

Забота о Здоровье как фактор улучшения Общественного Здоровья

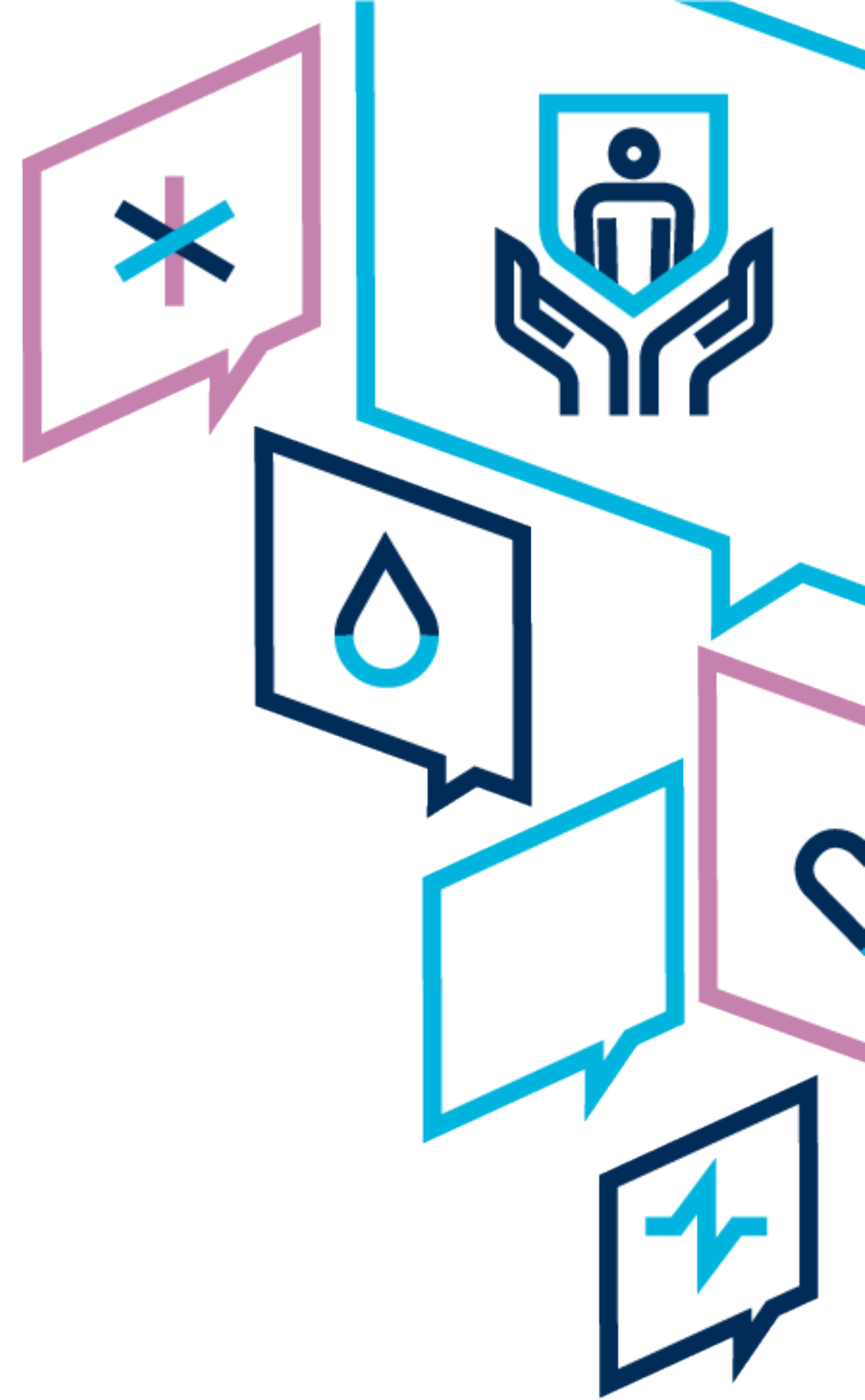
Проект 303.ФОМ

Первое заседание Клуба 303
1 марта 2019 г.





Социологические Факторы Общественного Здоровья



Общественное Здоровье (ОЗ) как Ценность



- **ОЗ - Целевая Ценность** - Государство существует в том числе ради благополучия людей
- **ОЗ - Инструментальная Ценность** - уровень и успешность развития Государства зависит в том числе от того, насколько его граждане здоровы
- **ОЗ - Общественная Ценность** - Государство должно исходить из приоритетов людей, а по опросам для населения проблема здоровья стоит на первом месте
- **ОЗ - Капитальная Ценность** - совокупное здоровье людей показывает «объем и качество» наличного человеческого капитала у Государства

