**Социальная мобилизация**

Раиса Скрябина

Социальная мобилизация - это спланированный процесс, в котором все основные секторы общества действуют вместе ради достижения общей цели, такой, например, как иммунизация всех детей против болезней, которые могут быть предотвращены путем введения вакцины. Особая сложность массовой иммунизации состоит в необходимости охватить многих людей в течение короткого промежутка времени и социальная мобилизация является тем подходом, который может быть использован для создания необходимого состояния общества, обеспечивающего проведение массовой иммунизации за короткий промежуток времени, например, в течение национального дня или недели иммунизации.

Социальная мобилизация подразумевает сочетание возможности выбора и добровольного участия. Люди приходят на помощь, когда они видят, что это в их интересах и когда они сами убеждены, что это важно для них и для окружающих.

Социальная мобилизация помогает задействовать динамические силы в обществе. При этом каждый член общества оказывается охваченным, у каждого появляется своя роль, каждый должен почувствовать свой вклад в общие усилия. Идея, на которой основана социальная мобилизация, состоит в создании основы для достижения поставленных целей. Однако и после того, как цель достигнута, важно поддерживать и наращивать созданные связи. Таким образом, энергия людей, которая один раз была задействована, может быть направлена в русло поддержки последующих шагов в области иммунизации.

Социальная мобилизация усиливает как предложение, так и спрос. Здесь предложение означает обеспечение необходимого оборудования, человеческих ресурсов, средств транспорта и др. При этом добровольцы перевозят людей к местам проведения вакцинации, обеспечивают питание мобильных бригад, идут от двери к двери, напоминая родителям о необходимости иммунизации. Студенты-медики, учителя, другие люди с высоким гражданским самосознанием - все оказывают помощь. Однако польза от предоставления услуг по иммунизации будет невелика, если люди ими не воспользуются. Поэтому важно добиваться увеличения спроса на эти услуги. В этом смысле работники здравоохранения, представители средств массовой информации, учителя, общественные лидеры могут оказать существенную помощь.

Наш опыт в организации социальной мобилизации связан с работой таких организаций, как ЮНИСЕФ и ВОЗ. В 1985 г. эти организации совместно определили социальную мобилизацию как основную задачу, решение которой необходимо для ускорения реализации Всемирной программы иммунизации.

Социальная мобилизация доказала свою эффективность. Так, в 1990 г. иммунизация детей в развивающихся странах выросла с 20 до 80%. До этого никогда не осуществлялась социальная программа, которая охватывала бы практически каждую деревню в мире и в которой были мобилизованы сотни тысяч человек. Никогда до сих пор здоровью и благосостоянию детей не уделялось столько политической воли и энергии.

Этот опыт научил нас многому. В частности, мы узнали насколько эффективно может работать социальная мобилизация. При этом ключевыми и взаимосвязанными элементами мобилизации являются пропаганда идей, сотрудничество, мобилизация ресурсов и обмен информацией. Рассмотрим коротко эти факторы.

Пропаганда идей заключается в изменении общественного мнения или политики с целью достижения каких-либо целей. Это подразумевает формирование политических и социальных убеждений. Для достижения этой цели используются такие методы как создание коалиций, пропаганда идей на уровне рядовых граждан и работа со средствами массовой информации. Пропаганда идей означает создание среды, в которой политическая воля и юридические условия действуют так, чтобы вызвать требуемые изменения.

Для достижения своей цели пропагандисты могут вести работу снизу вверх. Например, в штате Вашингтон небольшая группа, которая занималась вопросами низкой заработной платы, обнаружила, что бедные жители этого района не имели возможности пользоваться услугами дантистов. С целью оказания помощи пропагандисты сформировали коалицию под названием Molar Majority (Коренное Большинство), в которую вошли религиозные группы, гражданские организации и профессиональные дантисты. Жители с низким доходом принимали участие на всех стадиях работы коалиции. В течение 18 мес. путем оказания давления на законодателей штата через средства массовой информации и непосредственным лоббированием коалиция смогла добиться того, что штат выделил достаточно средств, чтобы начать внедрение программы по оказанию зубоврачебной помощи. Основным элементом, который обеспечил достижение поставленных целей, явилась способность организовать, связать друг с другом различные группы, заставить их работать вместе, четко сформулировать цели, донести их до слушателей, мобилизовать все ресурсы, которые могли бы заставить ведущих политиков отреагировать.

