

**Устойчивость к
противомикробным
препаратам**

**Пособие по работе
со СМИ**



Продовольственная и
сельскохозяйственная организация
Объединенных Наций



ООН
программа по
окружающей среде



Всемирная организация
здравоохранения



World Organisation
for Animal Health

Устойчивость к противомикробным препаратам

Пособие по работе со СМИ



Продовольственная и
сельскохозяйственная организация
Объединенных Наций



ООН
программа по
окружающей среде



Всемирная организация
здравоохранения



World Organisation
for Animal Health

Устойчивость к противомикробным препаратам: пособие по взаимодействию со СМИ [Antimicrobial resistance: toolkit for media engagement]

ISBN (ВОЗ) 978-92-4-009955-5 (онлайн-версия)

ISBN (ВОЗ) 978-92-4-009956-2 (версия для печати)

ISBN (ФАО) 978-92-5-139052-8

© **Всемирная организация здравоохранения, Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций, Программа Организации Объединенных Наций по окружающей среде и Всемирная организация по охране здоровья животных, 2024 г.**

Некоторые права защищены. Настоящая публикация распространяется на условиях лицензии Creative Commons 3.0 IGO «С указанием авторства – Некоммерческая – Распространение на тех же условиях» (CC BY-NC-SA 3.0 IGO; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/deed.ru>).

Лицензией допускается копирование, распространение и адаптация публикации в некоммерческих целях с указанием библиографической ссылки согласно нижеприведенному образцу. Никакое использование публикации не означает одобрения Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединенных Наций (ФАО), Программой Организации Объединенных Наций по окружающей среде (ЮНЕП) или Всемирной организацией по охране здоровья животных (ВОЗЖ) какой-либо организации, товара или услуги. Использование логотипа ВОЗ, ФАО, ЮНЕП или ВОЗЖ не допускается. Распространение адаптированных вариантов публикации допускается на условиях указанной или эквивалентной лицензии Creative Commons. При переводе публикации на другие языки приводятся библиографическая ссылка согласно нижеприведенному образцу и следующая оговорка: «Настоящий перевод не был выполнен Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединенных Наций (ФАО), Программой Организации Объединенных Наций по окружающей среде (ЮНЕП) или Всемирной организацией по охране здоровья животных (ВОЗЖ). ВОЗ, ФАО, ЮНЕП и ВОЗЖ не несут ответственности за содержание или точность перевода. Аутентичным подлинным текстом является оригинальное издание на английском языке».

Урегулирование споров, связанных с условиями лицензии, производится в соответствии с согласительным регламентом Всемирной организации интеллектуальной собственности <http://www.wipo.int/amc/en/mediation/rules>.

Образец библиографической ссылки. Устойчивость к противомикробным препаратам: пособие по взаимодействию со СМИ [Antimicrobial resistance: toolkit for media engagement]. Женева: Всемирная организация здравоохранения, Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций, Программа Организации Объединенных Наций по окружающей среде и Всемирная организация по охране здоровья животных, 2024 г. Лицензия: [CC BY-NC-SA 3.0 IGO](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/deed.ru).

Данные каталогизации перед публикацией (CIP). Данные CIP доступны по ссылке <http://apps.who.int/iris>.

Приобретение, авторские права и лицензирование. По вопросам приобретения публикаций ВОЗ см. <https://www.who.int/publications/book-orders>. По вопросам оформления заявок на коммерческое использование и направления запросов, касающихся права пользования и лицензирования, см. <http://www.who.int/ru/copyright>.

Материалы третьих сторон. Пользователь, желающий использовать в своих целях содержащиеся в настоящей публикации материалы, принадлежащие третьим сторонам, например таблицы, рисунки или изображения, должен установить, требуется ли для этого разрешение обладателя авторского права, и при необходимости получить такое разрешение. Ответственность за нарушение прав на содержащиеся в публикации материалы третьих сторон несет пользователь.

Оговорки общего характера. Используемые в настоящей публикации обозначения и приводимые в ней материалы не означают выражения мнения ВОЗ, ФАО, ЮНЕП или ВОЗЖ относительно правового статуса любой страны, территории, города или района или их органов власти или относительно делимитации границ. Пунктирные линии на картах обозначают приблизительные границы, которые могут быть не полностью согласованы.

Упоминания определенных компаний или продукции определенных производителей не означают, что они одобрены или рекомендованы ВОЗ, ФАО, ЮНЕП или ВОЗЖ в отличие от других аналогичных компаний или продукции, не названных в тексте. Названия патентованных изделий, исключая ошибки и пропуски в тексте, выделяются начальными прописными буквами.

ВОЗ, ФАО, ЮНЕП и ВОЗЖ приняты все разумные меры для проверки точности информации, содержащейся в настоящей публикации. Однако данные материалы публикуются без каких-либо прямых или косвенных гарантий. Ответственность за интерпретацию и использование материалов несет пользователь. ВОЗ, ФАО, ЮНЕП и ВОЗЖ не несут никакой ответственности за ущерб, связанный с использованием материалов.

Перевод на русский язык выполнен ФАО.

Содержание

Выражение признательности	iv
Сокращения	v
Глоссарий	vi
1 Введение	1
2 Использование пособия	2
3 Трехэтапное руководство по привлечению СМИ к освещению проблемы устойчивости к противомикробным препаратам (УПП)	3
3.1 Обозначьте цель	5
3.2 Определите подход и виды мероприятий	5
3.3 Подготовьтесь	7
4 Тактика взаимодействия со СМИ	12
4.1 Установление контакта	13
4.2 Партнерские связи	15
4.3 Предлагайте истории, а не проблемы	18
4.4 Ответственный подход к взаимодействию со СМИ: принцип “не навреди”	19
5 Инструменты и полезные советы	21
5.1 Три инструмента для подготовки документов	22
5.2 Полезные советы по фото- и видеосъемке	25
5.3 Оставайтесь в курсе событий и вносите конструктивный вклад в коммуникацию	26
Приложение 1. Мероприятия с привлечением СМИ	31
Приложение 2. Тезисы, сформулированные организациями – участниками Четырехстороннего партнерства	35
Приложение 3. Информационные поводы для привлечения СМИ	38
Приложение 4. Типовые формы для получения согласия/разрешения на обнародование материалов	40
Приложение 5. Примеры пресс-релизов организаций – участников Четырехстороннего партнерства	41

Выражение признательности

Настоящий документ подготовлен организациями – участниками Четырехстороннего партнерства: Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединенных Наций (ФАО), Программой Организации Объединенных Наций по окружающей среде (ЮНЕП), Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) и Всемирной организацией по охране здоровья животных (ВООЗЖ) – при координирующей роли Четырехстороннего совместного секретариата.

В качестве ведущих авторов выступили Бобби Рамакант и Шобха Шукла (платформа гражданской журналистики “Ситизен ньюс сервис”) при содействии основной группы специалистов от организаций – участников Четырехстороннего партнерства, в числе которых Фэллон Бвату Мбуйи и Еркем Сембаева (ФАО); Мими (Мехерет) Меллес-Брюэр, Дириба Мосисса, Филип Мэтью (Департамент глобальной координации и партнерского взаимодействия, Управление по вопросам устойчивости к противомикробным препаратам, ВОЗ); Вэньцин Янь (ЮНЕП); и Люсия Эскати (Департамент коммуникаций, ВООЗЖ). Руководство подготовкой публикации осуществлял Томас Джозеф (ВОЗ).

Внешние эксперты

Организации – участники Четырехстороннего партнерства выражают благодарность экспертам, которые приняли участие в совещании, организованном платформой “Ситизен ньюс сервис”: Джитендре Дживеди (Фонд “Абхинав Бхарат”, Индия); Варунее Кутхитхаме (Фонд “Линк”, Мьянма и Таиланд); Тарио Кутадзе (сеть ТВ People, Зимбабве); Гозде Уанс (Региональный альянс в поддержку устойчивого улучшения положения женщин в африканских и арабских государствах, Египет); д-ру Сандипу Пандею (общественное объединение “Аша паривар”, Индия); Дакше В. Пател (национальный секретарь сети ТВ People, Индия); и Рите Видиадане (Консорциум за свободу печати, Индонезия).

Специалисты ВОЗ

Участие в подготовке настоящего документа принимали: Стефани Брикман (Европейское региональное бюро ВОЗ), Кимберли Крискаден (Департамент коммуникаций), Джамила Мохаммед Берхан Эбрахим (Региональное Бюро ВОЗ для стран Африки), Натали аль-Омейри (Региональное бюро ВОЗ для стран Америки), Уолтер Фуллер (Региональное Бюро ВОЗ для стран Африки), Нада Ахмед Хафез и Мириам Холм (Региональное бюро ВОЗ для стран Восточного Средиземноморья), Кетеван Канделаки и Сидика Нараян (Европейское региональное бюро ВОЗ), Сара Шеппард (Департамент коммуникаций), Джани Сун (Региональное бюро ВОЗ для стран Западной части Тихого океана, Манила, Филиппины) и Наталья Тоскано (Региональное бюро ВОЗ для стран Америки).

Специалисты ВООЗЖ

Участие в подготовке настоящего документа принимали: Геррит Бегер и Хавьер Югерос Маркос.

Финансирование

Средства на разработку пособия по взаимодействию со СМИ в вопросах освещения проблемы УПП предоставил Фонд Флеминга.

Заявление о конфликте интересов

Заявлений о наличии конфликта интересов не представлялось.

Сокращения

ВНПОУПП	Всемирная неделя повышения осведомленности о проблеме устойчивости к противомикробным препаратам
ВОЗ	Всемирная организация здравоохранения
ВООЗЖ	Всемирная организация по охране здоровья животных
ТБ	туберкулез
УПП	устойчивость к противомикробным препаратам
ФАО	Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций
ЮНЕП	Программа Организации Объединенных Наций по окружающей среде
COVID-19	коронавирусная инфекция 2019-nCoV

Глоссарий

Авторская колонка:	колонка, отражающая четко сформированное и аргументированное мнение конкретного автора (не являющегося сотрудником издания) по тому или иному вопросу, представляющему интерес для целевой аудитории.
Анонс:	сообщение, публикуемое накануне мероприятия с целью предварительного оповещения СМИ и их аудитории.
Гражданская журналистика:	вид журналистики, предполагающий, что освещение текущих событий осуществляется лицом, не имеющим отношения к официальным СМИ, профессиональной подготовки или официального трудоустройства в качестве журналиста, но создающим тексты или иные информационные продукты, содержащие элементы журналистики. Понятие чаще всего используется по отношению к блогерам и размещаемым в традиционных СМИ материалам, созданным пользователями, однако его также употребляют применительно к различным альтернативным СМИ и общественной журналистике.
Графическое изображение:	иллюстрация, размещаемая в газете, журнале или на веб-странице с целью наглядного пояснения той или иной части публикации.
Заголовок:	слово или короткая фраза крупным шрифтом вверху статьи, которые резюмируют содержание и/или привлекают внимание читателя.
Инфографика:	данные или иная информация, представленные в простой визуальной форме, будь то график, диаграмма, таблица, временная шкала, список или карта.
Информационное агентство:	агентство, занимающееся сбором новостей и их распространением среди газет и других средств массовой информации, подписанных на его рассылку.
История из личного опыта:	статья или очерк про конкретных людей, повествующие о том, как на них повлияли те или иные проблемы или события. Позволяет более четко доносить идеи и информацию до зрителей, читателей или слушателей.
Очерк:	объемная статья либо аудио- или аудиовизуальный материал, отличающиеся от обычной новостной заметки более глубокой проработкой темы. Очерк может быть посвящен как текущим событиям, так и неизменно актуальным отвлеченным вопросам.
Перевернутая пирамида:	наиболее распространенный прием написания новостного сообщения, при котором самые важные новости сообщаются в начале, а дополнительные подробности раскрываются далее по тексту в порядке убывания их значимости.
Подпись:	пояснительный текст, размещенный под или рядом с фотографией или другим графическим изображением и содержащий их описание и информацию о фотографе или авторе.
Пресс-кит:	комплект материалов, предоставляемый организацией журналистам; в него могут входить письменные документы, фотографии, диаграммы, расписания и иные материалы с информацией, на которой организация хочет заострить внимание СМИ.

Пресс-конференция:	мероприятие, в ходе которого официальные представители или эксперты выступают с заявлениями перед приглашенными журналистами и другими деятелями медиасферы и отвечают на их вопросы. Организации обычно проводят пресс-конференции с целью сделать заявление по важному информационному поводу, например, чтобы рассказать о мероприятиях в рамках Всемирной недели повышения осведомленности о проблеме УПП (ВНПОУПП), последних научных достижениях в области борьбы с УПП или предстоящей конференции по вопросам УПП.
Пресс-релиз:	готовый к публикации документ, рассылаемый в СМИ с целью распространить информацию, сделать официальное заявление или объявление для широкой общественности. Как правило, печатается на официальном бланке организации с указанием контактной информации для СМИ (имя, телефон, электронная почта и почтовый адрес).
Раздаточные информационные материалы:	документы с дополнительной информацией для распространения среди журналистов, например пресс-релиз или информационные бюллетени.
Редактор:	специалист, определяющий редакционную политику и содержание газеты, журнала или иного средства массовой информации. Редактор может отвечать за конкретный новостной раздел, например раздел здоровья или политики.
Редакционная статья:	статья, написанная редактором и отражающая мнение новостной организации по конкретному вопросу или теме.
Шеф-редактор:	старший редактор, непосредственно участвующий в повседневных рабочих процессах газеты, журнала или иного СМИ и несущий общую ответственность за сбор, написание и редактирование новостных материалов перед их публикацией и за их размещение.

1 Введение

Устойчивость к противомикробным препаратам (УПП) входит в десятку серьезнейших глобальных проблем в области здравоохранения, стоящих перед человечеством (7). Это явление грозит свести на нет медицинский прогресс последнего столетия, поскольку оно приводит к тому, что инфекции, поддающиеся лечению с помощью лекарств, становятся либо рискуют стать неизлечимыми. УПП возникает в результате утраты бактериями, вирусами, грибами и паразитами восприимчивости к противомикробным препаратам. Из-за возникновения устойчивости к лекарственным средствам антибиотики и другие противомикробные препараты перестают действовать, что осложняет или делает невозможным лечение инфекций и повышает риск распространения, тяжелого течения и летального исхода заболеваний (7). Противомикробные препараты представляют собой лекарственные средства, применяемые для профилактики, сдерживания распространения и лечения инфекционных заболеваний у людей, животных и растений. К их числу относятся антибиотики, а также противогрибковые, противовирусные и противопаразитарные средства. Противомикробными свойствами могут также обладать дезинфицирующие и антисептические средства, а также другие фармацевтические препараты и ряд натуральных средств (7). В то время как противомикробные препараты являются основополагающим элементом современной медицины, их неправильное и чрезмерное использование в здравоохранении, животноводстве и растениеводстве приводит к развитию и распространению УПП. Попадание противомикробных препаратов в почву и водотоки может привести к формированию в окружающей среде устойчивых штаммов микроорганизмов, которыми могут заразиться контактирующие с этой средой люди и животные.

УПП ставит под угрозу эффективность профилактики и лечения все большего числа инфекций. Так, все труднее становится лечить инфекции мочевыводящих путей, инфекции верхних дыхательных путей, брюшной тиф и грипп – вплоть до полного отсутствия эффекта от терапии, что может повлечь за собой пожизненную инвалидность и даже смерть (2). За 2019 год устойчивость бактерий к антибиотикам стала непосредственной причиной 1,27 миллиона смертей, а в случае еще 4,95 миллиона смертей она послужила косвенной причиной или способствующим или сопутствующим фактором (3). В 2021 году более 450 тыс. человек столкнулись с устойчивыми к лекарственным препаратам формами туберкулеза (ТБ) (4). Еще одной серьезной проблемой для общественного здравоохранения стало появление обладающего множественной лекарственной устойчивостью возбудителя гонореи (5).

