

22-29
NOVEMBER
EUROPEAN
HIV
TESTING
WEEK
2013
TALK HIV.TEST HIV.

Пособие 2

Руководство по
осуществлению
мероприятий недели
тестирования

Пособие 2

Руководство по осуществлению мероприятий недели тестирования

Благодарим Вас за то, что скачали данное руководство по осуществлению мероприятий недели тестирования

Это пособие было разработано для того, чтобы предоставить Вам рекомендации о том, как использовать материалы о неделе тестирования, а также содержит советы и идеи для реализации мероприятий недели тестирования на местном уровне.

Успех недели тестирования будет зависеть от трех основных групп: неправительственных организаций, медицинских учреждений/медицинских специалистов и политических деятелей. Содержательная часть этого пособия может быть использована неправительственными организациями и сотрудниками учреждений здравоохранения. Политическим деятелям адресовано **Пособие 3**, содержащее доказательства в пользу тестирования на ВИЧ.

Пособие состоит из следующих разделов:

Раздел 1 – Общая информация о Европейской неделе тестирования на ВИЧ-2013

Раздел 2 – Ключевые информационные сообщения недели тестирования

Раздел 3 – Понимание Ваших целевых групп и постановка целей

Раздел 4 – Идеи для мероприятий недели тестирования

Раздел 5 – Обзор доступных материалов и методов их использования

Раздел 6 – Рекомендации по работе со СМИ

Раздел 7 – Советы по деятельности онлайн-изданий и социальных сетей

Раздел 8 – Оценка влияния мероприятий недели тестирования

Раздел 9 – Календарь планирования мероприятий недели тестирования

Это пособие предназначено только для оказания поддержки и носит рекомендательный характер. Ваша организация не обязана использовать информацию, предложенную в данном пособии, или устанавливать контакты с другими партнерами. Если у Вас появились какие-либо вопросы, свяжитесь с нами по адресу: hiveurope@cphiv.dk.

Пожалуйста, обратите внимание, что мы активно присутствуем в Facebook ([facebook.com/EuroHIVtestweek](https://www.facebook.com/EuroHIVtestweek)) и Твиттере (twitter.com/EuroHIVtestweek).

Расскажите нам о своих планах, обменяйтесь информацией и фотографиями и напишите нам в Твиттере, чтобы помочь создать атмосферу ожидания и волнения перед началом проведения недели тестирования.

Раздел 1 – Общая информация о Европейской неделе тестирования на ВИЧ-2013

Когда будет проходить неделя тестирования?

Неделя тестирования будет проходить с пятницы 22 ноября до пятницы 29 ноября 2013 года. Эта неделя проводится в преддверии Всемирного дня борьбы со СПИДом, который отмечается 1 декабря 2013 года.

Каковы цель и тематика недели тестирования в этом году?

Главная цель Европейской недели тестирования на ВИЧ – увеличить количество людей, знающих свой ВИЧ-статус, и сократить позднее выявление ВИЧ-инфекции путем информирования о преимуществах тестирования на ВИЧ. Темой первой недели тестирования будет «Обсуждение ВИЧ. Тестирование на ВИЧ». Ее разработали для поддержания диалога между всеми партнерами для того, чтобы мотивировать лиц, подверженных риску заражения, обращаться за тестированием на ВИЧ, и для того, чтобы этим лицам чаще предлагали пройти такое тестирование.

Это необходимо для того, чтобы:

- мотивировать людей, которые могут подвергаться риску инфицирования ВИЧ, пройти тестирование;
- мотивировать медицинских специалистов предлагать тестирование на ВИЧ в рамках планового ухода в определенных учреждениях и условиях (в соответствии с действующими Европейскими рекомендациями по тестированию на ВИЧ);
- поддержать и объединить общественные организации для расширения тестирования на ВИЧ и обмена опытом, накопленным в разных странах;
- добиться того, чтобы все больше политических деятелей были осведомлены о личных, общественных и экономических преимуществах инициатив по тестированию на ВИЧ, а также о том, как проводить оценку имеющейся практики тестирования на ВИЧ.

Для чего нужна Европейская неделя тестирования на ВИЧ?

На сегодняшний день как минимум один из трех человек среди 2,3 миллиона людей, живущих с ВИЧ в Европе, не знает о своем ВИЧ-положительном статусе. Половина ВИЧ-положительных людей узнали свой диагноз поздно – из-за чего поздно получили доступ к лечению. Это значит, что многие люди не проходят тестирования до появления симптомов. Причиной этому могли стать барьеры, возникшие при обращении за тестированием на ВИЧ или при предложении тестирования на ВИЧ, а также барьеры, препятствовавшие реализации Европейских рекомендаций по тестированию на ВИЧ. И это происходит

несмотря на то, что преимущества ранней диагностики ВИЧ широко зафиксированы в официальных документах. Приведенные статистические данные показывают, что мы должны делать больше для того, чтобы мотивировать людей, которые не знают о том, что живут с ВИЧ, пройти тест на ВИЧ, а также для того, чтобы сделать тестирование на ВИЧ более целенаправленным.

Мы надеемся, что Европейская неделя тестирования предоставит Вам полезную информационную платформу, которая поможет содействовать развитию и расширению тестирования на ВИЧ.

Для кого предназначена Европейская неделя тестирования на ВИЧ?

Успех недели тестирования будет зависеть от трех основных групп: политических деятелей, медицинских учреждений/медицинских специалистов и неправительственных организаций. Эти группы могут помочь добиться того, чтобы тестирование на ВИЧ и своевременный доступ к лечению стали национальными приоритетами.