Социальная мобилизация может принести результаты только в том случае если имеются необходимые политические условия и юридическая база. Люди, ответственные за принятие основных решений, должны иметь соответствующие убеждения и готовность действовать. Если эти условия не выполнены, то на первом этапе следует использовать методы пропаганды для того, чтобы заручиться их поддержкой. Следует помнить, что для социальной мобилизации поддержка высшего руководства является совершенно необходимым условием.

Очень часто Президент США принимает личное участие в проведении программ иммунизации. В 1990 г. более 30 руководителей государств использовали свой престиж для поддержки усилий, направленных на иммунизацию детей. Они инициировали кампании, выступали по телевидению или лично курировали программы. Раджив Ганди в Индии начал всеобщую программу иммунизации в своей стране в честь дня рождения совей матери в ноябре 1985 г. Президент Бетанкур в Колумбии был первым главой государства, который собственноручно дал полиовакцину ребенку перед телекамерой.

Президент Клинтон подписал прокламацию, в которой последняя неделя апреля 1995 г. объявлялась национальной неделей иммунизации маленьких детей. На этой церемонии присутствовали вице-президент Гор с супругой и министр здравоохранения.

Руководители государств предпочитают принимать участие в подобного рода мероприятиях. Таким образом с их именем связываются реальные и гуманные инициативы, что положительно сказывается на их имидже и авторитете их правительств. С другой стороны, кроме приобретения политических выгод, они демонстрируют хороший способ инвестировать средства. Во многих странах, где бюджетная поддержка здравоохранения срезается, иммунизация детей может уменьшить уровень заболеваемости и также уменьшить расходы на лечение. Участие глав правительств привлекает внимание к иммунизации, делает ее заметным элементом новостей, обеспечивает мотивацию и дает людям понять, что это верное направление приложения сил. Знаменитости и люди, занимающиеся развлекательными программами, тоже привлекают общественное внимание. ЮНИСЕФ использовал участие таких известных людей, как Одри Хепберн, для привлечения внимания к вопросам детства.

Идея, таким образом, состоит в том, чтобы найти правильные "магниты" для вдохновения, поощрения и мотивации. Знаменитости, деятели культуры, выдающиеся - спортсмены, все они могут быть задействованы в этом процессе.

В процессе социальной мобилизации сотрудничество между различными учреждениями способствует возрастанию эффективности деятельности организаций, занимающихся здравоохранением. Министерства здравоохранения действуют более эффективно в достижении стоящих перед ними целей, если они опираются в своей работе на другие правительственные организации, - министерства финансов, транспорта, связи, обороны, образования, социальной защиты, а также если, действуют вместе с региональными и местными органами управления.

Правительство обладает определенными возможностями, по обладают ими и неправительственные организации. Очень часто возможности одной стороны дополняют возможности другой. Правительство может быть очень эффективным в том, что касается выделения ресурсов, тогда как неправительственные организации оказываются более приспособленными для мобилизации людей. При проведении социальной мобилизации правительственный и неправительственный секторы работают вместе. Координация между ними осуществляется через комитеты, которые действуют на национальном, региональном и местном уровнях.

В Соединенных Штатах в период с 22 по 29 апреля проводилась Национальная неделя иммунизации младенцев. Эта кампания явилась очень хорошим примером сотрудничества. Кампания была начата правительственной организацией - Министерством здравоохранения - и опиралась на создание добровольных организаций, обеспечивающих сотрудничество между группами, представляющими общественный и частный секторы, которые были сформированы во многих штатах с целью поддержки кампании по иммунизации детей. Эти коалиции включали представителей государственных организации, занимающихся вопросами здравоохранения, представителей предпринимательства и некоммерческих объединений граждан и выступали в роли активных агентов, деятельность которых была направлена на мобилизацию родителей и повышение уровня иммунизации населения.

