

# Проект «Доверие к вакцинам»™



THE VACCINE  
CONFIDENCE  
PROJECT™

LONDON  
SCHOOL of  
HYGIENE  
& TROPICAL  
MEDICINE

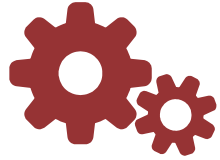


## Как мониторинг социальных сетей может оказать содействие Вашей программе вакцинации

Д-р Сэм Мартин (Sam Martin)  
Научный сотрудник (ведущий аналитик)  
Проект «Доверие к вакцинам»  
(Vaccine Confidence Project™)

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

# 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

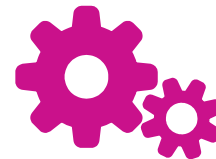
- Контент содержит нерешительность, неуверенность в отношении рисков или преимуществ вакцинации или является неоднозначным.
- Содержит неодобрительную и одобрительную информацию

### 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.

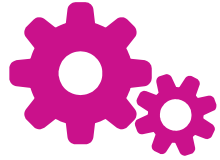






## Классифицируя **Настроение** к Вакцинам

- **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?”

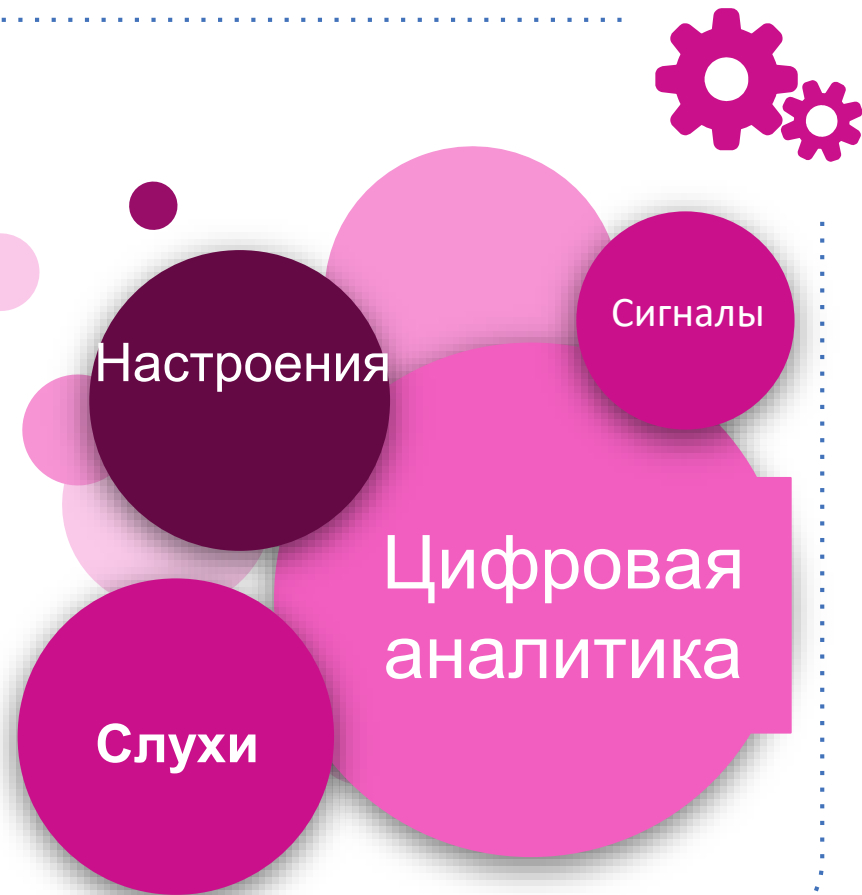
# Классифицируя **Настроение** к Вакцинам



- **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”

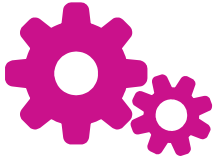
# Обсуждения в цифровом информационном пространстве:

**Мониторинг  
обсуждений по  
поводу вакцин в  
социальных сетях**



## Мониторинг социальных сетей:

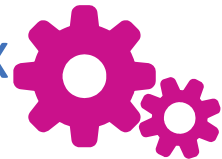
### Содействие Вашей программе вакцинации



#### Что мы будем изучать:

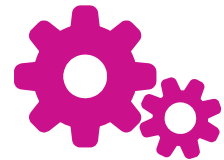
- **Важность, цели и общий процесс медиа-мониторинга коммуникаций**
- **Отслеживание сигналов, слухов и проблем:**
  - Какие данные доступны (+ групповые упражнения)
  - Какие инструменты полезны (+ групповые упражнения)
  - Как анализировать сигналы (+ групповые упражнения)
- **Анализ конкретных примеров:**
  - **Вопросы?**

## 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?**

**Мониторинг социальных сетей:**  
**Содействие Вашей программе вакцинации**



**У скольких из вас есть аккаунты в социальных сетях?**

**Какие?**

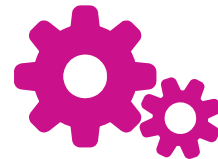






# Медиа-мониторинг

### Содействие Вашей программе вакцинации



#### Важность, цели и общий процесс медиа-мониторинга коммуникаций

- **Социальные сети играют важную роль в том, как мы ежедневно обмениваемся информацией и используем ее. Такие платформы, как Facebook и Twitter, поощряют диалог, позволяют людям в режиме реального времени обсуждать свои интересы и предлагают способ привлечения новой аудитории.**
- **Как работнику сферы общественного здравоохранения, социальные сети позволяют Вам позиционировать себя и свою медицинскую практику в качестве актуального и надежного источника медицинской информации для родителей и семей. С помощью социальных сетей Вы можете не только обеспечивать просвещение по ключевым вопросам здравоохранения в рамках своей сети, но и проактивно ПРИВЛЕКАТЬ К ЭТОМУ ПРОЦЕССУ ПАЦИЕНТОВ и определять голос и образ своей медицинской практики.**
- **Мониторинг социальных сетей на предмет проблем, слухов или реагирования на определенные вакцины или испытания поможет Вам лучше**

# Мониторинг обсуждений в социальных сетях по поводу вакцин

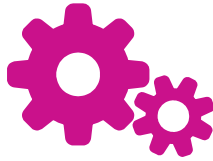
Помогает Вам:

1. Лучше понимать собственную аудиторию
2. Сфокусировать коммуникацию на правильных социальных платформах
3. Найти темы, вызывающие озабоченность или слухи
4. Лучше реагировать на проблемы, укреплять доверие и уважение
5. Помогает Вам более эффективно передавать информацию о Ваших программах вакцинации и позволяет принимать обоснованные решения



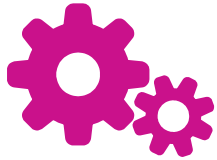
## Вопрос:

“Каким опытом Вы обладаете  
в плане  
**эффективной коммуникации** –  
связан ли он с вакцинами,  
клиническими испытаниями,  
медицинской помощью?”



## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- **Какие данные доступны?**
  - Twitter (данные об участии: твиты и ретвиты)
  - Facebook (данные об участии: лайки (like) и публикации)
  - Веб-приложение Google Trends (данные веб-поиска)
  - Реакция аудитории на новостные статьи (размещение в социальных сетях)



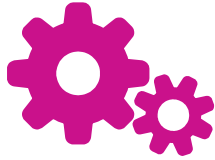
## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- **Какие инструменты полезны для медиа-мониторинга?**
  1. Веб-приложение Google Trends (инструмент веб-анализа)
  2. Веб-приложение Mention (инструмент анализа социальных сетей)
  3. Платформа CrowdTangle (инструмент браузера)

## Вопрос:

“Каковы основные проблемы, вызывающие озабоченность, в рамках обсуждения вакцины в социальных сетях - в Вашей стране?”

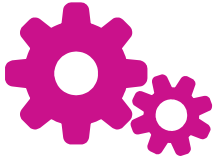




## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- **Рассмотрим примеры различных стран**
  - Мониторинг популярных хэштегов, поисковых приложений и обладающих влиянием веб-пространств, где размещается информация о вакцинах, поможет Вам:
    1. Сообщить о Вашей стратегии в социальных сетях
    2. Выявить очаги дезинформации



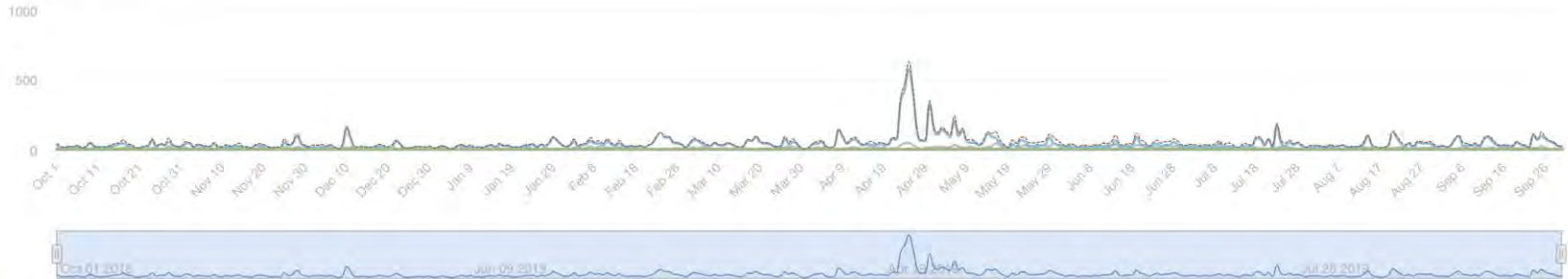


# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

## ○ Примеры страны: Гана (активность в социальных сетях)

**LATEST ACTIVITY** Filters are not being applied to all sources  
Oct 1, 2018 - Sep 30, 2019

Show trend line based on mentions from all sources.