Факторы, от которых зависит ОЗ



- **Социологические** - образ жизни / привычки / питание / физическая активность / медицинское поведение
- **Социально-экономические** - условия жизни / жилищные условия / материальное положение / условия труда
- **Биологические** - наследственность / пол / возраст / предрасположенности
- **Экологические** - состояние воздуха, воды, почвы / климат / излучения
- **Здравоохранительные** - эффективность здравоохранения и санитарно-гигиенической работы / доступность и качество медицинской помощи
- **Политико-экономические** - общественные настроения / отношение к настоящему / ожидания от будущего

Целевые Социологические (ЦС) Факторы ОЗ



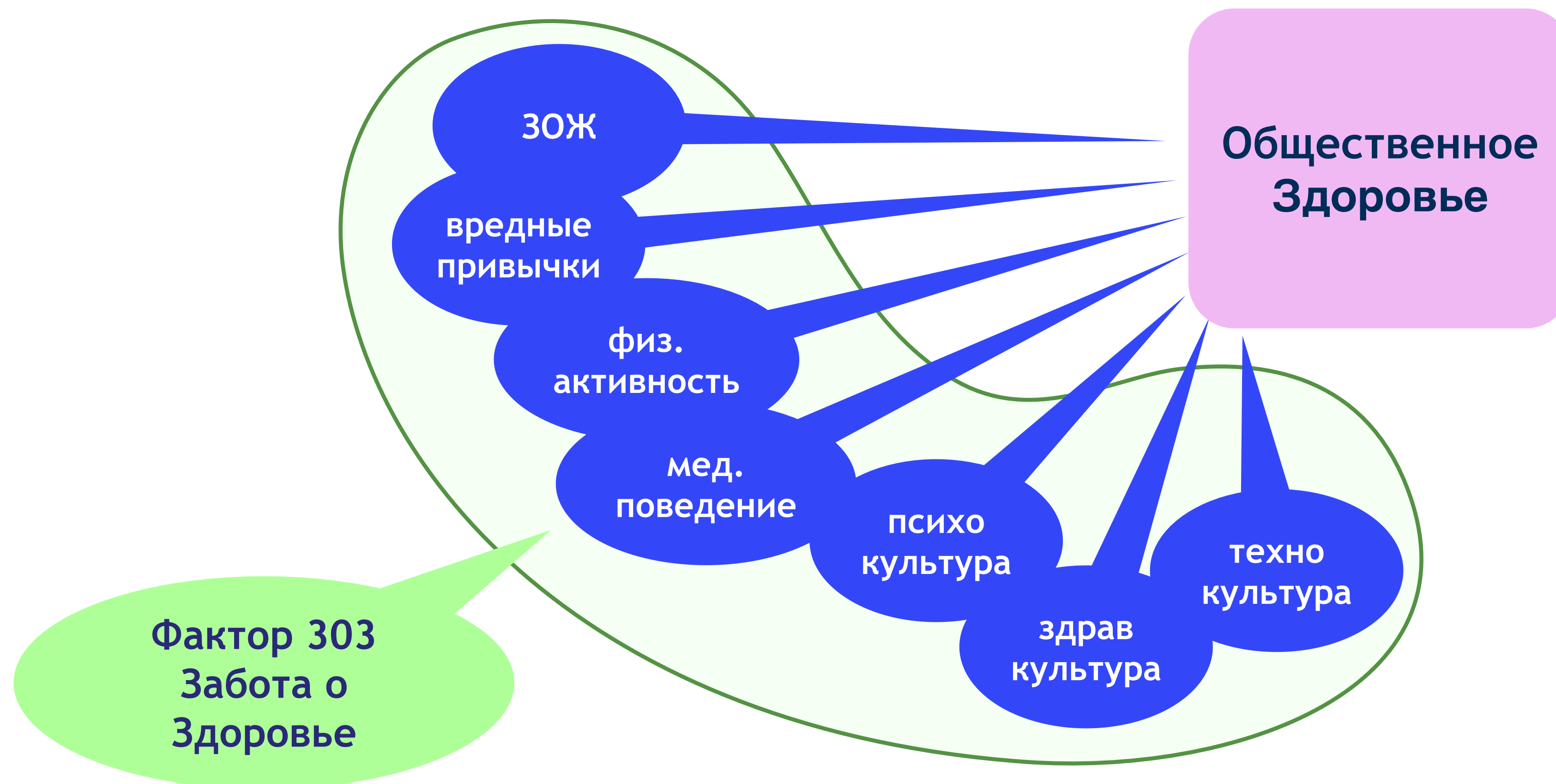
- + **Отношение к ЗОЖ** - интерес, желание, практика
- + **Отказ от вредных привычек** - табак, алкоголь, наркотики
- + **Мед. поведение** - обследования, диагностика, вакцинация, профилактика
- + **Физическая культура** - физическая активность, разумное питание, сочетание труда и отдыха, правила санитарии и гигиены
- + **Психологическая культура** - личная ответственность за здоровье, психологический аутотренинг, самоанализ
- + **Здравоохранительная культура** - знания о здоровье, медицине, здравоохранении, интерес к новым знаниям
- + **Технологическая культура** - использование полезных для здоровья вещей, гаджетов, мобильных приложений