В качестве примера можно привести Американскую Академию педиатрии, которая оказывает финансовую поддержку кампании "Иммунизация ради Здоровой Жизни". Эта кампания проводится во взаимодействии с национальной ассоциацией окружных и городских органов власти, ответственных за здравоохранение, а также с компанией Мак Дональдс, представляющей сеть ресторанов. Кроме того, в кампании принимает участие страховая компания CIGNA HEALTHCARE. Каждый член коалиции вносит в эту программу посильный вклад в соответствии со своей специализацией.

Академия педиатрии отвечает за медицинскую сторону дела и вкладывает свой опыт. Мак Дональдс обеспечивает учебные материалы в своих ресторанах, включая салфетки на подносах, на которых изображен график иммунизации на английском и испанском языках. Помимо этого в ресторанах Мак Дональдс раздаются листовки. Национальная ассоциация городских и окружных органов здравоохранения привносит в дело кампании свой опыт организации здравоохранения на уровне местных органов власти в США. CIGNA обеспечивает бесплатные бинты детям, прошедшим иммунизацию. Организация коалиций помогает их участникам сгруппировать вместе ресурсы, способствует генерализации и реализации инновационных идей, которые ни один из участников коалиции не смог бы реализовать в одиночку.

В Пенсильвании совет испаноговорящих организаций, который сотрудничает с организацией афро-американских, латиноамериканских и азиатских обществ в Северной Каролине, организовал сотрудничество с Департаментом здравоохранения Пенсильвании. Совместно они провели кампанию по пропаганде иммунизации и мероприятие с участием прессы на футбольном стадионе. Рекламная кампания была развернута в 5 районах. Клуб Деловых Людей (Rotary) внес свой вклад в виде 250 000 буклетов и 50 000 листовок, которые были наклеены на витрины магазинов и общественных центров. Совет испаноговорящих организаций обеспечил информационную поддержку в вопросе лучшнго охвата групп населения, которые он представляет.

Другие группы населения могут также привнести знание того, как наиболее эффективно работать с малообеспеченными слоями общества. В Чарльстоне, (Южная Каролина), коалиция, объединяющая три округа и представляющая широкий срез общества, оказывала поддержку при проведении иммунизации среди детей до двух лет.

Эта коалиция проводила кампанию "Иди от двери к двери" среди слоев населения с низким уровнем дохода, живущих в муниципальных домах. В течение 4-х недель коалиция смогла выявить 1007 детей, которые уклонились от уколов. Проведение подобной кампании на уровне рядовых граждан позволило повысить уровень иммунизации в округе Чарльстон (т.е. долю детей в возрасте до 2 лет, прошедших полную иммунизацию) с 62 до 70%. Национальная кампания по иммунизации младенцев (США) уделила основное внимание проведению программы "Семь дней вакцинации".

В течение каждого дня мобилизовывались различные секторы общества. Цель кампании состояла в привлечении широкой добровольной поддержки, пробуждении общественного сознания, расширении сотрудничества с целью повышения уровня иммунизации, увеличении числа младенцев, прошедших вакцинацию. Коалиция обратилась с просьбой к религиозным лидерам выступить с пропагандой иммунизации во время проведения службы в воскресенье. Религиозные лидеры занимают заметное место в обществе и имеют доступ к большой аудитории. Включение их в кампанию делает их партнерами на длительное время и помогает донести идеи до широких слоев населения.

В понедельник коалиция обратилась к выборным руководителям, губернаторам, мэрам, членам конгресса, законодателям штата, членам городского совета с просьбой выпустить прокламации с выражением их поддержки. Активисты распространили образец прокламации, чтобы облегчить выборным лицам участие в кампании. Местным официальным лицам было предложено учредить ежегодные призы за выдающиеся успехи в деле иммунизации в их районах.

Во вторник активность сосредоточилась на организации взаимодействия с предпринимателями и общественными организациями. Например, компания Гербер Продактс напечатала на коробках с детским питанием напоминания об иммунизации с указанием телефонного номера для бесплатного получения информации.

В среду были организованы специальные мероприятия с участием и силами школьников и учителей. Основной целью этих мероприятий было побудить средства массовой информации посмотреть на проблему в новом свете. В одном из районов во время урока по искусству школьники создавали костюмы, на передней стороне которых было улыбающееся лицо, что должно было соответствовать ребенку, прошедшему иммунизацию, и лицо, покрытое сыпью, на спине. Во время пресс- конференции, которая проводилась в школе, выступающий привел последние данные по состоянию иммунизации в районе. В ходе выступления Школьники показывали улыбающиеся лица на их костюмах или лица, покрытые язвами, чтобы подчеркнуть то, что в этот момент говорилось. И, естественно, школьники многое узнали об иммунизации.