Уязвимые группы с высоким риском инфицирования ВИЧ должны получать первоочередной доступ к тестированию. В Европе они могут различаться в разных странах, но, как правило, к ним относятся следующие группы населения:

- Мужчины, имеющие половые контакты с мужчинами
- Потребители инъекционных наркотиков
- Работники коммерческого секса
- Мигранты (включая лиц, прибывших из стран с высокой распространенностью) и мобильные группы населения
- Заключенные

Кто координирует Европейскую неделю тестирования?

Европейскую неделю тестирования координирует инициатива «ВИЧ в Европе», и всем заинтересованным странам, организациям и лицам из Европейского региона ВОЗ предлагается реализовать мероприятия в ходе недели и поддержать диалог для содействия тестированию на ВИЧ. В то время, как инициатива «ВИЧ в Европе» помогает предоставлять платформу для этой первой Европейской недели тестирования на ВИЧ, сами мероприятия могут быть реализованы только партнерами, принимающими в ней участие.

Мы надеемся, что многие партнеры во всей Европе будут с радостью поддерживать неделю тестирования. Для того чтобы получить больше информации о том, как возникла идея недели тестирования, и кто вовлечен в

реализацию мероприятий, посетите раздел нашего веб-сайта **«О неделе тестирования на ВИЧ»**.

Раздел 2 – Основные информационные блоки недели тестирования

Обзор информационных блоков и путей их использования

В этом разделе Вы сможете ознакомиться с основными информационными блоками Европейской недели тестирования. Во время разработки Ваших материалов для недели тестирования Вы можете использовать эти блоки – обновлять их по мере необходимости, чтобы они в полной мере соответствовали потребностям Ваших целевых групп.

Общий информационный блок

Инициатива «ВИЧ в Европе» призывает Европейское сообщество объединиться на одну неделю с целью повышения информированности о пользе тестирования на ВИЧ, чтобы больше людей узнали свой ВИЧ-статус и могли получить доступ к лечению.

Информационный блок для политических деятелей и организаций

1. Благодаря успехам в лечении, достигнутым за последние 30 лет, диагноз ВИЧ перестал быть смертным приговором. В настоящее время заболевание поддается лечению, и большинство людей, живущих с ВИЧ, могут жить здоровой жизнью при условии ранней диагностики и своевременного начала лечения.
2. В реальной жизни 30-50% из 2,3 миллиона человек, живущих с ВИЧ в Европе, не знают о том, что они ВИЧ-позитивны, и это неприемлемо. 50% из лиц с позитивным статусом были диагностированы поздно и позже получили доступ к лечению.
3. Расширение доступа к бесплатному, конфиденциальному и добровольному тестированию на ВИЧ, использование этого доступа и установление связи с лечением и уходом должны и в дальнейшем оставаться приоритетными задачами для правительств всех стран Европы.
4. Когда ВИЧ-инфекция диагностируется на поздних стадиях, наблюдается менее эффективный ответ на лечение, чаще развиваются осложнения заболевания, что усиливает финансовое бремя как для отдельных людей, так и для всей системы здравоохранения.
5. Поздняя диагностика и поздний доступ к лечению являются наиболее серьезными факторами, которые приводят к ВИЧ-ассоциированным заболеваниям и смертям, а также влияют на дальнейшую передачу вируса.

6. Стигматизация людьми самих себя в связи с ВИЧ, усиленная стигмой в обществе, мешает им обращаться за тестированием.
7. Новые технологии позволяют проводить тестирование на ВИЧ быстрее и легче, чем раньше, в большинстве учреждений по всей Европе.

Информационный блок для людей, которым необходимо пройти тестирование на ВИЧ

Целевая аудитория: Уязвимые группы и представители этих групп

1. Вам следует проходить тестирование на ВИЧ как минимум раз в год – или даже чаще, если Вы продолжаете подвергаться риску.
2. Лечение ВИЧ, которое существует сегодня, позволяет жить долгой и полноценной жизнью, если Вам поставлен диагноз на ранней стадии.
3. Если Вы не знаете своего статуса и не получаете лечения, повышается вероятность того, что Вы можете передать ВИЧ другим людям.
4. Вы можете помочь искоренить бессмысленную стигму в связи с ВИЧ, если будете более открыто говорить о ВИЧ при любой возможности.
5. Если Вы получите положительные результаты анализов на инфекции, передающиеся половым путем, гепатит С или туберкулез, обязательно пройдите тестирование на ВИЧ.
6. В перерыве между тестами важно снизить риск инфицирования – всегда пользуйтесь презервативами.
7. Если Вы получите положительный результат тестирования на ВИЧ, Вам должны предложить доступ к надлежащему лечению и уходу.

Информационный блок для людей, которые должны предлагать тестирование на ВИЧ

Целевая аудитория: медицинские специалисты и менеджеры программ по тестированию

1. Тестирование на ВИЧ следует предлагать в более широком, чем сейчас, круге учреждений, в том числе в медицинских учреждениях и общинных центрах, а также в рамках аутрич-программ.
2. Когда люди проходят тестирование на другие инфекции, передающиеся половым путем, гепатит С и туберкулез, или если у них диагностированы эти заболевания, им следует предложить пройти тестирование на ВИЧ.
3. Всем пациентам, у которых наблюдаются другие признаки и симптомы, которые могут указывать на возможную ВИЧ-инфекцию, или специфические ВИЧ-индикаторные заболевания, следует предлагать тестирование на ВИЧ – это должно стать обычной практикой.
4. Тестирование на ВИЧ следует планомерно рекомендовать лицам, которые могли быть инфицированы ВИЧ.