УПП сопряжено с тяжелым экономическим бременем. Помимо того, что оно приводит к смерти и инвалидности, затяжное течение заболеваний обуславливает необходимость более длительного пребывания в больнице и приема более дорогостоящих препаратов и создает для пациентов финансовые трудности. В

отсутствие действенных противомикробных препаратов достижения современной медицины в лечении инфекций будут подвергаться все большей угрозе. Согласно докладу, опубликованному Всемирным банком в 2017 году (6), если не будут приняты незамедлительные меры по борьбе с УПП, то дополнительные расходы на здравоохранение к 2050 году могут составить 1,2 триллиона долл. США в год, а число людей, живущих в условиях крайней нищеты, к 2030 году может вырасти на 24 миллиона (причем основная доля этого прироста придется на страны с низким уровнем дохода). УПП может напрямую отразиться на прогрессе в достижении по меньшей мере 6 из 17 поставленных Организацией Объединенных Наций целей в области устойчивого развития и косвенно – на реализации остальных 11 целей.

Более того, распространение новых устойчивых штаммов бактерий среди наземных и водных животных ведет к увеличению числа случаев заболевания и гибели таких животных. Это, в свою очередь, сказывается на источниках средств к существованию населения по всему миру, ведь 1,3 миллиарда человек живут за счет животноводства и более 20 миллионов человек – за счет аквакультуры (7).

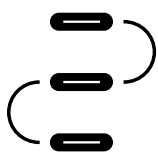
Средства массовой информации во всем их многообразии участвуют в формировании общественного мнения, риторики и дискурса, влияющих на поведение населения, его уровень знаний, взгляды и привычки. Кроме того, СМИ помогают искоренять мифы и ложные представления, бороться с дезинформацией и распространять основанные на фактических и научных данных сведения. Именно поэтому работа со СМИ стала одной из четырех приоритетных тем, обсуждавшихся в ходе двух раундов глобальных консультаций по вопросам повышения осведомленности об УПП, организованных в 2022 году организациями – участниками Четырехстороннего партнерства (8): ФАО, ЮНЕП, ВОЗ и ВООЗЖ. Первоочередными задачами при выработке единого подхода к повышению осведомленности, в частности с привлечением СМИ, являются вовлечение целевой аудитории в рамках предполагающего широкое участие подхода; фокусирование внимания на проблеме УПП с использованием простых, понятных и последовательных тезисов; согласование общих для всех секторов определений, формулировок и понятий, касающихся УПП; и обеспечение координации усилий по повышению осведомленности между секторами.

С учетом этого участники Четырехстороннего партнерства подготовили настоящее практическое пособие по привлечению СМИ к освещению проблемы УПП. Его цель – предоставить сетям, организациям и отдельным людям инструменты для работы со СМИ в целях освещения проблемы УПП на субнациональном, национальном, региональном и глобальном уровнях в интересах повышения осведомленности об УПП в обществе, включая директивные органы, гражданское общество и общины.

2 Использование пособия

Настоящее практическое пособие призвано служить подспорьем в налаживании взаимодействия со СМИ – будь то в очном, онлайн-овом или в гибридном формате – в вопросах освещения проблематики УПП. Им могут воспользоваться все, кто желает заручиться поддержкой СМИ в освещении проблемы УПП на субнациональном, национальном, региональном или глобальном уровнях, в частности привлечь к этому журналистов и иных деятелей медиасферы, включая блогеров, лидеров мнений в социальных сетях, продюсеров теле- и радиопрограмм, авторов интернет-контента и общинные СМИ.

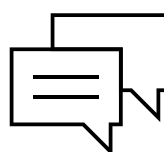
Пособие включает в себя три модуля с соответствующими справочными материалами:



**трехэтапное
руководство по
взаимодействию
со СМИ**



**Тактика
взаимодействия
со СМИ**



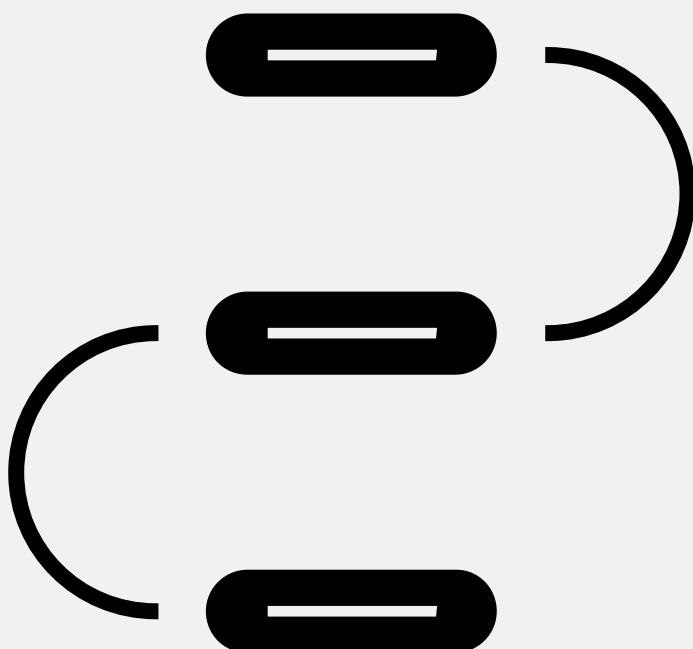
**Инструменты
и полезные
советы**

3 **Трехэтапное руководство по привлечению СМИ к освещению проблемы УПП**

3.1 Обозначьте цель.

3.2 Определите подход и виды мероприятий.

3.3 Подготовьтесь.



- 3.1** Обозначьте цель.
- 3.2** Определите подход и виды мероприятий.
- 3.3** Подготовьтесь.

Рисунок 1.

Трехэтапное руководство по привлечению СМИ к освещению проблемы УПП



**3.1****Обозначьте цель**

Чтобы освещение проблемы УПП в СМИ принесло максимальные результаты, необходимо поставить четкую цель. Обсудите со всеми, кто участвует или может быть задействован в этой работе, такие вопросы, как:

- Для чего вы хотите осветить проблематику УПП в СМИ? Почему это важно?
- Какова ваша цель? Чего вы стремитесь достичь?
- На какую аудиторию вы хотите оказать воздействие с помощью СМИ?
 - Какой уровень освещения в СМИ (местный, субнациональный, национальный, региональный и/или глобальный) будет в наибольшей степени отвечать поставленной цели?
 - К каким видам СМИ вам следует обратиться? (см. раздел 4.1)
- Располагаете ли вы возможностями и ресурсами для выстраивания взаимодействия со СМИ?
- Что вы им скажете и почему они должны к вам прислушаться? О чем вы хотите рассказать?
- Участие каких партнеров сделало бы освещение проблемы в СМИ более результативным?
- Каков наиболее вероятный итог вашей работы со СМИ?

**3.2****Определите подход и виды мероприятий**

Ниже описаны некоторые подходы и виды мероприятий, которые помогут вам достичь искомого результата от работы со СМИ. Вы можете использовать эти подходы и мероприятия в различных комбинациях. Убедитесь в том, что предлагаемые подходы и мероприятия подходят для вашей конкретной ситуации с учетом местного контекста и той цели, которую вы определили на этапе 1, и если да, то оцените, не нуждаются ли они в адаптации.

Более подробно о соответствующих мероприятиях см. в Приложении 1.

МЕРОПРИЯТИЕ **пресс-конференция**

Если вы считаете, что связанный с УПП вопрос, над которым вы работаете, заслуживает освещения в СМИ как актуальный, важный и представляющий интерес для общества, вы можете организовать пресс-конференцию. Она даст вам возможность подробно рассказать, например, о предстоящей конференции, совещании по вопросам УПП или организуемом вами мероприятии в рамках ВНПОУПП, либо о выводах последнего научного исследования или доклада на тему УПП. На пресс-конференциях выступает группа экспертов или официальный представитель от организации, занимающейся проблемой УПП; работникам СМИ раздаются пресс-релизы или информационные справки и предоставляется возможность задать экспертам вопросы. Организация пресс-конференций непосредственно на площадках крупных конференций или совещаний по проблематике УПП также является хорошей возможностью донести информацию до СМИ.

МЕРОПРИЯТИЕ **организация пресс-туров на места проведения кампаний либо в информационно-просветительских и разъяснительных целях**

Пресс-туры могут организоваться по случаю совещаний лабораторных, фармацевтических, больничных и сельскохозяйственных комитетов или комитетов, связанных с осуществлением подхода “Единое здоровье”, с целью дать представителям СМИ возможность пообщаться с экспертами в области УПП на местах или с членами пострадавших от УПП сообществ и услышать из первых уст истории людей, на собственном опыте столкнувшихся с проблемой УПП. Эти информационно-разъяснительные поездки могут способствовать формированию партнерских связей со СМИ. Организация таких мероприятий в рамках конференций или совещаний с участием работников СМИ национального, регионального или глобального уровней позволяет добиться большой отдачи при относительно низких затратах.

МЕРОПРИЯТИЕ демонстрация в СМИ результатов кампании

Инициатива по борьбе с УПП, дающая внушительные положительные результаты, вселяет надежду и служит стимулом к более активным действиям по преодолению проблемы. На ее примере можно показать, что несмотря на то, что затронутые УПП сообщества сталкиваются с серьезными негативными последствиями, у этой проблемы существуют эффективные и социально ориентированные способы решения. Кроме того, освещение такой кампании помогает настроить общественность на более широкое внедрение решений по борьбе с УПП на общинном уровне.

МЕРОПРИЯТИЕ презентация доклада или публикации на тему УПП

Выпуск новой публикации или доклада на тему УПП – отличный информационный повод для освещения в СМИ. Работникам СМИ предоставляется возможность ознакомиться с кратким содержанием и основными выводами посвященного проблеме УПП доклада или публикации, а авторам – получить обратную связь от экспертов или других официальных лиц.

МЕРОПРИЯТИЕ работа со СМИ в рамках совещаний и конференций

Конференции и совещания, посвященные проблеме УПП, собирают вместе широкий круг экспертов и представляют собой ценную возможность для взаимодействия со СМИ, будучи важным информационным поводом. Многие конференции предусматривают возможность регистрации и участия представителей местных, региональных и глобальных СМИ с целью их освещения. В рамках конференции или совещания могут быть организованы пресс-туры или иные выездные мероприятия на площадку мероприятия, дающие СМИ возможность пообщаться с членами затронутых УПП сообществ и задокументировать их истории; например, встреча с людьми, перенесшими лекарственно-устойчивое заболевание, поможет получить более глубокое представление о влиянии проблемы УПП на общины и отдельные семьи. Пресс-конференции, ежедневные брифинги для СМИ, презентация доклада или публикации и другие мероприятия на полях конференции или совещания – все это хорошие инструменты для работы со СМИ.

МЕРОПРИЯТИЕ освещение в СМИ публикаций на тему УПП

В случае выхода публикации на тему УПП ее следует оценить в привязке к конкретному контексту на предмет того, представляет ли она интерес как информационный повод для освещения в СМИ. Если вы пришли к выводу, что да, сформулируйте тезисы и определите подход к выстраиванию взаимодействия со СМИ, включая социальные сети. Рассмотрите возможность привлечения к этой работе партнеров.

Мониторинг, оценка и управление рисками*Мониторинг и оценка*

- Подумайте, с помощью каких методов вы сможете определить, работает ваш подход или нет.
- Какие параметры можно измерить, чтобы продемонстрировать эффективность вашего взаимодействия со СМИ и ее степень? (См. таблицу 1 ниже.)
- Какие из показателей сложно оценить напрямую?

Управление рисками

- Какие неизбежные риски придется взять под контроль, чтобы гарантировать успех работы со СМИ? Каким образом эти риски можно минимизировать? Для более полной картины разработайте план управления рисками. Например, определите, не нуждаются ли ваши тезисы в корректировке с учетом конкретных культурных особенностей во избежание риска их неверного понимания? См. описание методики оценки рисков, предложенной Программой развития Организации Объединенных Наций (9).

Важно отслеживать и оценивать ход реализации мероприятий, чтобы по возможности вносить в них коррективы для достижения искомых результатов от взаимодействия со СМИ. По мере необходимости и возможности проводите регулярные совещания на уровне руководителей проектов. По окончании мероприятия с привлечением СМИ организуйте совещание по подведению итогов, чтобы обсудить успехи, недочеты и уроки на будущее.



3.3 Подготовьтесь

На протяжении всего мероприятия с привлечением СМИ вам следует держать в уме цель, определенную в соответствии с разделом 3.1. Данный этап предполагает подготовку к реализации подхода и мероприятий, определенных как наиболее уместные, практичные или реалистичные. Для каждого из определенных подходов:

- подготовьтесь к наилучшему сценарию реализации подхода и мероприятия; и
- произведите картирование имеющихся в вашем распоряжении финансовых и людских ресурсов, экспертов, материалов и СМИ, связей и времени, а также искомых результатов.

Таблица 1 поможет вам подготовиться к проведению мероприятий, определенных в соответствии с разделом 3.2. Убедитесь в том, что предлагаемые мероприятия подходят для вашей конкретной ситуации с учетом местного контекста, или адаптируйте их соответствующим образом.

Таблица 1.

