

KRYZYS SZCZEPIONEK INSTRUKCJA KOMUNIKACJI

WYTYCZNE KROK PO KROKU DOTYCZĄCE KRAJOWYCH PROGRAMÓW SZCZEPIEŃ



ABSTRAKCYJNY

Podręcznik ten został opracowany, aby wspierać kraje w skutecznym reagowaniu na wydarzenia, które mogą podważyć zaufanie opinii publicznej do szczepionek i władz, które je dostarczają. Ponadto niewielka część tego podręcznika koncentruje się na tym, jak najlepiej przygotować się na potencjalny kryzys, i zawiera pewne informacje na temat przeprowadzania ocen pokryzysowych. Na etapie reagowania podano wskazówki krok po kroku, jak zarządzać aspektami komunikacyjnymi kryzysu związanego ze szczepieniami.

WHO/EURO:2022-3471-43230-60590

© ŚWIATOWA ORGANIZACJA ZDROWIA 2022

Niektóre prawa zastrzeżone. Ta praca jest dostępna na licencji Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 IGO (CC BY-NC-SA 3.0 IGO; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo>).

Zgodnie z warunkami tej licencji możesz kopiować, redystrybuować i dostosowywać utwór do celów niekomercyjnych, pod warunkiem, że utwór jest odpowiednio cytowany, jak wskazano poniżej. W jakimkolwiek wykorzystaniu tej pracy nie powinno być sugestii, że WHO popiera jakąkolwiek konkretną organizację, produkty lub usługi. Używanie logo WHO jest niedozwolone. Jeśli dostosujesz utwór, musisz go licencjonować na tej samej lub równoważnej licencji Creative Commons. Jeśli tworzysz tłumaczenie tej pracy, powinieneś dodać następujące zastrzeżenie wraz z sugerowanym cytatem: „To tłumaczenie nie zostało stworzone przez Światową Organizację Zdrowia (WHO). WHO nie ponosi odpowiedzialności za treść ani dokładność tego tłumaczenia. Oryginalne wydanie w języku angielskim jest wiążącym i autentycznym wydaniem: Podręcznik dotyczący komunikacji w kryzysie szczepionkowym: wytyczne krok po kroku dotyczące krajowych programów szczepień. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2022”.

Wszelkie mediacje dotyczące sporów wynikających z licencji będą prowadzone zgodnie z zasadami mediacji Światowej Organizacji Własności Intelektualnej. (<http://www.wipo.int/amc/en/mediation/rules/>)

Sugerowany cytat. Podręcznik dotyczący komunikacji w sytuacjach kryzysowych związanych ze szczepieniami: wytyczne krok po kroku dotyczące krajowych programów szczepień. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2022. Licencja: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

Dane katalogowania w publikacji (CIP). Dane CIP są dostępne na stronie <http://apps.who.int/iris>.

Sprzedaż, prawa i licencje. Aby kupić publikację WHO, zobacz <http://apps.who.int/bookorders>. Aby przesyłać prośby o wykorzystanie komercyjne i zapytania dotyczące praw i licencji, zobacz <http://www.who.int/about/licensing>.

Materiały osób trzecich. Jeśli chcesz ponownie wykorzystać materiał z tej pracy, który jest przypisany stronie trzeciej, taki jak tabele, rysunki lub obrazy, Twoim obowiązkiem jest ustalenie, czy potrzebne jest pozwolenie na takie ponowne wykorzystanie i uzyskanie pozwolenia od właściciela praw autorskich. Ryzyko roszczeń wynikających z naruszenia jakiegokolwiek elementu utworu będącego własnością osób trzecich spoczywa wyłącznie na użytkowniku.

Ogólne zastrzeżenia. Zastosowane oznaczenia i prezentacja materiałów w tej publikacji nie oznaczają wyrażenia jakiegokolwiek opinii ze strony WHO dotyczącej statusu prawnego jakiegokolwiek kraju, terytorium, miasta lub obszaru lub jego władz, ani dotyczącego rozgraniczenia jego granice czy granice. Kropkowane i przerywane linie na mapach reprezentują przybliżone linie graniczne, co do których być może nie ma jeszcze pełnej zgody.

Wzmianka o konkretnych firmach lub produktach niektórych producentów nie oznacza, że są one zatwierdzone lub zalecane przez WHO w stosunku do innych o podobnym charakterze, które nie zostały wymienione. Z zastrzeżeniem błędów i pominięć, nazwy produktów zastrzeżonych wyróżnia się pierwszymi dużymi literami.

WHO podjęła wszelkie uzasadnione środki ostrożności w celu zweryfikowania informacji zawartych w niniejszej publikacji. Jednak opublikowane materiały są rozpowszechniane bez jakiegokolwiek gwarancji, wyraźnej lub dorozumianej. Odpowiedzialność za interpretację i wykorzystanie materiału spoczywa na czytelniku. W żadnym wypadku WHO nie ponosi odpowiedzialności za szkody wynikające z jego użytkowania.

Projekt i układ: Alma Sokolovic-Rasmussen

KRYZYS SZCZEPIONEK
INSTRUKCJA KOMUNIKACJI

WYTYCZNE KROK PO KROKU DOTYCZĄCE KRAJOWYCH PROGRAMÓW SZCZEPIEŃ

Podziękowanie	iii
Tabele i ryciny	iii
Skróty	iv
Słowniczek	iv

1. WSTĘP	1
1.1.DLA KOGO PRZEZNACZONY JEST NINIEJSZY PODRĘCZNIK?	3
1.2.REAGOWANIE KRYZYSOWE W JEDNYM SKRÓCIE – LISTA KONTROLNA	4
2. PRZYGOTOWANIE NA KRYZYSY SZCZEPIONKOWE	5
2.1.KRÓTKI PRZEGLĄD DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH	5
2.2.OCENA KIEDY I JAK KOMUNIKOWAĆ SIĘ	7
2.2.1.Oceń rodzaj zdarzenia związanego ze szczepionką	7
2.2.2.Zbierać informacje	8
2.2.3.Oceń potencjalny wpływ	9
3. REAGOWANIE KRYZYSOWE	10
3.1.KOORDYNUJ I ZAANGAŻUJ	11
3.1.1.Zbierz grupę koordynującą kryzys szczepionkowy	11
3.1.2.Dzielić informacje	11
3.2.ODPOWIEDŹ NA KOMUNIKACJĘ PROJEKTOWĄ	11
3.2.1.Zidentyfikuj kluczowych odbiorców	11
3.2.2.Zdefiniuj cele i działania komunikacyjne	13
3.2.3.Przygotuj wiadomości	14
3.2.4.Wybierz kanały komunikacji	16
3.2.5.Monitoruj opinię publiczną i media	17
3.3.INFORMUJ SPOŁECZNOŚĆ	18
3.3.1.Krótko mówiąc rzeczniczy	18
3.3.2.Komunikuj się z publicznością	18
3.3.3.Komunikuj się z mediami	19
3.3.4.Kontynuuj odpowiedź	19
4. EWALUACJA – KRÓTKI PRZEGLĄD	20

Bibliografia	21
ANEKS 1.	
Studia przypadków najlepszych praktyk dotyczące kryzysów szczepionkowych o średnim i dużym wpływie	23
ZAŁĄCZNIK 2.	
Przykładowe pytania ewaluacyjne	25

PODZIĘKOWANIE

Niniejszy podręcznik został opracowany w oparciu o Biuro Regionalne WHO dla Europy:

- wytyczne dotyczące bezpieczeństwa szczepionek i komunikacji kryzysowej,
- krajowe sesje szkoleniowe na temat informowania o bezpieczeństwie szczepionek i wprowadzania nowych szczepionek, oraz
- desktop research w zakresie komunikacji kryzysowej, ryzyka i sytuacji kryzysowych.

Uzupełnieniem były dyskusje z uczestnikami warsztatów komunikacyjnych poświęconych bezpieczeństwu szczepionek, kryzysom i niepożądanym zdarzeniom po szczepieniu (AEFI), które odbyły się na poziomie regionalnym i krajowym w Europejskim Regionie WHO.

Specjalne podziękowania kieruję do biur krajowych WHO i personelu programu szczepień w Kirgistanie i Uzbekistanie, którzy przyczynili się do licznych regionalnych i krajowych warsztatów na temat komunikacji dotyczącej bezpieczeństwa szczepionek i wprowadzania nowych szczepionek oraz pomogli w opracowaniu tego podręcznika tak, aby pasował do potrzeb krajowych.

Podręcznik został opracowany w ramach programu dotyczącego chorób, którym można zapobiegać za pomocą szczepionek i szczepień, Biura Regionalnego WHO w Europie.

Głównym autorem była Katharina-Sophia Dolezal; współautorami byli Katrine Habersaat, Catharina de Kat i Siff Malue Nielsen.

Autorzy serdecznie dziękują Marcie Scherzer, Brettowi Craigowi, Mindy Frost i Elisabeth Wilhelm za ich cenny wkład.

TABELE I RYSUNKI

LICZBY

Ryc. 1.	Działania związane z komunikacją na każdym etapie zarządzania kryzysem szczepionkowym	2
Ryc. 3.	Rodzaje zdarzeń związanych ze szczepionkami	7
Ryc. 4.	Strategie komunikacji oparte na ocenie wpływu	9
Ryc. 5.	Reakcja kryzysowa – kluczowe działania komunikacyjne	10

TABELE

Tabela 1.	Faza gotowości – kluczowe działania	5
Tabela 2.	Zbieranie informacji w celu zrozumienia zdarzenia	8
Tabela 3.	Przykład klasyfikacji kluczowych odbiorców	12
Tabela 4.	Przykład celów i działań komunikacyjnych	13
Tabela 5.	Możliwe komunikaty związane z różnymi zdarzeniami o potencjalnie dużym wpływie	14
Tabela 6.	Przykład dostosowywania komunikatów do różnych odbiorców docelowych	15
Tabela 7.	Narzędzia i kanały komunikacji	16
Tabela 8.	Strategie monitorowania opinii publicznej	17
Tabela 9.	Ocena pokryzysowa – kluczowe działania komunikacyjne	20
Tabela Załącznik 2.1.	Lista przykładowych pytań – faza oceny	25

AEFI	zdarzenie niepożądane po szczepieniu wirusem
HPV	brodawczaka ludzkiego
NGO	organizacja pozarządowa zespół nagłej
SIDS	śmierci niemowląt Fundusz Narodów
UNICEF	Zjednoczonych na rzecz Dzieci

NIEKORZYSTNE WYDARZENIE NASTĘPNY IMMUNIZACJA(1)

Każde niepożądane zdarzenie medyczne, które następuje po szczepieniu i które niekoniecznie ma związek przyczynowy ze stosowaniem szczepionki. Zdarzeniem niepożądanym może być każdy niekorzystny objaw, nieprawidłowy wynik badań laboratoryjnych, objaw lub choroba.

KRYZYS SZCZEPIONEK KOORDYNACJA MECHANIZM

Mechanizm koordynacyjny ustanowiony przez ministerstwo zdrowia lub inny organ ds. zdrowia w celu przygotowania się i reagowania na kryzys szczepionkowy. Jest to zwykle grupa koordynacyjna ds. kryzysu szczepionkowego, składająca się z interesariuszy z różnych instytucji reprezentujących różne obszary wiedzy, w tym ekspertów ds. szczepień i ekspertów ds. komunikacji. W sytuacji kryzysowej grupę tę można zrestrukturyzować lub rozszerzyć, tak aby obejmowała odpowiednich ekspertów stosownie do kontekstu (np. sytuacja kryzysowa związana ze szczepionką przeciwko wirusowi brodawczaka ludzkiego (HPV) będzie wymagała reagowania przez inny zestaw zainteresowanych stron niż sytuacja kryzysowa związana z publikacją artykułu negatywny). Grupa może mieć podgrupę zajmującą się konkretnie komunikacją i powinna opracować plan komunikacji w przypadku kryzysu związanego ze szczepieniami.