5. Не бойтесь говорить о ВИЧ, предлагайте тестирование на ВИЧ так же, как Вы предлагаете другие плановые анализы, поскольку результаты исследований показывают, что большинство людей соглашаются пройти тестирование на ВИЧ, если им это предложить.
6. Тестирование на ВИЧ должно быть добровольным и должно проводиться в надлежащих условиях с обеспечением защиты прав человека на неприкосновенность частной жизни и конфиденциальность.
7. Позитивный результат тестирования на ВИЧ всегда должен означать, что пациента следует направить в надлежащие службы по уходу и лечению.

Раздел 3 – Понимание Ваших целевых групп и постановка целей

Понимание ваших целевых групп

Перед началом планирования мероприятий недели тестирования необходимо сначала подумать о том, на какую целевую аудиторию будут направлены Ваши мероприятия, и каких результатов Вы хотите достичь в ходе недели тестирования.

Возможно, у Вас уже есть стратегия и план по обеспечению доступа к уязвимым группам в Вашей стране. Однако, если у Вас их еще нет, возможно, Вам следует подумать о максимально эффективных способах оценки распространенности ВИЧ и барьерах к тестированию, и учесть это в Ваших мероприятиях. Для получения более подробной информации о том, как Вы можете это сделать, используйте **Пособие 3** и Руководства Европейского центра профилактики и контроля заболеваний (ЕЦКЗ), которые доступны на веб-сайте недели тестирования.

Как поставить Ваши собственные цели, чтобы они соответствовали информационным блокам недели тестирования

Наверняка у Вас уже есть цели работы на год, и Вы можете согласовать их с информационными блоками недели тестирования. Мы предлагаем Вам разработать информационные блоки на местном уровне, которые бы соответствовали потребностям целевых групп на уровне Вашей страны или региона.

Ниже описаны несколько шагов, которым Вы можете следовать:

1. **Поставьте долгосрочные цели** – Возможно у Вас уже есть цели на год. Если же нет – подумайте о том, чего бы Вы хотели достичь к 2015 году.
2. **Поставьте краткосрочные цели** – Чего бы Вы хотели достичь в 2013 году, чтобы реализовать Ваши долгосрочные цели?
3. **И наконец, подумайте о том, как тема «Говори о ВИЧ. Пройди тест на ВИЧ» может помочь Вам в достижении Ваших целей** – Например, можно будет сосредоточить внимание на одной целевой группе и адресовать информационные блоки недели тестирования именно этой группе.

Взаимодействие с другими партнерами, участвующими в мероприятиях

Когда Вы поставите свои цели, мы советуем Вам связаться с другими партнерами в Вашей стране, которые принимают участие в мероприятиях недели тестирования, для того, чтобы узнать об их планах на неделю тестирования. Это поможет избежать дублирования усилий среди организаций, принимающих участие в мероприятиях недели, а также Вы сможете объединить ресурсы для совместной реализации некоторых мероприятий. Если Вы не уверены в том, какие еще организации из Вашей страны принимают участие, Вы можете найти обновленный список участников в разделе **«Принять участие»** на веб-сайте недели тестирования.

Если никакие другие организации или частные лица из Вашей страны еще не зарегистрировались для участия, Вы можете с ними связаться. В **Пособии 4** Вы найдете подсказки и рекомендации, которые помогут Вам в этом.

Раздел 4 – Идеи для мероприятий недели тестирования

В этом разделе представлены идеи мероприятий, которые Вы можете осуществить в ходе недели тестирования. Все предложенные мероприятия помогут Вам осуществить одно из следующих действий:

- Мотивировать людей, которые не знают о том, что они ВИЧ-позитивны, пройти тестирование на ВИЧ.
- Мотивировать медицинских работников предлагать тестирование на ВИЧ в соответствующих случаях.
- Мотивировать руководителей системы здравоохранения сфокусировать внимание на проблеме тестирования на ВИЧ и внедрении научно обоснованных руководящих принципов его проведения.

Мероприятия по повышению осведомленности представителей уязвимых групп

- **Составьте список мест, в которых Ваши целевые группы могут пройти тестирование в Вашем регионе, и сообщите нам эту информацию.** Одно из основных, чрезвычайно полезных мероприятий, которые Вы можете осуществить – это составление списка мест, в которых предоставляются услуги по тестированию на ВИЧ в Вашем регионе или Вашей стране. Возможно, такой список уже существует, если же нет – Вы можете составить его в ходе подготовки к неделе тестирования и поделиться им с нами. На веб-сайте организации *NAM aidsmap* доступен комплексный каталог мест, в которых проводится тестирование на ВИЧ, – он называется «электронный атлас» (e-atlas) и размещен по адресу: www.aidsmap.com/e-atlas. Мы помогаем организации *NAM aidsmap* обновлять этот электронный атлас, и если у Вас уже есть такой список, или Вы составляете его перед началом недели тестирования, пожалуйста, пришлите его нам, и мы обязательно добавим эти данные в каталог.
 - В **Приложении I** Вы найдете образец таблицы и обзор информации, которую Вам необходимо собрать для электронного атласа.
- **Листовки и плакаты** – Вы можете разработать листовки и плакаты, на которых будет указана информация о преимуществах тестирования на ВИЧ и местах проведения тестирования для Ваших целевых групп
- **Возможности для рекламы** – можно размещать рекламу в онлайн-изданиях, печатных изданиях и на других носителях. За рекламу обычно нужно платить, но у некоторых организаций есть льготные расценки или же возможности размещения бесплатной рекламы – составьте список основных рекламных агентств и выясните, готовы ли они помочь.

- Вы можете скачать баннерную рекламу с веб-сайта недели тестирования и использовать ее.
- **Обсуждения и семинары** – Вы можете провести обсуждение или семинар и пригласить влиятельного в данном сообществе человека для обсуждения преимуществ тестирования на ВИЧ.
 - Информацию о том, как найти и привлечь влиятельных лиц, Вы можете найти в **Пособии 5**.

