

# Сессия 1



LONDON  
SCHOOL of  
HYGIENE  
& TROPICAL  
MEDICINE



## Семинар по вопросам недоверия к вакцинам: Укрепление доверия и управление рисками

Сьюзен Маккей  
Глава, Спрос, Общины и Гендер,  
Секретариат Гави

[SMackay@gavi.org](mailto:SMackay@gavi.org)

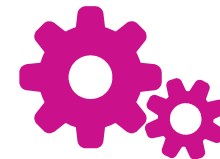
[@s\\_r\\_mackay](https://twitter.com/s_r_mackay)

Доктор Сэм Мартин  
Научный сотрудник (Руководитель Цифровой  
аналитики)  
Проект по доверию к вакцинам™

[Sam.Martin@lshtm.ac.uk](mailto:Sam.Martin@lshtm.ac.uk)

[@DigitalCoeliac](https://twitter.com/DigitalCoeliac)

# Укрепление доверия и Управление рисками



В то время как большинство людей вакцинируются ...



**... некоторые группы или отдельные лица откладывают или отказываются от вакцинации**

В **2013** году Стратегическая консультативная группа экспертов ВОЗ (**SAGE**) созвала рабочую группу для определения и понимания причин недоверия к вакцинам.

В **2015** году Рабочая группа по вопросам недоверия к вакцинации пришла к выводу, что:

**Недоверие в отношении вакцин означает задержку в принятии или отказе от вакцинации, несмотря на наличие служб вакцинации.**

**Недоверие к вакцинам является сложным и специфическим явлением, которое варьируется в зависимости от времени, места и вакцин. На него влияют такие факторы, как самонадеянность, удобство и уверенность.**

McDonald, et al. Недоверие к вакцинам: определение, область применения и детерминанты" *Vaccine* 2015; 33 (34): 4161-4164

# В 2019 году ВОЗ назвала недоверие к вакцинам одним из десяти главных угроз для глобального здравоохранения



Health Topics ▾

Countries ▾

Newsroom ▾

Emergencies ▾

About Us ▾

Home / Emergencies / Ten threats to global health in 2019

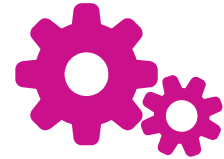


Ten threats to global health in 2019

## Vaccine hesitancy

Vaccine hesitancy – the reluctance or refusal to vaccinate despite the availability of vaccines – threatens to reverse progress made in tackling vaccine-preventable diseases.

The reasons why people choose not to vaccinate are complex; a [vaccines advisory group](#) to WHO identified complacency, inconvenience in accessing vaccines, and lack of confidence are key reasons underlying hesitancy.



Что вы понимаете под «Недоверием  
к вакцинам»?»

Какое определение этому вы бы дали,  
исходя из опыта вашей страны?

# Укрепление доверия к иммунизации

Кто должен быть  
вовлечен, почему и  
как

Сьюзен Маккей,  
Глава, спрос, общины и гендер,  
Гави Секретариат

# Мульти-партнерский глобальный центр вакцинации

## Принятие и спрос



**Инструменты  
центра и  
Руководство**

Библиотека ресурса  
коммуникации и  
адвокации  
Библиотека технических  
ресурсов



Формирование программы для GVAP  
2.0 и GAVI 5.0 после 2020 года и  
разработка Белой книги



**Техническая  
помощь**

Структура для предоставления ТП  
странам для диагностики и  
реагирования на проблемы,  
связанные со спросом



**Сообщество  
практикующих**

Платформа для создания  
сообщества квалифицированных  
специалистов-практиков на  
глобальном, региональном и  
национальном уровнях

BILL &  
MELINDA  
GATES  
foundation



**Gavi CSO Constituency**  
for Immunisation and Stronger Health Systems  
Helping to reach Every Child with Immunisation and Health Services

# Формирование спроса

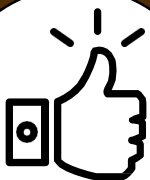
гарантирует, что **родители,**  
**попечители, общины &**  
**авторитеты**



ценят  
иммунизацию



доверяют  
безопасности и  
эффективности вакцин



имеют достаточно  
информации, возможностей и  
мотивации для  
своевременного поиска  
иммунизации





# Почему мы упускаем детей?

пробел в  
знаниях/  
информации



*Родители не знают о необходимости иммунизации или о том, как, когда, где получить доступ*

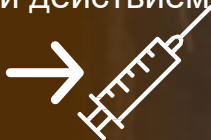


пробел в  
доверии или  
уверенности



*От страха перед незначительными побочными эффектами, до недоверия к вакцинам или медикам или органам, которые их доставляют*

разрыв  
между  
намерением  
и действием



*Открыты для иммунизации, но отсутствует мотивация, логистические барьеры, конкурирующие приоритеты и т.д.,*

доставка услуг /  
проблемы с  
качеством



*Отсутствие вакцин, вакцинаторов, длинные очереди, грубость, нет туалетов и т.д.*

