



**Szűrőprogramok Országos Kommunikációja**  
(SZOK) TÁMOP-6.1.3.-08/1-2008-0002 azonosító jelű kiemelt projekt

A projekt az Európai Unió támogatásával,  
az Európai Szociális Alap  
társfinanszírozásával valósul meg.



**Nemzeti Fejlesztési Ügynökség**  
ÚMFT infovonal: 06 40 638 638  
nfu@nfu.gov.hu • www.nfu.hu

  
**Új Magyarország**  
FEJLESZTÉSI TERV

  
**Nemzeti Fejlesztési Ügynökség**  
ÚMFT infovonal: 06 40 638 638  
nfu@nfu.gov.hu • www.nfu.hu



## Előzmények:

Az Új Magyarország Fejlesztési Terv (ÚMFT, 2007–2013) Társadalmi Megújulás Operatív Programja (TÁMOP) keretében a „Szűrőprogramok országos kommunikációja” elnevezésű és TÁMOP-613-08/1-2008-0002 azonosító jelű kiemelt projekt pályázati anyagát az Országos Tisztifőorvosi Hivatal kidolgozta, a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség 865.668.290 Ft összegű támogatásra érdemesnek ítélte. A Támogatási Szerződés aláírását követően 24 hónap áll rendelkezésre a projekt lebonyolítására 2011. május 28-ig.

## A projekt céljai:

A projekt átfogó célja a lakosság egészségi állapotának javulása, az egészségesen és munkaképesen eltöltött életek számának növekedése, hozzájárulás a „munkavállalási korúak munkaerő-piaci aktivitásának növeléséhez”-hez és a fenntartható fejlődéshez. További cél, hogy a hátrányos helyzetűek életkilátásai javuljanak, a területi és társadalmi különbségek csökkenjenek, növekedjen a társadalmi kohézió.

### A projekt közvetlen céljai:

1. A szervezett, céltzott lakossági szűrések eredményességének és hatékonyságának érdekében
  - (i) a szűrésen részt vevők számának növelése, ezen belül is az emlőszűrésre (célcsoport: 1.370 ezer nő, 45-65 év között), és a méhnyak-szűrésre (célcsoport: 2.100 ezer nő, 25-65 év között) behívottak megjelenési arányának növelése;
  - (ii) a szűrésben érintett lakosság szűréssel kapcsolatos attitűdjének befolyásolása az öngondoskodás és felelősségérzet növelése érdekében. A szűréseken eddig meg nem jelentek a legnehezebben elérhető csoportot képviselik, az egészséges életmód szempontjából is a magasabb kockázati csoportokba sorolhatók, ezért a mozgósításuk kiemelten fontos cél;
  - (iii) az egészségtudatos életviteli formák elterjesztése, egészségtudatos életvitelre nevelés, ezzel együtt a lakossági tájékozottság növelése.
2. A lakosság nehezen mobilizálható és motiválható szegmensét ellátó egészségügyi dolgozók, valamint a lakossággal szoros kapcsolatban álló területi, helyi szakemberek aktivizálása, kommunikációs készségének fejlesztése. A szolgáltató szakmai csoportok és a véleményformálók informálása, érzékenyítése, mozgósítása.
3. Kistérségi szintekig elérő, fenntartható, folyamatos egészségkommunikáció kiépítése.

### Célcsoportok:

- a betegségcsoportok által veszélyeztetett demográfiai szegmensek:
  - o I. Rizikó célcsoport – emlőrák: 45-65 év közötti nők
  - o II. Rizikó célcsoport – méhnyak rák: 25-65 év közötti nők
  - o III. Rizikó célcsoport – szív és érrendszeri betegségek: magas kockázati csoportba tartozó lakosok
- felnőtt társadalom, véleményformálók, egészségügyi szakdolgozók

A projekt kiemelt figyelmet fordít a hátrányos helyzetű rizikó csoportok elérésére, a regionális eltérések kiegyensúlyozására, a kommunikációs akadály-mentesítésre.

### A projekt tervezett céljai az alábbi két komponens keretében valósulnak meg:

## „A”-komponens: Országos kommunikációs kampány

A projekt elsődleges feladata a szűrésekkel kapcsolatos lakossági **kommunikáció stratégiájának** megalkotása a nemzetközi irodalomból ismert kommunikációs módszereknek, eljárásoknak a hazai/helyi szűrővizsgálatokhoz adaptálása révén. Tartalmazza az – elsődleges megelőzést is szolgáló – egészségtudatos és öngondoskodó magatartás kialakításával összefüggő ismereteket és készségeket, különös figyelmet fordít a szűrővizsgálattal kapcsolatos tájékoztatásra, ismeretterjesztésre, befolyással van a céllakosság információ alapuló döntésére, ösztönzőleg hat a szűréssel kapcsolatos magatartásra. A stratégia tartalmaz mind „kampányszerű” forgatókönyvet, mind állandósított egészségfejlesztési tevékenységeket. A projekt a **folyamatos kommunikációval** a kockázati csoportba tartozó lakosság daganatos/szív és érrendszeri betegségekre vonatkozó szűréseken való aktívabb részvételét kívánja elérni, s ezáltal a fenti betegségekből következő korai halálozás számának és arányának csökkenését elősegíteni. A **médiakampány** több kommunikációs csatorna és eszköz (kiadványok és nyomtatott tájékoztató anyagok, rádió és TV spotok, helyi sajtó, internet, plakátok és szóróanyagok, szakmai folyóiratok, konferenciák, helyi rendezvények, reklám és direkt eszközök stb.) együttes alkalmazásával mozgósítja a célcsoportot. A kommunikációs üzenetek átadásában dominánssá tesszük a kistérségekben megjelenő kommunikációs eszközök és termékek mennyiségét, valamint a személyes meggyőzés szerepét.