KRYZYS SZCZEPIONEK

W niniejszym podręczniku kryzys szczepionkowy definiuje się jako zdarzenie, które najprawdopodobniej podważy lub już podważyło zaufanie społeczne do szczepionek i/lub szczepień oraz władz je dostarczających i może wywołać niepewność. Wymaga to natychmiastowego działania i skutecznej reakcji w celu ograniczenia negatywnego wpływu. Zdarzenia związane ze szczepionkami mogą, ale nie muszą, być bezpośrednio spowodowane przez szczepionki/szczepienie jako takie.

ZWIĄZANE ZE SZCZEPIONKAMI WYDARZENIE

Zdarzenie związane ze szczepionką to każde zdarzenie, które może potencjalnie wywołać niepewność i/lub podważyć zaufanie opinii publicznej do szczepionek i/lub szczepień oraz władz, które je dostarczają. Nie wszystkie wydarzenia związane ze szczepionkami przekształcą się w kryzys. Zdarzenia związane ze szczepieniami mogą, ale nie muszą, być bezpośrednio spowodowane przez szczepionki/szczepienia.

Każdy program szczepień w końcu staje w obliczu wydarzeń, które mogą podważyć zaufanie do szczepionek i/lub szczepień oraz władz, które je dostarczają.

Może to być zmiana w rutynowym harmonogramie szczepień, wprowadzenie nowej szczepionki, fałszywa plotka związana ze szczepionką lub jakiegokolwiek niepożądane zdarzenie medyczne, które następuje po szczepieniu i które niekoniecznie ma związek przyczynowy ze stosowaniem szczepionki. W niniejszym podręczniku określamy je zbiorczo jako „zdarzenia związane ze szczepionkami”.

W przypadku programów szczepień kluczowe znaczenie ma dobre przygotowanie i posiadanie mechanizmu reagowania na zdarzenia związane ze szczepieniami, które w dowolnym momencie mogą przerodzić się w sytuację kryzysową.

Ten dokument zawiera szczegółowe wskazówki dla programów szczepień i innych interesariuszy dotyczące skutecznego zarządzania komunikacją

reagowanie na wydarzenia związane ze szczepionkami, w szczególności te, które mogą mieć duży wpływ na zaufanie publiczne, które w związku z tym uznaje się za kryzys szczepionkowy.

Zachęca się kraje do korzystania z tego podręcznika jako inspiracji do tworzenia własnych, dostosowanych do danego kraju i kontekstu planów komunikacji w związku z kryzysem szczepionkowym.

Chociaż istnieją trzy ogólne fazy zarządzania kryzysem szczepionkowym, niniejszy podręcznik koncentruje się głównie na działaniach komunikacyjnych związanych z fazą reagowania.

Jednak, aby zapewnić szerszy kontekst, zawiera również sugestie dotyczące oceny reakcji komunikacyjnej na zdarzenia związane ze szczepionkami, które mogą nie przerodzić się w kryzys, oraz krótką sekcję dotyczącą działań komunikacyjnych podczas faz gotowości i oceny pokryzysowej (ryc. 1).

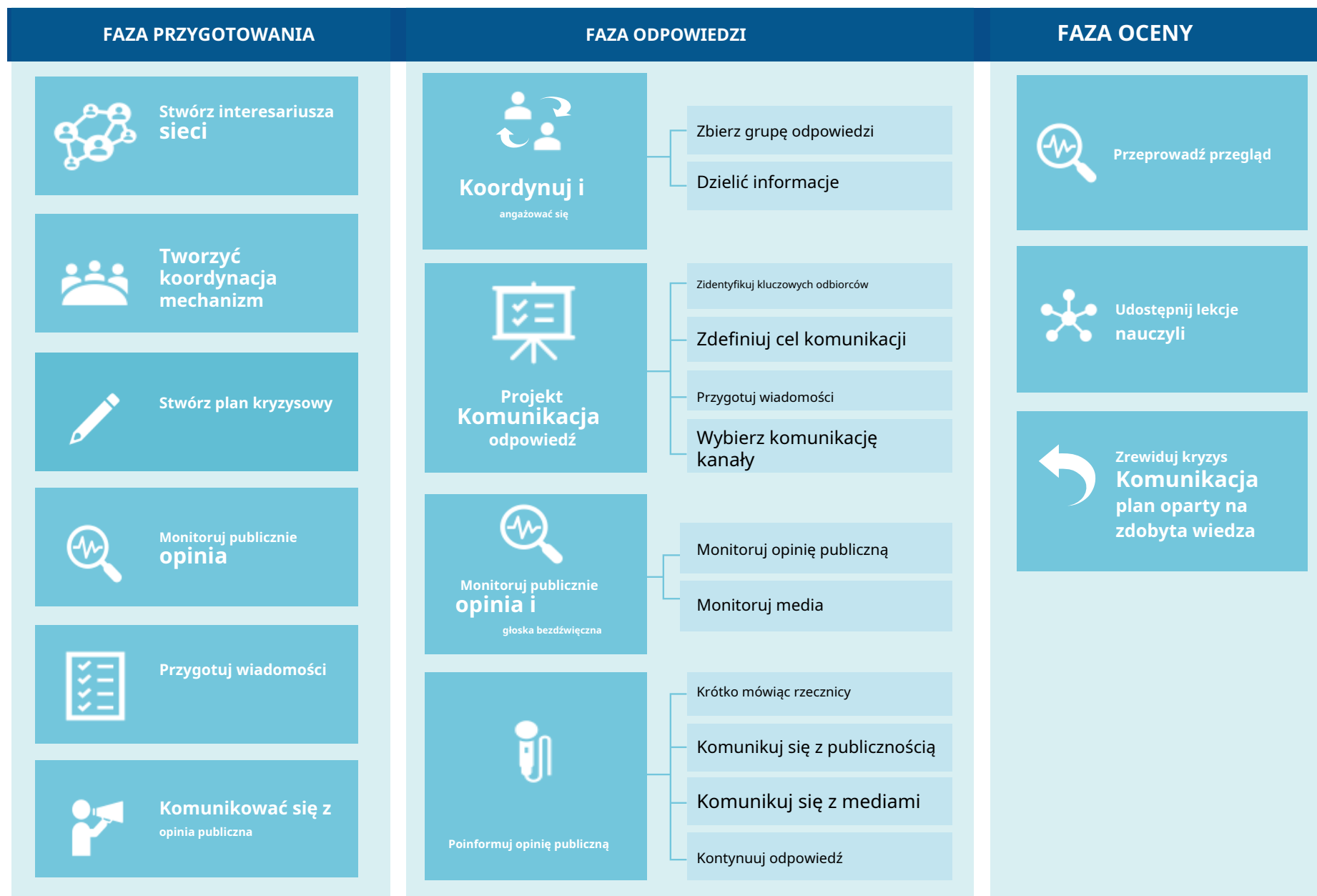
Podręcznik opiera się na bibliotece informacyjnej dotyczącej bezpieczeństwa szczepionek Biura Regionalnego WHO w Europie.⁽²⁾ W całym podręczniku znajdują się odniesienia do dokumentów w bibliotece online w celu uzyskania dalszych informacji i wskazówek. Podczas komunikowania się o tak zwanym „kryzysie szczepionkowym” i w jego trakcie (patrz definicja w „Glosariuszu” na stronie iv), głównym celem jest odbudowanie zaufania do szczepionek jako jednej z najważniejszych interwencji w zakresie zdrowia publicznego.

Ponieważ zarządzanie kryzysowe jest procesem powtarzalnym i szybko ewoluującym, w praktyce kolejność proponowanych działań może się różnić.

Każdy kryzys jest inny i dlatego wymaga dostosowanego, specyficznego dla kraju odpowiedzi.

DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE W KAŻDEJ FAZIE ZARZĄDZANIA KRYZYSEM SZCZEPIONKOWYM

Ryc. 1. C działania związane z komunikacją w każdej fazie zarządzania kryzysem szczepionkowym



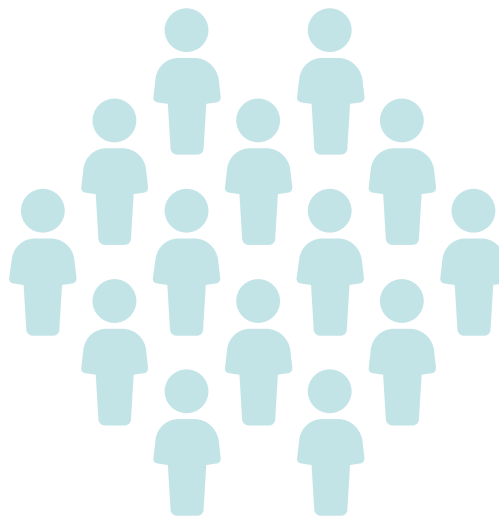
Źródło: Na podstawie biblioteki komunikacji dotyczącej bezpieczeństwa szczepionek i ustalonych zasad informowania o ryzyku.

Niniejsza instrukcja służy jako ogólne wytyczne dla programów szczepień i innych interesariuszy. Zachęca się władze krajowe do wykorzystania tego dokumentu jako podstawy do opracowania planu komunikacji w przypadku kryzysu związanego ze szczepieniami dla danego kraju, wzmacniając w ten sposób zdolność krajowych systemów szczepień do reagowania na wszelkie zdarzenia związane ze szczepionkami.

Chociaż niniejszy podręcznik ma na celu wspieranie krajowych programów szczepień, może przynieść korzyści wszystkim interesariuszom bezpośrednio zaangażowanym w komunikację w ramach zarządzania kryzysowego związanego ze szczepieniami, w tym:

- **personel programu szczepień;**
- ministerstwa zdrowia i edukacji oraz inne odpowiednie ministerstwa;
- instytuty zdrowia publicznego;
- instytucje i stowarzyszenia zdrowia publicznego;
- inne osoby pracujące w dziedzinie szczepień, zarówno na szczeblu krajowym, jak i regionalnym;
- inni partnerzy (np. organizacje Narodów Zjednoczonych, organizacje pozarządowe (NGO), organizacje społeczeństwa obywatelskiego).

Zainteresowane strony zaangażowane w zarządzanie kryzysami związanymi ze szczepieniami mogą różnić się w poszczególnych krajach i zależeć od kontekstu każdego kryzysu. Na przykład kryzysy związane ze szczepieniami przeciwko wirusowi brodawczaka ludzkiego (HPV) mogą obejmować szerszy krąg zainteresowanych stron, w tym organizacje działające w dziedzinie raka i zdrowia kobiet.



