



# Рекомендации по разработке кампаний

Международное руководство по планированию и проведению кампаний по борьбе с курением

---

*Проект организации Global Dialogue for Effective Stop Smoking Campaigns*



**GLOBAL**  
FOR EFFECTIVE  
STOP SMOKING  
CAMPAIGNS  
**DIALOGUE**

Данное руководство было разработано благодаря финансовой поддержке Министерства здравоохранения Канады (Health Canada), компании Pfizer и Американского общества борьбы с раковыми заболеваниями. Приведенные в руководстве мнения не обязательно совпадают с мнением спонсоров.

*Рекламные материалы и фотографии, содержащиеся в данном руководстве, предназначены только для ознакомительных целей. Они не должны транслироваться или публиковаться без разрешения организаций, осуществивших и профинансировавших их разработку. По вопросам использования любых графических материалов, обращайтесь, пожалуйста, по адресу: [info@stopsmokingcampaigns.org](mailto:info@stopsmokingcampaigns.org).*

Для получения дополнительной информации свяжитесь с сотрудниками Global Dialogue for Effective Stop Smoking Campaigns по адресу: [info@stopsmokingcampaigns.org](mailto:info@stopsmokingcampaigns.org).

Рекомендуемая библиографическая ссылка:

Feltracco A, Gutierrez K, *Campaign Development Tool Kit: An International Guide for Planning and Implementing Stop Smoking Campaigns*. Brantford, ON: Global Dialogue for Effective Stop Smoking Campaigns; 2007.

**Canada**

Financial contribution  
from Health Canada

## Символы, используемые в руководстве

В каждой главе пособия «Рекомендации по разработке кампаний: международное руководство по планированию и проведению кампаний по борьбе с курением» приводятся примеры из международного опыта по разработке антитабачных кампаний, ситуационные исследования, списки полезных ресурсов и подробные разъяснения. Эти материалы служат наглядной иллюстрацией теоретической и практической информации, предлагаемой в руководстве. Для облегчения пользования руководством используются символы, значение которых разъясняется ниже.



### «Ситуационное исследование»

Данным символом обозначаются ситуационные исследования опыта разных стран, наглядно иллюстрирующие концепции и идеи, предлагаемые в руководстве.



### «Международный опыт»

Данным символом обозначаются краткие обзоры международного опыта, служащие наглядной иллюстрацией какой-либо определенной концепции.



### «Увеличительное стекло»

Данным символом обозначаются материалы, в которых предлагаются дополнительные подробности и детали.



### «Ресурсы»

Данным символом обозначаются дополнительные ресурсы, которые могут представлять интерес для читателей.

# Содержание

Благодарности авторов	III
Вступление	VII
<b>Глава 1: Обзор рекламных кампаний по борьбе с курением</b>	1.2
<b>Глава 2: Стратегическое планирование</b>	2.2
<b>Приложения</b>	
2.1: Рабочий лист для разработки плана кампании	2.25
2.2: Источники демографических данных и информации по вопросам борьбы против табака и потребления табачных изделий	2.30
2.3: Обзор кампании по борьбе с курением Министерства здравоохранения Канады «Боб и Мартин» (Bob and Martin)	2.32
<b>Глава 3: Изучение целевой аудитории</b>	3.2
<b>Приложения</b>	
3.1: Образец сценария собеседования по отбору участников блиц-опроса на тему отказа от курения	3.30
3.2: Образец сценария собеседования по отбору участников индивидуальных интервью для тестирования рекламных материалов и концепций	3.32
3.3: Образец сценария собеседования по отбору участников фокус-группы	3.35
3.4: Образец руководства для ведущего фокус-группы с участием курильщиков	3.36
3.5: Образец протокола тестирования рекламных материалов	3.40
3.6: Образец профиля целевой аудитории	3.43
<b>Глава 4: Специфические группы населения</b>	4.2
<b>Приложение</b>	
4.1: Разработка первой в Новой Зеландии антитабачной кампании, нацеленной на маори	4.16
<b>Глава 5: Оценка эффективности кампании</b>	5.2
<b>Приложения</b>	
5.1: Пример общей схемы качественного исследования по оценке рекламных материалов кампании	5.23
5.2: Примерный план проведения оценки эффективности	5.25
5.3: Образец вопросника количественного исследования	5.29
5.4: Образец количественного исследования убеждений, знаний и представлений некурящих людей о потреблении табака	5.34
<b>Глава 6: Управление кампанией</b>	6.2
<b>Приложения</b>	
6.1: Управление процессом запроса предложений	6.21
6.2: Элементы креативного задания	6.23
6.3: Образец креативного задания по разработке материалов для организации The Quit Group	6.26
6.4: Образец креативного задания по разработке материалов для Центра по контролю заболеваний и профилактике США и Всемирной организации здравоохранения	6.30
6.5: Образец креативного задания по разработке материалов для QUITPLAN®	6.33

