

4

Benzodiazepinai: Komunikacijos planas

Enrikas Etneris
enrikas.etneris@kurkl.lt
37061555446

Dr. Vaiva Gerasimavičiūtė
vaiva.gerasimaviciute@kurkl.lt
37062114076

Komunikacijos kampanija dėl perteklinio benzodiazepinų vartojimo ir neracionalaus skyrimo

1. tikslas

Pasiekti, kad bent **pusė milijono** Lietuvos gyventojų **sužinotų apie benzodiazepinus (BZD)**, kaip vaistus ir sužinotų apie teisingą jų vartojimą ir ilgalaikio vartojimo žalą.

Siekti **sumažinti** psichikos sveikatos **stigmą**.

Sumažinti BZD vartojimą per pusę iki EBPO šalių lygio iki 2022 m. (2017 m. NPD (Nustatyta paros dozė) buvo 38/1000 gyv. Lietuvoje, o 2016 m. EBPO šalių vidutinė NPD 20/1000 gyv.) siekiant įgyvendinti vyriausybės programos dalį „Kompleksinių priemonių įdiegimas, skatinant racionalų vaistų vartojimą“.¹

Sveikatos apsaugos ministerijos, kaip institucijos, atsakingos už Lietuvos gyventojų sveikatą ir psichikos sveikatos įvaizdį formuojančios lyderės, **pozicijos gerinimas**.

2. situacijos apžvalga

¹ Septynioliktosios Lietuvos Respublikos Vyriausybės programos, kuriai pritarta 2016 m. gruodžio 13 d. Lietuvos Respublikos Seimo nutarimu Nr. XIII-82 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės programos“, 38.5 papunktį, Lietuvos Respublikos Vyriausybės programos įgyvendinimo plano, patvirtinto Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2017 m. kovo 13 d. nutarimu Nr. 167 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės programos įgyvendinimo plano patvirtinimo“, 1.3.4 darbo „Kompleksinių priemonių įdiegimas, skatinant racionalų vaistų vartojimą“

benzodiazepinai (BZD)

Centrinę nervų sistemą slopinantys, „**raminamieji**“ vaistai. Skiriami kaip pagalbinė ir **trumpalaikė (2-4 savaites trunkanti) ūmaus nerimo ar nemigos** gydymo priemonė. BZD gali būti skiriami malšinti epilepsinius traukulius (dėl raumenis atpalaiduojančio poveikio), gydant depresiją ar alkoholio abstinencijos simptomus. Dėl amnezinių ir raminančių savybių kartais skiriami prieš operacijas.

Dėl raumenis atpalaiduojančių ir migdančių savybių padidėja nelaimingų atsitikimų rizika vairuojant, kritimai ir kaulų lūžimai (ypač senyvo amžiaus žmonių tarpe). **Vartojant BZD ilgiau, vystosi fizinė ir psichologinė priklausomybė**, vaistais pradedama piktnaudžiauti. Staigus vaisto nutraukimas gali sukelti nutraukimo sindromą (pasireiškia nerimu, nemiga, pykinimu, traukuliais ir kt.)

Lietuvoje

2017 m. BZD Lietuvoje suvartota 2-3 kartus daugiau nei kaimyninėse Šiaurės regiono šalyse (apie **4% gyventojų vartoja BZD kasdien**). Daugiausia vartoja moterys ir vyresni žmonės, dažniausiai išrašomi šeimos gydytojų dėl nemigos ar nerimo. Vidutinė vaisto vartojimo trukmė – **86 mėnesiai, priklausomybė nustatyta 38% BZD vartojusių pacientų**.* Depresija, nerimas ir miego sutrikimai diagnozuojami ir gydomi netinkamai, BZD „užglaistoma“ depresija.

ekspertai teigia

Interviu su ekspertais identifikuotos perteklinio BZD suvartojimo priežastys. **Visuomenė**: vaistas, kurį vartoti „gera“; maža kaina; receptą gali išrašyti bet kuris gydytojas, nebūtina eiti pas psichologą ar psichiatrą (stigma); nežino apie ilgalaikio vartojimo pasekmes. **Gydytojai**: jaučiasi pacientų „įkaitais“; padėti nutraukti vaistą reikalauja daug laiko ir pastangų; nediagnozuojama depresija, bet gydomi pavieniai simptomai; nėra vaisto mažinimo schemų ir aiškių skyrimo rekomendacijų. **Sistema**: daugiau nei pusė BZD kompensuojami; dalis BZD išrašomi ant popierinių receptų, todėl sunku susekti individualius vartojimo įpročius; vaistai paplitę juodojoje rinkoje.

3. tikslinė grupė

amžius

Kampanija yra orientuota į vidutinio ir vyresnio amžiaus asmenis (35-65 m.) ir siekiama, kad šie žmonės laipsniškai nutrauktų šių vaistų vartojimą.

Reklamos aktualios ir pensijinio amžiaus asmenims (65 m. ir vyresniems), kad šie būtų informuoti apie taisyklingą vaisto vartojimą ir dozių nedidintų

25-35 m. asmenys BZD vartoja mažiau, tačiau tai yra žmonių grupė, kuriai svarbu šio vaisto nepradėti vartoti, svarbu žinoti jų daromą žalą ir svarbu išaiškinti racionalaus vaisto vartojimo principus.

Jaunesni nei 25 m. piliečiai nėra tikslinė auditorija.

lytis

Pastebėta, kad BZD vaistą dažniau vartoja moterys, nei vyrai. Tad kampanija, kurios žinutė yra racionalaus vaisto vartojimas, turėtų būti orientuota į moteris.