WPROWADZENIE > REAGOWANIE KRYZYSOWE W JEDNYM SKRÓCIE – LISTA KONTROLNA

AKCJA	KOMENTARZ	STATUS		
KOORDYNUJ I ZAANGAŻUJ				
ZBIERZ GRUPĘ ODPOWIEDZI	Zbierz grupę koordynacyjną ds. kryzysu szczepionkowego utworzoną w fazie przygotowań i uruchom plan komunikacji w sprawie kryzysu szczepionkowego.	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony
DZIELIĆ INFORMACJE	Upewnij się, że ustanowiłeś tryb koordynacji oraz regularnie udostępniaj i wymieniaj informacje.	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony
ODPOWIEDŹ NA KOMUNIKACJĘ PROJEKTOWĄ				
IDENTYFIKACJA KLUCZOWYCH ODBIORCÓW	Przeprowadź szybką ocenę, aby zidentyfikować kluczowych odbiorców. Skuteczna komunikacja zależy od tego, jak dobrze komunikaty są dopasowane do potrzeb konkretnych odbiorców.	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony
OKREŚL CEL KOMUNIKACJI	Zdefiniuj nadrzędny cel komunikacji i powiązane cele. Pokierują one twoją reakcją komunikacyjną i będą ci towarzyszyć przez cały kryzys.	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony
PRZYGOTUJ WIADOMOŚCI	Na podstawie analizy odbiorców przygotuj komunikaty, które można łatwo dostosować do zmieniającego się charakteru kryzysu i związanych z nim potrzeb różnych grup ludności.	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony
WYBIERZ KOMUNIKACJĘ KANAŁY	W kolejnym kroku wybierz odpowiednie kanały komunikacji, za pomocą których najlepiej dotrzesz do docelowych odbiorców.	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony
MONITORUJ OPINIĘ PUBLICZNĄ I MEDIÓW				
MONITORUJ OPINIĘ PUBLICZNĄ	Zrozumienie obaw i potrzeb opinii publicznej ma kluczowe znaczenie. Wykorzystaj istniejące lub wprowadź nowe narzędzia monitoringu do monitorowania opinii publicznej. Pomoże Ci to lepiej odpowiedzieć na ich potrzeby poprzez dostosowaną komunikację.	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony
MONITORUJ NOŚNIKI	Monitoruj, co media donoszą o kryzysie. Dobre relacje z kluczowymi dziennikarzami i mediami pomogą Ci w czasach kryzysu.	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony
INFORMUJ SPOŁECZNOŚĆ				
KRÓTKI RZECZNIK	Upewnij się, że wybrani rzecznicy cieszą się zaufaniem odbiorców, do których chcesz się zwrócić. Idealnie byłoby, gdyby wybrani rzecznicy przeszli szkolenie w zakresie komunikacji kryzysowej związanej ze szczepieniami.	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony
KOMUNIKUJ SIĘ Z PUBLICZNY	Regularnie komunikuj się ze społeczeństwem. Nawet w czasach niepewności pamiętaj o przekazaniu sześciu mechanizmów budowania zaufania: profesjonalizmu, obiektywizmu, empatii, szczerości, kompetencji i konsekwencji.(3)	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony
KOMUNIKUJ SIĘ Z GŁOSKA BEZDŹWIĘCZNA	Regularnie komunikuj się z mediami. Przygotowanie punktów do dyskusji i rozpowszechnienie ich wśród członków grupy koordynacyjnej pomaga ujednolicić wiadomości i utrzymać zaufanie.	- Nie rozpoczął	- W trakcie	- Zakończony

Głównym celem fazy gotowości jest prowadzenie bieżących działań komunikacyjnych w celu utrzymania i budowania zaufania publicznego do szczepionek, szczepień i władz je dostarczających. Kluczowe znaczenie ma dobre przygotowanie się na wydarzenia, które mogą podważyć zaufanie do szczepień.

Faza przygotowawcza nie jest wydarzeniem ad hoc, ale raczej ciągłym procesem utrzymywania relacji ze wszystkimi odpowiednimi zainteresowanymi stronami, informowania opinii publicznej w celu budowania odporności na dezinformację, monitorowania opinii publicznej i regularnego aktualizowania lub, jeśli nie jest jeszcze dostępna, ustanawiania mechanizm koordynacji i krajowe plany komunikacji w przypadku kryzysu związanego ze szczepieniami.

Populacje, które są dobrze poinformowane o szczepieniach, są mniej narażone na strach przed szczepionkami, dezinformację i plotki. W tabeli 1 przedstawiono kluczowe działania, które można rozważyć w fazie przygotowań.

Tabela 1. Faza gotowości – kluczowe działania

KLUCZOWE DZIAŁANIE	REKOMENDACJE	DOSTĘPNE PRZEWODNIKI DOKUMENTY
STWÓRZ SILNY INTERESARIUSZ SIECI	<p>Identyfikacja kluczowych interesariuszy i budowanie silnych relacji ma kluczowe znaczenie dla skutecznego komunikowania o szczepieniach w ogóle. Szczególnie w sytuacjach kryzysowych silne sieci pomogą Ci dostosować reakcję na kryzys i złagodzić negatywny wpływ na zaufanie publiczne w łatwiejszy i bardziej skoordynowany sposób.</p> <p>Zainteresowane strony mogą być zdecydowanymi orędownikami i mogą mieć wiedzę i dostęp do kluczowych grup populacji.</p> <p>Pamiętaj: buduj silne relacje, zanim pojawi się kryzys. Kryzys nie jest idealnym momentem na nawiązywanie nowych relacji.</p>	<p>Biuro Regionalne WHO dla Europy</p> <p>Zarządzanie interesariuszami(4)</p>
USTANOWIĆ KOORDYNACJĘ MECHANIZM	<p>Ustanowienie mechanizmu koordynacji (zwykle grupa koordynacyjna ds. kryzysu szczepionkowego), w tym elementu komunikacyjnego, oraz stworzenie planu komunikacji kryzysowej związanej ze szczepieniami. Umożliwi to budowanie relacji roboczych i opartych na współpracy z partnerami i współpracownikami, wzmocnienie bieżącej komunikacji na temat szczepień i zapewnienie dobrze skoordynowanej reakcji w oparciu o spójne komunikaty. Zadbaj o regularne spotkania, także wtedy, gdy nie ma kryzysu.</p> <p>Sugerowani członkowie: przedstawiciele ministerstwa zdrowia (wszystkich szczebli), instytucji zdrowia publicznego, instytucji i stowarzyszeń zdrowia publicznego, ministerstwa edukacji, krajowych organów regulacyjnych, organizacji badawczych, organizacji międzynarodowych, organizacji społeczeństwa obywatelskiego i organizacji zawodowych oraz innych odpowiednich interesariuszy, takich jak dziennikarze i eksperci ds. komunikacji.</p>	<p>Biuro Regionalne WHO dla Europy</p> <p>Wzór zakresu zadań dla grupy roboczej ds. komunikacji szczepionek(5)</p>
STWÓRZ PLAN KRYZYSOWY	<p>Stwórz plan kryzysowy związany ze szczepieniami, koncentrując się na gotowości do komunikacji i reagowaniu. Poszukaj informacji od członków mechanizmu koordynacji utworzonego na poprzednim etapie. Pomoże to w tworzeniu sojuszy i upewnieniu się, że wszyscy partnerzy i kluczowi interesariusze są po tej samej stronie.</p>	
MONITORUJ OPINIĘ PUBLICZNĄ	<p>Aby monitorować trendy, identyfikować potencjalny kryzys, zanim się rozwinie, oraz opracowywać dostosowane do potrzeb materiały i działania komunikacyjne oparte na dowodach, kluczowe znaczenie ma słuchanie społeczne, aby lepiej zrozumieć obawy, przekonania, postawy i praktyki społeczeństwa dotyczące szczepień. Można to przeprowadzić poprzez monitorowanie mediów społecznościowych, ankiety i badania jakościowe/iłościami.</p> <p>Śledzenie opinii publicznej i dezinformacji</p>	<p>Biuro Regionalne WHO dla Europy</p> <p>Cztery krytyczne elementy w toczących się pracach nad budowaniem i utrzymaniem zaufania(6)</p>

KLUCZOWE DZIAŁANIE	REKOMENDACJE	DOSTĘPNE PRZEWODNIKI DOKUMENTY
PRZYGOTUJ WIADOMOŚCI	<p>Wprowadzając nową szczepionkę, przygotuj z wyprzedzeniem kilka kluczowych informacji (choć może to nie być możliwe w przypadku nieprzewidzianych AEFI). Na przykład, wprowadzając szczepionkę HPV, można przygotować kluczowe przesłania dotyczące profilu bezpieczeństwa szczepionki, wirusów i chorób związanych z HPV oraz zgłaszanych wspólnych obaw (np. dotyczących płodności i szczepień przeciwko HPV). Zaleca się przeprowadzenie badań formatywnych przed wprowadzeniem jakiegokolwiek nowej szczepionki w celu poinformowania władz ds. zdrowia o istniejących przekonaniach, obawach i błędnych wyobrażeniach dotyczących nowej szczepionki i choroby, przed którą szczepionka ma chronić (np. raka szyjki macicy). Na podstawie wyników i konkretnego zapotrzebowania na informacje można przygotować dostosowane kluczowe przesłania i rozpowszechnić je wśród kluczowych odbiorców. Jeśli czas pozwoli, wiadomości powinny być wstępnie przetestowane, aby upewnić się, że udostępniane informacje zostaną odebrane zgodnie z przeznaczeniem. Na podstawie wstępnych testów komunikaty można następnie odpowiednio korygować, aby lepiej docierały do docelowych odbiorców.</p> <p>Główne zasady przygotowywania komunikatów:</p> <p>BĄDŹ DOKŁADNY. Cytuj fakty, dowody i dane.</p> <p>BĄDŹ SZCZERY. Nie próbuj ukrywać faktów.</p> <p>BĄDŹ PROSTY. Używaj jasnego, nietechnicznego języka i bez akronimów. Używając języka technicznego, upewnij się, że odpowiada on poziomowi zrozumienia docelowej grupy odbiorców.</p> <p>POŁOŻYĆ NACISK wartość szczepień w oparciu o analizę ryzyka i korzyści.</p>	<p>Biuro Regionalne WHO dla Europy</p> <p>Wprowadzenie nowej szczepionki – Lista kontrolna do planowania komunikacji i rzecznictwa(7)</p> <p>Przewodnik po badaniach jakościowych dotyczących wprowadzania nowych szczepionek(8)</p>
KOMUNIKUJ SIĘ Z PUBLICZNY	<p>Aby zbudować i utrzymać zaufanie do szczepionek i władz, które je dostarczają, kluczowe znaczenie ma prowadzenie regularnego dialogu z ludnością. Ważnym mechanizmem budowania zaufania jest dwukierunkowa komunikacja na zaufanych kanałach i platformach (np. media społecznościowe, wywiady telewizyjne, media drukowane).</p>	<p>Biuro Regionalne WHO dla Europy Odpowiedź na obawy dotyczące szczepień(9)</p> <p>Wskazówki dotyczące najlepszych praktyk: Jak reagować na głosowe zaprzeczanie szczepieniom w miejscach publicznych(10). Lewandowskiego i in.</p> <p>Podręcznik dotyczący komunikacji w sprawie szczepionki przeciwko COVID-19</p> <p>Fundusz Narodów Zjednoczonych na rzecz Dzieci (UNICEF) Komunikacja interpersonalna w celu szczepienia. Szkolenie dla pracowników pierwszej linii(11)</p> <p>Dzielenie się wiedzą o szczepieniach</p> <p>Mówiąc o szczepieniach(12)</p> <p>Centra Kontroli i Zapobiegania Chorobom Zestaw narzędzi do dotarcia do rodziców i pacjentów(13)</p> <p>Rozmowa z rodzicami na temat szczepień(14)</p> <p>Europejskie Centrum ds. Zapobiegania i Kontroli Chorób (ECDC) Komunikat w sprawie szczepień(15)</p>

Przygotowując się do reagowania na zdarzenie, należy dokładnie ocenić sytuację, aby zachować równowagę: komunikacja musi być przejrzysta, kompletna i terminowa, jeśli sytuacja wiąże się z potencjalnym zagrożeniem dla zdrowia publicznego, ale nie powinna wzmocniać drobnego zdarzenia lub zwracać uwagę na fałszywe twierdzenia, które mogą budzić niepotrzebne obawy.

W niniejszym podręczniku proponuje się trzetańowy model, który ma pomóc czytelnikom w ocenie sytuacji i zdefiniowaniu reakcji. Należy podkreślić, że każda sytuacja jest inna i wymaga dostosowanej reakcji dostosowanej do kontekstu sytuacji, a także docelowych odbiorców i sytuacji w kraju.