### BLOGS

0.2 %  
31 Mentions

### INSTAGRAM

0.2 %  
32 Mentions

### FACEBOOK

0.0 %  
0 Mentions

### NEWS

20.6 %  
3,950 Mentions

### TUMBLR

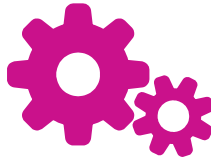
0.0 %  
0 Mentions

### TWITTER

78.5 %  
15.1K Mentions

### FORUMS

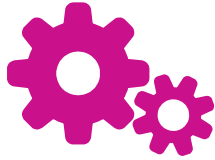
0.6 %  
106 Mentions



## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

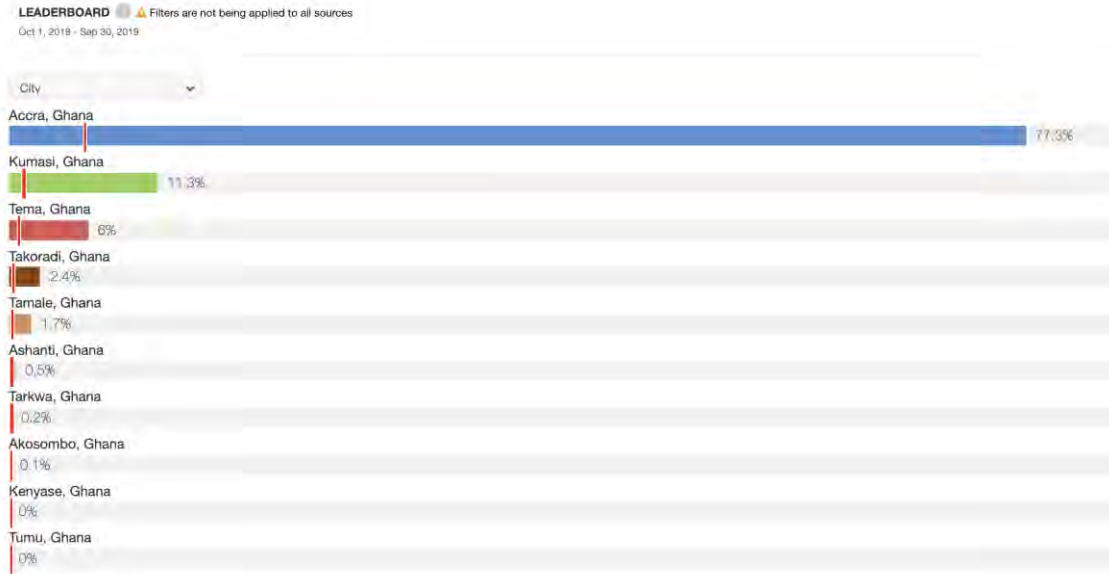
- Примеры страны: Гана (обсуждаемые в социальных сетях ключевые слова по вакцинам)

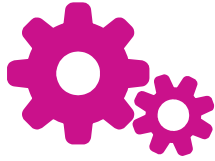




# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

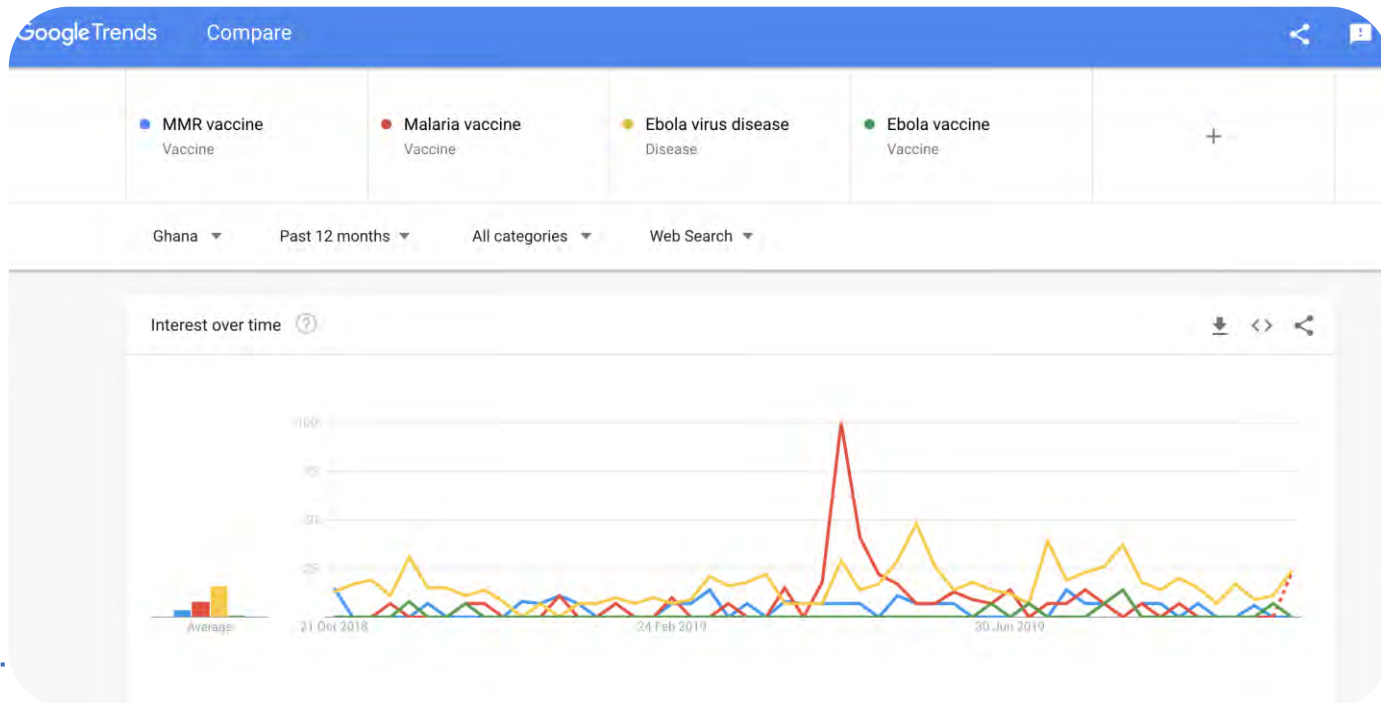
- Примеры страны: Гана (социальные сети: топ-10 городов в плане обсуждения вакцин)

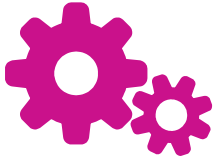




# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Примеры страны: Гана (Google Trends: сравнение веб-поиска)  
<https://bit.ly/Ghana-GoogleTrends-Vaccines>

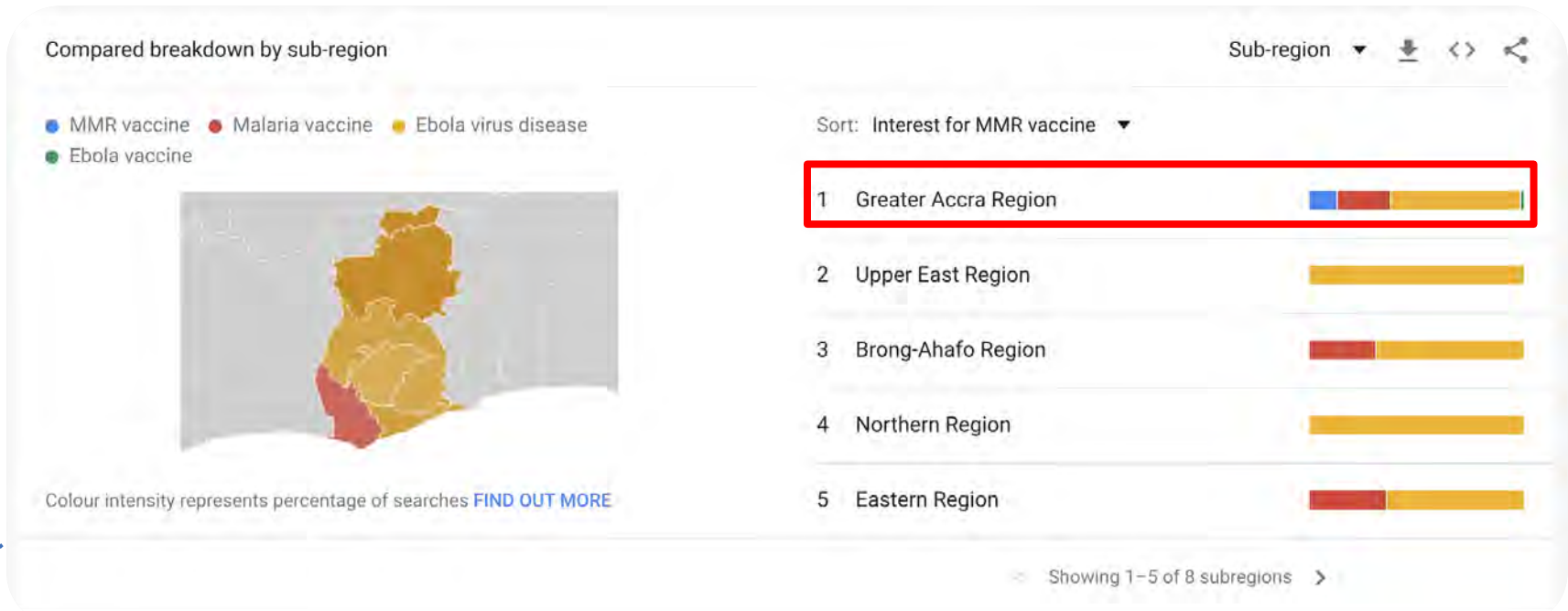


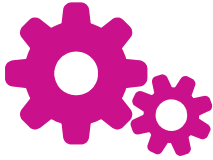


## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Примеры страны: Гана (Google Trends: веб-поиск может отражать данные страны в социальных сетях)

