



SOCIĀLĀ MĀRKETINGA IZPĒTE HIV PIRMSEKSPŪZIJAS PROFILAKSES NODROŠINĀŠANAS KONTEKSTĀ

Progresīvai HIV izplatības ierobežošanas nodrošināšanai parasti veido sistēmu, kas sevī ietver vairākas komponentes kā, piemēram, ātra HIV diagnostika, sabiedrības informēšana un izglītošana par vīrusu, jau inficētu pacientu ārstēšana. Papildus šīm komponentēm Pasaules veselības organizācija rekomendē pirmsekspozīcijas jeb pirmskontakta profilakses (PrEP) nodrošināšanu cilvēkiem, kuri nav inficēti ar HIV, bet ir pakļauti riskam inficēties ar to. PrEP ir zāles un tā efektivitāte un drošība HIV inficēšanās novēršanai ir pierādīta vairākos augstas kvalitātes kliniskos pētījumos. Vairākās pasaules valstīs iedzīvotājiem PrEP pilnībā vai daļēji apmaksā valsts. Latvija nav šo valstu vidū.

Sociālā marketinga kontekstā ir svarīgi ne tikai informēt un izglītēt sabiedrību, bet arī nodrošināt produkta pieejamību, kas palīdz veicināt sabiedrībā konsekventas uzvedības izmaiņas. Tādējādi, PrEP pieejamības nodrošināšana un tā lietošana samazina riskus inficēties ar HIV. Vairākas Latvijas nevalstiskās organizācijas sadarbībā kopā uzsākušas pilotprojektu, kura mērķis ir nodrošināt bezmaksas PrEP Latvijā.

Pētījuma mērķis ir izpētīt nevalstisko organizāciju sociālā marketinga aktivitātes HIV pirmsekspozīcijas profilakses nodrošināšanas kontekstā Latvijā. Lai panāktu pētījuma mērķi tika veiktas daļēji strukturētās intervijas ar nevalstisko organizāciju pārstāvjiem, izpētītas īstenotās sociālā marketinga aktivitātes un analizēti šo aktivitāšu rezultāti.

Pētījuma rezultāti liecina, ka viena no lielākām iedzīvotāju grupām, kuras jau pielieto, vai vēlas turpināt lietot, PrEP ir homoseksuālie vīrieši. Kā viens no svarīgākajiem komunikācijas un izglītošanas kanāliem tiek izmantotas interneta platformas un mutiskā komunikācija starp NGO pārstāvjiem un HIV inficēšanās riskam pakļauto iedzīvotāju vidū. Jāatzīmē, ka PrEP lietošana veicina HIV inficēšanas riskus, tomēr, tas neaizsargā no citām seksuāli transmisīvām slimībām, tādējādi PrEP nodrošināšana var veicināt citu seksuāli transmisīvu slimību inficēšanās gadījumus skaita pieaugumu iedzīvotāju vidū. PrEP ieviešanai valstiskā līmenī pastāv vairākas grūtības, ka piemēram juridiskie un ekonomiskie aspekti. Tapāt pastāv atšķirīgi viedokļi ārstu vidū par PrEP nepieciešamību veselam cilvēkam un kā tas var ietekmēt viņa veselību ilgtermiņā.

Atslēgvārdi: AIDS, HIV, PrEP, sociālais mārketinga komunikācija

Primary author: DUBOVIKS, Jānis

Presenter: DUBOVIKS, Jānis