	6.6: Образец бюджета на проведение повторных опросов курильщиков, участвовавших в Программе «Брось курить и выиграй», проведенной в 2006 году в трех регионах Ганы	6.35
	6.7: Образец бюджета кампании в СМИ, проведенной в Канаде	6.38
<b>Глава 7:</b>	<b>Рекламная деятельность</b>	7.2
	<b>Приложения</b>	
	7.1: Образец плана использования средств на размещение рекламы при проведении рекламной кампании (Австралия)	7.28
	7.2: Образец плана использования средств на размещение рекламы при проведении рекламной кампании (Новая Зеландия)	7.30
	7.3: Образец резюме плана использования средств на размещение рекламы, в том числе косвенной (Канада)	7.32
<b>Глава 8:</b>	<b>Связи с общественностью</b>	8.2
	<b>Приложения</b>	
	8.1: Ситуационное исследование мероприятий по связям с общественностью при введении запрета на курение на рабочих местах в Норвегии	8.29
	8.2: Образец редакционной статьи	8.31
	8.3: Образец письма в редакцию	8.32
	8.4: Образец публицистической статьи	8.33
	8.5: Образец пресс-релиза (1)	8.35
	8.6: Образец пресс-релиза (2)	8.37
	8.7: Образец информационного листка	8.39
	8.8: Отчет об оценке освещения кампании в СМИ (сводное резюме)	8.43
<b>Глава 9:</b>	<b>Пропаганда в СМИ</b>	9.2
	<b>Приложение</b>	
	9.1: Ирландская антитабачная пропагандистская кампания в СМИ	9.21
<b>Глава 10:</b>	<b>Маркетинговые мероприятия на местном уровне</b>	10.2
	<b>Приложение</b>	
	10.1: Привлечение буддистских лидеров к борьбе с курением в Камбодже	10.18
<b>Глава 11:</b>	<b>Продвижение служб по оказанию помощи в прекращении курения</b>	11.2
	<b>Приложение</b>	
	11.1: Факторы, повлиявшие на число участников антитабачных конкурсов в Германии	11.26
	11.2: Пример системы обмена информацией	11.27
<b>Глава 12:</b>	<b>Финансирование кампаний</b>	12.2
	<b>Приложение</b>	
	12.1: Необходимость эффективных общественно-просветительских кампаний в СМИ, проводимых в рамках комплексных программ борьбы против табака	12.13
	12.2: Образец справочного документа для заинтересованных сторон	12.19

# Благодарности авторов

Выражаем огромную благодарность всем лицам и организациям, оказавшим содействие в разработке данного руководства.

