



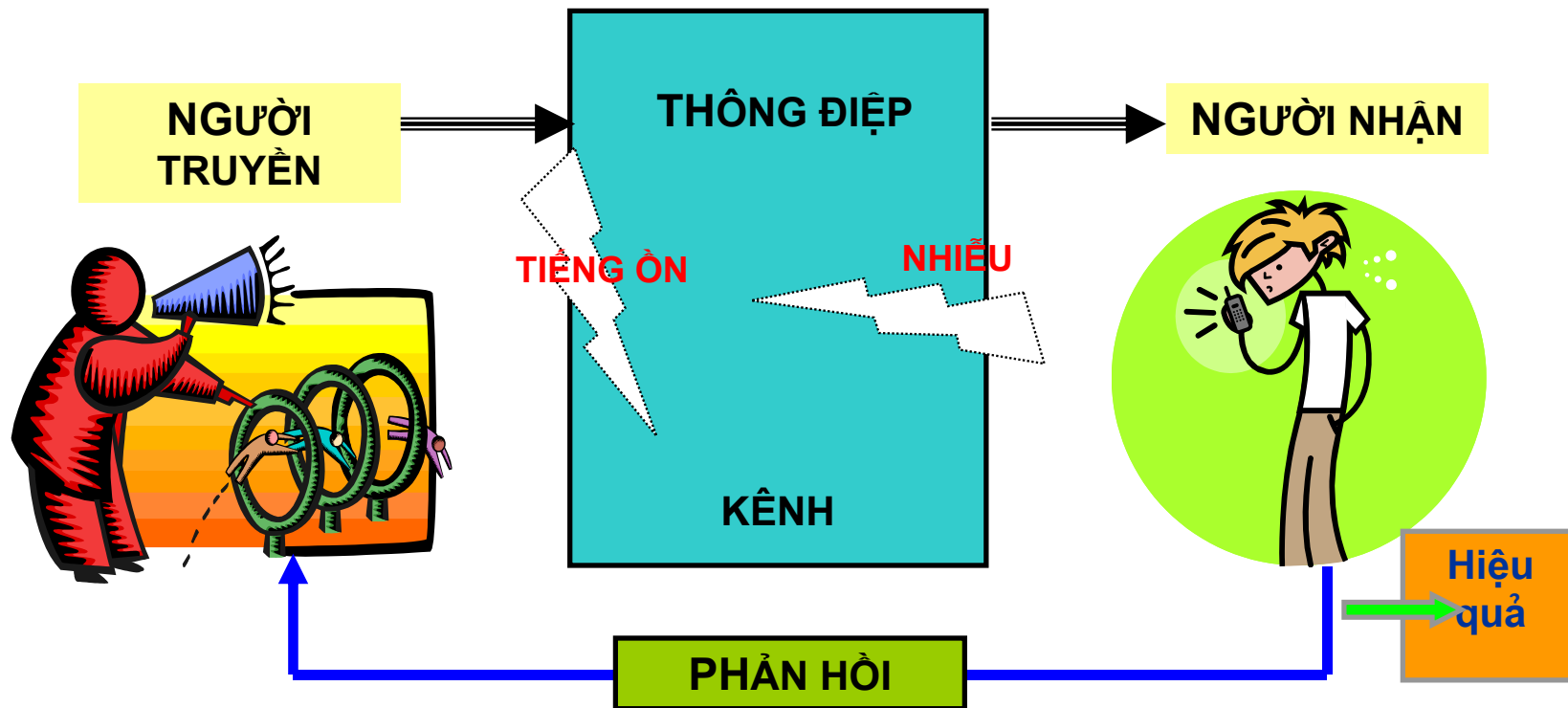
LỒNG GHÉP TRUYỀN THÔNG ĐẶC THÙ CHO NHÓM NHÓM MSM VÀ TGW VÀO CHƯƠNG TRÌNH PHÒNG, CHỐNG HIV/AIDS

*Ths.Bs. Đỗ Hữu Thủy
Cục Phòng, chống HIV/AIDS, Bộ Y tế*

Nhắc lại khái niệm truyền thông thay đổi hành vi

Là quá trình truyền thông với sự tích hợp nhiều phương tiện truyền thông qua các kênh truyền thông để phổ biến các thông điệp về HIV.... qua nhiều kênh truyền thông khác nhau đồng thời cung ứng các dịch vụ hỗ trợ thực hiện hành vi an toàn, hành vi lành mạnh.

