
ІНТЕГРАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ КАНАЛІВ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМ ГРОМАДСЬКОГО ЗДОРОВ'Я: СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД І СТАНДАРТИЗАЦІЯ МЕТОДІВ

Лінніков С. В., Миронюк І. С.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-497-9-2>

Вступ

У сучасному світі, де інформаційні технології та комунікаційні засоби відіграють ключову роль у всіх сферах життя, особливо важливим стає ефективне управління інформаційно-комунікаційними процесами в системі громадського здоров'я. Інформаційно-комунікаційний супровід програм громадського здоров'я є невід'ємною складовою успішної реалізації цих програм, оскільки забезпечує своєчасне та точне інформування населення, медичних працівників та інших зацікавлених сторін¹.

Інформаційно-комунікаційний супровід відіграє вирішальну роль у підвищенні обізнаності населення про важливі аспекти громадського здоров'я, профілактичні заходи та доступні медичні послуги. Ефективна комунікація сприяє формуванню здорового способу життя, зниженню ризиків захворювань та підвищенню рівня довіри до медичних установ. Важливою складовою є також зворотний зв'язок, який дозволяє адаптувати програми відповідно до потреб та очікувань цільових аудиторій².

Розробка методології організації інформаційно-комунікаційного супроводу базується на ряді теоретичних засад. Однією з ключових концепцій є теорія комунікації, яка розглядає процес передачі інформації від джерела до отримувача, враховуючи можливі бар'єри та «шуми». Іншою важливою теорією є теорія соціального навчання, яка

¹ Qadir S., Quadri S. M. K. Information Availability: An Insight into the Most Important Attribute of Information Security. *Journal of Information Security*. 2016. Vol. 07, no.03. P. 185–194. URL: <https://doi.org/10.4236/jis.2016.73014>.

² Maheshwari G. U. *Changing the Narrative: Information Campaigns, Strategy and Crisis Escalation in the Digital Age* Heather Williams and Lawrence Freedman, *Changing the Narrative: Information Campaigns, Strategy and Crisis Escalation in the Digital Age*, London, Routledge, 2023, 164 pp., Rs.1,426 (paperback), ISBN: 978-1032707860. Strategic Analysis. 2024. P. 1–2. URL: <https://doi.org/10.1080/09700161.2024.2339575>

підкреслює значення моделювання поведінки та впливу соціального середовища на формування здорових звичок³.

На практиці, організація інформаційно-комунікаційного супроводу включає кілька етапів. Перш за все, необхідно визначити цільові аудиторії та їх інформаційні потреби. Це може включати аналіз демографічних даних, соціально-економічного статусу, рівня освіти та інших факторів. Далі, розробляються комунікаційні стратегії, які включають вибір каналів передачі інформації, розробку повідомлень та матеріалів, а також планування заходів з просування⁴.

Мета роботи: Дослідити та обґрунтувати необхідність інтеграції комунікаційних каналів у контексті реалізації програм громадського здоров'я, зокрема в умовах швидко змінюваного інформаційного середовища. Для досягнення мети було реалізовано низку завдань. Зокрема, аналіз стратегій, які сприяють ефективному управлінню інформаційними потоками, акцентуючи на важливості синергетичного підходу, що поєднує традиційні та цифрові медіа; стандартизацію методів інформаційного супроводу як ключовий аспект, що забезпечує узгодженість і високу якість комунікаційних заходів; стан адаптації комунікаційних стратегій під різні цільові аудиторії, що дозволяє максимізувати їх охоплення та результативність.

1. Матеріали та методи дослідження

Для досягнення мети дослідження було застосовано на різних етапах наступні методи та матеріали дослідження:

1. Бібліосемантичний. Був проведений систематичний огляд та аналіз наукових статей, монографій та звітів, що стосуються інтеграції комунікаційних каналів у сфері громадського здоров'я, який дозволяє сформувати теоретичну базу та виявити існуючі підходи та практики до інтеграції комунікаційних каналів для ефективної реалізації програм громадського здоров'я.

2. Кейс-метод. На прикладі реалізованої в Одеській області компанії з промоції вакцинації проти коронавірусної інфекції, було досліджено результат застосування інтегрованих стратегій комунікації та їх ефективності в досягненні цілей.

