

الدعم الميداني رقم 4 نُهج وإجراءات وسائل الإعلام



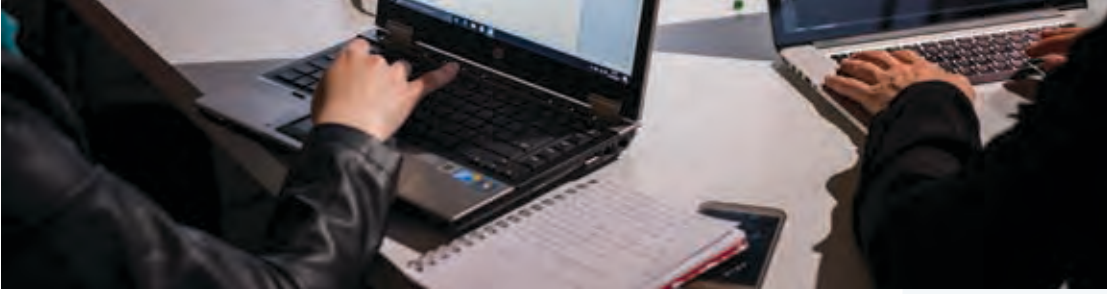
حول هذه المعونة الميدانية

يهدف هذا الدعم الميداني إلى مساعدة المبرمجين والمتواصلين على إشراك الوسائط بفعالية لدعم جهود الترويج للتلقيح. فهو مصمم بحيث يتم تعديله وتكييفه وفقاً لاحتياجات البلد والمجتمع الخاصة.



نظرة عامة

تؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في الترويج لمبادرات تلقيح الحصبة والألمانية حيث أن لها أثراً كبيراً على وجهة نظر الجمهور بشأن إعطاء هذه اللقاحات. فوسائل الإعلام المحلية والوطنية لها قيمة لا تقدر بثمن في رفع مستوى فهم العامة للتلقيح وزيادة طلبهم عليه. كما أنها يمكن أن تكون أيضاً أداة مفيدة لإدارة الآثار الضارة البارزة عقب التلقيح (AEFI) وكذلك مخاوف الجمهور بشأن سلامة اللقاحات وفعاليتها. وعلى النقيض من ذلك، فإن عدم إشراك وسائل الإعلام بشكل فعال أو عدم إنشاء علاقة ثقة مع وسائل الإعلام يمكن أن يجعل الترويج للتطعيم أكثر صعوبة. يتناول هذا الدعم الميداني كيفية إشراك وسائل الإعلام بفعالية في برنامج التلقيح، ولا سيما كيفية إشراكها بشكل خاص في أوقات الأزمات.



مشاركة وسائل الإعلام

الهدف:

تأكد من أن المؤسسات الإعلامية الوطنية ودون الوطنية والمحلية توفر للجمهور معلومات عن التلقيح واقعية، في الوقت المناسب، ومن أنها تشجعهم على أخذ التطعيم ضد الحصبة والحصبة الألمانية وغيره من خدمات التطعيم باللقاحات.

الإجراءات الستة لإشراك وسائل الإعلام

هناك ستة أنشطة رئيسية لإشراك وسائل الإعلام: إجراء تحليل للمشهد الإعلامي وتطوير مجموعة وسائل الإعلام وتدريب المتحدثين وإحاطة الكيانات الإعلامية الرئيسية والحفاظ على دعم وسائل الإعلام والرصد والإشراك في حالة المحتويات الضارة.

وفيما يلي بيان تفصيلي لكل خطوة من الخطوات الستة.

إجراء تحليل للمشهد الإعلامي



تطوير مجموعة وسائل الإعلام



تدريب المتحدثين



إحاطة الكيانات الإعلامية الرئيسية



الحفاظ على دعم وسائل الإعلام



الرصد والإشراك في حالة المحتويات الضارة



يجب أن تكون المواد
مصممة لتوصيل
المعلومات الأساسية
التي تريد عبورها ولكي
تجيب على التساؤلات أو
الشواغل الشائعة.

على إيلاء اهتمام خاص للمنافذ التي تتصل تقليدياً بالسكان الذين يصعب الوصول إليهم لكي يتضمن التحليل الخاص بك أصوات مجتمعات الأقليات و منشوراتها. وحتى تتمكن من تحديد جمهور كل قطاع من قطاعات جماهير الكيانات الإعلامية، فاستشر الكيان الإعلامي نفسه (فمعظم الكيانات الإعلامية لديها بيانات تفصل كيفية الوصول إليها) وكذلك الاستهلاك الإعلامي ذاتي الإبلاغ المستمد من الدراسات المتعلقة بالمعرفة والمواقف والممارسات (KAP) أو غيرها من الدراسات. فمن المهم أن تلاحظ وجود أي كيانات تغطي على وجه التحديد أو تركز على موضوعات الصحة وكذلك لهجة التغطية السابقة للتطعيم باللقاحات.