ДОМ



*Отсутствие данных по спросу является ключевым вопросом. Глобальная группа экспертов, созданная ВОЗ в 2018 году для «Измерения поведенческих и социальных факторов вакцинации»*

Руководящие принципы, сфера охвата и структура согласованы для разработки и тестирования в странах новых качественных и количественных инструментов и разработки практического руководства для пользователей



**Какие  
проблемы  
возникают у  
клиницистов  
и других  
людей,  
общающихся  
с родителями,  
опекунами и  
обществом?**



# Путь опекуна

1

## Knowledge, awareness and belief

### Practical knowledge

*Missing information leads to inaction.*

### Confirmation

*Comfortable information takes priority.*

### Attention scarcity

*People focus on the most pressing challenge now, which may not be a routine health service.*

2

## Intent

### Omission

*Action can be scarier than inaction.*

### Deferral

*Bias towards the present.*

### Optimism

*It will not happen to me.*

### Social norms

*Perceived group rules regulate behaviour.*

3

## Preparation, cost & effort

### Hidden costs

*Free is not always free.*

### Hassle factors

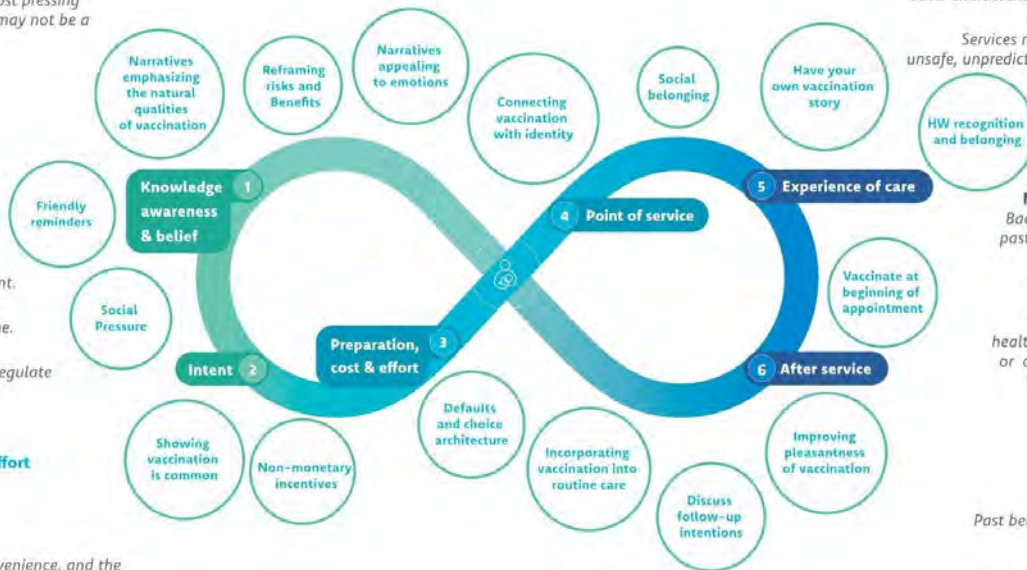
*Obstacles of time, convenience, and the complexity of vaccine schedules.*

### Decision paralysis

*Ambiguity and uncertainty foster inaction.*

### Incentives

*People value an award they choose over one chosen for them, even when the rewards are equivalent in value.*



## Point of service

4

**Fundamental attribution error**  
*Blaming the person, not the situation.*

### Apprehension about HCWs

*Uncertainty or apprehension about capacity, knowledge, compassion or other characteristics of health workers.*

### Supply inconsistency

*Services may be perceived to be unsafe, unpredictable or of low quality.*

5

## Experience of care

**Negative experiences**  
*Bad experiences from the past outweigh the neutral or good.*

### Apprehension about the system

*Uncertainty about the health system, government or organization perceived to be providing health services.*

6

## After service

**Status quo**  
*Past behaviour predicts future behaviour.*

### Memory recall

*The easiest things to recall are recent; the most influential things to recall are personal; the easiest information to retell is in the form of a story.*

## HOW MIGHT WE (HMW)...



MEDIA VHW HEAD OF HOUSEHOLD LEADER CAREGIVER

EPI DEMAND PROMOTION FIELD RESEARCH REPORT - SEPT 2019 45

### CAREGIVERS

#### "Service Provision at the Shrine"

- I like**
  - ... the involvement of special interest groups in deciding how they want to receive care
- I wish**
  - ... they had showed the reaction of the community towards these new services
  - ... technology were integrated into the solution to send SMS to the congregants alerting them of upcoming service days and kept electronic medical records of the children's health status
- What if**
  - ... there were increased immunized children
  - ... the broader community delivered at the shrine



### VHW

#### "Briefcase of Information"

- I like**
  - ... how creative and multi-faceted this solution is... and friendly!
  - ... the mixed methods including songs and dancing and teaching aides
- I wish**



Behaviourally informed Human Centred Design Demand Creation workshop in Zimbabwe, September 2019

Unicef, Govt of Zimbabwe

### LEADER

#### "Community Dialogue"

- I like**
  - ... consultation at the highest level
  - ... the respect that the health leaders showed for the religious leaders
  - ... the spirit of cooperation
- I wish**
  - ... this could be more far-reaching and cascade to all church branches
  - ... there was engagement of traditional leaders and local government officials
- What if**
  - ... this dialogue was run at the national level as well to influence all church leaders?
  - ... included exchange programs between faith healers and midwives to share knowledge and practices?