3. Медико-статистичний. Проведена обробка кількісних даних з дашбордів Національної служби здоров'я України та даних про

³ Яловега Н. Аналіз ефективності інтернет-реклами: нові методики вимірювання та оцінки результатів. Економіка та суспільство. 2023. № 57. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-52> (дата звернення: 12.11.2024).

⁴ Snyder L. B. Health Communication Campaigns and Their Impact on Behavior. Journal of Nutrition Education and Behavior. 2007. Vol. 39, no. 2. P. S32–S40. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2006.09.004> (date of access: 12.11.2024).

охоплення вакцинацією, а також захворюваність на коронавірусну хворобу.

4. Моніторинг медіа. Була проведена оцінка національного та регіонального (Одеська область) медійного покриття програм громадського здоров'я, включаючи кількість та тональність згадок у традиційних і цифрових медіа, що дозволяє виявити тенденції та формувати рекомендації щодо подальших дій.

Застосовані методи дозволили отримати комплексний аналіз інтеграції комунікаційних каналів у програми громадського здоров'я та дозволили підготувати рекомендації щодо покращення практик комунікації в цій сфері.

2. Результати дослідження та їх обговорення

Інформаційно-комунікаційний супровід у сфері охорони здоров'я є невід'ємною частиною процесу підвищення обізнаності населення щодо важливих аспектів громадського здоров'я, профілактики захворювань та доступних медичних послуг. Важливість ефективної комунікації полягає в тому, що вона не тільки передає необхідну інформацію, а й здатна змінювати ставлення людей до власного здоров'я, формувати відповідальніше ставлення до профілактики та лікування. Це особливо актуально у випадках, коли йдеться про хронічні захворювання, які потребують тривалого моніторингу та постійного контролю, або про епідемії та пандемії, коли важливо швидко донести до громадськості важливу інформацію про заходи безпеки, вакцинацію та інші методи запобігання захворюванню. Через правильну організацію комунікаційних процесів можна значно знизити рівень ризиків, пов'язаних із захворюваннями, адже обізнане населення здатне своєчасно виявляти симптоми хвороб, звертатися за медичною допомогою та дотримуватися рекомендацій щодо здорового способу життя.

Надання достовірної та зрозумілої інформації сприяє формуванню здорових звичок у людей. Відомо, що ефективні комунікаційні кампанії, що мають на меті просування здорового харчування, регулярної фізичної активності, відмови від шкідливих звичок, можуть суттєво змінити поведінку людей, що, в свою чергу, знижує рівень захворюваності на серцево-судинні хвороби, діабет, рак та інші неінфекційні захворювання. Однак роль комунікації не обмежується лише передачею знань про те, як запобігти хворобам. Вона також полягає в підвищенні довіри до медичних установ і служб охорони здоров'я. Чим більше люди довіряють лікарям та медичним організаціям, тим більшою ймовірністю вони звертаються за допомогою, що, в свою чергу, дозволяє досягати кращих результатів лікування та

профілактики. Інформування населення про наявність медичних послуг, про їх доступність та якість є важливим кроком до формування довіри та забезпечення доступу до необхідної медичної допомоги.

Зворотний зв'язок, в свою чергу, є ключовим інструментом адаптації програм до реальних потреб аудиторії. Під час реалізації інформаційно-комунікаційних кампаній важливо не тільки передавати інформацію, але й отримувати зворотну реакцію від громадськості. Це дозволяє коригувати комунікаційні стратегії та робити їх більш точними й ефективними. Наприклад, відгуки та питання, які надходять від різних груп населення, можуть свідчити про недосконалість чи незрозумілість окремих аспектів кампанії, що вимагає додаткового пояснення або коригування підходу до подачі матеріалу. Крім того, зворотний зв'язок дозволяє вчасно виявляти нові інформаційні потреби, що виникають у процесі сприйняття повідомлень, та коригувати кампанії відповідно до цих змін.