Аутрич-мероприятия по тестированию на ВИЧ для ключевых групп повышенного риска

- **Клиники по тестированию** – во многих странах временные инициативы по тестированию имели большой успех – особенно успешными они были, если тестирование «приходит» в удобное для целевой группы место, например, в гей-бар, секс-клуб или на фестиваль. Хотя временные инициативы по тестированию играют важную роль, мы рекомендуем по возможности организовать тестирование на постоянной основе в одном месте для охвата уязвимых групп .
- **Обещания «Я пройду тестирование на ВИЧ»** – если невозможно взять анализ крови вне медицинского учреждения, Вы можете провести «кампанию обещаний». Она может включать в себя раздачу карточек, на которых будет напечатано «Я обещаю пройти тестирование на ВИЧ», которые должны будут заполнить и подписать представители целевой группы. ВИЧ-сервисная организация позже может назначить каждому клиенту удобную дату тестирования. Рассмотрите возможность размещения логотипа Европейской недели тестирования на таких карточках.

Инициативы по развитию потенциала

- **Возможности обучения** – если Вы работаете в больнице, можно будет провести обучение для Вашего персонала и рассказать сотрудникам о преимуществах тестирования на ВИЧ, а также тестирования на ВИЧ-индикаторные заболевания, чтобы они были достаточно компетентными и чувствовали себя уверенно, предлагая тестирование на ВИЧ в соответствующих условиях. Чтобы легче было собрать информацию для слайдов, используйте руководство по тестированию на ВИЧ-индикаторные заболевания, которое Вы можете найти на веб-сайте недели тестирования – Вы также можете использовать образец презентации недели тестирования.
- **Оказывайте влияние и изменяйте внутренние правила больницы** – если Вы работаете в больнице, подумайте о том, как

лучше обсудить возможности расширения доступа к тестированию на ВИЧ в Вашей больнице с высшим руководством или советом директоров больницы. Например, Вы можете предложить проводить в больнице скрининг на ВИЧ в рамках планового ухода, а также тестирование на ВИЧ-индикаторные заболевания в местах с широкой распространенностью ВИЧ.

- Информацию о тестировании на ВИЧ-индикаторные заболевания Вы можете найти в разделе **Evidence** (Доказательная база) веб-сайта недели тестирования.

Политические совещания

- **Преодоление политического барьера, препятствующего тестированию на ВИЧ** – подумайте о возможности организовать совещание или встречу рабочей группы наблюдательного совета в Вашей стране для преодоления определенных проблем, которые мешают людям проходить добровольное тестирование на ВИЧ.
 - Информацию о доказательствах в поддержку тестирования на ВИЧ Вы сможете найти в **Пособии 3**, а информацию о том, каким образом организовать совещание или встречу рабочей группы Вы сможете найти в **Пособии 4**.

Раздел 5 – Обзор доступных материалов и методов их использования

Большое количество материалов были разработаны для недели тестирования в поддержку мероприятий на местном уровне – они доступны в разделе **«Принять участие»** на веб-сайте недели тестирования. Доступные материалы были разработаны для того, чтобы поддержать реализацию Ваших мероприятий в ходе недели тестирования. Материалы доступны на английском, португальском, русском и испанском языках. Если Вам будут необходимы дальнейшие переводы материалов, пожалуйста, свяжитесь с нами по адресу hiveurope@cphiv.dk; дополнительные переводы будут предоставлены в первую очередь тем, кто первым за ними обратится.

Логотипы Европейской недели тестирования на ВИЧ

Поскольку Вы решили принять участие, мы просим всех партнеров, помогающих в реализации недели тестирования, помочь нам повысить уровень узнаваемости недели тестирования среди целевых групп путем использования логотипа и фирменной символики недели тестирования.

Были разработаны две версии логотипа, которые Вы можете скачать:

- Версия 1 – включает адрес веб-сайта: www.hivtestingweek.eu
- Версия 2 – включает слоган недели тестирования: «Говори о ВИЧ. Пройди тест на ВИЧ».

Оба логотипа доступны в цветном, черно-белом варианте, а также в виде штампов (надпись белого цвета на цветном фоне).

Пособие 1 – Как использовать логотип

Для создания узнаваемого и последовательного бренда мы предоставляем рекомендации о том, как использовать логотип в **Пособии 1**. В этом пособии также предоставлены советы по подбору цветовой гаммы и шрифтов для изготовления материалов, которые будут соответствовать фирменной символике Европейской недели тестирования на ВИЧ.

Пособие 3 – Сборник фактических данных: обобщенная информация в поддержку бесплатного, конфиденциального и добровольного тестирования на ВИЧ

Для того чтобы поддержать Вас во время сотрудничества с политическими деятелями и другими партнерами, мы кратко изложили фактические данные для обоснования важности бесплатного, конфиденциального и добровольного тестирования на ВИЧ. Эти данные помогут Вам сформировать убедительные

доводы при общении с партнерами и могут быть использованы в следующих целях:

- Для того чтобы сотрудники организаций начали лучше понимать необходимость расширения мероприятий по тестированию на ВИЧ.
- В целях адвокации и развития более широкого сотрудничества с партнерами (такими как политические деятели, лица, отвечающие за планирование национальных и местных программ по ВИЧ/СПИДу, и координаторы этих программ, медицинские работники и представители неправительственных организаций) для обеспечения их поддержки и одобрения регулярного тестирования на ВИЧ.