Oceń rodzaj zdarzenia związanego ze szczepionką

Zdarzenia związane ze szczepionkami, które mogą przerodzić się w kryzys, można podzielić na trzy kategorie: AEFI, zmiana systemu lub harmonogramu szczepień lub negatywna debata/publikacja publiczna lub medialna (ryc. 3).

Ryc. 3. Rodzaje zdarzeń związanych ze szczepieniami



ZDARZENIA NIEPOŻĄDANE PO SZCZEPIENIU (AEFI) które są (słusznie lub niesłusznie) kojarzone ze szczepionkami lub szczepieniami i mogą powodować niepewność lub brak zaufania wśród opinii publicznej

Przykład: zespół nagłej śmierci łóżeczkowej (SIDS) po szczepieniu



ZMIANY W SYSTEMIE LUB HARMONOGRAMIE SZCZEPIEŃ co może powodować niepewność wśród opinii publicznej

Przykłady: wprowadzenie nowej szczepionki, kampanie masowych szczepień, zawieszenie szczepionki lub tymczasowe wycofanie szczepionki



NEGATYWNA DEBATA PUBLICZNO-MEDIALNA/ PUBLIKACJA w sprawie szczepień, co może wywołać niepewność i brak zaufania wśród społeczeństwa

Przykłady: nowe krytyczne badania naukowe, historie w mediach społecznościowych lub krytyczne doniesienia w mediach

Uwaga: ta liczba nie przedstawia wyczerpującej listy wydarzeń. Inne wydarzenia związane ze szczepieniami i/lub programem szczepień mogą również potencjalnie przerodzić się w kryzys.

Źródło: Zaadaptowano z wytycznych, które są częścią biblioteki informacyjnej dotyczącej bezpieczeństwa szczepionek, w szczególności Jak zapewnić odpowiednią do kontekstu reakcję na zdarzenia, które mogą podważyć zaufanie. (16)

Niektóre zdarzenia można przewidzieć, a nawet zaplanować, inne mogą pojawić się ad hoc. Podczas gdy wprowadzenie nowej szczepionki lub zmiana harmonogramu szczepień to planowane działania oparte na procesie decyzyjnym, AEFI lub bezpodstawne oskarżenia złożone przez potężną grupę antyszczepionkową mogą nagle zyskać powszechną uwagę. Tak różne wydarzenia wymagają różnych reakcji.

Zbierać informacje

Rozważ pięć W: kto, co, kiedy, gdzie i dlaczego, jak przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Zbieranie informacji w celu zrozumienia zdarzenia

ZNAJDŹ ODPOWIEDZI NA PYTANIA: Co się stało? Jak poważne to jest? Kto jest zamieszany?

Kto mógł wpłynąć na wpływ? Pomyśl o aktywnych i pasywnych influencerach. Która szczepionka jest (słusznie lub niesłusznie) powiązana z tym wydarzeniem?

Jaka może być przyczyna zdarzenia?

Gdzie i kiedy to się stało?

ZAPOZNAJ SIĘ Z KONTEKSTEM SWOJEGO KRAJU: Wskaźniki wyszczeplenia (odnotowany wzrost/spadek) Ewentualne debaty na temat bezpieczeństwa szczepionek w mediach/mediach społecznościowych

POTENCJALNE ŹRÓDŁA INFORMACJI: System

raportowania monitorowania AEFI

Eksperti z Ministerstwa Zdrowia i Instytutu Zdrowia Publicznego Lokalni

pracownicy służby zdrowia

Personel laboratoryjny, monitorujący, nadzorujący, zaopatrzeniowy i logistyczny (w zależności od rodzaju imprezy)

Krajowy organ regulacyjny

Inne odpowiednie ministerstwa (np. ministerstwo edukacji)

Eksperti i doradcy ds. szczepień

Oceń potencjalny wpływ

Oceń, czy wydarzenie ma potencjał, aby mieć **NISKI**, **ŚREDNI** lub **WYSOKI** wpływ na zaufanie.

NISKI POTENCJALNY WPŁYW

PRZYKŁADY: Szczepionka zostaje zastąpiona tylko nieznacznie przekonfigurowanym produktem; wydarzenia bez uwagi opinii publicznej ani relacji w mediach (społecznościowych).

CZYNNOŚCI ZWIĄZANE Z KOMUNIKACJĄ: Utrzymywać skuteczną komunikację, aby zapewnić publiczne zaufanie do szczepień; angażować się w rutynową komunikację; uważnie śledzić debatę publiczną.

ŚREDNI POTENCJALNY WPŁYW

PRZYKŁADY: Wydarzenie w innym kraju (takie jak zmiana harmonogramu) ze szczepionką stosowaną w twoim kraju; na tym etapie wydarzenie nie przyciąga uwagi mediów, ale można było spodziewać się zainteresowania mediów; niewielki AEFI lub mało prawdopodobny związek ze szczepieniem, a media ograniczają się do jednego obszaru lokalnego; fałszywe twierdzenie popularnego influencera w mediach społecznościowych, które zaczyna krążyć po kraju. Należy wspomnieć, że zdarzenia o średnim wpływie mogą przekształcić się w zdarzenia o dużym wpływie, jeśli sytuacja ulegnie zmianie lub reakcja nie zostanie odpowiednio i na czas zarządzana.

CZYNNOŚCI ZWIĄZANE Z KOMUNIKACJĄ: Przygotuj się na potencjalną debatę publiczną na ten temat.

Zacznij opracowywać wiadomości; udostępni je kluczowym interesariuszom, rzecznikom i partnerom (np. z którymi mogą kontaktować się media lub opinia publiczna).

W stosownych przypadkach zacznij komunikować się z wybranymi odbiorcami, ale jeszcze nie z szerszym gronem odbiorców.

Aktywuj swoją sieć interesariuszy.

Kontynuuj monitorowanie i gromadzenie informacji o wydarzeniu i opinii publicznej.

WYSOKI POTENCJALNY WPŁYW

PRZYKŁADY: Śmierć po szczepieniu (dochodzenie w toku); klaster mniejszych AEFI; wydarzenia z udziałem dzieci, osób starszych, kobiet w ciąży lub grup szczególnie wrażliwych; wprowadzenie nowej szczepionki; wycofanie szczepionki; zawieszenie szczepień, kampania masowych szczepień; wprowadzająca w błąd, ale potężna historia/publikacja, która przyciąga wiele negatywnej uwagi mediów (społecznościowych).

ODPOWIEDZ NATYCHMIAST: Wykonaj kroki opisane w Fazie 2: Reakcja na kryzys.

Konkretne przykłady przypadków dla każdej kategorii zdarzeń przedstawiono w załączniku 1.

Ryc. 4 ilustruje różne strategie komunikacji w zależności od wpływu, jaki wydarzenie może mieć na zaufanie społeczeństwa do szczepień i władz, które je przeprowadzają. Aby uzyskać więcej informacji, zapoznaj się z sekcją Jak zapewnić odpowiedź kontekstową na zdarzenia, które mogą podważyć zaufanie (16).

Rys. 4. Strategie komunikacji oparte na ocenie wpływu

NIEWIELKI WPŁYW

**KONTYNUUJ Z RUTYNĄ
KOMUNIKACJĄ.**

BYĆ PRZYGOTOWANYMI!

=> FAZA 1: PRZYGOTOWANIE

ŚREDNI WPŁYW

**NIE KOMUNIKUJ SIĘ Z PUBLICZNOŚCIĄ
JUŻ.**

**=> INTENSYFIKACJA WYSIŁKU PRZYGOTOWANIA I
BĄDŹ GOTOWY NA KRYZYS
ODPOWIEDŹ.**

DUŻY WPŁYW

ODPOWIEDZ NATYCHMIAST!

=> PRZEJDŹ DO

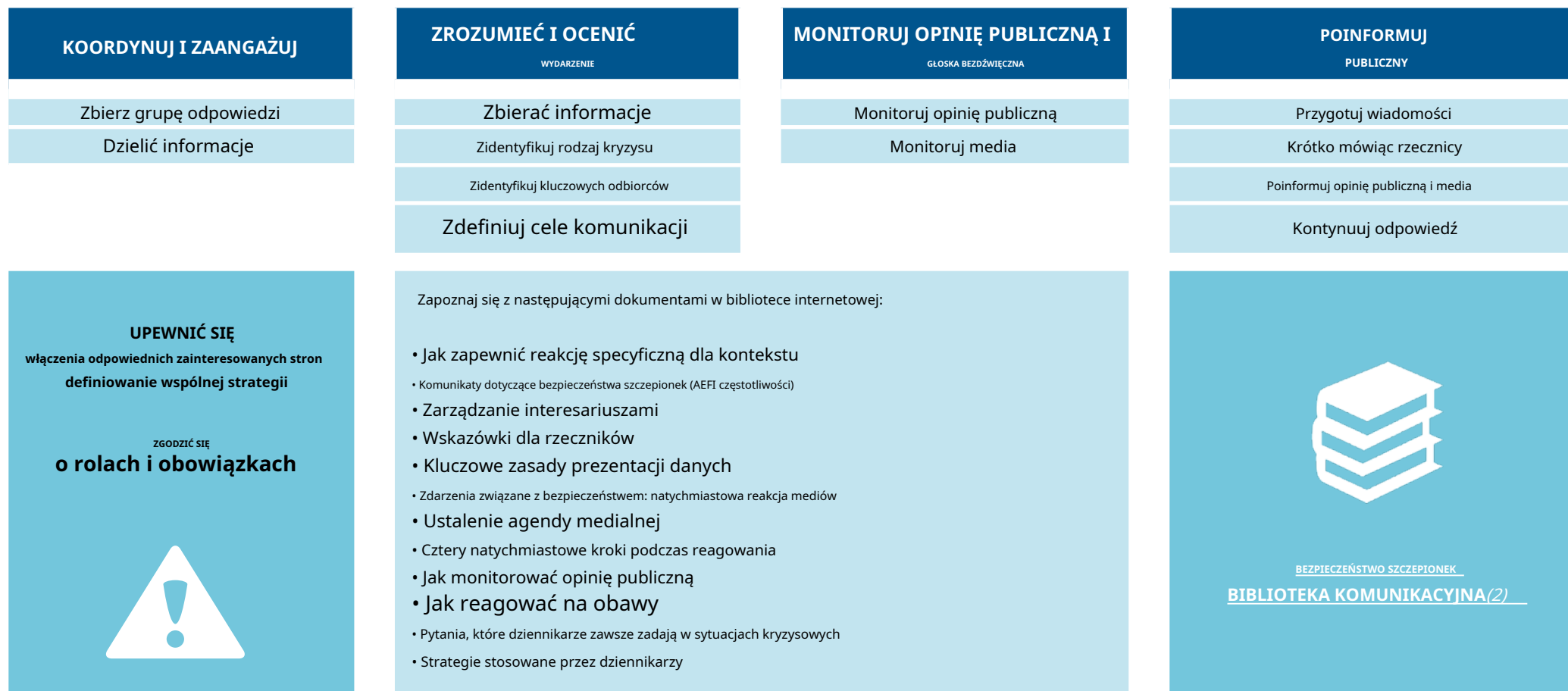
FAZA 2: REAGOWANIE NA KRYZYS.

Poniższe działania są przeznaczone dla zdarzeń sklasyfikowanych jako potencjalnie **duży wpływ na zaufanie publiczne**. Można również rozważyć działania opisane w tym rozdziale **średni wpływ** wydarzeń, które mogą przerodzić się w kryzys na pełną skalę.

Twoja reakcja w pierwszych godzinach i dniach kryzysu szczepionkowego pomoże określić dalszy rozwój i wynik kryzysu. Postępuj zgodnie z punktami działań w fazie reagowania (ryc. 5), aby skutecznie zarządzać pierwszymi dniami rzeczywistego kryzysu.