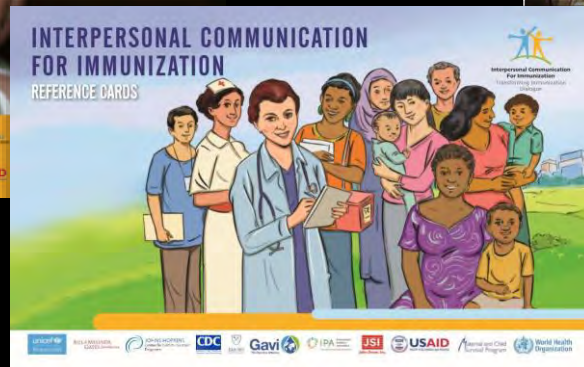
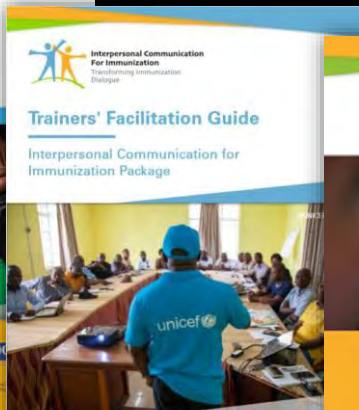
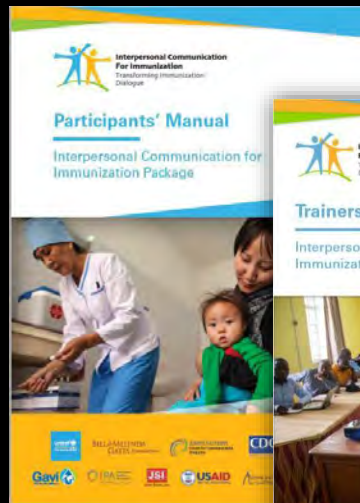
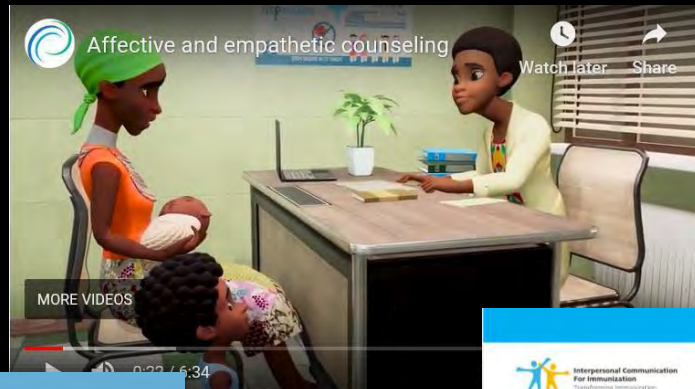
unicef



*Поведенческие идеи объединяет соображения из различных дисциплин поведенческих наук, таких как поведенческая экономика, социальная и когнитивная психология и антропология, с эмпирически проверенными результатами, чтобы узнать, как люди на самом деле делают выбор.*

- Структурированный, адаптируемый и недорогой процесс участия для удовлетворения потребностей недостаточно вакцинированных или колеблющихся целевых групп населения
- Основаны на модели поведенческого понимания, связывающей исследования с вмешательствами в М&О
- Предприняты для того, чтобы понимать инструменты, способствующие и препятствующие вакцинации
- Определить и оценить фактологически обоснованные вмешательства для увеличения охвата

# Подготовка сотрудников первой линии к беседам об иммунизации



Кем  
являются  
идейные  
лидеры и  
авторитеты,  
ведущие  
эти  
дискуссии?





# Where are the never-reached children?

COUNTRIES WITH MORE THAN 100,000 UNVACCINATED OR INCOMPLETELY VACCINATED CHILDREN IN 2017<sup>19</sup>

Nearly  
**1/2**  
of all

under-immunized children are located in 4 countries

See below

[Learn more about how to build demand in these 4 countries](#)



GAVI/2017/ADRIAN BROOKS

About  
**45%**

live in 16 countries that are polio-endemic, fragile, or affected by conflict.<sup>20</sup>

Around  
**25%**

live in 3 critical polio-affected countries—Afghanistan, Nigeria and Pakistan.<sup>21</sup>

Strong routine immunization coverage here is critical to achieving and sustaining global polio eradication.