Пособие состоит из трех основных материалов:

- **Набор слайдов**
 - Набор легко понятных слайдов, предназначенных для государственных, внедренческих или других официальных организаций. На слайдах представлены последние фактические данные о расширении масштабов тестирования на ВИЧ.
- **Сопутствующие рекомендации**
 - Для предоставления исходных данных в поддержку содержания слайдов, а также дополнительной информации.
- **Информационный бюллетень с изложением политики**
 - Это краткое изложение ключевых моментов сборника фактических данных для политических деятелей.

Эта информация может быть скорректирована Вами с учетом местной статистики и важных для Вашей целевой аудитории сведений. Пожалуйста, не стесняйтесь включать логотип Вашей организации в презентацию и корректировать содержание по мере необходимости.

Фактические данные из этого пособия были кратко изложены в форме информационных листов для СМИ, как описано ниже.

Пособие 4 – Сотрудничество с другими партнерами: ВИЧ-сервисными организациями, медицинскими специалистами и политическими деятелями

В данном пособии Вы найдете рекомендации, которые помогут Вам найти и пригласить других партнеров к участию в мероприятиях Европейской недели тестирования на ВИЧ, целью которой является вовлечение как можно большего количества организаций и частных лиц из всей Европы.

Пособие содержит следующие материалы:

- Для чего необходимо вовлекать в работу партнеров.

- Как определять партнеров и работать с ними.
- Образцы писем, которые могут быть адаптированы партнерами-исполнителями, для того чтобы проинформировать других партнеров, организации, государственные структуры и внедренческие организации о неделе тестирования и пригласить их к участию.

Пособие 5 – Работа с лидерами, формирующими общественное мнение: специалистами по ВИЧ, людьми, живущими с ВИЧ, и другими влиятельными лицами

Общественные лидеры могут оказывать поддержку при работе со средствами массовой информации и социальными сетями, посещать мероприятия и переговоры и помогать доносить Ваши информационные блоки до максимально широкой аудитории.

В это пособие включены рекомендации, которые помогут Вам находить партнеров и приглашать их к участию Ваших мероприятий в ходе недели тестирования, в том числе:

- Представление сторонников тестирования на ВИЧ
- Как найти сторонников тестирования на ВИЧ и как работать с ними
- Оказание поддержки сторонникам тестирования на ВИЧ для работы со средствами массовой информации.

Образец пресс-релиза и информационных бюллетеней

Образец пресс-релиза был разработан таким образом, чтобы Вы могли его адаптировать к местным условиям для распространения информации о запуске Европейской недели тестирования на ВИЧ в СМИ. Также были выпущены два информационных бюллетеня, в которых кратко изложены фактические данные и аргументация в поддержку расширенного доступа к тестированию на ВИЧ.

Первый информационный бюллетень содержит основную информацию о Европейской неделе тестирования на ВИЧ, второй информационный бюллетень содержит Европейскую статистику о распространенности ВИЧ и информацию для работы с группами наивысшего риска. Вы можете адаптировать пресс-релиз к ключевым информационным сообщениям, которые отвечают интересам Ваших целевых групп. Для получения большей информации о работе со СМИ смотрите **Раздел 6** данного пособия.

Баннерная реклама для веб-сайтов

Доступно несколько вариантов баннерной рекламы, которую Вы сможете скачать и разместить на своем веб-сайте. Если Вы установите баннерную

рекламу, которая будет перенаправлять других пользователей на веб-сайт недели тестирования www.hivtestingweek.eu на Вашем веб-сайте, Вы можете повысить информированность о неделе тестирования и мотивировать людей посещать веб-сайт.

Раздел 6 – Рекомендации по работе со СМИ

С помощью СМИ Вы можете эффективно охватить вашу целевую аудиторию. В этом разделе пособия Вы найдете советы, которые помогут Вам достичь желаемого освещения Ваших мероприятий в ходе недели тестирования в СМИ, в том числе:

- Постановка целей для достижения необходимого освещения в СМИ
- Использование «зацепок» СМИ
- Определение целевых СМИ
- Материалы для СМИ
- Установление контактов с журналистами
- Сроки

Постановка целей для достижения необходимого освещения в СМИ

Перед началом создания плана по работе со СМИ в ходе недели тестирования, лучше поставить реалистичные цели с учетом того, какого именно освещения в СМИ Вы хотите добиться.

Использование «зацепок» для СМИ

Перед тем, как обращаться к журналистам, важно убедиться, что Ваша история четко сформулирована или Ваша новость может «зацепить» журналистов, и им будет интересно ее освещать. Вы можете решить использовать различные новостные «зацепки» для разных публикаций – в зависимости от того, в чем они, по Вашему мнению, будут заинтересованы. Примеры «зацепок» для недели тестирования изложены в таблице ниже.

Острые вопросы	Свяжите Вашу историю с любыми острыми и заслуживающими внимания вопросами, такими как текущие приоритеты правительства в области медицинских услуг в связи с ВИЧ в Вашей стране.
Данные	Новая национальная или региональная статистика о распространенности ВИЧ может быть эффективной новостной «зацепкой». Если у Вас нет доступа к новым данным, Вы можете использовать существующие данные и представить их таким образом, чтобы на них могли смотреть по-новому в соответствии с потребностями Вашей целевой аудитории. Вы найдете Европейскую статистику в информационных бюллетенях , доступных на веб-сайте.
События	Если Вы планируете провести мероприятие, пригласите на него журналистов.
Поддержка на высоком уровне от	Поддержка недели тестирования со стороны высокопоставленных лиц или лидеров общественного мнения может помочь привлечь интерес СМИ. Для получения руководства по работе с лидерами

лидеров
общественного
мнения

общественного мнения см. **Пособие 5.**

Определение целевых СМИ

После того, как Вы поставите четкие цели и решите, какими будут Ваши новостные «зацепки», Вашим следующим шагом должно быть определение соответствующих СМИ для вашей целевой аудитории путем кабинетного исследования, и составления специального списка средств массовой информации. Ваш список должен включать печатные СМИ, а также радио, ТВ и онлайн-издания.