تطوير مجموعة وسائل الإعلام

إلى جانب تحليل المشهد، يجب على فريق المستوى الوطني تجميع مجموعة وسائل إعلام شاملة يمكن تكييفها على المستوى دون الوطني وتحديثها عندما تقع تطورات جديدة.

يجب أن تشمل مجموعة الوسائل على مواد جذابة تحمل رسائل بسيطة توفر البيانات الرئيسية والمعلومات الأساسية كما يجب أن تدعو بشكل خاص للعمل من أجل التطعيم باللقاحات في كل سياق.

يجب أن تكون المادة مصممة لتوصيل المعلومات الأساسية التي تريد نشرها، كما يجب أن تجيب عن الأسئلة أو الشواغل العامة التي تم تحديدها من خلال تحليل المشهد الإعلامي وتغذيتها من خلال ملاحظات الإشراف المجتمعي.

ويجب أن تتضمن معلومات عن التطعيم باللقاح بشكل عام وكذلك التلقيح المضاد للحصبة والحصبة الألمانية على وجه التحديد. كما يجب أن توضح أيضاً سبب ضرورة أخذ التلقيح في السنة الثانية من العمر والفوائد والتفاصيل الخاصة بموعد أخذه وكيف سيتم تقديم تلك اللقاحات. ويجب أن تتضمن مجموعة الوسائل جميع المعلومات الممكنة عن أي أحداث معروفة ومقبلة مثل أيام تطعيمات الصحة الخاصة بالطفل ومقدمات الحصبة الجديدة وجرعات الحصبة الألمانية.

وبمجرد اكتمال مجموعة الوسائل، يجب مشاركتها مع المستويات دون الوطنية وكذلك على مستوى المقاطعة حتى تتمكن من تكييف المواد والرسائل مع سياقاتها.



إجراء تحليل للمشهد الإعلامي

يجب على كل مستوى وطني ودون الوطني وكل منطقة، إجراء مراجعة شاملة للمشهد

الإعلامي. فالهدف هو تحديد الكيانات الإعلامية الجماهيرية للتعامل معها على كل مستوى. لذا احرص على مراجعة جميع أنواع الوسائل الإعلامية، بما في ذلك:

- برامج ومحطات التلفزيون والراديو
- الصحف، سواء على الإنترنت والمطبوعة
- المجلات، سواء على الإنترنت والمطبوعة
- الأخبار على مواقع الويب والمدونات
- حسابات وسائل الاعلام الاجتماعية رفيعة المستوى.

يجب أن تتضمن مخرجات تحليل المشهد أنواع الوسائل المتاحة (بما في ذلك المصادر الإيجابية والسلبية على حد سواء، حتى يمكن متابعتها) والوصول الجغرافي والفترات الزمنية الرئيسية وقطاعات الجماهير التي يصلون إليها ومصداقيتها والموضوعات التي تغطيها عادةً. ولتحرص

- **جدول زمني للأنشطة** يتضمن تواريخ التلقيحات الهامة وأحداث حملة التطعيم بلقاعي الحصبة والحصبة الألمانية. لاحظ أن الإعلان الجيد عن تواريخ بدء حملة التطعيم باللقاحات بواسطة وسائل الإعلام إستراتيجية تثبت نجاحها. ففي العديد من البلدان، يتم استخدام سبل الإعلان للترويج للتغييرات التي تطرأ على جدول الجرعتين وكذلك من أجل توعية الجمهور بها وطنياً.