Предлагаемые мероприятия для привлечения СМИ и показатели эффективности

Подход	Цель	Пример	Возможные мероприятия	Примеры показателей практических результатов
Официальное представление кампании	Привлечение СМИ к проведению кампании	ВНПОУПП 18– 24 ноября	• Анонсирующая пресс-конференция (см. Приложение 1) (в гибридном формате) • Регулярные брифинги для СМИ в ходе кампании при появлении информационных поводов (в гибридном формате) • Организация пресс-туров на место проведения кампании или мероприятия • Организация пресс-конференции с целью обмена опытом, обсуждения результатов и дальнейших шагов (в гибридном формате) • Постоянное распространение в социальных сетях всех публикуемых в СМИ материалов и прочей стратегически важной информации • Теле- и радиожурналистам могут понадобиться визуальные или аудиоматериалы	Участие СМИ в пресс-конференции Освещение кампании в СМИ Упоминания в СМИ Качество освещения кампании в СМИ (например, каким образом в статьях подается проблема УПП и насколько точно публикуемая информация) Положительная, негативная или нейтральная тональность освещения кампании Показатели вовлеченности аудитории социальных сетей по посвященным кампании публикациям

Подход	Цель	Пример	Возможные мероприятия	Примеры показателей практических результатов
Презентация доклада или публикации	Освещение в СМИ нового доклада или публикации, планируемых к выпуску вашей организацией или сетью	Презентация Глобального плана действий ВОЗ по борьбе с УПП (10)	• Пресс-конференция (см. Приложение 1) (в гибридном формате) • Авторы публикации или профильные эксперты рассказывают о выводах (см. Приложение 1), пишут авторскую колонку или дают интервью • Сообщение в СМИ о том, что публикация была представлена правительственным органам или другим учреждениям (см. Приложение 1) • Постоянное распространение в социальных сетях всех публикуемых в СМИ материалов и прочей стратегически важной информации • Теле- и радиожурналистам могут понадобиться визуальные или аудиоматериалы	Освещение пресс-конференции в СМИ Рост числа скачиваний публикации после освещения в СМИ Показатели вовлеченности аудитории социальных сетей по посвященным докладу публикациям
Рассмотрение вопросов УПП на совещании или конференции	Рассмотрение проблематики УПП на совещании или конференции и привлечение внимания к основным выводам исследования, политическим решениям или новым платформам, создаваемым по решению совещания или конференции	Шестое совещание Глобальной руководящей группы по борьбе с устойчивостью к противомикробным препаратам (11)	• Стипендии для участия представителей национальных, региональных или глобальных СМИ • Анонсирующая пресс-конференция (см. Приложение 1) (в гибридном формате) • Регулярные брифинги для СМИ при появлении информационных поводов (в гибридном формате) • Интервью с ключевыми экспертами для СМИ • Ежедневные встречи с экспертами • Постоянное распространение в социальных сетях всех публикуемых в СМИ материалов и прочего стратегически важного контента • Теле- и радиожурналистам могут понадобиться визуальные или аудиоматериалы	Освещение совещания или конференции в СМИ Участие представителей СМИ в ежедневных брифингах для СМИ Участие представителей СМИ во встречах с экспертами Показатели вовлеченности аудитории социальных сетей по посвященным конференции или совещанию публикациям

Подход	Цель	Пример	Возможные мероприятия	Примеры показателей практических результатов
Пресс-конференция	Распространение тезисов по проблематике УПП, подготовленных организациями – участниками Четырехстороннего партнерства (см. Приложение 2).	Отсутствие данных об УПП с разбивкой по полу	• Пресс-конференция (см. Приложение 1) (в гибридном формате) • Постоянное распространение в социальных сетях всех публикуемых в СМИ материалов и прочего стратегически важного контента • Теле- и радиожурналистам могут понадобиться визуальные или аудиоматериалы	Участие СМИ в пресс-конференциях Освещение пресс-конференций в СМИ Качество освещения в СМИ (например, каким образом в статьях подается проблема УПП и насколько точно публикуемая информация) Показатели вовлеченности аудитории социальных сетей по посвященным пресс-конференции публикациям
Чрезвычайная ситуация или кризис	Привлечение внимания СМИ к связанным с УПП неожиданным событиям или непредвиденным ситуациям	Нехватка антибиотиков или появление не поддающейся лечению гонореи с множественной лекарственной устойчивостью	• Пресс-конференция (см. Приложение 1) (в гибридном формате) • Интервью официальных представителей для СМИ на тему УПП • Авторские колонки • Постоянное распространение в социальных сетях всех публикуемых в СМИ материалов и прочего стратегически важного контента • Привлечение специалистов по вопросам антикризисных коммуникаций и применение их коммуникационных подходов • Теле- и радиожурналистам могут понадобиться визуальные или аудиоматериалы	Освещение чрезвычайной ситуации или кризиса в СМИ Качество освещения в СМИ (например, каким образом в статьях подается проблема УПП и насколько точно публикуемая информация) Показатели вовлеченности аудитории социальных сетей по посвященным чрезвычайной ситуации или кризису публикациям
Заказные редакционные статьи	Встреча с редакторами с целью убедить их написать редакционную статью об УПП и предоставить им всю необходимую для этого информацию	УПП – растущая угроза безопасности в сфере здравоохранения	• Встреча с редакторами • Постоянное распространение в социальных сетях всех публикуемых в СМИ материалов и прочего стратегически важного контента	Ответ редактора Освещение в редакционных статьях Показатель вовлеченности аудитории социальных сетей по редакционным статьям об УПП

Подход	Цель	Пример	Возможные мероприятия	Примеры показателей практических результатов
Авторские колонки	Встречи с редакторами авторских колонок с целью предложить им опубликовать статью об УПП	Международный день “Единое здоровье” (3 ноября): колонка на тему принципиальной важности подхода “Единое здоровье” в борьбе с такими проблемами, как УПП	• Написание авторской колонки • Встречи с редакторами авторских колонок для ее размещения • Постоянное распространение в социальных сетях всех публикуемых в СМИ материалов и прочего стратегически важного контента	Публикация авторской колонки Показатели вовлеченности аудитории социальных сетей по публикациям, посвященным авторской колонке
Освещение в СМИ мероприятий по случаю конкретных тематических дней или иных стратегически важных информационных поводов	Конкретные тематические “дни” и другие стратегически важные информационные поводы (см. Приложение 3)	ВНПОУПП, Всемирный день здоровья, Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций, совещание высокого уровня Генеральной Ассамблеи ООН по УПП	• Брифинг для СМИ (в гибридном формате) • Пресс-конференция (см. Приложение 1) для привлечения внимания к актуальным на местном уровне или в конкретной ситуации вопросам в контексте тематического дня или другого инфоповода (в гибридном формате) • Авторская колонка • Привлечение СМИ к участию в кампаниях на местном уровне в целях поддержки информационно-просветительской работы в контексте тематического дня (см. подход “Официальное представление кампании”) • Постоянное распространение в социальных сетях всех публикуемых в СМИ материалов и прочего стратегически важного контента • Теле- и радиожурналистам могут понадобиться визуальные или аудиоматериалы	Освещение в СМИ проблематики УПП в контексте конкретных тематических дней или иных стратегически важных инфоповодов Качество освещения в СМИ (например, каким образом в статьях подается проблема УПП и насколько точно публикуемая информация) Показатели вовлеченности аудитории социальных сетей по соответствующим публикациям
Взаимодействие со СМИ через социальные сети	Налаживание взаимодействия с журналистами и другими работниками медиасферы различных уровней и различными способами через социальные сети. Используйте социальные сети как инструмент взаимодействия со СМИ, когда это уместно. Помните, что социальные сети могут служить для СМИ одним из источников информации об УПП. Помимо того, социальные сети можно использовать для установления контакта, работы и обмена обратной связью со СМИ	Оповещение СМИ в преддверии ВНПОУПП путем распространения сообщений, призванных вызвать у них интерес и побудить их следить за ходом мероприятия с целью возможного освещения	• Поиск ведущих журналистов и других работников медиасферы, которые освещают или могли бы осветить проблематику УПП и мероприятия в рамках ВНПОУПП • Предоставление контактной информации, для того чтобы они могли оставаться в курсе событий • Своевременное распространение информации в социальных сетях, дающее СМИ временной задел для анализа заслуживающего освещения контента	• Показатели эффективности публикаций в социальных сетях, посвященных УПП и ориентированных на СМИ • Степень, в которой интерес СМИ был вызван постами в социальных сетях

В зависимости от вашей конкретной ситуации для достижения искомой цели по взаимодействию со СМИ может использоваться множество других эффективных и результативных подходов. Будьте открыты для экспериментов, ведь недаром говорится, что “парашют работает лучше в открытом состоянии”!

Картирование ресурсов

Как только вы определились с подходом и видами мероприятий, необходимо оценить имеющиеся ресурсы. Шаблон для картирования ресурсов представлен в таблице 2.

Таблица 2.
Шаблон для картирования имеющихся ресурсов

Вид ресурсов	Что у вас есть	Чего у вас нет	Можете ли вы быстро восполнить недостающие ресурсы? Если да, то как? Делегируйте функции и обязанности.
Кадровый потенциал и компетенции			
Финансовые ресурсы			
Материалы (перечислите материалы, необходимые для реализации выбранных подходов; это могут быть приглашения для СМИ или пресс-релизы для пресс-конференций) См. раздел 5.1, посвященный инструментам подготовки документов, и Приложение 5 с примерами пресс-релизов.			
Участники тематических дискуссий: эксперты, официальные представители, модераторы (кто есть у вас в команде и сможет принять участие?)			
Время: сколько времени вы можете уделить организации мероприятия с привлечением СМИ?			
Есть ли у вас готовый и актуальный список СМИ? (Если нет, предусмотрите необходимые для его составления временные и трудовые ресурсы.) См. раздел 4.2.			
Будет ли ваша организация или сеть самостоятельно организовывать мероприятие с привлечением СМИ или же необходимо найти партнеров? См. раздел 4.4.2.			
Если для планируемого мероприятия с привлечением СМИ требуются данные или иная фактическая информация, то есть ли у вас такие актуальные данные? Если их необходимо актуализировать, то как это будет сделано? (Распределите функции и обязанности и установите крайние сроки.)			
Продумайте общий алгоритм реализации проекта с конкретными мероприятиями в рамках каждого подхода и четко определенной целью.			
Иные факторы			

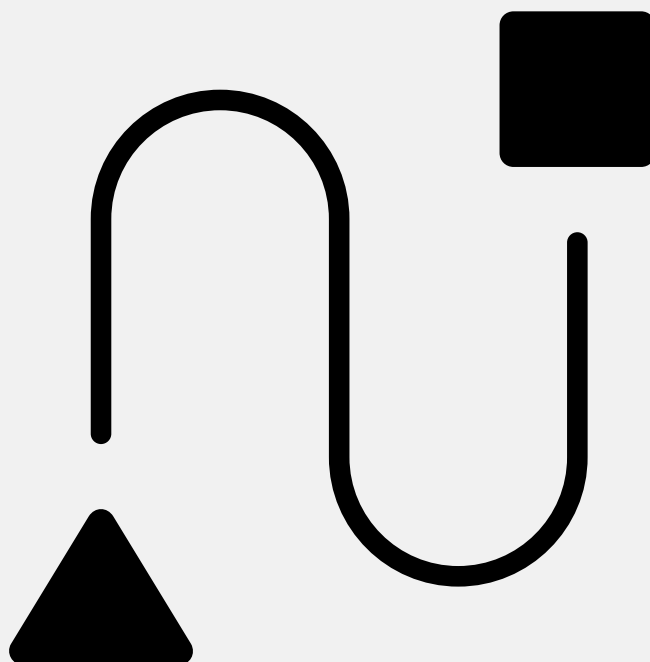
4 Тактика взаимодействия со СМИ

4.1 Установление контакта

4.2 Партнерские связи

4.3 Предлагайте истории, а не проблемы

4.4 Ответственный подход к взаимодействию со СМИ: принцип “не навреди”





4.1

Установление контакта

Привлечение СМИ к освещению проблематики УПП требует налаживания стратегических контактов с работниками СМИ, причем не только с теми, кто занимается освещением темы здоровья, но и с теми, кто освещает смежные темы, такие как политика, бизнес и финансы, а также со специалистами, выполняющими другие функции, помимо написания новостных сообщений, например с редакторами. В некоторых случаях заниматься освещением темы здоровья приходится практически всем работникам СМИ. Так, во время пандемии коронавирусной инфекции-2019 nCoV (COVID-19) этой теме посвящались первые полосы изданий, редакционные статьи, авторские колонки, эфиры в прайм-тайм и сообщения в других медиаформатах. УПП как раз является одной из проблем, требующих широкого освещения в СМИ.

Понимание внутреннего устройства СМИ помогает избрать верную коммуникационную стратегию или подход и выйти на контакт с нужными людьми в нужное время и с правильно сформулированной целью. Существуют различные виды СМИ, в числе которых печатные газеты и журналы (ежедневные, еженедельные, выходящие раз в две недели, раз в месяц, раз в квартал и раз в год), новостные сайты, подписные новостные агентства, телевидение, радио, в том числе интернет-радио, лидеры мнений и авторы контента в социальных сетях, общинные СМИ, внештатные журналисты и специализированные журналы (ветеринарные, сельскохозяйственные или медицинские).

Составьте так называемую медиакарту, в которой будут отражены СМИ, представляющие для вас интерес, и, в частности, определены те СМИ, которым привыкла доверять ваша целевая аудитория. СМИ могут иметь структуру, описанную в таблице 3, или же иное устройство; таблица приводится исключительно для общего понимания.

Таблица 3.
Типичная структура СМИ

Должность в организации	Почему вам стоит к ним обратиться?	Какое содействие вы можете оказать им в освещении интересующей вас темы?
Редактор (шеф-редактор, редактор местной редакции, главный редактор и т. д.)	Сотрудники, которые определяют редакционную политику и могут помочь вам с наилучшим размещением новостного сообщения в случае, если сочтут его важным Если удастся убедить их в актуальности темы, могут написать для вас редакционную статью Полезно заручиться поддержкой работников СМИ руководящего уровня	Подготовьте тезисы по УПП в привязке к такому контексту, который с наибольшей вероятностью заинтересует редакторов (например, в контексте безопасности в сфере здравоохранения, экономической безопасности, обеспечения готовности к пандемиям). (См. рекомендации по подготовке документов для работы со СМИ в разделе 5.1.) По запросу предоставляйте все необходимые материалы.
Редактор отдела новостей, шеф бюро	Сотрудники, определяющие новостную повестку Принимают ключевые решения по размещению новостей и новостному освещению	Информируйте их об организации мероприятий, посвященных проблеме УПП.
Редактор или автор очерков, специальный корреспондент	Сотрудники, отвечающие за подготовку очерков для разделов в журналах, специальных разделов в выпусках выходного дня и материалов, посвященных историям из личного опыта или неизменно актуальным темам	Подавайте информацию в конкретном контексте, например в формате историй из личного опыта. (См. рекомендации по подготовке документов для работы со СМИ в разделе 5.1.) Авторов очерков может заинтересовать проблематика УПП, если ее правильно подать – например, через призму историй из личного опыта. По запросу предоставляйте необходимые фотографии и другие материалы. (См. полезные советы по фото- и видеосъемке в разделе 5.2.) Рассмотрите возможность организации для авторов очерков поездок на места (Приложение 1).

Должность в организации	Почему вам стоит к ним обратиться?	Какое содействие вы можете оказать им в освещении интересующей вас темы?
Редактор или корреспондент отдела политики	В 2018 году главный редактор журнала “Ланцет” д-р Ричард Хортон сказал: “В конечном счете наше здоровье во многом зависит от политики”. Высокопоставленные политические лидеры являются одной из основных движущих сил в борьбе с УПП. Они встречаются друг с другом на таких мероприятиях, как заседания высокого уровня Генеральной Ассамблеи Организации Объединенных Наций и совещания Глобальной руководящей группы. В контексте таких мероприятий редактора или корреспондента отдела политики может заинтересовать возможность освещения проблематики УПП с политической точки зрения.	Подготовьте информацию о глобальных политических усилиях по организации борьбы с УПП. (См. рекомендации по подготовке документов для работы со СМИ в разделе 5.1.) По запросу предоставляйте им необходимые фотографии, документы и другие материалы.
Редактор или корреспондент отдела здоровья	Вашими лучшими союзниками в освещении проблематики УПП в СМИ вероятнее всего станут (и должны стать) редакторы или корреспонденты отделов здоровья. Обращайтесь к ним всякий раз, когда появляется соответствующий информационный повод.	Предоставляйте им необходимые материалы, фотографии и прочие информационные справки и отвечайте на их запросы об интервью. Информируйте их о конференциях или совещаниях, в повестке дня которых фигурирует УПП.
Редактор, корреспондент или автор отдела науки	Информируйте их о появлении убедительных научных данных относительно УПП	Предоставьте им опубликованную работу или исследование. Предложите организовать интервью с авторами работы или другими экспертами в области УПП для интерпретации результатов и анализа выводов применительно к конкретным обстоятельствам.
Редактор авторской колонки	Размещение авторской колонки	Подготовьте авторскую колонку. Сформулируйте доводы в пользу того, почему редактору колонки следует опубликовать эту статью. (См. рекомендации по подготовке документов для работы со СМИ в разделе 5.1.) В качестве альтернативы можете поинтересоваться, готовы ли они рассмотреть возможность публикации авторской колонки, и направить им основные тезисы, демонстрирующие важность предлагаемой статьи
Продюсер радио- или телепрограмм	Используйте тот же подход, что и при выстраивании взаимодействия с корреспондентами отдела здоровья	Помогите им получить короткий комментарий для эфира или взять интервью у экспертов. Убедите их рассмотреть возможность трансляции социальной рекламы на тему УПП на безвозмездной основе в интересах борьбы с УПП либо в рамках корпоративной социальной ответственности.
Редактор радио- или теленовостей	Расскажите им о проблеме УПП. Заручитесь их поддержкой.	Рассылайте им приглашения на мероприятия для СМИ и пресс-релизы.
Внештатные авторы	Выясните, на каких темах они специализируются (здоровье, климат, сельское хозяйство) и где публикуются их статьи	Подготовьте тезисы. (См. рекомендации по подготовке документов для работы со СМИ в разделе 5.1.)