Материалы для СМИ

Возможно, Вы захотите использовать **образец пресс-релиза** и дополнительных **информационных бюллетеней**, отмеченных в **Разделе 5** для создания увлекательной истории о начале недели тестирования. При возможности Вы можете использовать местную статистику и цитаты известных личностей, которые соответствуют потребностям Вашей целевой аудитории. В **Пособии 5** представлены некоторые рекомендации о том, как определить и найти лидеров, влияющих на общественное мнение в данной области, которые могут предоставить идеальные высказывания для вашего пресс-релиза.

Установление контактов с журналистами

Как только Вы составите список СМИ и разработаете материалы для СМИ, Вы можете использовать следующие предложенные шаги для обращения к журналистам:

1. Имейте четкое представление о том, к кому именно обращаться

Если у Вас еще нет деловых отношений с журналистами, выясните, с кем именно лучше всего пообщаться, и какие истории они обычно освещают.

2. Отправьте им свой пресс-релиз по электронной почте

Обратитесь к журналисту по электронной почте, отправьте ему или ей Ваш пресс-релиз и дополнительную информацию в форме информационных бюллетеней. **Образцы пресс-релиза** и дополнительных **информационных бюллетеней** доступны на веб-сайте недели тестирования и могут Вам помочь.

3. Перезвоните им

Журналисты часто получают множество новостных историй каждый день, поэтому лучше перезвонить им и обсудить Вашу новость по телефону. Это также поможет построить отношения с ними.

4. Проводите мониторинг прессы

Журналисты не всегда могут сообщить Вам о том, будет ли освещена ваша история в новостях, поэтому стоит следить за публикациями, чтобы узнать, попала ли Ваша история в СМИ.

Сроки

Перед тем, как приступить к сотрудничеству со СМИ, Вы можете предпринять следующие шаги:

1. Поддерживать связь с другими партнерами, чтобы выяснить, каковы их планы по сотрудничеству со СМИ, чтобы не обращаться к тем же журналистам с одинаковой информацией.
2. Определите СМИ, с которыми Вы хотели бы сотрудничать.
3. Подумайте, есть ли новости и уже имеющиеся публикации, которые могли бы стать материалом для создания более детальной статьи, которую возможно было бы выпустить в свет до начала недели тестирования.
4. Определите лидеров общественного мнения и договоритесь с ними о том, чтобы они выступали в качестве докладчиков
5. Разработайте Ваши материалы для прессы.

В календаре в **Разделе 9** отображены ключевые этапы и сроки программы работы со СМИ, которые помогут Вам спланировать Вашу стратегию в преддверии недели тестирования.

Раздел 7 – Советы по деятельности онлайн-изданий и социальных сетей

Использование онлайн-изданий и социальных сетей в ходе недели тестирования

Вы можете решить сотрудничать с онлайн-изданиями и социальными сетями, поскольку это является чрезвычайно эффективным способом передачи информации Вашей целевой аудитории. В данном разделе пособия содержится информация о деятельности онлайн-изданий перед началом недели тестирования, а также советы, которые помогут Вам эффективно использовать онлайн-издания, в том числе следующие:

- Наша стратегия по работе с социальными сетями.
- Как разработать Вашу собственную стратегию по работе с социальными сетями.
- Использование блогов для вовлечения аудитории в диалог.

Преимущества использования онлайн-изданий и социальных сетей заключаются в том, что их относительно недорого создать, их легко поддерживать, и они достаточно быстро охватывают широкую аудиторию. Важно отметить, что социальные сети и онлайн-издания могут быть действенным инструментом в борьбе с социальной стигмой, так как они инициируют активный диалог о ВИЧ. Однако, несмотря на то, что их создание стоит дешево, Вам придется уделить время для поддержания и обеспечения онлайн-обсуждений, инициатором которых Вы выступите.

Наша стратегия по работе с социальными сетями

Наш веб-сайт был задуман как платформа для обмена идеями, материалами и информацией, касающимися Европейской недели тестирования на ВИЧ. Для того чтобы наибольшее количество людей были осведомлены об этом, мы создали странички в Facebook и Твиттере, с помощью которых их посетители будут узнавать о нашем веб-сайте.

Как разработать Вашу собственную стратегию по работе с социальными сетями

Мы мотивируем партнеров, которые участвуют в реализации мероприятий недели тестирования, использовать социальные сети как до ее начала, так и в ходе самой недели для повышения уровня осведомленности о проводимых на региональном уровне мероприятиях. Эта деятельность в интернете может быть связана с Европейской неделей тестирования при помощи использования

хэштега #EuroHIVtestweek в Твиттере и информации о веб-сайте и мероприятиях недели тестирования на Ваших страничках в Facebook.

Вы также можете использовать другие доступные социальные сети, такие как: YouTube, Google+, Pinterest, Digg, MySpace, Orkut, Hi5 и ВКонтакте. Когда Вы будете решать, какую онлайн-платформу использовать, Вы должны учитывать, какие социальные сети наиболее популярны среди Вашей целевой аудитории.

Эти пять шагов могут помочь Вам разработать Ваш подход к работе с социальными сетями:

1. Ознакомьтесь с различными социальными сетями

Изучите веб-сайты доступных социальных сетей и выясните, каким образом другие организации действуют в социальных сетях; тон Ваших сообщений должен соответствовать Вашей целевой аудитории, а также быть доброжелательным и привлекательным.