Vyrai, tuo tarpu, pasižymi prastesniais psichikos sveikatos rodikliais. Žinutės, kuriomis siekiama mažinti psichikos sveikatos stigmą, turėtų būti orientuotos tiek į vyrus, tiek į moteris. Moterys yra svarbios motyvuojant vyrus kreiptis specialistų pagalbos.

4. žinutė

Bendradarbiaujant su komunikacijos eksperte nustatėme, jog benzodiazepinai, kaip vaisto pavadinimas, nėra įsimintinas, lengvai atpažįstamas visuomenei, yra per ilgas. Kadangi vaistai sudaro didžiąją raminamųjų-migdomųjų vaistų dalį, o tai yra visuomenei lengviau atpažįstama, norime naudoti būtent šiuos pavadinimus. **Žinutės tikslas** – atkreipti visuomenės dėmesį į šiuos vaistus, jų žalą ir šalutinius poveikius, taip pat ir siekti, jog naujų vaisto vartotojų būtų mažiau, visuomenė būtų sąmoningesnė racionalaus vaistų vartojimo klausimu. Buvo išgrynintos dvi žinutės:

„nėra tabletės džiaugsmui“ – nepakliūk į raminamųjų/migdomųjų pinkles

Dideli BZD ir maži antidepresantų suvartojimo skaičiai byloja apie depresijos simptomų užglaistymą, jos neatpažinimą. NTAKD duomenimis, BZD taip pat naudojami svaiginimuisi. Kadangi BZD vartojami streso, nerimo suvaldymui, rekreacijai, vaistu pradedama gerinti bendra psichinė asmens būklė, o ne eliminuojamas sutrikimas ir atveriamas kelias piktnaudžiavimui (ypač turint omenyje

didelius priklausomybės mastus). Dėl to šia žinute siekiama nurodyti, kad raminamieji turi būti naudojami pagal paskirtį, o ne kaip alternatyva prastos psichinės būklės gerinimui.

„ramybės būna per daug“ – nepakliūk į raminamųjų/migdomųjų pinkles

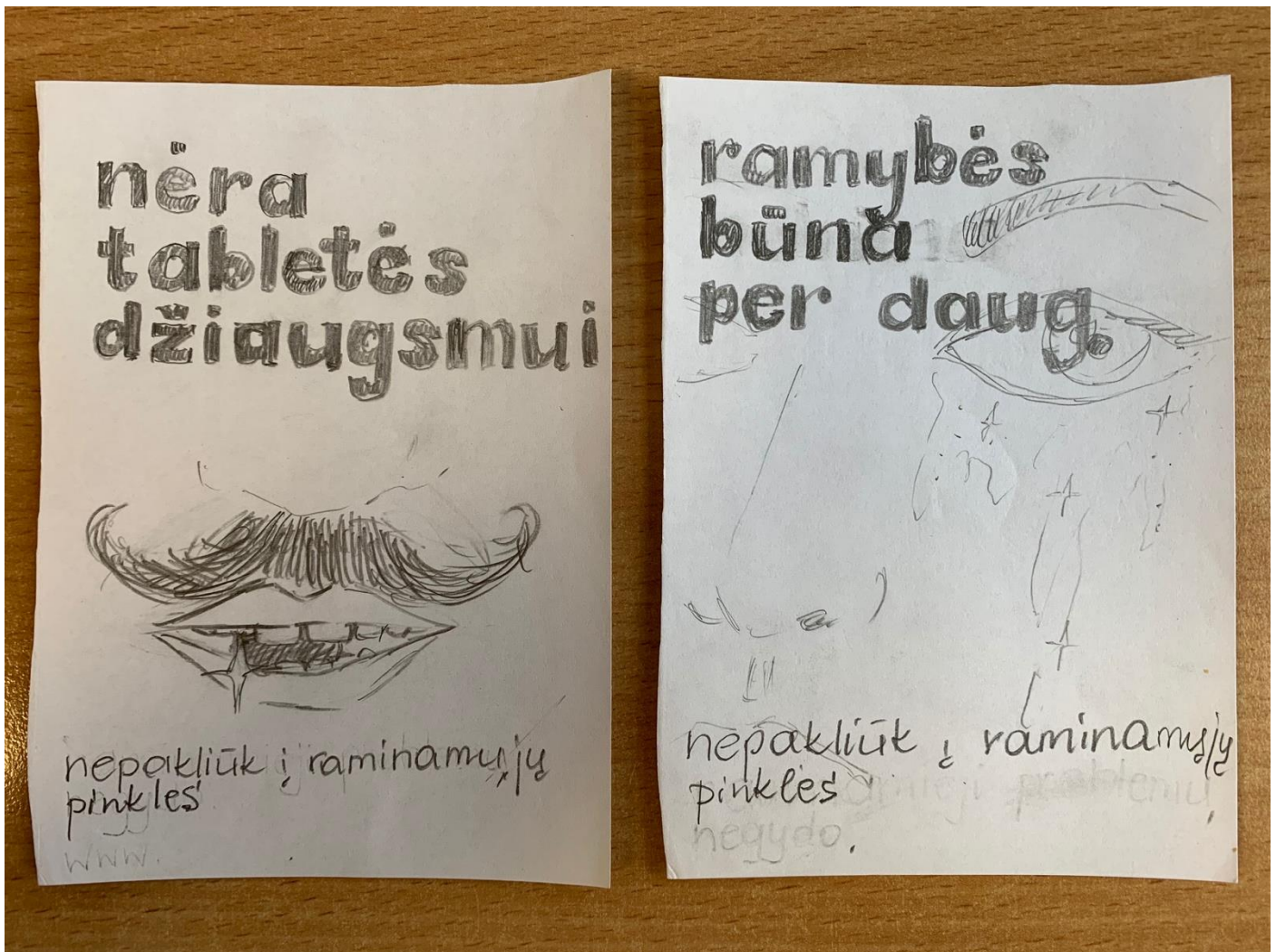
Šia žinute siekiame atkreipti dėmesį, kad visur skubantis asmuo, patiriantis daug streso, turi mokėti suvaldyti savo gyvenimo tempą. Ne paslaptis, kad egzistuoja perteklinis BZD vartojimas, tad žmogus pradeda vaistą vartoti ne pagal paskirtį, o pradėjus piktnaudžiauti, gali atsirasti priklausomybė ir dozės yra didinamos. Tokie BZD šalutiniai poveikiai kaip motoriniai sutrikimai, delyrai ar netgi mirtis yra iškomunikuojami – „per daug“ tai tarsi galimybė, jog vartojant per daug šių vaistų gali atsirasti dideli sveikatos sutrikimai. Taip pat žinutė atkreipia dėmesį, nes tarsi yra apgaulinga, netiesa – juk dėl streso vis trūksta miego, poilsio, tikrosios ramybės... Žinutės pagalba asmuo susimąsto, kad tik dirbant su savimi galima pasiekti tokią būseną.