Методологія організації ефективного інформаційно-комунікаційного супроводу базується на теоретичних засадах комунікаційних наук і соціального навчання. Зокрема, теорія комунікації допомагає вивчити, як передавати важливі повідомлення та забезпечити їх максимальну зрозумілість для різних цільових груп. Вона зосереджена на важливості використання простого і доступного мовлення, яке б враховувало рівень освіти, культурні особливості та інші характеристики цільових аудиторій. Теорія соціального навчання підкреслює, що люди часто вчаться через спостереження за іншими, тому важливо не тільки надавати інформацію, але й демонструвати позитивні приклади поведінки, які можуть стати моделями для наслідування. Так, наприклад, комунікаційні кампанії, що показують успішні приклади людей, які ведуть здоровий спосіб життя або подолали залежність, можуть значно підвищити ефективність кампанії.

На практиці організація інформаційно-комунікаційного супроводу включає кілька основних етапів, починаючи з детального аналізу цільових аудиторій. Це включає не лише загальний демографічний аналіз, а й більш глибоке розуміння соціально-економічного статусу, культурних особливостей, рівня освіти та медичної грамотності аудиторії. Визначення потреб кожної групи дозволяє створити більш точні і персоналізовані стратегії комунікації, що максимізує їх ефективність. Наприклад, для молоді може бути доцільним використання цифрових платформ, таких як соціальні мережі, а для старших людей – традиційних медіа, таких як телебачення чи радіо, або навіть листівки та брошури.

Другим етапом є розробка самих комунікаційних стратегій. Це включає вибір основних меседжів, що відповідають потребам та

інтересам аудиторії, а також визначення відповідних каналів для їх передачі. Наприклад, якщо мова йде про профілактику захворювань, важливо зосередитись на коротких, чітких і доступних повідомленнях, що передають важливість здорових звичок у контексті повсякденного життя. Вибір каналів передачі інформації є також важливим кроком: чи то цифрові засоби, чи традиційні медіа, чи публічні заходи. Всі ці етапи повинні бути тісно пов'язані між собою, щоб забезпечити максимальну ефективність комунікаційної кампанії та досягнення поставлених цілей ⁵

Наприклад, кампанія з вакцинації проти COVID-19 в Одеській області використовувала різні канали для залучення молоді, літніх людей та медиків, приділяючи увагу розвінчання міфів про вакцини. Офіційні сторінки у соцмережах публікували інфографіки й відеоролики, телебачення та радіо охоплювали літніх людей, а друковані матеріали розповсюджувалися в медичних установах. Молодь залучали через інфлюенсерів, тоді як медики отримували спеціалізовані матеріали та брали участь у вебінарах ⁶.

У 2020 році на базі Одеського обласного Центру громадського здоров'я було проведено крос-секційне дослідження з використанням змішаних методів у чотирьох районах Одеської області та місті Одеса. Після огляду матеріалів було виконано ситуаційний аналіз на обласному, районному та міському рівнях. Дані збиралися через пряме спостереження за об'єктами дослідження за допомогою попередньо визначеного чек-листа, фокус-групових обговорень і глибоких інтерв'ю з використанням напівструктурованих анкет. Основними виявленими медіа-ресурсами були телебачення, радіо та мережа інтернет. Після запуску промоційної кампанії багато програм присвячених медичним питанням транслювалося на регіональних телевізійних каналах, так само і провідні радіо регіону щодня транслювали велику кількість інформацію пов'язану профілактикою коронавірусної інфекції.

Основним джерелом інформації про симптоми захворювань для населення старшої вікової категорії (60+) та тих хто проживав у сільській місцевості було телебачення (43,6%), радіопередачі (21,6%), медичні установи (17,7%), Інтернет та соціальні мережі (9,2%) та інші медіа, такі як плакати та передача інформації (7,9%).

⁵ Nutbeam D., Harris E. Theory in a Nutshell: A Practical Guide to Health Promotion Theories. McGraw-Hill Book Company Australia, 2004. 96 p.

⁶ Лінніков С.В. , МIRONЮК І.С. Комунікаційні кризи у сфері громадського здоров'я України: старт вакцинації від covid-19 у Одеській області. Збірник III наукового симпозиуму з міжнародною участю «Громадське здоров'я в глобальному та регіональному просторі – виклики в умовах пандемії COVID-19 та перспективи розвитку» м. Тернопіль, 2021. С. 6-8

Для вікової групи 36–59 джерела інформації були наступними: телебачення: 37,5%, інтернет та соціальні мережі: 31,9%, медичні установи: 11,5%, радіопередачі: 7,7%, інші медіа (плакати, інформаційні буклети): 11,4%.