Систематическое взаимодействие и построение отношений со СМИ необходимы для поддержки иммунизации как индивидуального, так и глобального блага

**Упражнение:**

**Какую роль  
могут и  
должны  
играть  
СМИ?**

**Каков опыт  
в вашей  
стране?**



# Создание 'супер-разбрасывателя'

Создание  
общественного  
движения за  
иммунизацию

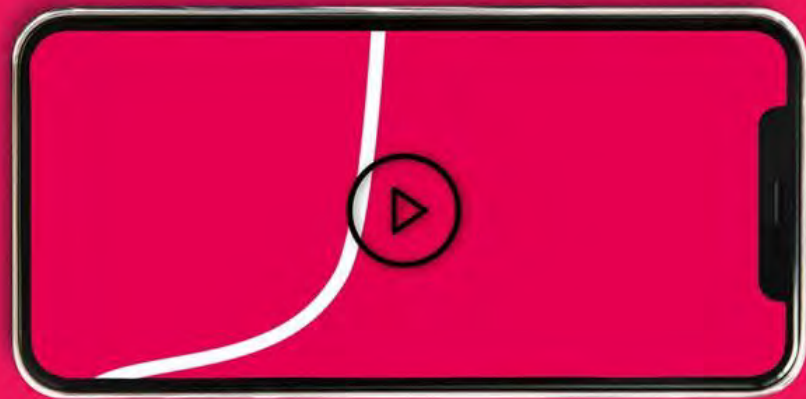


# Добро пожаловать в

# be:cause

**be:cause** объединяет глобальных партнеров по альянсу и экспертов по маркетинговым коммуникациям для совместной работы над проблемами формирования спроса.

Сосредоточив внимание на онлайн-платформе для совместной работы, команда экспертов будет содействовать процессу разработки идей, используя инновационные методологии цифрового совместного творчества.



**Хотите узнать больше о be:cause ?**

Смотрите наше видео

*Пожалуйста, Please press play*  
*нажмите на Плей*

- 120 members from the Alliance from all around the world
- Almost half have actively participated
- 63 ideas have been posted in the first challenge with more than 200 builds
- It takes time to build confidence to post and share ideas but engagement is steadily growing
- Face to face workshop in October to pick top 15 ideas and overall winner



### Changing the conversation about vaccination

Much of the backlash against vaccination comes from fear, misinformation, and stigma, with pro- and anti- vaccine camps each

by Ariel F 1 week ago

0 VOTES VOTING CLOSED 1



### How do you become trendy (and trending)?

Both Elisabeth and Atsuyoshi proposed an approach that resonated greatly with me (the fact that I also played all Maxis games and I thoroughly enjoyed the anime version

by Diamantis Klimentidis 1 week ago

1 VOTES VOTING CLOSED 1



### Use computer games to teach kids (and others) about immunology

General knowledge of how the immune system works - and how vaccines can help protect against infections - is generally low. This is

by Gary Finnegan 1 week ago

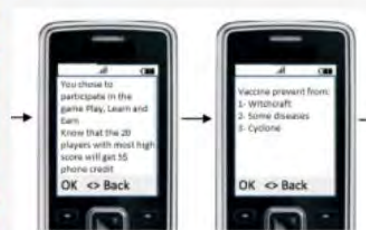
3 VOTES VOTING CLOSED 0



### Use virtual reality to make infection risks feel 'real'



### How misinformation spreads and why we trust it



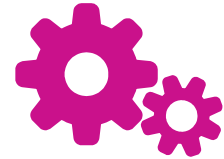
### Play, learn and earn: Mobile based vaccine contest