<https://bit.ly/Ghana-GoogleTrends-Vaccines>



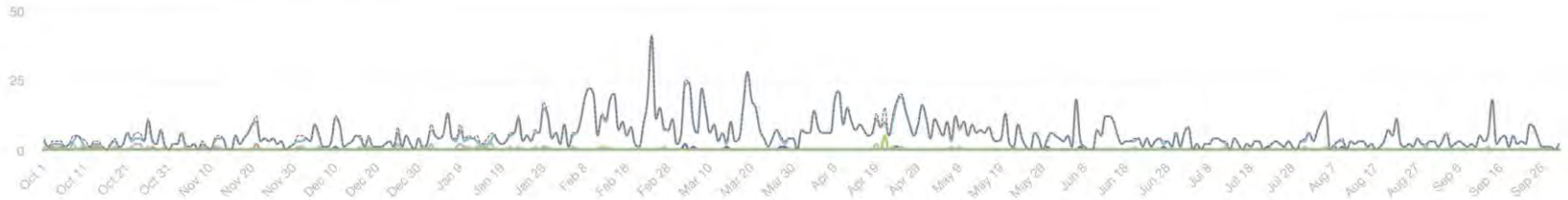


# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

## ○ Примеры страны: Грузия (активность в социальных сетях)

LATEST ACTIVITY ⓘ ⚠ Filters are not being applied to all sources  
Oct 1, 2018 - Sep 30, 2019

Show trend line based on mentions from all sources. ⓘ



FACEBOOK

0.0 %

0 Mentions

INSTAGRAM

0.5 %

10 Mentions

TUMBLR

0.0 %

0 Mentions

BLOGS

0.9 %

18 Mentions

TWITTER

95.3 %

1,895 Mentions

NEWS

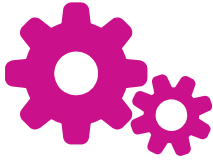
2.8 %

56 Mentions

FORUMS



0.5 %

10 Mentions

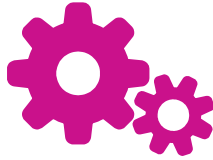


# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Примеры страны: Грузия (обсуждаемые в социальных сетях ключевые слова по вакцинам)


WORD CLOUD   Filters are not being applied to all sources  
Oct 1, 2018 - Sep 30, 2019





## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Примеры страны: Грузии (социальные сети: топ-10 городов в плане обсуждения вакцин)

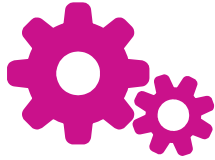
Tbilisi, Georgia



Gori, Georgia

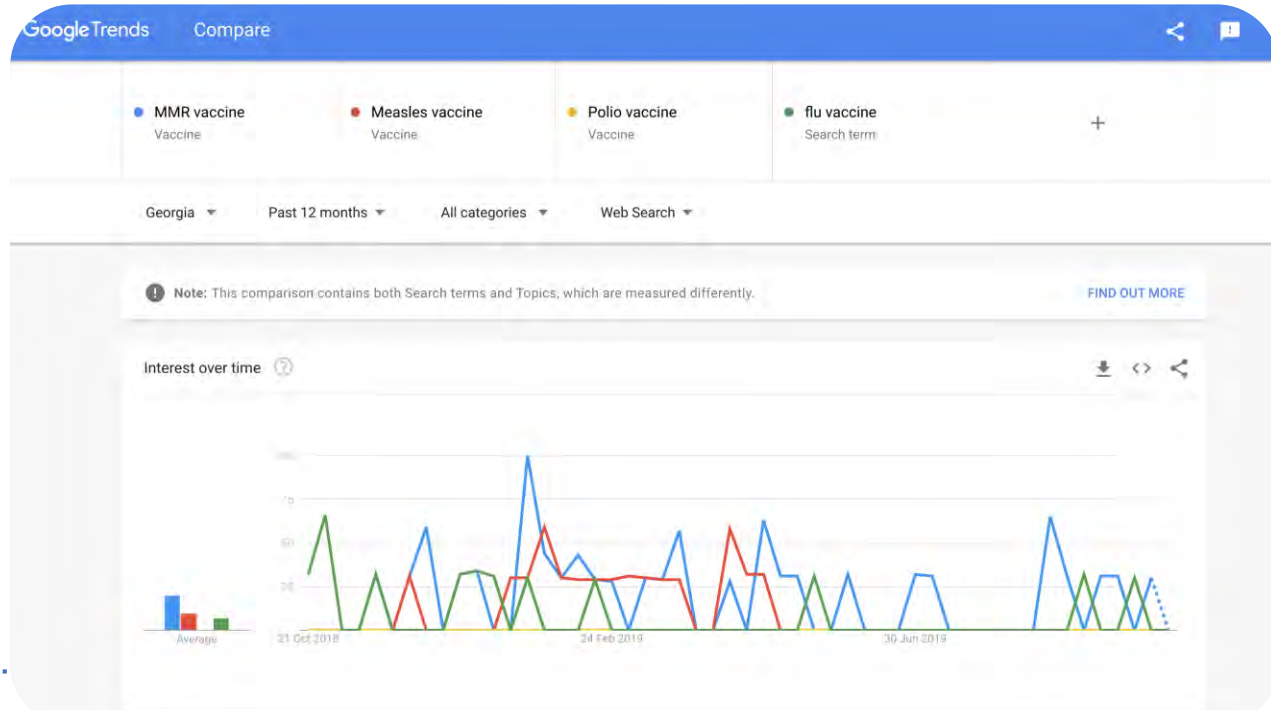


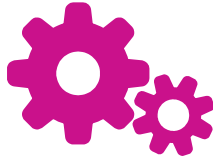




# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Примеры страны: Грузия (Google Trends: сравнение веб-поиска)  
<https://bit.ly/Georgia-GoogleTrends-Vaccines>

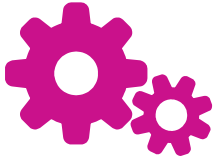




## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Примеры страны: Грузия (Google Trends: веб-поиск может отражать данные страны в социальных сетях)  
<https://bit.ly/Georgia-GoogleTrends-Vaccines>





# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

## ○ Примеры страны: Узбекистан (активность в социальных сетях)

LATEST ACTIVITY Filters are not being applied to all sources

Oct 1, 2018 - Sep 30, 2019

Show trend line based on mentions from all sources.



INSTAGRAM

1.0 %

4 Mentions

BLOGS

1.4 %

6 Mentions

NEWS

1.2 %

5 Mentions

TWITTER

43.5 %

183 Mentions

TUMBLR

0.0 %

0 Mentions

FACEBOOK

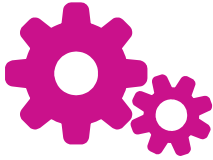
0.0 %

0 Mentions

FORUMS

53.0 %

223 Mentions



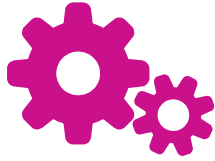
## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Примеры страны: Узбекистан (обсуждаемые в социальных сетях ключевые слова по вакцинам)

WORD CLOUD Filters are not being applied to all sources

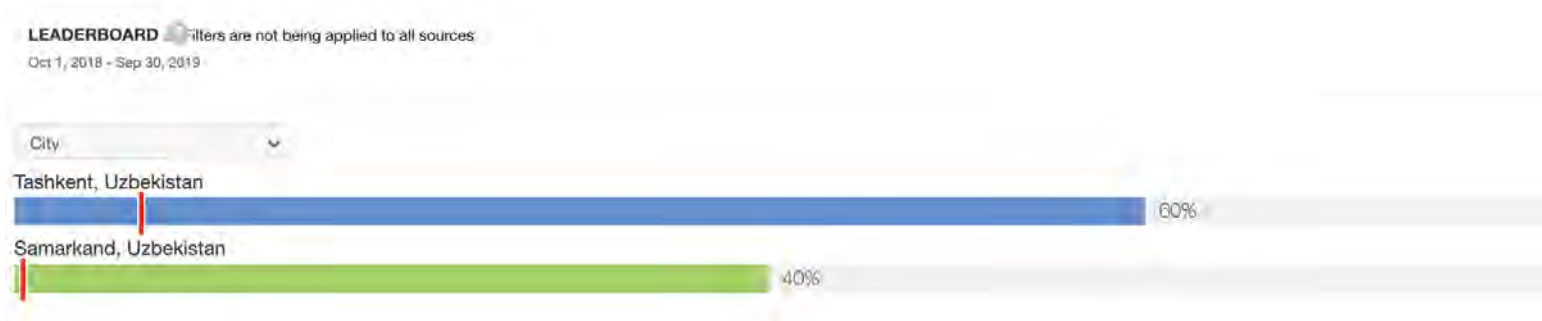
Oct 1, 2018 - Sep 30, 2019

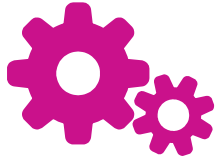




## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

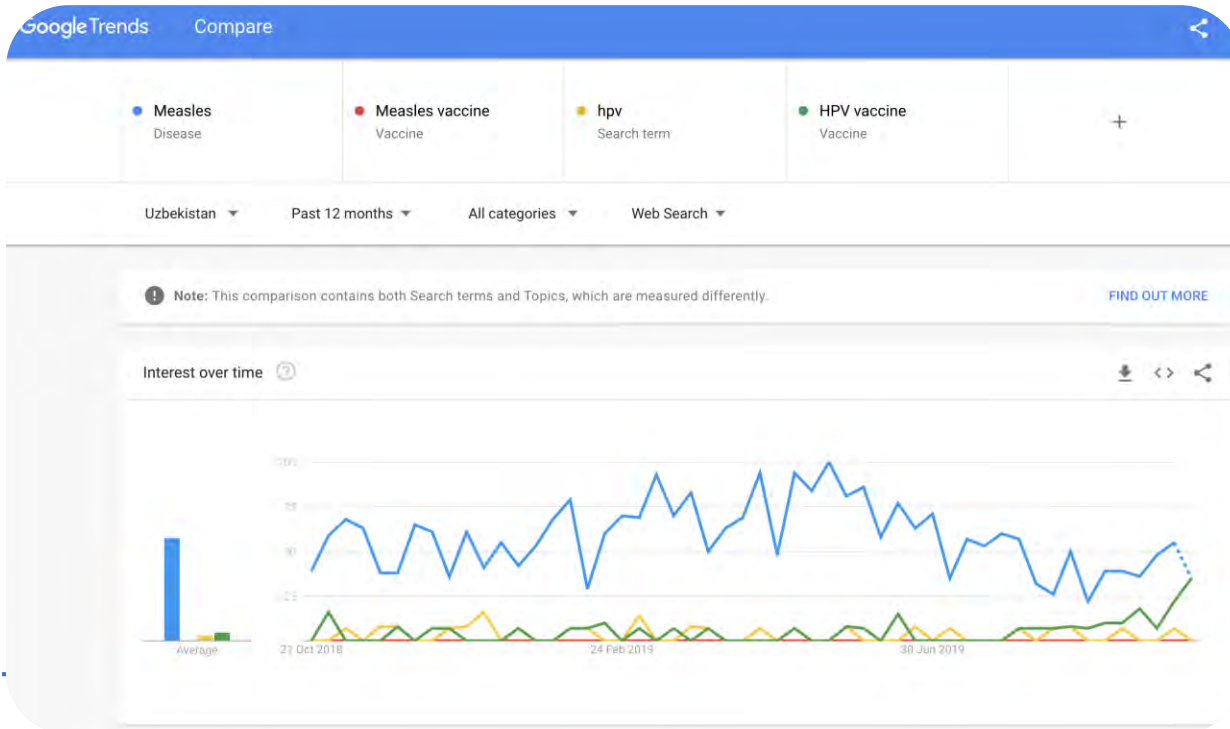
- Примеры страны: Узбекистан (социальные сети: топ-10 городов в плане обсуждения вакцин)