Для вікової групи 18–35 років показники джерел інформації про симптоми захворювань виглядати так: інтернет та соціальні мережі: 52,6%, телебачення: 24,7%, медичні установи: 15,1%, інші медіа (плакати, інформаційні буклети): 4,6%, радіопередачі: 3% (Рисунок 1).

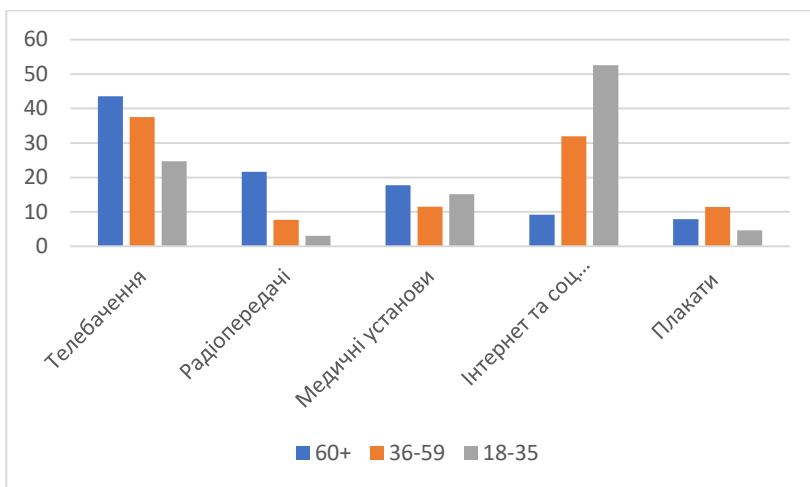


Рис. 1. Джерела інформації про симптоми захворювань для 3 вікових груп населення Одеської області

В Одеській області було визначено та залучено різні електронні та друковані медіа для збору інформації про типи програм, що транслюються; теми, що охоплюються та їхній обсяг. Основними виявленими медіа були телебачення, радіо та газети. Щодо телебачення, окрім національних каналів, багато медичних програм транслюються на регіональних каналах Одеської області. Більшість програм зосереджені на обговореннях з експертами на певні теми, спонсоровані різними організаціями або організовані самими каналами. Крім цього, канали транслюють національні програми та короткочасні реклами на теми гігієни, використання презервативів, туберкульозу, ВІЛ/СНІДу тощо. Загалом проведена кампанія сприяла зростанню рівня вакцинації та підвищенню довіри до медичних установ. Інформаційні технології відкривають нові можливості для інформаційного супроводу, зокрема через соціальні мережі, мобільні додатки та веб-сайти.

Доступність інформації для людей з обмеженими можливостями також є важливою складовою. Оцінка ефективності комунікацій дозволяє адаптувати програми для досягнення кращих результатів, що включає аналіз даних, опитування населення та моніторинг активності. Таким чином, розробка методології організації інформаційно-комунікаційного супроводу в системі громадського здоров'я є складним процесом, що потребує врахування як теоретичних, так і практичних аспектів. Серед принципів організації можна виділити стандартизацію підходів на всіх етапах програми – від планування до оцінки. Стандартизація забезпечує узгодженість і високу якість інформаційної підтримки. Наприклад, під час кампанії з вакцинації були створені єдині стандартизовані буклети, плакати та відеоролики, що використовувалися у всіх регіонах. Це забезпечило довіру до інформації та узгодженість повідомлень.

Важливим інструментом також стала платформа E-health, яка дозволила відслідковувати кількість вакцинованих у режимі реального часу. Лікарі, медичні установи та уповноважені органи охорони здоров'я могли миттєво оновлювати дані про вакцинації, включаючи інформацію про пацієнта, дату вакцинації та тип вакцини. Це давало можливість відстежувати прогрес кампанії з вакцинації на національному, регіональному та місцевому рівнях, що забезпечувало більш точний контроль за охопленням населення.