A kampányt kísérő **kutatás és hatásvizsgálat** feladata a szűréseken való részvételt akadályozó hiedelmek és tévhitek (pszichológiai folyamatok) feltárása, a hatásának mérséklésére javaslatok megfogalmazása, a kampány eredményességének vizsgálata.

## „B”-komponens: Team-továbbképzés és interaktív tájékoztató napok szervezése és lebonyolítása

I. Az **akkreditált team-továbbképzés** célcsoportja azok az egészségügyi szakemberek (elsősorban az alapellátás orvosai és szakdolgozói), akik felvilágosítással, a felmerülő kérdések megválaszolásával, ráhatással, motiválással és stimulálással képesek hatni a szűrővizsgálatra meghívottakra annak érdekében, hogy fogadják el a felajánlott szűrővizsgálatot /600 fő: háziorvos és egészségügyi szakdolgozó/.

II. Az **interaktív tájékoztató napok** célcsoportja a helyi döntéshozók, államigazgatási, gazdasági, egyházi, társadalmi véleményformálók (polgármesterek, pedagógusok, szociális intézmények, kisebbségi önkormányzatok stb.), akik példamutatással és adminisztratív lehetőségeiken keresztül megkönnyíthetik a lakosság szűrésen való részvételét, vagy arra bármely módon hatással képesek lenni /2400 fő/.

Mind a team-továbbképzés, mind az interaktív tájékoztató napok a kampány elemeinek kiegészítését, az üzenetek megerősítését is szolgálják. A team-továbbképzések első napi moduljában neves szakemberek előadásait /orvos, szociológus, kommunikációs szakember/ hallgathatják meg, a második napi modul egy interaktívabb, az előző képzési napon megszerzett tudásra épülő gyakorlati rész követi. Az interaktív tájékoztató napok keretében a szakmai felkészítést a területi ÁNTSZ szakemberek végzik, a második nap kommunikációs moduljának lebonyolítása egy közbeszerzésen kiválasztott, akkreditált kommunikációs tréner cég feladata lesz. A képzések és a tájékoztatók az ország 101 helyszínén kerülnek megrendezésre 2010. március – 2010. december között. A csoportok létszáma: 30 fő/csoport.

### Partnerek:

Az Országos Tisztifőorvosi Hivatal, mint projektgazda, a projekt megvalósításának két éves időtartama alatt a regionális és kistérségi ÁNTSZ intézetekkel, valamint az országos háttérintézetekkel és a közbeszerzési eljárásokban nyertes kommunikációs cégekkel együttműködve fogja végezni a folyamatos egészségkommunikációs tevékenységet. Az egészségkommunikáció eredményességét, hatékonyságát nagymértékben erősíthetik az ÚMFT egyéb TÁMOP programjai (pl. „6.1.2. Egészségre nevelő és életmódprogramok” konstrukció).



### Tevékenységek:

1. Előkészítés: kommunikációs stratégia kidolgozása, szeminárium tematikájának és segédanyagainak fejlesztése, közreműködő szervezetek kiválasztása (pl.: kampány cégek közbeszerzése)
2. Kampány: kutatás (bázis vizsgálat), kreatív tervezés, gyártás és nyomdai munkák, ügynökségi tevékenység (kommunikációs csatornák és eszközök működtetése), roadshow stb.
3. Képzések: team-továbbképzési és tájékoztató napok anyagának sokszorosítása, szervezési munkák, lebonyolítás, dokumentálás stb.
4. Nyilvánosság (projektre vonatkozóan): nyitó és záró sajtóesemények, hirdetések, PR
5. Zárás: hatásvizsgálatok értékelése, eredmények bemutatása, visszacsatolás

### Várt számszerűsíthető eredmények:

- a kiválasztott háziorvosok által végzett kardiovaszkuláris szűrések emelkedésének aránya: **10%;**
- a szervezett emlőszűrésen megjelentek aránya: **60%;**
- a szervezett méhnyak-szűrésen megjelentek aránya: **50%.**
- a kampánnyal elért célcsoportok aránya 90%;
- 101 megtartott tájékoztató rendezvény (képzés);
- 3000 fő résztvevő a tájékoztató rendezvényeken;
- a képzéshez kidolgozott oktatási segédanyagok;
- 3 elkészített hatásvizsgálati tanulmány.