PAMIĘTAĆ! Już w początkowej fazie reakcji kluczowa jest przejrzysta komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna. Nawet jeśli gromadzenie informacji wciąż trwa, pełne i dokładne przekazywanie tego, co już wiesz, jest przejrzyste i buduje zaufanie.

Ryc. 5. Reakcja kryzysowa – kluczowe działania komunikacyjne



Zbierz grupę koordynującą kryzys szczepionkowy

W sytuacji kryzysowej zbierz grupę koordynacyjną ds. kryzysu szczepionkowego utworzoną na etapie przygotowań (patrz glosariusz) i uruchom plan komunikacji w przypadku kryzysu szczepionkowego.

Kluczowe znaczenie ma regularne gromadzenie wszystkich kluczowych interesariuszy od samego początku kryzysu. Zastanów się, która metoda rozpowszechniania informacji w grupie może zostać zastosowana w ciągu kilku godzin: e-mail, komunikatory, drzewo telefoniczne. Jeśli to możliwe, spotkaj się twarzą w twarz lub online, aby szybko uzyskać informacje i przeprowadzić burzę mózgów.

Więcej informacji można znaleźć w następujących dokumentach:

- Zarządzanie interesariuszami(4)
- Cztery natychmiastowe kroki w przypadku reagowania na zdarzenie, które może podważyć zaufanie(17)
- Wzór zakresu uprawnień dla grupy roboczej ds. komunikacji szczepionek (5)



BEZPIECZEŃSTWO SZCZEPIONEK
KOMUNIKACJA
BIBLIOTEKA(2)

Dzielić informacje

Regularna wymiana informacji z grupą reagowania kryzysowego i innymi ważnymi interesariuszami zapewnia współpracę wszystkich stron w celu osiągnięcia wspólnych celów. Ponadto mechanizm regularnego udostępniania informacji za pośrednictwem poczty elektronicznej, telefonu, grup komunikatorów lub podczas spotkań bezpośrednich lub internetowych tworzy dwukierunkowy strumień komunikacji, który umożliwia interesariuszom wzajemne aktualizowanie się. W ten sposób mogą przekazywać mediom te same komunikaty, szybciej wykrywać plotki i nowe wydarzenia oraz szybciej rozpowszechniać komunikaty wśród różnych kluczowych odbiorców.

REAGOWANIE KRYZYSOWE > ODPOWIEDŹ NA KOMUNIKACJĘ PROJEKTOWĄ

Zidentyfikuj kluczowych odbiorców

Wiedza o tym, kim są kluczowi odbiorcy, pozwala na przesyłanie komunikatów

oraz działania, które należy dostosować do konkretnych potrzeb, obaw i obaw różnych grup ludności lub zainteresowanych stron (tabela 3).

Na początku kryzysu szczepionkowego należy szybko ocenić opinię publiczną na temat szczepień (lub konkretnej szczepionki) (więcej informacji patrz 2.3. Monitorowanie opinii publicznej i mediów). Aby upewnić się, że Twoje wiadomości docierają do właściwych odbiorców, możesz pogrupować odbiorców docelowych w osobne kategorie w zależności od ich poziomu wpływu i tego, jak mogą być dotknięci kryzysem (tabela 3).

Rozważ cechy odbiorców:

- najbardziej dotknięty/nie dotknięty
- zagrożony/nie zagrożony
- łatwo/trudno dostępne
- w określonych grupach językowych, płciowych lub wiekowych
- pod wpływem norm kulturowych lub religijnych
- posiada wiedzę/nie posiada wiedzy
- w określonej lokalizacji geograficznej
- influencerzy/nie influencerzy.

Tabela 3. Przykład klasyfikacji kluczowych odbiorców

GRUPA I: NAJBARDZIEJ DOTKNIĘTE KRYZYSEM	GRUPA II: AKTYWNYCH INFLUENCERÓW	GRUPA III: PASYWNYCH INFLUENCERÓW
<p>Populacje najbardziej dotknięte kryzysem.</p> <p>Kim są kluczowi odbiorcy, różni się w zależności od kryzysu. Ponieważ każdy kryzys jest inny i wymaga reakcji dostosowanej do kontekstu, ważne jest przeprowadzenie oceny w celu określenia, kim są kluczowi odbiorcy i jakie są ich potrzeby komunikacyjne.</p> <p>Przykład: rodzice, których dziecko cierpiało na reakcję alergiczną (anafilaksję) na składnik szczepionki.</p>	<p>Ci, którzy bezpośrednio wpływają na postrzeganie lub zachowania Grupy I. Pomagają Grupie I wprowadzić sugerowaną zmianę zachowania.</p> <p>Mogą to być:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pracownicy służby zdrowia (np. lokalni lekarze pierwszego kontaktu, pielęgniarki zajmujące się szczepieniami); • lokalni liderzy; • przywódcy religijni; • liderzy opinii; • społeczność lokalna i członkowie rodzin; • organizacje społeczne; • rodzice i dziadkowie; • nauczyciele; • dziennikarze, influencerzy w mediach społecznościowych; • personel ds. szczepień na poziomie dystryktu. 	<p>Ci, których działania pośrednio pomagają lub utrudniają postrzeganie lub zachowanie Grupy I. Ich reakcje są osadzone w szerszych czynnikach społecznych, kulturowych i politycznych i mogą być wykorzystane do stworzenia środowiska sprzyjającego utrzymaniu pożądanej zmiany zachowania. Mogą to być:</p> <ul style="list-style-type: none"> • naukowcy; • osoby wpływowe, takie jak popularni pracownicy służby zdrowia; • politycy; • decydenci; • partnerzy; • Organizacja Narodów Zjednoczonych i inne organizacje międzynarodowe; • organizacje pozarządowe; • zespoły mobilizacji społecznej; • organizacje społeczeństwa obywatelskiego; • blogerzy; • ci, którzy sprzeciwiają się poglądom władz ds. zdrowia.

Zdefiniuj cele i działania komunikacyjne

W oparciu o swoją wiedzę na temat wydarzenia i kluczowych odbiorców zdefiniuj cele komunikacji i określ działania, które należy podjąć (Tabela 4). Cele powinny reprezentować pożądane zachowania, które chciałbyś utrzymać lub osiągnąć, a działania, które należy podjąć, powinny zmierzać do doprowadzenia do tej zmiany.

Tabela 4. Przykładowe cele i działania komunikacyjne

CELE	DZIAŁANIA
Głównym celem powinno być utrzymanie lub przywrócenie zaufania ogółu społeczeństwa do szczepień jako interwencji zdrowotnej ratującej życie. Dalszymi celami powinno być motywowanie społeczeństwa i/lub osiągnięcie wzajemnego zrozumienia w kwestiach związanych ze szczepieniami i programem szczepień.	<p>Działania powinny koncentrować się na odbiorcach. Zdefiniuj 2-6 działań, które będą wspierać realizację Twoich celów.</p> <p>Działania powinny być dostosowane do rodzaju kryzysu i obejmować rozpowszechnianie opartych na dowodach informacji o faktach związanych z kryzysem.</p>
<p>PRZYKŁAD</p> <p>Niemowlę zmarło z powodu zespołu nagłej śmierci niemowląt (SIDS) w ciągu 24 godzin po szczepieniu w lokalnym ośrodku zdrowia. Wstępne dowody wskazują na brak związku przyczynowego między śmiercią a szczepionką.</p> <p>CEL: utrzymanie (lub przywrócenie) zaufania społecznego do podawanej szczepionki i do krajowego programu szczepień ochronnych, w tym do pracowników służby zdrowia.</p> <p>OKREŚL DZIAŁANIA, KTÓRE NALEŻY PODJĄĆ: możliwe działania, które należy podjąć w tym przykładzie, mogą obejmować:</p> <p>powiadomić o zdarzeniu i jak najszybciej o wyniku wstępnego dochodzenia w sprawie oceny związku przyczynowego; założyć całodobową infolinię, aby odpowiedzieć na pytania dotyczące bezpieczeństwa szczepionek i szczepień.</p> <p>angażować liderów społeczności;</p> <p>współpracować z lokalnymi mediami;</p> <p>udzielać informacji na temat ogólnej skali korzyści i ryzyka związanego ze szczepieniem oraz konkretnej szczepionki w lokalnych placówkach służby zdrowia i ośrodkach społecznych.</p>	

Przygotuj wiadomości

Teraz przygotuj wiadomości odnoszące się do konkretnego wydarzenia (Tabela 5). Przygotowanie wiadomości ma na celu umożliwienie sprawniejszej i szybszej odpowiedzi. Kluczowe znaczenie ma udostępnianie tych informacji swojej sieci i kluczowym zainteresowanym stronom, aby upewnić się, że komunikaty są spójne, aby uniknąć mieszania komunikatów, tak aby opinia publiczna miała pewność, że władze zarządzają sytuacją i komunikują się w przejrzysty sposób. Zobacz tabelę 6, aby zobaczyć konkretny przykład dostosowania komunikatów do różnych odbiorców docelowych.

Rozważ następujące wskazówki:

- Dowiedz się, jakie wiadomości chcesz wysłać do docelowych odbiorców; i co chcesz osiągnąć za pomocą wiadomości.
- Pamiętaj, aby wstępnie przetestować wiadomości i odpowiednio je poprawić, aby lepiej docierały do docelowych odbiorców.
- Jeśli doszło do urazu lub śmierci, należy szczerze przekazać współczucie rodzinom dotkniętym chorobą.
- W stosownych przypadkach i w oparciu o dostępne dowody uwzględnić ryzyko i korzyści związane ze szczepieniami i chorobami, którym można zapobiegać poprzez szczepienia

podstawowe przesłanie, że szczepionka jest bezpieczna i skuteczna i powinna być nadal podawana w celu ochrony ludzi przed daną chorobą zakaźną.

- Wiadomości powinny być krótkie, zwięzłe i oparte na dowodach.
- Stwórz serię komunikatów dla każdej grupy docelowej i poprzyj swoje argumenty faktami/dowodami (odwołaj się do renomowanych źródeł).

Tabela 5. Możliwe komunikaty związane z różnymi zdarzeniami o potencjalnie dużym wpływie

KIEDY NIE MASZ ŻADNYCH LUB BARDZO OGRANICZONYCH INFORMACJI

Nasze najgłębsze współczucie kierujemy do osób dotkniętych.

Angażujemy wszystkie dostępne zasoby w zbadanie tego niefortunnego incydentu i robimy wszystko, co w naszej mocy, aby jak najszybciej znaleźć przyczynę. Będziemy Państwa informować i regularnie przekazywać informacje za pośrednictwem naszej strony internetowej www.xxxxx.zz oraz codziennych briefingu prasowych w Ministerstwie Zdrowia.

KIEDY BĘDZIE WIĘCEJ WIEDZIEĆ O WYDARZENIU

Nasze najgłębsze współczucie kierujemy do osób dotkniętych.

Szczepienia ratują życie i zapobiegają cierpieniu. Ryzyko poważnych działań niepożądanych jest bardzo małe. Niektóre łagodne i częstsze działania niepożądane, które mogą wystąpić, obejmują lekką wysypkę i gorączkę. Korzyści ze szczepienia znacznie przewyższają minimalne ryzyko wystąpienia poważnych działań niepożądanych po szczepieniu.

Na przykład: 1 na 1 000 000 zaszczepionych osób może cierpieć na poważną reakcję alergiczną (anafilaksję).





Szczepionka jest prekwalfikowana, co oznacza, że została zatwierdzona przez WHO. Przed kwalifikacją wstępną została poddana rygorystycznym testom w ramach procedur klinicznych i terenowych. Po wstępnej kwalifikacji WHO regularnie kontroluje zakłady produkcyjne w celu zapewnienia zgodności z dobrą praktyką produkcyjną.