- **معلومات الاتصال الخاصة بالمتحدث الرسمي** الذي يمكن للوكالات الإعلامية التواصل معه من خلال طرحهم أسئلة عليه أو طلب إجراء مقابلات شخصية معه. يجب على المستوى الوطني أن يحدد متحدثاً واحداً فقط للرد على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات. يجب أن يساعد المستوى الوطني الصعيدين دون الوطني والمقاطعة في تحديد جهات الاتصال الإقليمية أيضاً. فقد يكون هناك متحدثون آخرون تم تحديدهم لقضايا محددة: على سبيل المثال، قد ترغب اليونيسف في التحدث عن فوائد التطعيم باللقاح من أجل صحة الأطفال ونموهم، بينما قد ترغب منظمة الصحة العالمية في التحدث عن سلامة اللقاحات وجدول التلقيحات. كما يمكن تحديد مؤسسات طب الأطفال أو غيرها من المؤسسات الطبية الأخرى للتحدث عندما تكون هناك حاجة إلى أصوات من طرف ثالث موضوعية، للاستجابة لأزمات الأحداث الضارة عقب التلقيح (AEFI) على سبيل المثال. غير أن من الأهمية أن تتسم الخطابات بالوضوح الشديد وأن تحدد من له السلطة النهائية للتحدث نيابة عن البرنامج الوطني.

يجب أن تتضمن مجموعات الوسائل الإعلامية ما يلي:

- **الأسئلة الشائعة وصحائف الوقائع** التي تحتوي على معلومات حول التطعيم والحصبة والحصبة الألمانية واللقاحات نفسها وآثارها الجانبية المتوقعة وردود الفعل على أي استفسارات شائعة تنشرها الأحداث الصحفية أو اللقاءات المجتمعية بالإضافة إلى التفاصيل العامة حول برنامج التلقيح. كما تتضمن أيضاً قائمة من الخبراء الخارجيين غير المنتسبين إلى عملك والذين يمكن للصحفيين التحدث معهم للحصول على الروايات. إلى جانب اشتغالها على معلومات محددة حول التلقيح في السنة الثانية من العمر.

- **الصور وإعلانات الإذاعة العامة ومقاطع الفيديو** التي تصور بشكل إيجابي وبدقة أنشطة التلقيح ضد الحصبة والحصبة الألمانية بحيث يمكن لوسائل الإعلام استخدامها عند الإبلاغ عن الأخبار المتعلقة بالحصبة والحصبة الألمانية. فمن المهم مواءمة الصور مع أهداف برنامج التلقيح. على سبيل المثال، إذا كانت مجتمعات المهاجرين هي الأكثر ضعفاً ولم يحصل الكثيرون فيها على التلقيحات الكافية، فقد ترغب في توجيه مواد الاتصال إلى هذه المجموعة. ستحتاج أيضاً إلى تضمين محتوى فيديو غير منتج مثل الشرائط الإخبارية عالية الجودة لجلسات التطعيم باللقاحات أو أنشطة الإشراف والتأكد من أن أي صور تعرض التقنية المناسبة. كما سيكون عرض الصور المنشورة أو إعلانات الإذاعة العامة التي يتم بثها والتي تظهر تحصين الأطفال المهاجرين فعالاً أيضاً.

- **رسائل التلقيح الأساسي ضد الحصبة والحصبة الألمانية المتوائمة مع رسائل وإستراتيجيات سبل التواصل الأخرى.** يجب أن تكون الرسائل قصيرة، في صورة عبارات بسيطة تنقل المعلومات الأساسية فقط. كما يجب أن تكون خالية من المصطلحات وأن تكون قادرة على أن توظفها وسائل الإعلام في صورة "مقتطفات صوتية". وقد تم إدراج بعض العبارات النموذجية التي تعمل بشكل جيد في وسائل الإعلام في الصفحة التالية.