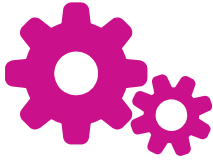




# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

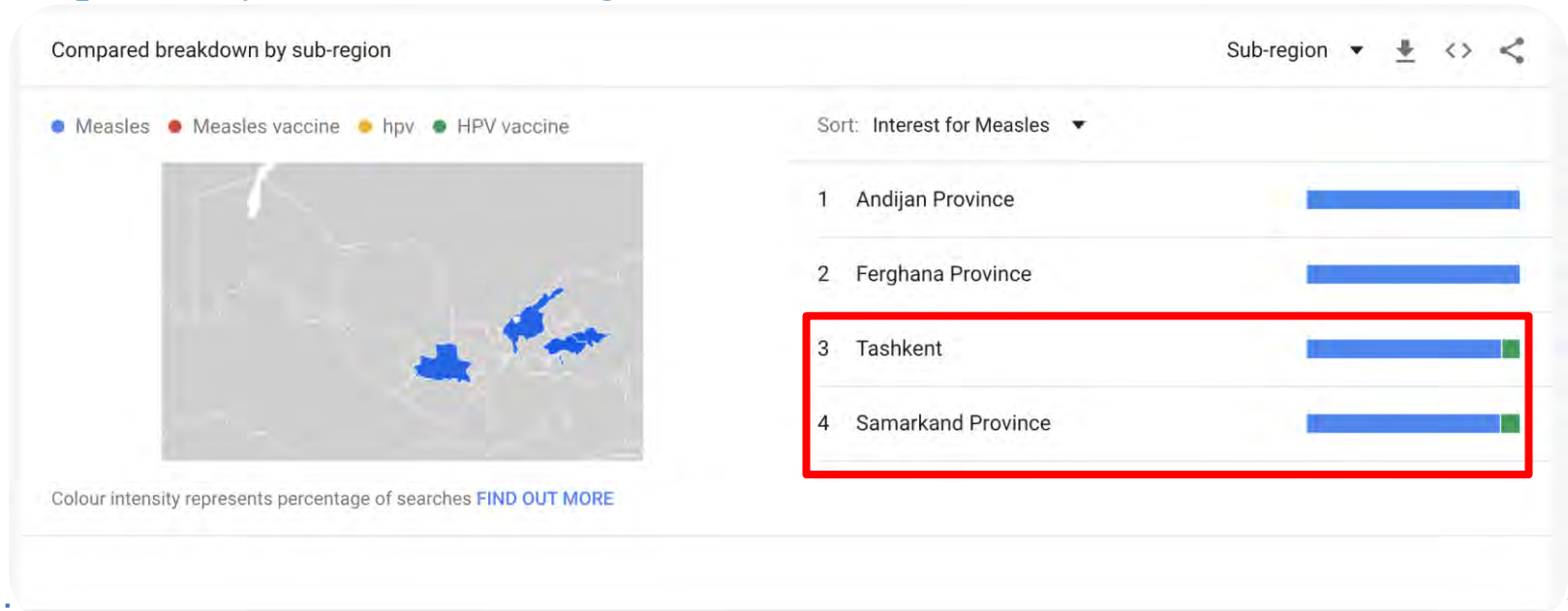
- Примеры страны: Узбекистан (Google Trends: сравнение веб-поиска)  
<https://bit.ly/Uzbekistan-GoogleTrends-Vaccines>

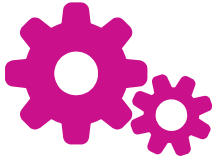




## Отслеживание сигналов, слухов и проблем



- Примеры страны: Узбекистан (Google Trends: веб-поиск может отражать данные страны в социальных сетях)  
<https://bit.ly/Uzbekistan-GoogleTrends-Vaccines>




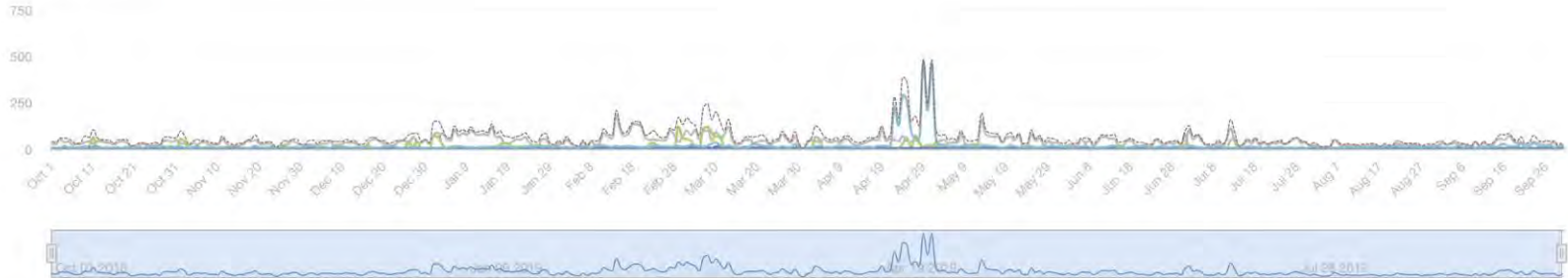


# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

## ○ Примеры страны: Вьетнам (активность в социальных сетях)

LATEST ACTIVITY   Filters are not being applied to all sources  
Oct 1, 2018 - Sep 30, 2019

Show trend line based on mentions from all sources. 



TUMBLR

0.0 %

0 Mentions

NEWS

60.0 %

13.5K Mentions

INSTAGRAM

0.3 %

77 Mentions

FORUMS

13.8 %

3,104 Mentions

BLOGS

2.9 %

652 Mentions

FACEBOOK

0.0 %

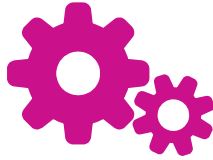
0 Mentions

TWITTER

22.9 %


5,163 Mentions



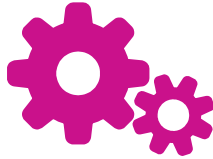


## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Примеры страны: Вьетнам (обсуждаемые в социальных сетях ключевые слова по вакцинам)

WORD CLOUD  Filters are not being applied to all sources  
Oct 1, 2018 - Sep 30, 2019





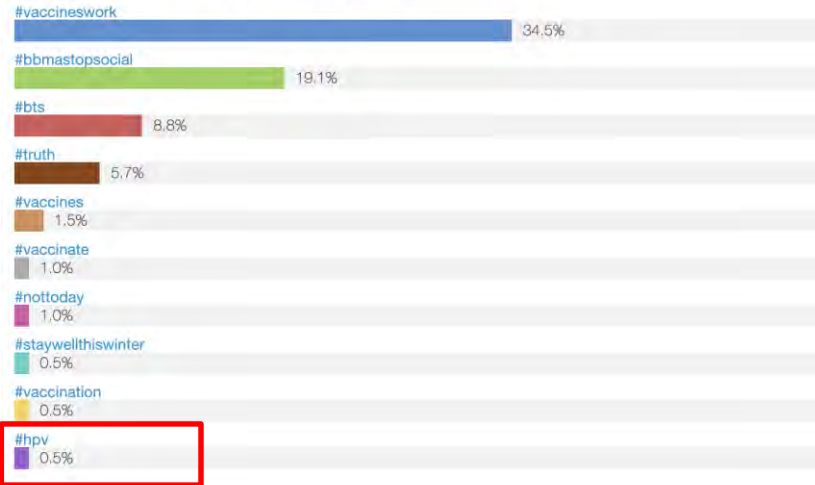
# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

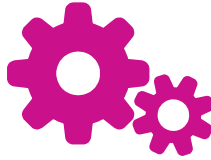
- Примеры страны: Вьетнам (хэштеги, использованные в Twitter по вакцинам)

TWITTER TRENDING  Filters are not being applied to all sources

Oct 1, 2018 - Sep 30, 2019

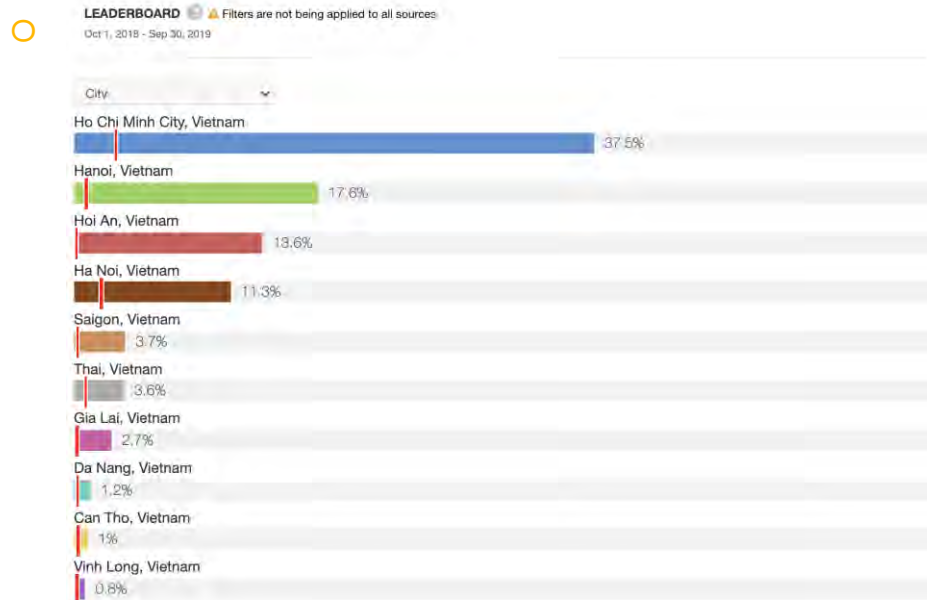
Top 10 hashtags used in Tweets with estimated number of mentions.