5. vizualas



Tikslas yra padaryti fotosesiją su dviem modeliais – moterimi ir vyru, abu vyresnio amžiaus ir vyresni (kad reklama nors ir atrodanti jaunatviškai būtų pritaikyti vyresniems). Džiaugsmas dažnai asocijuojasi su juoku, šypsena, ir panašiomis žmogaus emocijomis, tačiau jos netinka žinutei perteikti, nes vis dėl to pacientai kenčia nuo benzodiazepinų. Tačiau daiktai, kurie asocijuojasi su džiaugsmu yra konfeti, blizgučiai, balionai ir kt. Tad nuspręsta pasirinkti blizgučius kaip metaforinę

reikšmę ir perteikti du vizualus – „džiaugsmo ašaros“ kur atspindėtų vyresnės moters veidas su blizgučių ašaromis bei vyro kandama/vartojama tabletė su blizgučiais ir susirūpinusia išraiška.



Panašiu principu ir būtų nufilmuoti labai trumpi klipai tų pačių susirūpinusių veidų, skirti perteikti vizualinei reklamai. Fotostudijos nuoma, pvz.: Brazzi studios E studija 6 val. – **100 eur**. Fotografą, modelius, makiažo artistę, stilistę, dizainerę ir video montuotoją kviestumėmės prisidėti prie projekto nemokamai, kaip socialiai atsakingus piliečius.

Medžiaga būtų naudojama skirtinguose kanaluose pasiekti visuomenę. Kartu su žinute ir vizualu bus patalpinta nuoroda į Sveikatos apsaugos ministerijos puslapį, kur žmonės galės surasti daugiau informacijos racionalių vaistų vartojimo tematika ir apie raminaujų-migdomųjų žalą.

6. numatyti kanalai

BZD vartoja pagrinde vidutinio amžiaus pacientai ir senjorai. Šie žmonės dažniausiai informaciją gauna iš televizijos, radijo, nacionalinės bei regioninės spaudos. Šiuos kanalus jie vertina kaip

patikimesnius ir kokybiškesnius. O jaunesni asmenys labai pasitiki interneto naujienų portalais. Dėl šių priežasčių socialinė reklama turi būti orientuota į viešąsias erdves, spaudą.

smulkioji spauda. skrajutės ir brošiūros

Paruošti, sumaketuoti ir atspausdinti **skrajutes** kaip atmintinę pacientams ir kurios sumažintų šeimos gydytojų darbo krūvį. Jose būtų pateikiama informacija apie 10 miego higienos principų (**Priedas Nr. 1**), informaciniai numeriai, kur galima gauti psichologinės pagalbos, mobiliosios emocinės savipagalbos programėlės „Pagalba Sau“ logo. Manome, kad pirmam tiražui reiktų **100 000 vnt.** skrajučių, kurios galėtų būti išdalintos per teritorines ligonių kasas skirtingoms ligoninėms. Dizainas bus atliktas nemokamai. Pavyzdžiui, www.onprint.lt duomenimis, 50 000 vnt. A6 formato (105 x 148 mm) dvipusių spalvotų skrajučių kaina yra 490.99 eur. Galutinė kaina – **981.98 eur** už 100 000 vnt. Skrajučių.

Paruošti, sumaketuoti ir atspausdinti **skrajutes** su nurodytais vizualiais ir kitoje pusėje esančią informaciją apie raminamųjų-migdomųjų šalutinius poveikius, daromą žalą, indikacijas ir teisingą vaistų vartojimą. Dizainas bus atliktas nemokamai. Jos būtų pasiekiamos bendrose sveikatos įstaigų erdvėse (laukiamuosiuose), bibliotekose ir Lietuvos paštuose, nes tai yra trys tinklai apimantys visą Lietuvos teritoriją ir jais galim pasiekti didelę pacientų auditoriją. Galutinė kaina – **981.98 eur** už 100 000 vnt. Skrajučių.