Забота о Здоровье (ЗОЗ) - базовый ЦС-Фактор



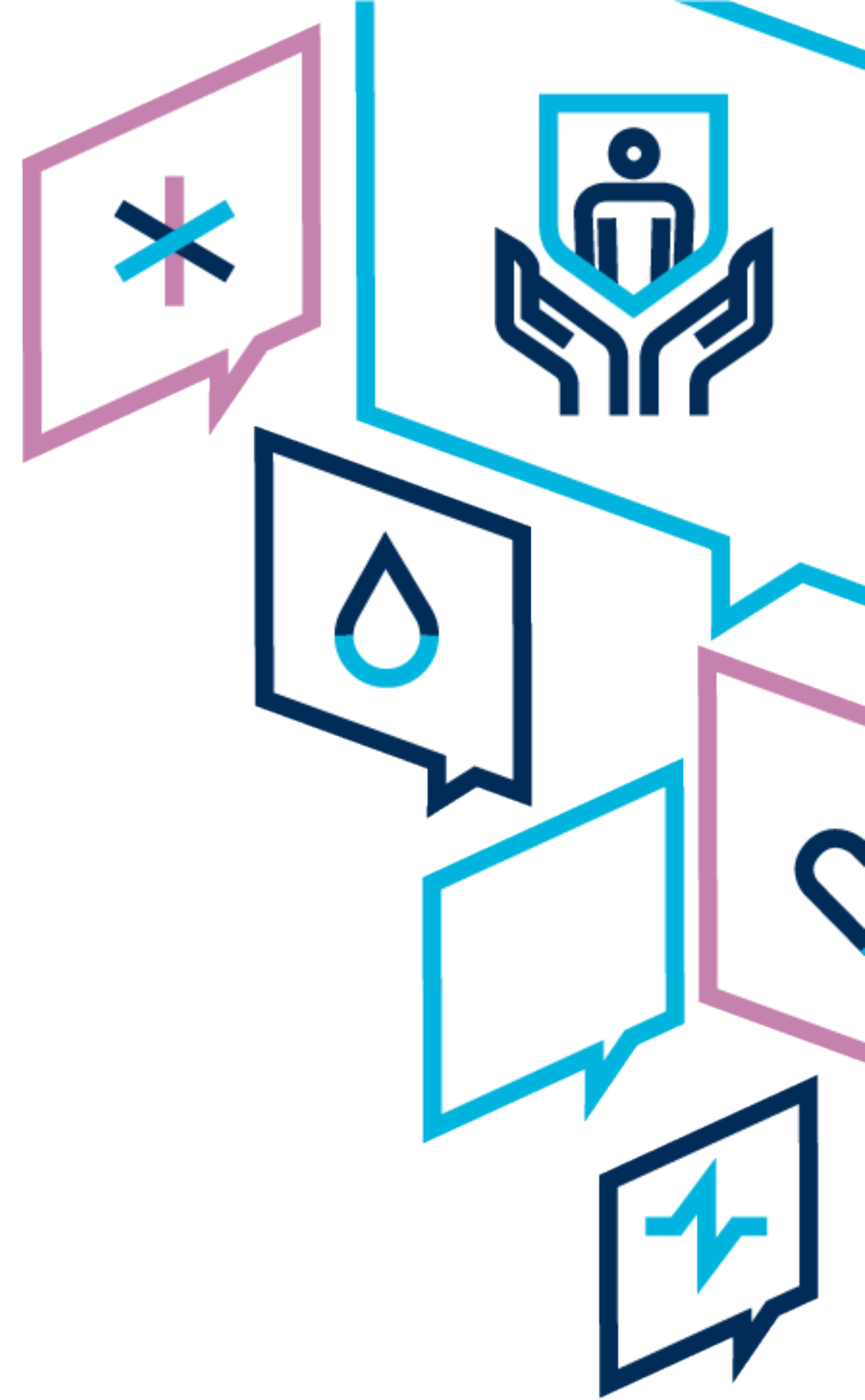
- **Философия** - Забота мотивирует все мотивы:
 - ❖ Забота толкает к Познанию
 - ❖ Забота предшествует Знанию
 - ❖ Развитие невозможно без Заботы
- **Социология** - ЗОЗ предопределяет все ЦС-Факторы:
 - ❖ ЗОЗ - первооснова ЦС-Факторов: из ЗОЗ произрастает ВСЁ нацеленное на сохранение и улучшение здоровья
 - ❖ ЗОЗ - первопричина ЦС-Факторов: ЗОЗ мотивирует ВСЕХ озаботиться сохранением и улучшением здоровья
- **Реальность** - ЗОЗ охватывает тотально всех людей, за исключением младенцев, еще не начавших социальное обучение ЗОЗ

