

Министерство экономического развития Российской Федерации  
Всероссийский союз общественных объединений пациентов

## **Информационные программы общества пациентов**

**Сборник методических и учебных материалов**

**2015**

**Информационные программы общества пациентов. Сборник методических и учебных материалов / Под ред. Ю.А.Жулева. - Самара, 2015. – 70 с.**

Настоящий сборник содержит образовательную программу «Информационные программы общества пациентов» в вариантах для очного и дистанционного освоения, а также методические и учебные материалы для реализации программы.

Программа подготовлена в рамках проекта «Создание системы правовой поддержки социально ориентированных НКО в области защиты прав пациентов в сфере здравоохранения и социальной защиты».

Программа посвящена информационным технологиям, применяемым общественными организациями пациентов для организации коммуникации с внешними партнерами и предназначена для участников некоммерческих неправительственных общественных организаций, представляющих интересы пациентов, действующих в сфере здравоохранения.

Настоящее издание осуществлено на средства субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку социально ориентированных некоммерческих организаций, предоставленной Министерством экономического развития Российской Федерации Всероссийскому союзу общественных объединений пациентов на основании Соглашения № № С-747-ОФ/Д19 от 10.12.2014 г.

Подписано в печать 26.03.2015 г.  
Формат А4 210 х 297  
Тираж 400 экз.  
Отпечатано в ООО «ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ»

© Всероссийский союз общественных объединений пациентов  
© Министерство экономического развития Российской Федерации

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Программа «Информационные программы общества пациентов»: вариант для дистанционного освоения.....	5
Программа «Информационные программы общества пациентов»: вариант для очного освоения.....	8
Приложение 1. Учебные материалы к программе «Информационные программы общества пациентов» .....	12
<i>К теме 0</i> .....	12
<i>К теме 1</i> .....	13
<i>К теме 2</i> .....	16
<i>К теме 3</i> .....	18
<i>К теме 5</i> .....	19
<i>К теме 6</i> .....	21
Приложение 2. Методические материалы к программе «Информационные программы общества пациентов».....	23
<i>К теме 1</i> .....	23
<i>К теме 2</i> .....	35
<i>К теме 3</i> .....	44
<i>К теме 4</i> .....	51
<i>К теме 5</i> .....	57
<i>К теме 6</i> .....	66

## **ВВЕДЕНИЕ**

Программа «Информационные программы общества пациентов» подготовлена Всероссийским союзом общественных объединений пациентов (сокращенно - Всероссийским союзом пациентов) в рамках проекта «Создание системы правовой поддержки социально ориентированных НКО в области защиты прав пациентов в сфере здравоохранения и социальной защиты».

Проект реализуется на средства субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку социально ориентированных некоммерческих организаций, предоставленной Министерством экономического развития Российской Федерации Всероссийскому союзу общественных объединений на основании Соглашения № № С-747-ОФ/Д19 от 10.12.2014 г.

Настоящая программа посвящена информационным технологиям, применяемым общественными организациями пациентов для организации коммуникации с внешними партнерами и во внутренней среде общественной организации.

Программа построена на основании практического опыта организаций пациентов, входящих во Всероссийский союз пациентов.

Образовательная программа предназначена для участников некоммерческих неправительственных общественных организаций, представляющих интересы пациентов, действующих в сфере здравоохранения

Программа разработана в двух вариантах – для очного освоения в формате обучающего интерактивного семинара и для дистанционного освоения в формате вебинара.

Разница в формате организации обучения (очное и дистанционное) диктует как разницу в планируемых результатах освоения программы, так и разницу в формах организации учебных занятий.

## ПРОГРАММА «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ ОБЩЕСТВА ПАЦИЕНТОВ»: ВАРИАНТ ДЛЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОСВОЕНИЯ

### Пояснительная записка

Программа «Информационные программы общества пациентов» предназначена для повышения квалификации активистов пациентских НКО, имеющих небольшой опыт работы в НКО и нуждающихся в повышении квалификации по направлениям работы НКО с информацией.

*Цель программы* – обеспечить информирование целевой аудитории об информационных программах общества пациентов.

В результате освоения программы обучающиеся *получат представление:*

- о популярных электронных сервисах и возможностях их использования для размещения информации об организации, поиске партнеров, получения бесплатных услуг,
- о пути размещения информации об организации на сайте ВСП;
- об услугах информационно-консультационного центра ВСП;
- о правилах написания пресс-релиза;
- о правилах написания обращений.

Ожидаемый эффект от реализации программы – активизация целевой аудитории в работе с информационными ресурсами.

Программа осваивается в режиме вебинара.

Длительность программы – 6 часов. Освоение программы организовано занятиями по 1-2 часа, между которыми должен быть перерыв. Программа с учетом перерыва может быть освоена обучающимися как в один день, так и с перерывами на день и более, но не более чем на неделю.

Организатор вебинара может исключить те или иные темы из программы в случае, если имеет информацию об отсутствии запроса на освоение содержания темы, связанного с достаточной квалификацией участников по данной теме.

Выбор методов освоения программы обусловлен спецификой формата вебинара – чередование мини-лекций, организации ответов обучающихся на вопросы на понимание с помощью электронных голосований, организации обратной связи с обучающимися через чат и с помощью функции видеоконференции. Учитывая специфику работы вебинара, ведущим необходимо уделять особое внимание смене деятельности обучающихся с целью удержания внимания аудитории.

Количество участников вебинара не ограничено.

Для реализации программы необходимо соблюдать требования к кадровому составу преподавателей: опыт проведения вебинаров, знание специфики работы пациентских НКО, основных проблем пациентов в РФ. С учетом психофизических характеристик обучающихся и их количества для реализации программы необходимо привлекать не менее двух преподавателей.

## **Тематическое планирование**

### ***Тема 1. Организация информационной работы НКО пациентов***

Цели и задачи информационной работы НКО пациентов. Алгоритм организации информационной работы.

Методология информационной работы. Определение интересов партнеров.

### ***Тема 2. Возможности электронных и сетевых ресурсов для информационной работы обществ пациентов***

Социальные сети. Роль социальных сетей в привлечении активистов, в общении между активистами, в популяризации деятельности организации. Популярны социальные сети.

Вебинары. Видео- и аудиоконференции.

Облачные технологии: перспективы использования.

Скype. Установка на устройство. Статус. Звонки абонентам. Конференции с несколькими абонентами.

Почтовая рассылка.

Система электронного управления и документооборота «Мотив».

### ***Тема 3. Обмен информацией на сайте и форуме ВСП***

Сайт Всероссийского союза пациентов. Размещение материалов на сайте ВСП. Создание раздела НКО на сайте ВСП.

Форум ВСП. Структура форума ВСП. Организация обсуждений на форуме ВСП. Внутренние сервисы форума ВСП. Блоги пользователей форума ВСП.

Консультирование на форуме ВСП.

Вебинары ВСП.

### ***Тема 4. Организация сбора информации***

Цель сбора информации. Анализ общей ситуации в сфере здравоохранения региона. Анализ проблем пациентов. Прием жалоб и обращений граждан. Анализ работы общественных советов при органах управления здравоохранения в регионах проекта. Анализ действующих и вновь принимаемых региональных НПА в сфере здравоохранения. Анализ информации от экспертов в сфере здравоохранения.

### ***Тема 5. Подготовка писем***

Цели написания писем. Оформление исходящей документации.

Правила написания обращений. Обращение: жалоба, заявление, предложение.

Определение адресата обращения.

Обязанности органов власти при работе с обращениями.

### **Тема 6. Работа НКО со СМИ**

СМИ как целевая группа. Правила работы со СМИ. Алгоритм работы со СМИ. Классификация СМИ по содержанию. Классификация СМИ по носителю.

Планирование содержания публикации в СМИ.

Подготовка пресс-релиза. Рассылка.

### **Учебно-тематическое планирование**

№ п/п	Тема	Кол-во часов
1	Организация информационной работы НКО пациентов	1
2	Возможности электронных и сетевых ресурсов для информационной работы обществ пациентов	1
3	Обмен информацией на сайте и форуме ВСП	1
4	Организация сбора информации	1
5	Подготовка писем	1
6	Работа НКО со СМИ	1
<b>ИТОГО</b>		<b>6</b>

## ПРОГРАММА «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ ОБЩЕСТВА ПАЦИЕНТОВ»: ВАРИАНТ ДЛЯ ОЧНОГО ОСВОЕНИЯ

### Пояснительная записка

Программа «Информационные программы общества пациентов» предназначена для повышения квалификации активистов пациентских НКО, имеющих небольшой опыт работы в НКО и нуждающихся в повышении квалификации по направлениям работы НКО с информацией.

*Цель* программы – научить целевую аудиторию работать с информационными программами общества пациентов

В результате освоения программы обучающиеся *смогут*:

- определять цель информационной работы;
- размещать информацию в социальных сетях;
- пользоваться Skype для аудио- и видеосвязи, в том числе для проведения конференций; для передачи данных;
- зарегистрироваться на форуме ВСП и пользоваться внутренними сервисами форума;
- написать обращение;
- написать пресс-релиз.

Ожидаемый эффект от реализации программы – активизация целевой аудитории в работе с информационными ресурсами.

Программа осваивается в режиме семинара-погружения, что позволит интенсифицировать процесс присвоения слушателями содержания программы за счет обеспечения возможности присвоения основных понятий.

Длительность программы – 21 час. Количество дней на освоение программы – 2.

Выбор методов освоения программы обусловлен спецификой интерактивного семинара-погружения – чередование мини-лекций, организации выполнения заданий индивидуально или в малых группах, организации презентаций результатов работы малых групп, организации рефлексии обучающихся по поводу собственной деятельности.

Для работы семинара по темам 1, 4-6 необходимо подобрать помещение, достаточное для организации работы 50 человек в 5-ти группах. Для каждой группы необходимо наличие стола, стульев по числу участников группы. Важно, чтобы стулья было легко перемещать в пределах аудитории.

Для работы семинара по темам 2 и 3 необходимо работать не со всей группой, а с подгруппами, разделив аудиторию на 3 части так, чтобы количество обучающихся в подгруппе не превышало 20 человек.

Материально-технические ресурсы, необходимые для реализации программы, включают доску для флип-чартов, альбом флип-чартов, маркеры для бумаги (по количеству групп); блокноты, ручки (по числу участников); раздаточные материалы для участников, включающие формулировки заданий и тексты для выполнения заданий; для тем 2 и 3 – компьютеры с выходом в



интернет и с видеочамерой (по числу участников), наушники (по числу участников), платформа для вебинара.

Для реализации программы необходимо соблюдать требования к кадровому составу преподавателей: опыт проведения интерактивных семинаров-погружений и/или тренингов, знание информационных программ общества пациентов, знание специфики работы пациентских НКО, основных проблем пациентов в РФ; знание программ, предполагаемых для освоения в рамках семинара. С учетом психофизических характеристик обучающихся и их количества для реализации программы необходимо привлекать не менее 4-х преподавателей.

Учебные материалы для обучающихся представлены в приложении 1, методические для ведущих – в приложении 2.

## **Тематическое планирование**

### ***Тема 1. Организация информационной работы НКО пациентов***

Цели и задачи информационной работы НКО пациентов. Алгоритм организации информационной работы.

Методология информационной работы. Определение интересов партнеров.

#### Практическая деятельность:

Составление карты интересов партнеров.

### ***Тема 2. Возможности электронных и сетевых ресурсов для информационной работы обществ пациентов***

Социальные сети. Роль социальных сетей в привлечении активистов, в общении между активистами, в популяризации деятельности организации. Популярны социальные сети.

Вебинары. Видео- и аудиоконференции.

Облачные технологии: перспективы использования.

Skype. Установка на устройство. Статус. Звонки абонентам. Конференции с несколькими абонентами.

Почтовая рассылка.

Система электронного управления и документооборота «Мотив».

#### Практическая деятельность:

Запись на вебинар. Работа на вебинаре в имитационном режиме.

Регистрация в Skype. Постановка заданного статуса. Отправка запроса пользователю. Пересылка файла. Осуществление звонка абоненту. Создание конференции.

Регистрация аккаунта в социальной сети. Планирование содержания страницы в социальной сети.

### ***Тема 3. Обмен информацией на сайте и форуме ВСП***

Сайт Всероссийского союза пациентов. Размещение материалов на сайте ВСП. Создание раздела НКО на сайте ВСП.

Форум ВСП. Структура форума ВСП. Организация обсуждений на форуме ВСП. Внутренние сервисы форума ВСП. Блоги пользователей форума ВСП.

Консультирование на форуме ВСП.

Вебинары ВСП.

Практическая деятельность:

Регистрация в форуме ВСП. Создание блога. Размещение поста в блоге. Отправка личного сообщения.

### ***Тема 4. Организация сбора информации***

Цель сбора информации. Анализ общей ситуации в сфере здравоохранения региона. Анализ проблем пациентов. Прием жалоб и обращений граждан. Анализ работы общественных советов при органах управления здравоохранения в регионах проекта. Анализ действующих и вновь принимаемых региональных НПА в сфере здравоохранения. Анализ информации от экспертов в сфере здравоохранения.

### ***Тема 5. Подготовка писем***

Цели написания писем. Оформление исходящей документации.

Правила написания обращений. Обращение: жалоба, заявление, предложение.

Адресаты обращений.

Обязанности органов власти при работе с обращениями.

Практическая деятельность:

Определение адресата обращения.

Составление обращения по заданной ситуации.

### ***Тема 6. Работа НКО со СМИ***

СМИ как целевая группа. Правила работы со СМИ. Алгоритм работы со СМИ. Классификация СМИ по содержанию. Классификация СМИ по носителю.

Планирование содержания публикации в СМИ.

Структура и содержание пресс-релиза. Рассылка.

Практическая деятельность:

Составление пресс-релиза.