## **Руководитель проекта**

Аннамария Фельтракко (Annamaria Feltracco), Feltracco Consulting, Канада

## **Технический редактор**

Джули Дженсен (Julie Jensen), независимый редактор, США

## **Главные редакторы**

Аннамария Фельтракко (Annamaria Feltracco), Feltracco Consulting, Канада

Карен Гутьеррес (Karen Gutierrez), Global Dialogue for Effective Stop Smoking Campaigns

## **Графический дизайн**

Ванс Мерсон (Vance Merson), Шейн О'Брайен (Shane O'Brien) и Катарина Сарич (Katarina Saric), The Graffick Link Design Studio, Inc., Канада

## **Переводчики (версия на русском языке)**

Галия Уильямс (Galia Williams) и Мария Скатова, Alboum & Associates, США

## **Редактура перевода**

Алексей Котов, Всемирный фонд борьбы с заболеваниями легких, США

## **Спонсоры и прочие организации, внесшие вклад в разработку руководства**

Американское общество борьбы с раковыми заболеваниями

Кампания «Будущее без сигарет»

Департамент здравоохранения, Англия

Министерство здравоохранения Канады

Международная неправительственная коалиция по борьбе против табака

Компания Pfizer

Организация «Врачи за свободную от дыма Канаду»

Компания Johnson & Johnson

## **Команда проекта и международная группа рецензентов**

Лиза Беллуччи (Lisa Belluci), Pfizer

Синтия Коллард (Cynthia Collard), организация «Врачи за свободную от дыма Канаду», Канада

Аннетт Дэвид (Annette David), Health Partners, L.L.C., Гуам

Маркус Фрохе (Marcus Frohe), Национальный институт рака, Бразилия

Мег Галлогли (Meg Gallogly), Кампания «Будущее без сигарет», США

Дэвид Грэм (David Graham), Johnson & Johnson

Катерин Джо (Catherine Jo), Американское общество борьбы с раковыми заболеваниями, США

Катерина Лангрова (Katerina Langrova), Чешская коалиция по борьбе против табака, Чешская Республика

Васим Мазиак (Wasim Maziak), Сирийский центр табачных исследований, Сирия, и Университет Мемфиса, США