Фактор 303 - корень ЦС-Факторов ОЗ





Задача Сдвига Фактора ЗОЗ Метод Здрав.ФОМ

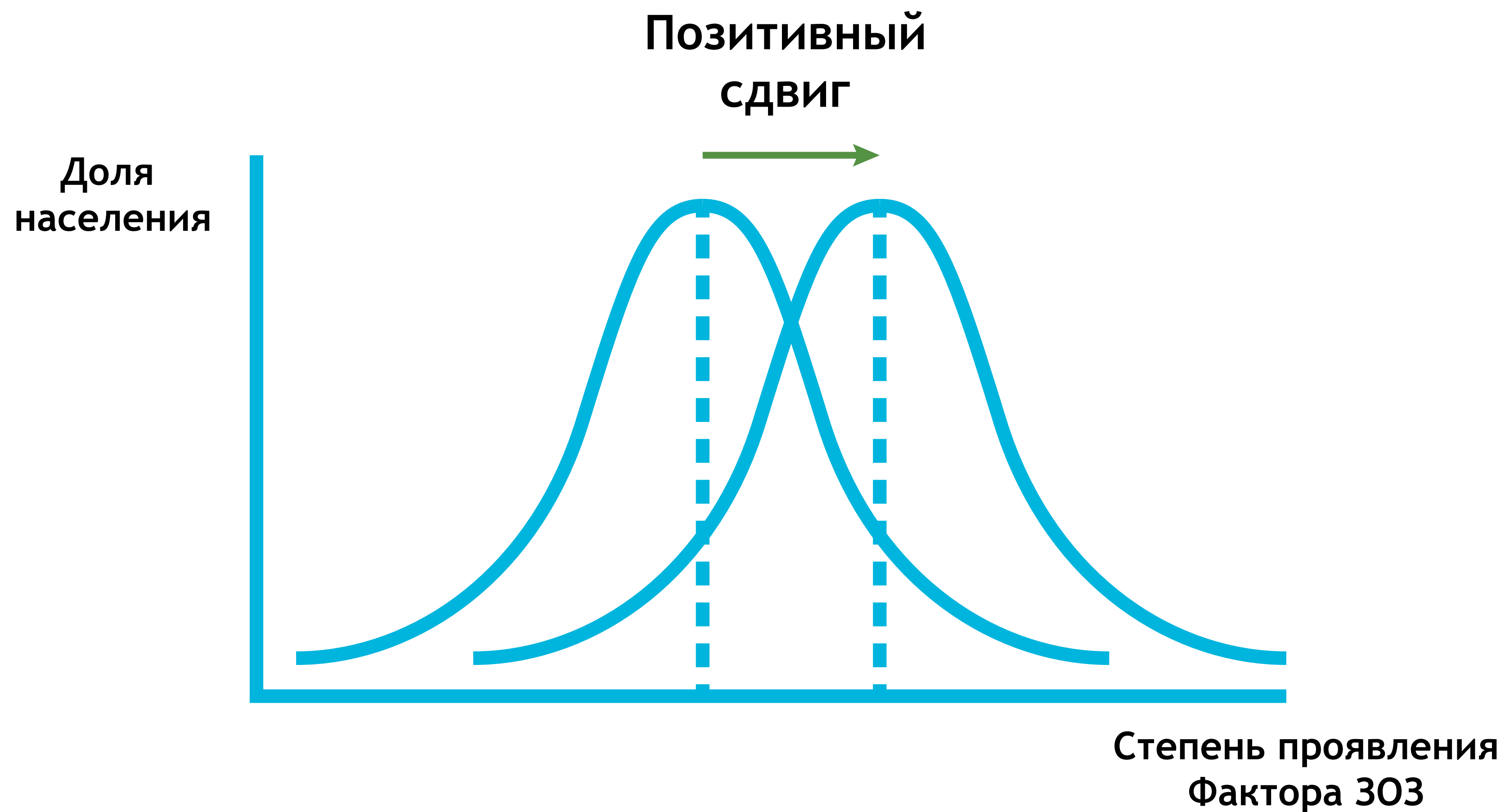


Фактор ЗОЗ - это аттитюд

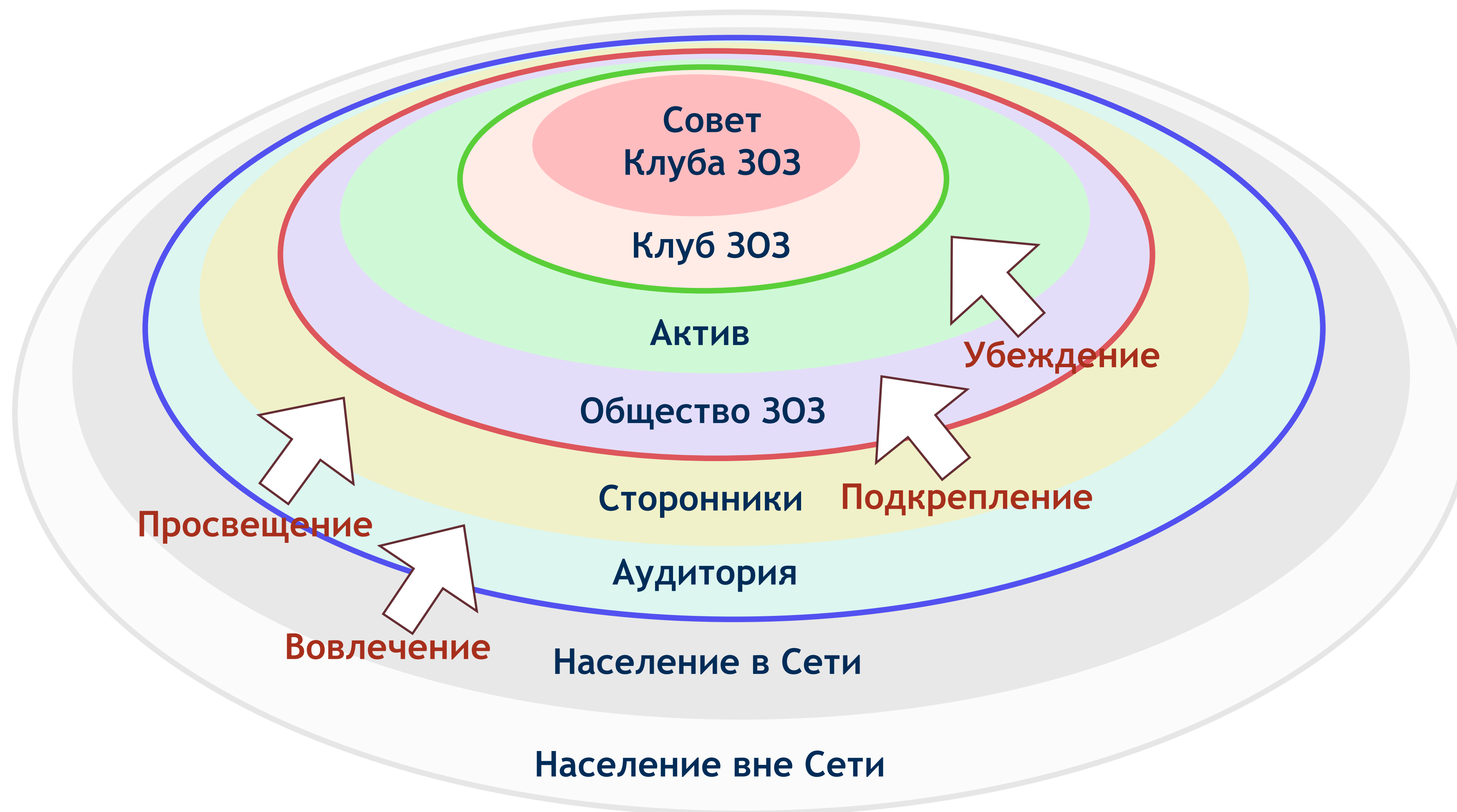


- Фактор ЗОЗ - это аттитюд (социальная установка) - социальный феномен, проявляющий себя в каждом индивидуе
- Индивид «овладевает» Фактором ЗОЗ в ходе непрерывной социализации - «социального обучения и воспитания»
- Три компонента аттитюда:
 - * когнитивный компонент - индивид формирует свое Понимание здоровья на основе социального приобретения знаний
 - * аффективный компонент - индивид формирует свое Отношение к здоровью на основе социального заражения эмоциями
 - * поведенческий компонент - индивид формирует свои Умения заботиться о здоровье на основе социального подражания образцам действий и поведения

Задача: добиться Сдвига Фактора 303



Страты Фактора 303 и Сдвиги между стратами



Страты Фактора 303 в виде Лестницы



Коммуникации, создающие Сдвиги

- **Вовлечение**
 - ❖ создание **Интереса** к 303
 - ❖ Сдвиг Население —> Аудитория
- **Просвещение**
 - ❖ предоставление **Знаний** о 303
 - ❖ Сдвиг Аудитория —> Сторонники
- **Подкрепление**
 - ❖ обеспечение **Информированности** об Обществе 303
 - ❖ Сдвиг Сторонники —> Общество 303
- **Убеждение**
 - ❖ формирование **Стремления** к активному соучастию
 - ❖ Сдвиг Общество 303 —> Актив

Метод Здрав.ФОМ для Сдвига Фактора ЗОЗ



Метод Здрав.ФОМ:

- Решает Задачу Сдвига Фактора ЗОЗ на основе целенаправленных коммуникаций
- Стоит на трех китах:
 - * **исследования для коммуникаций** - понять людей, чтобы обеспечить эффективность коммуникаций
 - * **ресурсы для коммуникаций** - создать каналы коммуникаций, содержательный контент, социальные механизмы
 - * **процессы коммуникаций** - реализовать коммуникации и оценить их эффективность

Три части Метода Здрав.ФОМ



Часть 1.

Исследования
для коммуникаций:

- ❖ знания о социуме
- ❖ аналитический контент
- ❖ обратная связь

Часть 2.

