



# Коммуникационный проект по профилактике гриппа, ОРВИ и новой коронавирусной инфекции в период эпидемического подъема

Ноябрь, 2022 г.

## Цели и задачи

---

Своевременное информирование населения о возможных способах профилактики и сохранения собственного здоровья и здоровья своих близких позволит сократить риск заболеваний и количество негативных последствий.

### ЦЕЛЬ:

- Разъяснение необходимости соблюдения профилактических мер.

### ЗАДАЧИ:

- создание информационных материалов по теме профилактики гриппа, ОРВИ и новой коронавирусной инфекции;
- мотивирование граждан к соблюдению мер профилактики и вакцинации от гриппа, ОРВИ и новой коронавирусной инфекции;
- вовлечение целевых аудиторий в обсуждение рисков сезонных заболеваний с целью повышения интереса к «обыденной» теме.

# Целевая аудитория: возрастная категория от 5 до 18 лет

ОРВИ и грипп – наиболее частые заболевания у детей.

С малых лет важно сформировать представление о методах профилактики.

## Формат коммуникации

Отличаются впечатлительностью и динамичностью, для них наиболее важна яркая, но **доступная форма подачи информации**, нежели ее смысловое содержание.

## Мероприятия

- ➔ **Плакаты** в детских садах, школах, организациях дополнительного образования.
- ➔ **Плакаты** в частных общеобразовательных и организациях дополнительного образования.
- ➔ Проект со студией **мультипликации**.

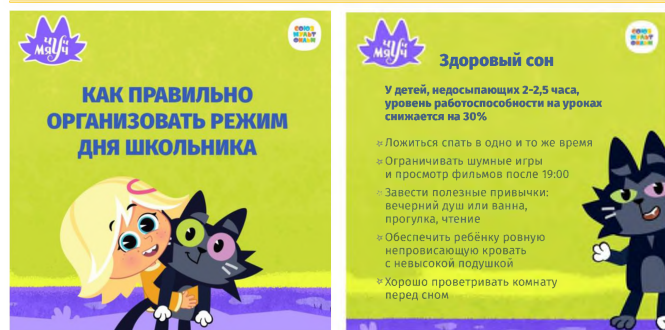
## Реализация

По согласованию с Минпросвещения России.

Письмо из Управлений Роспотребнадзора по субъектам.

Публикации в социальных сетях и интеграции в мультипликационные материалы.

## Примеры материалов



Пример сценария плаката:

- Будь здорова, — сказал Пух, подняв лапу.
- Я не чихала.
- Нет, Сова, ты чихнула.
- Прости, пожалуйста, Пух, но я не чихала. Нельзя же чихать и не знать, что ты чихнул.
- Ну и нельзя знать, что кто-то чихнул, когда никто не чихал.

Плакаты по мотивам мультяшек и сказок (в разработке «ИМА-пресс»)

Публикации с участием мультипликационных героев  
На фото – пример интеграции с героем «Чуч-мяуч»  
студии «Союзмультфильм»



# Целевая аудитория: возрастная категория от 18 до 24 лет

Молодые люди – это самый динамично меняющийся сегмент целевой аудитории.

Как правило, в большей степени склонны к риску и диссидентству.

## Формат коммуникации

Привлечение внимания яркими **высказываниями**. По данным собственного исследования\*, больше всего доверяют телеграм-каналам и платформе Яндекс.Дзен.

## Мероприятия

- ➔ Интернет и социальные сети с возможностью таргетированного подхода.
- ➔ Размещение **информационных материалов** в вузах и ссузах.
- ➔ Наружная реклама.

## Реализация

- Размещение в телеграм-каналах и на Яндекс.Дзен силами АНО «Диалог».
- По согласованию с Минобразования России.
- Площадки для социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость, на безвозмездной основе.

## Примеры материалов

Вакцинация против гриппа  
в вопросах и ответах



РОСПОТРЕБНАДЗОР

Публикации в социальных сетях

**О РЕКОМЕНДАЦИЯХ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ ГРИППА, ОРВИ**

РОСПОТРЕБНАДЗОР  
Единый консультационный центр  
РОСПОТРЕБНАДЗОР: 8 800 505-4848

ГРИПП – ОПАСНОЕ ЗАБОЛЕВАНИЕ В ГРУППЕ ОСТРЫХ  
РЕСПИРАТОРНЫХ ВИРУСНЫХ ИНФЕКЦИЙ  
**РИСК ТЯЖЕЛОГО ТЕЧЕНИЯ ГРИППА И ОРВИ ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫШЕ:**

- У ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ СТАРШЕ 65 ЛЕТ
- У БЕРЕМЕННЫХ ЖЕНЩИН
- У ДЕТЕЙ ДО 5 ЛЕТ
- У ЛИЦ, ИМЕЮЩИХ ХРОНИЧЕСКИЕ ЗАБОЛЕВАНИЯ
- У ЛИЦ С ОСЛАБЛЕННОЙ ИМУННОЙ СИСТЕМОЙ

Прививку против гриппа следует делать до начала эпидемического подъема заболеваемости. Оптимальным временем проведения прививок против гриппа является период сентябрь-октябрь.

