



Роль современных медиа в Кыргызстане в охране здоровья населения

**I СЪЕЗД АССОЦИАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Алимахунов Анарбек

Медиа эксперт



Роль СМИ

"Медиа - это не только источник новостей, но и платформа для образования и вдохновения в сфере здоровья." - Опра Уинфри

Роль руководителей в общении со СМИ



- Представление медицинской организации
- Общение с журналистами
- Распространение информации о здравоохранении
- Кризисное коммюницирование
- Построение доверия
- Сотрудничество с общественностью



Как можно воздействовать через СМИ на общественное мнение

Воздействие через СМИ на общественное мнение



**Активизация
дискуссии с целью
поддержки
необходимых
изменений**



Воздействие через СМИ на общественное мнение



**Адвокация: включить
вопросы здоровья в
политическую
повестку/программу**



WHO и CDC



Снижение дезинформации





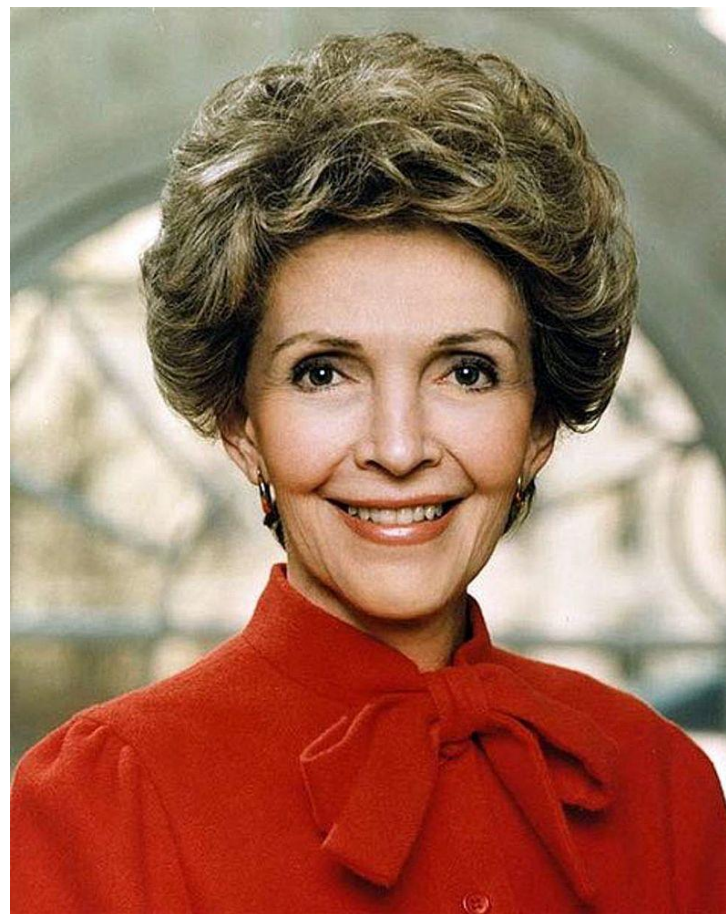
Популяризация (‘нормализация’) поведения



«Государство телөп берет»



**Увеличение интереса
общества к вопросам
охраны здоровья**



Эффект Нэнси Рейган



*Что можем сделать
совместными усилиями*

Активное взаимодействие с национальными и региональными СМИ



Руководители организаций здравоохранения могут активно взаимодействовать с **национальными и региональными СМИ**, предоставляя им **новости, статьи, интервью и комментарии** на актуальные медицинские темы.

Это поможет распространить информацию о деятельности организации и повысить ее видимость.

Создание собственных информационных ресурсов



Организации здравоохранения могут **создавать и поддерживать свои собственные информационные ресурсы**, такие как **веб-сайты, блоги, социальные медиа и электронные рассылки**

Это позволит им напрямую общаться с обществом и предоставлять актуальную информацию о медицинских услугах, новых разработках и событиях.