### Учебно-тематическое планирование

№ п/п	Тема	Кол-во часов	В том числе на практ. деятельность
0	Знакомство. Сбор ожиданий от семинара	0,5	0,5
1	Организация информационной работы НКО пациентов	3	2
2	Возможности электронных и сетевых ресурсов для информационной работы обществ пациентов	6	4
3	Обмен информацией на сайте и форуме ВСП	2	1,5
4	Организация сбора информации	2	0
5	Подготовка писем	3	2
6	Работа НКО со СМИ	4	2
7	Оценка реализации ожиданий	0,5	0,5
<b>ИТОГО</b>		<b>21</b>	<b>12,5</b>

**УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ К ПРОГРАММЕ  
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ ОБЩЕСТВА ПАЦИЕНТОВ»**

**К теме 0. Знакомство. Сбор ожиданий**

**Задание 1.**

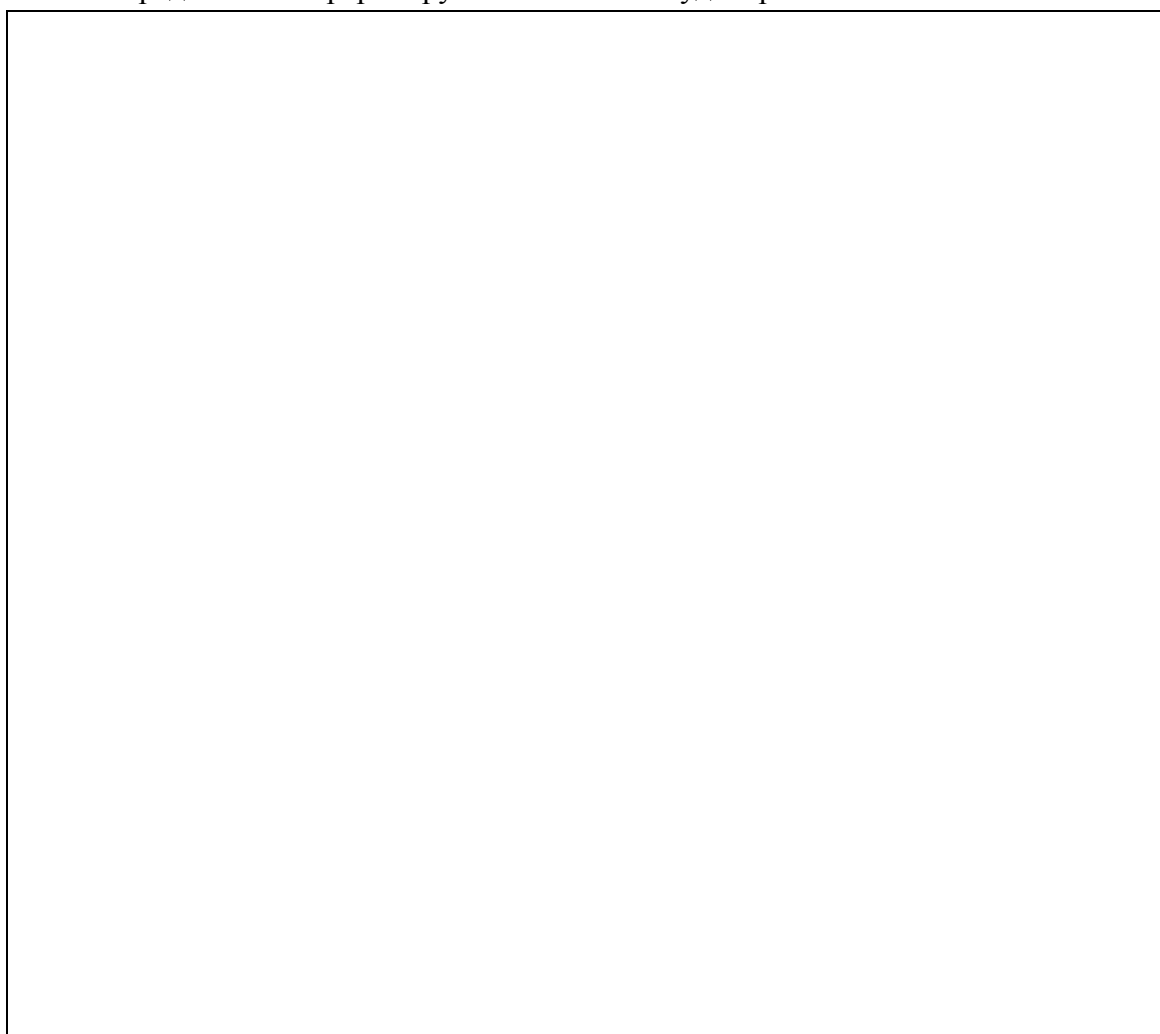
**Задание 1.1.**

Вам предстоит работать в группе. Представьтесь друг другу: назовите себя, расскажите, какую организацию вы представляете, обозначьте свои ожидания от семинара.

**Задание 1.2.**

Работая в группе, составьте портрет группы, который бы отражал информацию об участниках и об ожиданиях от семинара от членов вашей группы. Нарисуйте портрет на листе флип-чарта.

Представьте портрет группы остальной аудитории.



## К теме 1. Организация информационной работы НКО пациентов

### Задание 2.

Используя информацию, полученную из лекции, заполните карту интересов партнеров.

### Карта интересов партнеров

<b>Что может нам дать</b>	<b>Что можем им предложить</b>
<b>Федеральная законодательная и исполнительная власть</b>	
<b>Региональная законодательная и исполнительная власть</b>	
<b>Муниципальная власть</b>	
<b>Пациенты</b>	

<b>НКО</b>	
<b>Добровольцы</b>	
<b>Врачи</b>	
<b>Правоохранительные органы, уполномоченный п правам человека</b>	

<b>СМИ</b>	
<b>Фармацевтические компании</b>	
<b>Благотворительные организации</b>	
<b>Политические партии и объединения</b>	

**К теме 2. Возможности электронных и сетевых ресурсов  
для информационной работы обществ пациентов**

**Задание 3.**

- 1) Запишитесь на вебинар по ссылке [вставить ссылку<sup>1</sup>].
- 2) Примите участие в вебинаре.

**Задание 4.**

- 1) Зарегистрируйтесь в Skype. Заполните профиль.
- 2) Вышлите запрос на приглашение в скайп другим участникам.
- 3) Установите статус «нет на месте». Установите статус «в сети». Установите статус «не беспокоить».
- 4) Установите видеосвязь с участником семинара.
- 5) Установите аудиосвязь с участником семинара.
- 6) Вышлите другому участнику файл.
- 7) Примите участие в видеоконференции. / Создайте видеоконференцию.
- 8) Примите участие в аудиоконференции. / Создайте аудиоконференцию.

---

<sup>1</sup> Ведущий копирует ссылку на специально созданный имитационный вебинар.



**Задание 5.**

1) Зарегистрируйтесь в социальной сети. Заполните профиль.

2) Спланируйте содержание страницы. Обоснуйте включение в содержание тех или иных материалов. Заполните таблицу.

Я включу в содержание страницы...	Обоснование

3) Обсудите содержание страницы в малой группе. Подготовьте общий перечень материалов, которые стоит включить в содержание страницы.

Представьте результаты своей работы аудитории.

### **К теме 3. Обмен информацией на сайте и форуме ВСП**

#### **Задание 6.**

- 1) Найдите с помощью поисковой системы форум Всероссийского союза пациентов. Выйдите на форум.
- 2) Зарегистрируйтесь на форуме.
- 3) Создайте блог. Разместите первый пост, содержащий информацию о вас.
- 4) Отправьте письмо в личную почту другим участникам семинара, зарегистрировавшимся на форуме. Ответьте на письмо другого участника в личной почте.
- 5) Запишите, какие плюсы вы видите в том, чтобы пользоваться внутренними сервисами форума ВСП.

## К теме 5. Подготовка писем

### Задание 7.

#### Задание 7.1.

Составьте список из 10 основных требований к официальному письму, направляемому в органы власти.

#### Задание 7.2.

Данное задание выполняется в три последовательных шага.

Шаг 1. Составьте список типовых ситуаций, когда необходимо обратиться в органы власти.

Шаг 2. Составьте список основных адресатов, разбитый по уровням власти: муниципальному, региональному, федеральному.

Шаг 3. Совместите списки 1 и 2, составьте схему – по каким вопросам, к каким адресатам необходимо обращаться НКО и пациентам для решения проблем граждан в сфере здравоохранения.

Кому	На что

**Задание 7.3.**

Вспомните известные вам случаи нарушения прав пациентов.

Спланируйте меры, необходимые для восстановления нарушенных прав.

Напишите обращение адресату, который может способствовать восстановлению нарушенных прав.

Будьте готовы представить текст обращения аудитории.

## К теме 6. Работа НКО со СМИ

### Задание 8.

Прочитайте инструкцию по подготовке пресс-релиза.

Работая в группе, подготовьте пресс-релиз о семинаре, в котором вы приняли участие.

Будьте готовы представить пресс-релиз аудитории.

### Инструкция по подготовке пресс-релиза

#### ***Что это такое?***

Пресс-релиз - это сообщение, содержащее важную новость или полезную для широкой аудитории информацию. Обычно пресс-релиз распространяется пресс-службами организаций для возможной публикации в прессе и информирования общественности. Для нас пресс-релиз основное средство получения публикаций.

Пресс-релиз создается по канонам журналистики новостей. Пресс-релиз всегда содержит новость, ценную для редакций СМИ. В этой связи он должен отвечать на все вопросы журналистики новостей: Кто? Что? Где? Когда? Почему? Каким образом?

#### ***Последовательность написания***

##### ***1. Заголовок***

должен привлекать внимание, быть украшением воображаемой автором полосы в СМИ. Поэтому он должен быть ярким, кратким, соответствовать содержанию.

##### ***2. Логика изложения***

перевернутая пирамида: важная информация дается вначале, затем следуют подробности.

##### ***3. Лид***

первый абзац, выделенный жирным шрифтом, несет в себе основную идею всего текста и должен иметь самостоятельный законченный смысл. Обычно содержит ответ на вопрос Кто? или Что? и состоит из 2-3 предложений.

##### ***4. Основной текст***

дает развернутую информацию и интересные детали. Сообщения должны быть понятными, без использования специальной или жаргонной лексики. Стиль изложения должен быть ясным, четким. Не употреблять превосходных степеней: как восхваляющих, так и критикующих. В целом текст должен быть стилизован как газетная статья.

Нужны содержание события, которому посвящен пресс-релиз, конкретные факты и цифры, описание последствий и изменений, которые это событие за собой повлекло или повлечет; перечень главных участников, без которых событие было бы невозможно или утратило свое значение, включая точные

названия организаций, должности, имена и фамилии; Действия главных участников, которые собственно, и создали событие или повлияли на его основное развитие; Дата (время), когда событие произошло или произойдет; Перечень тех лиц (или категорий лиц), на которых событие, возможно, окажет влияние, и если да - то какое.

Общее описание ситуации (предыстории), важное для исчерпывающего понимания события.

5. Комментарий

или высказывание какого-либо статусного лица или эксперта - обязательный элемент. Указывать имена, фамилии, должности, если необходимо - краткие характеристики статуса, опыта, знаний, дающих человеку основания для выступления в качестве эксперта;

6. Иллюстрации

наличие иллюстраций, так же как и комментариев сильно повышает привлекательность информации для СМИ. Не включайте их в текст пресс-релиза, прикрепляйте к письму отдельными файлами. Подписывайте, что изображено.

7. Справка

необязательная часть. Информировывает о ситуации, об организации, об УОЭ, об РС. Дается по необходимости. Сухо, без литературной обработки.

8. Объем

одна страница А4. Каждая фраза должна содержать не больше 12 - 13 слов. Абзац – не более 6 строк.

9. Подпись

В конце сообщения укажите контактное лицо, должность (максимально солидно), телефон, e-mail), у которого журналист сможет быстро и своевременно получить уточнения по содержанию пресс-релиза.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ПРОГРАММЕ  
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ ОБЩЕСТВА ПАЦИЕНТОВ»**

**К теме 1. Организация информационной работы НКО пациентов**

**ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ  
ОРГАНИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЫ НКО ПАЦИЕНТОВ**

В силу того, что некоммерческая организация пациентов не ориентирована на зарабатывание денег, производство ресурсов, ее собственный ресурс весьма ограничен. Особенно на старте деятельности.

Ресурс НКО – это ресурс ее партнеров: людей, сообществ, организаций, структур, которых общественная организация смогла заинтересовать в своей деятельности и вовлечь в нее.

Ресурс НКО социален. Это ее известность, благожелательное отношение к ней и к представляемым ею людям и вопросам, доверие к ней, представления о ее полезности для партнеров, информированности и ситуации представляемых ею пациентов, о ее честности, надежности и непредвзятости.

Действительно эффективной может быть только позитивно известная НКО.

Без привлечения социального ресурса – возможностей ее партнеров – НКО как игрок на рынке социальных услуг, как собственно некоммерческая организация, созданная для получения общественной пользы – не существует.

Таким образом - формирование собственной позитивной известности и необходимого отношения целевых общественных групп к различным объектам является важнейшей задачей некоммерческой общественной организации.

При этом информационные программы НКО должны быть направлены не только на транслирование информации, но и на ее сбор. Как на старте любых процессов формирования отношения (для любых действий нужна информационная база, причина), так и в ходе программ формирования отношения (процесс информационного взаимодействия должен быть двусторонним, в процессе информирования необходимо отслеживать обратную связь).

**Цель информационных программ НКО в сфере здравоохранения**

Изучение и формирование отношения представителей целевых групп к объектам деятельности НКО

**Задачи взаимодействия**

1. Сбор информации об объективно существующей ситуации в сфере деятельности НКО, изучение общественного мнения к данным ситуациям и их составляющим.

2. Формирование позитивной известности НКО среди представителей целевых социальных групп.
3. Формирование отношения представителей целевых социальных групп к объектам (явлениям, процессам, структурам, персонам) в сфере деятельности НКО.
4. Привлечение ресурсов для решения уставных задач НКО.

#### **Алгоритм взаимодействия**

Информационные программы (или по другому – непрерывный процесс организации связей с общественностью) НКО реализуются по следующему общему алгоритму:

Сначала выявляется проблема, которую необходимо решить. Производится сбор информации о проблеме, о механизмах ее решения, точках принятия решений, которые могут «запустить» данные механизмы. Далее строится план работ, которые нужно произвести, событий, которые нужно организовать. И уже исходя из этого строится план информационного освещения данного события.

При этом необходимо помнить, что информационная работа – это не односторонний процесс информирования. Уважайте своих партнеров, учитывайте их запросы, мнения, возможности, ресурсы и интересы. Всегда организуйте информационные программы, как гибкий двусторонний процесс, зависящий от нескольких участников, а не только от вас.

Если попытаться в целом оценить поле информационной работы НКО пациентов, то с определенной долей обобщения можно сказать, что есть две основных технологии – сбора информации и распространения и две больших группы – внешние аудитории и внутренние аудитории коммуникации.



## МЕТОДОЛОГИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Далее, говоря об информационных программах НКО, мы будем пользоваться профессиональной терминологией и говорить скорее о непрерывном процессе информационных отношений с целевыми группами НКО.

Наиболее распространенным и известным термином, обозначающим процесс информационных отношений, является словосочетание «связи с общественностью» (public relations, pr).

Существует множество определений PR. Это и наука, и искусство, и деятельность... Для кого-то это согласование интересов, для кого-то – манипуляция. Одни считают PR признаком открытости и партнерства, другие – навязыванием собственного мнения. Мы должны запомнить главное:

***PR – это формирование отношения людей.***

В эту формулу могут быть подставлены любые значения. Отношение может быть каким угодно, к кому угодно и со стороны кого угодно.