В четверг внимание сосредоточилось на работе с сотрудниками служб здравоохранения. Задачей было выразить одобрение их работе и обеспечить освещение в прессе инновационных инициатив, которые они предпринимают. В частности, речь шла о программе обеспечения бесплатной медицинской помощи матерям во время проведения иммунизации их детей.

В пятницу в средствах массовой информации были проведены сравнения результатов работы в различных районах, чтобы показать, насколько эффективно каждый район справлялся с задачей иммунизации. Целью этой части кампании было использование потенциала, набранного за неделю, для обучения людей.

В субботу состоялось торжественное закрытие кампании, в котором принял участие каждый. Добровольцы звонили родителям или шли "от двери к двери" и напоминали им об иммунизации. По завершении кампании каждый, кто принял в ней участие, получил письмо с благодарностью и просьбой поддерживать кампанию в дальнейшем.

Национальная кампания по иммунизации младенцев продемонстрировала высокую эффективность. Департамент здравоохранения мобилизовал коалиции в каждом штате и районе. Общее руководство осуществлялось Министерством здравоохранения. Работа в районах проводилась координаторами, которые обеспечивали в районах руководство, поддержку и информационное обеспечение. Группы, организованные на уровне штата и местном уровне, получили полномочия на разработку и реализацию инновационных идей. При этом исходили из того факта, что местные организации лучше знают людей, проживающих в их районе, и лучше понимают их мотивации. Информация обо всей проводимой работе передавалась в Министерство здравоохранения. Таким образом постоянно поддерживалась обратная связь.

Министерство здравоохранения подготовило и распространило по всем коалициям буклет-руководство по проведению кампании под лозунгом "Одиннадцать уколов к двум годам". Это руководство включало сведения, показывающие каким образом иммунизация спасает жизни; простое описание заболеваний, против которых проводится иммунизация детей; руководство, объясняющее какие именно действия необходимо предпринять; советы, помогающие организовать взаимодействие. Идея издания этого руководства состояла в том, чтобы целенаправленно воздействовать на все группы слушателей, являющиеся объектом активности, и задействовать все возможные информационные каналы. Было очень важно обеспечить согласованность информации и координированную ее подачу.

Заранее были подготовлены образцы информационных бюллетеней для прессы, объявлений для размещения в публичных местах, пресс-релизы и материалы для проведения дискуссий с ответами на наиболее часто задаваемые вопросы. Средства массовой информации являются ключевым элементом, поскольку они позволяют добиться широкого охвата всех слоев населения. Подобные информационные материалы, подготовленные Вами, могут помочь журналистам быть в курсе событий. Журналистам требуются самые свежие факты, если они хотят использовать всю мощь средств массовой информации для мобилизации и наращивания темпа кампаний.

Национальная программа иммунизации младенцев была хорошо спланирована стратегически. Были установлены четкие цели и определены средства их достижения. Были также четко определены действия, которые ожидались от участников и групп населения, с которыми должна была вестись работа. Сообщения были кратко сформулированы и широко распространялись. Местные языки (например, испанский) использовались, чтобы обеспечить охват этнических групп и меньшинств. Использовались также все имеющиеся ресурсы. Проводилась активная мобилизация общин, устанавливались связи с новыми партнерами в частном секторе. Хорошо отлаженная кампания должна иметь критерии для оценки ее успешности (эффективности) и обеспечения постоянной обратной связи, чтобы гарантировать достижения наилучших результатов. Средства массовой информации помогают различным сегментам населения лучше понять их роль и те возможности,которые они могут использовать для повышения уровня иммунизации.

Имея сегодня более чем десятилетний опыт работы во многих странах по социальной мобилизации в кампаниях массовой иммунизации, мы понимаем, что этот подход приносит не только немедленные результаты, но и долговременные преимущества.

**Список литературы**

Для подготовки данной работы были использованы материалы с сайта <http://www.medlux.ru/>