Ресурсы
для коммуникаций

- ❖ портал / каналы доставки
- ❖ контент
- ❖ коммуникаторы
- ❖ социальные структуры

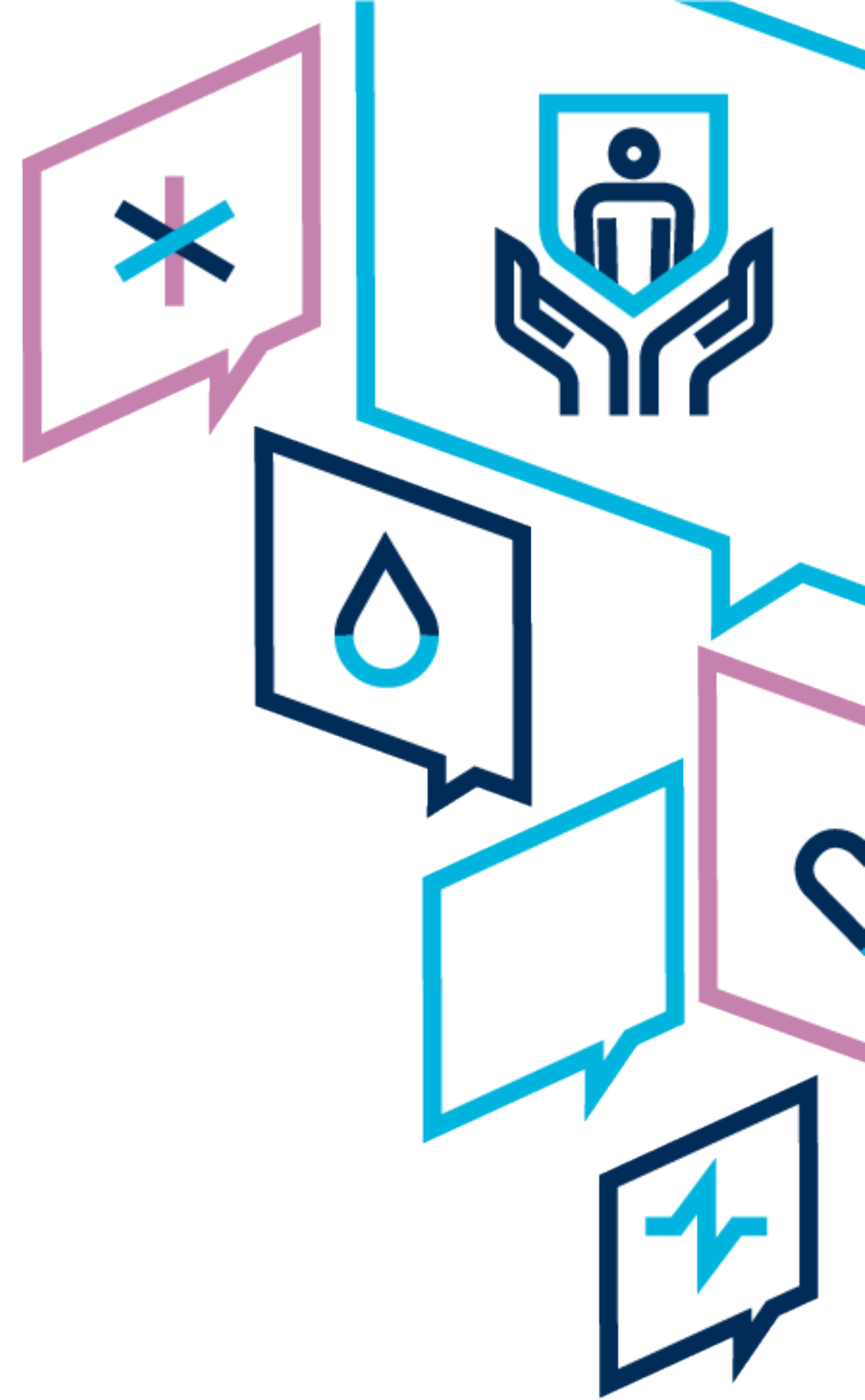
Часть 3.

Процессы
коммуникаций

- ❖ вовлечение
- ❖ просвещение
- ❖ подкрепление
- ❖ убеждение



Компоненты Метода Здрав.ФОМ



Исследования для коммуникаций



- **Социология**
 - ❖ опросы целевых групп / мониторинги
—> аналитические продукты
- **Антропология**
 - ❖ экспедиции / включенные наблюдения
—> мультиформатные лонгриды
- **Элитология**
 - ❖ интервью с ТОП/ВИП-респондентами
—> мультиформатные интервью
- **Культурология**
 - ❖ исторические / литературные изыскания
—> тематические обзоры
- **Дискурс-анализ**
 - ❖ анализ инфополя медиа / соцсетей
—> аналитические бюллетени

