

РЕКОМЕНДАЦИИ

по проведению информационной кампании по профилактике ВИЧ-инфекции для старшей возрастной группы населения

Описание проблемной ситуации

На протяжении ряда лет отмечался рост случаев ВИЧ-инфекции в возрастной группе 40 лет и старше (с 24 случаев в 2013 году до 53 в 2016 году, 10 месяцев текущего года - 31). Показатель заболеваемости в данной возрастной группе в 2016 году составил 5,06 на 100 тыс. населения, что выше уровня 2013 года в 2,2 раза (2,27 на 100 тыс. населения). Люди данной возрастной категории зачастую практикуют формы рискованного поведения в связи с ВИЧ, что может свидетельствовать о недостаточном уровне их знаний по проблеме ВИЧ/СПИД.

Таким образом, при осуществлении мер по противодействию ВИЧ необходимо принимать во внимание этот важный демографический фактор и оказывать надлежащие услуги по профилактике, тестированию и лечению, уделяя особое внимание повышению уровня знаний людей данной возрастной категории по различным аспектам ВИЧ-инфекции. Услуги в связи с ВИЧ для людей в возрасте 40 лет и старше следует сочетать с услугами по скринингу и лечению неинфекционных заболеваний, а также другими соответствующими возрасту медицинскими услугами.

Целевая группа

Кампания направлена на мужчин и женщин в возрасте 40 лет и старше. Данная группа неоднородна: в нее входят как неженатые/незамужние/разведенные мужчины и женщины, так и люди, состоящие в официальном или гражданском браке. Однако всех их может объединять высокий риск инфицирования ВИЧ в том случае, если они будут практиковать опасные формы поведения.

Дополнительно кампания охватит часть молодежи с целью продвижения безопасного стиля поведения.

Цель кампании

Проведение мероприятий, направленных на предотвращение распространения ВИЧ путем повышения уровня информированности о способах передачи ВИЧ-инфекции, мерах профилактики, формирование ответственного поведения в ситуациях, связанных с риском инфицирования ВИЧ.

Послание

Рискованное сексуальное поведение может привести к инфицированию ВИЧ. Поэтому важно соблюдать правила безопасного сексуального поведения, избегая незащищенных половых контактов. В отношениях с постоянным половым партнером необходимо сохранять обоюдную верность. Знания о ВИЧ/СПИДе могут придать уверенность в стремлении сохранения своего здоровья и здоровья близких. Если есть сомнения по поводу ВИЧ-статуса, необходимо пройти тест на ВИЧ. Ранняя диагностика позволяет людям начать

лечение ВИЧ-инфекции раньше, что, в свою очередь, увеличивает их шансы жить долгой и здоровой жизнью

Слоганы

- Безопасное поведение – правильный выбор!
- ВИЧ: без права передачи
- Верность – надежная защита от ВИЧ-инфекции
- Прояви инициативу – пройди тест на ВИЧ!
- Любовь и верность против СПИДа
- ВИЧ-статус: знать, чтобы жить

Мероприятия:

- Кампания в СМИ: радиопередачи, телепередачи с включением тематических аудио/видеоматериалов, публикации;
- тематические мероприятия: акции, флеш-мобы, спартакиады, театрализованные представления, концертные программы, семинары, единые дни информирования и др.;
- распространение информационных тематических материалов, в том числе волонтерами:

Кампания в СМИ

- Должна иметь ограниченные временные рамки – 2-3 недели с параллельным использованием возможностей телевидения, радио, печатных СМИ, интернета. Как пример, возможна публикация реальных историй с обязательного согласия людей, живущих с ВИЧ (стандарт №2 Информационной стратегии по ВИЧ/СПИДу);

- Интервью со специалистом о существующей проблеме распространения ВИЧ-инфекции среди не только так называемых «групп риска», но и благополучных слоев населения; ситуаций, которые могут привести к инфицированию ВИЧ, о мерах профилактики заболевания, вопросах тестирования и самотестирования на ВИЧ, толерантного отношения к ЛЖВ.