**Обсуждение:**

**Каков опыт  
роли СМИ в  
решении  
проблемы  
недоверия к  
вакцинам в  
вашей  
стране?**

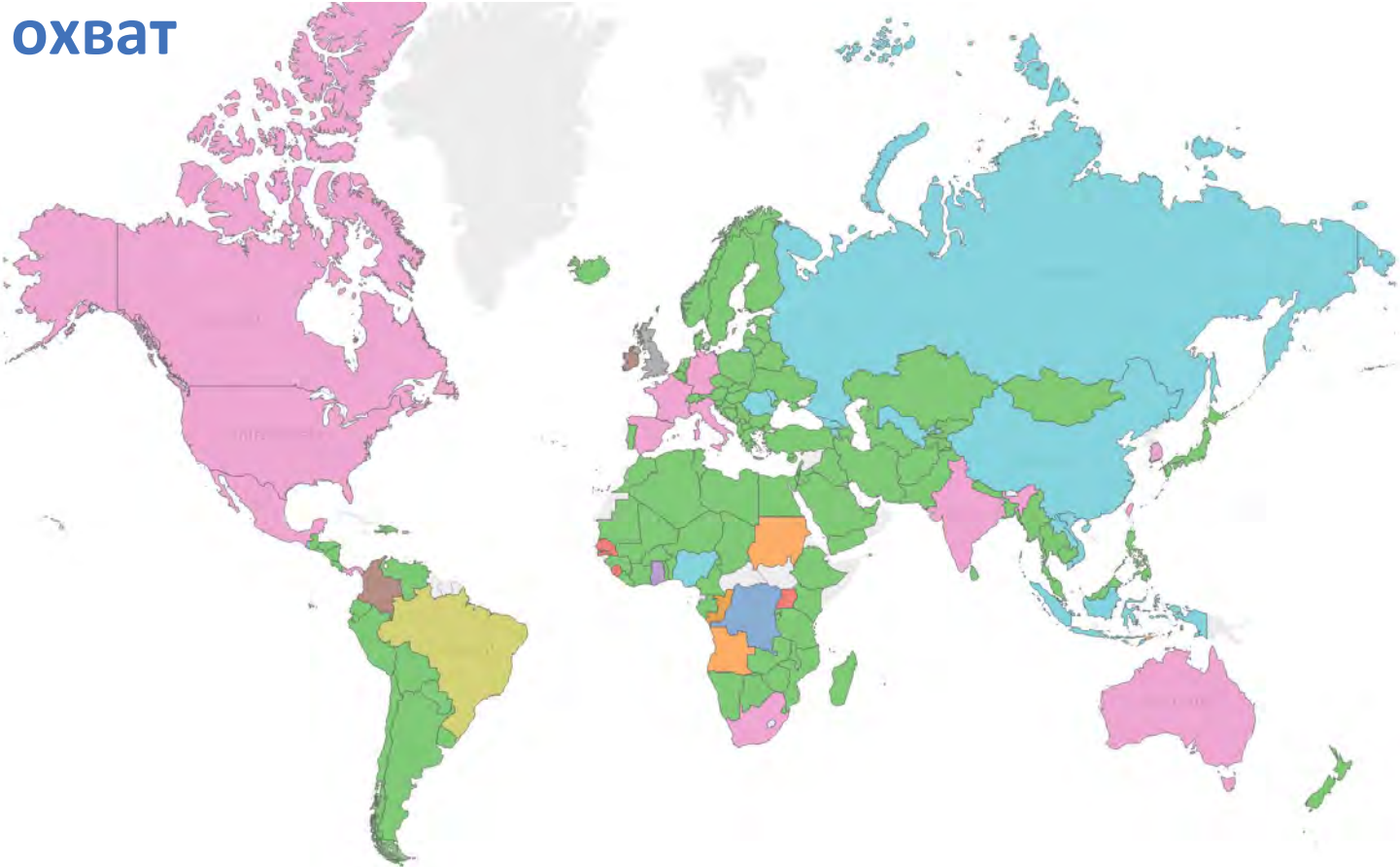




Как мы можем определить  
Недоверие к вакцинам в  
социальных сетях?