Формирование  отношения к  со стороны

С одной стороны, PR это искусство. И как всякое другое искусство, оно зависит от личных склонностей и талантов, от того нравится вам эта работа или нет, коммуникативны вы или замкнуты, склонны ли к творчеству, доброжелательны ли вы, привлекательны, достаточно ли энергичны.

С другой стороны, PR – это технология. И в ней есть ряд приемов, которые можно выучить и которые на практике повысят эффективность работы НКО.

### **Зачем нужны «связи с общественностью»?**

Все мы постоянно занимаемся PR – стараемся представить себя перед окружающими в лучшем свете.

Даже если про кого-то говорят: *«Очень скромный. Никогда не хвастается!»*, - это уже результаты самоPRA. Это значит, что человек занимает такую позицию в глазах этой аудитории и судя по полученному в итоге позитивному отношению его PR удачен.

Мы живем в информационном мире. Составляя свое мнение, люди в 99% случаев основываются не на личном опыте общения с вами, а на основании дошедшей до них опосредованной информации – пересказов, писем, статей, докладных, случайных упоминаний, изображений, записей и т.п.

Информационное сопровождение становится более важным, чем само событие.

***Эффективно то, что Эффектно.***

В мире бизнеса подсчитано и признано, что PR составляет не менее 30% стоимости современной компании (например, компания «Кока-кола» стоит гораздо дороже, суммы стоимости ее заводов).

В сфере социальных услуг и взаимодействий доля PR в ценности того или иного бренда значительно выше.

Как мы уже говорили, результативность деятельности НКО напрямую зависит от ее репутации в глазах контрагентов: чиновников, депутатов, врачей, больных и членов их семей и др.

Раз мы работаем с людьми, то без их отношения, нас - нет, нашего дела – нет. Для того, что бы быть эффективными, необходимо формировать отношение к себе осознанно и целенаправленно.

### **Золотые правила PR**

1. Сделал – рассказал. Хорошим любое дело станет только тогда, когда про него узнают другие и его оценят.
2. Не расскажешь ты, расскажут другие. И сделают они это исходя из собственных выгод, настроения и видения жизни
3. Не врать. Говорить только то, во что веришь и верить в то, что говоришь.
4. Искать взаимную выгоду. Не надо пытаться любыми силами победить контрагента. Всегда нужно искать точку взаимной выгоды, согласовывать интересы.
5. Понимать собеседника. Говорить с собеседником на понятном ему языке. Учитывать его цели и опасения. Получать от него обратную связь, подстраиваться под него.

### **Организационные схемы pr деятельности**

PR, как и множество других видов деятельности, удобно планировать через формулирование Стратегии и Тактики. Под первым мы понимаем долгосрочные принципы деятельности, концепцию, под вторым - конкретные направления деятельности и действия, направленные на достижение поставленных целей в рамках выбранной стратегии.

### **Стратегия**

Прежде чем приступить к любому проекту, связанному с организацией межличностной коммуникации в деятельности УОЭ, ответьте на вопросы PR:

<b>Вопросы</b>		<b>Блоки PR стратегии</b>
<i>С кем вы будете общаться?</i>	→	Целевые группы
<i>Что вы хотите от них получить?</i>	→	Требуемый результат
<i>Как вы должны выглядеть в их глазах, чтобы добиться требуемого?</i>	→	Позиционирование
<i>Что им надо сообщить, чтобы они начали считать вас такими?</i>	→	Сообщение
<i>Каким образом можно донести до них сообщения?</i>	→	Каналы информирования

Отвечив на эти вопросы, вы получите основные блоки PR стратегии. Обобщив их единой идеей, вы сформулируете свою Концепцию.

***PR – это систематизация информационной активности***

Итак: для того, чтобы достигнуть цели, вы установили контакт с контрагентом, выполнили его чаянья, установили с ним дружеские отношения.

И в этом отличие PR от рекламы: вы не навязываете контрагенту готовый продукт, а подстраиваете свое предложение под его запросы, устанавливаете с ним отношения взаимопонимания и взаимовыгоды.

***Тактика***

Это план деятельности по созданию посланий и донесению их до целевых групп. PR – это информационная активность, на основе какой-либо материальной деятельности. Поэтому PR тактика состоит из двух частей:

1. Организация событий.
2. Организация их PR освещения.

Как любой четко сформулированный план деятельности («проект» в современной терминологии), PR тактика включает в себя основные блоки

	Содержание	Сроки	Исполнитель	Ресурсы
Событие				
Освещение				

***Примеры целевых группы PR для НКО пациентов***

Целевая группа	Подгруппа
Пациенты	Больные РС Члены их семей, друзья
Эксперты в целевых сферах работы НКО	Врачи, ученые, администраторы, специалисты в конкретных узких сферах
Региональное министерство здравоохранения (иные министерства по необходимости)	Министр Начальники департаментов/управлений Начальники отделов Специалисты
Региональные органы власти	Губернатора и вице губернаторы Спикер парламента и его замы Председатель и члены профильных комитетов Депутаты Аппарат Думы
Силовые и надзорные федеральные структуры	Прокуратура ГУВД Суд

	ТО Росздравнадзора УПЧ
Общественные и общественно-государственные структуры	Общественные советы Общественные палаты Иные временные и постоянные структуры общественно-государственного взаимодействия НКО и их объединения Формальные и неформальные сообщества пациентов и граждан
Медицинские работники	Главные специалисты по нозологиям, Руководители учреждений Профильные специалисты Врачи Научная и преподавательская общественность
Коммерческие структуры	СМИ Фармкомпании Иные потенциальные спонсоры

Очевидно, что эти группы неоднородны. Каждая подгруппа имеет специфику по:

- правилам, по которым партнер «играет» и по основаниям, на которых он строит свое отношение к окружающей действительности вообще и УОЭ в частности,
- благам, которые от нее можно получить/угрозам, которые нам необходимо нейтрализовать,
- каналам информирования, языку и содержанию сообщений, на которые она ориентирована, способам воздействия на нее.

Как мы помним, сбор информации – анализ ситуации и учет мнений целевых групп является столь же важной функцией информационного взаимодействия НКО с внешним миром, как и информирование, убеждение наших партнеров.

В этой связи первым этапом убеждения партнеров, а значит собственно – установления партнерства является выяснение и согласование интересов.

## СОГЛАСОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ

Как мы знаем, основным средством работы общественной организации является привлечение и использование на цели и нужды организации внешних ресурсов – сил, средств, влияния, опыта, которые есть у различных внешних партнеров.

Для того чтобы привлекать эти ресурсы, необходимо:

- во-первых, понимать, кто может быть таким внешним партнером,
- во-вторых, понимать, в чем состоят собственные интересы партнера,
- в-третьих, пытаться согласовать интересы наши и внешнего партнера, находить и реализовывать взаимные выгоды.

Несмотря на кажущуюся очевидность вышесказанного, далеко не всегда мы понимаем, в чем же состоят реальные интересы партнера, что мы можем ему предложить, как его мотивировать к сотрудничеству, на каких аргументах строить диалог.

Первым шагом к установлению партнерства должно быть составление «карты интересов». Вот пример такой типовой карты.

### Карта интересов партнеров

Что может нам дать	Что можем им предложить
<b>Федеральная законодательная и исполнительная власть</b>	
Защита конституционных прав пациентов. Оптимизация федерального законодательства для лучшей защиты имеющихся прав, формирование новых прав. Изменения стандартов. Ввод на рынок (гос. закупки) новых качественных препаратов и технологий. Оказание необходимого воздействия на органы власти и учреждения здравоохранения в регионах. Получение писем, приказов, предписаний, защищающих права пациентов и облегчающих работу НКО. Повышение статуса организации за счет участия в федеральных переговорных площадках, за счет взаимодействия с руководителями федерального масштаба. Предоставление возможности участвовать в переговорах на	Участие общественности в обсуждении законов (необходимость этого была декларирована Президентами Медведевым Д.А. и Путиным В.В.). Повышение статуса и представительности официальных переговорных площадок за счет участия Всероссийской организации. Публичная поддержка решений. Предоставление информации о состоянии проблемы: статистики, данных о специфике, ключевых проблемах, предложений по их преодолению. Предоставление государственным органам информации для отчетности. Артикуляция мнения общественной группы пациентов, членов их семей, участников движения. Организованное общение с этой группой. Предоставление жалоб и обращений граждан. Предоставление достоверных

<p>площадках при подразделениях федеральных ведомств в регионах. Получение депутатских запросов. Получение субсидий на работу НКО (в настоящее время в первую очередь от Минздрава и МЭРТ) Актуализация проблемы.</p>	<p>и актуальных сведений о нарушении законодательства (особенно важно для контролирующих органов). Предоставление политикам темы для продвижения.</p>
<p><b>Региональная законодательная и исполнительная власть</b></p>	
<p>Составление максимально полных и адекватных заявок на препараты в федеральные ведомства. Создание региональных законов, дополняющих федеральное законодательство. Принятие отдельных нормативно-правовых актов (НПА). Выделение средств на закупки препаратов.. Выделение средств на различные необходимые пациентам услуги. Выделение средств на поддержку пациентов: психологическую, консультационную, медицинскую, социальную. Повышение статуса организации за счет участия в официальных мероприятиях, официального одобрения и известности. Повышение информированности врачей о специфике заболевания, алгоритмах диагностирования и последующей работы с пациентами. Беспроблемное назначение лечения. Актуализация проблемы. Техническая, организационная, ресурсная, имиджевая, информационная и другие виды поддержки работы организации и ее представителей на местах.</p>	<p>Предоставление информации о состоянии проблемы. Информирование о проблемах пациентов. Информирование о способах разрешения различных аспектов проблемы на основании опыта других регионов и специалистов. Экспертное участие в выработке оптимальных решений. Повышение статуса и представительности официальных переговорных площадок за счет участия Организации. Участие в общественных слушаниях, публичная поддержка решений. Предоставление государственным органам информации для отчетности: о поддержке НКО, о работе с общественностью, о разборе жалоб и т.п. Предоставление политикам темы для продвижения. Организованное общение с группой пациентов и родственников. Предоставление обращений и жалоб граждан, оперативное предоставление профильным контролирующим органам информации о нарушениях законодательства. Предотвращение социальной напряженности, разбор проблемных вопросов. Снятие жалоб. «Телефонное» решение вопросов. Помощь в составлении заявок на препараты. Устранение ошибок при</p>

	<p>заявках. Работа с пациентами по лояльности к препаратам, повышение эффективности использования государственных средств.</p> <p>Помощь в преодолении проблемы наличия не охваченных препаратами пациентов: информация, предупреждение о возможности проблемы и последствиях, рекомендации, как разрешить вопрос. Благодарности в СМИ. Благодарности персоналу и организациям.</p>
<b>Муниципальная власть</b>	
<p>Выделение средств на препараты, мониторинг, работу НКО.</p> <p>Предоставление материально технических ресурсов: помещения, телефона, транспорта, интернета и т.п.</p> <p>Предоставление переговорных площадок и помощь в продвижении темы. Имиджевая, информационная помощь.</p> <p>Помощь во взаимодействии с врачами.</p>	<p>Снижение социальной напряженности. PR.</p> <p>Отчетность о работе с НКО, с общественностью. Благодарности в СМИ. Благодарности от организации и партнеров.</p>
<b>Пациенты</b>	
<p>Участие в работе организации, партнерство, информация, взаимопомощь, ресурсы, добровольчество.</p> <p>Жалобы, обращения, мнения.</p> <p>Обмен информацией.</p>	<p>Помощь: моральная, материальная, правовая, психологическая, информационная.</p> <p>Предоставление информации о заболевании, препаратах, специалистах, уходе, образе жизни.</p> <p>Предоставление реальной и четкой информации, как решать проблемы, как действовать.</p> <p>Вовлечение в работу, в общение.</p> <p>Школы пациентов.</p> <p>Взаимопомощь, поддержка и общая работа. Помощь в решении вопросов, в защите прав.</p> <p>Содействие в получении препаратов, проведении анализов, поездках и т.п.</p> <p>Общее улучшение качества жизни.</p> <p>Ощущение собственной полезности, востребованности, значимости.</p>

	Самореализация.
<b>НКО</b>	
Взаимное усиление через: совместные действия, петиции, жалобы, обращения, мероприятия, обмен опытом, взаимовыручку, обмен информацией, ресурсами.	
<b>Добровольцы</b>	
<p>Трудовая помощь в быту, помощь в организации всех видов мероприятий, в текущей работе.</p> <p>Предоставление личного оборудования и иных ресурсов.</p> <p>Использование профессиональных навыков добровольцев: дизайнеров, рекламщиков, печатников, журналистов, компьютерщиков, психологов, врачей, бухгалтеров, юристов, водителей и т.д. и т.п.</p> <p>Помощь в распространении информации.</p> <p>Помощь в работе в Интернет, ведении сайта, форума, поиске информации.</p>	<p>Реализация их «уставных целей» волонтерских организаций, предоставление им благодарных и приятных во всех отношениях объектов для помощи, получения ими ощущения значимости и полезности, удовлетворение стремления помочь, принять участие в социально значимом деле.</p> <p>Получение студентами профильных учреждений навыков социальной работы.</p> <p>Благодарности в СМИ. Благодарности персонально и организациям.</p>
<b>Врачи</b>	
<p>Назначение лечения.</p> <p>Выполнение стандартов лечения, алгоритмов обслуживания пациентов, назначения препаратов.</p> <p>Получение мониторинга.</p> <p>Добровольчество.</p> <p>Помощь в борьбе за получение нуждающимися пациентами не хватающих им препаратов.</p> <p>Помощь в актуализации проблемы – получение экспертных оценок, комментариев.</p>	<p>Удовлетворение от работы.</p> <p>Профессиональный рост, научная работа.</p> <p>Административный рост.</p> <p>Поддержка открытия и развития специализированных центров.</p> <p>Участие в школах пациентов и врачей.</p> <p>Помощь в организации лечебного процесса.</p> <p>Помощь в общении с пациентами.</p> <p>Преодоление жалоб и иных конфликтных ситуаций с пациентами.</p> <p>Выставить жесткие требования к руководству, вместо врача, поругаться за врача, там, где он сам сделать этого не может.</p>
<b>Правоохранительные органы, Уполномоченный по правам человека</b>	
<p>Информация о правах. Защита законодательно закрепленных прав.</p> <p>Разрешение спорных вопросов.</p>	<p>Информация о нарушениях.</p> <p>Реализация уставных целей.</p> <p>Формирование отчетности по борьбе с нарушениями законодательства.</p> <p>Благодарности публично, через СМИ,</p>