- Размещение аудио/видеороликов «Защити себя от ВИЧ», «Защита от ВИЧ», «Три дороги», «Гусеница», «Бассейн», «Ваня+Таня», «Логично», «Этикет», «Все это сохранит тебе здоровье», «Вторая половинка», «Жизнь без СПИДа», «Папа+ Мама», «Любовь-это простые вещи», «Право выбора за тобой», «Пройдите тест на ВИЧ»;

- Видеокейсы для молодежи как инновационный метод, направленный на изменение поведения на основе сериала ПРООН «Выше неба», а также просмотр и обсуждение видеофильмов «Остров мечты», «Первая встреча, последняя встреча», «Он все рассказал»;

- Интернет: организовать группу «Жизнь без ВИЧ» в социальных сетях (в контакте, одноклассники и facebook) с назначением ответственного за создание и ведение ее. В этой группе проводить консультирование, приглашать на встречи, организовывать мероприятия.

- Размещение информационных материалов по проблеме ВИЧ/СПИД на сайтах областного и горрайисполкомов, информационных стендах предприятий, организаций и учреждений;

Дополнительно возможна организация размещения аудио- и видеоматериалов в кинотеатрах, клубах перед демонстрацией кинофильмов с последующим обсуждением со зрителями.

Проведение тематических мероприятий

- Необходимо организовать широкое информирование о планируемых мероприятиях через различные информационные каналы (телевидение, радио, печать, Интернет-сайты) и приглашение к участию в них. Возможное содержание: - **акция** «Семья – моя защита от ВИЧ», направлена на информирование населения 40 лет и старше о проблеме; повышение мотивации к жизнесберегающему поведению, заботе о своем здоровье и здоровье близких, популяризацию семейных ценностей, как защиты от ВИЧ. Место проведения: поликлиники, здравпункты, общежития предприятий, организаций, учреждений. К участию в акции приглашаются семейные пары, неженатые/незамужние/разведенные мужчины и женщины.

Акция может включать комплекс мероприятий:

1. Проведение *круглых столов* с обсуждением разных точек зрения на вопросы, касающиеся различных форм рискованного поведения, которое может привести к инфицированию ВИЧ. Мотивация на тестирование и самотестирование на ВИЧ;
2. Проведение *ток-шоу* с участием родителей и подростков с приглашением специалистов (психолога, врача-инфекциониста, акушер-гинеколога, дерматовенеролога).
3. Организация и проведение *консультирования и тестирования на ВИЧ* - специалист проводит консультирование, объясняет, что такое ВИЧ, ВИЧ-инфекция, СПИД, каковы пути передачи ВИЧ, меры личной профилактики, как и для чего проводится тест на ВИЧ, что будет означать результат, и что делать при получении положительного результата.
4. Проведение анкетного опроса по оценке личных рисков на добровольной основе. Опрос может быть проведен во время «круглого стола», во время консультирования с последующим анализом и рекомендациями по проведению дальнейшей профилактической работы.

Спартакиада, спортивное мероприятие

В рамках данных мероприятий можно предусмотреть работу информационной палатки, оформить тематический стенд, организовать консультирование по вопросам ВИЧ/СПИД, раздачу информационных материалов, провести опрос, интерактивную игру «Риск заражения», викторину «Лучший ответ» и т.д. В случае, если предусмотрено финансирование мероприятия, можно закупить грамоты, призы для победителей.

Распространение информационно-просветительских материалов во время мероприятий

Для распространения можно использовать: буклеты «Защити себя от ВИЧ», «Верность - надежная защита от ВИЧ-инфекции»; «О ВИЧ-инфекции»; брошюру «ВИЧ и СПИД. Полезная информация»; Листовки «Верность- залог нашего здоровья», «Что нужно знать о ВИЧ-инфекции», «Обещаем быть верными», «Проверь резину и будь уверен» и др.

Справка: макеты материалов размещены на сайте aids.by.

Для оценки результатов рекомендуется организовать он-лайн опрос на сайтах учреждений, организаций, предприятий и др.

Ожидаемые результаты

- Не менее 80% целевой группы увидят хотя бы один элемент кампании (буклет, плакат и др.) или примут участие в одном из мероприятий;
- Не менее 50% участников мероприятий пройдут консультирование и тестирование на ВИЧ.