التلقيح الأساسي ضد الحصبة والحصبة الألمانية

1. "الحصبة مرض خطير شديد العدوى قد يقتل الأطفال".
2. "الحصبة هي مرض تسببه جرثومة (فيروس الحصبة). تشمل الأعراض الحمى وسيلان الأنف واحمرار العينين أو السعال، يليهم طفح يبقع حمراء تغطي الجسم بالكامل".
3. "يلزم نقل الأطفال المصابين بالحصبة فوراً إلى مركز الصحة. إذا لم يتلق الطفل المصاب بالحصبة العلاج، فسيعاني من أمراض مثل الالتهاب الرئوي أو التهابات العينين أو التهابات الأذنين أو القروح أو القلاع في الفم وغيرها من المضاعفات، التي تؤدي في بعض الأحيان إلى الوفاة".
4. "الطريقة الوحيدة لمنع الإصابة بالحصبة هي أخذ لقاح الحصبة. يجب أن يحصل جميع الأطفال على جرعتين على الأقل من لقاح الحصبة. تُعطى الجرعة الأولى عندما يكون بعمر الطفل 9 أشهر أو بعد ذلك بوقت قصير. وللحصول على حماية إضافية ضد الحصبة، يتم تقديم جرعة ثانية لجميع الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و18 شهراً أو أكبر. لا يزال بالإمكان إحضار الأطفال الذين تزيد أعمارهم عن 18 شهراً للحصول على أي من الجرعتين المخصصتين للقاح".
5. "لقاح الحصبة آمن ويستخدم في جميع البلدان في العالم".
6. "من المهم أن يتلقى طفلك جرعتين من لقاح الحصبة، وأن يأخذ اللقاحات المضادة لجميع الأمراض الواردة بالجدول في موعدها".
7. "يحصل الطفل المصاب بحمى خفيفة على لقاح الحصبة".
8. "قد تسبب لقاحات الحصبة ردود فعل خفيفة وقصيرة الأجل مثل ارتفاع الحرارة والطفح الجلدي، وكلاهما لا يسببان مشكلات طويلة المدى".
9. "تفوق أخطار مضاعفات الإصابة الطبيعية بمرض وعدوى الحصبة بكثير ردود الفعل الخفيفة التي تظهر بعد أخذ التلقيح".
10. "تلقي حقتين في نفس اليوم لن يسبب أي آثار جانبية إضافية، بل سيوفر عليك في الواقع الذهاب مرة أخرى إلى مركز الصحة".
11. "اصطحب طفلك الذي يتراوح عمره بين 15 إلى 18 شهراً إلى أقرب مركز صحة لأخذ الجرعة الثانية من اللقاح المضاد للحصبة".

تدريبات المتحدث الرسمي

بمجرد تحديد المتحدثين ووضع مجموعات الوسائل الإعلامية، فمن المهم عقد جلسة تدريبية لجميع المتحدثين للتأكد من فهمهم لدورهم ودور الآخرين الذين قد يتحدثون إلى وسائل الإعلام وكيفية استخدام المواد الموجودة في المجموعة والإرشادات العامة حول التعامل مع وسائل الإعلام. يجب أن يُلم جميع المتحدثين ببروتوكول تلقي اتصالات من من الصحفيين مباشرة. كما يُنصح أيضاً بعقد دورة تدريبية عملية للمتحدثين الرسميين لتزويدهم بالمهارات حول كيفية التعامل مع الأسئلة الصعبة وكيفية الرد على الأحداث الضارة التي تنشأ عقب التلقيح (AEFI) بإظهار التعاطف والقلق وكيفية إيصال الرسائل المرغوبة بشكل فعال.



من أجل عقد اجتماع فعال:

- تأكد من أن حاضري الاجتماع لديهم كل ما يحتاجون إليه للمشاركة بفعالية.
يمكن أن يشمل ذلك مشاركة مجموعة الوسائل الإعلامية قبل بدء الاجتماع حتى يكون لديهم الوقت الكافي لقراءة ذلك وتجهيز الأسئلة.
- احرص على تشجيع المشاركة النشطة.
إذا لم يُقدّم بعض الحاضرين في الاجتماع على المشاركة، فاطرح عليهم أسئلة لمعرفة ما إذا كانت لديهم أية أفكار أو تساؤلات كمحاولة لحثهم على المشاركة.
- ضع جدول أعمال والتزم به. إن أفضل طريقة لهيكل اجتماع هي افتتاحه بتوجيه التحية للجميع لحضورهم، وكذلك ذكر الأشخاص المنظمين والتوجه لهم بالشكر على جهودهم. ستحتاج أيضاً إلى جدول أهم الموضوعات التي سيتم تناولها خلال منتصف الاجتماع. وحرص على أن تختتم الاجتماع بتلخيص ما جرى للتأكد من أن الجميع على نفس العهد. ولا تنس ترك مجال للأسئلة والأفكار والتعليقات في النهاية.
- احفظ السجلات. إذا كان ذلك ممكناً، فقم بتعيين مُدون ملاحظات يمكنه تسجيل ما يحدث أثناء الاجتماع. تأكد أيضاً من أن جميع الحاضرين يقومون بتسجيل الدخول ويتركون معلومات الاتصال الخاصة بهم، والتي ينبغي استخدامها لتحديث قائمة جهات الاتصال الرئيسية.

إحاطة الكيانات الإعلامية الرئيسية



تتمثل الخطوة التالية في تنظيم جلسات إحاطة أو ورش عمل أو أحداث جماعية لوسائل الإعلام. يجب أن تُعقد هذه الأحداث على الصعيد الوطني ودون الوطني ليستعرض أصحاب المصالح في وسائل الإعلام العناصر الرئيسية في مجموعة الوسائط والتأكيد على الرسائل الأساسية. كما يجب أيضاً استخدام الأحداث لإبلاغ وسائل الإعلام بالإجراءات التي يجب اتخاذها عند الإبلاغ عن الإصابة بالحصبة والحصبة الألمانية والتأكيد على أن لديك معلومات الاتصال الصحيحة لجميع الشركاء.