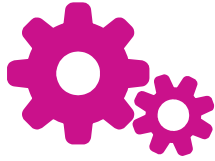




# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

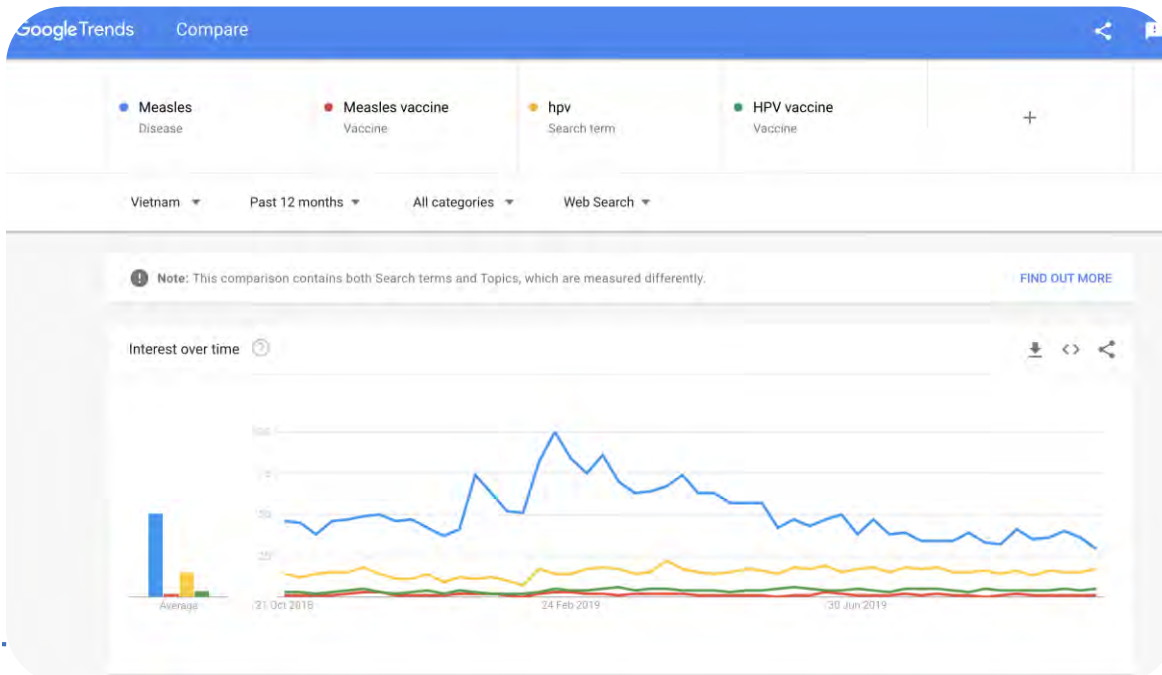
- Примеры страны: Вьетнам (социальные сети: топ-10 городов в плане обсуждения вакцин)

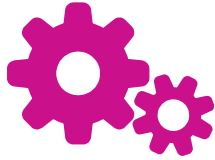




# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Примеры страны: Вьетнам (Google Trends: сравнение веб-поиска)  
<https://bit.ly/Vietnam-GoogleTrends-Vaccines>

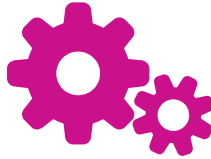




## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Примеры страны: Вьетнам (Google Trends: веб-поиск может отражать данные страны в социальных сетях)  
<https://bit.ly/Vietnam-GoogleTrends-Vaccines>





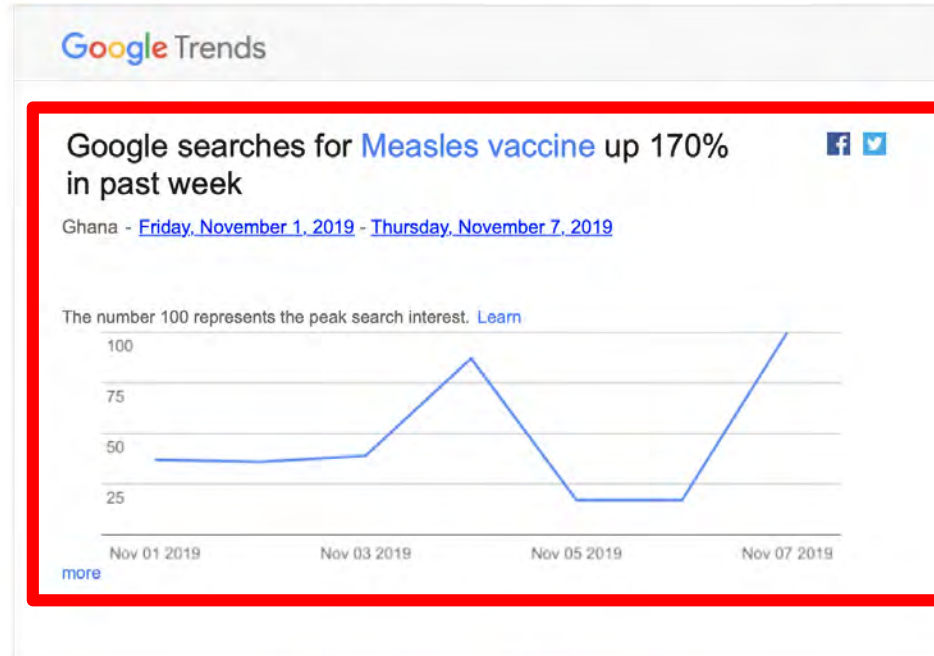
# Google Trends

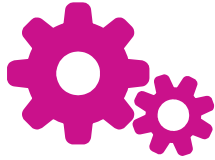
- Вы также можете подписаться на обновления Google Trends и получать отчеты по интересующим Вас темам:

Google searches for Measles vaccine up 170% in past week (Ghana)

★ Google Trends ▾ To: digitalcoeliac@gmail.com

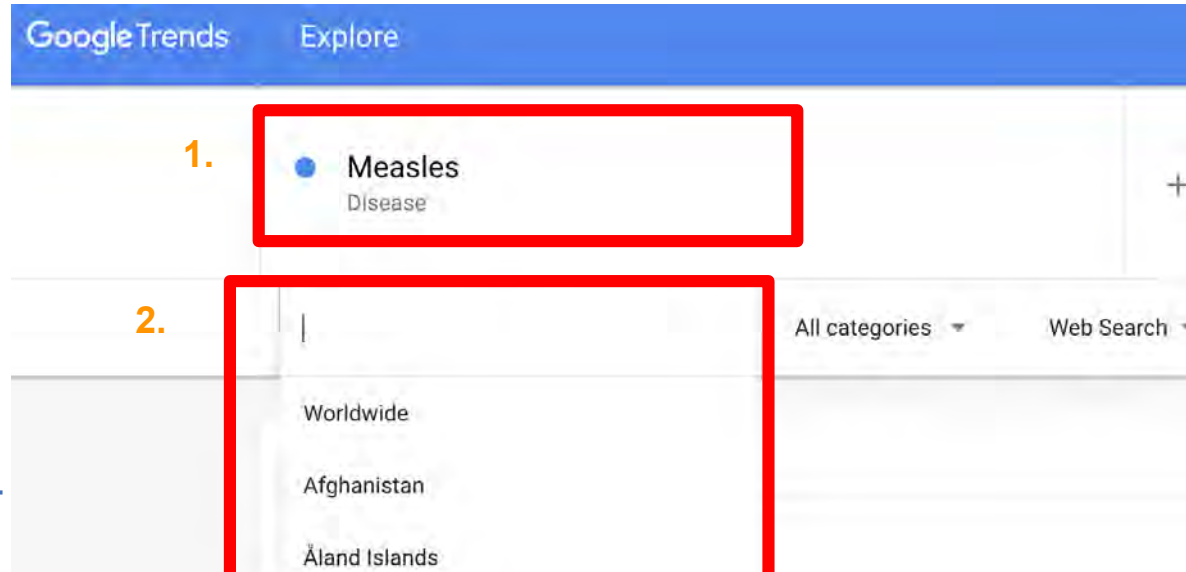
08/11/2019, 08:57

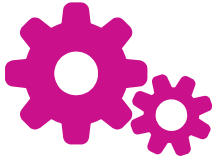




## Пример

- Переходите на Google Trends: <https://trends.google.com/>
- Введите следующую вакцину в поле поиска:
  1. Против кори (или любая другая вакцина)
  2. Затем введите регион Вашей страны



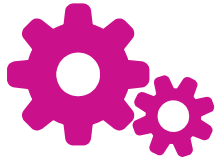


## Упражнение

- Запишите, в каком месяце больше всего обсуждали корь как «болезнь»
- Нажмите «Сравнить» (Compare) и введите «Эбола» (Ebola) или любую другую вакцину

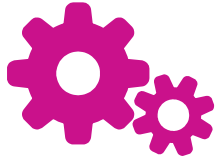
The image shows a screenshot of the Google Trends 'Explore' page. The top navigation bar is blue with 'Google Trends' and 'Explore' text. Below it, the search term 'Measles Disease' is entered. A red box highlights the '+ Compare' button. Below the search bar, there are dropdown menus for 'Georgia', 'Past 12 months', 'All categories', and 'Web Search'. A second screenshot below shows the 'Compare' page with the same search term 'Measles Disease' and a new search term 'measles Search term' entered in the input field. A red arrow points from the 'Compare' button in the first screenshot to the input field in the second screenshot. A red box highlights the input field in the second screenshot. The bottom navigation bar is identical to the first screenshot.