Должность в организации	Почему вам стоит к ним обратиться?	Какое содействие вы можете оказать им в освещении интересующей вас темы?
Корреспондент общинных СМИ	Выясните, какие темы они освещают, как работают и какова их целевая аудитория. Обсудите, каким образом они могли бы интегрировать тему УПП в свою новостную повестку, где это уместно	Предоставьте им материалы или организуйте интервью, если они об этом попросят.
СМИ, занимающиеся освещением вопросов ветеринарии и скотоводства	Используйте тот же подход, что и при выстраивании взаимодействия с редакторами, корреспондентами и другими сотрудниками СМИ.	Подготовьте тезисы по УПП в привязке к интересующим авторов данных СМИ проблемам ветеринарии. (См. рекомендации по подготовке документов для работы со СМИ в разделе 5.1.)
Редактор или корреспондент изданий, занимающихся освещением вопросов сельского хозяйства	Используйте тот же подход, что и при выстраивании взаимодействия с редакторами, корреспондентами и другими сотрудниками СМИ.	Подготовьте тезисы по УПП в привязке к интересующим авторов данных СМИ проблемам сельского хозяйства. (См. рекомендации по подготовке документов для работы со СМИ в разделе 5.1.)
Редактор или корреспондент изданий, занимающихся освещением вопросов климата и окружающей среды	Используйте тот же подход, что и при выстраивании взаимодействия с редакторами, корреспондентами и другими сотрудниками СМИ.	Подготовьте тезисы по УПП в привязке к интересующим авторов данных СМИ проблемам климата и окружающей среды. (См. рекомендации по подготовке документов для работы со СМИ в разделе 5.1.)



▼ 4.2 Партнерские связи

4.2.1

Налаживание формальных партнерских связей со СМИ в целях освещения мероприятий по вопросам УПП

Установление формальных партнерских связей со СМИ в целях освещения кампаний, мероприятий или значимых тематических дней (таких, как ВНПОУПП) может принести пользу на всех уровнях, включая субнациональный, национальный, региональный и глобальный. Партнерства со СМИ могут носить как эксклюзивный (когда ни одно другое СМИ не получает аналогичных возможностей), так и неэксклюзивный характер. Например, партнерские СМИ пользуются привилегированным правом освещения конференции, хотя для освещения этого же мероприятия могут получить аккредитацию и работники других СМИ.

Преимущества формальных партнерских связей:

- более высокая вероятность последовательного эксклюзивного освещения и достижения синергии;
- фокус внимания на кампанию, организацию или проблематику;
- более широкое освещение в СМИ и социальных сетях; и
- повышение интереса со стороны других СМИ, которые могут выразить готовность выступить в качестве соорганизаторов или организаторов параллельной медиакампании.

Недостаток таких партнерств заключается в том, что освещать кампанию или деятельность организации могут только СМИ, имеющие статус официальных партнеров, в то время как другие СМИ могут не проявить должного интереса.

4.2.2

Двухшаговая инструкция по поиску потенциальных партнерских СМИ и установлению с ними контакта**ШАГ 1 Encontrar posibles socios mediáticos**

Четко определитесь с форматом мероприятия – местная, региональная или глобальная кампания, мероприятие, посвященное конкретной проблеме, или же тематический день (например, Международный женский день) – и очертите круг возможных партнеров среди СМИ для его освещения. Это могут быть местные, субнациональные, национальные, региональные или всемирные радиостанции, телеканалы, печатные либо электронные СМИ, информационные агентства или лидеры мнений в социальных сетях. В соответствующих случаях узнайте, осуществляют ли они вещание на местных вариантах английского языка. Партнерами могут стать:

- электронные СМИ,
- печатные СМИ,
- социальные сети,
- радиостанции и телеканалы или
- общинные СМИ.

Важно также учитывать следующее:

- какие виды СМИ вы хотели бы видеть среди своих партнеров;
- совпадают ли ценности потенциального партнерского СМИ с ценностями вашей организации или сети;
- не запятнана ли репутация потенциального партнерского СМИ случаями сексуального насилия или иных форм гендерного насилия на рабочем месте или где бы то ни было или же обвинениями в таком насилии;
- не возникает ли у потенциального партнерского СМИ конфликта интересов и не сотрудничало ли оно когда-либо с корпорацией или корпорациями, уличенными в нарушениях прав человека (сюда в том числе относятся компании табачной и военной промышленности);
- есть ли у вас контакты кого-либо из сотрудников потенциального партнерского СМИ;
- целесообразность налаживания сотрудничества с заинтересованными редакторами.

ШАГ 2 Encontrar posibles socios mediáticos

Поинтересуйтесь у контактного лица из потенциального партнерского СМИ, с кем из сотрудников лучше обсудить возможное партнерство. Далее нужно тщательно подготовиться, ведь, как говорится, *amat victoria curam*, что в переводе с латинского означает “победа благоволит подготовленным”. В ваших тезисах должна быть раскрыта проблема, способ ее решения, ваши ожидания, доводы в пользу срочности или своевременности налаживания подобных партнерских связей и конкретные требования, в том числе обязанности, которые будут возложены на СМИ в рамках партнерства, например:

- ежедневное или периодическое освещение;
- выделенное эфирное время на телеканале или радиостанции;
- условия относительно возможности демонстрации или использования логотипов партнера;
- организация интервью с руководителями;
- единая коммуникационная стратегия в социальных сетях; и
- сотрудничество в рамках корпоративной социальной ответственности СМИ (например, партнерство во имя доброго дела, а не ради платной рекламы).

Подчеркните нефинансовый вклад, который может внести ваша сеть в партнерство со СМИ, будь то в виде информационного наполнения, связей с экспертами глобального, национального и местного уровней и затронутыми сообществами, доступа к авторитетным источникам самых актуальных сведений и документов, информирования о результатах анализа данных и обмена ими или предоставление фотографий и других визуальных материалов.

4.2.3

Налаживание партнерских связей с объединениями, занимающимися борьбой с УПП, в целях выстраивания коллективной работы со СМИ

Коллективы, сети, форумы, партнерства и другие общественные объединения и группы, разделяющие схожие ценности и цели, являются важными союзниками. Инициатива, исходящая от народа, сила синергетических связей и единство действий играют принципиально важную роль. Кроме того, подобные союзы позволяют сэкономить ресурсы и сократить дублирование усилий, увеличивают потенциальную отдачу от взаимодействия со СМИ и шансы на достижение положительных результатов.

Рассмотрите возможность привлечения партнеров для совместного взаимодействия со СМИ в вопросах освещения проблемы УПП.

Проведите консультации на основе таких вопросов, как:

- Интересна ли потенциальному партнеру тема УПП?
- Какую ценность потенциальный партнер привнесет в возможное партнерство?
- В чем ценность возможного партнерства для потенциального партнера?
- С какими компромиссами или затруднениями может быть сопряжено такое партнерство для вашей организации или сети и потенциального партнера? Что бы вы предприняли в связи с любыми такими трудностями?
- Какова совокупная ценность партнерства с точки зрения совместного взаимодействия со СМИ и результатов в плане борьбы с УПП?

Подготовьте тезисы.

Объединитесь для совместного взаимодействия со СМИ.

- В качестве подспорья в коммуникационной деятельности команды, ответственной за взаимодействие со СМИ, используйте онлайн-инструмент управления проектами.
- Поощряйте формирование и ведение совместных баз данных.
- Делитесь опытом, развивайте и совершенствуйте компетенции людей из различных организаций сети в целях распределения функций и обязанностей по взаимодействию со СМИ, в том числе в социальных сетях.
- Убедитесь в том, что на всех материалах кампании, включая коммуникационные материалы для СМИ, присутствуют логотипы и другие упоминания каждого из партнеров (в соответствии с договоренностями).
- Помогайте друг другу в поиске информации об УПП, в частности
 - оповещайте всех партнеров о важных новостях с целью их фактологически точного, своевременного и актуального освещения в СМИ;
 - избегайте дублирования усилий по мониторингу новостей в интернете и не допускайте повышения уровня информационного шума из-за повторения уже сказанного; и
 - для поиска новостей на тему УПП ведите и используйте совместные информационные панели с подборками бесплатных новостей и RSS-агрегаторы (программы, позволяющие подписываться на информационные ленты разных ресурсов в формате RSS) (см. раздел 5.3).



**4.3****Предлагайте истории, а не проблемы****О том, как история может быть рассказана, услышана, написана или прочитана!**

Настоящий раздел поможет вам подготовить документы для работы со СМИ. Любую проблему можно подать в новостном сообщении различными способами. Важное правило – предлагать не проблемы, а истории. Одну и ту же информацию можно преподнести по-разному, например:

- через призму личного мнения конкретного человека;
- в качестве прорыва (научного, исторического или с точки зрения результативности);
- в привязке к ежегодному празднованию или мероприятию (например, ВНПОУПП, Всемирный день здоровья; см. Приложение 1);
- в привязке к конкретному сезону;
- через призму личного мнения знаменитости;
- с использованием визуальных материалов;
- как информацию от лица, сигнализирующего о нарушениях;
- как историю из личного опыта;
- как материал для раздела очерков;
- как тему для дискуссий;
- как сюжет, представляющий всеобщий интерес;
- как изобличение несправедливости;
- в жанре иронии;
- как событие местного значения; и
- в поддержку конкретной инициативы – например, новость об УПП в контексте обеспечения глобальной безопасности в сфере здравоохранения и готовности к пандемиям по случаю Международного дня прав человека (10 декабря) или Всемирного дня здоровья (7 апреля).

Залог интересного новостного сообщения – его своевременность!

Существуют и другие способы преподнести информацию в рамках планируемого мероприятия с привлечением СМИ. Решите с вашей командой и партнерами, какой способ больше всего подойдет для вашего материала. (См. рекомендации по подготовке документов для работы со СМИ в разделе 5.1.)

4.4

Ответственный подход к взаимодействию со СМИ: принцип “не навреди”

Проверяйте все данные, цифры и сведения, которые вы цитируете или упоминаете в документе, предназначенном для СМИ.

- Приводите факты только из надежных источников (например, из рецензируемых журналов, документов международных организаций и т. д.).
- Обратитесь к ресурсам ВОЗ: “Combating misinformation online” (“Борьба с недостоверной информацией в интернете”) (12), “Как сообщить о фактах публикации недостоверной информации онлайн” (13), “Infodemic management for strong emergency response and routine health programmes in Malaysia and Brunei Darussalam” (“Борьба с инфодемией в контексте обеспечения эффективного реагирования на чрезвычайные ситуации и осуществления плановых программ здравоохранения в Малайзии и Брунее-Даруссаламе”) (14) и “How to talk about antimicrobial resistance” (“Как говорить на тему устойчивости к противомикробным препаратам”) (15).
- Используйте новейшие данные и ссылайтесь на надежные источники.
- В случае использования качественных данных, полученных от сообществ, убедитесь, что люди, которых вы цитируете или на которых ссылаетесь, не против этого и в полной мере осознают последствия.
- Проверьте правильность имен или названий, должностей или специализаций людей, организаций или сетей, на которых вы ссылаетесь.
- Проверьте правильность указания авторства фотографий или графических изображений, адресатов слов благодарности и ссылок на материалы.
- Насколько это возможно, убедитесь в том, что люди, которых можно идентифицировать на фотографиях или видео, согласны с использованием соответствующих материалов в СМИ.
- Проконсультируйтесь с юристами или другими специалистами, разбирающимися в местном законодательстве, на предмет соответствия предназначенного для СМИ документа его требованиям.

Производите вычитку всех предназначенных для СМИ документов (включая материалы для социальных сетей), с тем чтобы все слова, фразы, формулировки, фотографии и общая тональность текста отвечали принципам уважения прав человека, равноправия, разнообразия и справедливого развития.

- Соблюден ли в документе принцип уважения человеческого достоинства пострадавших сообществ? Например, упоминание темы старения населения не должно способствовать распространению или укоренению предрассудков или стереотипов в отношении старших возрастных групп. Аналогичным образом убедитесь, что ваши тезисы никоим образом не способствуют закреплению гендерных стереотипов, установок или дискриминационных норм (см. ниже).
- Соблюден ли в документе принцип уважения к местной культуре и обстоятельствам, за исключением культурных обычаев, идущих вразрез с правами человека и принципами гендерного равенства и справедливого развития?
- Обоснованно ли возлагается ли вина на конкретных людей или учреждения, не перекладывается ли она на затронутые сообщества? Например, избегайте формулировки “приверженность лечению”, заменяя ее на “соблюдение режима лечения”, и не называйте людей “подозреваемыми больными туберкулезом”, а используйте формулировку “лица с предполагаемым туберкулезом”. Обвинения в адрес коренных и племенных народов, бездомных или городской бедноты способствуют укоренению стереотипных представлений привилегированных слоев общества.
- Обеспечивается ли должным образом равенство, инклюзивность и представленность различных мнений и точек зрения? Например, избегайте цитирования только экспертов мужского пола.

Этика

- Получайте информированное согласие (см. Приложение 4). Информировать людей, которых вы цитируете или которых фотографируете, о том, где будет опубликован соответствующий материал. При необходимости оформите получение информированного согласия в письменном виде.
- Будьте особенно осмотрительны в случае подготовки материалов о детях или маргинализированных сообществах и группах населения (например, используйте размытые фотографии детей).
- Для общения с людьми, которым некомфортно разговаривать с журналистами, можно прибегнуть к помощи посредников – например, представителей общинной организации или сети, которые проследят за тем, чтобы журналист вел себя корректно по отношению к интервьюируемому и не задавал бестактных вопросов.
- Придерживайтесь этического подхода к освещению вопросов психического здоровья.
- К детям и подросткам редко обращаются за информацией или точкой зрения. Мнения детей и молодежи ценны, но важно помнить, что они зачастую находятся в уязвимом положении. Если вашими источниками являются дети и подростки:
 - перед тем как обратиться к ребенку или подростку или взять у них интервью, получите разрешение от родителя или опекуна;
 - попросите их подписать типовое разрешение на обнародование материалов (см. Приложение 4);
 - дайте детям и подросткам время к вам привыкнуть, ведите себя деликатно;
 - всегда руководствуйтесь в первую очередь наилучшими интересами ребенка.

Учет гендерной специфики при подготовке материалов

Гендерные предрассудки, стереотипы, установки или дискриминационные нормы часто находят отражение в языке, а язык, в свою очередь, может служить их сохранению и укоренению. Любая инициатива по взаимодействию со СМИ должна осуществляться при уважении принципа гендерного равенства и соблюдении прав женщин и девочек, а также лесбиянок, геев, бисексуальных, трансгендерных, интерсекс- и квир-людей (ЛГБТИК+). К выбору формулировок следует подходить конструктивно: они не должны способствовать распространению стереотипов или предвзятого отношения. Употребляемые выражения могут оказывать серьезное влияние на убеждения, установки, нормы и обычаи. В таблице 4 приведены примеры гендерно окрашенной лексики, употребления которой следует избегать в случаях, когда речь идет о людях разного пола или когда пол человека неизвестен. При упоминании конкретных людей используйте местоимения в соответствии с их предпочтениями, если об этом известно.