MÔ HÌNH TRUYỀN THÔNG



Thảo luận?

Trong các yếu tố của mô hình truyền thông, yếu tố nào quan trọng nhất?

Luật Phòng, chống HIV/AIDS sửa đổi (dự thảo)

2. Ưu tiên tiếp cận thông tin, giáo dục, truyền thông về phòng, chống HIV/AIDS cho các đối tượng sau đây:

a) Người nhiễm HIV và thành viên gia đình của họ;

b) Người sử dụng ma túy;

c) Người bán dâm;

d) Người có quan hệ tình dục đồng giới nam (Người có quan hệ tình dục đồng giới – Luật hiện hành);

đ) Người chuyển đổi giới tính;

.....

Chiến lược quốc gia chấm dứt dịch bệnh AIDS vào năm 2030

Nhóm chỉ tiêu về dự phòng

1. Tỷ lệ người có hành vi nguy cơ cao lây nhiễm HIV được tiếp cận dịch vụ dự phòng lây nhiễm HIV đạt 70% vào năm 2025 và đạt 80% vào năm 2030.
2. Tỷ lệ người nghiện các chất dạng thuốc phiện được điều trị bằng thuốc thay thế đạt 40% vào năm 2025 và đạt 50% vào năm 2030.
3. Tỷ lệ người MSM được điều trị dự phòng trước phơi nhiễm HIV bằng thuốc (PrEP) đạt 30% vào năm 2025 và 40% vào năm 2030.
4. Tỷ lệ thanh niên 15 đến 24 tuổi có hiểu biết đầy đủ về HIV/AIDS đạt 80% vào năm 2030.
5. Tỷ lệ người dân 15-49 tuổi không kỳ thị, phân biệt đối xử với người nhiễm HIV đạt 80% vào năm 2030.

.....

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 446/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 14 tháng 8 năm 2020

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Chiến lược Quốc gia chấm dứt dịch bệnh AIDS vào năm 2030

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 19 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ Luật Phòng, chống nhiễm vi rút gây ra hội chứng suy giảm miễn dịch mắc phải ở người (HIV/AIDS) ngày 29 tháng 6 năm 2006;

Căn cứ Nghị quyết 20-NQ/TW ngày 25 tháng 10 năm 2017 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng về tăng cường công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân trong tình hình mới;

Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Y tế.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt: “Chiến lược Quốc gia chấm dứt dịch bệnh AIDS vào năm 2030” ban hành kèm theo Quyết định này.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