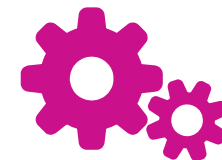
## Упражнение

- **Дискуссия**
  1. Что Вы обнаружили по Вашей стране?
  2. В каком запросе было больше всего поисковых запросов (понятий) по Вашей стране?
  3. По каким городам или населенным пунктам в Вашей стране отмечалось больше всего поисков?



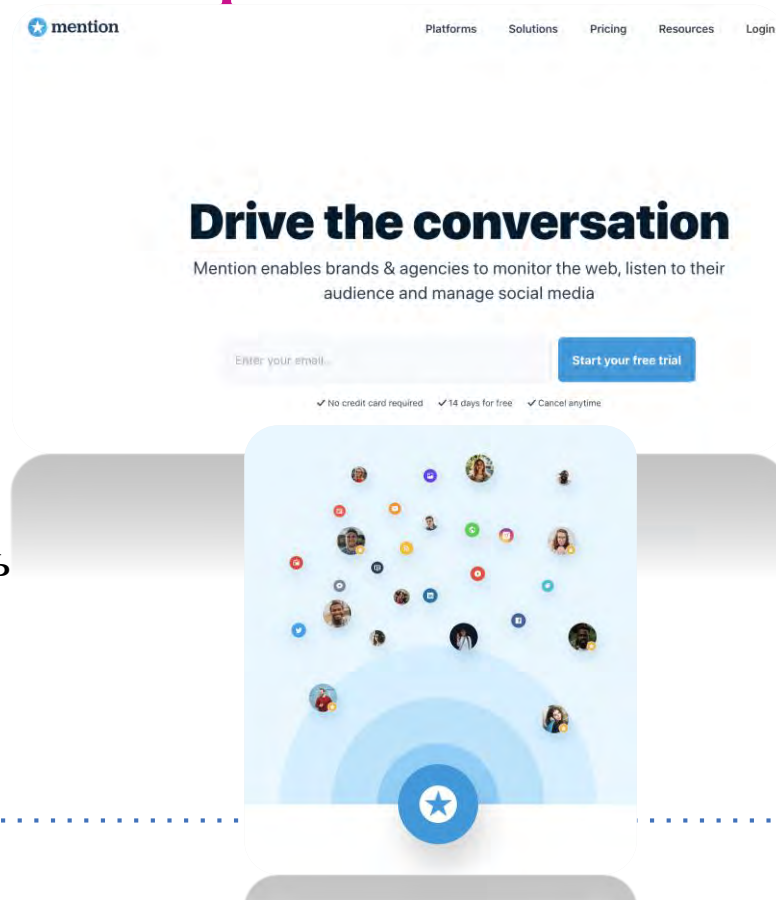
## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

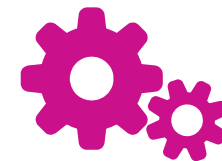
- **Обновление: Какие инструменты оказались полезными?**
  - Что Вы можете сделать после использования Google ?
    1. Mention (инструмент анализа социальных сетей)



## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Какие другие инструменты полезны для обзора:
  - Mention (инструмент браузера)  
<https://mention.com/en/>
  - Простой способ осуществлять мониторинг веб-пространства, слушать его аудиторию и управлять социальными сетями.





# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

- Какие другие инструменты полезны:

- Mention (browser tool)  
<https://mention.com>

Простой способ осуществлять мониторинг веб-пространства, слушать его аудиторию и управлять социальными сетями.

Facebook

Search in alert history

#VaccinesWork  
482 mentions

vaccine  
404 mentions

Vaccinate Your Family  
0 mentions

VaccineImpact  
197 mentions

Learn The Risk  
207 mentions

MENTIONS

Inbox 95

Unread

Priority

Favorites

Archive

Trash

Spam

TASKS

ACTIVITY

Add a new alert...

Learn The Risk  
4 Nov

Have You Seen Our New "Vaccine Are NOT Vegetarian" Flyer?

One of the best ways to raise awareness is by posting or handing out flyers. You can post on community bulletins boards in your local area, hand out at farmers' markets or other events, post around your house or office, etc.

Our LTR 'Vaccines Are NOT Vegetarian' flyers identify the animal cells that are contained within vaccines. The worst thing is, the extraction is usually taken whilst the animal is ALIVE. If you're a vegetarian... why vaccinate?

Get yours today: [www.LearnTheRisk.org/product/vegetarian-flyers-100/](http://www.LearnTheRisk.org/product/vegetarian-flyers-100/)

To check out all of our materials, click here: [www.LearnTheRisk.org/materials/](http://www.LearnTheRisk.org/materials/)

#LearnTheRisk #KnowledgelsPower #ResearchDontRegret

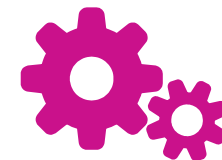
**DID YOU KNOW VACCINES AREN'T VEGETARIAN?!**

**Vaccines contains: Pig DNA, Chicken DNA, Fetal cow blood, Dog kidney cells, Guinea pig cells, Monkey kidney cells, and more...**

- These parts are not extracted in a gentle, animal-friendly way, and most of the time the animals are ALIVE during extraction.

Learn The Risk  
facebook.com/profile.php?id=1273222412722986

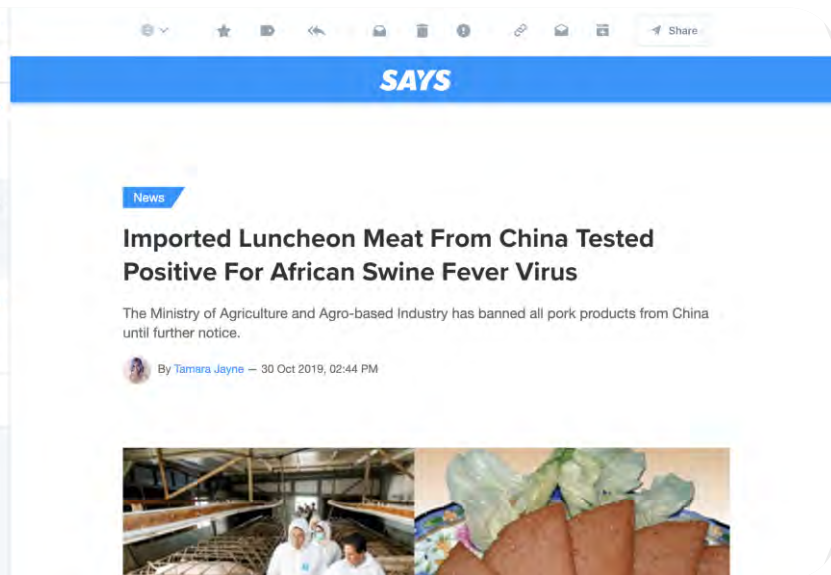
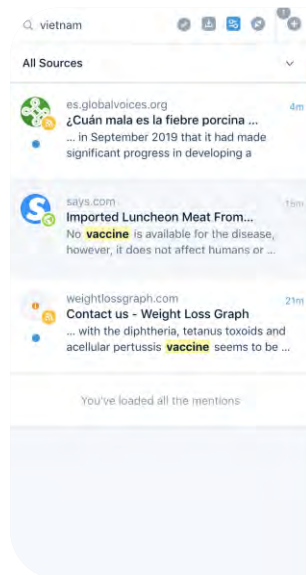
33 / 0