	персонально.
<b>МСЭК</b>	
Адекватное назначение инвалидности	Правильно оформленные документы. Разрешение конфликтов с пациентами. Снижение числа жалоб.
<b>СМИ</b>	
Актуализация проблемы. Воздействие на органы власти, госучреждения, конкретных персон для решения вопросов. Выражение благодарности конкретным персонам, партнерам. Привлечение средств и ресурсов к работе организации: добровольцев, пожертвований и т.п. Повышение статуса. Известность представителя, обращение к нему СМИ, как к эксперту.	Информация о проблемной ситуации, предоставление «жареных» фактов, человеческих историй. Удовлетворение информационного голода, предоставление готовой информации для реализации «уставных», гражданских целей СМИ. Благодарности заказчикам, партнерам СМИ (в первую очередь политикам, руководителям, органам власти, специалистам).
<b>Фармацевтические компании</b>	
Предоставление препаратов. Предоставление информации о препаратах, лечении, медицинских и административных перспективах борьбы с проблемой. Помощь в организации школ, предоставление лекторов и материалов. Помощь в организации бесплатного мониторинга крови. Материально-техническая, организационная помощь в текущей работе.	Организация их коммуникации с пациентами. Предоставление им организованной обратной связи от пациентов и по всем вопросам. Участие пациентов в исследованиях. Публичная и массовая поддержка пациентами появления (закупки) качественных препаратов. Публичная и массовая критика пациентами помех мешающих лекарственному обеспечению, некачественных препаратов. Поддержка эффективных и критика негативных моментов механизма закупок препаратов и оборудования, аукционов и т.п. Поддержка открытия и развития специализированных центров. Повышение приверженности пациентов к препаратам. Выявление побочных эффектов. Народный контроль за назначением и логистикой препаратов (стимуляция закупок и полноценного лекарственного

	обеспечения по всем линиям препаратов).
<b>Благотворительные организации</b>	
Материальная и информационная поддержка. Организация стажировок и поездок. Добровольчество.	Выполнение их уставных целей. Предоставление им организованного, социально – значимого, «понятного» объекта для помощи. Реализация грантовых заявок. Формирование их отчетности. Повышение их статуса и улучшения отчетности за счет участия в их мероприятиях.
<b>Политические партии и объединения</b>	
Лоббирование наших интересов через оптимизацию законодательства на федеральном и региональном уровне. Информационное продвижение проблемы. Взаимодействие с органами власти и учреждениями. Конкретная материальная, организационная и финансовая помощь организации и пациентам.	Предоставление темы для политического продвижения. Предоставление аудитории для агитации. Группа поддержки. Голоса избирателей. PR. Благодарности в СМИ и лично – от организации и ее партнеров. Получение человеческого и профессионального удовлетворения от социально значимой деятельности.

На основании настоящей карты, организаторы информационной работы НКО определяют взаимные интересы (формируют их) и проводят переговоры о сотрудничестве (при личной коммуникации) или основываются на них в своих информационных материалах (при массовой коммуникации).

## **К теме 2. Возможности электронных и сетевых ресурсов для информационной работы обществ пациентов**

### **ЭЛЕКТРОННЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Прогресс и модернизация в современном обществе тесно связаны с применением информационных технологий. Союз пациентов стремится содействовать распространению равных возможностей и социальной интеграции наиболее уязвимых категорий населения посредством информационных и коммуникационных технологий (ИКТ),

ИКТ является инструментом, позволяющим облегчить доступ к обмену информацией на протяжении всей жизни, предоставляя людям новые возможности в обучении, карьере и бизнесе.

Всероссийский союз пациентов (ВСП) разработал концепцию и инициирует внедрение стратегии электронной включенности (e-inclusion).

Целью такой стратегий является

- повышение доступа к информационно-технологической инфраструктуре групп пациентов;
- содействие в распространении базовой компьютерной грамотности и профессиональных программ обучения;
- поддержка регионального, субрегионального и межгосударственного сотрудничества и обмена передовым опытом использования ИТ для интеграции пациентов..

ИКТ обладают большим потенциалом для поддержки всех категорий пациентов на протяжении всей жизни. Применение средств ИТ может компенсировать отсутствие естественных функций организма, способствуя, таким образом, созданию подходящих условий для интеграции, социальной реабилитации, улучшению качества жизни пациентов и членов их семей.

#### **Социальные сети**

Социальные сети на данный момент занимают довольно большой сегмент российского интернет-пространства. Это мощный инструмент для создания (или изменения) общественного мнения.

Существует два варианта работы соц.сети, которые необходимо учитывать при их создании.

Социальная сеть используется в качестве ретранслятора событий с основного сайта.

Социальная сеть используется в качестве инструмента для прямого диалога.

Исходя из многолетнего опыта можем рекомендовать следующую схему. Создаются аккаунты во всех социальных сетях, но комментарии пользователей отключены. Для общения пользователей нужно можно сделать более удобный и более управляемый механизм – это форум.

Твиттер <https://twitter.com/PatientsRu>

Фейсбук [ссылка](#)

Ютьюб <http://www.youtube.com/user/PatientsRu>

Галерея <http://armss.ru/gallery/index.php?cat=30>

### **Вебинары. видео и аудиоконференции**

Возможность проводить видеоконференции в любом качестве (вплоть до HD) и транслировать несколько участников одновременно. Встроенная VoIP система передачи речи и интеграция с телефонными линиями (телеконференсинг), позволит участвовать в вебинарах в любой точке планеты, независимо от наличия и качества интернет-соединения.

### ***Доступ на мероприятие***

а) Открытый с предварительной регистрацией – регистрация участников до начала мероприятия, возможность зарегистрироваться на мероприятие, войти как гость, войти с учетными данными Webinar.ru

б) закрытый по паролю – доступ возможен только по паролю, который вы сообщите приглашенным. При выборе закрытого доступа по паролю, отобразится поле для ввода пароля. После ввода пароля, возможность зарегистрироваться на мероприятия либо войти с учетными данными Webinar.ru

Доступ к открытому мероприятию возможен всем приглашенным участникам, а также участникам, посетившим мероприятие в качестве гостя.

### **Что такое облако?**

Облачный сервис – это возможность предоставлять пользователю различные возможности через Интернет. Если совсем просто, то это возможность пользоваться различными программами, дисковым пространством, железом удалённо. Облако - это персональное надежное хранилище в интернете. Все нужные файлы всегда под рукой, доступны в любой точке мира с любого устройства. С помощью Облака вы экономите место на жестком диске компьютера или в памяти смартфона.

Облако интегрировано с вашими почтовым ящиками (майл, гугл, яндекс). Благодаря этому вы можете сохранить в Облако любой из полученных в письме файлов, а можете – сразу все.

Также, отправляя новое письмо, вы легко прикрепите к нему файлы из Облака. Нажав на кнопку «Прикрепить файл», вы сможете выбрать, откуда его взять: с компьютера, из Почты или из Облака. Какой бы вариант вы ни предпочли, ваш адресат получит письмо с обычным вложением.

В Облаке вы можете создавать общие папки и совместно с другими пользователями хранить файлы и вносить изменения в содержимое. Например, вы можете вместе с друзьями делиться фотографиями из отпуска, создавать семейный архив, организовывать групповую работу над проектом или пополнять общую папку с учебными материалами.

Существует несколько основных русскоязычных облачных сервисов.

### ***Google Drive***

Сервис удобен тем, что он связан с Google-аккаунтом пользователей и позволяет совместно работать над файлами прямо в браузере. При этом есть удобная система отслеживания версий, возможность восстановить нужную версию в любой момент.

При редактировании файлов в режиме онлайн пользователь будет работать с облачными инструментами Google, возможности которых вполне сравнимы с функциями офисного пакета Microsoft Office.

А файлы изображений и PDF-документы можно просто просматривать с помощью Google Drive.

Файлы можно группировать по папкам, добавлять к ним комментарии. Пользователям бесплатно выделяется 15 гигабайт дискового пространства для хранения их данных. Удобная система поиска по имени и по содержимому файла тоже выделяет этот сервис среди конкурентов. Кроме этого, пользователи Google Drive получают такие стандартные возможности, как настройка параметров доступа к файлу, просмотр статистики работы с документом.

### ***Облако@Mail.Ru***

Этот сервис предоставляет самый большой объём дискового пространства для хранения файлов — 25 гигабайт бесплатно. Хотя некоторым повезло, и им удалось получить аж целых 100 бесплатных гигабайт в период проведения акции Mail.ru. На сайте можно хранить фото, видео, аудиофайлы, презентации, рабочие документы и другие данные.

Есть удобная передача фото и видео с телефона непосредственно в облачное файловое хранилище. Ссылки на файлы, размещённые в «облаке», можно в один клик отправить другому человеку по электронной почте либо в SMS.

Присутствует возможность предварительного просмотра файлов Word, Excel, PowerPoint, PDF.

Есть функция создания папок с совместным доступом.

### ***Яндекс.Диск***

«Яндекс.Диск» предоставляет пользователям 10 гигабайт для хранения файлов, однако через разные акции и партнерские ссылки этот объём можно увеличить. Работать с данными можно через браузер или через клиентское приложение.

«Яндекс.Диск» оснащён встроенным редактором графических файлов, который доступен как через браузер, так и через мобильные приложения.

Этот сервис также обладает функцией автоматической загрузки фото и видео с мобильных устройств – если на них установлено соответствующее мобильное приложение.

Специальная папка «Фото из соцсетей» позволяет задать размещение на «Яндекс.Диске» фотографий, сохранённых в социальных сетях. Если фото из соцсети пропадёт, пользователь сам захочет его удалить либо потеряет доступ к своему аккаунту, все фотографии можно будет восстановить через

«Яндекс.Диск». Таким способом сервис может работать с «ВКонтакте», «Одноклассниками», Facebook, Google+ и Instagram и, конечно же, социальной сетью «Мой мир».

Файлы можно перетаскивать в окно браузера, и они сразу же будут копироваться в облачное хранилище файлов.

### **Что такое skype**

Skype — это небольшая программа, которая позволит вам звонить бесплатно вашим друзьям по всему миру. Вам не нужно платить за эту программу. Она бесплатная.

Бесплатные звонки, видеозвонки и обмен мгновенными сообщениями между абонентами Skype в любое время суток и в любом уголке планеты.

Установка Skype на компьютер

Как установить программу Skype? Процесс инсталляции!

Если Вы устанавливаете Skype для Windows то для работы Skype на Вашем компьютере должна быть установлена операционная система Windows 2000, XP, Vista или Windows 7-8

Установка Skype на компьютер совсем не сложна, нужно только скачать программу, запустить скачанный файл и далее следовать указаниям помощника установки!

#### ***1. Запустите скачанный файл установки Skype***

На экране появится вопрос о том, что Вы хотите сделать с файлом под названием SkypeSetup.exe.

После этого может появиться еще одно сообщение с просьбой подтвердить запуск этой программы. Еще раз нажмите «Запустить».

#### ***2. Следуйте инструкциям мастера установки***

По окончании загрузки появится мастер установки Skype Setup Wizard, который поможет Вам завершить установку.

#### ***3. Запустите Skype***

По окончании установки Вы сможете открыть Skype, просто нажав на значок Skype на рабочем столе или на панели задач.

#### ***Настрой свой Skype, настройки и возможности***

Программа очень проста в настройках, точнее задумано так, чтобы пользователь, установив Skype на компьютер, не испытывал затруднений, поэтому основные настройки Skype делаются в процессе установки Skype на компьютер, то есть во время установки Вам будет предложено придумать и вписать логин, так же Вам будет предложено придумать пароль, и конечно нужно будет указать Ваш e-мейл. Согласитесь, эти настройки совсем не сложные! Скайп

всегда стремится сделать использование программы более комфортным, поэтому выше перечисленные настройки Skype являются основными, и не сложными.

### ***Дополнительные настройки Skype***

Конечно же, в Skype можно самому сделать дополнительные, более тонкие настройки, но в большинстве случаев, дополнительные действия не нужны. Например, такие настройки как настройка звука, обычно не требуют дополнительных действий, и по умолчанию адаптируются к вашему компьютеру. Если же Вам необходимо произвести дополнительные действия с программой, то нажмите Инструменты – Настройки и увидите в открывшемся окне Настройки Skype Общие, Настройки Skype Звук, Настройки Skype Видео, Настройки Skype Чата и т. д.

### ***Наушники, микрофон***

В Скайпе легко настроить и наушники и микрофон! После установки программы на компьютер вам следует подключить к компьютеру наушники, разъем наушников нужно воткнуть в компьютер в гнездо для наушников, настройка микрофона, подразумевает что Вам нужно разъем микрофона воткнуть в разъем для микрофонов, находящийся на вашем компьютере, в большинстве случаев разъемы находятся на задней панели компьютера. Как правило, после подключения наушники и микрофон больше не требуют делать никаких регулировок, но все же при необходимости вы можете это сделать в меню Инструменты – Настройки.

Некоторые настройки Skype совершает сам! Например, проверка всего оборудования, слышно Вас или нет, таким образом, у Вас не возникнет затруднений.

### ***Логин Skype – Ваш пропуск в Skype***

Skype логин очень важен, еще его называют Skype name, без него Вы не сможете пользоваться Скайпом, Вы не сможете авторизоваться, войти в Skype. Логин - это Ваше уникальное имя пользователя, зная его, другие пользователи смогут найти Вас в системе.

Skype логин, это имя по которому другие пользователи могут Вас найти и позвонить!

Логин Skype может быть любым, главное чтобы он был уникальным, может оказаться, что имя, которое Вы хотите зарегистрировать, уже занято, и используется кем-то другим. В этом случае Вам нужно придумать другой логин, чтобы он отличался от предыдущего хотя бы одним символом.

Логин желательно записать, чтобы потом не забыть, он нужен для входа в систему.

### ***Совершение бесплатных звонков другим абонентам Skype***

Звонки со Skype на Skype бесплатны, чтобы позвонить другим абонентам нужно

1) Во вкладке контакт выбрать пользователя, которому хотите совершить звонок, предварительно добавив его.

2) Нажать правой кнопкой на этого пользователя и выбрать в меню «Звонить» или нажать круглую зеленую кнопку.

3) После завершения разговора нажать круглую красную кнопку «Завершить звонок».

Чтобы найти абонента и добавить к списку контактов, выберите меню «Инструменты» → «Добавить контакт». Еще способ использовать кнопку на панели самого Skype. В открывшемся новом окне поиска вы можете искать друзей по имени, или используя другую информацию, найденным абонентам можно звонить, совершать звонки со Skype на Skype бесплатно.

Уважаемые пользователи помните, что бесплатный сыр бывает только в мышеловке! И в Skype не все бесплатно как кажется на первый взгляд. Бесплатно звонить можно только с компьютера на компьютер, за остальное нужно платить.