Điều 3. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

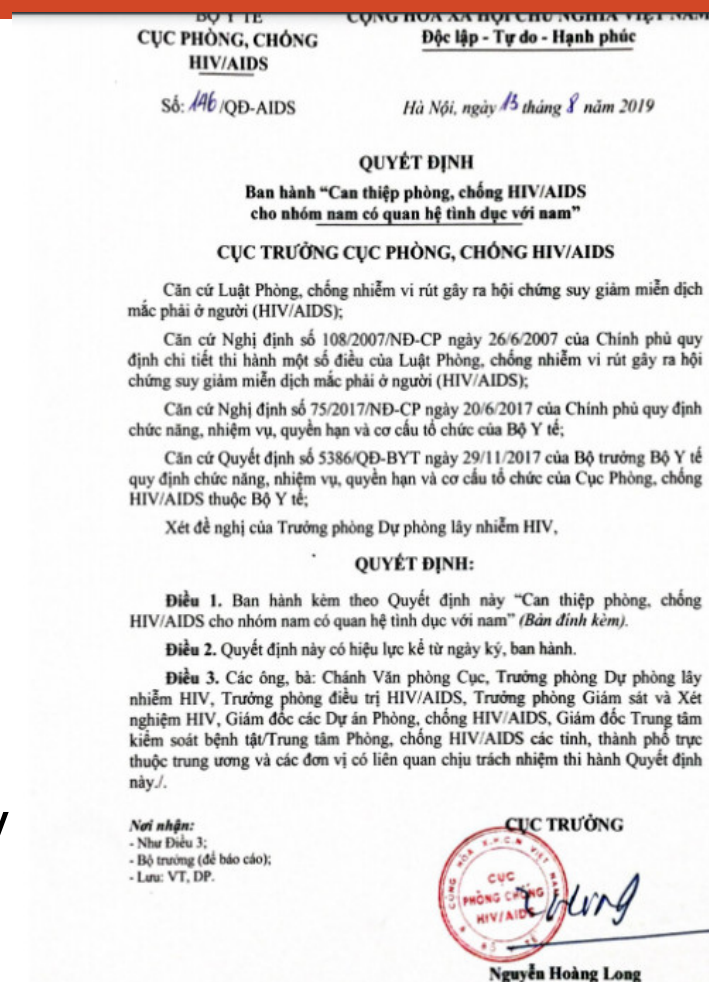
- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia;
- Ngân hàng Chính sách xã hội;
- Ngân hàng Phát triển Việt Nam;
- Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan trung ương của các đoàn thể;
- VPCP, BTCN, các PCN,ropy TTg, TGD Công TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc, Công báo;
- Lưu: VT, KGVX (2b).40



HƯỚNG DẪN CAN THIỆP PC AIDS CHO NHÓM MSM

CÁC DỊCH VỤ CAN THIỆP

- 1) Truyền thông về phòng, chống HIV/AIDS;
- 2) Tư vấn và xét nghiệm HIV
- 3) Điều trị dự phòng trước phơi nhiễm HIV (PrEP)
- 4) Điều trị dự phòng sau phơi nhiễm HIV (PEP)
- 5) Điều trị bằng thuốc kháng vi rút HIV
- 6) Can thiệp giảm tác hại dự phòng lây nhiễm HIV
- 7) Dịch vụ y tế khác.....



HƯỚNG DẪN CAN THIỆP TRUYỀN THÔNG PC AIDS CHO NHÓM MSM

NGUYÊN TẮC:

- 1) Tìm hiểu đặc điểm, đặc thù của từng nhóm MSM: xu hướng, nhu cầu, những rào cản, khó khăn cũng như yếu tố thúc đẩy nhóm MSM sử dụng sản phẩm và dịch vụ HIV/AIDS;
- 2) Xác định kênh truyền thông phù hợp và hiệu quả đối với từng nhóm đích MSM
- 3) Xây dựng thông điệp truyền thông phù hợp và hấp dẫn: Phù hợp và hấp dẫn đối với nhóm; thông điệp cần thể hiện được các lợi ích nổi bật của các sản phẩm, dịch vụ HIV/AIDS và tạo động lực để nhóm thực hiện;
- 4) Lồng ghép các dịch vụ khác về phòng, chống HIV/AIDS: lợi ích của điều trị PrEP và PEP trong các chương trình xét nghiệm HIV và STIs, tình dục an toàn (TDAT) và sử dụng BCS;
- 5) Điều chỉnh và đổi mới hoạt động: Ghi nhận phản hồi và ý kiến của cộng đồng MSM để từ đó đổi mới, làm hoạt động trở nên mới mẻ và hấp dẫn hơn với cộng đồng.