يمكن أيضاً تنظيم ورش العمل والفعاليات الجماعية بعيداً عن المعالم الرئيسية للحملة لتقوية العلاقات مع الشركاء الإعلاميين وتحسين جودة تغطيتهم المتعلقة بالتلقيح ضد الحصبة والحصبة الألمانية.

يمكن تنظيم جلسات الإحاطة الإعلامية لتناقش المعالم البارزة المختلفة للحملة للمساعدة على تسهيل التغطية المناسبة.

تشمل المعالم البارزة والفرص المحتملة ما يلي:

- قبل إطلاق الحملة وأثناءها
 - قبل إطلاق الحملات الوطنية أو دون الوطنية لأنشطة التطعيم باللقاحات التكميلية للحصبة والحصبة الألمانية
 - أثناء حملات الحصبة والحصبة الألمانية، وخاصة في المناطق التي يصعب الوصول إليها
 - After a significant evaluation has been conducted
 - قبل إدخال لقاح جديد
- تشمل ورش العمل والفعاليات الجماعية ما يلي:
 - التوجهات الإعلامية بشأن برامج التلقيح ضد الحصبة والحصبة الألمانية والتحديات والفرص السانحة
 - ورشة عمل حول دور وسائل الإعلام في تغيير المعايير وسلوكيات إعطاء التلقيح
 - ورشة عمل حول الإبلاغ الدقيق عن الأبحاث والإحصاءات

الرصد والإشراك في حالة المحتويات الضارة
في حالة المحتويات المضللة أو الضارة
الخاصة بإعطاء اللقاحات أو البرنامج، فاتبع
الخطوات التالية:



- **تفاعل على الفور مع المؤسسة الإعلامية التي أنتجت المحتوى.**
اطلب منها أن تدي بتصحيح من خلال مناقشات مع الصحفي والمحرر واعمل على تحسين فهمهم للتلفيح ضد الحصبة والحصبة الألمانية. إذا كانوا غير راغبين أو غير قادرين على تصحيح المحتوى، فيمكنك الوصول إلى صاحب مصلحة إعلامي آخر لديه وصول مماثل واطلب منه تغطية دقيقة بأن تسرد له قصة تُصحح التغطية الخاطئة.
- **أشرك أصحاب المصلحة الآخرين في وسائل الإعلام لإبلاغهم بالمحتوى المضلل في أقرب وقت ممكن.**
قم بتزويدهم بمعلومات دقيقة لمنع انتشار المحتوى غير الدقيق. فكر في الاستعانة بمتحدثين رسميين بارزين لا ينتمون إلى البرنامج خلال هذا العمل. تتضمن الأمثلة على ذلك الجمعيات الطبية والمعنية بالأطفال حسنة الصيت أو قائداً دينياً يمكنه الرد انطلاقاً من سلطاته وبعيداً عن القضية.
- **اتبع إجراءات الإبلاغ عن المخاطر.** عند معالجة محتوى بوسائل الإعلام ضار ولكنه حقيقي، فاجمع معلومات كثيرة عن الموقف قدر استطاعتك وشاركها مع وسائل الإعلام لأن الصحفيين يريدون معلومات حول هذه الأحداث ويسعون إليها. تعرف أيضاً على الحدث قدر الإمكان، ولكن اعتمد أكثر على المعلومات المباشرة المُستقاة من ميدان الحدث. وكن مستعداً دائماً للقاء أو التحدث مع المراسلين من أجل الحصول على أكبر قدر ممكن من التعرض للجمهور.



الحفاظ على دعم وسائل الإعلام



استخدام عمليات الفحص الدورية التي تلقي الضوء على إنجازات الحملة لإنشاء قناة اتصال واضحة مع شركاء وسائل الإعلام والحفاظ عليها. كما سيعمل الاتصال المتكرر مع وسائل الإعلام على تقوية العلاقات الشخصية مع هؤلاء الشركاء الرئيسيين وسيحافظ على الدعم المستمر للجهود المبذولة لإعطاء اللقاحات. ومن أجل الحفاظ على دعم وسائل الإعلام، فمن المهم الاستمرار بشكل دوري في تبادل المعلومات حول تأثير التفليح ضد الحصبة والحصبة الألمانية للحد من عبء تفشي المرض. ومن ثم فإن عمليات تسجيل الدخول ستعتبر أيضاً فرصة مناسبة لتزويد الشركاء الإعلاميين بالجدول الزمنية المحدثة للأنشطة حسب الضرورة. فهي تساعد بشكل عام في بناء علاقة مع وسائل الإعلام لتشجيعهم على الإبلاغ بشكل إيجابي ومنتظم عن التفليح من أجل رفع مستوى الوعي.

