

Преодоление сомнений в отношении вакцинации через сторителлинг: четыре основных вывода о действенности этого подхода

Авторы: Ли Эвальд (Leah Ewald) и Фелисити Поклингтон (Felicity Pocklington)

Сидя на крыльце своего дома, приютившегося на покрытом пышной зеленой растительностью горном склоне в живописной вьетнамской провинции Йенбай, Ча рассказывает нам о себе. Вокруг, ни на минуту не умолкая, шумит повседневная жизнь. Молодая мать с двумя детьми живет в одном доме со свекрами и братьями мужа. В хозяйстве имеются разномастные утки, коровы и многострадальная кошка. В сезон свадеб Ча зарабатывает на жизнь пошивом свадебной одежды, а в остальное время сбором хвороста на продажу. Тем временем, в двух километрах от деревни Ча медбрат Зянг, заведующий местным медпунктом, прибирает помещение в преддверии дня вакцинации. Его беспокоит скептическое отношение общины хмонгов к вакцинации. Он предполагает, что в основе этого недоверия могут лежать традиционные местные верования, недостаток знаний о вакцинах, опасения в отношении возможных побочных эффектов или сложности, связанные с путешествием из отдаленных горных деревень в медпункт. Однако Зянг и его коллеги постоянно проводят разъяснительную работу среди местного населения, поэтому Ча, которая не может точно сказать, какие вакцины получает ее сын, и не помнит, куда убрала прививочную карту дочери, тем не менее знает о вакцинах достаточно, чтобы вместе со свекровью с детьми за спиной пешком отправиться через горы на прививку.

«Люди мыслят историями, и мы пытаемся понять суть мира, рассказывая истории», — Юваль Ной Харари

Опасения по поводу недоверия к вакцинации или низкого спроса на вакцины, особенно в «труднодоступных» или маргинализированных общинах, повсеместно получают все большее распространение по мере того, как страны пытаются охватить каждого ребенка сохраняющими жизнь вакцинами. В конце прошлого месяца начались поставки странам вакцин в рамках механизма COVAX и это дает надежду на решающий перелом в борьбе с пандемией. В то же время по итогам [пульс-опроса](#), проведенного в июле 2020 года среди 260 специалистов по вакцинации из 82 стран, 73% участников отмечали нарушение спроса на иммунизацию во время пандемии. К моменту проведения опроса в [15 из 40 стран, имеющих право на получение поддержки Гави](#), наблюдалось повышенное распространение слухов и дезинформации, а в 21 стране отмечалось умеренное или значительное снижение доверия общества к иммунизации. Итоги опроса позволяют сделать вывод о том, что пандемия COVID-19 могла ускорить [глобальные тенденции роста скептического отношения к вакцинации](#). Сейчас, когда мы стоим на пороге нового исторического момента в связи с предстоящим развертыванием вакцины от COVID-19, угроза распространения слухов и дезинформации, роста недоверия к вакцинам и сомнений в отношении вакцинации представляет собой постоянно усугубляющуюся сложную проблему, особенно в контексте глобального усиления цифровизации.

Сеть обучения для стран на этапе перехода (LNCT) и международная организация Common Thread, занимающаяся исследовательской, консалтинговой и просветительской деятельностью в области здравоохранения, объявили о выходе двух новых

видеороликов, в которых рассматриваются два конкретных примера, иллюстрирующие ситуацию со спросом на вакцинацию во Вьетнаме и предлагающие образцовую модель взаимодействия с уязвимыми общинами. Видеоролики, повествующие о пути к вакцинации двух молодых матерей Ча и До, предназначены для обучения медицинских работников. В них нет закадрового текста и эффектной графики. Ча и До простым понятным языком рассказывают свои истории, позволяющие понять, как они относятся к иммунизации, как сформировалось это отношение, с какими трудностями они сталкиваются, и что можно сделать, чтобы облегчить для них процесс вакцинации. Результатом этого совместного проекта стали две удивительно яркие истории о том, как семьи преодолевают все препятствия, чтобы защитить детей от инфекций, предупреждаемых путем вакцинопрофилактики.