Dalis **sveikatos priežiūros įstaigų** savo pacientams siunčia informaciją el. laiškais. Galima paprašyti, kad minimali informacija būtų į laiškus įtraukta siunčiant laiškus, pavyzdžiui, su nuoroda į SAM puslapį. Tokia informacijos sklaida – nemokama.

skaitmeniniai ekranai/televizija/radijas

Kita priemonė – **reklama viešajame transporte**. UAB „Media traffic“ – viešojo transporto TV kanalas turintis 430 LCD ekranų tinklą. Su media ekranais Vilniaus, Kauno, Klaipėdos ir Šiaulių viešajame transporte pasiekiami arti pusės didžiųjų miestų gyventojų kasdien (**dienos auditorija iki 0.5 mln. žmonių**). Pasiekiami auditorija išskiriama kaip senjorai, vidutinio amžiaus moterys, studentai ir vyresnis jaunimas bei tarnautojai. Būtent į tokią orientuojamės skleidami žinią apie perteklinį BZD vartojimą. „Media traffic“ pasiūlymas nurodomas **Priedre Nr. 2**.

Tokia pati **skaitmeninė reklama** galėtų būti rodoma **sveikatos priežiūros įstaigų ekranuose**. Kadangi valstybės finansuojamos poliklinikos yra ne pelno siekiančios organizacijos, reklama jose būtų transliuojama nemokamai.

Kelių sekundžių socialinė reklama galėtų būti rodoma ir Nacionaliniame Lietuvos transliuoto televizijoje (LRT). Kai kurios sekundės būna iš anksto nupirktos, tad reiktų patikrinti, ar SAM nėra numatęs jų iš anksto. Skiriant lėšas, reklama gali siekti ir iki 3000 eur.

Pranešimai nemokamai skaitomi laidose „Labas rytas“, „Savaitės aktualijos“, „Klauskite daktaro“ per LRT, „Žinių radijuje“.

spauda

Inicijuoti pranešimai spaudai tiek konkrečia raminamųjų-migdomųjų, tiek bendra psichikos sveikatos tema. Didžiausi žiniasklaidos interneto portalai – **DELFI** ir **15min.lt**. Žurnalistės, rašančios sveikatos temomis atitinkamai yra Žiedūnė Juškytė ir Inga Saukienė. Portalai yra suinteresuoti patalpinti informaciją pas save, tad tokia sklaida – nemokama.

Taip pat kitas būdas komunikacijai apie ilgalaikio BZD vartojimo žalą yra pasitelkiant **regioninę spaudą**. Nacionalinės rajonų ir miestų laikraščių leidėjų asociacijos narių sąrašas pateikiamas **priede Nr. 3**. Tikimės, kad medžiagą jie bus suinteresuoti išleisti nemokamai. Tuo tarpu užsakomosios reklamos regioniniuose laikraščiuose kainuoja. Pavyzdžiui, vienas kvadratinis cm „Kupiškėnų mintys“ laikraštyje antradieniais arba ketvirtadieniais kainuoja 0.58 eur + PVM (reklama „rėmelyje“). „Anykšta“ laikraštyje nespelvota reklama rėmelyje kainuoja 0,87 eur už 1 cm² tekstiniuose puslapiuose. Jeigu mūsų spauda yra A6 formato (105 x 148 mm), tai kaina būtų atitinkamai **109 eur** ir **135 eur** už vieną reklamos vienetą.

Jeigu yra poreikis, reklamos taip pat galėtų atsirasti gausiai moterų skaitomuose žurnaluose – „Žmonės“ (su nuolaida reklama apie **800 eur**), „Laima“ (apie **500 eur**).

Socialinės reklamos **plakatai JC Decaux lauko stenduose**. Neužsakomos reklamos plakatai Vilniaus mieste kabėtų iki kol susidėvėtų fiziškai (1-2 metai). Kabinimo vietos ir pasirodymo laikas nebūtų žinomi (galbūt atsirastų po mėnesių, galbūt – po kelių). Plakatai būtų iškabinami neužsakytuose reklaminiuose stenduose, kur būtų likęs laisvas plotas. Pasiekiamumo rodikliai nebūtų skaičiuojami, pasiekiamumo mastas, pamatymų dažnis – tik numanomi. Reikalinga minimali suma Vilniaus miestui: **3000 eur**.

Influenceriai (socialinių tinklų nuomonių lyderiai)

Įtakingi socialinės medijos asmenys Lietuvoje būtų įtraukti į psichikos sveikatos sutrikimų sąmoningumo didinimo ir psichikos sveikatos stigmos mažinimo nacionalinę kampaniją. T.y.

Pakviesti žymius žmones prisidėti prie problemos aktualinimo ir informacijos sklaidos nemokamai. Pasirinkti tokius asmenis, kurie yra prisipažinę turėję patys ar savo artimųjų rate ar nebijo kalbėti daug apie psichikos sveikata. Tokie asmenys galėtų būti aktorius ir žurnalistas Algis Ramanauskas, mados tinklaraštininkė Simona Burbaitė, aktoriai Andrius Bružas, Marius Repšys, Rolandas Kazlas, Andrius Bialobžeskis, sveiką gyvenimą propaguojantis Simonas Dailidė, plaukikė Rūta Meilutytė, dainininkai Andrius Mamontovas, Marijonas Mikutavičius ir pan. Jie galimai galėtų pasidalinti vizualiais, išgyvenimais, kalbėti socialiniuose tinkluose apie projektą pateikus informacines gaires. Tikimės, kad tai bus padaryta nemokamai prisidedant prie socialaus atsakingumo iniciatyvos. Galima būtų sukurti knygėlę/brošiūrą „Receptas džiaugsmui“, kuriame nurodomos taisyklė, kaip elgtis užklupus stresui ir pan. Šį objektą asmenys galėtų filmuoti ir dalintis per soc. medijų platformas. Knygėlės pagaminimas galėtų kainuoti iki **100 eur**.