يأتي من بين الأنواع المحددة لتسجيل الدخول:

- يمكن الاستعانة بإشراك نشرة إخبارية أو قصص تثير الاهتمام الإنساني من الواقع لتوليد أفكار قصصية
 - مشاركة أحدث البيانات التي تم تجميعها بعد إطلاق الحملة أو حدث التفليح
 - دعوة الصحفيين للانضمام إلى أنشطة التفليح في الميدان
 - دعوة الصحفيين المختارين لحضور اجتماعات حصريّة أو غيرها من الأحداث التي تتم بصورة مغلقة عادةً
 - عقد مؤتمر صحفي أو اجتماع مائدة مستديرة حول موضوع أو حدث معين.
- عند تنظيم هذه الأحداث أو الاجتماعات وتيسيرها، راجع النصائح الخاصة بعقد اجتماعات فعالة المذكورة آنفاً.

تحسين المعرفة الإعلامية بالحصبة والحصبة الألمانية

لا يتمتع الصحفيون دائماً بالمعرفة والخبرة اللازمة للإبلاغ بشكل صحيح عن التفليح. لذا فعند العمل مع الصحفيين الذين ليسوا على دراية بالتفليح، فضع في الاعتبار إضافة خيار التدريب على محو الأمية الصحية في مجال الصحة في أنشطة إشراك وسائل الإعلام. تقوم هذه الدورات بتثقيف الصحفيين حول علم اللقاحات وتفشي المرض وأساسيات الجهاز المناعي وصحة الأطفال.

كما يمكن لهذا التدريب أن يخدم العديد من الأغراض، منها: تعزيز المزيد من الشراكات مع وسائل الإعلام وخلق فرصة للشركاء ذوي الصيت الحسن لتدريب الصحفيين وزيادة جودة الإبلاغ عن الموضوعات المتعلقة بتلقي اللقاحات لحملة التفليح ضد الحصبة والحصبة الألمانية وما بعدها.



إشراك وسائل الإعلام

إشراك وسائل الإعلام أثناء الأزمة، فهناك إجراءات محددة يمكنك اتخاذها بالإضافة إلى إرشادات عامة تتبعها استعرض الموقف.

الإجراءات الخاصة

عند ظهور أحداث ضارة عقب التلقيح (AEFI) رفيعة المستوى أو في حالة وقوع أحداث هامة أخرى، فهناك خمسة إجراءات محددة يجب عليك اتخاذها لإشراك الوسائل الإعلامية. وهي تشمل: معرفة ما حدث بالفعل والتأكد من صحته، إجراء تقييم للموقف، مراجعة خطة الأزمة الحالية، إشراك أصحاب المصلحة المعنيين في وسائل الإعلام إذا كان ذلك مناسباً، ومراقبة الموقف.

وفيما يلي بيان تفصيلي لكل خطوة من الخطوات الست.



عند تحديد مدى تأثير الحدث، ضع في اعتبارك ما يلي:

الأثر المنخفض	الأثر المتوسط	الأثر البالغ
- الحدث ليس خطيراً أو دراماتيكياً	- الحدث خطير	- يتلقى الحدث اهتماماً كبيراً من وسائل الإعلام
- الحدث خطير ولكنه غير مناسب للجمهور	- الحدث ذو صلة بالجمهور	- يتضمن الحدث ردود فعل خطيرة
- الإبلاغ عن الحدث يأتي من مصدر ذي مصداقية منخفضة	- من المرجح أن تغطي وسائل الإعلام الحدث	- أسباب الحدث غير معروفة
- تلقى الحدث القليل من الاهتمام العام	- تلقى الحدث بعض الاهتمام العام	- ردود الفعل مروعة أو لا تنسى أو دراماتيكية
- القصة ليست معقولة	- القصة معقولة وقد تثير انفعالات عاطفية	- يرتبط الحدث بلقاح جديد
		- يأتي الإبلاغ عن الحدث من مصدر يتمتع بمصداقية وتأثير كبيرين
		- تطرق القصة إلى انفعالات عاطفية

ملاحظة: من المهم مراقبة الأحداث ذات التأثير المنخفض لأنها قد تتصاعد إلى أحداث بالغة أو متوسطة الأثر إذا تقصتها قناة جماهيرية رئيسية. لذا تمتع بالمرونة واستعد لأخذ الإجراءات.