Криста Сколдуэлл (Krista Scaldwell), Johnson & Johnson

Джейн Уэбб (Jane Webb), Департамент здравоохранения, Англия

Эдит Уэллингтон (Edith Wellington), Служба здравоохранения Ганы, Гана

Нан Йи (Nan Yi), Центры по контролю и профилактике заболеваний, Китай

**Рецензенты и авторы материалов:**

Линда Бейли (Linda Bailey), Североамериканский консорциум служб помощи в отказе от курения, США  
Эдуардо Бианко (Eduardo Bianco), InterAmerican Heart Foundation, Уругвай  
Луис Бинер (Lois Biener), Университет штата Массачусетс, США  
Джек Бумер (Jack Boomer), Clean Air Coalition of British Columbia, Canada.  
Бренда Брайан (Brenda Bryan), Североамериканский консорциум служб помощи в отказе от курения, США  
Шарон Каротерс (Sharon Carothers), American Legacy Foundation, США  
Беатриц Шампейн (Beatriz Champagne), InterAmerican Heart Foundation  
Сири Кристин Нэсхайм (Siri Christin Naesheim), Департамент по борьбе против табака Министерства здравоохранения и социального обеспечения Норвегии, Норвегия  
Грег Коннолли (Greg Connolly), Гарвардская школа общественного здравоохранения, США  
Джеффри Константино (Jeffrey Costantino), American Legacy Foundation, США  
Триш Коттер (Trish Cotter), Институт рака, Новый Южный Уэльс, Австралия  
Дина Кроули (Deena Crawley), McKee Wallwork Cleveland Advertising Agency, США  
Стив Кроун (Steve Crone), QUIT UK, Великобритания  
Донна Сзукар (Donna Czukar), Канадское общество борьбы с раковыми заболеваниями, филиал в провинции Онтарио, Канада  
Аннетт Дэвид (Annette David), Health Partners, L.L.C., Гуам  
Анита Дессе (Anita Dessaix), Институт рака, Новый Южный Уэльс, Австралия  
Мариэт Дрехер (Marianne Dreher), ClearWay Minnesota, США  
Лори Данбар (Lorie Dunbar), отдел программ и работы с СМИ, Программа по борьбе против табака, Министерство здравоохранения, Канада  
Нэнси Дюбуа (Nancy Dubois), Du-B-Fit Consulting, Канада  
Дебра Эфроймсон (Debra Efromson), HealthBridge, Бангладеш  
Лэрри Элмор (Larry Elmore), Программа по профилактике и борьбе с табакокурением, Департамент здравоохранения штата Нью-Мексико, США  
Кристин Энгдал (Kristin Engdahl), Edelman Public Relations, США  
Эвелин Фанг (Evelyn Fang), Beijing United Family Hospital, Китай, и Университет Калифорнии в Сан-Франциско/Фресно, США  
Майкл Фиоре (Michael Fiore), Центр табачных исследований и лечения табачной зависимости Школы медицины и общественного здравоохранения Университета штата Висконсин, США  
Джефф Фонг (Geoff Fong), Международный проект по оценке эффективности борьбы против табака, Университет Уотерлу, Канада  
Маркус Фрохе (Marcus Frohe), Национальный институт рака, Бразилия  
Мег Галлогли (Meg Gallogly), Кампания «Будущее без сигарет», США  
Хэлен Глазго (Helen Glasgow), The Quit Group, Новая Зеландия  
Алисса Гай (Alissa Guy), Quit Victoria, Австралия  
Кэрол Холл-Уолкер (Carol Hall-Walker), Департамент здравоохранения штата Род-Айленд, США  
Дэвид Хэммонд (David Hammond), факультет здравоохранительных исследований, Университет Уотерлу, Канада  
Тодд Харпер (Todd Harper), VicHealth, Австралия  
Картер Хэдрик (Carter Headrick), Кампания «Будущее без сигарет», США  
Фентон Хоуэлл (Fenton Howell), факультет общественного здравоохранения, Королевский колледж врачей, Ирландия  
Лорен Хубер (Laurent Huber), Альянс Рамочной Конвенции, Швейцария  
Кари Хьюсби (Kari Huseby), Департамент по борьбе против табака Министерства здравоохранения и социального обеспечения Норвегии, Норвегия  
Клэр Хатчинсон (Clare Hutchinson), AMV BBDO Advertising Agency, Великобритания  
Лиза Келли (Lisa Kelly), Программа борьбы против табака, Департамент здравоохранения штата Нью-Йорк, США  
Нэнси Корстанье (Nancy Korstanje), Ontario Smokers' Helpline, подразделение Канадского общества борьбы с раковыми заболеваниями в провинции Онтарио, Канада  
Ники Легг (Niki Legge), Инициативы по оказанию помощи в прекращении курения и борьбе против табака, Ассоциация по борьбе с легочными заболеваниями провинции Ньюфаундленд и Лабрадор, Канада

Рут Лоуэн (Ruth Loewen), Международный проект по оценке эффективности борьбы против табака, Университет Уотерлу, Канада

Васим Мазиак (Wasim Maziak), Сирийский центр табачных исследований, Сирия, и Университет Мемфиса, США

Рич МакКракен (Rich McCracken), Clarity Coverdale Fury Advertising Agency, США

Денни МакГолдрик (Danny McGoldrick), Кампания «Будущее без сигарет», США

Джеффри МакКенна (Jeffrey McKenna), Центр по контролю заболеваний и профилактике США, США

Кианн МакНейл (Kiann McNeil), Комиссия провинции Альберта по вопросам алкоголизма и наркомании, Канада

Кристина Мегердичян (Christine Megerdichian), Гарвардская школа общественного здравоохранения, США

Кристин Мосейкер Гранборг (Kristin Mosaker Granborg), Департамент коммуникации и документации, Министерство здравоохранения и социального обеспечения, Норвегия

Нарине Мовсисян (Narine Movsisyan), Центр исследований и развития службы здравоохранения, Американский университет Армении, Армения