Организация пресс-мероприятий и медиа-событий



Организации здравоохранения могут проводить **пресс-мероприятия, брифинги** для СМИ и другие **медиа-события** для представления **ключевых сообщений, анонсирования новых инициатив** и предоставления возможности для **задания вопросов и получения комментариев.**

Это поможет работать на опережение, создавая самим «свои» новости, а не читать о себе «чужие» домыслы.

Партнерство с другими организациями и экспертами



Руководители организаций здравоохранения могут искать партнерство с журналистами, учеными, экспертами и общественными организациями для проведения совместных медиа-кампаний, проведения исследований и предоставления комментариев по важным вопросам здравоохранения.

Это поможет создать о вас и вашей организации образ «экспертности», и будет вызывать лояльность.

Обучение персонала организации коммуникационным навыкам:



Руководители организаций здравоохранения могут обучать свой персонал коммуникационным навыкам и правилам взаимодействия со СМИ.

Хорошо подготовленный персонал может более эффективно общаться с журналистами и представителями СМИ, что поможет организации получить больше медиа-внимания.



Метод встречи с троллем.



Троль — человекоподобное мифическое существо из скандинавской мифологии.

На сленге **троль** - это человек, который публикует намеренно **оскорбительные или провокационные** сообщения или ведет себя подобным образом в реальной жизни. Методы и мотивы троллей могут варьироваться от безобидных до садистских.

Эти сообщения могут быть **подстрекательскими, неискренними, отвлекающими, посторонними или не по теме**, и могут иметь целью спровоцировать других на **проявлении эмоциональных реакций** или **манипулировать восприятием** других, действуя таким образом как хулиган или провокатор.



1. Анализ поведения тролля



Руководитель должен внимательно анализировать поведение тролля, выявляя его тактики и шаблоны действий. Это позволит предугадать его действия и ГОТОВИТЬСЯ К НИМ.

Например тролль постоянно задает провокационные вопросы, игнорируя факты и целью которого является вызвать негативную реакцию. Найдите «местных» троллей в лицо и заранее соберите о них информацию.

3. Ответ с вопросом:



В ответ на провокационные вопросы руководитель может задавать троллю контрвопросы, направленные на раскрытие его истинных мотивов или нарушение его логики. Это может помочь разоблачить его агенду и снизить его агрессию.

- Троль спрашивает: "Почему ваша организация так много денег тратит на ремонт, а не на улучшение услуг?"
- Руководитель отвечает: "Понимаю ваше беспокойство. А почему вы думаете, что ремонт не является частью стратегии улучшения наших услуг?"

4. Использование контраргументации



Руководитель может активно использовать контраргументацию для опровержения недостоверных утверждений или ложных фактов, представленных троллем. Однако это следует делать без агрессии и эмоциональной реакции.

- Троль утверждает: "Ваши услуги намного хуже, чем у...".
 - Руководитель отвечает: "Позвольте мне опровергнуть это. Давайте рассмотрим наши результаты последнего года, которые показывают..."

5. Установление диалога и поиск общих точек



Важно попытаться установить диалог с троллем, даже если он ангажирован и агрессивен.

Руководитель может пытаться найти общие точки или сферы согласия, которые могут стать основой для конструктивного общения.

- Руководитель может сказать: "Понимаю, что у нас есть различия во мнениях, но, возможно, есть общие цели, о которых мы можем поговорить. Например, как мы можем совместно работать над улучшением доступности медицинских услуг для всех пациентов?"

6. Подчеркивание ценности диалога



Руководитель может акцентировать внимание на ценности открытого и конструктивного диалога, даже если стороны имеют различные точки зрения. Это может помочь снизить напряжение и содействовать более плодотворному общению.

- Руководитель заключает беседу, сказав: "Спасибо за этот разговор. Я ценю ваше время и вашу точку зрения. Давайте продолжим этот диалог и попытаемся найти общие решения наших проблем".



Спасибо за внимание