Крім того, система дозволяла оперативно виявляти регіони, де темпи вакцинації були низькими або виникали проблеми з доступністю вакцин, що давало можливість своєчасно реагувати на ці виклики. Інтеграція з платформою E-health допомагала уникати дублювання даних та спрощувала ведення статистичних звітів, що раніше займало більше часу і було менш точним. Це також сприяло кращій координації між медичними установами та органами охорони здоров'я, що підвищувало ефективність розподілу ресурсів, включаючи вакцини. Вистежування кількості вакцинованих у реальному часі також мало важливий вплив на публічну комунікацію. На основі даних E-health можна було інформувати громадськість про поточний стан кампанії, що підвищувало довіру до системи охорони здоров'я та стимулювало людей активніше долучатися до вакцинації. Це також дозволяло запобігати фейкам та дезінформації, надаючи прозорі й актуальні дані про хід вакцинаційної кампанії в Україні.

Інтеграція комунікаційних каналів сприяє максимальному охопленню аудиторії, використовуючи як традиційні медіа (телебачення, радіо), так і цифрові (соціальні мережі, веб-сайти). Соціальні мережі дозволяють швидко поширювати інформацію та забезпечувати зворотний зв'язок, а традиційні медіа допомагають залучити ширшу аудиторію та підвищити довіру. Веб-сайти є важливим джерелом достовірної інформації, а фізичні зустрічі (семінари, конференції) дозволяють безпосередньо взаємодіяти з аудиторією.

Інтеграція каналів створює синергетичний ефект, коли різні інструменти підсилюють загальний вплив. Кампанія в Одеській області охоплювала всі ці канали, що дозволило досягти високого рівня вакцинації. Дана стратегія надає пріоритет не лише технічній інтеграції каналів, але й їхній синергії. Це забезпечує оперативне реагування на запити аудиторії через соціальні мережі та глибоке висвітлення через традиційні медіа. Адаптація стратегії до різних аудиторій підвищує її ефективність. Постійний зворотний зв'язок дозволяє коригувати стратегію в режимі реального часу, а довготривала ефективність інтеграції каналів сприяє формуванню лояльності аудиторії⁷.

Скоординована участь зацікавлених сторін є ключовим елементом успішної реалізації програм громадського здоров'я. Вона включає співпрацю державних установ, медичних закладів, неурядових організацій (НУО) та громадських організацій для спільної роботи і ефективного обміну інформацією. Державні установи забезпечують нормативно-правову базу і фінансування програм, розробляють національні стратегії та координують діяльність інших учасників. Медичні заклади виконують програми, надаючи послуги, проводячи профілактику та моніторинг здоров'я населення. Громадські організації залучають населення до участі в програмах, організують інформаційно-просвітницькі заходи, тренінги та підтримують вразливі групи.

Ефективний обмін інформацією між усіма учасниками програми є важливим компонентом скоординованої участі, яка сприяє досягненню спільних цілей і максимально ефективному використанню ресурсів. Це передбачає регулярні зустрічі, на яких учасники мають можливість обговорювати досягнення, труднощі, поточні потреби та вчасно коригувати плани. Крім того, важливим аспектом є обмін даними, що дозволяє всім сторонам отримувати достовірну та актуальну інформацію для прийняття рішень.

Застосування інформаційних технологій, таких як захищені онлайн-платформи, системи обміну файлами та інтерактивні інформаційні панелі, забезпечує надійний та безперервний обмін інформацією. Це допомагає відстежувати прогрес, аналізувати результати та вчасно реагувати на зміни в ситуації. Такі інструменти значно підвищують ефективність комунікації, особливо коли учасники працюють у різних локаціях або навіть різних країнах.

Координація зусиль передбачає чіткий розподіл ролей і відповідальності між усіма партнерами, що дозволяє уникнути дублювання зусиль і більш раціонально використовувати наявні ресурси. Це означає, що кожен учасник програми чітко розуміє свою роль, завдання та очікування від нього. Такий підхід дозволяє

⁷ Юзов А. М. Оцінка ефективності пошукової реклами. *Efektivna ekonomika*. 2022. № 8. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.8.38>

зосередитися на найбільш пріоритетних напрямках роботи, уникнути неефективного використання часу та ресурсів і забезпечити, щоб усі елементи програми працювали як єдиний злагоджений механізм.

