для внедрения новой вакцины и озвучить ваши основные послания. Призовите их к поддержке в информировании населения перед внедрением новой вакцины.

Сроки: не менее 2 недель до внедрения.

Внедрение новой вакцины

Мероприятия, направленные на

Население



Цели:

- Сформировать осведомлённость относительно новой вакцины
- Обеспечить высокий охват новой вакциной
- По возможности увеличить общий охват иммунизацией
- Вызвать доверие к новой вакцине среди родителей и пациентов
- Создать устойчивость к необоснованным слухам, заблуждениям или любой другой негативной «шумихе», которая может возникнуть

Проведите исследование

Поймите, как население (родители, пациенты) воспринимают запланированные изменения в календаре прививок.

Данной цели можно достичь путем проведения исследований, консультаций с медработниками, о часто задаваемых вопросах, а также при обсуждении вопроса с представителями целевых групп (например в рамках фокус-группы).

Сроки: не менее 4 месяцев до внедрения.

Подготовьте основные послания

Убедитесь в разработке соответствующих посланий. Эти послания должны включать информацию о болезни, вакцине, а также о том, почему внедряется новая вакцина, ее возможных побочных эффектах и новом календаре прививок. Готовьте послания на основе проведенных исследований.

Сроки: по крайней мере, за 3 месяца до внедрения. Ваши основные послания являются основой всей коммуникации, поэтому подготовьте их до любых других материалов.

Подготовьте информационные материалы и памятки

Используйте данные своих исследований и проконсультируйтесь с медицинскими работниками о материалах, которые родители хотели бы получить.

Адаптируйте все ваши формы отчетности, брошюры, буклеты и др., включив в них новую вакцину и новый календарь прививок.

Предоставьте материалы местным медицинским учреждениям.

Сроки: не менее 6 месяцев до внедрения. Для передачи материалов медицинским учреждениям потребуется время.

Подготовьте веб-материалы и информацию для социальных сетей

По возможности размещайте информацию на веб-сайте министерства здравоохранения и/или Facebook, Twitter и других каналах социальных сетей. Используйте их как платформы для своих основных посланий.

Скоординируйте работу так, чтобы министерство здравоохранения и партнеры (ВОЗ, ЮНИСЕФ и др.) размещали идентичные послания. ВОЗ также может помочь в размещении посланий на веб-сайтах всех агентств ООН в стране.

Сроки: не менее 1 месяца до внедрения.

Определите механизм ответа на запросы СМИ

Основываясь на вашем опыте, подумайте о целесообразности создания механизма для ответа на запросы о новой вакцине (например, бесплатная телефонная линия).

Люди, отвечающие на звонки, должны быть хорошо информированы и обучены. Они должны собрать типы задаваемых вопросов для последующего использования при адаптации посланий и информировании официальных лиц относительно обеспокоенности населения.

Сроки: не менее 1 месяца до внедрения

Информируйте население о решениях

Выпустите пресс-релиз для информирования населения о новой вакцине, которая будет внедрена. Подчеркните основания для внедрения (предотвращение заболевания) и сообщите об изменениях в календаре прививок и дате внедрения.

Сроки: после принятия решения о внедрении вакцины или когда будет сочтено целесообразным

Внедрение новой вакцины

Внедрение и мониторинг



Цели:

- Информирование о новой вакцине и изменении календаря прививок
- Мониторинг ситуации, чтобы вы могли отреагировать на:
 - возможные запросы СМИ
 - возможную обеспокоенность медработников
 - возможные непредвиденные события
- Реагирование на страхи относительно безопасности вакцины

Обеспечьте доступность

Убедитесь в том, что назначенные вами спикеры и заинтересованные лица высокого уровня в министерстве доступны и готовы дать интервью в любое время.

Сроки: Спикеры должны быть доступны в любое время.

Взаимодействуйте со СМИ

Выпустите пресс-релиз с информацией об изменившемся календаре прививок. Если вы не ожидаете беспокойства СМИ или населения, не привлекайте их внимание к проблемам, которые могут не вызвать беспокойства (например, проблемы с множественными инъекциями или множественными антигенами). Это может создать ненужное беспокойство, основанное на заблуждениях. Будьте готовы ответить на вопросы об этих аспектах, но ждите и реагируйте на эти проблемы только тогда, когда они возникают. Если вы считаете, что возможен интерес и беспокойство населения, рассмотрите возможность проведения пресс-конференции. Это зависит от ситуации в вашей стране, прошлого опыта внедрения новых вакцин и опыта других стран в отношении данной вакцины

Сроки: непрерывно по мере необходимости.

Мониторинг реакций СМИ/населения

Внимательно следите за ситуацией и оперативно реагируйте на вопросы СМИ или обеспокоенность населения. Мониторинг должен включать в себя:

- Эффективные системы отчетности о неблагоприятных событиях после иммунизации (НППИ)
- Отзывы экспертов и местных заинтересованных сторон
- Ежедневный мониторинг СМИ (с особым вниманием к социальным сетям, а также газетам, радио, телевидению)
- Обратная связь от бесплатной телефонной линии (если таковая была организована)
- Обратитесь к плану действий до ответных мер на непредвиденные события.

Сроки: ежедневно в течение по крайней мере трёх месяцев после внедрения.

Для дополнительной информации:

- *Шаблон плана коммуникации при кризисе*
- *Как отслеживать мнение населения*
- *Как реагировать на событие, подрывающее доверие к иммунизации, в зависимости от контекста*

euro.who.int/vaccinetrust

Для дополнительной информации:

- *События, связанные с безопасностью: планирование немедленных ответных мер СМИ*

euro.who.int/vaccinetrust

Информационные материалы

Удостоверьтесь в том, что новые и пересмотренные информационные материалы и памятки распространены и на виду в медицинских учреждениях.

Сроки: за неделю до внедрения.

Мониторинг событий безопасности

Используйте рекомендации ВОЗ по мониторингу и убедитесь, что все обращают особое внимание на все, что связано с новой вакциной и предотвращаемым ей заболеванием.

Сроки: непрерывно.

В случае кризиса реагируйте незамедлительно!

См. euro.who.int/vaccinetrust для дополнительных документов ВОЗ по анализу событий и планированию соответствующего ответа