Taip pat galimai nufilmuojamas profesionalus klipas, kur žymūs žmonės dalinasi savo asmenine patirtimi apie psichikos sveikatą. Šiuo klipu būtų dalinamasi žiniasklaidoje, socialiniuose tinkluose. Tokio tipo socialinė reklama yra paveiki, visuomenė susimąstytų, jog tai psichikos sveikatos sutrikimai nėra gėdingi, apie juos reikia šnekėti. Tikslas kad klipą pamatytų bent 300 000 skirtingų asmenų. Klipo pristatyme dalyvautu žiniasklaida. Bendra to sąmata – **2000 eur**.

renginys-platforma

Bendradarbiaujant kartu su LR Socialinės apsaugos ir darbo ministerija sukuriama **nacionalinė platforma**, kur žmonės visoje Lietuvoje galėtų skelbtis apie tai, kaip jie gali padėti bendruomenei panaudojant savo turimas žinias ar talentus. Pavyzdžiui, žmogus užsiregistruoja kad labai gerai moka piešti, tad žmonės, kurie gyvena toje bendruomenėje gali užsiregistruoti ir nemokamai gauti piešimo pamokas. Taip pat jeigu yra poreikis, galima būtų ir užsiregistruoti pagalbos, pavyzdžiui, močiutei reikia nukasti daržus. Ir nepažįstamieji atvyksta padėti. Tokia platforma skatintų užimtumą, bendravimą, bendruomeniškumo pojūti, mažintų atskirtį, vienišumą, gerintų bendrą psichikos būklę. Platformos sukūrimas ir jos viešinimas minimaliai galėtų kainuoti iki **5000 eur**.

kampanijos atidarymo renginys/akcija žiniasklaidai

Jame būtų kalbama apie pokyčius, susijusius su BZD vaisto vartojimu. Tikslai: pasiekti radiją (Žinių, LRT radijas), TV (žinių reportažai LRT ir komercinėse televizijose), naujienų portalus (DELFI, 15min, LRytas). Dėl komunikacijos bendradarbiaujame su SAM, „Investuok Lietuvoje“ ir LRVK.

Oficialūs pranešimai skelbiami SAM svetainėje. Pagal tai socialinei medijai tinkamai suformuluotos žinutės įdedamos į institucijų paskyras socialiniuose tinkluose.

Socialinė reklama „Kurk Lietuvai“, SAM **Facebook puslapiuose**.

7. biudžetas

rinkos tyrimo įvertinimas

Svarbiausia užtikrinti, kad pasirinktos priemonės turėtų gerą potencialaus poveikio ir panaudotų resursų santykį, t.y. žinutė yra iškomunikuojama už mažiausius finansinius kaštus.

Jeigu vidinių resursų vykdant kampaniją neužteks ir reikės kreiptis į ryšių su visuomene agentūra, būtina vykdyti ekonominio naudingumo konkursą. Būtina vadovautis Viešųjų pirkimų tarnybos direktoriaus įsakymu dėl viešųjų ryšių paslaugų pirkimo.

minimalistinis planas

1. Dalomoji medžiaga (abi skrajučių rūšys) – iki **2000 eur**
2. Fotosesija – iki **100 eur**
3. Pranešimai spaudai ir kitoms žiniasklaidos priemonėms – nemokamai
4. Reklamos sveikatos priežiūrai įstaigose – nemokamai

Sąmata: **2100 eur**

vidutinis planas

1. Dalomoji medžiaga (abi skrajučių rūšys) – iki **2000 eur**
2. Fotosesija – iki **100 eur**
3. Pranešimai spaudai ir kitoms žiniasklaidos priemonėms – nemokamai
4. Transporte esanti LCD ekranų reklama – 14 d. su PVM **5000 eur**

- **15 s**
- **~300 eur 1 d. bePVM**

5. Influenceriai – **100 eur**
6. Reklama žurnaluose – **1300 eur**

Sąmata: **8500 eur**

maksimalistinis planas

1. Dalomoji medžiaga (abi skrajučių rūšys) – iki **2000 eur**
2. Fotosesija – iki **100 eur**
3. Pranešimai spaudai ir kitoms žiniasklaidos priemonėms – nemokamai
4. Transporte esanti LCD ekranų reklama – 14 d. su PVM **5000 eur**
 - 15 s
 - **~300 eur** 1 d. be PVM
5. Influenceriai – **100 eur**
6. Video filmavimas – **2000 eur**
7. Reklama žurnaluose – **1300 eur**
8. Reklama LRT – iki **3000 eur**
9. JC Decaux – **3000 eur**
10. (Renginys-platforma – **5000 eur**)
Sąmata: **16,500-21,500 eur**

8. komanda

procesą koordinuoja

Programos „Kurk Lietuvai“ dalyviai Enrikas Etneris ir dr. Vaiva Gerasimavičiūtė.

procesą stebintys specialistai

Sveikatos apsaugos Viceministrė Kristina Garuolienė.

Sveikatos apsaugos Ministro patarėjas Igoris Baikovskis.

dalykinio kampanijos turinio išmanymas

Sveikatos apsaugos Ministerijos Farmacijos departamentas, direktorė Gita Krukienė, vaistinių ir farmacijos skyriaus vedėja Miglė Domeikienė, farmakoekonomikos ir vaistų kainodaros skyriaus specialistė Simona Stankevičiūtė.

Lietuvos psichiatrų sąjungos prezidentė, gydytoja ir psichoterapeutė Ramunė Mazaliauskienė.

9. Kampanijos pristatymas žiniasklaidai

spaudos konferencijos metu paaiškinta

KODĖL yra vykdoma kampanija;

Kokie yra kampanijos TIKSLAI;

AUDITORIJOS į kurią nukreipta kampanija PASIRINKIMAS;

IŠ ANKSTO suformuluojami klausimai ir atsakymai.

kampaniją pristato

SAM Viceministrė Kristina Garuolienė.