### ***Сетевой статус пользователя Skype***

Настройки сетевого статуса пользователя Skype позволяют показывать другим абонентам, в сети ли Вы или нет. А Вы в свою очередь так же можете видеть кто из Ваших друзей в данное время в сети а кто нет. Это важно когда Вам не хочется чтобы Вас беспокоили или видели что Вы в сети, т.е. Вы можете поставить статус не в сети и никто не будет знать что на самом деле Вы находитесь в сети. А когда кто-то из близких появится в сети то вы увидите это по его статусу.

Покажите всем что Вы в сети! Посмотрите кто свободен для разговора!

Настройка параметров сетевого статуса

Настройка параметров сетевого статуса позволит пользователям из Вашей записной книжки, видеть когда Вы свободны и готовы к общению, а когда Вы заняты и не хотите чтобы Вас беспокоили. Сетевых статусов Skype существует всего десять. Благодаря статусу всем понятно подходящий ли сейчас момент для разговора, и Вы тоже можете видеть сетевой статус своих друзей.

### ***Список контактов Skype покажет, кто в сети, а кто нет***

С помощью данной функции можно видеть кто находится в сети а кто нет! Выберите из списка абонента и позвоните, бесплатным звонком со Skype на Skype или мгновенное сообщение в чате.

Кого можно добавить в список контактов?

В список контактов можно внести как абонентов Skype, так и обычные номера телефонов тех, кто пока еще не является пользователями Skype. Если нужно добавить пользователя Skype то вносится логин абонента, если нужно



внести в список абонента который не пользуется Skype, то Вы вносите его номер телефона, мобильного или обычного.

В дополнение к абонентам (тем, у кого установлен Skype) можно добавить простые – стационарные и мобильные – телефонные номера, на которые можно звонить по очень выгодным тарифам, где бы они ни находились.

### ***Способы связи с абонентами***

Нажмите на имя контакта или на номер телефона, а затем – на большую зеленую кнопку вызова. И Вы сможете обмениваться мгновенными сообщениями, пользоваться видеосвязью и отправлять файлы другим пользователям одним нажатием кнопки, также отправлять текстовые сообщения на мобильные телефоны.

Существует несколько способов пополнения списка контактов Skype. можно найти друзей, близких и коллег, у которых уже есть эта программа, воспользовавшись поиском, также можно вручную добавить номера владельцев стационарных и мобильных телефонов.

### ***Телефонные конференции Skype***

Телефонную конференцию можно начать, когда все участники уже на линии, или постепенно добавлять участников к уже идущему разговору. Все услуги абсолютно бесплатны, и конференцию можно организовывать с большим количеством абонентов. Телефонные конференции можно проводить и с участием пользователей Skype, и с участием тех, кто пользуется обычными мобильными или стационарными телефонами.

Бесплатные телефонные конференции с большим количеством абонентов — хорошее решение, как для бизнеса, так и для личных целей. Телефонные конференции с друзьями и близкими доставят Вам немало радости. Просто добавляйте к уже идущей телефонной конференции новых абонентов и общайтесь одновременно со всеми.

Функция Телефонных конференций очень удобна, когда нужно что-то сообщить сразу всем коллегам, друзьям или родственникам, Не придется обзванивать всех по отдельности! Бесплатные телефонные конференции можно проводить и с участием пользователей Skype, и с участием тех, кто пользуется обычными мобильными или стационарными телефонами.

Как начать телефонную конференцию

Вам нужно выбрать участников из списка, щелкните на кнопку «Конференция» на панели инструментов. Это откроет окно конференции и вы будете видеть имена участников конференции. Когда эти участники ответят на ваш запрос, они будут добавлены к конференции. Если нужно добавить участника к конференции в то время когда телефонная конференция уже идет, то это тоже несложно сделать - просто присоедините звонящего к телефонной конференции.

### **Система электронного управления и документооборота «Мотив»**

Несколько лет назад, весть наш документооборот умещался на дискете, а обладатель 3 гигабайтного винчестера не знал чем заполнить такую «уйму» свободного места. Сейчас под документы не хватает и трех терабайт. Для того, чтобы сделать максимально доступным и сократить время поиска любого документа мы внедряем систему Мотив. Т.е. пользователь с любого компьютера получит возможность доступа ко всем документам, систематизированных определенным образом. Доступ, как просмотру, так и к добавлению. Плюс мы получаем электронную систему управления предприятием (организацией), т.е. возможность ставить задачи, отслеживать ход их выполнения и получать отчет.

Под систему выделена часть сервера и на данные момент идет установка, как серверного обеспечения, так и отладка приложений.

## Образец письма хостеру



**ОООИБРС**

**Общероссийская общественная  
организация инвалидов-больных  
рассеянным склерозом**

Организация со специальным консультативным статусом  
при Экономическом и Социальном Совете ООН

Россия, 125040, г.Москва, ул.Верхняя, д.34, стр.1  
тел. (499) 426 06 42, факс (846) 995 86 45  
e-mail: info@ms2002.ru, http://ms2002.ru  
http://форум.оооибрс.рф

Генеральному директору  
ЗАО "Гб.ру"  
О.А. Берниковой

Уважаемая Оксана Александровна,

В период 2010-2015гг. – была создана система информационного пространства для инвалидов, направленная на развитие тематического информационного поля, посвященного проблеме рассеянного склероза в России, выполняющая задачи обеспечения процессов сбора и анализа информации, публикации материалов в сети интернет, обеспечения условий для публикаций в печати, выступлений по телевидению и радио.

На данный момент назрела острая необходимость в создании общей системы управления информационными ресурсами, созданных ранее на разных площадках и под управлением разных КМС (Umbraco, Joomla, UMI.CMS) Выходом из складывающейся ситуации может стать введение в эксплуатацию системы сайтов на общем хостинге, поддерживающим как Unix так и Windows.

Общероссийская организация инвалидов-больных рассеянным склерозом, обращается к вам за благотворительной помощью в получении виртуального хостинга на безвозмездной основе на тарифном плане "Профи".

Введение подобной системы позволит упростить обслуживание сайтов, что в свою очередь поможет активизировать работу социально ориентированных НКО, работающих с пациентами в сфере здравоохранения и социальной защиты. Повысить квалификацию сотрудников НКО, входящих в целевую группу, в сфере социальной защиты пациентов. Развивать и расширять информационно-консультационного обслуживания как НКО, так и самих пациентов.

Мы уверены, широкое информационное освещение компании «Гб.ру» силами Общероссийской организации ИБРС, а так же Всероссийского союза пациентских организаций (мы являемся образующей организацией), поможет в ее продвижении на рынке услуг хостинга и привлечет новых потенциальных клиентов, как в РФ, так и за рубежом.

С уважением,

Директор информационной службы  
Общероссийской общественной организации  
инвалидов-больных рассеянным склерозом  
тел.+7 9879447762



О.Ю. Ипатов

### Справка:

Рассеянный склероз – тяжелое заболевание центральной нервной системы. Внезапно поражает молодых людей 12 - 35 лет, в 70% случаев - молодых мам. В отсутствие лечения в течении 2-3-х лет приводит к нарушениям функций опорно-двигательного аппарата. Лишенные передвижения пациенты не выходят из дома. Падает качество жизни семей. Это приводит к распаду семей, детской и взрослой безнадзорности, эскалации заболевания, суицидам. При общем числе пациентов в 200000 человек это является серьезной социальной проблемой.

При этом современное лекарственное обеспечение способно остановить развитие РС. А полноценная социальная реабилитация сохранить семьи, сохранить пациента как полноценного члена общества

## К теме 3. Обмен информацией на сайте и форуме ВСП

### САЙТ ВСП WWW.PATIENTS.RU

Одной из целей сайта ВСП является отображение результатов работы организации, по заявленным в Уставе направлениям. Исходя из указанной цели, сотрудникам региональных организаций рекомендуется своевременно, не позднее 3-х дней, от освящаемого события предоставлять информацию об этом событии в отдел информационных технологий посредством электронной почты для дальнейшей публикации на сайте.

Обращаем ваше внимание, что к публикации будут допущены материалы отвечающие следующим критериям.

- Материал, созданный на основе реальных событий, с обязательным участием представителей заявленной пациентской организации
- Инструкций, методические и нормативные материалы, непосредственно относящиеся к теме пациент/инвалид и т.д. (с комментариями автора статьи)
- Публикации сторонних источников в СМИ, касающихся деятельности заявленной организации и проблем пациентов в России.

#### Требования к материалу для размещения

Текстовая информация – в формате документов Word

<b>Заголовок</b> <i>Заголовок содержит информационный повод. В идеале его размер не должен не более 10 слов для корректного отображения в поисковых системах</i> <i>Формат заголовка Дата, город, текст заголовка</i> <i>Пример 08.07.2015. Самара. Круглый стол в рамках проекта «Возможности здоровья»</i>
<b>Ключевые слова, отражающие основную тематику статьи, 5-6 слов</b> <i>Пример круглый стол, организация инвалидов, проект «возможности здоровья»</i>
<b>Вводный текст, лид, (аннотация)</b> <i>должен содержать предисловие. Это предисловие будет присоединено к содержимому в основном текстовом поле. Если заметка короткая, можно всю ее разметить во вводной части. Эта часть отвечает на вопросы: «Кто?», «Что?», «Где?», «Когда?», «Почему?/Зачем?»</i>
<b>Основной текст</b> <i>будет показан после нажатия на ссылку «Продолжение...». В основном тексте раскрываются детали Вашей новости - «Как?», «Какие перспективы это имеет?»</i> <i>Новость должна быть от третьего лица.</i>

<b>Отдельными файлами высылается:</b>	
<b>Графическая информация</b> Фотографии, иллюстрации, схемы - в любом графическом формате (из фотоаппарата или сканера)*.gif, *.jpg, *.tif, с обязательными пояснениями к ним. Если есть необходимость, делайте пометки в тексте вводной и/или основной части в тех местах, где вы хотите разместить фото (иллюстрацию и т.п.)	
<b>Файлы документов для загрузки на сайт в формате Adobe Acrobat (*.pdf).</b> К документам необходим комментарий, в котором бы была раскрыта суть проблемы, и желаемый результат, а сам документ (оригинальный текст) будет прикреплен к материалу.	

### Создание раздела для НКО

Для создания раздела НКО на сайте ВСП необходимо предоставить справочную информацию.

#### *Справочная информация для страницы НКО*

##### *1. Информация об организации*

1.1. Полное название организации (согласно свидетельству о регистрации)

1.2. Сокращённое название организации

1.3. Дата создания организации

Число

Месяц

Год

1.4. Номер свидетельства о регистрации

1.5. Юридический адрес (с почтовым индексом) организации

1.6. Фактический адрес или адрес для корреспонденции (с почтовым индексом) организации

--

1.7. Телефоны (с кодом населённого пункта), факс, электронная почта, организации (если есть)

--

*Телефоны организации (с кодом населённого пункта)*

--

*Факс организации (с кодом населённого пункта)*

--

*Электронная почта организации*

1.9. Фамилия, имя, отчество и должность руководителя организации

--	--	--	--

*Фамилия*

*Имя*

*Отчество*

*Должность*

1.10 Реквизиты организации (ИНН, наименование учреждения банка, местонахождение банка, расчётный счёт, корреспондентский счёт, БИК, КПП)

--

*ИНН организации*

--

*КПП организации*

--

*Наименование учреждения банка организации*

--

--

*Корреспондентский счёт*

--

*БИК организации*

--

*Расчётный счёт организации*

*2. Информация о деятельности организации*

2.1. География деятельности организации

--

2.2. Предмет деятельности организации:

--

2.3. Основные виды деятельности организации

--

2.4. Цели миссии и задачи организации:

--

2.5. Количество членов организации

--

2.6. Количество лиц, которым постоянно оказывались услуги за последние года (если таковые имеются)

--

2.8. Основные реализованные программы/проекты за последние 5 лет (перечислить с указанием периода выполнения проекта,


названия проекта,  
суммы, источника  
финансирования,  
достигнутых  
результатов)

--

### **Форум ВСП <http://forum.patients.ru/>**

Общее количество зарегистрированных пользователей на данный момент невелико, но форум по праву занял ведущее место в нашей системе именно как механизм пользовательского участия в реализации задач ВСП. И именно в части достижения поставленных целей путем создания на форуме определенных условий, при которых пользователи понимают и начинают активно поддерживать (как виртуально, так и в реальном измерении) наши планы. Форум наиболее сложная и ответственная часть информационного пространства (в первую очередь в связи с его интерактивностью), всем сотрудникам и волонтерам приходится прилагать максимум усилий, это кропотливая, постоянная работа модераторов, администраторов, просто активистов, которые и днем и ночью вычитывают форум и не только механически правят его, но и стараются развернуть обсуждение в нужном нам направлении. Тут очень нужны и очень важны специалисты ВСП, хорошо разбирающиеся в различных аспектах лекарственного обеспечения и понимающих текущие и глобальные задачи Союза.

Суть работы форума заключается в создании пользователями (посетителями форума) своих тем с их последующим обсуждением, путем постинга сообщений внутри этих тем. Отдельно взятая тема, по сути, представляет собой тематическую гостевую книгу. Пользователи могут комментировать заявленную тему, задавать вопросы по ней и получать ответы, а также сами отвечать на вопросы других пользователей форума и давать им советы. Внутри темы также могут устраиваться опросы (голосования), если это позволяет движок. Вопросы и ответы сохраняются в базе данных форума, и в дальнейшем могут быть полезны как участникам форума, так и любым пользователям сети Интернет, которые могут зайти на форум, зная адрес сайта, или получив его от поисковых систем при поиске информации.



## ***Структура***

Темы одной тематики объединяются, для удобства в соответствующие Разделы и, таким образом, иерархия веб-форума: Разделы → Темы → сообщения (посты)

Сами сообщения имеют вид: «автор — тема — содержание — дата/время». Эти сообщения и все ответы на него с последующими комментариями образуют «ветку» (название обычно принято в древовидных форумах) или «тему» (также употребляются кальки «топик», «топ» от англ. topic; «тред», «трэд» от англ. thread).

Посетителям форума предлагается пройти процедуру регистрации. После регистрации, которая требует подтверждения самим пользователем либо администрацией форума, посетитель может авторизоваться, получая тем самым преимущества и бонусы при доступе к самому форуму и его сервисам. Далее он может редактировать свой профиль — страницу со сведениями о данном участнике, на которой он может сообщить информацию о себе, установить свой аватар, указать автоматически добавляемую к его сообщениям подпись.

## ***Внутренние сервисы***

Форум имеет систему личных сообщений, позволяющую зарегистрированным пользователям общаться индивидуально, аналогично электронной почте.

