



Nacionalni inštitut
za **javno zdravje**

Povabilo na natečaj: »Inkubator PRiložnosti«

Fakulteta za družbene vede, 28.02.2024

Namen:

Osnovni namen naloge je razviti celovit načrt komunikacijskih aktivnosti za kampanjo, ki bo ozaveščala o okužbah s HPV in boleznih, ki jih HPV povzročajo. Spodbujala bo k preventivi in cepljenju, saj je cepljenje eden najbolj učinkovitih ukrepov za preprečevanje okužb s HPV in njenih posledic.



Cilj kampanje

- ❖ Večja ozaveščenost med mladimi o okužbah s HPV na splošno, raku materničnega vratu in drugih boleznih, ki jih povzročajo okužbe s HPV.
- ❖ Zvišati stopnjo precepljenosti med mladimi.



Osnovne informacije o kampanji

Ciljna skupina
Mladi med 15 in 25 let

Trajanje kampanje:
Od oktobra 2024 do marca 2025

Finančna sredstva:
20.000 eur

OKUŽBE S



in cepljenje

Ključna sporočila

- ❖ Cepljenje je varno in učinkovito.
- ❖ Cepljenje je najboljša zaščita pred okužbo s HPV.
- ❖ Cepljenje je priporočljivo za dekleta in fante.
- ❖ Okužbe s HPV so najpogostejše spolno prenosljive okužbe in večina spolno aktivnih oseb se vsaj enkrat v življenju okuži s HPV.
- ❖ Dolgotrajna okužba z nevarnejšimi genotipi HPV lahko vodi v nastanek predrakavih sprememb in raka materničnega vratu ter nekaterih drugih rakov spolovil, zadnjika in ustnega dela žrela pri ženskah in pri moških
- ❖ Za okužbo s HPV ni zdravila. Lahko pa se zdravijo bolezni, ki nastanejo kot posledica te okužbe.
- ❖ Necepljenje ima lahko negativne posledice za zdravje!
- ❖ Za koga je cepljenje proti HPV brezplačno?

Brezplačno cepljenje proti okužbam s HPV je v šolskem letu 2023/24 na voljo:

- ❖ Dekletom in fantom ob sistematskem pregledu v 6. razredu osnovne šole
- ❖ Fantom ob sistematskem pregledu v 1. in 3. letniku srednje šole
- ❖ Zamudnikom – to so vsi, ki so imeli možnost cepljenja v 6. razredu, pa se za to takrat niso odločili. To so dekleta, ki so obiskovala 6. razred OŠ v šolskem letu 2009/10 ali pozneje, in fantje, ki so obiskovali 6. razred OŠ v šolskem letu 2021/22 ali pozneje.



Naloga: razviti celovit načrt komunikacijskih aktivnosti, ki vključuje:

- ❖ določitev komunikacijskih ciljev,
- ❖ segmentacijo ciljne skupine in prilagoditev sporočil,
- ❖ izbiro orodij, kanalov in komunikacijskih aktivnosti,
- ❖ terminski načrt in okvirno finančno oceno,
- ❖ inovativne rešitve za doseganje ciljev kampanje.

Nekaj smernic in nasvetov

- ❖ Uporabljajte točne in zanesljive informacije (spletna stran nijz.si)
- ❖ Upoštevajte raznolikost ciljne publike (starost, spol, kulturne razlike)

Opreделите ciljne skupine in njihove glavne značilnosti. Razmislite o demografskih podatkih, interesih, navadah in komunikacijskih kanalih, ki jih najpogosteje uporabljajo mladi med 15. in 25. letom.

- ❖ Oblikujte jasna sporočila (prejemniki morajo razumeti sporočilo brez zmede ali dvoumnosti)
- ❖ Uporabljajte jezik, ki je razumljiv in sprejemljiv za ciljno publiko, da se prepreči nesporazume ali napačno interpretacijo.
- ❖ Uporabite slog, ki je relevanten za vašo generacijo, vključite kreativne elemente, ki bodo mladim pomagali, da se bodo lažje povezali s sporočili.
- ❖ Celostna grafična podoba ni določena

Povezave in primeri dobrih praks

Najpogostejša vprašanja in odgovori:

<https://nijz.si/nalezljive-bolezni/cepljenje/okuzba-s-hpv-rak-maternicnega-vratu-in-cepljenje-proti-hpv/>

Cepljenje proti okužbam s humanimi papilomavirusi

<https://nijz.si/nalezljive-bolezni/cepljenje/cepljenje-proti-okuzbam-s-humanimi-papilomavirusi/>

Države z najboljšo precepljenostjo proti HPV:

Norveška,
Švedska
Islandija
Avstralija

Primer dobre prakse: Danska

(z dobro komunikacijsko strategijo in usklajenim komuniciranjem so v kratkem času uspeli dvigniti stopnjo precepljenosti)



Dodatne informacije

- ❖ dr. Mitja Vrdelja (mitja.vrdelja@nijz.si), Center za komuniciranje NIJZ
- ❖ Katja Turk (katja.turk@nijz.si), Center za komuniciranje NIJZ
- ❖ Nadja Šinkovec Zorko, dr. med., spec. (nadja.sinkovec-zorko@nijz.si), Center za nalezljive bolezni NIJZ
- ❖ Spletna stran NIJZ (nijz.si)