Подробнее на [www.rosпотребнадзор.ru](http://www.rosпотребнадзор.ru)

Информационные материалы



СВЕЖИЙ ВОЗДУХ – ОДНО ИЗ  
СРЕДСТВ ПРОФИЛАКТИКИ  
**ГРИППА**

Ваш Роспотребнадзор



Наружная реклама  
(в разработке «ИМА-пресс»)

Основание:

# Целевая аудитория: возрастная категория от 25 до 34 лет

В эту группу чаще, чем в другие, попадают родители дошкольников и беременные – одни из наиболее уязвимых перед вирусными заболеваниями категорий населения.

## Формат коммуникации

По данным собственного исследования\*, подходящий канал коммуникации – портал «Госуслуги», а больше всего доверяют информации от знакомых в сфере медицины и из программ на федеральных каналах.

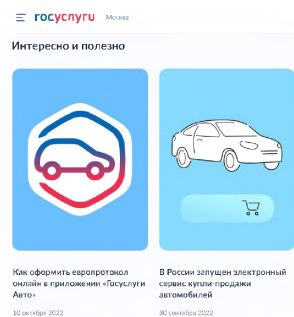
## Мероприятия

- ➔ Использование портала «Госуслуги».
- ➔ Интернет и социальные сети с возможностью таргетированного подхода.
- ➔ Программы и репортажи на федеральных каналах.

## Реализация

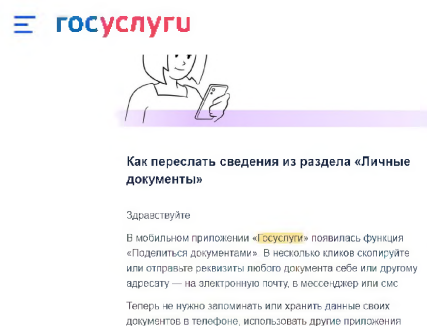
- Материал на портале и рассылка краткого письма пользователям по согласованию с Минцифры России.
- Интеграции с блогерами сферы медицины и вакцинопрофилактики.
- Тематические выпуски с участием экспертов Роспотребнадзора и научных организаций.

## Примеры материалов

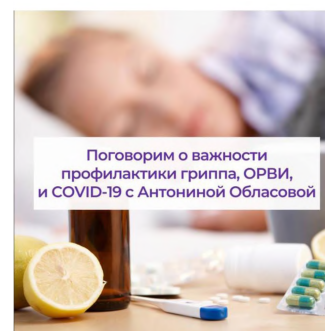


Пример публикации на портале «Госуслуги»

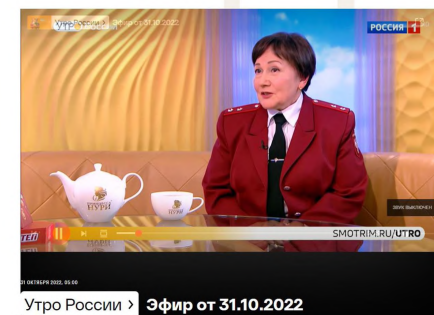
Основание:



Пример письма пользователям



Интеграции с блогерами



Программы/репортажи на федеральных каналах





## Целевая аудитория: возрастная категория 60+

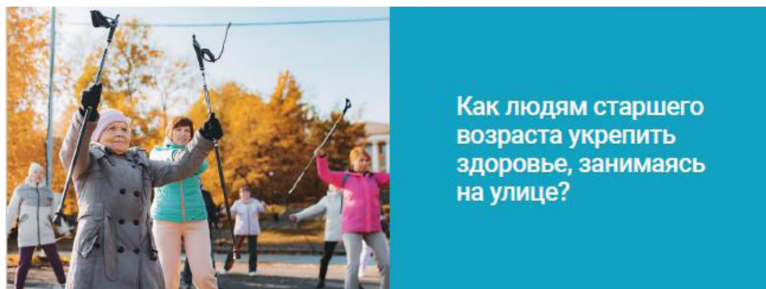
После 60 лет даже простуда является реальной угрозой.

Критически важно следить за здоровьем пожилых и своевременно проводить профилактические мероприятия.

### Формат коммуникации

Для лиц старшего возраста помимо профилактики **важно своевременное и грамотное информирование о возможностях, предоставляемых государством** – вакцинация и др.

### Примеры материалов



Пример материала на площадке «Старшего поколения»

### Мероприятия

- ➔ Включение в региональные программы федерального проекта «Старшее поколение».
- ➔ Печатная пресса городского/регионального уровня, материалы на объектах социальной инфраструктуры: МФЦ, ЛПУ, транспорт.
- ➔ Вовлечение волонтеров в работу по информированию и профилактике.

### Реализация

По согласованию с Минтруда России.

Поручение Управлениям Роспотребнадзора по субъектам РФ.

По согласованию с Всероссийским общественным движением «Волонтеры-медики».



Пример вовлечения волонтеров

RGRU

04.11.2022 09:11 Рубрика: Общество

#### Инфекционист объяснила, зачем нужно в случае простуды уточнять диагноз: грипп, COVID-19 или ОРВИ

Ирина Невина

Сходные "гриппоподобные" симптомы возникают при разных острых респираторных вирусных инфекциях. Так ли важно знать, чем конкретно вызвано заболевание? На этот вопрос "Российской газете" ответила врач-инфекционист, ведущий эксперт Центра молекулярной диагностики CMD ЦНИИ эпидемиологии Роспотребнадзора Маргарита Провоторова.

Материалы в печатной прессе