



Вр-3178141

**МИНИСТЕРСТВО  
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНЗДРАВ РОССИИ)**

Рахмановский пер., д. 3/25, стр. 1, 2, 3, 4,  
Москва, ГСП-4, 127994,  
тел.: (495) 628-44-53, факс: (495) 628-50-58

22.12.2023 №21-4/1868

Органы исполнительной власти  
субъектов Российской Федерации в  
сфере охраны здоровья

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Во исполнение поручения первого заместителя Министра здравоохранения Российской Федерации В.С. Фисенко на заседании Оперативного штаба Минздрава России 21.12.2023 г. направляю методические рекомендации для проведения информационной кампании по теме здоровьесберегающих практик на период праздничных и выходных дней и первую рабочую неделю нового года с 25.12.2023 по 14.01.2024.

Обращаю внимание, что в целях эффективной организации информационной работы необходимо задействовать максимальное количество каналов коммуникаций для всех групп целевых аудиторий.

В рамках проведения информационной кампании необходимо организовать регулярную публикацию информационных сообщений в социальных сетях и СМИ, направленных на сохранение приверженности здоровьесберегающему поведению, в том числе, на период новогодних праздников.

Прошу доложить о ходе исполнения поручения в срок до **16.01.2024**.

Отчетная форма доступна по ссылке:  
<https://forms.yandex.ru/u/6585469cf47e731bb1a0ddae/>

Приложение: на 4 л. в 1 экз.

Помощник Министра

А.В. Кузнецов

Подлинник электронного документа, подписанного ЭП,  
хранится в системе электронного документооборота  
Министерства Здравоохранения  
Российской Федерации.

**СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП**

Сертификат: 01D92FEA74D21CC0000B3BA300060002  
Кому выдан: Кузнецов Алексей Викторович  
Действителен: с 24.01.2023 до 24.01.2024



# **Организация информационной кампании** *на период праздничных и выходных дней и первую рабочую неделю 2024 г. (с 25.12.2023 по 14.01.2024)*

## **1. Общие рекомендации для проведения информационной кампании**

Ниже приведены ключевые тезисы, направленные на организацию информационной работы на период праздничных и выходных дней и первую рабочую неделю нового года, а также каналы продвижения и примеры целевых аудиторий для использования в работе. Тезисы можно группировать в зависимости от того, какой целевой аудитории адресовано ваше информационное сообщение и какой используется канал коммуникации.

**Информационная кампания** – это спланированный, с определенными целями и задачами, комплекс мероприятий, направленных на информирование целевой аудитории с использованием различных каналов коммуникации, с целью побуждения к принятию новых, полезных для них самих и для общества, моделей поведения.

**Цель предстоящей информационной кампании** – проинформировать население о важности сохранения приверженности здоровьесберегающему поведению, в том числе, на период новогодних праздников.

**Срок проведения** – 25.12.2023 по 14.01.2024

Важно также, чтобы у информационных публикаций (в СМИ и социальных сетях) была выраженная и очевидная регулярность:

- не менее 10 публикаций в неделю — для СМИ;
- не менее 10 публикаций в неделю — для госпабликов в социальных сетях.

## **2. Ключевые тезисы в информационных материалах**

- Особое внимание к тематике сохранения и укрепления здоровья, здоровьесберегающего поведения в праздничный период;
- Планы на здоровый новый год: какие полезные привычки можно сформировать на будущий год;
- Распланировать в новом году отказ от вредных привычек и запланировать профилактический осмотр у врача;
- Как провести 1 января с пользой для здоровья;
- Активные новогодние праздники;

- Акцент на отказе от употребления алкоголя в праздники, опасность алкоголя;
- Что такое синдром праздничного сердца и к чему он приводит;
- Профилактика осложнений неинфекционных заболеваний;
- Профилактика состояний, вызванных чрезмерным перееданием (рацион питания для детей, беременных женщин, людей с хроническими заболеваниями);
- Профилактика осложнений и заболеваний у детей (ангина; отит; переохлаждение и т.д.)
- Профилактика травматизма пожилых родственников в зимний период;
- Профилактика травматизма, связанного с использованием петард и бенгальских огней;
- Как выйти на работу после новогодних праздников без стресса;
- Как вернуться к здоровому графику сна, если в новогодние праздники он сбил.

### **3. Целевые аудитории**

Информационное сообщение необходимо адаптировать с учетом целевой аудитории, которой оно адресовано, и использовать набор тезисов, который будет актуален выбранной целевой аудитории.

Так, например, родителям детей до 18 лет, может быть в том числе интересно, что делать, если ребенок заболел в праздники или как избежать определенных заболеваний. Информационное сообщение, адресованное этой целевой аудитории может содержать один тезис или несколько тезисов.

С целью эффективной организации работы необходимо задействовать максимальное количество каналов коммуникаций для всех групп целевых аудиторий.

#### **Примеры целевых аудиторий, которым адресовано сообщение:**

- Родители детей до 18 лет;
- Люди трудоспособного возраста;
- Пожилые люди;
- Беременные женщины;
- Родители детей-инвалидов;
- Взрослые люди с инвалидностью;
- Трудоспособные граждане, которые давно не проходили диспансеризацию.

### **4. Каналы и форматы коммуникации**

С целью эффективной организации работы **необходимо задействовать максимальное количество каналов коммуникаций и форматов.**

<b>Каналы коммуникации</b>	<b>Форматы коммуникации</b>
Официальный сайт министерства здравоохранения субъекта, официальные сайты медицинских организаций, региональный портал государственных услуг	Отдельно рекомендуется размещать информационные материалы на официальных сайтах региональных ведомств и их подведомственных учреждений.  Форматы материалов включают в себя новости, лендинг, разъясняющие форматы. Любые разъясняющие форматы, информационные материалы о здоровьесберегающем поведении с учетом специфики праздничного периода.
Госпаблики, социальные сети	Карточки, видео, инфографики, экспертные комментарии. Любые разъясняющие форматы. Комментарии людей, которые уже воспользовались онлайн-записью и остались довольны.
Медицинские организации (поликлиники, стационары)	Видео-ролики, плакаты о важности здоровьесберегающего поведения на период праздничных дней.
СМИ (печатные, ТВ и радио)	Новости, статьи, экспертные комментарии, разъяснения, сюжеты, социальная реклама, тематические сюжеты на региональном телевидении.  Размещение материалов в федеральных, региональных, муниципальных СМИ.

## Пример контент-плана



Вр-3178141

Тема/Инфоповод	Канал коммуникации	Формат сообщения	Спикер
Как избежать ангины и укрепить здоровье ребенка	Официальные сайты подведомственных медицинских учреждений, госпаблики, СМИ	Информационная публикация с комментарием экспертов	
10 советов: как отметить новогодние праздники с наименьшим риском для здоровья	Официальные сайты подведомственных медицинских учреждений, госпаблики, СМИ	Серия постов с тезисами о безопасном проведении праздников	
Чем заменить алкоголь на период праздников	Социальные сети	Инфографика, карточки в социальных сетях	
Об опасности тубинга	Официальные сайты подведомственных медицинских учреждений, госпаблики, СМИ	Текстовый комментарий. Карточки в социальных сетях	
Чем опасно переохлаждение и как его избежать	Социальные сети	Видео-ролик с рассказом от эксперта	
О вкусном и безопасном новогоднем меню для беременных и кормящих	Официальные сайты подведомственных медицинских учреждений, госпаблики, СМИ	Текстовый комментарий профильного специалиста	