Sveikatos apsaugos Ministerijos Farmacijos departamento direktorė Gita Krukienė.

Programos „Kurk Lietuvai“ dalyviai Enrikas Etneris ir dr. Vaiva Gerasimavičiūtė.

Lietuvos psichiatrų sąjungos prezidentė, gydytoja ir psichoterapeutė Ramunė Mazaliauskienė.

po spaudos konferencijos

Stebėti visuomenės reakciją į būsimus pokyčius, pateiktą informaciją ir stebėti bei koreguoti kampanijos planą atitinkamai.

10. Kampanijos stebėseną

Visuomenės informavimas apie komunikacijos eigą, pasiektus rezultatus, įgyvendintas veiklas

Vykdomi kokybiniai interviu su pacientais, gyventojais, išsianalizavus tikslinę auditoriją. Stebėti, ar kampanija ir žiniasklaidos kanalai yra efektyvūs ir į tai atsižvelgus galima koreguoti **kampanijos įgyvendinimo planus**.

11. Kampanijos sėkmė

rezultatų įvertinimas

Kiekybiniai (kas nuveikta) ir kokybiniai (kokio pokyčio sulaukta) rezultatai.

Ar įgyvendinti išsikelti tikslai?

kiekybiniai rodikliai

Pranešimų spaudai išplatavimo skaičius.

Radio ar TV laidų interviu davimas.

Suorganizuotų renginių skaičius.

Socialinių medijų tiksliai išmatuojami kiekybiniai rodikliai (pasiekiamumas, auditorijos įtraukimas ir pan.)

kokybiniai interviu

Tiriamas visuomenės nuomonės pokytis organizuojant interviu.

Matuojamas informatyvumo lygis (reikia pasidaryti apklausą kampanijos pradžioje).

Elgsenos pokyčių matavimas apklausų metu.

Pastabų formavimas.

Rezultatų pristatymas visuomenei ir baigiamųjų pastabų parodymas, organizuojant panašias kampanijas.

Įvertinama, ar kampanija buvo sėkminga ir tikslai buvo pasiekti.

12. kalendorinis planas

Priedas Nr. 1. „GERO MIEGO“ REKOMENDACIJOS PACIENTUI

Miego svarba:

- gyvybiškai būtina organizmo būseną
- vienas iš geros sveikatos komponentų
- turi reikšmės žmogaus kognityviniam funkcionavimui
- reikalingas smegenų veiklos suregulavimui ir atkūrimui.

Miegą reguliuojantys mechanizmai:

- *Homeostatinis* susijęs su organizmo metabolizmo procesais, kūno temperatūra
- *Cirkadinis* turi įtakos miego atsiradimui nepriklausomai nuo budrumo
- *Ultradinis* nervų sistemos ritmas turintis įtakos miego fazių kaitai, daro poveikį vidinei miego struktūrai.

Miegui trukdantys veiksniai:

- per didelis dėmesys vidiniams ir išoriniams stimulams, susijusiems su miegu
- pastangos kontroliuoti miegą
- pastangos slopinti mintis prieš miegą
- mąstymas žodžiais, o ne vaizdiniais
- per didelis laiko praleidimas lovoje: anksti gulama, vėlai keliamasi, dieną prigulama
- miegamasis skirtas su miegu nesusijusiems dalykams ar veikloms.

Lėtinei nemigai gydyti tarptautinės rekomendacijos siūlo taikyti Kognityvinę elgesio terapiją nemigai (KET-nemigai), kuria siekiama atsisakyti nemigą palaikančio elgesio ir keisti įpročius.

KET-nemigai metodikos	Tikslas
Miego higiena	Pagerina paciento žinias apie miegą, palaikančius kokybišką miegą ar bloginančius miego kokybę veiksnius
Miegas pastoviu metu	Padedą grąžinti cirkadinio ritmo reguliarumą
Stimulų kontrolė	Miegamasis, kaip kambarys, siejamas su miegu, o ne būdravimu
Miego ribojimas	Miego vientisumo ir sveiko miego poreikio atstatymas
Relaksacijos pratysbos	Psichologinio ir fiziologinio atsipalaidavimo mokymas
Kognityvinė terapija	Klaidingų įsitikinimų apie miegą įvardinimas ir pertvarkymas

Miego higiena – tai terminas apibūdinantis gerus miego įpročius. Miego higienos principų laikymasis skatina nuolatinį ir efektyvų miegą.

Miego higienos principai:

1. **Vengti kofeino, nikotino ir kitų stimuliuojančių medžiagų** turinčių gėrimų bei maisto produktų likus 4-6 valandas iki planuojamo miego laiko. Aktyvinančiai veikia ne tik kava, bet ir saldinti gazuoti gėrimai, juoda ir žalia arbata, šokoladas (teobromino veiklioji medžiaga).
2. **Vengti riebaus maisto prieš miegą.** Sveika, subalansuota ir reguliari mityba padeda užtikrinti gerą miego kokybę. Riebus maistas ar didelis jo kiekis prieš miegą gali pabloginti miego kokybę, o nieko nevalgius bus jaučiamas skrandžio dirginimas. Rekomenduojama prieš miegą išgerti stiklinę šilto vandens.
3. **Vengti alkoholio prieš miegą.** Geriausiai vengti mažiausiai 4-6 valandas iki planuojamo miego laiko. Dėl alkoholio miegas tampa paviršinis ir fragmentuotas.
4. **Reguliariai sportuoti, būti fiziškai aktyviu.** Fizinis aktyvumas padeda miegui, tačiau nerekomenduojama užsiimti aktyvia sportine veikla likus 4 valandoms iki planuojamo miego laiko.
5. **Miego patalpa turi būti patogi, išvėdinta, vėsi, tamsi ir tyli.** Taip pat rekomenduojama gerai užtraukti užuolaidas, naudoti akių raištį tam, kad būtų išvengiama rytinės šviesos, naudoti ausų kamštukus, jei yra triukšmas lauke.
6. **Naudoti miegamąjį tik su miegu susijusioms veikloms ir intymiam bendravimui.** Elektroniniai įrenginiai (telefonas, planšetė, kompiuteris ir kt.) turi būti pašalinti. Patarti įsigyti tradicinį žadintuvą. Tai taip pat neturi tapti darbo, valgymo vieta ar naminių gyvūnėlių buveinė.
7. **Nežiūrėti į laikrodį.** Tikrinimas, kiek yra valandų nakties metu, išblaško ir prabudina iš miego. Taip pat tai gali sukelti neramių ar negatyvių minčių, jog dar neišsimiegama, vėl prabundama ar kad dar daug laiko liko iki kol išauš rytas.
8. **Susikurti ritualus prieš einant miegoti.** Kasdieniniai atpalaiduojantys miego ritualai padeda pasiręgti miegui. Tai gali būti: atsigėrimas stiklinės šilto pieno, klausymasis atpalaiduojančios muzikos, buvimas šiltoje vonioje, mėgstamos knygos skaitymas. Tai neturėtų būti darbas prie kompiuterio ar naršymas telefone jau gulint lovoje.
9. **Laikytis to paties gulimosi ir kėlimosi režimo,** užtikrinančio pakankamą miego trukmę, tiek darbo dienomis, tiek savaitgaliais. Rekomenduojama užmigti iki vidurnakčio. Reguliarumas leidžia biologiniam laikrodžiui pačiam inicijuoti ir palaikyti miegą.
10. **Miegoti kai norisi.** Geriausia eiti miegoti, kai tikrai jaučiamas nuovargis ar mieguistumas.
11. **Nepriegulti.** Pogulio išvengimo rezultatas – jaučiamas nuovargis einant miegoti. Jei to išvengti nepavyksta, rekomenduojama pasistengti, jog šis procesas truktų neilgiau valandos ir ne vėliau, nei dienos meto 15 val.
12. **Naudotis miego dienoraščiu.** Dienoraštis leidžia sekti, stebėti ir susidaryti teisingus faktus apie asmens miego reguliarumą ir įpročius.

„Gero miego“ rekomendacijas parengė **Evelina Pajėdienė, Eglė Minevičienė** ir **dr. Alicja Juškienė** remiantis Girardi P., Del Casale A., Brugnoli C., De Chiara L., Serat D., Rapinei C., Angeletti G. Psychoeducation in Sleep Medicine. Nova Science Publishers. 2013. p. 307-310.

Priedas Nr. 2.



Agentūra	
Klipo trukme	
Kampanijos periodas	
Intensyvumas	
Produktas	
Klipo pavadinimas	
Pirkimo būdas	

Kanalas	Viso dienų	Intensyvumas, min	Vaizdo klipo trukme	Viso ekranų	Bendras transliacijų kiekis per visus ekranus	Pamatymų kiekis	Kaina, Eur	1000 pamatymų kaina, Eur	1 klipo transliacijos kaina, Eur
Vn,Kn,Kl,Sl,Pn	1	12	15	460	41400	225400	295.35	1.31	0.00713

Kainos nurodytos be PVM

Dainius Raupys

Direktorius

UAB "Media Traffic"
Konstitucijos pr. 15 - 24
Vilnius, LT-09319
Tel. 8 5 2496800, faks. 8 5 2496850
Mob. 8 616 44888
el.p. dainius@mediatrafic.lt
www.mediatrafic.lt

Priedas Nr. 3. Asociacijos narių leidžiamų leidinių sąrašas (abėcėlės tvarka)