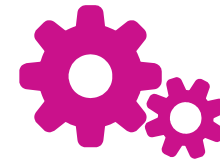


# Обсуждения в социальных сетях: Глобальный охват

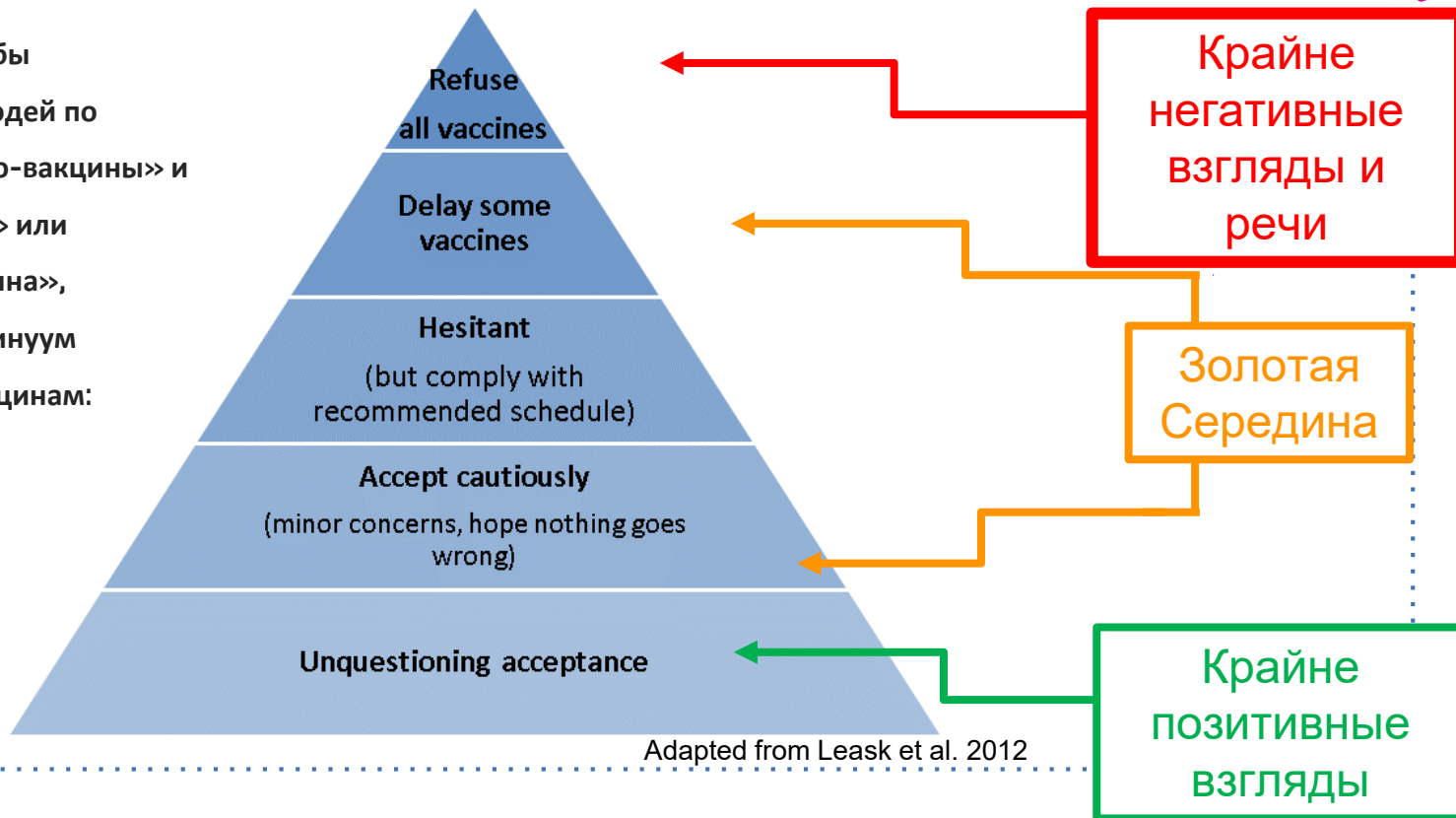


*Наша работа носит глобальный характер - с проектами и партнерами, охватывающими Южную Америку, Африку и Азию, - в дополнение к всемирным исследованиям индекса доверия к вакцинам*

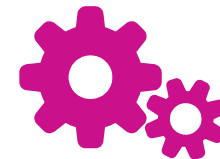
# Определение недоверия к вакцинам



- Вместо того, чтобы распределять людей по категориям «Про-вакцины» и «Анти-вакцины» или «Золотая Середина», существует континуум недоверия к вакцинам:

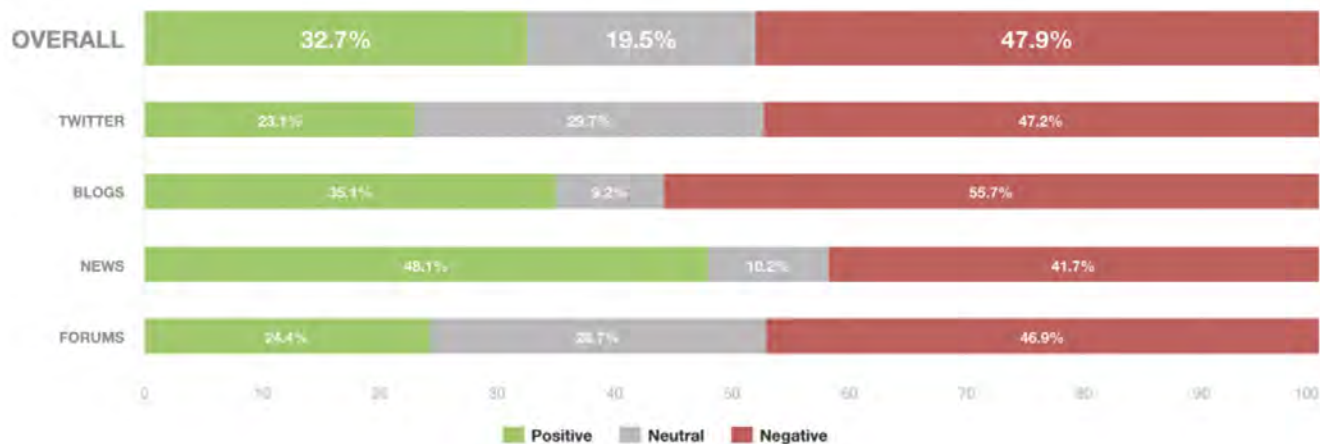


# Модели Недоверия к вакцинации в социальных сетях

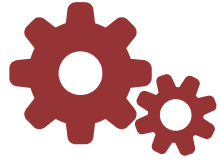


Мониторинг моделей настроения с течением времени:

## Sentiment



# Классификация Недоверия к вакцинации через призму настроения



## Классификация настроения к вакцинам. Определение рекламных, нейтральных, противоречивых и негативных

### Рекламные

- Посты сообщают о пользе общественного здравоохранения или безопасности вакцинации.
- Содержат позитивный тон, поддерживающий или призывающий к вакцинации.
- Описывают риск непроведения вакцинации.
- Посты, опровергающие претензии о том, что материнские вакцины опасны