التفويض ضد الحصة والحصة الألمانية؟ بغض النظر عن الحدث، تتمثل الخطوة الأولى في فهم ما إذا كان للحدث تأثير منخفض أم متوسط أم بالغ. قد لا تتطلب الأحداث ذات التأثير المنخفض استجابة (ربما تحتاج إلى استجابة محلية للغاية)، ولكن الأحداث المتوسطة وعالية التأثير ستحتاج شكلاً آخر من أشكال الاستجابة.

راجع خطة الأزمة الخاصة بك

سيساعدك هذا على تحديد الإجراءات التالية والرسائل الرئيسية. تذكر دائماً إتباع نهج



المشاركة المجتمعية كما هو موضح في [الدعم الميداني بشأن المشاركة المجتمعية](#).

وإذا كانت الأزمة على المستوى دون الوطني، فتشاور على الصعيد الوطني لمزيد من التوجيه. أما إذا وقع الحدث على مستوى المقاطعة، فاستشر المستوى دون الوطني لتحصل على توجيهات أكثر. وعند التواصل مع المستويات الأخرى بشأن الحدث، فمن المهم معرفة ما إذا كان الحدث معزولاً أم جزءاً من سلسلة أوسع من الأحداث.

تعلم وأكّد معلوماتك

أول شيء عليك القيام به هو معرفة ما حدث بالضبط قبل التحدث إلى وسائل الإعلام. قم بإجراء تحقيق في ادعاءات الأحداث. سيرغب الناس في معرفة الحقائق، لذلك فمن المهم أن يكون لديك المعلومات الصحيحة قبل أن تبدأ الاتصال. إليك بعض الأسئلة التي يجب عليك دراسة إجاباتها:



- من المتأثرون بالحدث؟
- أين وقع الحدث؟
- ماذا حدث بالتحديد؟
- من الذي نشر أخبار الحدث؟

من المهم أن تلاحظ أن هذه العملية قد تستغرق بعض الوقت، لذلك فإن الإدلاء بأي بيان قد يكون مفيداً حتى تتم معرفة الحقائق. ادرس الاستعانة [بموارد منظمة الصحة العالمية في أوروبا في استجابات التواصل المعنية بأحداث سلامة اللقاحات لتوجيهك أثناء عملك](#).

تقييم الموقف

بمجرد التأكد من وقوع الأحداث الضارة عقب التفويض (AEFI) وفهمها، ستحتاج



إلى أن تقرر ما إذا كان عليك التواصل أم تجنبه. فسواء كانت الأحداث الضارة عقب التفويض (AEFI) حقيقية أم متصورة، فإنها يمكن أن تتفاقم لتصبح أزمة إذا لم يتم التعامل معها بشكل صحيح. عند الحكم على الحاجة إلى التواصل، ضع في الاعتبار تأثير الحدث. هل سيجذب انتباه الجمهور وسيؤثر على ثقة الجمهور في برنامج

قد يبدو أن الأحداث لها تأثير منخفض في البداية ولكنها تتغير فجأة بعد ذلك إلى مواقف متوسطة أو بالغة التأثير.

- يمكن أن تشمل العناصر الأساسية لخطة الأزمة ما يلي:
 - اللجان المعنية بالأحداث الضارة عقب التلقيح (AEFI) التي تجتمع على مختلف المستويات لمناقشة خطط عمل الأزمات
 - تحديد متحدث رسمي حسن الصيت على جميع المستويات

- القنوات الإعلامية المحددة على وجه الخصوص للاستجابة للأزمات
 - تعيين أدوار محددة لشركاء البرنامج في حالة حدوث أزمة
- بادر بإشراك أصحاب المصالح الإعلامية إذا كان ذلك مناسباً**



- إذا احتجت إلى إشراك أصحاب المصالح الإعلامية، فحدد مع كل مستوى - على المستوى الوطني ودون الوطني وعلى مستوى المقاطعة - أي المنافذ يجب أن تشارك مباشرة. ومن الأفضل تجنب تصعيد الأحداث المحلية إلى المستوى الوطني إن أمكن. عند إشراك الوسائل الإعلامية، قم بتوجيهها إلى المواد المناسبة في مجموعة الوسائل. واحرص على تزويدهم بالرسائل الرئيسية التي تتماشى مع ردود مراقبة الأحداث الضارة عقب التلقيح (AEFI) إذا كان قد وقع حدث منها وتحديثها بالوضع الحالي للموقف. فمن الأهمية بمكان أن تتسق جميع المعلومات المقدمة لكل منفذ.