Таблица 4.
Гендерно окрашенная лексика

Примеры гендерно окрашенной лексики	Предпочтительнее
Он	Он, она или они (в зависимости от предпочтений конкретного человека)
Председатель	Председатель [в русском языке слово "председатель", в отличие от английского "chairman", не имеет гендерной окраски, однако с учетом того, что некоторые глагольные формы требуют согласования по родам, важно знать пол упоминаемого лица и писать соответственно. – здесь и далее прим. перев.]
Полицейский	Полиция, полицейский персонал
Пожарный	Пожарная охрана
Рыбаки	Рыбацкая община
Начальник	Начальник [см. примечание к слову "председатель" выше]
Работники	Рабочие, трудящиеся
Человечество	Человечество [в русском языке слово "человечество", в отличие от английского "mankind", не имеет гендерной окраски], люди, народы, род людской
Секретарша	Секретарь [см. примечание к слову "председатель" выше]

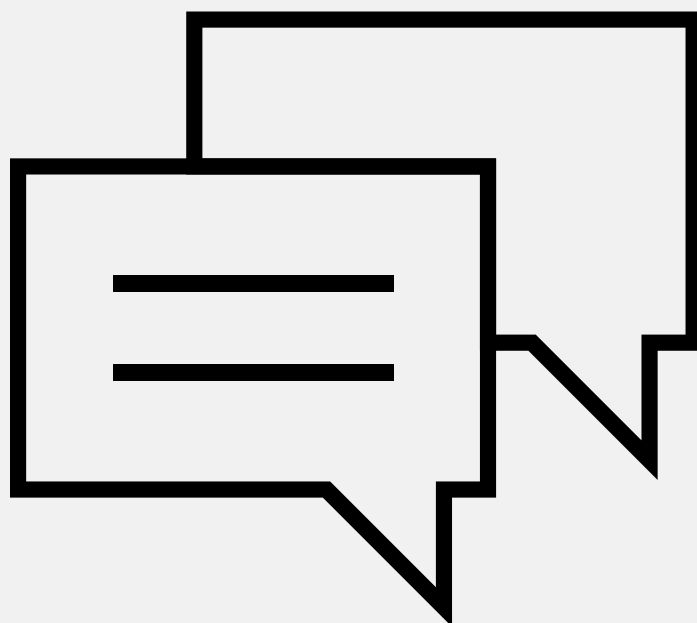
См. руководства по ориентированной на учет прав человека терминологии от ЮНЭЙДС (16) и Партнерства ВОЗ "Остановить ТБ" (на английском языке) (17).

5 Инструменты и полезные советы

5.1 Три инструмента для подготовки документов

5.2 Полезные советы по фото- и видеосъемке

**5.3 Оставайтесь в курсе событий и вносите
конструктивный вклад в коммуникацию в
социальных сетях**



**5.1**

Три инструмента для подготовки документов

При написании материала для таких информационно-просветительских документов, как сообщение для СМИ, информационная справка, приглашение для СМИ, пресс-релиз, авторская колонка, петиция, заявление, декларация или любая другая публикация, полезно держать в уме следующие вопросы.

Что вы хотите сказать?

- В каком контексте вы можете преподнести это как “новость”?
- Что делает ваш посыл убедительным?
- Является ли эта информация своевременной? Будет ли она интересна людям в данный момент? Почему именно сейчас?
- В чем заключается уникальная ценность и польза этой информации?
- Основан ли материал на научных данных и фактах, соответствует ли он этическим принципам?

Каким образом вы расскажете вашу историю? Будет ли она представлена

- в письменном виде? (доклад, публикация, агитационный документ или объявление)
- устно?
- в аудио- или видеоформате? (рассказы столкнувшихся с проблемой сообществ)
- в виде фоторепортажа?

В таблице 5 представлены три инструмента, которые могут пригодиться вам или вашей команде при подготовке документов для работы со СМИ, будь то сообщение для СМИ, информационная справка, приглашение, пресс-релиз, авторская колонка или иная публикация или коммуникационный документ, предназначенные для СМИ.

Таблица 5.

Подходы “Перевернутая пирамида”, “Выскажи свое мнение” и “Проблема – решение – действие”

Инструмент	Возможная цель
Перевернутая пирамида	Простой и понятный подход к написанию пресс-релиза или иного документа для работы со СМИ.
Выскажи свое мнение	Пошаговый подход, рекомендуемый для использования при коллективном написании пресс-релиза по итогам пресс-конференции или брифинга для СМИ с места их проведения либо в режиме онлайн, а также при подготовке таких документов, как обзоры эффективности кампаний.
Проблема – решение – действие	Простой подход к подготовке тезисов для встреч или контактов с сотрудниками СМИ или проектов документов, которые будут использоваться в рамках работы со СМИ.

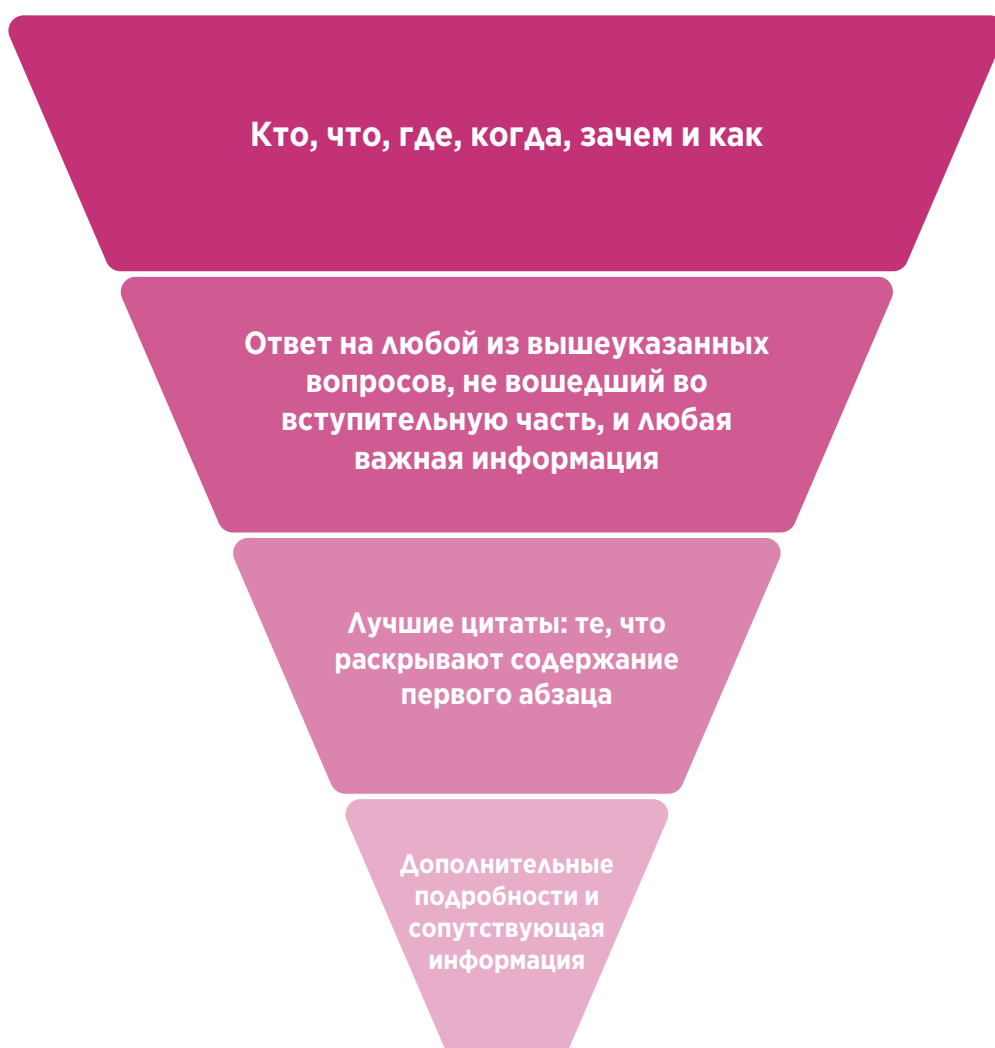
5.1.1

Подход “Перевернутая пирамида”

Перевернутая пирамида является широко распространенным подходом, используемым при подготовке документов для работы со СМИ. Все важные и крупные блоки информации располагаются вверху пирамиды, а по мере ее сужения книзу степень важности информации снижается.

Почему подход на основе перевернутой пирамиды работает? Дело в том, что многие не дочитывают документ до конца; соответственно, для того чтобы донести до читателя всю необходимую информацию, все важные сведения необходимо изложить в начале. Кроме того, редакторы перед размещением публикации в СМИ иногда обрезают последнюю часть текста, чтобы освободить место.

Рисунок 2.
Подход “Перевернутая пирамида”



5.1.2

Подход “Выскажи свое мнение”

Подход “Выскажи свое мнение” был разработан платформой гражданской журналистики “Ситизен ньюс сервис” (www.citizen-news.org), чтобы помочь организациям, отстаивающим интересы людей, страдающих ТБ и ВИЧ, выражать свое мнение по наиболее интересующим их вопросам. Этот инструмент с 2008 года используется на конференциях по ВИЧ и ТБ по всему миру и со временем претерпел изменения.

Лучше всего он подходит для написания пресс-релиза, авторской колонки, заметки в блоге или иного сообщения по итогам очного или дистанционного совещания.

ШАГ 1 Слушать

Внимательно следите за ходом обсуждения и выступлениями участников совещания. Если запись совещания не будет доступна, запишите мероприятие на диктофон вашего мобильного устройства, а также делайте заметки.

ШАГ 2 Провести коллективное обсуждение

Определите с коллегами основной посыл сообщения и его центральную тему, придумайте заголовок (20–30 слов, резюмирующих тему сообщения или статьи). Этот шаг очень важен, поэтому не спешите и уделите ему достаточно внимания. Выслушайте каждого члена группы, обсудите и согласуйте на основе консенсуса тему материала, которая определит его содержание.

ШАГ 3 Наметить план

Участники группы должны предлагать идеи относительно содержания материала, которое может включать прямые цитаты из интервью с экспертами или членами затронутых проблемой УПП сообществ; данные правительственных органов или других официальных, надежных и достоверных источников, таких как организации – участники Четырехстороннего партнерства по борьбе с УПП (Приложение 2) (с соблюдением авторских прав); и любые другие аргументы, подкрепляющие рассказ. Структурируйте материал таким образом, чтобы сделать повествование наиболее убедительным.

ШАГ 4 Написать

Используйте онлайн-инструменты для совместной работы над текстом, когда это возможно. Если первую редакцию материала готовите вы, то разместите документ в онлайн-программе для совместной работы и отправьте другим членам группы соответствующую ссылку. Для обеспечения точности используемых прямых цитат экспертов сверяйтесь с расшифровками аудиозаписей. Если возникают сомнения, уточните у эксперта, цитату которого вы приводите. Получите согласие на использование цитат у всех авторов соответствующих высказываний. Проверьте текст на предмет связности, последовательности, стиля, грамматики, правописания, правильности упоминаемых имен и используемых цитат, а также точности данных и других цифр.

5.1.3

Подход “Проблема – решение – действие”

Этот популярный подход используется в различных целях и позволяет учитывать принципы коммуникационного воздействия (78). Он предполагает три шага: обозначить проблему; предложить решение; и определить меры, необходимые для реализации этого решения и устранения проблемы. Следуйте этим шагам при подготовке документа или тезисов для работы со СМИ.

**5.2**

Полезные советы по фото- и видеосъемке

- Прежде чем осуществлять фото- или видеосъемку, получите на это согласие (см. типовой формуляр в Приложении 4), при этом удостоверьтесь, что используемый формуляр не противоречит требованиям соответствующих законов и мер политики, руководящим принципам и этическим соображениям.
- Перед началом фото- или видеосъемки убедитесь в исправности вашего оборудования. В частности, проверьте камеру, микрофон, зарядное устройство для аккумулятора, внешний аккумулятор и гарнитуру. Убедитесь, что в памяти вашей камеры (или устройства с камерой) достаточно свободного места.
- Выстройте композицию кадра относительно человека или другого основного объекта вашей фото- или видеосъемки.
- При съемке вне помещений используйте вспышку в том случае, если источник света находится позади людей или объектов в кадре.
- Знайте дальность действия вспышки вашей камеры.
- Хорошее освещение – залог качественных фотографий. По возможности используйте естественное освещение, следя за тем, чтобы при этом не создавалось резких теней и люди или другие основные объекты в кадре были достаточно освещены.
- Перед фото- или видеосъемкой определите, какая ориентация кадра будет наиболее удачной. Например, вертикальная ориентация лучше подходит для коротких видеороликов, размещаемых в социальных сетях, а горизонтальная – для фотографий, рассылаемых в СМИ.
- Сделайте несколько фотографий.
- При съемке видео используйте штатив либо поставьте камеру на устойчивую поверхность.
- Для редактирования фотографий или видеороликов можно воспользоваться встроенными приложениями на вашем мобильном устройстве, планшете или компьютере.
- Для резервного копирования фотоснимков и видеороликов используйте облачные хранилища и делайте резервные копии для разных версий фотографий и видеороликов.



**5.3**

Оставайтесь в курсе событий и вносите конструктивный вклад в коммуникацию в социальных сетях

Подпишитесь на такие информационные бюллетени, как ежеквартальный бюллетень Управления по вопросам УПП ВОЗ (чтобы подписаться, отправьте электронное письмо на адрес AMRNEWS@who.int); ежемесячный бюллетень ВООЗЖ (чтобы подписаться, заполните соответствующую электронную форму [Всемирной организации по охране здоровья животных \(list-manage.com\)](http://list-manage.com)); и периодический информационный бюллетень ФАО по вопросам УПП (Antimicrobial-Resistance@fao.org).

Оставайтесь в курсе новостей, за которыми следят аналогичные организации

- Избегайте ситуаций дублирования усилий и многократного повторения одной и той же работы, которые возникают в случае, когда схожие по своим задачам организации либо сотрудники в рамках одной организации посвящают время и силы мониторингу новостей в интернете, а затем транслируют одни и те же коммуникационные сообщения, что усугубляет проблему информационного шума.
- Делитесь друг с другом важными новостями и оповещайте друг друга о значимых событиях в целях совместной организации информированного, своевременного и конструктивного взаимодействия со СМИ.
- Создайте и обновляйте совместную информационную панель с подборками новостей по конкретным вопросам и совместно используйте онлайн-агрегаторы.
- В зависимости от специфики вашей деятельности вам могут пригодиться онлайн-инструменты для:
 - мониторинга СМИ (по любому числу ключевых слов с уведомлениями в режиме реального времени);
 - мониторинга социальных сетей (по ключевым словам);
 - ведения базы данных журналистов;
 - налаживания и поддержания связей с общественностью;
 - ведения социальных сетей (например, составления графика публикаций) и взаимодействия с ними;
 - публикации информационных бюллетеней и создания ленты новостей (с целью распространения соответствующих материалов СМИ среди организаций или сетей);
 - анализа предпочтений потребителей и аудитории;
 - оптимизации работы с лидерами мнений;
 - подготовки отчетности и аналитики, а также для прочих специализированных услуг.

С помощью этих инструментов можно находить новости, актуальные для любых организаций. Ежедневная агрегация, мониторинг и анализ новостей, мнений и точек зрения может осуществляться командой для различных целей, например для оповещения коллег об информационных поводах и информационно-просветительских мероприятиях; поиска новостей, требующих реакции или принятия мер в коммуникационных, информационно-просветительских или политических целях; и анализа материалов в целях подготовки контента для социальных сетей (текстов, графических изображений).