Dowody naukowe wskazują, że szczepionki skojarzone oszczędzają czas i pieniądze dzięki mniejszej liczbie wizyt w klinice, zmniejszają dyskomfort dziecka dzięki mniejszej liczbie zastrzyków i zwiększają prawdopodobieństwo, że dziecko otrzyma pełny zestaw szczepień zgodnie z krajowym harmonogramem.

Pomimo wysokiego wskaźnika szczepień przeciwko [wstawić nazwę choroby, której można zapobiegać poprzez szczepienia], niektóre dzieci wciąż nie są szczepione, przez co pozostają w grupie ryzyka.

Nasz kraj podjął wszelkie niezbędne kroki, aby uniknąć przyszłego wybuchu epidemii [wstawić nazwę choroby, której można zapobiegać poprzez szczepienia], inicjując kampanię szczepień [wstawić nazwę choroby, której można zapobiegać poprzez szczepienia].

Tabela 6. Przykład dopasowania komunikatów do różnych odbiorców docelowych

SCENARIUSZ: DZIEWCZYNA Z POWAŻNĄ CHOROBAŁĄ PODSTAWOWĄ ZMARŁA PO SZCZEPIENIU HPV Wyrażanie kondolencji; podkreślając fakt, że dochodzenie jest w toku; wstępne ustalenia sugerują, że nie ma związku przyczynowego między zgonem a szczepionką.	
ODBIORCY DOCELOWI: OGÓLNA PUBLICZNOŚĆ Liczne badania dowiodły bezpieczeństwa i skuteczności szczepionki HPV w ochronie młodych dziewcząt i kobiet przed serią nowotworów związanych z HPV, w tym rakiem szyjki macicy, który każdego roku odpowiada za ponad 30 000 zgonów w europejskim regionie WHO. Kontynuacja szczepień ma zatem kluczowe znaczenie.	
ODBIORCY DOCELOWI: PRACOWNICY SŁUŻBY ZDROWIA Liczne badania, w tym randomizowane badania fazy III, dowiodły bezpieczeństwa i skuteczności szczepionki HPV w zapobieganiu zakażeniom HPV wysokiego ryzyka i późniejszej karcynogenezie. Badania te nie wykazały żadnego związku między rozwojem tego podstawowego stanu a szczepionką przeciwko HPV.	
GRUPA DOCELOWA: RODZICE I OPIEKUNI Liczne badania wykazały, że szczepionka przeciw HPV jest bezpieczna i skuteczna i została pomyślnie wprowadzona w ponad 100 krajach na całym świecie. Szczepionka HPV w połączeniu z regularnymi badaniami przesiewowymi jest najlepszym, najbezpieczniejszym i najskuteczniejszym narzędziem, jakim dysponujemy, aby chronić Twoje córki przed nowotworami związanymi z HPV.	
ODBIORCY DOCELOWI: LUDZIE MIESZKAJĄCY W SPOŁECZNOŚCI DOTKNIĘTEJ Ważne jest, aby nadal szczepić się przeciwko HPV, ponieważ jest to najskuteczniejsze i najbezpieczniejsze narzędzie zapobiegania nowotworom związanym z HPV, w tym rakowi szyjki macicy, który każdego roku zabija ponad 30 000 kobiet w regionie europejskim i może pozostawić kobietę bez możliwości rodzenia dzieci i założenia własnej rodziny.	

Więcej przykładów wiadomości można znaleźć w następującym dokumencie: Jak przygotować mapę wiadomości(18)

Wybierz kanały komunikacji

Wybierając odpowiednie kanały komunikacji do przekazywania swoich wiadomości (Tabela 7), zastanów się, które kanały najlepiej wykorzystać, aby dotrzeć do kluczowych odbiorców, a tym samym osiągnąć swój cel. Określ, w jaki sposób kluczowi odbiorcy otrzymują informacje dotyczące zdrowia i na kim mogą polegać, jeśli chodzi o porady i wskazówki dotyczące zdrowia.

Tabela 7. Narzędzia i kanały komunikacji

NARZĘDZIA	KANAŁY
<ul style="list-style-type: none"> • Informacje prasowe, konferencje prasowe • Wywiady medialne, komentarze i artykuły opiniotwórcze • Ogłoszenia usług publicznych • Broszury, banery, plakaty • Występy radiowe i telewizyjne • Informacyjne strony internetowe • Podcasty, blogi, vlogi, filmy • Pytania i odpowiedzi na żywo • Chatboty, aplikacje na telefon • Szkolenia, webinaria, wykłady • Infolinia 	<ul style="list-style-type: none"> • Media tradycyjne (gazety, telewizja, radio, wiadomości internetowe) • Media społecznościowe • Sieci społecznościowe i spotkania • Sieci (rodzice, pracownicy służby zdrowia itp.) • Partnerzy (WHO, UNICEF, organizacje pozarządowe, organizacje lokalne itp.) • Blogerzy i influencerzy w mediach społecznościowych • Interpersonalne (pracownicy służby zdrowia, nauczyciele, przywódcy religijni, inni) • Bezpośrednie spotkania z zainteresowanymi odbiorcami (np. rodzicami, pracownikami służby zdrowia)

Więcej informacji można znaleźć w następujących dokumentach:

- Cztery kluczowe elementy trwających prac nad budowaniem i utrzymaniem zaufania⁽¹⁹⁾
- Jak przygotować mapę wiadomości⁽¹⁸⁾
- Jak przygotować informację prasową⁽²⁰⁾
- Ustalenie agendy medialnej⁽²¹⁾
- Zdarzenia związane z bezpieczeństwem: planowanie natychmiastowej reakcji mediów⁽²²⁾
- Skuteczne przekazywanie danych dotyczących szczepień⁽²³⁾

Monitoruj opinię publiczną i media

Monitorowanie opinii publicznej na temat szczepionek, szczepień, organów ds. zdrowia i innych istotnych tematów przed kryzysem i w jego trakcie może pomóc w skuteczniejszym reagowaniu. Mechanizmy monitorowania, w tym nasłuchiwanie społeczne, powinny być kontynuowane i rozszerzane w razie potrzeby w przypadku wystąpienia kryzysu. Pozwoli to lepiej zrozumieć, jakie są myśli, przekonania i obawy ludności oraz jak zmieniają się one w trakcie kryzysu. Kilka strategii monitorowania opinii publicznej przedstawiono w tabeli 8.

Monitorowanie opinii publicznej umożliwi Ci:

- lepiej zrozumieć odbiorców;
- zrozumieć, jakie ramy wiadomości rezonują z docelowymi odbiorcami;
- skutecznie i adekwatnie reagować na plotki i nieporozumienia;
- stale aktualizować i dostosowywać strategię komunikacji w celu budowania odporności na obawy związane z bezpieczeństwem szczepionek;
- osiągnąć cele komunikacyjne.

Oprócz zbierania informacji za pośrednictwem sieci osobistych i zawodowych oraz tradycyjnych mediów, zasubskrybuj usługi, które oferują monitorowanie mediów społecznościowych z codziennymi raportami na kluczowe tematy i trendy. Regularnie sprawdzaj najbardziej odpowiednie strony internetowe i media społecznościowe, aby śledzić debatę na temat szczepionek i szczepień ochronnych. Dzięki temu będziesz mógł odpowiednio planować, aktualizować i dostosowywać swoją strategię komunikacji.

Tabela 8. Strategie monitorowania opinii publicznej

PROWADZ MONITORING MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH	Dostępnych jest wiele usług i programów służących do identyfikowania, gromadzenia i analizowania odpowiednich rozmów w mediach społecznościowych oraz trendów w opinii publicznej.
TRADYCYJNE MEDIA	Śledź raporty i komentarze publiczne w krajowych i międzynarodowych serwisach informacyjnych.
PRZEPROWADŹ SZYBKĄ ANALIZĘ	Zrozumienie poziomów wiedzy i postaw wobec szczepień, świadczenia usług i władz ds. zdrowia poprzez badania jakościowe lub ilościowe (np. odpowiednio z grupami fokusowymi lub ankietami internetowymi).
ZBIERZ INFORMACJE Z INFORMACJI PUBLICZNEJ LUB Z CHATBOTA	Stworzenie infolinii telefonicznej lub na czacie w celu uzyskania odpowiedzi na pytania opinii publicznej. Zarejestruj się i analizuj pytania. Upewnij się, że przydzieliłeś wystarczające zasoby ludzkie i budżetowe na utworzenie i utrzymanie takiej gorącej linii. Przeszkolony personel powinien obsługiwać infolinię, aby zapewnić rozpowszechnianie informacji opartych na dowodach. Ponadto personel powinien zostać przeszkolony w zakresie reagowania na osoby wyrażające obawy i obawy związane ze szczepieniami.
ZBIERZ INFORMACJE OD PRACOWNIKÓW SŁUŻBY ZDROWIA	Poproś pracowników służby zdrowia o zgłaszanie pytań zadawanych przez rodziców, opiekunów, pacjentów i opinię publiczną; szczególnie wtedy, gdy zadawane są nowe pytania i pojawiają się nowe błędne wyobrażenia.
KORZYSTAJ Z SIECI	Zapytaj swoją grupę interesariuszy, współpracowników, organizacje partnerskie, stowarzyszenia zawodowe, przyjaciół, rodziny i krewnych o ich opinie i spostrzeżenia. Poproś ich o poinformowanie cię, jeśli usłyszą o krążących plotkach.

Krótko mówiąc rzecznicy

W idealnej sytuacji rzecznicy powinni zostać przeszkoleni w zakresie zarządzania kryzysowego i zarządzania mediami na etapie przygotowań. Rzecznicy powinni być dobrze poinformowani i rozważyć następujące kwestie, kiedy. Przygotowując się do rozmowy kwalifikacyjnej:

- Dowiedz się, jakie konkretne kwestie związane z kryzysem mają zostać omówione.
- Zrozumieć agendę/punkt widzenia mediów.
- Wyjaśnij, co ankieter i rozmowa mają nadzieję osiągnąć.
- Odpowiednio przygotuj kluczowe przesłania.
- Dokładnie sprawdź fakty.
- Zastanów się, czy są to właściwe osoby, aby odpowiedzieć na oczekiwane pytania.
- Wyjaśnij, kto przeprowadzi wywiad, jak długo będzie trwał i czy będzie on transmitowany na żywo, czy wcześniej nagrany.
- Dowiedz się, kto jeszcze zostanie przesłuchany, i zbadaj ich prawdopodobny program/punkt widzenia.
Rozważ odmowę udziału, jeśli „dyskusja panelowa” wykaże fałszywą równowagę (np. przyznanie równego czasu antenowego opiniom opartym na dowodach i nieopartym na dowodach).
- Symuluj możliwe scenariusze – i przygotuj się na radzenie sobie z niepewnością.
- Trenuj, ćwicz i przygotowuj się szczegółowo.

Komunikuj się z publicznością

Kluczowe znaczenie ma wybór odpowiedniej reakcji na kryzys lub zdarzenie związane ze szczepionką, aby utrzymać zaufanie opinii publicznej do szczepień. Wybierając odpowiednią reakcję, należy przeanalizować sytuację (rodzaj wydarzenia, grupa docelowa itp.), aby odpowiedzieć w sposób wyważony (patrz 1.2. Wiedzieć, kiedy się komunikować).