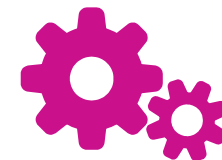


# Отслеживание сигналов, слухов и проблем

## ○ Mention

- Отслеживание новостей и упоминаний в социальных сетях в Вашей стране

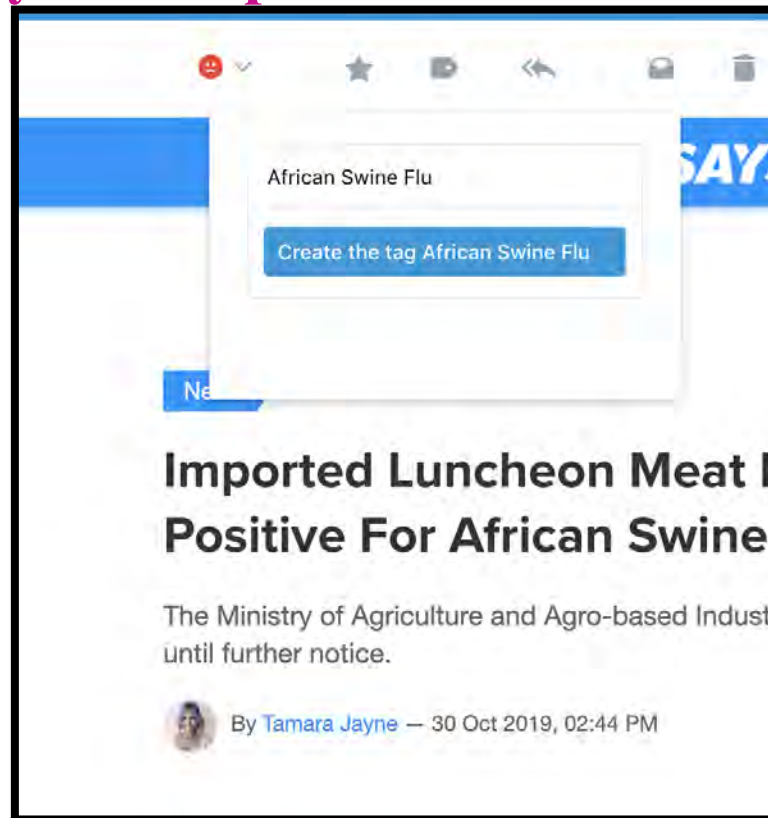


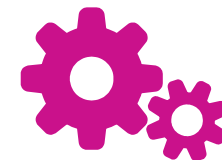


## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

### ○ Mention

- Вы можете пометить медиа с тегами, чтобы отслеживать определенные темы

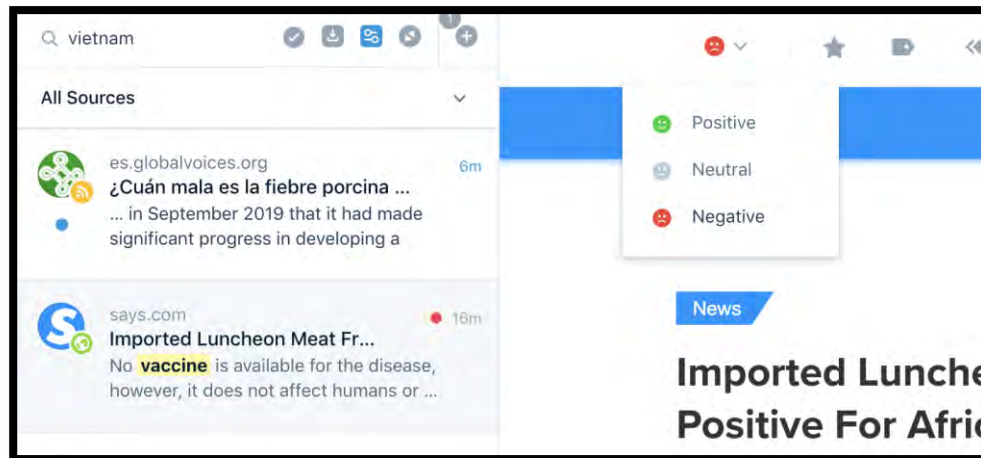




## Отслеживание сигналов, слухов и проблем

### ○ Mention

- Вы можете пометить новости как позитивные, нейтральные или негативные
- Это поможет составить более современный отчет об отношении к вакцинам в Вашем ареале.

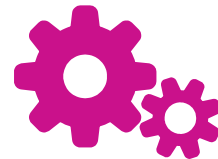




# Контент-стратегия



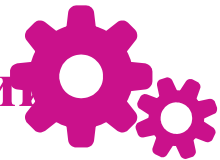
# Изучение концепций в стратегической коммуникации



## Определение Вашей стратегии: как решить, какая платформа лучше для Вас

- Несмотря на то, что у каждой платформы социальных сетей есть свои преимущества, Вы должны выбрать активную работу на сайтах, которые лучше всего соответствуют Вашей целевой аудитории и задачам. Чтобы определить, какой тип аккаунта в социальной сети подходит Вам, задайте себе следующие вопросы:
- Какие ключевые платформы социальных сетей используются в Вашем регионе?
- Какая платформа для социальных сетей соответствует Вашим целям и целевой аудитории?

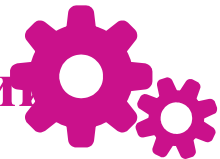
# Изучение концепций в стратегической коммуникации



## Определение Вашей стратегии: как решить, какая платформа лучше для Вас

- Отдельные демографические группы активно используют определенную платформу социальных сетей; например, родители в основном используют Facebook. Выходите на свою аудиторию там, где она представлена.
- В некоторых населенных пунктах существует предпочтительная социальная сеть.
- Выберите, какой инструмент социальных сетей использует население, которое Вы пытаетесь охватить в наибольшей степени.

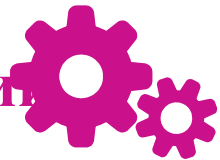
# Изучение концепций в стратегической коммуникации



## Определение Вашей стратегии: как решить, какая платформа лучше для Вас

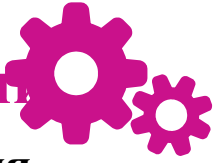
- **Каковы Ваши цели?**
  - Опишите свои цели для инициирования обработки социальных сетей в сравнении с другими, традиционными коммуникационными подходами.
  - Как задействование аккаунта в социальной сети поможет Вам достичь цели?
  - Каковы основные темы, вызывающие озабоченность в отношении вакцин в Вашем регионе?
  - Кто Ваша целевая аудитория? Кого Вы надеетесь достичь через социальные сети? Определите и охарактеризуйте свою первичную и вторичную аудиторию.

# Изучение концепций в стратегической коммуникации



## Определение Вашей стратегии: как решить, какая платформа лучше для Вас

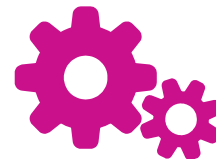
- Какова Ваша контент-стратегия?
  - Разработайте календарь контента и подход, который обеспечит, чтобы Ваш профиль оставался активным и привлекательным в течение длительного времени. Это упражнение поможет Вам сопоставить Ваш контент с целевой аудиторией и выявить возможные пробелы в потоках контента.
  - Как моя команда будет распределять ресурсы для поддержки профиля в социальных сетях?
  - Определите ожидания и составьте план на тот период, когда люди могут отсутствовать.



# Изучение концепций в стратегической коммуникации

## Определение Вашей стратегии: как решить, какая платформа лучше для Вас

- Оставайтесь актуальными в отношении текущих событий
  - Разработка тематического плана и следование ему крайне важно для обеспечения эффективности и планирования заранее соответствующих сообщений в ключевые моменты года, когда определенные темы будут наиболее актуальными.
  - Однако, как менеджеру аккаунта в социальной сети, Вам, возможно, придется скорректировать эти планы, основываясь на происходящих новостных событиях и онлайн-обсуждениях.
  - Чтобы быть в курсе активностей в социальных сетях, осуществляемых в сообществе по иммунизации, следите за ключевыми организациями в социальных сетях.



## Контент-стратегия

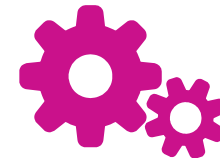
- Упражнение
  - Запишите, какие у Вас возникли основные опасения по поводу использования социальных сетей в Вашей стране
  - Кто Ваша целевая аудитория?
  - Как бы Вы адаптировали свой ответ на проблемы на различных социальных сетях?
  - Какие стратегии социальных сетей Вы бы использовали для решения проблем?
  - Следующие примеры могут помочь Вам в Вашей стратегии:



# Анализ конкретных случаев

# Анализ случая №1

## Мьянма справляется с негативными комментариями во время кампании по вакцинации



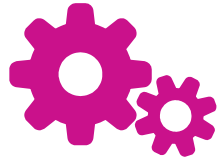
Hnin Su Mon  
10 min

Myanmar's Experience on Japanese Encephalitis Campaign (2017)

unicef  
for every child

THE POWER OF  
VIRTUAL COMMUNITY





# Анализ случая №1

## Мьянма справляется с негативными комментариями во время кампании по вакцинации

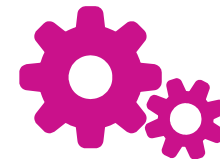
### КАМПАНИЯ



- Общенациональная кампания
- Общая цель
  - от 9 месяцев до 15 лет = 13.6 миллиона
  - 26% общей популяции
- ДВЕ ФАЗЫ
  - Фаза вакцинации в школах – (15-23) ноябрь 2017 г.
  - Фаза вакцинации в сообществах – (11-20) декабрь 2017 г.
- ВОЗ преквалифицировала живую аттенуированую вакцину против японского энцефалита (SA 14-14-2)

# Анализ случая №1

## Мьянма справляется с негативными комментариями во время кампании по вакцинации



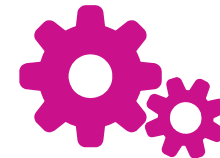
### ПОДГОТОВКА

- Print** Posters, Pamphlets, Advocacy Folder with fact sheets, Invitation cards
- Broadcast** TV & Radio (TV spots, Radiospot, Songs, PSA, Interview, Music Videos, Crawler)
- Media** Advocacy
- Transit** Billboard, Street banners
- Mobile** SMS reminders
- Local Media** Miking & meetings
- IPC** BHS and volunteers



# Анализ случая №1

## Мьянма справляется с негативными комментариями во время кампании по вакцинации



### Виртуальное сообщество



Teachers



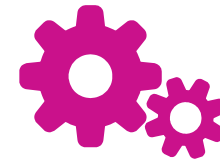
Parents



Pediatricians

# Анализ случая №1

## Мьянма справляется с негативными комментариями во время кампании по вакцинации



### СОБЫТИЯ

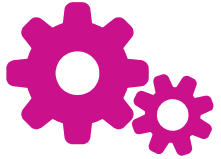
Day 1



Day 2



- Официальное заявление на странице РПИ в Facebook
- Мониторинг общественного и медиа мнения (группы матерей, публичные посты, посты в СМИ, поиск по ключевым словам)
- Инициированные двусторонние/индивидуальные обсуждения



# Анализ случая №1

## Мьянма справляется с негативными комментариями во время кампании по вакцинации

**THE MEDIA**

**The Voice**  
Yesterday at 1:07 PM · 🌐

ဆာဘိုရ်နိုက်ဇာတ်ယာတ်သည့် ကာလလေးနှင့် Risk and Return တို့

ကုန်ပစ္စည်းနှင့် ဆားကတား ဝန်ကြီးဌာနက ဖြန့်ဖြူးပေးသော နိုင်ငံလုံး အတိုင်ခံစားခွင့် (အမျိုးသားအသက်ဖြင့်) ကာလလေးများကို စွန့်ခွာတတ်စေရန်... See More

**EDITORIAL**

454 129 Comments 146 Shares

Like Comment Share

**MCM TV News**

More than 9000 likes/reactions and placements in internet

More than 350 comments, mainly against the campaign

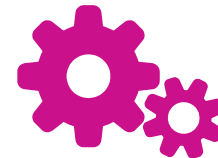
98%  
комментариев  
направлены  
против  
высказанных в  
статье  
обвинений

Врачи,  
педиатры и  
журналисты  
подвергли  
критике статью

Более 9 тысяч лайков/реакций и  
размещений в интернете

Более 350 комментариев, в  
основном против кампании

# Анализ случая №1



## Мьянма справляется с негативными комментариями во время кампании по вакцинации

**Виртуальный диалог**

- Японский, значит, это происходит в Японии
- Изготовлено в Китае
- Политический мотив
- Случай ПППИ
- Поричание