2. Обновляйте Вашу онлайн-страничку

Очень Важно регулярно обновлять Вашу страничку в социальных сетях, чтобы читателям было всегда интересно ее читать или просматривать – это привлекает их и заставляет возвращаться снова и снова.

3. Создайте онлайн-сеть

Свяжите Ваши учетные записи с учетными записями других организаций путем отметок «мне нравится» или добавления в друзья, чтобы создать онлайн-сеть организаций.

4. Используйте отметки, закладки и хэштеги

Используйте ключевые слова, например, ВИЧ, тестирование и здоровье путем отметок и добавления в закладки. Используйте хэштег #EuroHIVtestweek в Ваших записях, связанных с неделей тестирования во время ее проведения.

5. Используйте фото и видео

Привлекайте интерес к Вашей странице, загружая фотографии и видео, и мотивируйте читателей ставить отметки «мне нравится» и делиться Вашими сообщениями. Если у Вас уже есть в наличии видеозаписи или анимационные ролики, выложите их на Вашей страничке, чтобы увеличить количество просмотров.

Использование блогов для вовлечения аудитории в диалог

Ведение блогов в ходе недели тестирования предоставляет Вам возможность делиться своим мнением и вовлекать целевые группы в диалог. Поскольку блоги являются интерактивными и позволяют читателям оставлять комментарии, они помогают строить социальные взаимоотношения между

участниками. При правильной организации блоги могут быть очень мощным инструментом по преодолению социальной стигмы, связанной с ВИЧ.

Как стать блоггером

Блог – это замечательная платформа для обмена историями и идеями, которая позволяет Вам делать вклад в онлайн-обсуждение ВИЧ и тестирования на ВИЧ. Создать собственный блог на веб-сайтах WordPress, Blog.com или Blogger достаточно просто. Ниже представлены некоторые подсказки по ведению блога в интернете.

- **Пишите кратко** – используйте максимально короткие предложения. Структурированные подзаголовки и заголовки привлекут внимания читателей к основным пунктам и поддержат их интерес.
- **Ключевые слова** – используйте ключевые слова и сообщения, которые помогут людям, ищущим Ваш блог, легко его найти.
- **Взаимодействуйте** – мотивируйте читателей взаимодействовать с Вами, отвечайте на вопросы и комментарии. Постройте онлайн-сеть, давая ссылки на другие сайты и блоги, которые соответствуют содержанию Ваших записей.

Обращение к блоггерам

Обращение к блоггерам во многом похоже на обращение к журналистам. Ниже некоторые подсказки о том, как обращаться к блоггерам.

- **Найдите** – Вы можете найти подходящих блоггеров, используя ключевые слова на Google blogs или изучив блоги, связанные с известными в Вашем регионе организациями, такими как университеты, СМИ, ВИЧ-сервисные/общественные организации.
- **Изучите** – обязательно прочитайте их предыдущие записи, чтобы выяснить, о чем они любят писать в своих блогах. Индивидуализируйте Ваш подход, когда Вы поймете их предпочтения.
- **Свяжитесь с ними** – напишите короткое и дружелюбное письмо блоггеру, в которое следует включить Ваши комментарии о содержимом их блога и Ваши предположения о том, почему они могут быть заинтересованы в обсуждении недели тестирования. Если возможно, пообещайте блоггерам эксклюзивные материалы, например, фотографии с мероприятий недели тестирования или материалы, которые Вы разработали.

Раздел 8 – Оценка влияния мероприятий недели тестирования

Для обеспечения долгосрочных и перспективных результатов, неделю тестирования будут должным образом оценивать и свидетельства эффективной работы организаций, принимавших участие в реализации ее мероприятий, станут основанием для получения ими местного финансирования в будущем. Оценка недели тестирования будет состоять из трех частей и отчет об оценке будет предоставлен тем, кто подписался на новости до начала недели тестирования и поддерживал мероприятия недели тестирования.

Часть 1 – Анкета для партнеров, принимающих участие в реализации мероприятий

Мы будем просить партнеров помочь нам в оценке недели тестирования путем заполнения анкеты для того, чтобы узнать, насколько ценным было влияние недели тестирования на снижение уровня поздней диагностики, а также насколько удачным было время проведения недели.

Если возможно мы бы хотели также собрать информацию о:

- Любом освещении в СМИ, которое получили Ваши мероприятия в ходе недели тестирования
- Насколько полезными были предоставленные материалы, и какие материалы будут полезны в будущем
- Какие мероприятия Вы осуществили в рамках недели тестирования
- Какие целевые группы Вы хотели охватить, и насколько Вам это удалось
- Считаете ли Вы, что в результате мероприятий недели тестирования произошли или произойдут какие-либо изменения в политике стран
- Сколько тестов на ВИЧ Вы провели (если это для Вас актуально)

Если Вы подписались на новости недели тестирования, мы пришлем Вам информацию о том, как принять участие в оценке, на адрес электронной почты, указанный при регистрации.

Часть 2 – Национальная статистика по тестированию на ВИЧ

Мероприятия, описанные в частях 2 и 3, будут осуществляться централизованно инициативой «ВИЧ в Европе».

Мы будем собирать информацию о результатах тестирования на ВИЧ на национальном и региональном уровнях там, где это возможно, и где эти сведения будут доступны:

- Количество проведенных тестов на ВИЧ
- Количество ВИЧ-позитивных результатов
- Оценка того, насколько ранним было выявление новых случаев .

Часть 3 – Определение количества участников

И, наконец, мы будем собирать информацию о количестве участников и организаций, которые принимали участие в мероприятиях недели тестирования, а также будем измерять трафик веб-сайтов и уровень активности в социальных сетях, чтобы узнать, какое количество людей было охвачено..