Podczas komunikowania się z opinią publiczną należy wziąć pod uwagę następujące kwestie:

- Jeśli pozwala na to czas, przetestuj wiadomości na małej, reprezentatywnej grupie, aby zidentyfikować te, które są najbardziej zrozumiałe i skuteczne.
- Staraj się jako pierwszy przekazywać wiadomości – dobre lub złe. Dzięki temu możesz wpłynąć na sposób przedstawienia wydarzenia, zanim ktoś inny ukształtuje narrację. Bądź ostrożny i uważnie analizuj sytuację, ponieważ nie chcesz wywoływać niepotrzebnego niepokoju.
- Regularnie informować opinię publiczną o poczynionych postępach; korzystaj z różnych kanałów komunikacji (strony internetowe, media, media społecznościowe, infolinie, spotkania z prasą).
- Zrozumieć nastawienie społeczeństwa i uznać jego obawy i obawy (również szanować zachowania związane z przekonaniami, kulturą i postrzeganiem ryzyka). Przygotuj wiadomości, aby spróbować wypełnić lukę informacyjną między ekspertami a opinią publiczną.
- Bądź bardzo widoczny i proaktywny, jeśli sytuacja tego wymaga.
- Postaraj się, aby wszyscy interesariusze mówili jednym głosem.
- Unikaj atakowania wiarygodności osób o wysokiej postrzeganej wiarygodności, nawet jeśli się z nimi nie zgadzasz.
- Szukaj, angażuj i szeroko korzystaj ze wsparcia wiarygodnych stron trzecich (influencerów, środowiska akademickiego, ekspertów technicznych i innych).
- Podczas komunikowania się z opinią publiczną staraj się, aby Twoje działania były widoczne. Na przykład, jeśli wybitny przedstawiciel ministerstwa zdrowia odwiedza szkołę, w której doszło do AEFI, aby porozmawiać z rodzicami i nauczycielami i wysłuchać ich obaw, upewnij się, że zostanie to przekazane w namacalny, widoczny sposób, jeśli to konieczne.

Komunikuj się z mediami

W niektórych sytuacjach będziesz musiał odpowiedzieć na prośby mediów; w innych będziesz chciał być proaktywny i przyciągnąć lub zwiększyć uwagę mediów.

Może to być konieczne, jeśli chcesz ukształtować narrację i przedstawić docelowym odbiorcom fakty, zanim ktoś inny przedstawi nieprawdziwą historię o wydarzeniu.

Współpracując z mediami, pamiętaj, aby zaangażować i poinformować wszystkich w grupie koordynującej kryzys szczepionkowy, a także dzielić się informacjami z większą grupą interesariuszy. Zapobiega to mieszaniu wiadomości. Poinformuj ich o sytuacji, podziel się przygotowanymi wiadomościami i przejrzyj o kolejnych krokach. W kontaktach z mediami należy być dobrze przygotowanym. Upewnij się, że rzecznicy są przeszkoleni i mają:

- jasne zrozumienie wszystkich istotnych faktów (zarówno dotyczących wydarzenia, jak i kontekstu szczepień w Twoim kraju);
- przygotowane kluczowe przesłania i odpowiedzi na wszystkie możliwe trudne pytania, które można zadać;
- dobre relacje z mediami (wiedz, kto będzie przestrzegał uzgodnionych warunków i kto przedstawia uczciwe i wyważone poglądy, a także które media są śledzone i którym ufają Twoi kluczowi odbiorcy);
- jasne zrozumienie, które kanały najlepiej sprawdzają się w przypadku docelowych odbiorców (infolinie, media społecznościowe, radio, telewizja, inne);
- dobre relacje z kluczowymi interesariuszami, w tym liderami społeczności.

Kontynuuj odpowiedź

Przez cały czas trwania kryzysu szczepionkowego zapewnić wysoki poziom reagowania i dostosowywać działania do sytuacji.

Obawy i obawy opinii publicznej mogą ewoluować i mogą pojawić się nowe tematy. Muszą one zostać zidentyfikowane i mogą wymagać odpowiedzi. Po utworzeniu plotki mogą szybko krążyć wśród ludzi, którzy są niepewni, nie mają informacji opartych na dowodach lub kierują się określonym programem.

Skorzystaj z tej listy kontrolnej, aby kontynuować odpowiedź.

Kontynuuj:

- koordynować i informować wszystkich członków grupy koordynacyjnej ds. kryzysu szczepionkowego
- monitorować opinię publiczną, w tym monitorować media w celu identyfikacji trendów i nowych wydarzeń
- angażować aktywnych i pasywnych influencerów
- aktualizacja rzeczników
- regularnie aktualizować i wchodzić w interakcje z mediami
- regularnie aktualizować i spotykać się z zainteresowanymi stronami
- regularnie aktualizować kluczowe wiadomości oraz arkusze pytań i odpowiedzi (Q&A).
- informować opinię publiczną
- słuchać obaw i obaw opinii publicznej oraz skutecznie reagować.

Więcej informacji można znaleźć w następujących dokumentach:

- Wskazówki dla rzeczników(24)
- Pytania, które dziennikarze zawsze zadają w sytuacjach kryzysowych(25)
- Strategie stosowane przez dziennikarzy(26)

OCENA – KRÓTKI PRZEGLĄD

Na etapie oceny należy dokonać przeglądu odpowiedzi komunikacyjnej na wydarzenie związane z kryzysem szczepionkowym, aby zidentyfikować wyciągnięte wnioski. Zbadaj, czy cel i cele zostały osiągnięte oraz jakie działania można podjąć, aby osiągnąć lepsze wyniki w przyszłości (choć nie zawsze łatwo jest ocenić, czy cel, jakim jest utrzymanie zaufania, został osiągnięty).

Szczególną uwagę należy zwrócić na:

- koordynacja w ramach grupy ds. koordynacji ds. kryzysu szczepionkowego i innych kluczowych interesariuszy
- procesy związane z przejrzystością i komunikacją ze społeczeństwem
- zrozumienie perspektywy opinii publicznej i kluczowych odbiorców
- dobór komunikatów i kanałów komunikacji oraz ich skuteczność.

Chociaż kryzys szczepionkowy może się już skończyć, faza przygotowań do nowego potencjalnego kryzysu już się rozpoczęła. Oznacza to, że wszystkie zainteresowane strony muszą być świadome swoich ról i stale monitorować publiczne postrzeganie szczepień.

Na tym etapie należy rozważyć kluczowe działania przedstawione w tabeli 9.

Tabela 9. Ocena pokryzysowa – kluczowe działania komunikacyjne

KLUCZOWE DZIAŁANIE	REKOMENDACJE
PRZEPROWADŹ PRZEGLĄD POKRYZYSOWY	Każdy kryzys stanowi okazję do stworzenia silniejszych i bardziej odpornych programów, aby lepiej zarządzać wydarzeniami związanymi ze szczepionkami w przyszłości. W tym celu istotne jest przeprowadzenie pokryzysowego przeglądu reakcji komunikacyjnej na kryzys. Aby zapoznać się z przykładowymi pytaniami oceniającymi/przeglądowymi, zob. Załącznik 2.
OKREŚL WYCIĄGNIĘTE WNIOSKI	Przeгляд pokryzysowy służy określeniu wyciągniętych wniosków, a także mocnych i słabych stron działań komunikacyjnych programu. Na podstawie tej analizy można wprowadzić zmiany w celu poprawy przyszłych reakcji na potencjalne kryzysy szczepionkowe.
DZIEL SIĘ WYNIKAMI Z KLUCZOWYMI INTERESARIUSZAMI I PARTNERAMI	Przygotuj raport z wyciągniętymi wnioskami i podziel się nim z grupą koordynującą kryzys szczepionkowy i innymi kluczowymi zainteresowanymi stronami. W tym raporcie wskaż, co działało dobrze, a co można poprawić w przyszłości (np. czy mieszany przekaz był problemem, czy też wszyscy interesariusze i kanały komunikacji były zgodne?). Upewnij się, że ten raport jest przekazany w formie pisemnej, aby mógł stanowić podstawę przyszłych reakcji na sytuacje kryzysowe lub, jeśli to możliwe, odpowiednio zrewidować krajowy plan/strategię komunikacji kryzysowej (np. w jaki sposób można lepiej dopasować i rozpowszechniać komunikaty wśród zainteresowanych stron, aby zapewnić, że wszystkie oficjalne kanały komunikacji przemawiają jednym głosem).

- (1) Definicja tego terminu została przedstawiona w dokumencie Definicja i stosowanie terminów dotyczących nadzoru nad bezpieczeństwem farmakoterapii szczepionek. Raport grupy roboczej CIOMS/WHO w sprawie nadzoru nad bezpieczeństwem farmakoterapii szczepionek. Genewa: Światowa Organizacja Zdrowia; 2012 (https://www.who.int/vaccine_safety/initiative/tools/CIOMS_report_WG_szczepionka.pdf, dostęp 3 marca 2021 r.).
- (2) Biblioteka informacyjna dotycząca bezpieczeństwa szczepionek [strona internetowa]. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2021 (<http://www.euro.who.int/vaccinesafetycommunication>, dostęp 3 marca 2021).
- (3) Szczepienia i zaufanie. Jak powstają obawy i rola komunikacji w łagodzeniu sytuacji kryzysowych. Genewa: Światowa Organizacja Zdrowia; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/343299>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (4) Zarządzanie interesariuszami. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0004/337495/02_WHO_VaccineSafety_SupportDoc_StakeholderManagement_Proof8-3.pdf, dostęp 3 marca 2021 r.).
- (5) Wzór zakresu zadań dla grupy roboczej ds. komunikacji szczepionek. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/346185>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (6) Cztery kluczowe elementy trwających prac nad budowaniem i utrzymaniem zaufania. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/345958>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (7) Wprowadzenie nowych szczepionek – Lista kontrolna planowania komunikacji i rzecznictwa. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/346171>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (8) Przewodnik po badaniach jakościowych dotyczących wprowadzania nowych szczepionek. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2018 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/345953>, dostęp 3 marca 2021).
- (9) Reagowanie na obawy dotyczące szczepień. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2015 (https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0007/276811/Advocacy-library-Responding_to_concerns_about_szczepienia.pdf?ua=1, dostęp 3 marca 2021).
- (10) Wytoczne dotyczące najlepszych praktyk: jak publicznie reagować na głosy zaprzeczające szczepieniom. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/343301>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (11) Komunikacja interpersonalna w celu szczepienia. Szkolenie dla pracowników pierwszej linii. Genewa: Fundusz Narodów Zjednoczonych na rzecz Dzieci (UNICEF); 2019 (<https://www.unicef.org/eca/reports/interpersonal-communication-immunizationparticipant-manual>, dostęp 3 marca 2021 r.).
- (12) Mówiąc o szczepieniach [strona internetowa]. Dzielenie się wiedzą o szczepieniach (SKAI); 2020 (<https://www.talkingaboutimmunisation.org.au/>, dostęp 3 marca 2021).
- (13) Zestaw narzędzi do dotarcia do rodziców i pacjentów. W: Centers for Disease Control and Prevention [strona internetowa] (<https://www.cdc.gov/vaccines/events/niam/parents/communication-toolkit.html>, dostęp 3 marca 2021 r.).
- (14) Rozmowa z rodzicami na temat szczepionek. W: Centers for Disease Control and Prevention [strona internetowa] (<https://www.cdc.gov/vaccines/hcp/conversations/conv-materials.html>, dostęp 3 marca 2021 r.).
- (15) Komunikat w sprawie szczepień. W: Europejskie Centrum ds. Zapobiegania i Kontroli Chorób [strona internetowa] (<https://www.ecdc.europa.eu/en/immunisation-vaccines/communication-on-immunisation>, dostęp 3 marca 2021 r.).
- (16) Jak zapewnić odpowiednią do kontekstu reakcję na zdarzenia, które mogą podważyć zaufanie. Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/345965>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (17) Cztery natychmiastowe kroki w przypadku reagowania na zdarzenie, które może podważyć zaufanie. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/345955>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (18) Jak przygotować mapę wiadomości. Kopenhaga: Regionalne biuro WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/346009>, dostęp 14 stycznia 2022).