Крім того, ефективна координація сприяє швидкому реагуванню на непередбачені обставини та зміни в потребах населення. Завдяки постійному зворотному зв'язку між учасниками програми можна вчасно виявляти проблеми та коригувати діяльність, що особливо важливо в умовах, коли ситуація швидко змінюється або є потреба в оперативній адаптації стратегії. Безперервне вдосконалення та оцінка ефективності комунікацій є важливою складовою реалізації програм громадського здоров'я. Постійний моніторинг та аналіз дозволяють адаптувати стратегії відповідно до змінних умов та нових даних. Для цього використовують кількісні й якісні методи, такі як опитування, фокус-групи та моніторинг активності у соціальних мережах. Наприклад, під час кампаній з вакцинації аналіз результатів допомагає визначити ефективність залучення різних аудиторій і корегувати стратегії відповідно до потреб⁸.

Оцінка ефективності комунікацій також передбачає регулярне оновлення стратегій. Якщо певні повідомлення не досягають своєї аудиторії, їх змінюють або адаптують до нових умов. Важливу роль у цьому процесі відіграють навчання та підвищення кваліфікації працівників через тренінги і семінари, спрямовані на вдосконалення їхніх навичок у комунікації з населенням та використання нових інструментів для поширення інформації.

Активна участь громадськості у процесі обговорення та оцінки комунікаційних заходів є важливою складовою для забезпечення безперервного вдосконалення програм. Вона дозволяє не тільки краще розуміти потреби та очікування цільових аудиторій, але й зміцнює довіру до програм, оскільки громадяни відчують свою причетність і значущість у формуванні комунікаційних стратегій. Коли враховуються думки та відгуки різних груп населення, це сприяє розробці програм, які є більш чутливими до конкретних запитів і викликів, з якими стикаються люди в повсякденному житті.

Методи залучення громадськості можуть бути різноманітними, залежно від особливостей аудиторії та ресурсів програми. Наприклад, громадські слухання є ефективним способом зібрати думки та пропозиції від місцевих жителів, де учасники мають можливість безпосередньо висловити свої погляди, пропозиції та зауваження. Такий формат особливо корисний для обговорення важливих питань і прийняття рішень на місцевому рівні, оскільки він дозволяє отримати зворотний зв'язок у відкритій дискусії.

⁸ De Meo P., Messina F., Rosaci D., Sarné G.M.L. Forming time-stable homogeneous groups into Online Social Networks / P. De Meo et al. Information Sciences. 2017. Vol. 414. P. 117–132. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ins.2017.05.048> (date of access: 12.11.2024).

Онлайн-опитування та анкетування, у свою чергу, забезпечують більш широкий охоплення та дозволяють зібрати дані від представників різних демографічних груп, включаючи тих, хто може не мати можливості бути присутніми особисто на громадських заходах. Це зручно для швидкого отримання думок та оцінки ефективності комунікаційних заходів, зокрема щодо рівня розуміння інформації, задоволеності наданими ресурсами чи пропозицій щодо покращення.

Розробка й удосконалення комунікаційних стратегій, враховуючи зібрані відгуки, дозволяє краще адаптувати заходи під конкретні потреби аудиторій. Наприклад, якщо під час опитування було виявлено, що певні групи не розуміють ключових меседжів, можна внести корективи, використовуючи простіше мовлення, нові канали зв'язку або доповнити інформаційні матеріали практичними прикладами. Це також дозволяє оцінити, чи дійсно заходи комунікації досягають поставлених цілей, чи є необхідність у нових методах або каналах, щоб забезпечити максимально ефективне донесення інформації.