Андриа Моуэри (Andrea Mowery), ClearWay Minnesota, США

Дэвид Ньютон (David Newton), AMV BBDO Advertising Agency, Великобритания

Джиллиан Пэрриш (Gillian Parrish), Edelman Public Relations, США

Анита Питер (Anita Peter), Ассоциация помощи больным раковыми заболеваниями, Индия

Паула Паскуали (Paula Pasquali), Местные программы общественного здравоохранения, Департамент здравоохранения и социального обеспечения, Правительство Территории Юкон, Канада

Тодд Филлипс (Todd Phillips), Academy for Educational Development, США

Кшиштоф Пржевозняк (Krzysztof Przewozniak), Центр раковых исследований и Институт онкологии, Польша

Лезли Редмонд (Lezli Redmond), Центр табачных исследований и инициатив по борьбе против табака, Школа медицины и общественного здравоохранения, Университет штата Висконсин, США

Робин Рис (Robin Reese), Канадская сеть служб помощи в отказе от курения, Канада

Эбби Розенталь (Abby Rosenthal), отделение по вопросам табакокурения и здоровья, Центр по контролю заболеваний и профилактике США, США

Гэри Саффитц (Gary Saffitz), Центр коммуникационных программ, Школа общественного здравоохранения им. Блумберга, Университет Джона Хопкинса, США

Джонатан Сантос (Jonathan Santos), Инициатива по освобождению от табачной зависимости, Региональное бюро ВОЗ в Западно-тихоокеанском регионе, Гуам

Кавалдип Сехми (Kawal dip Sehmi), Health and Equality, QUIT UK, Великобритания

Пэтти Сейкус (Patti Seikus), отделение коммуникаций в сфере здравоохранения, Центр по контролю заболеваний и профилактике США, США

Карен Слама (Karen Slama), Оперативные исследования вопросов борьбы против табака, Международный союз борьбы с туберкулезом и болезнями легких, Франция

Силла Сноубол (Cilla Snowball), AMV BBDO Advertising Agency, Великобритания

Джин Сук Чой (Jin Sook Choi), Корейская ассоциация борьбы с курением и охраны здоровья, Корея

Сандра Сориа (Sandra Soria), Департамент здравоохранительных услуг штата Калифорния, Отделение по борьбе с хроническими болезнями и травматизмом, Секция по борьбе против табака, США

Пенни Сан-Джон (Penny St. John), The Quit Group, Новая Зеландия

Коллин Стивенс (Colleen Stevens), Департамент здравоохранительных услуг штата Калифорния, Отделение по борьбе с хроническими болезнями и травматизмом, Секция по борьбе против табака, США

Линда Таси-Мулитало (Linda Tasi-Mulitalo), Новая Зеландия

Сара Тукуа (Sarah Tukuā), Clarity Coverdale Fury, США

Мелани Уэйкфилд (Melanie Wakefield), Центр исследований поведенческих факторов возникновения раковых заболеваний Совета по борьбе с раковыми заболеваниями, Австралия

Эдит Уэллингтон (Edith Wellington), Служба здравоохранения Ганы, Гана

Нан Йи (Nan Yi), Центры контролю и профилактике заболеваний, Китай



# Вступление

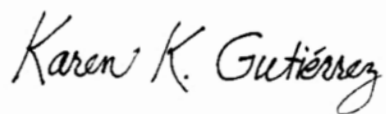
В настоящее время международное анитабачное движение переживает захватывающий и интересный период своей истории. Несмотря на мощь табачной индустрии и ограниченность наших ресурсов, мы сумели добиться успехов в деле сокращения потребления табака и защиты людей от пассивного курения. Положительное воздействие наших инициатив на здоровье людей, столь резко контрастирующее с огромным ущербом, наносимым здоровью потреблением табачных изделий, способствовало росту интереса международного сообщества к нашей борьбе. При этом перед нами стоит серьезная задача научиться эффективному использованию и распространению накопленного опыта, чтобы все страны мира имели возможность добиться сокращения масштабов курения и защитить право своих граждан на воздух, свободный от табачного дыма.