Социальные сети

Ознакомьтесь с платформами социальных сетей, отвечающих потребностям вашей организации или сети, включая платформы социальных сетей, используемые СМИ. У каждой платформы могут быть свои требования в отношении контента, например ограничения по количеству слов или символов, размеру фотографий, графических изображений и видеороликов, а также порядок использования хэштегов, упоминания людей или организаций.

Изучите основы планирования публикаций в подходящих вам социальных сетях. Функциональные возможности этих платформ постоянно совершенствуются, поэтому следите за обновлениями. В некоторых предусмотрены встроенные инструменты планирования. Кроме того, вы с членами вашей команды можете также использовать другие инструменты планирования публикаций. Ознакомьтесь с функцией трансляции в режиме реального времени; трансляция мероприятия, например пресс-конференции, может быть организована сразу во всех социальных сетях. Для этого существуют специальные инструменты (как платные, так и бесплатные), позволяющие проводить одновременные сеансы прямой трансляции на нескольких платформах.

Следите за деятельностью организаций – участников Четырехстороннего партнерства в социальных сетях (таблица 6)

Таблица 6.
Присутствие организаций – участников Четырехстороннего партнерства в социальных сетях

Организация	Социальная сеть	Ссылка
ФАО	 Facebook	https://www.facebook.com/UNFAO
	 TikTok	https://www.tiktok.com/@fao
	 LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/fao
	 YouTube	https://www.youtube.com/@UNFAO
	 Instagram	https://instagram.com/fao/
	 X (ранее Twitter)	https://twitter.com/FAO
ЮНЕП	 Facebook	https://www.facebook.com/unep
	 LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/unep/
	 YouTube	https://www.youtube.com/@UNEP
	 Instagram	https://www.instagram.com/unep/
	 X (ранее Twitter)	https://twitter.com/UNEP
ВОЗ	 Facebook	https://www.facebook.com/WHO
	 TikTok	https://www.tiktok.com/@who
	 LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/world-health-organization
	 YouTube	https://www.youtube.com/WHO
	 Instagram	https://www.instagram.com/WHO
	 X (ранее Twitter)	https://www.twitter.com/WHO
ВООЗЖ	 Facebook	https://www.facebook.com/worldanimalhealth
	 LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/worldanimalhealth/
	 YouTube	https://www.youtube.com/c/WorldAnimalHealth
	 Instagram	https://www.instagram.com/worldanimalhealth/
	 X (ранее Twitter)	https://twitter.com/WOAH

 Страницы региональных представительств организаций – участников Четырехстороннего партнерства в X (ранее Twitter)	
ФАО в Северной Америке	https://www.twitter.com/FAONorthAmerica
ФАО в Африке	https://www.twitter.com/FAOAfrica
ФАО в Азии и Тихом океане	https://www.twitter.com/FAOAsiaPacific
ФАО в Латинской Америке и Карибском бассейне	https://twitter.com/FAOAmericas
ФАО на Ближнем Востоке и в Северной Африке	https://twitter.com/FAOinNENA_EN
ЮНЕП в Азии и Тихоокеанском регионе	https://twitter.com/UNEP_AsiaPac
ЮНЕП в Европе	https://twitter.com/UNEP_Europe
ЮНЕП в Латинской Америке и Карибском бассейне	https://twitter.com/UNEP_LatAm
ЮНЕП в Северной Америке	https://twitter.com/UNEP_NAmerica
ЮНЕП в Африке	https://twitter.com/UNEP_Africa
ЮНЕП в Западной Азии	https://twitter.com/UNEP_WestAsia
Региональное бюро ВОЗ для стран Африки	https://www.twitter.com/WHOAFRO
Региональное бюро ВОЗ для стран Америки	https://www.twitter.com/PAHOWHO
Региональное бюро ВОЗ для стран Юго-Восточной Азии	https://twitter.com/WHOSEARO
Европейское региональное бюро ВОЗ	https://www.twitter.com/WHO_Europe
Региональное бюро ВОЗ для стран Восточного Средиземноморья	https://www.twitter.com/WHOEMRO
Региональное бюро ВОЗ для стран Западной части Тихого океана	https://www.twitter.com/WHOWPRO
ВООЗЖ в Африке	https://twitter.com/WOAH_Africa
ВООЗЖ на Ближнем Востоке	https://twitter.com/WOAH_MiddleEast
ВООЗЖ в Северной и Южной Америке	https://twitter.com/WOAH_Americas
ВООЗЖ в Европе	https://twitter.com/WOAH_Europe
ВООЗЖ в Азии	https://twitter.com/WOAH_Asia

У некоторых страновых представительств учреждений ООН (ФАО, ЮНЕП и ВОЗ) также есть свои страницы в социальных сетях. В вопросах взаимодействия с ними руководствуйтесь соображениями целесообразности.

Глобальная руководящая группа по борьбе с УПП



X (ранее Twitter): <https://www.twitter.com/GLGAMR>



YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCIx3CV0UBQrjidMmxS20mEw>

Справочные материалы

1. Устойчивость к противомикробным препаратам. Информационный бюллетень. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2021 (<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/antimicrobial-resistance>).
2. Salam MS, Al-Amin MY, Tabassoom Salam M, Singh Pawar J, Akhter N, Rabaab A et al. Antimicrobial resistance: a growing serious threat for global public health. Healthcare (Basel). 2023;11(13):1946. doi:10.3390/healthcare11131946.
3. WHO global TB report 2022. Geneva: World Health Organization; 2022 (<https://www.who.int/teams/global-tuberculosis-programme/tb-reports/global-tuberculosis-report-2022>).
4. Гонорея с множественной лекарственной устойчивостью. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2023 (<https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/multi-drug-resistant-gonorrhoea>).
5. Drug-resistant infections: a threat to our economic future. Washington DC: World Bank; 2017 (<https://www.worldbank.org/en/topic/health/publication/drug-resistant-infections-a-threat-to-our-economic-future>).
6. Antimicrobial Resistance Collaborators. Global burden of bacterial antimicrobial resistance in 2019: a systematic analysis. Lancet. 2019;399(10325):629–55. doi:10.1016/S0140-6736(21)02724-0.
7. Состояние мирового рыболовства и аквакультуры – 2020. Меры по повышению устойчивости. Рим: Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций; 2020 (<https://www.fao.org/3/ca9229ru/ca9229ru.pdf>).
8. Awareness-raising on antimicrobial resistance: report of global consultation meetings, WHO, August 2022. Geneva: World Health Organization; 2022 (<https://www.who.int/publications/m/item/awareness-raising-on-antimicrobial-resistance>).
9. Risk assessment: UNDP–Global Fund and Health Implementation Guidance Manual. New York: United Nations Development Organization; 2023 (<https://undphealthimplementation.org/functional-areas/risk-management/undp-risk-management-process/risk-assessment/>).
10. Глобальный план действий по борьбе с устойчивостью к противомикробным препаратам. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2016 (<https://www.who.int/ru/publications/i/item/9789241509763>).
11. Sixth Meeting of the Global Leaders Group on Antimicrobial Resistance, 7–8 February 2023. Nairobi: United Nations Environment Programme; 2023 ([https://www.unep.org/events/workshop/sixth-meeting-global-leaders-group-antimicrobial-resistance#:~:text=The%20Global%20Leaders%20Group%20\(GLG,at%20Sandals%20Royal%20Barbados%2C%20Bridgetown\)](https://www.unep.org/events/workshop/sixth-meeting-global-leaders-group-antimicrobial-resistance#:~:text=The%20Global%20Leaders%20Group%20(GLG,at%20Sandals%20Royal%20Barbados%2C%20Bridgetown))).
12. Combatting misinformation online. Geneva: World Health Organization; 2023 (<https://www.who.int/teams/digital-health-and-innovation/digital-channels/combating-misinformation-online>).
13. Как сообщить о фактах публикации недостоверной информации онлайн. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2023 (<https://www.who.int/ru/campaigns/connecting-the-world-to-combat-coronavirus/how-to-report-misinformation-online>).
14. Infodemic management for strong emergency response and routine health programmes in Malaysia and Brunei Darussalam. Manila: WHO Regional Office for the Western Pacific; 2023 (<https://www.who.int/westernpacific/news-room/feature-stories/item/infodemic-management-for-strong-emergency-response-and-routine-health-programmes-in-malaysia-and-brunei-darussalam>).
15. How to talk about antimicrobial resistance, Paris: World Organization of Animal Health; 2023 (<https://www.woah.org/app/uploads/2023/03/how-to-talk-about-antimicrobial-resistance-en-final.pdf>).
16. Руководство ЮНЭЙДС по терминологии. Женева: Объединенная программа Организации Объединенных Наций по ВИЧ/СПИДу; 2015 (https://www.unaids.org/ru/resources/documents/2015/2015_terminology_guidelines).
17. Words matter language guide. Second edition. Geneva: Stop TB Partnership; 2022 (<https://www.stoptb.org/file/10703/download>).
18. Bray R. A model for your messages: problem, solution and action. Center for Health, Environment & Justice; без даты (<https://chej.org/wp-content/uploads/Messaging%201.4%20-%20A%20Model%20for%20Your%20Messages.pdf>).

Дополнительные справочные материалы

A social media toolkit for healthcare practitioners – tackling COVID-19 misinformation. Geneva: World Health Organization; 2021 (<https://www.who.int/publications/m/item/a-social-media-toolkit-for-healthcare-practitioners---desktop>).

Gregory A. Air pollution linked to rise in antibiotic resistance that imperils human health. The Guardian, 8 August 2023 (<https://www.theguardian.com/society/2023/aug/07/air-pollution-linked-rise-antibiotic-resistance-imperils-human-health#:~:text=The%20findings%20indicate%20antibiotic%20resistance,time%2C%20with%20changes%20in%20PM2.>).

Concerned about antimicrobial resistance? Spread the word using this social media toolkit. Paris: World Organization for Animal Health; 2023 (<https://www.woah.org/en/document/concerned-about-antimicrobial-resistance-spread-the-word-using-this-social-media-toolkit/>).

Eliminate yellow fever – social media toolkit. Geneva: World Health Organization; August 2022 (<https://www.who.int/publications/m/item/eliminate-yellow-fever-social-media-toolkit>).

Стратегия взаимодействия ФАО с частным сектором на 2021–2025 годы. Рим: Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций; 2021 (<https://openknowledge.fao.org/items/4d9c7e24-6b16-40ad-9fa3-ea4e2f2ec66f>).

Global Antimicrobial Resistance and Use Surveillance System (GLASS). Geneva: World Health Organization; 2023 (<https://www.who.int/initiatives/glass>).

Global database for tracking antimicrobial resistance (AMR). Country self-assessment survey (TrACSS). (<https://amrcountryprogress.org/#/map-view>).

How to talk about antimicrobial resistance. Paris: World Organization for Animal Health; без даты (<https://www.woah.org/en/document/how-to-talk-about-antimicrobial-resistance/>).

Interview: Antimicrobials use in animals – why, when and how? Paris: World Organization for Animal Health; 2022 (<https://www.woah.org/en/interview-antimicrobials-use-in-animals-why-when-and-how/>).

Руководство для СМИ. Ресурс для использования при составлении информационных материалов, посвященных официальному представлению Глобальной стратегии геномного эпиднадзора за возбудителями болезней, обладающих пандемическим и эпидемическим потенциалом. Женева: Всемирная организация здравоохранения; без даты (https://cdn.who.int/media/docs/default-source/genomic-surveillance-strategy/ru_who_gs-media-kit.pdf?sfvrsn=95e185bf_2).

Media toolkit to prevent and address stigma associated with the migrant population in Malaysia in response to COVID-19. Geneva: World Health Organization; 2021 (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/334364>).

Private sector mapping, outreach, and engagement in climate-responsive agrifood systems. SCALA private sector engagement guidance series. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations; 2023 (<https://www.fao.org/3/cc4689en/cc4689en.pdf>).

Road safety mass media campaigns: a toolkit: 10 steps for developing road safety mass media campaigns in low- and middle-income countries. Geneva: World Health Organization; 2019 (<https://www.who.int/publications/i/item/road-safety-mass-media-campaigns-a-toolkit>).

Social media toolkit, International Lead Poisoning Prevention Week, October 2022. Geneva: World Health Organization; 2022 (<https://www.who.int/publications/m/item/social-media-toolkit>).

Руководство для СМИ по составлению материалов, посвященных Глобальной стратегии геномного эпиднадзора. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2022 (https://cdn.who.int/media/docs/default-source/genomic-surveillance-strategy/ru_who_gs-media-kit.pdf?sfvrsn=95e185bf_2).

Проблемы УПП в продовольственном и сельскохозяйственном секторах. Рим: Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций; 2022 (<https://elearning.fao.org/course/view.php?lang=ru&id=987>).

WOAH urges veterinary authorities and the animal industry to live up to their commitments regarding the use of antimicrobials as growth promoters. Paris: World Organization for Animal Health; 2023 (<https://www.woah.org/en/woah-urges-veterinary-authorities-and-the-animal-industry-to-live-up-to-their-commitments-regarding-the-use-of-antimicrobials-as-growth-promoters/>).

World TB Day 2023 advocacy toolkit. Geneva: World Health Organization; 2023 (<https://www.who.int/publications/m/item/world-tb-day-2023-advocacy-toolkit>).

Мероприятия с привлечением СМИ

МЕРОПРИЯТИЕ пресс-конференция

К категории пресс-конференций относятся пресс-конференции в целях анонсирования мероприятия, или проведения брифинга для СМИ в его преддверии, или оповещения СМИ о важных событиях, а также брифинги или пресс-конференции по итогам мероприятий. Анонсирующие пресс-конференции и брифинги для СМИ проводятся перед мероприятием. Они могут быть как открытыми для всех, так и эксклюзивными с участием одного или нескольких представителей СМИ, которым может быть дано указание относительно конкретной даты и времени публикации материала на основе предоставленного им документа или информации.

Название: Название должно отражать причины, по которым СМИ могут быть заинтересованы в посещении мероприятия или освещении вопроса.

Краткое описание: Раскройте подробнее, что ожидает представителей СМИ на пресс-конференции.

Дата, время и продолжительность

Устный перевод: В случае, если есть необходимость и практическая возможность организации устного перевода (в том числе на язык жестов), позаботьтесь о его должной организации: обеспечьте наличие переводчиков и кабин для синхронного перевода, оснащенных многоканальными терминалами, если речь идет об очной пресс-конференции. Если мероприятие предполагает возможность дистанционного участия, то платформа, на которой оно проводится, должна поддерживать функцию трансляции многоязычного перевода.

Место проведения и ссылка для дистанционного участия (в случае проведения мероприятия в гибридном формате): В приглашении для СМИ подтвердите место проведения мероприятия с указанием полного адреса и ссылки на Google-карту. Организуйте виртуальную конференцию на любой платформе и в приглашении для СМИ укажите ссылку для подключения и иную информацию (например, идентификационный номер совещания или пароль).

Повестка дня: Укажите название мероприятия, его краткое описание, дату, время, продолжительность, место проведения и ссылку для дистанционного участия (в случае проведения мероприятия в гибридном формате), список докладчиков (с пометкой “подлежит уточнению” напротив тех, кто пока еще не подтвердил участие), порядок выступлений (с указанием длительности каждой презентации), время работы, имя и контакты лица, ответственного за взаимодействие со СМИ.