ရူပနံ ဦးဆောင်ရောင် ကာကွယ်ဆေးလည်း ကာလအားလုံးကို မသေချာစွာ ထိုးနှံမှုမရှိမီ မြန်မာနိုင်ငံရှိ မိခင်များ အားလုံးက ဤကဲ့သို့ ကာလအတွက် သဘာဝ မရှိဘဲ အထူးအထူး ဖော်ပြချက် ပေါ်ပေါက်လာခဲ့ပြီး လူမှုကွန်ပွန်စ် မီဒီယာပေါ်တွင် ဝေဖန်ချက်များ ပြန့်ပွားလာခဲ့ပါသည်။

Группа матерей (более 400 членов)

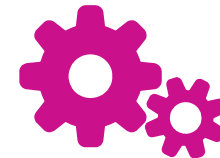
- Опытные матери
- Совет и поддержка
- Обмен опытом

မနက် ဝန်း ခိုရင်ပဲ ထိုအခါကတည်းက မိတ်ချလက်ချ မနက်ခင်းလား မိတ်ချမိတ်ချ

ဝေဖန်ချက်များ ပြန့်ပွားလာခဲ့ပြီး ဝေဖန်ချက်များ ပြန့်ပွားလာခဲ့ပါသည်။

# Анализ случая №1

## Мьянма справляется с негативными комментариями во время кампании по вакцинации



### РЕАГИРОВАНИЕ

#### Медиа

- Пресс-релиз, брифинг, медиа для адвокатирования вакцин

#### Два пути коммуникации с родителями

- Всего **234** вопроса, ответы на которые получены посредством поделенных на **7** частей постов вопросов-ответов
- Более **1000** вопросов, ответы на которые получены посредством индивидуальных ответов на комментарий и сообщение
- Обновление новостей по случаям ПППИ

#### Мониторинг общественного мнения

- Facebook, поиск ключевых слов
- Посредством Радио Мьянма и 6 аффилированных радиостанций
- Вопросы и ответы посредством частных радиостанций

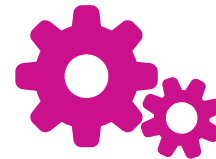
#### Публичное заявление о поддержке/рекомендация/обмен опытом

- Гордые родители детей, которые были вакцинированы против японского энцефалита, разместили восхитительные фотографии своих счастливых детей
- Родители с детьми, которые заболели японским энцефалитом
- Знаменитости
- Гордые добровольцы
- Гордые религиозные служители

#### Группы матерей

# Анализ случая №1

Мьянма справляется с негативными комментариями во время кампании по вакцинации



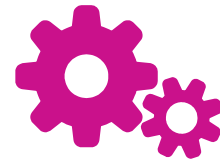
## РЕЗУЛЬТАТ

Из **13.6 миллиона** детей  
**12.58 миллиона** были  
вакцинированы, что  
позволило достичь охвата  
в **92.5%**



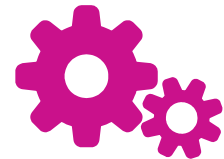
# Анализ случая №1

## Мьянма справляется с негативными комментариями во время кампании по вакцинации



### ИЗВЛЕЧЕННЫЕ УРОКИ

- Сила диалога в виртуальном сообществе
- Тенденции в социальных сетях
- Приверженность и ответственность Правительства
- Два пути/индивидуальное общение с родителями
- СМИ в качестве проводника идей
- Как можно больше каналов

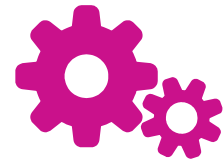


## Анализ случая №1

Мьянма справляется с негативными  
комментариями во время кампании  
по вакцинации

Благодарность

ЮНИСЕФ, Мьянма, 2019 год



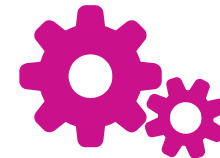
## Анализ случая №2

Понимание общественного восприятия иммунизации и безопасности вакцин: урок, извлеченный из кампании по вакцинации против кори и краснухи (MR) в Индонезии

**Основное внимание в рамках исследования было уделено следующему:**

- Подтемы были выбраны с учетом их актуальности для программы иммунизации и в более широком контексте – для общественного здравоохранения:
  1. Религиозные проблемы в плане иммунизации
  2. Разговоры о вспышках болезней
  3. Симптомы или состояние здоровья, обсуждаемые как побочные эффекты вакцины
  4. Внедрение новой пятивалентной вакцины

# Понимание общественного восприятия иммунизации и безопасности вакцин: урок, извлеченный из кампании по вакцинации против кори и краснухи (MR) в Индонезии

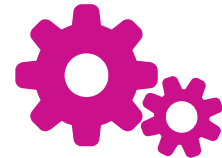


- В ходе проекта с января 2012 года по декабрь 2013 года было отобрано 88,368 соответствующих публичных твитов на индонезийском языке бахаса.
- Эти твиты были отфильтрованы с использованием комбинаций ключевых слов и фраз, которые охватывают наиболее часто используемые термины, относящиеся к каждой подтеме иммунизации.
- Например, твиты, содержащие слова «sakit» («больной») и «dpt» (вакцина АКДС (DPT)) или «vaksin» («вакцина»), могут иметь отношение к подтеме о побочных эффектах.
- Отобранные твиты были доработаны, чтобы ограничить объем нерелевантного контента, такого как шутки, а затем извлечена аналитическая информация.

ch

ie

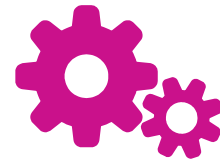
## Понимание общественного восприятия иммунизации и безопасности вакцин: урок, извлеченный из кампании по вакцинации против кори и краснухи (MR) в Индонезии



**Твиты были проанализированы для определения следующего:**

- **Общие тенденции** – путем изучения ежедневных, ежемесячных и годовых объемов твитов с января 2012 года по декабрь 2013 года (это – один из самых простых способов выявления внезапных изменений в тематической вовлеченности и определения причин значительных скачков в объеме)
- **Словесные кластеры**, или группирование слов по частоте в одном и том же твите, чтобы определить закономерности в содержании твита
- **Размещенный в интернете контент** – путем анализа того, какой контент люди размещают из внешних источников (напр., с новостевых сайтов) или от своих подписчиков с целью обеспечения доступа для общественности
- **Инфлюенсеры** – путем определения основных аккаунтов в Twitter, которые влияют на иммунизацию (со значительным числом

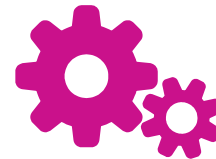
## Понимание общественного восприятия иммунизации и безопасности вакцин: урок, извлеченный из кампании по вакцинации против кори и краснухи (MR) в Индонезии



### ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

- Данное исследование показало, каким образом индонезийцы осуществляют обмен информацией по иммунизации в социальных сетях (в среднем 121 твит в день), и может быть использовано, чтобы в реальном времени получить представление об общественном восприятии.
- Анализ показал, как четыре подтемы (религиозные проблемы, вспышки болезней, побочные эффекты, пятивалентная вакцина) обсуждались в течение времени с точки зрения объема и содержания, и подтвердил, что связанная с вопросами здравоохранения информация распространяется в геометрической прогрессии.

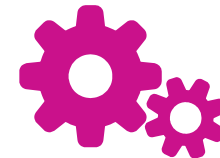
# Понимание общественного восприятия иммунизации и безопасности вакцин: урок, извлеченный из кампании по вакцинации против кори и краснухи (MR) в Индонезии



## ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

- Анализ тенденций посредством часто используемых словесных кластеров (многократное использование слов в одном и том же твите) помог выявить, когда и почему люди выражали озабоченность по поводу иммунизации.

# Понимание общественного восприятия иммунизации и безопасности вакцин: урок, извлеченный из кампании по вакцинации против кори и краснухи (MR) в Индонезии



На рисунке показано, как резкий рост твитов, выражающих беспокойство по поводу смертей после вакцинации, может побудить к быстрому реагированию посредством эффективного использования сети инфлюенсеров Twitter для корректирования распространения дезинформации

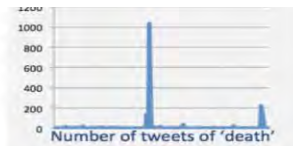
Раннее предупреждение



Быстрый ответ с действенным  
планом



Выявить через Twitter людей,  
обеспокоенных смертью после  
вакцинации



Распространять правильную информацию через Twitter  
посредством пользователей-инфлюенсеров

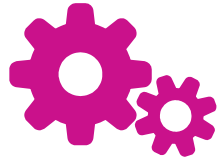
@dr\_piprim  
@dirgarambe  
@blogdokter





# Понимание общественного восприятия.....

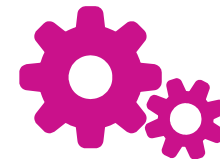
## иммунизации и безопасности вакцин: урок, извлеченный из кампании по вакцинации против кори и краснухи (MR) в Индонезии



### Заключение исследования

- Отслеживание выраженной публично в Twitter обеспокоенности индонезийцев по поводу иммунизации выявило полезность социальных сетей в качестве дополнения к существующим инструментам и пониманию общественного мнения.
- Данное исследование продемонстрировало, как специалисты в области общественного здравоохранения могут использовать полученную из социальных сетей информацию в реальном времени с целью осведомленности о ситуации и быстрого реагирования, особенно для решения проблемы распространения слухов и дезинформации.
- Представления, выраженные в Интернете в социальных сетях, могут не совпадать с высказанными напрямую мнениями, так как настроение и тон могут меняться в зависимости от среды.

## Понимание общественного восприятия иммунизации и безопасности вакцин: урок, извлеченный из кампании по вакцинации против кори и краснухи (MR) в Индонезии



### Благодарность

- Управление коммуникации и общественных услуг,  
Министерство здравоохранения Индонезии
- ЮНИСЕФ, Индонезия



# Благодарим за внимание!

Д-р Сэм Мартин (Sam Martin), научный сотрудник (ведущий аналитик)  
Проект «Доверие к вакцинам»  
(Vaccine Confidence Project™)

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

LONDON  
SCHOOL of  
HYGIENE  
& TROPICAL  
MEDICINE