HƯỚNG DẪN CAN THIỆP TRUYỀN THÔNG PC AIDS CHO NHÓM MSM

ĐỊNH HƯỚNG:

- 1) Xác định thành viên nòng cốt là những đại diện/thủ lĩnh, người có tầm ảnh hưởng trong cộng đồng MSM để cùng xây dựng và thực hiện hoạt động, chiến dịch quảng bá và tiếp cận dịch vụ HIV/AIDS;
- 2) Sử dụng các trải nghiệm, kinh nghiệm của các cá nhân MSM trong chương trình can thiệp cho MSM;
- 3) Xây dựng thông điệp và hình ảnh quảng bá phù hợp và hấp dẫn: theo hướng tích cực, dựa trên đặc thù của nhóm MSM, yếu tố thúc đẩy nhóm MSM thay đổi;
- 4) Sử dụng đa kênh: Trực tiếp; mạng xã hội (MXH); trực tuyến; mạng lưới thủ lĩnh, phương tiện thông tin đại chúng; nhân viên tiếp cận cộng đồng.

HƯỚNG DẪN CAN THIỆP TRUYỀN THÔNG PC AIDS CHO NHÓM MSM

CÁC BƯỚC THỰC HIỆN:

- 1) Bước 1: Tìm hiểu nhóm đích, xác định các rào cản tiếp cận dịch vụ HIV/AIDS.
- 2) Bước 2: Xác định kênh và hoạt động truyền thông ưu tiên.
- 3) Bước 3: Xác định các công cụ truyền thông đi kèm các kênh truyền thông trực tuyến, truyền thông trực tiếp và truyền thông đại chúng.
- 4) Bước 4: Triển khai hoạt động truyền thông theo kế hoạch.
- 5) Bước 5: Giám sát, đánh giá kết quả và hiệu quả hoạt động truyền thông.
- 6) Bước 6: Điều chỉnh, cập nhật và đổi mới hoạt động truyền thông:

HƯỚNG DẪN CAN THIỆP TRUYỀN THÔNG PC AIDS CHO NHÓM MSM (Kênh và công cụ)

Kênh và hoạt động truyền thông

Công cụ truyền thông

Chú ý

Kênh trực tuyến

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Các trang mạng xã hội (MXH) của cộng đồng MSM. - Trang MXH của các phòng khám cộng đồng, doanh nghiệp xã hội. - Các nhóm kín trên facebook nơi các thành viên tìm kiếm bạn tình. - Các ứng dụng hẹn hò (Grindr, BlueD, Hornet, Jack'svvv...). - Các website của cộng đồng, trang cá nhân của những người có ảnh hưởng trong cộng đồng. | <ul style="list-style-type: none"> - Livestream - Các video phù hợp, hấp dẫn với nhóm MSM - Inforgraphic, game online, gift, poster, các hoạt động tương tác, cuộc thi, chiến dịch truyền thông v.v. - Các tin, bài theo phong cách vui - Hình ảnh bắt mắt, hiện đại, hướng đến tình yêu | <ul style="list-style-type: none"> - Ưu tiên sử dụng kênh các nhóm kín trên facebook, ứng dụng hẹn hò trực tuyến. - Kết hợp với CBOs, phòng khám cộng đồng, MSM có ảnh hưởng trong cộng đồng - Nội dung truyền thông cần đa dạng, phù hợp với xu hướng và sở thích của cộng đồng MSM, - Nên lồng ghép cung cấp dịch vụ trực tiếp cho khách hàng như tự xét nghiệm HIV, đăng ký lịch hẹn v.v. |
|--|---|--|

HƯỚNG DẪN CAN THIỆP TRUYỀN THÔNG PC AIDS CHO NHÓM MSM (Kênh và công cụ)