Форум при создании новой темы имеет возможность присоединения к ней голосований или опросов. При этом другие участники форума могут проголосовать или ответить на заданный в заголовке темы вопрос, не создавая нового сообщения в теме форума. Форум имеет возможность Поиска по своей базе сообщений. Форум отличается от чата разделением обсуждаемых тем и возможностью общения не в реальном времени. Это располагает к более серьёзным обсуждениям, поскольку предоставляет отвечающим больше времени на обдумывание ответа.

## **Почтовый сервер и возможность проведения рассылок**

Корпоративный почтовый хостинг с защитой от спама, позволяет не только иметь внутреннюю/внешнюю почтовую коммуникацию, но и проводить информационные рассылки на внешних пользователей. К примеру, за 2014 год было проведено 80 рассылок как корпоративного, так и федерального уровня. Общее кол-во прямых получателей 18.000 клиентов. Почтовая рассылка — прекрасный механизм, позволяющий в кратчайшие сроки добиться максимального охвата пользовательской аудитории.

Для руководителей организаций (групп) пациентов могут быть созданы списки рассылок, которые используются для рассылок почты нескольким корреспондентам. Список рассылки предоставляет средства автоматического добавления и удаления адресов из списка, позволяет задавать различные статусы адресам в списке, влияющие на их обработку и автоматически снабжать рассылаемые сообщения заданными для данного списка рассылки текстовыми

блоками. Список рассылки имеет владельца, который должен иметь почтовый ящик в домене, к которому принадлежит список рассылки. Владельцы электронных адресов, входящих в данный список рассылки называются подписчиками.

### ***Консультирование***

На форуме Всероссийского союза пациентов ([forum.patients.ru](http://forum.patients.ru)) открыт новый сервис: чат с он-лайн консультантом. Сервис он-лайн консультант предназначен для значительного улучшения интерактивного взаимодействия с посетителями сайта. Согласно статистических данных, около 30%-50% пользователей интернета предпочитают общаться по средствам переписки. И чем проще возможность написать, тем больше вероятность установления контакта. Именно наш сервис онлайн-консультант нацелен на установление контактов с посетителями сайта.

Этот сервис позволит вам получить консультацию экспертов ВСП в он-лайн режиме. В отличие от консультант-блога, который продолжает работать и принимать ваши вопросы, чат обеспечит вам полную конфиденциальность переписки, чего, судя по отзывам, не хватало многим нашим пользователям в блоге и на форуме.

Напоминаем, что вы также можете получить индивидуальную консультацию у экспертов ВСП по горячей линии 8-800-500-82-66 в рабочие дни с 13 до 14 и с 17 до 19 часов по московскому времени. Если вы забыли номер горячей линии и время работы, то сможете найти нужную информацию на форуме ВСП в объявлении бегущей строкой.

## К теме 4. Организация сбора информации

### СБОР ИНФОРМАЦИИ

Как мы уже говорили, отправной точкой информационных программ в частности и работы НКО в целом должен быть сбор и анализ информации. Такая работа должна вестись перманентно в течение всей работы НКО и реализации отдельных проектов.

Каким образом НКО может собирать информацию?

Когда НКО встроена в систему коммуникации и общественно-государственной деятельности в регионе, когда НКО работает посредником между социальными партнерами – пациентами, врачами, представителями органов власти, журналистами и т.п. – информация стекается к ней со всех сторон. Важно запустить этот процесс.

Ниже предложена простая базовая схема каналов сбора информации общественной организацией о ситуации в здравоохранении. Далее эта схема может быть дополнена в соответствии с конкретными задачами и спецификой общественной организации.

#### **Сбор информации**

##### *Анализ общей ситуации в сфере здравоохранения региона*

К информации об общей ситуации в сфере здравоохранения региона относятся данные о социально-демографической ситуации, показателях общественного здоровья, об основных параметрах системы государственно здравоохранения, показателях работы системы здравоохранения.

Сбор информации осуществляется через анализ открытых источников, через запросы в органы государственной власти от имени субъектов общественного контроля (общественных палат и советов).

Собранные по итогам данные заносятся экспертами в Таблицу данных и используются при подготовке Отчета регионального эксперта по результатам гражданского контроля по итогам квартала.

##### *Анализ проблем пациентов*

К информации о проблемах пациентов относятся данные о качестве и доступности медицинского обслуживания граждан, адекватности стандартов и их соблюдении, удовлетворенности пациентов, обращениях пациентов.

Сбор информации осуществляется через анализ открытых источников, через прием обращений граждан, через индивидуальные и групповые встречи с представителями пациентской общественности, через личный экспертный опыт пациентов – участников системы гражданского контроля.

Собранные по итогам данные и экспертная оценка заносятся экспертами в Таблицу данных и используются при подготовке Отчета регионального эксперта по результатам гражданского контроля по итогам квартала.

### ***Прием жалоб и обращений граждан.***

Осуществляется через прием региональными экспертами жалоб и обращений граждан по вопросам в сфере здравоохранения. Информация о приеме распространяется организаторами проекта среди пациентских организаций регионов и широкую общественность, через: контакты с НКО и сообществами пациентов, через специалистов, общественные советы и общественные палаты, через материалы информационной работу, публичные выступления, публичные и рабочие мероприятия проекта. Прием жалоб осуществляется по телефону, по электронной почте, а так же лично – в центральном офисе проекта и, по возможности, лично – на рабочих местах региональных экспертов проекта.

Алгоритм приема жалобы включает в себя:

- консультирование гражданина по сути обращения,
- содействие в разрешении проблемы, через организацию консультации с представителями компетентных органов власти,
- при невозможности разрешения проблемы гражданином силами экспертов и партнеров гражданского контроля - содействие в оформлении обращения и направлении его в компетентные органы власти,
- ведение статистики обращений.

Статистика обращений ведется путем ведения экспертом журнала обращений по следующей форме

### ***Форма журнала обращений***

<b>№</b>	<b>Дата обращения</b>	<b>ФИО, контактные данные обратившегося</b>	<b>Суть обращения</b>	<b>Предпринятые действия</b>	<b>Результат (вопрос разрешен или иной результат)</b>
1.					
2.					
3.					

Для формирования представления о сфере региональный эксперт должен получать в месяц не менее 30 обращений.

Собранные по итогам работы с жалобами в течение квартала данные и экспертная оценка заносятся экспертами в Таблицу данных и используются при подготовке отчета по результатам гражданского контроля (удобнее всего это делать для себя по результатам квартала).

### ***Анализ работы общественных советов при органах управления здравоохранения в регионах проекта***

Осуществляется через участие в работе советов при органах управления здравоохранения в регионах проекта (в первую очередь в работе общественного совета при государственном органе управления здравоохранения субъекта РФ, Общественного совета по защите прав пациентов при Территориальном органе Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения), через анализ официальных документов (регламентирующих документов, планов, отчетов, переписки) и мероприятий, личную экспертную оценку работы советов.

Собранные по итогам данные и экспертная оценка заносятся экспертами в Таблицу данных и используются при подготовке Отчета регионального эксперта по результатам гражданского контроля по итогам квартала.

### ***Анализ действующих и вновь принимаемых региональных НПА в сфере здравоохранения.***

Осуществляется через изучение текстов действующих и вновь принимаемых региональных НПА в сфере здравоохранения. Анализ осуществляется региональными экспертами проекта и членами региональной общественной группы на предмет: соответствия федеральному законодательству, соответствия общественным интересам (интересам пациентов).

Собранные по итогам данные и экспертная оценка заносятся экспертами в Таблицу данных и используются при подготовке Отчета регионального эксперта по результатам гражданского контроля по итогам квартала.

### ***Анализ информации от экспертов в сфере здравоохранения.***

Осуществляется через выборочное интервьюирование специалистов в различных сферах здравоохранения. Выбор специалистов осуществляется каждым региональным экспертом по своему выбору, исходя из собранной информации о ситуации в регионе, запросов пациентов, собственной экспертной оценки сфер, на которые необходимо обратить внимание.

Типовой гид экспертного интервью может базироваться на следующем перечне вопросов:

1. Сфера (раздел, направление) здравоохранения.
2. ФИО, должность респондента (если респондент не согласен их указать, то – каков статус респондента).
3. Общее состояние сферы.
4. Достижения региона в сфере.
5. Что нуждается в сфере в регионе в улучшении, рекомендации респондента.

При систематически организованной работе по сбору информации организацией по единому алгоритму в нескольких регионах, удобнее всего учет информации вести по единой форме в редакторе MS Excel.

Форма учета данных по общественному (гражданскому) контролю и мониторингу ситуации вообще может выглядеть примерно так.

**Таблица данных по результатам общественного контроля здравоохранения за квартал.**

			Регион 1	Регион 2	Регион 3	Регион 4	Регион ...	ИТОГО
<b>1.1.</b>	<b>ПАСПОРТ ОТЧЕТА ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ</b>	-	-	-	-	-	-	-
1.1.1.	ФИО автора	ФИО						-
1.1.2.	Контактные данные УОЭ	тел., e- майл, почтовый адрес						-
1.1.3.	Дата сдачи отчета	дд.мм.гг						-
<b>1.2.</b>	<b>ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ЗДРАВООХРАНЕНИИ</b>	-	-	-	-	-	-	-
1.2.1.	Общая численность населения региона	тыс. чел						0
1.2.2.	Численность населения в столице региона	тыс. чел						0
1.2.3.	Общая численность сельского населения региона	тыс. чел						0
1.2.4.	Всего инвалидов в регионе	тыс.чел						0
1.2.5.	Смертность в регионе (последние данные)	чел. на тыс.						0
1.2.6.	Детская смертность в регионе (последние данные)	чел. на тыс.						0
1.2.7.	Рождаемость в регионе (последние данные)	чел. на тыс.						0
1.2.8.	Количество врачей и медсестер в гос. здравоохранении	чел						0
1.2.9.	Обеспеченность кадрами системы здравоохранения	%						0
1.2.10.	Бюджет региона на 2015 г.	млн. руб.						0
1.2.11.	Бюджет здравоохранения региона на 2015 г.	млн. руб.						0
1.2.12.	Доля бюджета здравоохранения в бюджете региона (автоформула)	%						0
<b>1.3.</b>	<b>ОБЩЕСТВЕННЫЕ СОВЕТЫ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>1.3.1.</b>	<b>ОС при органе управления здравоохранением субъекта</b>	-	-	-	-	-	-	-
1.3.1.1.	Наличие общественного совета де юро	1/0						0
1.3.1.2.	Количество членов в совете	чел.						0
1.3.1.3.	Количество НКО пациентов в совета	ед.						0
1.3.1.4.	Количество заседаний с начала года	ед.						0
1.3.1.5.	Количество иных публичных мероприятий с начала года	ед.						0
1.3.1.6.	Количество принятых жалоб и обращений в 2015 году	ед.						0
1.3.1.7.	Наличие интернет представительства (сайт, страница)	1/0						0
1.3.1.8.	Экспертная оценка качества работы в 2015 г.	1-10 балл.						0
<b>1.3.2.</b>	<b>ОС по защите прав пациентов при органе управления здравоохранением субъекта</b>	-	-	-	-	-	-	-
1.3.1.1.	Наличие общественного совета де юро	1/0						0
1.3.1.2.	Количество членов в совете	чел.						0
1.3.1.3.	Количество НКО пациентов в совета	ед.						0
1.3.1.4.	Количество заседаний с начала года	ед.						0
1.3.1.5.	Количество иных публичных мероприятий с начала года	ед.						0

1.3.1.6.	Количество принятых жалоб и обращений в 2015 году	ед.								0
1.3.1.7.	Наличие интернет представительства (сайт, страница)	1/0								0
1.3.1.8.	Экспертная оценка качества работы в 2015 г.	1-10 балл.								0
<b>1.3.3.</b>	<b>ОС по защите прав пациентов при ТО Росздравнадзора</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3.3.1.	Наличие общественного совета де юро	1/0								0
1.3.3.2.	Количество членов в совете	чел.								0
1.3.3.3.	Количество НКО пациентов в совета	ед.								0
1.3.3.4.	Количество заседаний с начала года	ед.								0
1.3.3.5.	Количество иных публичных мероприятий с начала года	ед.								0
1.3.3.6.	Количество принятых жалоб и обращений в 2015 году	ед.								0
1.3.3.7.	Наличие интернет представительства (сайт, страница)	1/0								0
1.3.3.8.	Экспертная оценка качества работы в 2015 г.	1-10 балл.								0
<b>1.4.</b>	<b>НКО ПАЦИЕНТОВ</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.4.1.	Количество активно действующих НКО пациентов в регионе (список приводится в текстовом Отчете эксперта ГК за квартал)	ед.								0
1.4.2.	Количество людей которых представляют (кол-во пациентов * 3 раза)	чел.								0
1.4.3.1.	Оценка гражданской активности пациентской общественности в регионе	1-10 баллов								0
1.4.3.2.	Оценка качества условий, созданных органами власти пациентской общественности для проявления гражданской активности	1-10 баллов								0
<b>1.5.</b>	<b>РАБОТА С ЖАЛОБАМИ И ОБРАЩЕНИЯМИ</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.5.1.1.	Принято экспертом жалоб и обращений в году	ед.								0
1.5.1.2.	Удовлетворено и снято жалоб путем консультаций	ед.								0
1.5.1.3.	Оформлено и перенаправлено жалоб в компетентные органы	ед.								0
1.5.1.4.	Находится в работе жалоб	ед.								0
<b>1.6.</b>	<b>ОЦЕНКА ПРОБЛЕМ ПАЦИЕНТОВ И СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ КВАРТАЛА</b>	10 баллов - макс. остр.	-	-	-	-	-	-	-	-
1.6.1.	Проблема обеспечения льготными л/с инвалидов	1-10 баллов								0
1.6.2.	Проблема обеспечения льготными л/с пациентов не инвалидов	1-10 баллов								0
1.6.3.	Сложность записи на прием в ЛПУ электронно	1-10 баллов								0
1.6.4.	Сложность записи на прием в ЛПУ (другие формы)	1-10 баллов								0
1.6.5.	Проблема обеспечения л/с пациентов при стационарном лечении	1-10 баллов								0
1.6.6.	Сложность госпитализации хронических больных при обострении	1-10 баллов								0
1.6.7.	Сложность госпитализации инвалидов 2-3 групп	1-10 баллов								0
1.6.8.	Нехватка мест в дневных стационарах для планового лечения	1-10 баллов								0
1.6.9.	Проблемы с получением бесплатных диагностических мероприятий	1-10 баллов								0
1.6.10.	Проблемы с прохождением пациентами МСЭ	1-10 баллов								0
1.6.11.	Проблема ухода госслужбами за лежачими больными	1-10 баллов								0
1.6.12.	Сложности получения инвалидами санаторно-курортного лечения	1-10 баллов								0
1.6.13.	Сложности получения инвалидами технических средств реабилитации	1-10 баллов								0
1.6.14.	Сложности получения реабилитационных услуг пациентами РС	1-10 баллов								0
1.6.15.	Проблема транспортировки ограниченных в передвижении инвалидов	1-10 баллов								0