1. „**Anykšta**“, Anykščių krašto laikraštis (Vilniaus g. 29, Anykščiai, tel./faksas (8 381) 5 94 74, mob. 8687 25892, el. paštas grazina.s@anyksta.lt, anyksta@anyksta.lt).
2. „**Atspindžiai**“, Kaišiadorių rajono laikraštis (Gedimino g. 70, LT 56145 Kaišiadorys, tel. 8 346) 51378 , el. paštas virginija@atspindziai.lt)
3. „**Banga**“, Klaipėdos rajono laikraštis (J. Basanavičiaus g. 21, LT 96138 Gargždai, tel. (8 69806164 , el. paštas editor@gargzdai.lt)
4. „**Būdas žemaičių**“, Mažeikių rajono laikraštis (Laisvės g. 26, LT 89223 Mažeikiai, tel./faksas (8 - 443) 98731, el .paštas budas@budas.lt)
5. „**Elektrėnų kronika**“, Elektrėnų miesto laikraštis, (Trakų g. 20 - 2, LT 26118, Elektrėnai, tel./faksas (8528) 3 98 91, mob. 8605 19299, el. paštas kronika@remo.lt)
6. „**Galvė**“, Trakų ir Elektrėnų krašto laikraštis (Vytauto g. 22, LT 21105, Trakai, tel. 8 528 55770, el. paštas redaktorius@galve.lt)
7. „**Gimtasis Rokiškis**“, Rokiškio rajono laikraštis (Nepriklausomybės a. 22, Rokiškis, tel.: (8 458) 51474, 8 620 78225, tel. faksas (8 458) 51833, el. paštas gr@post.omnitel.net)
8. „**Gimtoji žemė**“, Ukmergės rajono laikraštis (P. Cvirkos g. 12, Ukmergė, tel.: (8 340) 63474; (8-605) 19277, tel./faksas (8 340) 63553, el. paštas gzeme@gzeme.lt)
9. „**Giružis**“, Varėnos laikraštis (Trumpoji g. 7, LT 65183, Varėna, tel. (8 310) 31779, el.paštas reivyte@gmail.com)
10. „**Gyvenimas**“, Prienų rajono ir Birštono miesto laikraštis (Kauno g. 19A, Prienai, tel. (8 319) 60012, el. P. info@gyvenimas.info)
11. „**Kupiškėnų mintys**“, Kupiškio rajono laikraštis (Gedimino g. 34, LT 40130 Kupiškis, tel. (8 459) 3 54 74, tel./faksas (8 459) 5 48 89, el. paštas direktore@kmintys.lt,)
12. „**Mūsų žodis**“, Skuodo rajono laikraštis (Šaulių g. 1, Skuodas, tel. (8 440) 73374, el. paštas redakcija@ktv.satela.lt)
13. „**Mūsų laikas**“, Jurbarko miesto ir rajono laikraštis (Kranto g. 7-1, Jurbarkas, LT 74182, tel. (8 652) 65 041, (8 447) 72 323, el.p. jurbarkolaikas@gmail.com)
14. „**Merkio kraštas**“, Varėnos laikraštis, „**Varėnė**“ Varėnos savaitraštis (Parko g. 8 , 65192 Varėna, tel. (8 310) 51477, el.paštas merkio.kraštas@gmail.com)
15. „**Naujienos**“, Jonavos rajono laikraštis (Žeimių g. 15, LT 55158 Jonava, tel. (8 349) 53197, el. paštas kristinadiemintaite@gmail.com)
16. „**Panevėžio kraštas**“, regioninis laikraštis, (Ramygalos g. 15, LT 36210, Panevėžys, tel. (8645) 20290, el.paštas mateliene@lrytas.lt)
17. „**Pajūrio naujienos**“, Kretingos rajono laikraštis, Rotušės a. 17, Lt 97140 Kretinga, tel. (8 445) 78530, 77993, tel./faksas (8 445) 51397, el. paštas pajurionaujienos@gmail.com)
18. „**Pamarys**“, Šilutės ir Pagėgių rajono laikraštis (Lietuvininkų g. 20, Šilutė, tel. (8 441) 52474, el. paštas @redaktor@litera.lt,pamarys@litera.lt)
19. „**Plungė**“, Plungės rajono ir Rietavo krašto laikraštis, (J. Tumo-Vaižganto g. 28a, LT 90125 Plungė, tel. (8 448) 73070, faks. (8 448) 72216, el. paštas: info@laikrastisplunge.lt)
20. „**Rinkos aikštė**“, Kėdainių rajono laikraštis (Josvainių g. 41, LT-57267, Kėdainiai, tel. (8 347) 52444, el. paštas raredakcija@ra.w3.lt)

21. „**Santaka**“, Vilkaviškio rajono laikraštis (Vilniaus g. 23, Vilkaviškis, tel. (8 342) 20 800, 8 699 46 962, redakcija@santaka.info)
22. „**Santarvė**“, Mažeikių rajono laikraštis (V. Burbos g. 6, Mažeikiai, tel. (8 443) 98260, faksas (8 443) 98267, el. paštas, info@santarve.lt)
23. "**Suvalkietis**", Marijampolės apskrities laikraštis (Ūkininkų g. 6, 68306 Marijampolė, info@suvalkietis.lt)
24. „**Šilalės artojas**“, Šilalės rajono laikraštis (J.Basanavičiaus g. 2, Šilalė, LT 75136, tel. 8 699 67384, el.paštas redakcija@silalesartojas.lt)
25. „**Šiauliai plus**“, Šiaulių miesto savaitraštis, (Tilžės g. 74, 78140 Šiauliai, tel. 8 700 12161, el.paštas vaidas@splus.lt)
26. „**Šilutės naujienos**“, Šilutės rajono laikraštis (Turgaus a. 12, LT 99185 Šilutė, tel./faksas (8 441) 61600, el. paštas info@silutesnaujienos.lt, laikraštis@silutesnaujienos.lt)
27. „**Šviesa**“, Jurbarko rajono laikraštis (Kauno g. 36, Jurbarkas, tel.: (8 447) 51130, 51474, el. Pastas redaktorius@jurbarkosviesa.lt)
28. „**Tauragės kurjeris**“ Tauragės krašto laikraštis (Prezidento g. 68, 72238 Tauragė, tel./faks. (8 446) 55 410, el.p. info@kurjeris.lt)
29. „**Telšių žinios**“ , Telšių apskrities laikraštis (Iždinės g. 7, LT 87128 Telšiai, tel. 8 698 54959, tel./faks. (8 444) 52255, el. P. tz@tzinios.lt)
30. „**Ukmergės žinios**“, Ukmergės rajono laikraštis (Gedimino g. 34/2, LT 20131 Ukmergė, tel. (8 340) 63826, tel./faksas (8 340) 52744, el. P. ukzinios@ukzinios.lt)
31. „**Utenos diena**“, Utenos rajono laikraštis (Maironio g. 34, LT 28144 Utena, tel./faksas (8 389) 61460, el. P. utenosdiena@gmail.com)
32. „**Vienybė**“, Akmenės rajono laikraštis (Kudirkos g. 25, LT 85145, Naujoji Akmenė, tel.: (8 425) 56374, (8 425) 56867, 8 605 19255, faksas (8 425) 56965, el. P. sejaviciene@yahoo.com)