



Nationella Hivrådet 

Nationella Hivrådet

- Statens folkhälsoinstitut, FHI - Ann-Cristine Jonsson
 - Smittskyddsinstitutet, SMI - Jan Albert
 - Migrationsverket - Anna Wessel
 - Skolverket - Agneta Nilsson
 - Sveriges kommuner och landsting, SKL Ingvor Bjugård
 - SKL - Marianne Granath
 - Somaliska hälsoteamet - Gibril Musesultan
 - HIV-Sverige - Inger Forsgren
 - Socialstyrelsen - Anders Tegnell
-
- Adjungerade ledamöter är Noaks Ark, RFSU och RFSL samt Kriminalvården.

2008-2013 - Långsiktighet - Kontinuitet

- Socialstyrelsen har sedan 2006 uppdraget att planera, samordna och följa upp det förebyggande arbetet mot HIV och STI. I regeringens proposition *Nationell strategi mot HIV/aids och vissa andra smittsamma sjukdomar* (2005/06:60) betonas att en nationell övergripande kommunikationsstrategi behövs för informations- och kommunikationsarbetet i Sverige.

Olika målgrupper för kommunikation

- Beslutsfattare och ledare
- Professionella, föreningsaktiva och andra nyckelpersoner
- Allmänheten
- Riskutsatta grupper

Kommunikationsstrategins syfte

- att ange den nationella inriktningen och tydliggöra hur olika aktörers kommunikationsinsatser kan samverka,
- att ge plattform och inriktning för utveckling av handlingsplaner för kommunikation för de olika riskutsatta grupperna, nationellt och regionalt/lokalt,
- att tydliggöra ansvar, roller och målgrupper i kommunikationen om HIV och STI.

Samtalen om HIV/STI har tystnat i offentliga rummet

Att få upp frågan på agendan är viktig av fyra skäl.

- För att öka kunskapen om HIV och STI
- För de som är smittade – att avdramatisera och att normalisera
- För att förhindra diskriminering av de som är smittade och de som befinner sig i riskzonen
- För att tydligt förmedla att hiv finns i Sverige

Riskutsatta grupper

- ungdomar och unga vuxna (20–29 år)
- personer med utländsk bakgrund, främst från högendemiska områden,
- utlandsresenärer, främst till länder där HIV är vanligt eller till resmål för ungdomar,
- män som har sex med män,
- injektionsmissbrukare,
- gravida (risk för mor till barn-smitta),
- personer som köper och säljer sex,
- personer med HIV-infektion.

Det är speciellt viktigt att

- utforma budskap för olika grupper
- inte förmedla budskap som kan uppfattas som kränkande,
- betona det positiva med en beteendeförändring i stället för det negativa med det riskfyllda beteendet,
- förtesta budskapen med och på de berörda grupperna.

Fokus- och målområden för kommunikation

- utöka människors kunskap,
- motverka attityder som kan vara stora hinder för ett hälsofrämjande beteende,
- förstärka attityder som gynnar ett hälsofrämjande beteende,
- informera om möjliga hälsofrämjande beteenden som inte är tillräckligt kända.

Symbol/varumärke för informations- och kommunikationsarbetet

- Symbolen/märket ska skapa igenkänning för det samlade arbetet med HIV- och STI-prevention i Sverige.