1.6.16.	Отсутствие "безбарьерной среды"	1-10 баллов								0
1.6.17.	Проблема трудоустройства инвалидов	1-10 баллов								0
1.6.18.	Проблема переподготовки, обучения взрослых инвалидов	1-10 баллов								0
1.6.19.	Проблем безнадзорности детей из семей тяжелых инвалидов	1-10 баллов								0
1.6.20.	Проблема получения инвалидами психологической помощи	1-10 баллов								0
1.6.21.	Проблема организации досуга инвалидов	1-10 баллов								0
1.6.22.	Недостаточность стимулирования деятельности НКО в регионе	1-10 баллов								0
1.6.23.	<i>Иная актуальная проблема пациентов, укажите, оцените остроту</i>	1-10 баллов								0
1.6.24.	<i>Иная актуальная проблема пациентов, укажите, оцените остроту</i>	1-10 баллов								0
1.6.25.	<i>Иная актуальная проблема пациентов, укажите, оцените остроту</i>	1-10 баллов								0
1.6.26.	<i>Иная актуальная проблема пациентов, укажите, оцените остроту</i>	1-10 баллов								0
1.6.27.	<i>Иная актуальная проблема пациентов, укажите, оцените остроту</i>	1-10 баллов								0
<b>1.7.</b>	<b>АНАЛИЗ НПА</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	0
1.7.1.	В скольких НПА выявлены несоответствия федеральному законодательству с начала года (полные данные по необходимости приводятся в текстовом Отчете эксперта по ГК)	ед.								0
<b>1.8.</b>	<b>АНАЛИЗ МНЕНИЙ СПЕЦИАЛИСТОВ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.8.1.	Количество экспертных интервью с начала года (полные данные интервью приведены в текстовом Отчете эксперта по ГК)	ед.								0



## К теме 5. Подготовка писем, жалоб, обращений, запросов

### ПИСЬМЕННАЯ КОММУНИКАЦИЯ НКО

Письменная коммуникация является одним из важнейших видов деловой коммуникации. Письменный деловой язык делопроизводства является традицией которой НКО необходимо овладеть в обязательном порядке.

Участники НКО должны помнить правило:

***Жалоба – это средство информирования, а не конфликта.***

***Переписка – это основа принятия решения государственными структурами.***

#### Рекомендации по оформлению исходящей документации

1. Все исходящие оформляются на официальном бланке НКО (если организация всероссийская, то - дополняемом региональными контактными данными. Официальный бланк допускает использование без синей печати.
2. Письмам присваивается исходящий/входящий номер, включающий в себя: трехзначный номер письма, номер региона в соответствии с автономерах (см ниже), на второй строке дата. 

<i>Исх. № 071/077 от «20» мая 2015 г.</i>
---
3. В адресе должно быть указано, кому направляется письмо, и кому направляются копии. По возможности, все письма должны быть адресованы конкретной персоне (Губернатору М.И. Иванову и т.п.).
4. Если персону занимает руководящую должность в политической партии, общественной организации, учреждении, необходимо указать должность.
5. В конце письма должен быть указан автор, его должности, контактные данные.
6. Письмо должно уместиться на одной странице. Все дополнительные данные относятся в приложение. Письмо читает руководитель, приложения – специалист.
7. Письма должны быть выдержаны в деловом, конструктивном тоне. Использование категоричных, требовательных интонаций крайне не рекомендуется.
8. Письмо не должно допускать «смешения жанров»: информирования, жалобы, запроса. Должна соблюдаться одна интонация: недопустимо смешение обвинений и просьб.
9. Одно письмо должно содержать один вопрос. Если необходимо получить ответы на три вопроса от одного адресата, то ему отправляются три письма. Иначе ответ будет получен ответ на один и самый легкий из трех вопросов.
10. Тексты писем в обязательном порядке должны содержать отсылки к официальным документам с приведением их полных официальных названий.

11. В официальной корреспонденции препараты должны ВСЕГДА называться в соответствии с международным непатентованным наименованием (МНН): Торговые наименования в официальных письмах никогда не упоминаются

12. Все письма должны дублироваться следующим образом:

Все жалобы федерального уровня дублируются:

- В Аппарат правительства РФ
- В Комитет по здравоохранению ГД РФ
- В Комиссию по здравоохранению Общественной Палаты РФ
- Министру здравоохранения РФ
- В Росздравнадзор РФ

Все жалобы регионального уровня дублируются:

- Губернатору
- Председателю областного законодательного органа
- Министру здравоохранения региона
- Региональное представительство Росздравнадзора

Если организация межрегиональная или всероссийская, то все жалобы так же не должны также дублироваться в центральный аппарат организации. Однако это указывать в текстах писем не нужно.

## **Памятка – как написать письмо чиновнику**

### ***Зачем нужна переписка с чиновником***

- Обмен официальными позициями.
- Информирование власти о существующих вопросах или проблемах.
- Возможность дальнейшего повышения уровня обсуждения проблемы.
- Использование ответа властей в дальнейшей работе, информировании пациентов и врачей.

### ***Прежде чем просить чиновника***

- Поймите чего вы хотите.
- Проверьте, что ваши требования правильные.
- Установите взаимодействие с профессионалами, которые могут вам помочь.
- Соберите хорошие данные (регистры, результаты лечения и т.д.).
- Представьте твердые аргументы (социальный, медицинский, экономический, юридический, моральный и этический, политический...).
- Подготовьте «почву»: встречи, публикации и т.д.
- Определите соответствующего чиновника для направления письменного обращения.

### ***Как написать письмо чиновнику: атрибуты***

- Бланк.
- Дата.
- Исходящий номер.
- К кому обращаемся – ФИО, должность.
- Правильное оформление текста (размер шрифта, знаки, жирный шрифт, отступ, абзац, восклицательные знаки).
- Подпись.
- Список приложений к письму.

### ***Как написать письмо чиновнику: содержание***

- Описание проблемы (одна!).
- Четко сформулированная просьба (одна!).
- Лаконичный текст.
- Аргументы и факты.
- Текст не более одной страницы, но возможно приложение к письму.

### ***Как написать письмо чиновнику: действия***

- Письмо должно поступить в официальном порядке: заказное письмо с уведомлением о вручении и описью вложения или сдать в канцелярию под расписку или штамп.
- Выйти на контакт с чиновником, а не ждать ответа.

### ***После получения ответа***

- Если отрицательный ответ:
  - Узнайте контрдоводы чиновника.
  - Подготовьте дополнительные аргументы.
  - Определите к какому чиновнику теперь обратиться (уровень выше или другое министерство).
  - Проинформируйте общественность через СМИ.
- Если положительный ответ:
  - Установите контакт с чиновником/
  - Узнайте сроки и порядок действия чиновника по Вашему обращению.
  - После выполнения обязательств – поблагодарите чиновника (письменно, через СМИ).

### ***Документы, регламентирующие обработку обращений***

- Конституция РФ. Статья 33. Граждане Российской Федерации имеют право обращаться лично, а также направлять индивидуальные и коллективные обращения в государственные органы и органы местного самоуправления.
- Федеральный закон «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» от 2 мая 2006 года № 59-ФЗ.

- Министерство здравоохранения и социального развития Российской Федерации приказ от 26 декабря 2011 г. №1643н об утверждении административного регламента министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации по предоставлению государственной услуги «организация приема граждан, своевременного и полного рассмотрения их обращений, поданных в устной или письменной форме, принятие по ним решений и направление ответов в установленный законодательством российской федерации срок».

### **Адресаты жалоб и обращений**

(Дублирование – губернаторам, председателям областных Зак. собраний, представителям Росздравнадзора)

<i><b>Кому</b></i>	<i><b>На что</b></i>
<i><b>Муниципалитеты, мэрии</b></i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Все виды медицинской и реабилитационной помощи, оказываемые в медицинских учреждениях муниципалитета</li> <li>▪ Проблемы жилплощади</li> <li>▪ Включение в муниципальные списки материальной поддержки</li> <li>▪ Необустроенность инфраструктуры, недостатки в организации безбарьерной среды (пандусы, поручни, лифты, подъемники и т.п.)</li> </ul>
<i><b>В региональные министерства (муниципальные департаменты)</b></i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Региональные программы обеспечения людей дорогостоящими препаратами (7 нозологий) из регионального бюджета</li> <li>▪ Все виды медицинской и реабилитационной помощи, оказываемые на территории субъекта федерации</li> <li>▪ Необеспечение средствами реабилитации в соответствии с федеральным и региональным перечнями</li> <li>▪ Необустроенность инфраструктуры, недостатки в организации безбарьерной среды (пандусы, поручни, лифты, подъемники и т.п.)</li> <li>▪ Необеспеченность лекарствами по ОНЛС для льготников-инвалидов с сохраненным соцпакетом</li> <li>▪ Проблемы получения гражданами ИПР в местных МСЭК</li> <li>▪ Нарушение трудового кодекса (в сфере занятости и т.п.)</li> <li>▪ Недостаток кадров в медицинских учреждениях для оказания социально-психологической реабилитации</li> </ul>

	<p>инвалидов и членов их семей</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Необходимость выделения целевых средств для некоммерческих организаций (НКО), объединяющих инвалидов из средств областного бюджета, заложенных на поддержку НКО</li> <li>▪ Невозможность размещения информации в СМИ</li> <li>▪ Обучение и переподготовка инвалидов</li> <li>▪ Поездки инвалидов по территории и за границу субъекта федерации (социальное такси, посадка в самолет и поезд, оплата места за коляску, оплата сопровождающего и т.п.)</li> <li>▪ Включение в специальные списки социальной защиты материальной поддержки (для одиноких матерей и т.п.)</li> </ul>
<b><i>Федеральное Министерство здравоохранения и социального развития РФ</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Нарушения федерального законодательства – дубль в РЗН</li> <li>▪ Проблемы, связанные с изменениями перечня лекарственных препаратов, – дубль в РЗН</li> <li>▪ Необходимость увеличения объема заявки (лимита) – дубль в РЗН</li> <li>▪ Листы ожидания, формируемые в регионах – дубль в РЗН</li> <li>▪ Проблемы с качеством исполнения заявки – дубль в РЗН</li> <li>▪ Проблемы логистики в исполнении региональной заявки (доставка в регион, оформление на аптечном складе, доставка пациентам) – дубль в РЗН</li> <li>▪ Необходимость создания в регионе института специальной помощи инвалидам</li> <li>▪ Необходимость создания в регионе медицинского и реабилитационного Центров для больных рассеянным склерозом</li> </ul>
<b><i>Уполномоченный по правам человека</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Все жалобы от конкретных физических лиц</li> </ul>

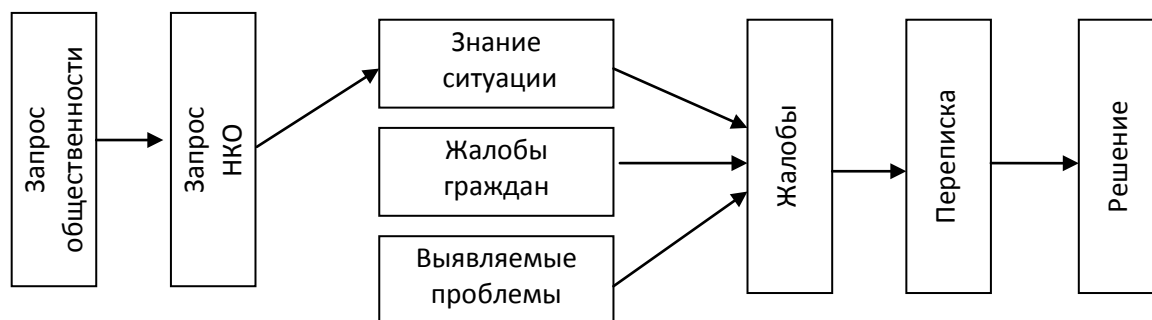
## Адресаты запросов

(Дублирование в Росздравнадзор, по необходимости)

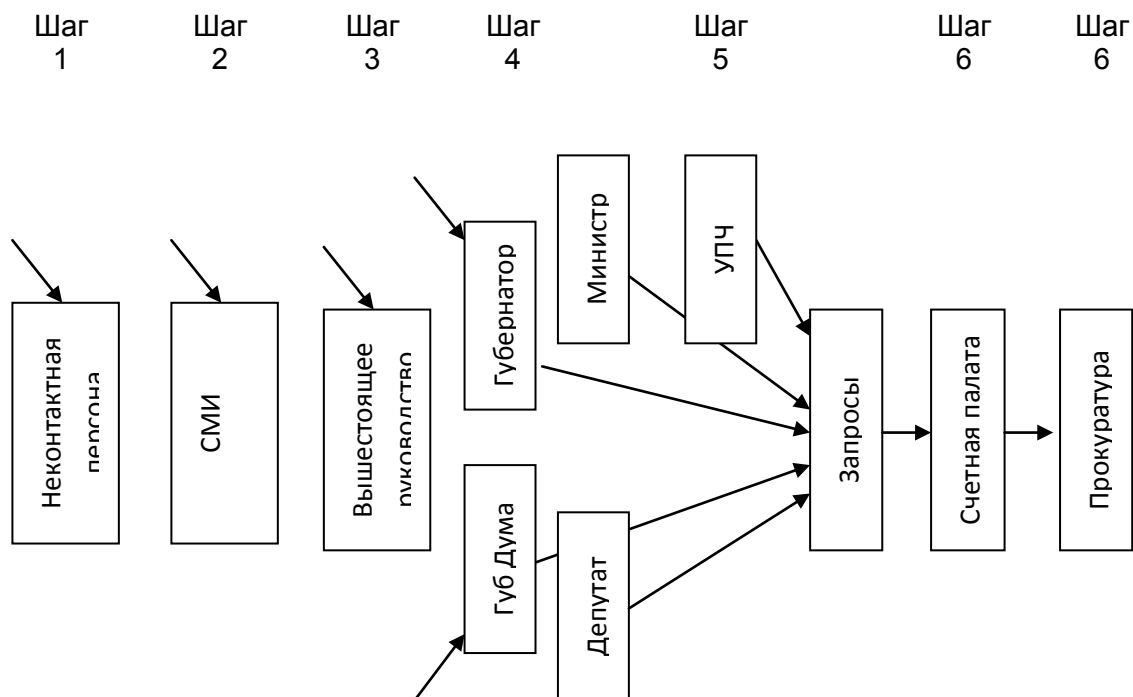
<i>Кому</i>	<i>Про что</i>
<i>Лечебно профилактические учреждения</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Койко-места</li><li>▪ Койко-дни по КСТ</li><li>▪ Протоколы ведения пациента</li><li>▪ Необходимость введения новых ставок</li><li>▪ Все вопросы, связанные с состоянием дел в учреждении в сфере обслуживания людей с РС</li></ul>
<i>Поликлиники</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Наличие регистра больных РС, количество людей – для создания и мониторинга полного списка больных РС (и тяжелых, и вновь выявленных – стремиться достичь количества, соответствующего среднестатистической распространенности РС в наших географических широтах – 38-40 больных на 100 тыс. населения, северо-запад – еще выше)</li><li>▪ Количество получающих дорогостоящие препараты и услуги</li><li>▪ Виды оказания медицинской помощи и препаратов в учреждении</li><li>▪ Количество отсроченных (нереализованных) рецептов, причины их наличия</li><li>▪ Помощь участковых специалистов (количество выходов, посещений, обходные листы)</li><li>▪ Вопросы, связанные с направлением на ВТЭК, МСЭК</li><li>▪ Вопросы, связанные с назначением индивидуальной программы реабилитации (ИПР)</li></ul>
<i>Аптеки</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Отсроченные рецепты</li><li>▪ Зарегистрированные рецепты</li><li>▪ Отоваренные рецепты</li><li>▪ Сроки отоваривания рецептов</li><li>▪ Возвраты на склад</li></ul>
<i>Аптечный склад</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Своевременность (даты) поступления препаратов</li><li>▪ Своевременность (период) принятия препаратов на склад</li><li>▪ Остатки</li></ul>
<i>Дистрибьютор</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Виды, объем и сроки поставок препаратов</li><li>▪ Остатки</li><li>▪ Способ доставки дорогостоящих ЛП больным РС</li></ul>
<i>Органы социальной защиты (только в интересах)</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Безбарьерная среда</li><li>▪ Объем и содержание местных программ поддержки инвалидов</li><li>▪ Предоставление списков нуждающихся в конкретных видах услуг и/или предметов больных РС для возможности</li></ul>