راقب الموقف



- راقب أصحاب المصلحة المعنيين بوسائل الإعلام واتخذ الإجراءات بشأن المعلومات المضللة أو غير الصحيحة عند الضرورة. قم بتحديث أصحاب المصلحة في وسائل الإعلام عند توفر معلومات جديدة.

- **قم بتقييم استجاباتك.** الاستفادة من **الدعم الميداني بشأن مراقبة التواصل والتقييم** لتوجيهك وتقييم ما نجح وما لم ينجح ووضع توصيات لتحديث رسائل الاستجابة للأزمات في المستقبل.

إرشادات عامة

- أثناء استعراضك الخطوات المحددة الموضحة أعلاه أو أثناء تعاملك مع الأحداث الأخرى للتلقيحات الحرجة، فهذه إرشادات عامة يجب أن تضعها في اعتبارك أثناء التواصل وإشراك وسائل الإعلام:

- **اجعل خطوط الاتصال مع المجتمعات المتأثرة مفتوحة.** إن الاقتصار على إصدار بيانات من منصة أو نشر بيان صحفي عبر الإنترنت ليس بالأمر الكافي. تواصل مع قادة المجتمع أو غيرهم من الأشخاص المؤثرين لإطلاعهم على المستجدات ومعالجة أي مخاوف قد تراودهم.
- **أظهر القلق والتعاطف** أثناء وقوع الأحداث الضارة عقب التلقيح (AEFI) أو غيرها من الأحداث الحرجة الأخرى.
- **إذا راودتك شكوك، فتواصل.** إذا لم تكن متأكدًا مما يجب عليك فعله، فالزم الحيطة عند إجراء مزيد من الاتصالات. فمن الأفضل توسيع دائرة التواصل عن تحديدها.
- **كن صريحاً فيما لا تعرفه.** في المراحل المبكرة من حدوث الأزمات، قد لا يكون لديك جميع المعلومات والتفاصيل التي تحتاجها. من الأفضل إعلام الجمهور ووسائل الإعلام بأنك لا تملك حالياً كل المعلومات الضرورية، لكنك تعمل للحصول على مزيد من المعلومات. أخبرهم عندما تتوقع الحصول على مزيد من المعلومات واحرص على تقديم التحديثات وفقاً لذلك.
- **تمتع بالمرونة واستعد لأخذ الإجراءات.** قد يبدو أن الأحداث لها تأثير منخفض في البداية ولكنها تتغير فجأة بعد ذلك إلى مواقف متوسطة أو بالغة التأثير. على سبيل المثال، يمكن أن تجذب الأزمة المحلية الانتباه الوطني فجأة. لذا فكن مستعداً للبت في حالة وقوع الأزمات.
- **كن سابقاً.** تواصل حول قيمة اللقاحات وخطة التلقيح ضد الحصبة والحصبة الألمانية من خلال وسائل النشر الإعلامي الإيجابية لموازنة وسائل الإعلام السلبية. يساعد هذا أيضاً على تقليل مصداقية وأهمية التقارير السلبية، وخاصة إذا كان التقرير السلبي يتضمن حكايات أو ادعاءات غير مدعومة.

كان تطوير الموارد الميدانية للاتصالات (MRI) العالمية نتيجة للتعاون بين العديد من الأفراد والمنظمات الذين لم يدخلوا بتقديم وقتهم وخبراتهم وكذلك دعمهم. فقد ساهم الأفراد التالية أسماؤهم بشكل كبير في المشروع وتم الاعتراف بمساهماتهم: إليزابيث ويلهلم ولورا كونكلين وأرون إس والاس ومولي نياكو (مركز مكافحة الأمراض والوقاية منها)؛ وستيفاني شندال وكارين هينيسي ومابول كارول تيفي بنيسان (منظمة الصحة العالمية)؛ ولورا شيمب ورببيكا فيلد (شركة جون سنو)؛ يوديت سهيلمريم وروبرت كيزالا، ومديرو المبادرة سليمان مالك وعمران ميرزا (منظمة الأمم المتحدة للطفولة - اليونيسف).

 **يونيسف**