Ресурсы для коммуникаций - 1

- Портал zdrav.fom.ru - разделы:
 - ❖ КОЛЛЕКЦИИ - просвещающий контент
 - ❖ ГАЗЕТА - подкрепляющий / убеждающий контент
 - ❖ АКТИВ 303 - онлайн-школа, площадки активистов
 - ❖ ОБЩЕСТВО 303 - информация об Обществе 303
 - ❖ КЛУБ 303 - кабинеты и сервисы для членов Клуба 303
- Каналы таргетированной доставки контента
 - ❖ Каналы типа Яндекс.Дзен / YouTube / Telegram
 - ❖ Рассылки адресные / целевые / информирующие
 - ❖ Партнерства с социальными медиа
 - ❖ Группы в социальных сетях

Ресурсы для коммуникаций - 2



- **Производство контента**

- ❖ **Вовлекающий**

- креативный
для инфокампаний/рассылок

- ❖ **Просвещающий**

- аналитический (исследования)
 - журналистский / «народный» сторителлинг
 - от партнеров / из Сети (поиск Brand Analytics)

- ❖ **Подкрепляющий**

- от Клуба 303
 - от Общества 303

- ❖ **Убеждающий**

- от влиятельных Личностей
 - от сетевых Просветителей

Ресурсы для коммуникаций - 3



- **Организация коммуникаторов**
 - ❖ **Влиятельные Личности**
 - руководители / специалисты
 - эксперты / медийные персоны
 - ❖ **Сетевые Просветители**
 - освоили учебные курсы в онлайн-школе
 - работают с группами в соцсетях
- **Социальные структуры**
 - ❖ **Общество 303**
 - масса вступивших Сторонников 303
 - ❖ **Актив 303**
 - группа активных участников Общества 303
 - ❖ **Клуб 303**
 - группа интеллектуалов, лидирующих Общество 303

Процессы коммуникаций - 1

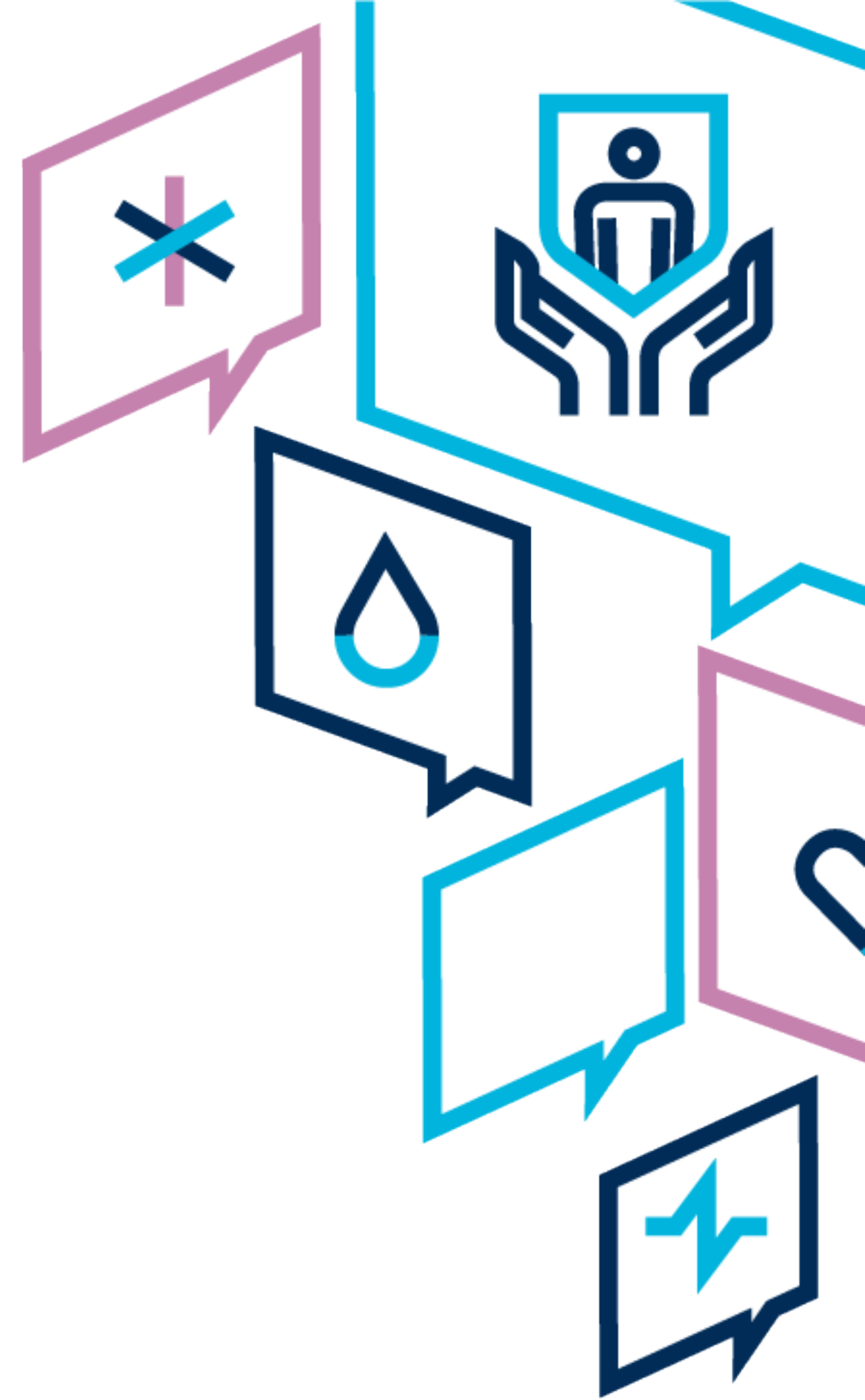
- **Вовлекающие коммуникации**
 - ❖ **Задача** - создание Интереса и стимулирование желания войти в Аудиторию ЗОЗ
 - ❖ **Контент** - информационно-рекламные креативы
 - ❖ **Технологии** - таргетированные рассылки / показы
- **Просвещающие коммуникации**
 - ❖ **Задача** - предоставление Знаний о ЗОЗ и стимулирование желания стать Сторонником ЗОЗ
 - ❖ **Контент** - просвещающий / развивающий
 - ❖ **Технологии** - КОЛЛЕКЦИИ на Портале zdrav.fom.ru для Аудитории ЗОЗ