Kênh và hoạt động truyền thông

Công cụ truyền thông

Chú ý

Kênh trực tiếp

- Thông qua hoạt động tiếp cận cộng đồng.
- Các sự kiện cộng đồng
- Các chương trình quảng bá, truyền thông của các phòng khám...
- Sự kiện giáo dục giải trí lồng ghép dịp lễ như Giáng sinh, Ngày lễ tình nhân, các cuộc thi, gặp mặt offline cộng đồng
- Gian hàng tại các sự kiện
- Các điểm vui chơi giải trí (bar, sauna, massage, cafe v.v)

- Các tài liệu truyền thông (tờ rơi hỏi & đáp về dịch vụ dự phòng, poster, standee).
- Các quà tặng nhỏ mang thông điệp (móc khóa, vòng tay, áo mưa.v.v.)
- Lồng ghép vào trò chơi, tiết mục biểu diễn, cân bằng giữa thông tin kỹ thuật và sở thích của cộng đồng.
- Talkshow với những người có sức ảnh hưởng tới cộng đồng MSM

- Truyền thông về PrEP, dịch vụ xét nghiệm HIV và các sản phẩm và dịch vụ HIV đều có thể lồng ghép trong các sự kiện cộng đồng phù hợp
- Kết hợp với CBOs, phòng khám cộng đồng, MSM có hướng trong cộng đồng để truyền thông.
- Kết hợp với truyền thông trực tuyến về sự kiện trước, trong và sau sự kiện

HƯỚNG DẪN CAN THIỆP TRUYỀN THÔNG PC AIDS CHO NHÓM MSM (Kênh và công cụ)

Kênh và hoạt động truyền thông

Công cụ truyền thông

Chú ý

Kênh đại chúng

- Các phóng sự, tọa đàm, bản tin về các dịch vụ HIV/AIDS.
- Phỏng vấn, tọa đàm bác sĩ, chuyên gia, MSM đã sử dụng dịch vụ HIV/AIDS.
- Các chương trình giải trí lồng ghép như kịch, hài, tiểu phẩm
- Truyền thông báo giấy, báo điện tử.

- Áp phích, khẩu hiệu.
- Thông tin báo chí.
- Hình ảnh, thông tin phù hợp cung cấp cho báo chí.
- Sự tham gia của người nổi tiếng, các tổ chức, cá nhân trong lĩnh vực HIV/AIDS.
- Lồng ghép các nội dung về quyền, giảm kỳ thị phân biệt đối xử với cộng đồng MSM và người nhiễm HIV.

- Tuy ít được nhóm MSM tiếp cận, mảng truyền thông đại chúng vẫn nên được áp dụng trong các thời điểm phù hợp, như Tháng hành động phòng chống AIDS, các ngày lễ hội cộng đồng.

HƯỚNG DẪN CAN THIỆP TRUYỀN THÔNG PC AIDS CHO NHÓM MSM

NỘI DUNG/THÔNG ĐIỆP CƠ BẢN:

- 1) Kiến thức cơ bản về HIV/AIDS: Đường lây truyền, cách phòng lây nhiễm. Đối với nhóm MSM cần nhấn mạnh tầm quan trọng của sử dụng BCS và CBT, sử dụng (uống) PrEP để phòng lây nhiễm HIV; lưu ý nội dung phù hợp, hấp dẫn với nhóm MSM.
- 2) Các dịch vụ dự phòng và điều trị HIV/AIDS: Tính cần thiết, lợi ích của các dịch vụ, các chế độ, chính sách cho người tham gia dịch vụ, địa điểm cung cấp dịch vụ;
- 3) Nội dung cần đơn giản, dễ nhớ, dễ hiểu và gần gũi với ngôn ngữ cộng đồng, phù hợp với sở thích của cộng đồng và cần được lấy ý kiến góp ý của cộng đồng;
- 4) Các thông điệp hướng tới tình dục tích cực và tình yêu, cũng như yêu thương sức khoẻ của bản thân và hướng tới việc tự quyết định của chính cộng đồng.

Thank you!