### Двусмысленные

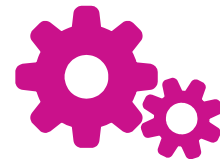
- Контент содержит нерешительность, неуверенность в отношении рисков или преимуществ вакцинации или является неоднозначным.
- Содержит неодобрительную и одобрительную информацию

### Нейтральные

- Не содержит элементов неопределенности, рекламного или негативного содержания. Это часто не настроения онлайн, а заявления, лишённые эмоций

### Негативные

- Содержит негативное отношение/аргументы против материнских вакцин.
- Содержит вопросы об эффективности/безопасности или возможности побочных реакций (например, ссылки на инвалидность/аутизм).
- Не поощряет использование вакцин.

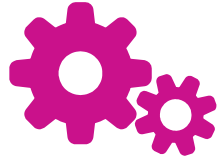






## Классифицируя **Настроение** к Вакцинам

- **Сомнение может потенциально заключаться в двусмысленности**
- Вопросы/посты содержат как рекламную, так и негативную коннотацию, нерешительность, использование нюансов языка:

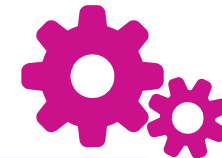
“Мне сделали прививку от гриппа во время моей последней беременности, но на этот раз я прочитала, что вакцины содержат ртуть. Мой доктор говорит, что вакцины защищают от сильнейшего гриппа, но на этой неделе я увидела несколько страшных видеороликов ... Боюсь, что мне делать?”

# Классифицируя **Настроение** к Вакцинам

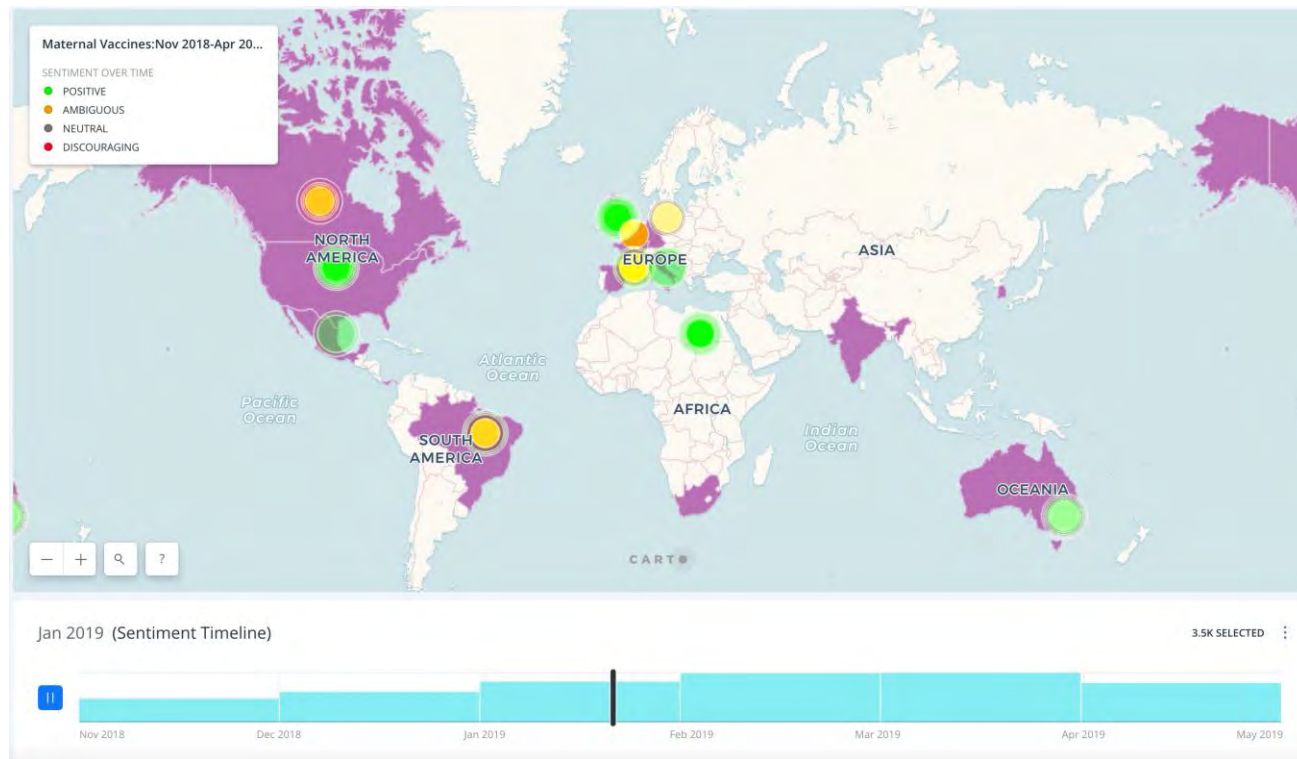


- **Сомнение может потенциально заключаться в двусмысленности**
- Кажущиеся невинными сообщения могут быть превращены в двусмысленные со смещением в сторону к негативному/отрицательному. Иногда со словами, а иногда с хэштегами/смайликами:
  1. “Думаете о материнской прививке от гриппа этой зимой? #ИзучитеРиск
  2. “Безопасна ли ртуть в вакцинах? #работавакцины #ВредВакцины #УщерботВакцины#ОсознанноеСогласие”
  3. “Женщинам рекомендовано получить материнскую вакцину от коклюша     #ОсознанноеСогласие”