Активне залучення громадськості сприяє підвищенню ефективності комунікаційних програм, оскільки врахування реальних потреб та відгуків дозволяє зробити їх більш корисними, доступними та значущими для людей, що в кінцевому підсумку позитивно впливає на здоров'я та якість життя населення. Таким чином, скоординована участь зацікавлених сторін, постійний моніторинг та вдосконалення комунікаційних стратегій є ключовими факторами успішної реалізації програм у сфері громадського здоров'я. Регулярний аналіз ефективності, адаптація повідомлень і участь громадськості забезпечують підвищення результативності програм та покращення здоров'я населення. Аналіз і моніторинг медіа середовища є ключовими елементами у створенні ефективних комунікаційних стратегій в охороні здоров'я. Це забезпечує розуміння того, як громадськість сприймає програми та як змінюються умови в медіа. Спочатку потрібно визначити, які канали комунікації найбільш впливові для різних аудиторій, аналізуючи як традиційні (телебачення, радіо), так і цифрові платформи (соцмережі, блоги). Важливо також врахувати впливових осіб, які формують громадську думку, і демографічні характеристики аудиторії. Моніторинг охоплює відстеження кількості та якості згадок про програми охорони здоров'я, тональності повідомлень, а також нові тренди, що впливають на комунікації. Спеціалізовані інструменти, такі як Google Alerts або Brandwatch, автоматизують процес моніторингу, що дозволяє отримувати дані в реальному часі, зокрема з соціальних мереж⁹.

Аналіз зібраних даних дозволяє адаптувати стратегії комунікацій. Якщо виявлено негативні відгуки або згадування, корегується

⁹ Миронюк І. С., Слабкий Г. О., Шафранський В. В., Брич В. В., Білак-Лук'ячук В. Й. Територіальні громади як базовий рівень забезпечення зміцнення та збереження здоров'я населення. Україна. Здоров'я нації. 2021; 4 (66): 57-62.

меседжинг для досягнення більш позитивного сприйняття. Якщо певні платформи набирають популярність, ресурси спрямовуються на роботу з ними для кращої взаємодії з аудиторією. Моніторинг допомагає також виявити нові цільові групи, які потребують уваги. Водночас існують обмеження, пов'язані з алгоритмами соціальних мереж, які можуть викривлювати картину, а також різницею в впливі медіа на різні вікові групи.

Під час розробки кампанії вакцинації проти COVID-19 в Одеській області були інтегровані різні канали, включаючи телебачення для старшого покоління і соціальні мережі для молоді. Контент адаптувався до кожної аудиторії: прості повідомлення для широкої публіки і більш складні – для професіоналів. Активне залучення цільових аудиторій у процес створення контенту підвищило його релевантність.

Висновки

Інформаційно-комунікаційний супровід відіграє ключову роль у забезпеченні успішної реалізації програм громадського здоров'я. Завдяки ефективній комунікації населення отримує необхідну інформацію щодо профілактики захворювань, доступу до медичних послуг, що сприяє формуванню здорового способу життя та підвищенню довіри до медичних установ. Зворотний зв'язок дозволяє адаптувати стратегії під конкретні потреби аудиторій, роблячи програми більш ефективними.

Розробка і впровадження комунікаційних стратегій ґрунтуються на аналізі цільових аудиторій, виборі відповідних каналів комунікації та стандартизації підходів для забезпечення послідовності й якості інформаційної підтримки. Кампанія з вакцинації проти COVID-19 в Одеській області продемонструвала важливість інтеграції різних комунікаційних каналів, що дозволило охопити різні вікові групи та підвищити рівень вакцинації.

Інформаційні технології, такі як соціальні мережі, веб-сайти й мобільні додатки, відкривають нові можливості для поширення інформації та забезпечення зворотного зв'язку з громадськістю. Моніторинг медіа середовища допомагає відслідковувати зміни в настроях населення і коригувати стратегії для досягнення максимального ефекту. Аналіз даних дозволяє не тільки покращувати комунікації, але й виявляти нові аудиторії та ефективно реагувати на їхні потреби.

Скоординована участь всіх зацікавлених сторін, включаючи державні установи, медичні заклади, НУО та громадські організації, є важливим компонентом успішної реалізації програм. Це сприяє ефективному обміну інформацією, уникненню дублювання зусиль та кращому використанню ресурсів.

Таким чином, ефективний інформаційно-комунікаційний супровід у поєднанні з постійним моніторингом та вдосконаленням стратегій

забезпечує досягнення високих результатів у сфері громадського здоров'я, сприяючи покращенню здоров'я населення та підвищенню довіри до медичних програм.