Докладчики: Подтвердите участие докладчиков. Приглашайте экспертов из разных областей, чтобы они могли осветить проблему с различных сторон, например, с общечеловеческой, технической и политической точек зрения. Доведите до сведения докладчиков тему или вопросы, которым должно быть посвящено их выступление. Они должны понимать цель мероприятия, чтобы ориентироваться на нее при подготовке тезисов к выступлению; поэтому цель следует указать в повестке дня.

Соберите все материалы (включая презентации), которыми докладчики готовы поделиться со СМИ, для их включения в комплект материалов для СМИ (см. ниже).

Попросите каждого докладчика представить краткую биографию и фотографию в целях информационного продвижения мероприятия в социальных сетях, а также для сведения модератора и представителей СМИ.

Модератор: Модератору должна быть препровождена повестка дня и краткая биография каждого из докладчиков. Перед началом мероприятия модератор должен быть представлен докладчикам, а также информирован о проблемах и конкретных вопросах, которые необходимо будет обсудить с каждым из членов экспертной группы или докладчиков. Кроме того, модератора необходимо проинструктировать относительно порядка приема вопросов от представителей СМИ, участвующих в дистанционном формате.

Приглашения и информационные справки для СМИ, пресс-релизы (см. раздел 5.1 и Приложение 5): За несколько дней до пресс-конференции направьте приглашения в адрес СМИ из вашего целевого списка путем массовой почтовой или электронной рассылки, с помощью WhatsApp, Line или других инструментов. Также отправьте ссылку для участия в дистанционном формате и приглашение в календаре (Outlook, iOS, Google).

По окончании пресс-конференции разошлите пресс-релизы или информационные справки по тому же списку.

Комплект материалов для СМИ: Комплект материалов для СМИ должен включать:

- повестку дня пресс-конференции;
- краткие биографии докладчиков;
- пресс-релиз на соответствующих языках;
- любые материалы (включая презентации), которыми докладчики согласились поделиться со СМИ; и
- любые другие справочные или вспомогательные материалы.

Желательно, чтобы комплект материалов для СМИ был доступен в электронном формате (например, в папке облачного хранилища).

Регистрационный список: Для участия в пресс-конференции представители СМИ должны пройти регистрацию (очно или онлайн), указав свое имя, название организации, должность, телефон и адрес электронной почты. Список зарегистрированных участников необходим для скорейшего распространения электронной версии комплекта материалов для СМИ, пресс релизов и фотографий по окончании конференции.

Последующая деятельность: Отправьте ссылку на запись и фотографии с мероприятия, а также пресс-релиз по его итогам всем участникам (см. регистрационный список) и СМИ из вашего целевого списка, а также распространите эти материалы на своих страницах в социальных сетях (на следующий день, за исключением случаев, когда мероприятие транслировалось в прямом эфире). Помогите представителям СМИ связаться с экспертами для организации интервью, уточнения фактов и получения фотографий, коротких аудио- или видеокomentarиев для радио- или телеэфира.

Отслеживание выходящих в СМИ публикаций: Просматривайте газеты и журналы на предмет соответствующих публикаций, собирайте вырезки или ссылки. Производите поиск по ключевым словам в интернете и собирайте ссылки на соответствующие материалы.

Поделитесь вышедшими в СМИ публикациями с докладчиками и другими заинтересованными сторонами, а также на страницах в социальных сетях и веб-сайте вашей организации или сети. Поблагодарите работников СМИ, освещавших пресс-конференцию. Используйте опубликованные в СМИ материалы в целях проведения информационно просветительской работы.

Социальные сети: Поручите команде, ответственной в вашей организации или сети за ведение страниц в социальных сетях, распространить фотографии или фрагменты записей с мероприятия, сопроводив их текстовым описанием, хэштегами и метками – в соответствии с требованиями конкретных платформ социальных сетей. Тщательно продумайте график публикации.

МЕРОПРИЯТИЕ **организация пресс-туров на места проведения кампаний либо в информационно-просветительских и разъяснительных целях**

Пресс-туры могут быть мощным инструментом повышения осведомленности представителей СМИ, поскольку дают им возможность избавиться от стереотипов и предрассудков и глубже разобраться в проблеме. Такие поездки дают журналистам возможность пообщаться с людьми, которые на собственном опыте столкнулись с проблемой УПП, а также с профильными экспертами, что может вдохновить их на написание резонансных материалов. Возможно, им удастся сделать уникальные, вызывающие эмоциональный отклик фотоснимки, иллюстрирующие явление УПП и усилия по сокращению его масштабов.

Организация подобной поездки в привязке к конференции или совещанию по вопросам УПП, в которых принимают участие работники СМИ, не требует больших финансовых и временных затрат.

Название: Название должно отражать причины, по которым СМИ могут быть заинтересованы в поездке или ее освещении.

Получение согласия и разрешений (см. Приложение 4): Убедитесь в том, что члены затронутого сообщества дали полное информированное согласие на визит представителей СМИ; на то, чтобы поделиться своим опытом и историями, и на последующую публикацию материалов на их основе; на интервью, видео- и фотосъемку; и на использование их имени с условием соблюдения конфиденциальности личных данных. СМИ должны четко следовать этому принципу и выполнять пожелания принимающего сообщества, в том числе в случаях, когда согласие дается с оговорками: например, человек может быть готов на интервью, но на условиях анонимности или без фото- и видеосъемки.

Получите все необходимые по закону разрешения на организацию пресс-тура.

Дата, время и продолжительность: Рекомендуемая продолжительность пресс-тура – менее чем полдня (3–4 часа, включая дорогу в оба конца).

Повестка дня: Подготовьте повестку дня с кратким описанием мероприятия и указанием даты, времени, продолжительности и места его проведения, списка докладчиков и порядка их выступления, расписания, а также имени и контактной информации лица, ответственного за взаимодействие со СМИ.

Устный перевод: В случае если есть необходимость и практическая возможность организации устного перевода (в том числе на язык жестов), позаботьтесь о его должной организации в пункте прибытия представителей СМИ: обеспечьте наличие переводчиков, многоканальных и кабин для синхронного перевода, оснащенных многоканальными терминалами. При необходимости обеспечьте устный перевод в дороге.

Место проведения: В приглашении для СМИ и повестке дня подтвердите место проведения мероприятия и укажите его полный адрес со ссылкой на Google-карту.

Докладчики: Подтвердите участие докладчиков. Приглашайте экспертов из разных областей, чтобы они могли осветить проблему с различных сторон, например, с общечеловеческой, технической и политической точек зрения. Доведите до сведения докладчиков тему или вопросы, которым должно быть посвящено их выступление, а также препроводите им повестку дня.

Соберите все материалы (включая презентации), которыми докладчики готовы поделиться со СМИ, для их включения в комплект материалов для СМИ (см. ниже).

Попросите каждого докладчика представить краткую биографию и фотографию в целях информационного продвижения мероприятия в социальных сетях, а также для сведения модератора и представителей СМИ.

Модератор: Модератору должна быть препровождена повестка дня и краткая биография каждого из докладчиков. Перед началом мероприятия модератор должен быть представлен докладчикам, а также информирован о проблемах и конкретных вопросах, которые необходимо будет обсудить с каждым из членов экспертной группы или докладчиков. Кроме того, модератора необходимо проинструктировать относительно приема вопросов от представителей СМИ, участвующих в дистанционном формате.

Приглашения для СМИ: За несколько дней до пресс-тура разошлите приглашения в адрес СМИ из вашего целевого списка путем массовой почтовой или электронной рассылки, с помощью WhatsApp, Line или других инструментов. Укажите крайний срок для регистрации, обеспечивающий достаточный запас времени для решения организационных вопросов.

Комплект материалов для СМИ: Комплект материалов для СМИ должен включать:

- повестку дня пресс-тура;
- краткие биографии докладчиков;
- информационную справку для СМИ на соответствующих языках;
- любые материалы (включая презентации), которыми докладчики согласились поделиться со СМИ; и
- любые другие справочные или вспомогательные материалы.

Желательно, чтобы комплект материалов для СМИ был доступен в электронном формате (например, в папке для облачного хранилища).

Регистрационный список: Для участия в пресс-туре представители СМИ должны пройти регистрацию (очно или онлайн), указав свое имя, название организации, должность, телефон и адрес электронной почты. Убедитесь, что они в полной мере отдают себе отчет в том, на какие условия согласны члены затронутого сообщества, в частности дали ли они разрешение на фото- и видеосъемку, а также на проведение интервью.

Последующая деятельность: Отправьте всем участникам пресс-тура ссылку на хранилище с фотографиями и краткую информационную справку. Помогите представителям СМИ связаться с экспертами для организации интервью, уточнения фактов и получения фотографий, коротких аудио- или видеокomentarиев для радио- или телеэфира.

Отслеживание выходящих в СМИ публикаций: Просматривайте газеты и журналы на предмет соответствующих публикаций и собирайте вырезки или ссылки. Производите поиск в интернете по ключевым словам и собирайте ссылки на соответствующие материалы.

Поделитесь вышедшими в СМИ публикациями с докладчиками, членами затронутого сообщества и другими заинтересованными сторонами, а также на страницах в социальных сетях и веб-сайте вашей организации или сети. Поблагодарите работников СМИ, освещавших пресс-тур. Используйте опубликованные в СМИ материалы в целях проведения информационно-просветительской работы.

МЕРОПРИЯТИЕ демонстрация в СМИ результатов кампании

Данный вид мероприятия организуется по той же схеме, что и первое из предлагаемых мероприятий – пресс-конференция, с одним лишь важным дополнительным шагом, заключающимся в подготовке документа с анализом эффективности кампании. В нем должно быть показано, позволила ли кампания достичь поставленных результатов в области борьбы с УПП, насколько успешной она была и что можно было бы улучшить. При необходимости переведите документ на другой язык или языки.

Организируйте пресс-конференцию для СМИ с целью демонстрации результатов кампании.

МЕРОПРИЯТИЕ презентация доклада или публикации на тему УПП

Данный вид мероприятия организуется по той же схеме, что и первое из предлагаемых мероприятий – пресс-конференция, с одним лишь важным дополнительным шагом, заключающимся в подготовке резюме новой публикации (см. раздел 5.1). При необходимости переведите документ на другой язык или языки.

МЕРОПРИЯТИЕ работа со СМИ в рамках совещаний и конференций

См. инструкции в разделе, посвященном пресс-турам, выше. Пригласите также представителей местных СМИ и при необходимости организуйте транспорт до места проведения мероприятия. Большинство СМИ берут эти расходы на себя, однако организация транспорта может быть полезна в случае, если вы приглашаете внештатных журналистов, лидеров мнений в социальных сетях и других независимых работников медиасферы.

Используйте инструкции в разделе, посвященном пресс-конференциям, в целях организации:

- брифинга для СМИ в преддверии конференции или совещания;
- ежедневных брифингов для СМИ в ходе конференции или совещания;
- встречи с экспертами;
- брифинга для СМИ или пресс-конференции по итогам конференции или совещания;

Используйте инструкции в разделе, посвященном презентации доклада или публикации на тему УПП, выше, для организации встреч с представителями СМИ по случаю презентации новых публикаций (докладов, руководств, фактологических бюллетеней и информационных документов) в рамках конференции или совещания.

Используйте инструкции в разделе, посвященном демонстрации в СМИ результатов кампании, выше, в целях привлечения внимания СМИ к представленным на конференции или совещании инициативам и соответствующим официальным представителям.

Каждый день рано утром организуйте брифинги для представителей СМИ в целях их информирования о важных заседаниях (включая информацию о времени, продолжительности и месте проведения) и возможностях участия в других мероприятиях текущего дня (таких, как встречи с экспертами, пресс-конференции, пресс-туры, презентации докладов или публикаций).

Убедитесь, что в пресс-центре на площадке конференции или совещания созданы все необходимые для работы представителей СМИ условия, включая тихое помещение для проведения интервью, работы с материалами и общения с экспертами, а также интернет подключение с достаточной скоростью.

МЕРОПРИЯТИЕ освещение в СМИ публикаций на тему УПП

Используйте инструкции в разделе, посвященном пресс-конференциям, выше, в целях организации встречи с представителями СМИ для передачи им тезисов и фотографий. В качестве альтернативы можно выпустить пресс-релиз или предложить к публикации авторскую колонку.

Используйте инструкции в разделе, посвященном пресс-турам, выше, для организации участия журналистов в мероприятиях высокого уровня, в ходе которых планируется представить публикацию правительственным органам или другим учреждениям (при условии получения соответствующего согласия и разрешения).

Ключевые тезисы, сформулированные организациями – участниками Четырехстороннего партнерства

Опорный тезис

- УПП находит все шире признается как многоплановая угроза глобальному здравоохранению, безопасности пищевых продуктов, продовольственной безопасности и устойчивому развитию, способная нанести значительный социально-экономический ущерб. Однако, если мы будем действовать слаженно, быстро и решительно, то есть шанс переломить ситуацию.

Решение проблемы УПП на основе подхода “Единое здоровье”

Международные чрезвычайные ситуации в области здравоохранения последнего времени, такие как пандемия коронавирусной инфекции 2019-nCoV (COVID-19), вспышки оспы обезьян и Эболы, сохраняющаяся угроза других зоонозных заболеваний, проблемы в области безопасности пищевых продуктов, УПП, а также деградация экосистем и изменение климата, – все это недвусмысленно говорит о настоятельной необходимости создания устойчивых систем здравоохранения и ускорения глобальных действий. Основным подходом к решению этих насущных и сложных проблем, стоящих перед нашим обществом, считается концепция “Единое здоровье” (1), и тому есть несколько причин:

- Противомикробные препараты могут попадать в почву и водотоки, что приводит к появлению в окружающей среде устойчивых к таким препаратам микроорганизмов, которыми впоследствии могут заразиться люди и животные. Антибиотикоустойчивые микроорганизмы могут также попадать в окружающую среду от животных (с навозом) и от человека (с медицинскими отходами и коммунально бытовыми сточными водами). Из-за чрезмерного или безответственного использования противомикробных препаратов в одном секторе страдают в том числе и все остальные сектора (2).
- “Единое здоровье” – это единый комплексный подход, нацеленный на обеспечение устойчивого баланса и создание оптимальных условий для поддержания здоровья людей, животных и экосистем. В его основе лежит признание того факта, что между здоровьем человека, домашних и диких животных, растений и окружающей среды в целом, включая экосистемы, существуют тесная взаимосвязь и взаимозависимость (1).
- В то время как здравоохранение, продовольствие, водоснабжение, энергетика и охрана окружающей среды представляют собой более широкие области, каждой из которых свойственны свои конкретные проблемы, межсекторальное и междисциплинарное сотрудничество вносит вклад в охрану здоровья и решение таких задач здравоохранения, как борьба с распространением инфекционных заболеваний и УПП, обеспечение безопасности пищевых продуктов и укрепление здоровья и целостности экосистем (1).
- За счет увязки здоровья человека, животных и окружающей среды концепция “Единое здоровье” обеспечивает комплексный подход к решению всего спектра связанных с УПП вопросов, включая профилактику и выявление, обеспечение готовности, реагирование и контроль, и способствует тем самым повышению безопасности в сфере здравоохранения в глобальном масштабе (1).
- Этот подход может применяться на общинном, субнациональном, национальном, региональном и глобальном уровнях. В его основу положены принципы совместного и эффективного управления, коммуникации, сотрудничества и координации. Подход “Единое здоровье” дает людям более глубокое понимание преимуществ, рисков, компромиссов и возможностей, связанных с использованием справедливых и целостных решений для борьбы с УПП. Для сохранения действенности существующих противомикробных препаратов необходимо внедрить эффективное регулирование их использования во всех секторах (3).
- “Проблемы устойчивости к противомикробным препаратам, несмотря на всю их сложность и многогранность, преодолимы” (4).
- Борьба с УПП на основе подхода “Единое здоровье” позволит спасти миллионы жизней и сохранить эффективность противомикробных препаратов на многие поколения.