Процессы коммуникаций - 2

- **Подкрепляющие коммуникации**
 - ❖ **Задача** - информирование об Обществе ЗОЗ и стимулирование желания вступить в Общество ЗОЗ
 - ❖ **Контент** - информация об Обществе ЗОЗ и Клубе ЗОЗ
 - ❖ **Технологии** - ГАЗЕТА на Портале zdrav.fom.ru
- **Убеждающие коммуникации**
 - ❖ **Задача** - информирование об Активе ЗОЗ и стимулирование желания стать активистом ЗОЗ
 - ❖ **Контент** - убеждающий контент от влиятельных Личностей / сетевых Просветителей
 - ❖ **Технологии** - коммуникации с членами Общества ЗОЗ и Клуба ЗОЗ



Общество 303
Актив 303
Клуб 303



Общество 303



- **Состав** - широкий круг Сторонников 303 из Аудитории Портала zdrav.fom.ru (~ сотня тысяч)
- **Статус** - НКО без образования ЮЛ
- **Структура** - участники Общества 303 (по заявлениям)
- **Миссия** - усиление 303 внутри и вне Общества 303
- **Задачи** - консолидация и расширение Общества 303 / рост Актива 303
- **Деятельность**
 - ❖ **Информационная активность** - ГАЗЕТА на Портале zdrav.fom.ru
 - ❖ **Проектная активность** - много проектов для участников Общества 303

- **Состав** - активисты Общества 303 (~ десятков тысяч)
- **Статус** - неформальное обозначение особого типа участников Общества 303
- **Деятельность**
 - ❖ **Соучастие** - работа в Заданиях на генерацию идей, предложений, на оценивание, тестирование и пр.
 - ❖ **Сторителлинг** - создание по заданным Темам собственных историй как контента для 303.ФОМ
 - ❖ **Просветительство** - создание групп в соцсетях, лидерство и формирование установок на 303
 - ❖ **Саморазвитие** - прохождение учебных курсов по предметам 303, сторителлингу, сетевым коммуникациям и т.д.

- Состав - группа специалистов и интеллектуалов разных профессий (~ сотня)
- Статус - НКО без образования ЮЛ
- Структура - Совет Клуба 303 и члены Клуба 303
- Миссия - влиять на общественное мнение, вести за собой Общество 303
- Задачи - расширение Общества 303 и Актива 303

- **Деятельность**
 - ❖ Доклады Клуба 303 - ежегодные, публичные, значимые, вызывающие общественный интерес
 - ❖ Исследования 303 - поддержка и публикация
 - ❖ Общество 303 - попечительство и влияние
 - ❖ 303.ФОМ и др. проекты - шефство и патронаж

Смысл социальных структур в ЗОЗ.ФОМ



- **Социальные структуры в ЗОЗ.ФОМ обеспечивают:**
 - ❖ **присоединение** - Общество ЗОЗ стимулирует в Аудитории ЗОЗ.ФОМ дополнительный интерес на основе любопытства: Что там такое?
 - ❖ **идентичность** - участники Общества ЗОЗ могут ответить на вопрос: Кто мы и чем отличаемся?
 - ❖ **мимесис** - Общество ЗОЗ стимулирует перенимание образцов мышления и поведения
 - ❖ **коммуникабельность** - Общество ЗОЗ мотивирует желание поделиться с другими участниками
 - ❖ **активация** - возможность реализовать себя в Активе ЗОЗ пробуждает в Обществе ЗОЗ жажду деятельности
 - ❖ **признание** - Клуб ЗОЗ формирует уверенность в солидности, авторитетности и статусе Общества ЗОЗ



Спасибо
за внимание!

