



# När informerar vi?

- Interpersonell information
- Information
- Det offentliga samtalet

# Var ska vi vara?



# Sätta på agendan

**Det finns i huvudsak två metoder för att sätta frågan på agendan:**

- att skapa ett offentligt samtal eller en debatt som bevakas av medier,
- att genomföra informationsaktiviteter i det offentliga rummet.

# Olika agendor

- Science agendan - Experter och forskare diskuterar ämnet
- Media agendan - Massmedia behandlar ämnet
- Public agendan - Ämnet diskuteras mellan individer
- Polling agenda - Frågan eller ämnet värderas i opinionsundersökningar
- Policy agendan - Politiska frågor diskuteras och beslut fattas

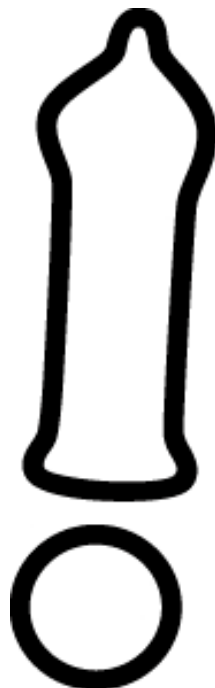
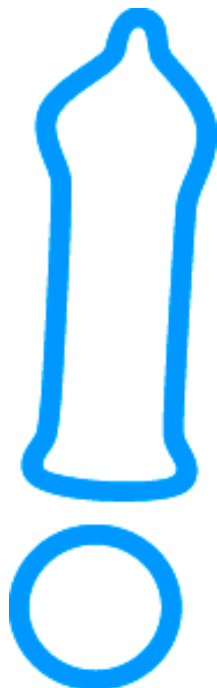
# Vad kan vi göra?

- Aktivt bevaka omvärlden,
- föra ut aktuell kunskap till berörda aktörer,
- hålla seminarier och delat i samhällsdebatten,
- agera och uppmärksamma när det finns brister på strukturell nivå,
- motivera personal i landsting, regioner kommuner och ideella organisationer.

# Vad krävs för en bra kampanj?

- Engagemang.
- Kontinuitet.
- Användbarhet/behov.
- Långsiktighet.
- Förankring.

# Grafisk igenkänning



Finns även i vit färg

# Landstingens behov

- Man saknar kunskap om vilka kommunikationsinsatser som har effekt, dvs. man skulle vilja utvärdera arbetet.
- Det arbete som görs på nationell nivå uppskattas, det ses som en förutsättning för många av de insatser som görs lokalt.
- Landstingens ska svara för den lokala anpassningen av informationsinsatserna, samt svara för lokalt präglade punktinsatser.
- Landstingen lyfter fram vikten av att insatserna planeras och genomförs samordnat och riktar här viss kritik mot Socialstyrelsens arbetsformer och planeringshorisonter.

# Hivportalen

The screenshot shows the HIV portal website in a Windows Internet Explorer browser window. The address bar displays <http://www.hivportalen.se/Sida/default.aspx>. The page header includes the logo for "Hivportalen" with the tagline "för dig som arbetar med HIV/STI-prevention och sexuell hälsa". A search bar is located in the top right corner. Below the header is a navigation menu with links for "Startsida", "Fakta och statistik", "Forskning", "Lagar och riktlinjer", "Publikationer", "Avtörer", and "Aktuellt".

The main content area is divided into several sections:

- Hitta på Hivportalen:** Includes a search bar and a "Webbkarta" link.
- Sexualitet och hälsa:** Discusses discrimination, sex- and health surveys, and sexually transmitted infections.
- Risksatta grupper:** Lists groups such as young people, men who have sex with men, and people with a history of injection drug use.
- Sexuellt överförda infektioner:** Lists HIV, Chlamydia, Gonorré, Syfilis, Kondylom (HPV), Hepes, and Hepatit.
- Redaktionen tipsar:** Features a link to "Klamydiastatistik första halvåret 2009 (SMI)".
- Nytt från redaktionen:** Contains several news items:
  - Influensan A(H1N1) - vaccination för riskgrupper:** A news item about the importance of vaccination for high-risk groups.
  - Nationella Hivrådets ordförande Christer G. Wennerholm har ordet:** A quote from the national HIV council chair.
  - Kalendarium:** A list of events, including "Hiv/aids och global utveckling" and "Riskfyllda möten".
- Nyheter:** A section for general news, including "Från myndigheter och regering", "Från kommuner och landsting", "Från organisationer", "Ny forskning", and "I media".

[www.hivportalen.se](http://www.hivportalen.se)

# Förbättrad samordning och stöd till aktörer

Delmål	Verifikationskälla	Huvudansvar för uppföljning
<ul style="list-style-type: none"><li>• 2014 ska 75 procent av alla aktörer inom området känna till webbportalen.</li><li>• 2014 ska 50 procent av aktörerna inom området aktivt använda sig av webbportalen.</li><li>• 2014 ska 60 procent av aktörerna ha kännedom om metodstöden.</li><li>• 2014 ska 60 procent av de aktörer som arbetar med ungdomar och unga vuxna ha fått information om fokusområdena.</li></ul>	<p>Uppföljande utvärderingar och studier.</p> <p>Enkät riktad till berörd personal.</p>	<p>Socialstyrelsen.</p> <p>Ur: Nationell handlingsplan för klamydia-prevention (art. nr 2009-126-180), sid 57.</p>

# Vad krävs?

- Bättre kunskap om olika delar av målgruppen – normer värderingar.
- Bättre budskapsanalys: Vilka budskap är relevanta.
- En budskaps analys som har acceptans i målgruppen.
- En sammanhåller strategi.
- Kontinuerliga och långsiktiga informationsinsatser
- Bättre kunskap om ungdomar och unga vuxna med ett ökat riskbeteenden.

# Mer information

- Nationell  
Kommunikationsstrategi  
för det förebyggande arbetet mot hiv ,  
sexuellt överförda infektioner och vissa  
blodburna sjukdomar, art.nr. 2008-126-78
- Publicerad 1 dec. 2008
- Kan beställas på:  
[www.socialstyrelsen.se/hivsti](http://www.socialstyrelsen.se/hivsti)  
(under fliken metoder)