# Измерение тона и настроения



- Карта показывает глобальный разброс настроений по специальным вакцинам на нескольких языках, по всей диаспоре



## Борьба с недоверием к вакцинам в социальных сетях: вмешательство из Золотой Середины?

- Ключевые авторитеты в социальных сетях
- За и Против вакцин - медицинская перспектива
- Помогает ли в преодолении страха перед вакцинацией?



Доктор реагирует на Золотую Середину: За Вакцину и Против Вакцины (Доктор Майк: YouTube, февраль 2019 г.)

Video Link: <https://bit.ly/DrMikeProsCons>



## Измерение тона и настроения: Язык риска

- Видео доктора Майка - обсуждение комментариев на Youtube:
- Понятия риска: анализ Золотой Середины: Дискуссии о риске (1239), реакции на вакцины (1709), микросоставляющие и аллергены (516), воздействие (194), доверие (281), страх (226) и беспокойство (177)

risk ↑

Add a new word/phrase

Add Term

- accident-[ENABLE]
- accident\*\*\* ✖
- accidentally-[ENABLE]
- accidentally\*\*\* [ENABLE]
- afraid ✖
- allerg\*\*\* ✖
- avoid ✖
- contamina\*\*\* ✖
- contamination-[ENABLE]
- contamination\*\*\* [ENABLE]
- danger ✖
- depsite ✖
- don't ✖
- doubt ✖
- expos\*\*\* ✖
- exposed-[ENABLE]
- exposure-[ENABLE]
- fear ✖
- flu\*\*\*-[ENABLE]
- glutened-[ENABLE]
- hazard ✖
- ill ✖
- impossible ✖
- jeopardy ✖
- knew-[ENABLE]
- likelihood ✖
- menace ✖



## Являются ли вмешательства, основанные на риске, более эффективными, чем посты с использованием языка усиления?

- Исследования сообщений с негативным обрамлением (фреймингом) и сообщений с позитивной коннотацией на Facebook (и позже на YouTube) обнаружили эффект взаимодействия:
- **Сообщения с негативным фреймингом** в социальных сетях были более эффективными в плане увеличения числа людей, которые выразили свою готовность сделать прививку против ВПЧ, чем сообщения с позитивным фреймингом, представленные в Facebook.

### Обрамление сообщений.

“Позитивное сообщение” (то есть преимущества или выгоды) определяется как сообщение, в котором подчеркиваются преимущества, получаемые при принятии вакцины.

Например. **Все вакцины хороши: сделайте прививку от гриппа, чтобы защитить себя этой зимой**

“Негативное сообщение” (например, риски невыполнения действия):

Например. **Заболевание гриппом во время беременности намного опаснее как для матери, так и для ребенка, чем побочные эффекты прививки от гриппа.**

# Укрепление доверия и управление рисками

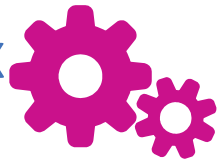
## Заключение:

1. **Нет смысла говорить:** «Все вакцины хороши!»  
*(Позитивный фрейминг)*
2. Нам нужно обсудить весь спектр: компромиссные разговоры о предотвращении плохих последствий, которые происходят, когда вакцины не принимаются, и потенциальных побочных эффектов.



Video Link: <https://bit.ly/DrMikeVid1>

## Настроение к Вакцинам в Социальных Сетях



- 1. Какие ключевые вопросы задаются о вакцинах в социальных сетях в вашей стране?**
- 2. Вопросы об испытаниях вакцин?**
- 3. Вопросы о побочных эффектах вакцины?**
- 4. Есть ли группы, которые распространяют дезинформацию?**



LONDON  
SCHOOL of  
HYGIENE  
& TROPICAL  
MEDICINE



# Спасибо!

Сьюзен Маккей  
Глава, Спрос, Общины и Гендер,  
Секретариат Гави

[SMackay@gavi.org](mailto:SMackay@gavi.org)

[@s\\_r\\_mackay](https://twitter.com/s_r_mackay)

Доктор Сэм Мартин  
Научный сотрудник (Руководитель Цифровой  
аналитики)  
Проект по доверию к вакцинам™

[Sam.Martin@lshtm.ac.uk](mailto:Sam.Martin@lshtm.ac.uk)

[@DigitalCoeliac](https://twitter.com/DigitalCoeliac)