Опыт разных стран по разработке и эффективному осуществлению комплексных программ по борьбе против табака позволил определить ключевые факторы, способствующие успеху анитабачных инициатив, и одним из таких факторов являются общественно-просветительские кампании. Анитабачные кампании, осуществляемые с использованием средств массовой информации и через другие каналы, улучшают осведомленность и информированность людей, изменяют убеждения, взгляды и поведение людей. Кроме того, в соответствии со Статьей 14 Рамочной конвенции по борьбе против табака страны-участницы обязаны разрабатывать и осуществлять эффективные программы, направленные на поощрение отказа от курения. Для поддержки усилий по разработке и осуществлению эффективных просветительских кампаний, в том числе направленных на борьбу против табака, которые предпринимаются во многих странах мира, организация Global Dialogue for Effective Stop Smoking Campaigns разработала пособие *«Рекомендации по разработке кампаний: международное руководство по планированию и проведению кампаний по борьбе с курением»*.

В руководстве предлагается информация об особенностях и компонентах анитабачных просветительских кампаний, а также рассматривается процесс их разработки. В руководстве использовались материалы многих источников, в том числе: «Разработка и реализация эффективной кампании по борьбе с рекламой табачных изделий» (Центр по контролю заболеваний и профилактике США), «Основополагающие элементы борьбы против табака» (Всемирная организация здравоохранения), «Как осуществлять эффективные маркетинговые кампании по вопросам охраны здоровья» (Национальный институт рака США), «Программа электронного обучения социальному маркетингу» (Министерство здравоохранения Канады). Для удовлетворения нужд исследователей и разработчиков анитабачных кампаний во всех регионах мира в основу данного пособия были положены материалы руководства Центра по контролю заболеваний и профилактике США. Руководители анитабачных кампаний из Африки, Азии, Европы, Океании, Южной и Северной Америки проанализировали и помогли адаптировать главы руководства для международной аудитории. Чтобы примеры, содержащиеся в данном руководстве, как можно более полно отражали разнообразие условий и были близки и понятны нашим читателям, в данное пособие были также включены материалы и документы, предоставленные специалистами более чем из 25 стран. Критический обзор глав был осуществлен специалистами по разработке кампаний, командой проекта, международной группой рецензентов и партнерами организации Global Dialogue. Мы надеемся, что благодаря их вкладу данное руководство станет ценным ресурсом для разработчиков анитабачных кампаний во всем мире и поможет им создавать эффективные кампании, вносящие существенный вклад в дело сокращения потребления табачных изделий и защиты людей от пассивного курения.

В первых шести главах руководства рассматриваются такие вопросы, как стратегическое планирование, изучение целевой аудитории, работа со специфичными группами населения, разработка плана оценки эффективности кампании и процесс реализации кампании. Следующие четыре главы посвящены ключевым компонентам анитабачных кампаний: рекламной деятельности, связям с общественностью, пропаганде в СМИ и мероприятиям на местном уровне. В последних двух главах обобщается опыт по рекламе услуг служб помощи в отказе от курения, в том числе телефонов доверия, а также методы обеспечения и поддержания финансирования анитабачных кампаний.

Мы рады возможности поделиться этим информативным ресурсом с международным сообществом сторонников борьбы против табака, и надеемся, что они найдут в нем важные и полезные рекомендации по разработке антитабачных просветительских кампаний. Интернет-версия руководства будет периодически обновляться для поддержания актуальности и насыщенности предлагаемой в нем информации. Пожалуйста, присылайте отзывы о данном руководстве по адресу: [info@stopsmokingcampaigns.org](mailto:info@stopsmokingcampaigns.org). Мы также будем рады получить от Вас дополнительные документы и материалы кампаний, аналогичные тем, которые включены в главы данного руководства. Заранее благодарим Вас за помощь!



Карен Гутьеррес

Директор

Global Dialogue for Effective Stop Smoking Campaigns