Агропродовольственные системы

- Внедрение надлежащей практики животноводства, программы обеспечения биотехнологической безопасности, обеспечение доступа к средствам санитарии и гигиены и вакцинам, а также другие меры профилактики инфекций позволят снизить потребность в использовании противомикробных препаратов в животноводстве и противомикробных пестицидов в растениеводстве (5).
- Для выявления УПП необходимы лабораторные тесты для диагностики и определения чувствительности к тем или иным препаратам. Результаты таких тестов используются в целях разработки эффективных протоколов лечения для людей и животных, а также играют важнейшую роль в осуществлении эпиднадзора и выработке мер по уменьшению случаев заражения устойчивыми к противомикробным препаратам патогенами у людей, животных и растений и их распространенности в окружающей среде.
- Улучшение доступа к консультативным услугам специалистов и диагностике и рациональное назначение противомикробных препаратов будут способствовать сдерживанию развития УПП, предотвращению снижения объемов и показателей эффективности производства, а также формированию более устойчивых и жизнестойких агропродовольственных систем.

Здоровье животных

- “Болезни легче предупредить, чем лечить”. Применение надлежащей практики в области биотехнологической безопасности и передовых методов животноводства играет ключевую роль в уменьшении распространенности заболеваний в популяциях животных и, как следствие, в снижении потребности в использовании противомикробных препаратов и одновременно способствует охране здоровья животных и сохранению продуктивности.
- Заботясь о здоровье животных, ветеринары и другие специалисты в области охраны здоровья животных вносят вклад в обеспечение безопасности пищевых продуктов и продовольственной безопасности. Ветеринарам должны быть предоставлены ресурсы, необходимые для содействия внедрению практики ответственного применения противомикробных препаратов.
- У ветеринарных органов есть комплексное представление обо всей цепочке поставок противомикробных препаратов. Меры по борьбе с УПП должны приниматься на каждом из этапов этой цепочки, начиная от финансирования профильных исследований и заканчивая поддержкой внедрения надлежащей практики, и ветеринарные органы могут действовать на каждом из этих уровней (6).
- Ответственное применение ветеринарных препаратов фермерами, создание надлежащих механизмов нормативного регулирования, более строгий контроль за соблюдением государственных нормативных требований и расширение лечебно-диагностической помощи – все это будет способствовать более ответственному использованию ветеринарных средств в аквакультуре и уменьшению угрозы УПП (7).

Здоровье человека

- Действенные противомикробные препараты снижают риск неблагоприятного исхода в лечении инфекций с помощью современных медицинских средств, в том числе при обширном хирургическом вмешательстве и проведении химиотерапии для лечения онкологических заболеваний.
- Обеспечение доступа к безопасной питьевой воде и санитарно-гигиеническим услугам на уровне общин и медицинских учреждениях может снизить потребность в использовании антибиотиков для лечения диареи на 60 процентов и внести вклад в профилактику лекарственно устойчивых инфекций, спасение жизней и сокращение расходов на здравоохранение (3).
- Вакцинация, качественная диагностика, рациональное назначение и правильное использование антибиотиков и других противомикробных препаратов способствуют сохранению эффективности жизненно важных медицинских средств и мер медицинского вмешательства.
- Для сохранения эффективности существующих методов лечения важнейшее значение имеют оптимизация использования противомикробных препаратов и профилактика их неправильного и чрезмерного применения.

Окружающая среда

- Сокращение масштабов использования противомикробных препаратов будет способствовать профилактике формирования, передачи и распространения устойчивых к противомикробным препаратам патогенов в окружающей среде.
- Проблему УПП нельзя рассматривать или решать в отрыве от тройного планетарного кризиса, связанного с изменением климата, утратой природных ресурсов и биоразнообразия, загрязнением и химическими отходами, каждый из элементов которого обязан своим возникновением нерациональным моделям потребления и производства (6).
- Соответствующие заинтересованные стороны должны выработать механизмы нормативного регулирования для сокращения объема противомикробных препаратов, попадающих в окружающую среду, и поощрения устойчивых моделей производства и потребления (7).

Справочные материалы

1. Организации – участники Четырехстороннего партнерства призывают к реализации концепции “Единое здоровье” в интересах построения более безопасного мира. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2023 (<https://www.who.int/ru/news/item/27-03-2023-quadripartite-call-to-action-for-one-health-for-a-safer-world>).
2. Why antimicrobial resistance concerns you. Paris; World Organization of Animal Health; 2023 (<https://www.woah.org/app/uploads/2023/01/amr-factsheet-final.pdf>).
3. One Health. Geneva: World Health Organization; 2023 (https://www.who.int/health-topics/one-health#tab=tab_1).
4. No time to wait: Securing the future of drug-resistant infections (Report to the Secretary-General of the United Nations). New York; United Nations; 2019 (<https://www.who.int/publications/i/item/no-time-to-wait-securing-the-future-from-drug-resistant-infections>).
5. Everyone has a responsibility to prevent Antimicrobial Resistance in Viet Nam. Hanoi: WHO Country Office; 2023 ([https://www.who.int/vietnam/news/detail/20-11-2023-everyone-has-a-responsibility-to-prevent-antimicrobial-resistance-in-viet-nam#:~:text=The%20new%20National%20Strategy%20on,of%20antimicrobial%20resistance%20\(AMR\)](https://www.who.int/vietnam/news/detail/20-11-2023-everyone-has-a-responsibility-to-prevent-antimicrobial-resistance-in-viet-nam#:~:text=The%20new%20National%20Strategy%20on,of%20antimicrobial%20resistance%20(AMR))).
6. Fighting antimicrobial resistance: a guide for veterinary authorities. Paris; World Organization of Animal Health; 2023 (<https://www.woah.org/en/document/fighting-antimicrobial-resistance-a-guide-for-veterinary-authorities/>).
7. Fishery and aquaculture. Rome: Food, Agricultural Organization of the United Nations; 2023 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/key-sectors/fishery-and-aquaculture/en/>).
8. Antimicrobial resistance: Now is the time for collective action. Nairobi: United Nations Environment Programme; 2022 (<https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/antimicrobial-resistance-now-time-collective-action>).
9. Environmental dimensions of antimicrobial resistance: Summary for policymakers. Nairobi: United Nations Environment Programme; 2022 (https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/38373/antimicrobial_R.pdf).

Информационные поводы для привлечения СМИ

Инфоповод	День/неделя	Номер справочного материала
Всемирный день борьбы против рака	4 февраля	1
Всемирный день зернобобовых	10 февраля	2
Международный женский день	8 марта	3
Всемирный день водных ресурсов	22 марта	4
Всемирный день борьбы с туберкулезом	24 марта	5
Всемирный день здоровья	7 апреля	6
Всемирный день гигиены рук	5 мая	7
Международный день охраны здоровья растений	12 мая	8
Всемирный день пчел	20 мая	9
Всемирный день окружающей среды	5 июня	10
Всемирный день безопасности пищевых продуктов	7 июня	11
Всемирный день безопасности пациентов	17 сентября	12
Всемирный день легких	25 сентября	13
Всемирный день продовольствия	16 октября	14
Международный день "Единое здоровье"	3 ноября	15
Всемирный день борьбы с пневмонией	12 ноября	16
Всемирный день борьбы с диабетом	14 ноября	17
Всемирная неделя повышения осведомленности о проблеме устойчивости к противомикробным препаратам	18–24 ноября	18
Кампания "16 дней активных действий против гендерного насилия"	25 ноября – 1 декабря 2023 года	19
Всемирный день борьбы со СПИДом	1 декабря	20
Всемирный день почв	5 декабря	21
День прав человека	10 декабря	22
Международный день всеобщего охвата услугами здравоохранения	12 декабря	23

Справочные материалы

1. Antimicrobial resistance and its impact on cancer care. Geneva: Union for International Cancer Control; 2023 (<https://www.uicc.org/what-we-do/thematic-areas/antimicrobial-resistance-amr>).
2. Всемирный день зернобобовых, 10 февраля. Нью-Йорк: Организация Объединенных Наций; 2023 (<https://www.un.org/ru/observances/world-pulses-day>).
3. Борьба с устойчивостью к противомикробным препаратам требует внимания к гендерным вопросам. Копенгаген: Европейское региональное бюро ВОЗ; 2022 (<https://www.who.int/europe/ru/publications/item/WHO-EURO-2021-3896-43655-61363>).
4. Всемирный день водных ресурсов, 22 марта 2023 года. Ускорение перемен. Нью-Йорк: ООН – водные ресурсы; 2023 (<https://www.un.org/ru/observances/water-day>).
5. Global Tuberculosis Programme. Types of drug-resistant TB. Geneva: World Health Organization; 2023 (<https://www.who.int/teams/global-tuberculosis-programme/diagnosis-treatment/treatment-of-drug-resistant-tb/types-of-tb-drug-resistance>).
6. Устойчивость к противомикробным препаратам. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2023 (<https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/antimicrobial-resistance>).
7. World Hand Hygiene Day. Geneva: World Health Organization; 2023 (<https://www.who.int/campaigns/world-hand-hygiene-day/2023>).
8. Международный день охраны здоровья растений, 12 мая. Рим: Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций; 2023 (<https://www.fao.org/plant-health-day/ru>).
9. Всемирный день пчел, 20 мая. Нью-Йорк: Организация Объединенных Наций; 2023 (<https://www.un.org/ru/observances/bee-day>).
10. Antimicrobial resistance: a Global Threat. Nairobi: United Nations Environment Programme; 2020 (<https://www.unep.org/explore-topics/chemicals-waste/what-we-do/emerging-issues/antimicrobial-resistance-global-threat>).
11. Всемирный день безопасности пищевых продуктов – 7 июня 2023 года. Кодекс Алиментариус. Рим: Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций; 2023 (<https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/world-food-safety-day/wfsd-homepage/ru/>).
12. Всемирный день безопасности пациентов. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2023 (<https://www.who.int/ru/campaigns/world-patient-safety-day>).
13. World Lung Day. Lausanne: Forum of International Respiratory Societies; 2023 (<https://www.firsnet.org/>).
14. Устойчивость к противомикробным препаратам. Рим: Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций; 2023 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/ru/>).
15. One Health Day. Apex (NC): One Health Commission; 2023 (https://www.onehealthcommission.org/en/events_since_2001/one_health_day/).
16. An estimated 1.2 million people died in 2019 from antibiotic-resistant bacterial infections. News & Events, 20 January 2022. Oxford: University of Oxford (<https://www.ox.ac.uk/news/2022-01-20-estimated-12-million-people-died-2019-antibiotic-resistant-bacterial-infections>).
17. Akash MSH, Rehman K, Fiayyaz F, Sabir S, Khurshid M. Diabetes-associated infections: development of antimicrobial resistance and possible treatment strategies. Arch Microbiol. 2020;202(5):953–65. doi:10.1007/s00203-020-0818-x.
18. Всемирная неделя повышения осведомленности о проблеме устойчивости к противомикробным препаратам. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2023 (<https://www.who.int/ru/campaigns/world-antimicrobial-awareness-week>).
19. 16 Days of Activism against Gender-based Violence. New York: UN Women; 2023 (<https://www.unwomen.org/en/what-we-do/ending-violence-against-women/unite/16-days-of-activism>).
20. Устойчивость ВИЧ к лекарственным препаратам. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2022 (<https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/hiv-drug-resistance>).
21. Всемирный день почв, 5 декабря. Рим: Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций; 2023 (<https://www.fao.org/world-soil-day/ru/>).
22. Water, Sanitation, Health – Human Rights implications of Antibiotic Resistance. Stockholm: Stockholm International Institute; 2019 (<https://siwi.org/latest/water-sanitation-health-human-rights-implications-of-antibiotic-resistance/>).
23. A universal good: How increased health coverage can help beat back antimicrobial resistance. New Delhi: WHO Regional Office for South-East Asia; 2017 (<https://www.who.int/southeastasia/news/opinion-editorials/detail/a-universal-good-how-increased-health-coverage-can-help-beat-back-antimicrobial-resistance>).

Типовой формуляр для получения согласия / разрешения на обнародование материалов

В настоящем приложении представлена типовой формуляр для получения согласия или разрешения на обнародование материалов фото- и видеосъемки и аудиозаписей. Проверьте формуляр на соответствие требованиям местного или национального законодательства в отношении получения информированного согласия.

Типовой формуляр разрешения на обнародование материалов

Разрешение на использование фотографий или аудиозаписей

Я, _____, настоящим предоставляю _____ (Ф. И. О. лица, осуществляющего фотосъемку или аудиозапись) право и разрешение на использование моего имени (или вымышленного имени), публикацию, использование и реализацию авторского права в отношении фотографий или аудиозаписей, на которых присутствует мое полное или частичное изображение или полная или частичная запись моего голоса, с применением технологий монтажа, ретуши или редактирования по содержанию или форме и упоминанием (указать нужное):

_____ моего настоящего имени

_____ вымышленного имени

_____ без имени

Если фотосъемка или аудиозапись ведется в отношении лица, не достигшего 18 лет, я подтверждаю, что являюсь его / ее родителем или законным опекуном, и от его / ее имени даю безоговорочное согласие на все вышеперечисленное.

Я прочитал(а) настоящую форму и полностью ознакомился(ась) с ее содержанием:

Дата: _____ Телефон: _____

Ф. И. О.: _____ Подпись: _____

Адрес: _____

Для лиц, которые не умеют читать или писать:

Я озвучил содержание настоящего документа лицу, являющемуся объектом фотосъемки. Он / она подтверждает, что понимает содержание настоящего документа.

Подпись: _____

Ф. И. О. лица, подписывающего документ
от имени лица, являющегося объектом съемки: _____

Ф. И. О. лица, являющегося объектом съемки: _____

Дата: _____ Место: _____

Контактная информация: _____

Справочная информация

Guidance for WHO photographers and film crews on obtaining consent. New Delhi: WHO Regional Office for South-East Asia; 2022. (<https://virtuallibrary.euro.who.int/index.php/vl/libraryFiles/downloadPublic/13>).

Примеры пресс-релизов, опубликованных организациями – участниками Четырехстороннего партнерства

Организации – участники Четырехстороннего партнерства представили руководство по реализации подхода “Единое здоровье” на уровне стран (на английском языке) (ВОЗ, декабрь 2023 года)

Сохранить противомикробные препараты ради благополучия людей, животных, растений и экосистем (ФАО, ноябрь 2023 года)

В новом докладе отмечается уменьшение глобального объема использования противомикробных препаратов в животноводстве (на английском языке) (ВООЗЖ, сентябрь 2023 года)

Для уменьшения супербактерий мир должен сократить загрязнение (ЮНЕП, февраль 2023 года)

ФАО всецело привержена сдерживанию распространения устойчивости к противомикробным препаратам (ФАО, февраль 2023 года)

Устойчивость к противомикробным препаратам: пришло время для коллективных действий (на английском языке) (ЮНЕП, ноябрь 2022 года)

Срочный призыв к оптимизации использования существующих вакцин и разработке новых вакцин для борьбы с УПП (на английском языке) (ВОЗ, июль 2022 года)



Дополнительная информация по теме:

ФАО: www.fao.org

ЮНЕП: www.unep.org

ВОЗ: www.who.int

ВООЗЖ: www.woah.org

9789240099555



9 789240 099555