Мы хотели бы воспользоваться этим случаем, для того чтобы поразмышлять о ценности житейских историй для рассказчиков и для их аудитории в эпоху вакциноскептицизма. Ниже вы найдете некоторые из сделанных нами заключений.

Данные в отличие от эмоций не способны изменить отношение к проблеме.

Истории — один из [самых эффективных коммуникативных приемов](#) для изменения поведения. Хорошая история превращает сухие статистические данные в лично значимую и вызывающую эмоциональный отклик информацию. Она помогает лучше понять сложную проблему. Она будит у аудитории такие эмоции, как смех, гнев, печаль, страх или гордость, которые играют исключительно важную роль в процессе формирования долговременной памяти. Она объединяет слушателя и рассказчика на почве осознания общности цели. Она формирует эмпатию и является хорошим мотиватором. Она способствует формированию эмоций. Сравните приведенные ниже сообщения:

- «115 детей погибли в результате прошлогодней вспышки дифтерии во Вьетнаме. Не откладывайте вакцинацию вашего ребенка.»
- «Малышке Ха было три года — она была заботливой старшей сестрой и ей нравилось помогать маме шить одежду. Ха любила свою собаку и свою бабушку и была сладкоежкой. В прошлом году Ха, которая жила в такой же деревушке, как эта, умерла от дифтерии. Не откладывайте вакцинацию вашего ребенка.»

Первое сообщение просто рассказывает о риске сухим языком цифр без привязки к контексту. Второе – вызывает целую гамму эмоций, включая узнавание, печаль и страх. Как замечает медбрат Зянг, эффективная коммуникация имеет решающее значение для преодоления сомнений в отношении вакцинации. Она не только помогает людям понять и запомнить важность, эффективность и безопасность вакцин, но и мотивирует их к действию несмотря на такие серьезные препятствия, как необходимость пройти значительное расстояние или потеря целого дня работы. Эффективная коммуникация историй, подобных той, которую рассказала Ча, также в значительной степени способствует пониманию медицинским персоналом и руководящими работниками потребностей обслуживаемых ими общин.

Истории помогают понять, что за цифрами скрываются реальные люди.

Несмотря на 13-летний стаж работы в медицине, понимание Зянгом факторов, оказывающих влияние на поведение обслуживаемой им общины по отношению к

иммунизации, ограничивается его личным опытом контакта с пациентами во время приема и информацией, которую они сообщают ему как медработнику. История, рассказанная Ча и членами ее семьи, позволяет нам гораздо глубже понять процесс, определяемый ЮНИСЕФ как «Путь к вакцинации». Вместе с Ча мы проходим все этапы этого пути, который предстоит проделать лицу, обеспечивающему уход за ребенком — от получения базовых знаний и информации о вакцинах, формирования намерения о проведении вакцинации и готовности действовать с учетом необходимых затрат и усилий до посещения пункта вакцинации, преодоления возможных побочных эффектов после прививки и принятия решения о получении следующих доз. Цифры могут рассказать нам о том, «кто, где, когда» продемонстрировал неуверенность в отношении целесообразности проведения или низкий спрос на вакцинацию; эмпирические знания, имеющиеся у Зянга и его коллег, позволяют нам догадываться о причинах; однако нам будет затруднительно в полной мере понять, чем руководствуются семьи, принимая то или иное решение о вакцинации, [«не взглянув на ситуацию их глазами»](#).

В истории Ча содержится масса информации о причинах, которые могут вынудить семью из такой общины пропустить сеанс вакцинации, и дело тут далеко не всегда в отсутствии спроса на иммунизацию. Она также позволяет выявить меры, которые могут предпринять проводящие вакцинацию медработники для устранения имеющихся преград. К таким мерам относятся проведение выездных сеансов вакцинации ближе к местам проживания общин; обеспечение доставляющих детей на прививку взрослых масками и дезинфицирующими средствами для рук; разъяснение потенциальных побочных эффектов после вакцинации на понятном для родителей и опекунов языке; рассылка приглашений на вакцинацию с указанием времени и места ее проведения. После выявления потенциальных препятствий для вакцинации можно заняться сбором количественных данных, чтобы узнать, насколько они распространены. Какие из них имеют решающее значение? Насколько эффективны стратегии, используемые медработниками для их устранения? Все ли возможное мы делаем?