Раздел 9 – Календарь планирования мероприятий недели тестирования

Календарь планирования мероприятий недели тестирования в конце данного пособия содержит обзор мероприятий, которые Вы можете провести за 10 недель до начала недели тестирования. Мы надеемся, что этот календарь будет Вам полезен и поможет спланировать Ваши мероприятия в преддверии недели тестирования.

Календарь планирования Европейской недели тестирования на ВИЧ-2013

	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Неделя 1	Сентябрь 16	17	18 Запуск веб-сайта недели тестирования	19 Подписаться для участия в неделе тестирования	20 Прочитать Пособие 2 , разработать стратегию и задачи недели тестирования	21	22
Неделя 2	23 Связаться с другими партнерами-исполнителями в Вашей стране	24 Адаптировать Пособие 3 с использованием региональных данных	25 Разместить баннер неделе тестирования на Вашем веб-сайте	26	27 Сообщить нам, нужна ли Вам помощь с переводом	28	29
Неделя 3	30 Использовать Пособие 4 для разработки стратегии вовлечения	Октябрь 1	2	3 Провести встречу с партнерами для согласования задач недели тестирования	4	5	6
Неделя 4	7 Использовать Пособие 4 , чтобы установить контакты с партнерами	8	9 Прислать список местных центров тестирования в «ВИЧ в Европе»	10	11	12	13
Неделя 5	14 Использовать Пособие 5 для разработки стратегии работы с лидерами, формирующими общественное мнение	15	16	17	18 Использовать Пособие 5 для установления контактов с лидерами, формирующими общественное мнение	19	20
Неделя 6	21	22 Начать обсуждение недели тестирования в социальных сетях	23	24	25 Использовать Пособие 2 для разработки стратегии работы со СМИ	26	27
Неделя 7	28	29	30	31 Адаптировать образец пресс-релиза и информационные бюллетени	Ноябрь 1	2	3
Неделя 8	4	5 Начать рекламу любых запланированных мероприятий недели тестирования в социальных сетях	6	7	8	9	10
Неделя 9	11	12	13	14 Подтвердить договоренности с волонтерами, которые будут участвовать в мероприятиях недели тестирования	15	16	17
Неделя 10	18 Окончание подготовки к мероприятиям недели тестирования	19	20	21 Пригласить СМИ на открытие или мероприятия недели тестирования	22 Создать профиль в социальных сетях с использованием логотипа недели тестирования	23	24
European HIV testing Неделя	25	26	27	28	29	30	Декабрь 1 Всемирный день борьбы со СПИДом

Провести мероприятия недели тестирования, поддерживать текущие контакты с прессой и участвовать в обсуждениях в социальных сетях на тему #EuroHIVtestWeek

Приложение 1 – сбор информации о местах проведения тестирования на ВИЧ

Как уже упоминалось в **Разделе 4**, мы сотрудничаем с *NAM aidsmap*, чтобы помочь обновить электронный атлас учреждений, в которых проводится тестирование на ВИЧ, поэтому, если Вы знаете об уже существующих учреждениях, или создаете такое учреждение для недели тестирования, пожалуйста, сообщите нам эти данные, и мы проследим за тем, чтобы они были включены в каталог.

На следующей странице размещены образец информационного листка и обзор информации, которую Вам необходимо собрать для электронного атласа. В таблицу включены рекомендации по заполнению каждого поля, а также пример заполнения.

Общие руководящие принципы по сбору и предоставлению данных

- Пожалуйста, заполните как можно больше полей. Если предоставленная Вами информация является неполной, мы не можем гарантировать того, что она будет добавлена в электронный атлас.
- Во время заполнения таблицы, пожалуйста, уделите огромное внимание правописанию.
- Если у организации есть аббревиатура, ее следует указывать после полного названия организации. Она должна быть написана заглавными буквами в скобках после названия организации. Например, *African Swahili Community Project (ASCOP)*.
- Если название организации начинается с артикля «The», его следует указывать в конце названия. Например, *African Eye Trust, The*
- Пожалуйста, пришлите заполненную таблицу по адресу: hiveurope@cphiv.dk

Финансовую поддержку инициативе «ВИЧ в Европе» оказывают следующие компании и организации: Gilead Sciences, Merck, Tibotec, Pfizer, Schering-Plough, Abbott, Boehringer Ingelheim, Bristol-Myers Squibb, GlaxoSmithKline, ViiV Healthcare, Европейская комиссия в рамках Программы здравоохранения на 2008-2013 годы и Шведский совет по научным исследованиям.

Организация	Отделение	Телефон	Эл. Почта	Веб-адрес	Почтовый адрес 1	Почтовый адрес 2	Почтовый адрес 3	Почтовый индекс	Страна	Описание	Мероприятия в рамках Европейской недели тестирования на ВИЧ
Основное название организации, например NAM или Траст Терренса Хиггинса	Название отделения, филиала или конкретного проекта, напр., Оксфордский офис Траста Терренса Хиггинса.	Укажите телефонный код страны и региона, и не указывайте больше 6 цифр без пробелов	Адрес эл. почты	Веб-адрес					Страна	Краткое описание предоставляемых услуг	Любая информация, относящаяся к мероприятиям недели тестирования
<i>Позитивный голос</i>		+30 210 5234 651	<i>info@positivevoice.gr</i>	<i>www.positivevoice.gr</i>	<i>13 Agion Anargiron St.</i>	<i>10554 Athens</i>			<i>Греция</i>	<i>Адвокация и права человека; профилактика; тестирование и консультирование; просвещение и аутрич-работа.</i>	