<i>инвалидов)</i>	оказания им адресной помощи на средства соцзащиты (финансы там есть всегда)
<b>Главные неврологи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Состояние региональной заявки в федеральный центр (количество людей, препараты)</li> <li>▪ Состояние заявки, финансируемой региональным бюджетом</li> <li>▪ Состояние листов ожидания, перевод граждан из листов ожидания в заявку</li> <li>▪ Состояние специализированной помощи на территории (специализированные центры – медицинские и реабилитационные, специализированные ставки, кадровое обеспечение)</li> <li>▪ Исполнение федеральной и региональной заявок, охват заявленных больных</li> <li>▪ Направления на санаторно-курортное лечение</li> <li>▪ Организация научно-практических конференций для обучения неврологов всего региона новым методам диагностики и лечения РС – особенно Южный федеральный округ</li> </ul>
<b>В региональное Министерство о здравоохранения</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Анализ качества медицинской помощи, оказываемой больным РС</li> <li>▪ Объем финансирования заявок из регионального и федерального бюджетов</li> <li>▪ Состояние исполнения заявок</li> <li>▪ Наличие решений о системе специализированной помощи (Центры РС и др.)</li> </ul>

**Схема. Запросы и жалобы в деятельности НКО**



**Схема. Последовательность взаимодействия с неконтактными контрагентами**



**Комментарий**

*Шаг 1.* Официальное обращение к контрагенту. Получение отказа в сотрудничестве, игнорирование вашего запроса или некачественный ответ.

*Шаг 2.* Точечное (1-2 публикации) распространение информации о нарушениях и недоброжелательном отношении в СМИ.

*Шаг 3.* Обращение с жалобой к руководству нежелающего сотрудничать контрагента.

*Шаг 4.* Обращение с жалобой к высшим руководителям на уровне субъекта: к Губернатору, Министру, Председателю областного законодательного органа, профильному (дружественному) депутату областного зак. органа. Инициирование писем от них к данной персоне. Инициирование депутатского запроса. Получение в руки массива переписки.

*Шаг 5.* Обращение с полученной перепиской к Уполномоченному по правам человека. Инициирование запроса от него.

*Шаг 6.* В случае наличия нарушений исполнения бюджета инициирование через Депутатов или УПЧ запросов в региональную Счетную Палату.

*Шаг 7.* Обращение с жалобой и приложенной перепиской в областную Прокуратуру. Данный шаг является крайней мерой, последним аргументом в полемике с неконтактной персоной и НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ к применению без консультации с ВСП.



## Коды регионов для нумерации в письмах

01	Республика Адыгея	49	Магаданская область
02	Республика Башкортостан	51	Мурманская область
03	Республика Бурятия	52	Нижегородская область
04	Республика Алтай	53	Новгородская область
05	Республика Дагестан	54	Новосибирская область
06	Республика Ингушетия	55	Омская область
07	Кабардино-Балкарская Республика	56	Оренбургская область
08	Республика Калмыкия	57	Орловская область
09	Карачаево-Черкесская Республика	58	Пензенская область
10	Республика Карелия	59	Пермская область
11	Республика Коми	60	Псковская область
12	Республика Марий Эл	61	Ростовская область
13	Республика Мордовия	62	Рязанская область
14	Республика Саха (Якутия)	64	Саратовская область
15	Республика Северная Осетия	65	Сахалинская область
16	Республика Татарстан	66	Свердловская область
17	Республика Тыва (Тува)	67	Смоленская область
18	Удмуртская Республика	68	Тамбовская область
19	Республика Хакасия	69	Тверская область
21	Чувашская Республика	70	Томская область
22	Алтайский край	71	Тульская область
24	Красноярский край	72	Тюменская область
25	Приморский край	73	Ульяновская область
26	Ставропольский край	74	Челябинская область
27	Хабаровский край	75	Читинская область
28	Амурская область	76	Ярославская область
29	Архангельская область	79	Еврейская автономная область
30	Астраханская область	80	Агинский Бурятский автономный округ
31	Белгородская область	81	Коми-Пермяцкий автономный округ
32	Брянская область	82	Корякский автономный округ
33	Владимирская область	83	Ненецкий автономный округ
34	Волгоградская область	84	Таймырский автономный округ
35	Вологодская область	85	Усть-Ордынский Бурятский автономный округ
36	Воронежская область	86	Ханты-Мансийский автономный округ
37	Ивановская область	87	Чукотский автономный округ
38	Иркутская область	88	Эвенкийский автономный округ
39	Калининградская область	89	Ямало-Ненецкий автономный округ
40	Калужская область	90	Московская область
41	Камчатская область	93	Краснодарский край
42	Кемеровская область	95	Чеченская Республика
43	Кировская область	96	Свердловская область
44	Костромская область	98	г. Санкт-Петербург
45	Курганская область	99	г. Москва
46	Курская область	150	Московская область
47	Ленинградская область	163	Самарская область
48	Липецкая область		

## К теме 6. Работа НКО со средствами массовой информации

### ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СМИ

#### СМИ как целевая группа

В массовых коммуникациях СМИ расценивают как рупор, действующий на большие аудитории. Для нас, сегодня, так же важна другая их функция: *телефона*, с помощью которого мы можем сообщить конкретному чиновнику о неких *тенденциях*.

Работа со СМИ не является самоцелью, но, тем не менее, она необходима. Если за год работы СМИ не упомянули НКО хотя бы 5 раз, считайте что НКО, как участника социальных процессов не существует, а проблема НКО большинству ЛПР не известна, что в свою очередь недопустимо.

Упоминания в СМИ – это не только средство продвижения, но и показатель того, насколько вы в *мейнстриме*, или по-русски говоря – в струе.

Организация бесплатных публикаций в СМИ опирается на единство интересов: СМИ нужны новости – Вы обладаете важной информацией.

#### Правила работы со СМИ

1. Рассматривайте любое событие как потенциальный информационный повод для публикации
2. Помните, что СМИ испытывают информационный голод. Учитывайте в какой именно информации нуждается то или иное издание и как оно ее подаст
3. Будьте инициативны: сами вступайте в контакт со СМИ, предлагайте информацию
4. Будьте готовы к встрече со СМИ: держите наготове информационно – справочный пакет
5. Сделайте за журналиста всю работу: придумайте повод, напишите текст, снабдите его цифрами, фактами, комментариями статусных лиц
6. Никогда не общайтесь с рекламными отделами редакций!

#### Алгоритм работы со СМИ

1. ***Осознайте, сформулируете сами для себя конкурентные преимущества вас как источника информации***
  - 1.1. Вы и ваша НКО успешны
  - 1.2. Вы лично - статусная фигура
  - 1.3. Вас легко найти, вы контактны
  - 1.4. Вы информативны, профессиональны
  - 1.5. Вы работаете по серьезной проблеме.

## 2. **Подготовка к встрече со СМИ:**

- 2.1. Подготовьте к встрече пресс-пакет, включающий:
  - 2.1.1. Обязательно: сведения о Вас как об НКО (ФИО представителя, название, контакты, история, достижения, партнеры во властной и профессиональной среде), о проблеме НКО вообще в стране и в регионе;
  - 2.1.2. По мере необходимости: описание конкретной проблемы, требующей решения в данный момент, подборки публикаций, статистики, результаты исследований, анализа, комментарии экспертов и видных лиц,
  - 2.1.3. Используйте приводимые ниже в Библиотеке статьи об РС. Ориентируйтесь на них, как на образцы, представляющие основные типы статей об РС. Берите из них тезисы для журналистов, куски для статей. Не показывайте их все СРАЗУ все журналисту!
- 2.2. Подготовьте основные тезисы своей позиции перед СМИ по основным содержательным вопросам

## 3. **Привлечение внимания СМИ**

- 3.1. Через Интернет, через анализ СМИ соберите информацию и создайте по приводимому образцу базу данных региональных СМИ для рассылки сообщений:

<b>Вид, название</b>	<b>Масштаб/тираж/ периодичность</b>	<b>Ориентация (деловое, развлекательное, общественно-политическое)</b>	<b>Контактные данные</b>
Газета Время	Городская, 5 раз в неделю, 12000 экз.	Общественно-политическая	Гл. редактор Иванова Лидия Петровна, <a href="mailto:ivan@vr.ru">ivan@vr.ru</a> , ф (848)3327615
Интернет портал Город	-	Информационно развлекательный	info@town.ru
Журналист Сергеев Петр			serp@mail.ru

В первую очередь нужны адреса рассылки: предпочтительно - е-майл, если нет, то факс.

Для города-миллионника база должна включать не менее 70 адресов, для города с населением в 800-500 тыс. - не менее 40 адресов.

- 3.2. Через посещение мероприятий, личные знакомства, посещение редакций наиболее значимых изданий («скажите, а кто у вас занимается социальной тематикой?») формируйте пул знакомых журналистов. В редакциях лучше всего знакомиться с редактором, замом редактора по «социалке», а так же молодыми журналистами, которые ищут темы, контактны и убеждаемы.
- 3.2.1. Сначала сообщайте им о: глобальной проблеме: инвалиды, ДЛЮ, дорогостоящие препараты и операции, средства реабилитации, контроль за госсредствами, проблеме вообще. И только потом сужайте тему до ситуации в регионе и конкретного больного.
- 3.2.2. В беседе обязательно выходите на конструктив, информированность и силу (см конкурентные преимущества выше) исходящие от вас, как от НКО. Сообщайте о достижениях целях и задачах. Но при этом не сводите все исключительно к вашей проблеме или к узкой проблематике одного пациента. Трактуйте вашу работу как одну из моделей глобального общественного участия и контроля. Иначе есть вероятность того, что от вас отмахнутся как от носителя слишком узкой, слишком страшной и неразрешимой проблемы.
4. Даже не нуждаясь в публикациях в данный момент, ведите текущую информационную поддержку вашей работы: готовьте и рассылайте пресс-релизы о важнейших событиях и достижениях (см папку Пресс-релизы).
5. При необходимости обращайтесь в редакции с открытыми письмами.

#### **Возможное содержание публикаций в СМИ**

<i>Аудитория</i>	<i>Цель</i>	<i>Содержание публикации/ примечания</i>
Власть	Подчеркнуть значимость проблемы	Социальная - государственная значимость проблемы Статистика Специфика региона – особенная значимость Примеры других регионов Человеческие истории: дети, молодые семьи, таланты
	Повысить статус НКО	Результаты работы НКО, проведенные мероприятия, акции, выступления Законодательство Результаты жалоб, проверок, предложений Апелляции к высоким инстанциям, цитирование федеральных VIP Указания конкретных виновных среднего звена Наличие конкретных предложений по

		преодолению Благодарности первым лицам за поддержку
Страдающие от заболеваний	Сообщить пациентам о возможности обращения к НКО, возможностях защиты и поддержки	Законодательство Права людей страдающих от заболеваний Достижения НКО, проведенные мероприятия, акции, выступления Схема работы НКО К кому, и по каким поводам обращаться
Проф. сообщество	Сотрудничество с НКО	Информирование о госпрограммах, о том куда посылать больных
СМИ	Привлечь к сотрудничеству, получать бесплатные публикации	Достижения НКО, проведенные мероприятия, акции, выступления Экспертные мнения по проблемам социальной политики Цифры, факты

<i>Виды СМИ по содержанию</i>	<i>Основная аудитория</i>
Деловые	Власть (все чиновники), бизнес (руководители)
Массовые, общественно-политические	Служащие, интеллигенция, пенсионеры
Развлекательные	Средние слои, домохозяйки, молодежь

<i>Виды СМИ по носителю</i>	<i>Нужные нам подвиды</i>
Телевизионные	Новостные выпуски и тематические передачи на кабельном и эфирном ТВ
Радио	Новостные выпуски и тематические передачи на FM и проводном радио
Печатные	Вкладки в федеральные, областные, городские, малые
Интернет	Новостные региональные порталы Тематические порталы Сайты организаций

### ***Рассылка***

1. Наиболее эффективно рассылать по e-майл адресам. Менее эффективно – по факсу. По почте – бессмысленно.
2. При рассылке по e-майл, в адресной строке ставите не более 5 адресов.
3. Если отправляете письмо на личный адрес конкретного журналиста, используйте его имя в обращении. Написание таких писем займет больше времени, зато они будут выглядеть как личные.
4. В названии письма пишете краткое яркое емкое название события «Фестиваль Инвалидов в Екатеринбурге», «Спасли инвалидов».
5. В теле письма пишете: Добрый день! Сообщаем о проведении Первого Екатеринбургского Фестиваля Инвалидов. Информация в прилагаемом письме. На фото изображены такие то.
6. Подпись (максимально статусно), контактные данные.
7. Пресс-релиз прикрепляете к письму в виде текстового файла. Иллюстрации прикрепляете к письму отдельными файлами.