Истории могут иметь любой размер и формат.

Для того чтобы рассказать хорошую историю, не обязательно исписать сотни страниц и потратить десятки часов на изложение сюжета. История может занимать три страницы, как этот блог. Иногда бывает достаточно нескольких предложений, как в истории, рассказанной свекром Ча: «Раньше не было никаких вакцин или лекарств. Если нам нужно было лекарство, мы шли за ним в лес. Найти лекарство в лесу было трудно. Некоторые выздоравливали, другие — нет». Иногда, для того чтобы рассказать историю достаточно изображения, например, кадра, на котором Ча и ее свекровь пешком идут в медпункт по холмистой местности с детьми за спиной. История в широком смысле это повествование, дающее аудитории возможность разделить личный опыт рассказчика в отношении какой-либо проблемы, эмоции, поездки или идеи. Историю как вид коммуникации можно использовать в разных целях — чтобы объяснить медработнику, почему родители не вакцинируют своего ребенка; чтобы побудить семьи к вакцинации; для проведения кампании по выделению средств на необходимый инструмент; для обучения медработника необходимым для выполнения задания навыкам; а также для оказания моральной и психологической поддержки медработнику, находящемуся на грани выгорания. Главное — найти способ изложения, максимально соответствующий вашим навыкам, главной идее и имеющимся ресурсам. Рекомендации о том, как рассказать эффективную историю, можно найти [в этом шаблоне](#).

У каждого своя история, и все истории заслуживают внимания.

Как правило, люди доверяют представителям медицинской профессии и государственным чиновникам, что делает рассказываемые ими истории особенно убедительными. Однако необходимо помнить о том, что любые истории из жизни колеблющихся в отношении вакцинации общин, которые также могут быть маргинализированными или уязвимыми, следует рассказывать с должной осторожностью и уважением, признавая, что в конечном итоге мы все в первую очередь озабочены благополучием своих детей. Можно рассказывать истории матерей, которые на целый день откладывают свои дела, ради того чтобы пешком добраться с детьми в прививочный пункт. Можно рассказывать об отцах, которые находят время на то, чтобы позвонить домой с работы и узнать, как прошла вакцинация. Можно рассказывать истории бабушек и дедушек, оказывающих моральную и физическую поддержку своим внукам при проведении иммунизации. Можно рассказывать истории находчивых медицинских работников, которые сами родились и выросли в неустанно обслуживаемых ими общинах. Сторителлинг позволяет дать слово тем, кто часто остается неслышанным, и нарисовать правдивый портрет членов семьи, осуществляющих уход за детьми и зачастую преодолевающих многочисленные преграды на пути к иммунизации. В этих историях они проявляют такие ценные качества характера, как настойчивость и целеустремленность, безграничная преданность детям, самоотверженность и в определенном смысле героизм. Такие истории укрепляют взаимное доверие между медицинскими работниками и общинами и помогают им осознать общую цель. Кроме того, они способствуют изменению нашего восприятия «труднодоступных общин», что может иметь положительное воздействие, выходящее за рамки иммунизации.

Истории Ча и другой молодой матери, До, доступны для просмотра на английском, французском, португальском и русском языках [по этой ссылке](#). Учебная сеть LNCT позаботилась о том, чтобы эти видеоролики можно было адаптировать для обучения медицинских работников любой страны по вопросам организации коммуникаций, создания спроса и оценки препятствий при проведении иммунизации. Руководство для преподавателей по проведению обсуждения после просмотра видеороликов также доступно на английском, французском, португальском и русском языках.

У вас есть история, рассказывающая о героизме, проявленном при проведении иммунизации во время пандемии? Вы можете поделиться ею в комментариях к этому блогу!