- (19) Cztery kluczowe elementy trwających prac nad budowaniem i utrzymaniem zaufania. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/345958>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (20) Jak przygotować komunikat prasowy. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/350628>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (21) Ustalenie agendy medialnej. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/350631>, dostęp 14 stycznia 2022 r.).
- (22) Zdarzenia związane z bezpieczeństwem: planowanie natychmiastowej reakcji mediów. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/345997>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (23) Skuteczne przekazywanie danych dotyczących szczepień. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2019 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/346816>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (24) Wskazówki dla rzeczników. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/346181>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (25) Pytania, które dziennikarze zawsze zadają w sytuacjach kryzysowych. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/345995>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (26) Strategie stosowane przez dziennikarzy. Kopenhaga: Biuro Regionalne WHO dla Europy; 2017 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/345934>, dostęp 14 stycznia 2022).
- (27) Gidudu JF, Shaum A, Habersaat K, Wilhelm E, Woodring J, Mast E. Podejście do przygotowania i reagowania na zdarzenia niepożądane po immunizacji zgłoszone po podaniu dawki porodowej szczepionki przeciw wirusowemu zapaleniu wątroby typu B. Szczepionka. 2019;38(49):7728–40 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264410X19309326?via%3Dihub>, dostęp 4 marca 2021).
- (28) Globalny podręcznik dotyczący nadzoru nad zdarzeniami niepożądanymi po szczepieniu. Genewa: Światowa Organizacja Zdrowia; 2014 (poprawiona w 2016 r.) (https://www.who.int/vaccine_safety/publications/Global_Manual_revised_12102015.pdf?ua=1, dostęp 4 marca 2021).
- (29) Szczepienia w praktyce. Praktyczny przewodnik dla personelu medycznego. Genewa: Światowa Organizacja Zdrowia; 2015 (https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/193412/9789241549097_eng.pdf?sequence=1, dostęp 4 marca 2021).
- (30) Podstawy bezpieczeństwa szczepionek [kurs e-learningowy]. Genewa: Światowa Organizacja Zdrowia; 2021 (<https://vaccine-safety-training.org/>, dostęp 4 marca 2021).

PRZYKŁAD PRZYPADKU I: ZDARZENIE O ŚREDNIM WPŁYWIE

W kraju A ogłoszono, że największy ogólnokrajowy kanał telewizyjny wyemituje specjalny reportaż o nowym antyszczepionkowym filmie dokumentalnym, w którym wystąpi jeden z głównych blogerów i influencerów w mediach społecznościowych. Niepokojące jest to, że funkcja powieliłaby trzy mity związane ze szczepieniami, w tym fałszywą informację, że szczepionka przeciwko odrze powoduje autyzm i że naturalna odporność wystarcza do ochrony przed chorobami zakaźnymi. Krajowe władze ds. zdrowia zostały natychmiast zaalarmowane, ponieważ nie były w stanie przewidzieć, czy ta funkcja zostanie podchwycona przez inne platformy medialne, w tym inne kanały telewizyjne, radio i media społecznościowe, ani w jakim stopniu wpłynie to na zaufanie opinii publicznej do szczepionek.

W tym celu podjęto następujące działania w celu zintensyfikowania działań w zakresie gotowości:

- Obiekt został nagrany i zarchiwizowany jako materiał dokumentacyjny na przyszłość.
- Wszystkie arkusze informacyjne oraz pytania i odpowiedzi dotyczące trzech mitów zostały zaktualizowane i wypromowane w celu dalszego wzmocnienia odporności społeczeństwa na obawy związane z bezpieczeństwem szczepionek.
- Pracownicy zaangażowani w zarządzanie kryzysowe obejrzeni antyszczepionkowy dokument.
- Opracowano komunikaty, aby wyrazić opinię władz na temat dokumentu, który ma być wykorzystany reaktywnie, jeśli zajdzie taka potrzeba.
- Monitorowano media społecznościowe i kanały mediów tradycyjnych pod kątem reakcji publiczności na film dokumentalny i film narodowy.
- Natychmiast uruchomiono sieć interesariuszy, w tym media, i udostępniono najważniejsze przesłania. Biuro Regionalne

WHO dla Europy zostało natychmiast powiadomione; wysłano dodatkowe materiały komunikacyjne.

Ostatecznie funkcja nie została zauważona przez szerszą publiczność i nie było potrzeby podejmowania dalszych działań. Niemniej jednak wysiłki w zakresie gotowości zostały wykorzystane wzmocnić rutynową komunikację i zarządzać sytuacją, która z łatwością mogła przerodzić się w wydarzenie o dużym wpływie.

PRZYKŁAD PRZYPADKU II: WYDARZENIE O DUŻYM WPLYWIE

Po pomyślnym wprowadzeniu szczepionki przeciw HPV w kraju B coraz częstsze rozprzestrzenianie się dezinformacji dotyczącej bezpieczeństwa szczepionki oraz wyemitowanie krytycznego filmu dokumentalnego wywołały obawy wśród ludności. Zasięg szczepień drastycznie spadł w ciągu dwóch lat, z ponad 90% rocznej kohorty do mniej niż 50%. W odpowiedzi powstało partnerstwo między krajowymi władzami ds. zdrowia, stowarzyszeniem onkologicznym i stowarzyszeniem medycznym.

Podjęto następujące działania, aby ograniczyć kryzys, zwiększyć zaufanie do szczepień i ostatecznie zwiększyć zasięg szczepień, aby chronić więcej dziewcząt przed rakiem szyjki macicy.

- Wybrano dwa kluczowe przesłania, aby kierować celami komunikacji: „Istnieje bezpieczna i skuteczna szczepionka zapobiegająca rakowi szyjki macicy” oraz „Każdego dnia u jednej kobiety w kraju B zostaje zdiagnozowany rak szyjki macicy.
- Przed wyborem kanału komunikacji przeprowadzono zogniskowane wywiady grupowe i ankiety, aby dowiedzieć się, gdzie rodzice szukają informacji na temat szczepień (wynik: Facebook) oraz kto był głównym decydentem w sprawie szczepień przeciwko HPV (wynik: matki). W rezultacie uruchomiono strategię informowania i zaangażowania społeczności skierowaną do matek na Facebooku.
- Utworzono specjalną stronę i stronę internetową na Facebooku, aby udostępniać informacje oparte na dowodach i reagować na obawy.
- Wdrożono surowe wytyczne dotyczące brandingu, aby podkreślić spójny przekaz i pokazać, że wszyscy interesariusze byli na tej samej stronie, komunikując się z widocznością, przejrzystością i profesjonalizmem.
- Uwzględniono osobiste historie kobiet z rakiem szyjki macicy.
- Strona na Facebooku była monitorowana 24/7.

Podczas odpowiadania na komentarze zastosowano tak zwaną strategię „komunikacji typu „pull”: innych członków zachęcano do udzielania odpowiedzi w pierwszej kolejności; w razie potrzeby władze odpowiadały na uwagi, dostarczając dalszych informacji i poszerzając wiedzę opartą na dowodach.

Ta wszechstronna, proaktywna strategia komunikacyjna pomogła krajowi B w opanowaniu kryzysu i w dużym stopniu przywróceniu zaufania do szczepionki HPV. W ciągu 3 lat zasięg szczepień przeciw HPV w kraju B wzrósł z zaledwie 28% w określonej kohorcie urodzeniowej do 81% w tej kohorcie. Zasięg wzrósł również w innych kohortach urodzeniowych. Ponadto po kampanii, w odpowiedzi na ankietę, 70% użytkowników Facebooka pozytywnie zareagowało na szczepienia przeciwko HPV, w porównaniu do zaledwie 46% przed kampanią. Podczas gdy przed kampanią sprzeciwiało się 15%, liczba ta spadła do zaledwie 7% po kampanii.

Czy ty i twoja grupa koordynująca kryzys szczepionkowy skutecznie zdołaliście powstrzymać kryzys? Czy utrzymałeś lub przywróciłeś zaufanie publiczne? Rozważ pytania z Tabeli A2.1 na etapie oceny.

Tabela A2.1. Lista przykładowych pytań – faza oceny

OGÓLNA INFORMACJA ZWROTNA I OCENA

- Jak skutecznie rozwiązano ten kryzys?
- Czy ogólna reakcja na kryzys była skuteczna? Czy została przeprowadzona terminowo i szybko?
- Czy osiągnąłeś swój ogólny cel komunikacyjny?
- Jakie niedociągnięcia zostały zidentyfikowane? Co można było zrobić lepiej i jak w przypadku nowego kryzysu szczepionkowego?
- Czy w wystarczającym stopniu uwzględniono populacje wrażliwe, zagrożone i zmarginalizowane?
- Czy przydzielono budżet na zarządzanie kryzysami związanymi ze szczepieniami, w tym dodatkowe zasoby ludzkie w razie potrzeby? Jeśli tak, czy te zasoby były wystarczające?

GRUPA ROBOCZA DOTYCZĄCA KOMUNIKACJI I SZCZEPIEŃ I ZARZĄDZANIE ZAINTERESOWANYMI STRONAMI

- Czy na czas powołano i uruchomiono grupę reagowania kryzysowego lub inny mechanizm reagowania?
- Czy zaangażowano wszystkich kluczowych interesariuszy?
- Czy wszyscy kluczowi interesariusze byli dobrze poinformowani na każdym etapie procesu?
- Czy wszyscy kluczowi interesariusze reagowali i czy działali zgodnie ze swoimi obowiązkami i rolami?
- Czy zauważyłeś jakieś konflikty interesów wśród zaangażowanych interesariuszy?
- W jaki sposób personel mógłby być lepiej przygotowany na przyszły kryzys (np. ukierunkowane sesje szkoleniowe)?

RELACJE Z SPOŁECZEŃSTWEM

- Czy opinia publiczna została poinformowana w sposób terminowy i przejrzysty?
- Czy obawy i obawy opinii publicznej zostały wzięte pod uwagę w odpowiedni sposób?
- Czy obawy i obawy opinii publicznej były monitorowane na wszystkich etapach procesu?
- Czy strategia dwukierunkowego słuchania była uwzględniana na każdym etapie procesu?
- Czy wszyscy interesariusze dobrze reagowali na prośby mediów?
- Gdzie jesteś w stanie skutecznie reagować na problemy społeczne?

Biuro Regionalne WHO dla Europy

Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) jest wyspecjalizowaną agencją Organizacji Narodów Zjednoczonych utworzoną w 1948 r., która odpowiada przede wszystkim za międzynarodowe kwestie zdrowotne i zdrowie publiczne. Europejskie Biuro Regionalne WHO jest jednym z sześciu biur regionalnych na całym świecie, z których każde ma własny program dostosowany do konkretnych warunków zdrowotnych krajów, którym służy.

Państwa członkowskie

Albania	Litwa
Andora	Luksemburg
Armenia	Malta
Austria	Monako
Azerbejdżan	Czarnogóra
Białoruś	Holandia
Belgia	Macedonia Północna
Bośnia i Hercegowina	Norwegia
Bułgaria	Polska
Chorwacja	Portugalia
Cypr	Republika Mołdawii
Czechy	Rumunia
Dania	Federacja Rosyjska
Estonia	San Marino
Finlandia	Serbia
Francja	Słowacja
Gruzja	Słowenia
Niemcy	Hiszpania
Grecja	Szwecja
Węgry	Szwajcaria
Islandia	Tadżykistan
Irlandia	Indyk
Izrael	Turkmenia
Włochy	Ukraina
Kazachstan	Zjednoczone Królestwo
Kirgistan	Uzbekistan
Łotwa	

WHO/EURO:2022-3471-43230-60590

BIURO REGIONALNE ŚWIATOWEJ ORGANIZACJI ZDROWIA NA EUROPE

UN City, Marmorvej 51, DK-2100
Kopenhaga Ø, Dania

Tel.: +45 45 33 70 00 Faks: +45 45 33 70 01 E-
mail: eurocontact@who.int

Strona internetowa: www.euro.who.int