Анотація

Метою цього дослідження є розробка та оцінка стандартизованої методології для організації інформаційної та комунікаційної підтримки у програмах громадського здоров'я. Дослідження розглядає ефективність інтеграції різних комунікаційних каналів, традиційних та цифрових, для максимального залучення громадськості та забезпечення достовірної інформації про здоров'я. Особлива увага приділяється оцінці, як скоординовані зусилля у комунікації можуть підвищити обізнаність населення, поліпшити результати у сфері охорони здоров'я та зміцнити довіру до медичних установ на прикладах з України. Дослідження застосовує змішану методологію, включаючи огляд літератури, аналіз кейсів, опитування та інтерв'ю. Результати показують значні прогалини в комунікаційній підтримці системи громадського здоров'я України, зокрема недоліки у проактивності стратегій. Успішні кейси підтверджують важливість використання різних комунікаційних каналів та залучення спільнот для ефективного реагування. Експертна оцінка запропонованої методології свідчить про можливість покращення координації та ефективності комунікаційних зусиль. Рекомендації підкреслюють необхідність проактивних стратегій та інтеграції найкращих бізнес-практик для зміцнення системи громадського здоров'я України.

Література

1. Qadir S., Quadri S. M. K. Information Availability: An Insight into the Most Important Attribute of Information Security. *Journal of Information Security*. 2016. Vol. 07, no.03. P. 185–194. URL: <https://doi.org/10.4236/jis.2016.73014>.
2. Maheshwari G. U. Changing the Narrative: Information Campaigns, Strategy and Crisis Escalation in the Digital Age Heather Williams and Lawrence Freedman, Changing the Narrative: Information Campaigns, Strategy and Crisis Escalation in the Digital Age, London, Routledge, 2023, 164 pp., Rs.1,426 (paperback), ISBN: 978-1032707860. Strategic Analysis. 2024. P. 1–2. URL: <https://doi.org/10.1080/09700161.2024.2339575>
3. Яловега Н. Аналіз ефективності інтернет-реклами: нові методики вимірювання та оцінки результатів. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-52> (дата звернення: 12.11.2024).
4. Snyder L. B. Health Communication Campaigns and Their Impact on Behavior. *Journal of Nutrition Education and Behavior*. 2007. Vol. 39, no. 2. P. S32–S40. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2006.09.004> (date of access: 12.11.2024).

5. Nutbeam D., Harris E. Theory in a Nutshell: A Practical Guide to Health Promotion Theories. McGraw-Hill Book Company Australia, 2004. 96 p.

6. Лінніков С.В. , Миронюк І.С. Комунікаційні кризи у сфері громадського здоров'я України: старт вакцинації від covid-19 у Одеській області. Збірник III наукового симпозиуму з міжнародною участю «Громадське здоров'я в глобальному та регіональному просторі – виклики в умовах пандемії COVID-19 та перспективи розвитку» м. Тернопіль, 2021. С. 6-8.

7. Юзов А. М. Оцінка ефективності пошукової реклами. *Efektivna ekonomika*. 2022. № 8. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.8.38>

8. De Meo P., Messina F., Rosaci D., Sarné G.M.L. Forming time-stable homogeneous groups into Online Social Networks / P. De Meo et al. *Information Sciences*. 2017. Vol. 414. P. 117–132. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ins.2017.05.048> (date of access: 12.11.2024).

9. Миронюк І. С., Слабкий Г. О., Шафранський В. В., Брич В. В., Білак-Лук'янчук В. Й. Територіальні громади як базовий рівень забезпечення зміцнення та збереження здоров'я населення. *Україна. Здоров'я нації*. 2021; 4 (66): 57-62.

Information about the authors:

Linnikov Sviatoslav Valeriiovych,

<https://orcid.org/0000-0001-6877-2777>

WHO Hub Coordinator in Odesa,

WHO Country Office in Ukraine

Postgraduate Student at the Department of Health Sciences

State University "Uzhhorod National University"

3, Narodna Square 3, Uzhhorod, 88000, Ukraine

Myronyuk Ivan Sviatoslavovych,

<https://orcid.org/0000-0003-4203-4447>

Doctor of Medical Sciences, Professor

Vice-Rector for Scientific Work

State University "Uzhhorod National University"

3, Narodna Square 3, Uzhhorod, 88000, Ukraine