



Valstybinio visuomenės sveikatos stiprinimo fondo tarybos 2021 m. veiklos santrauka

FONDO TIKSLAS – rūpintis Lietuvos gyventojų sveikatos išsaugojimu bei stiprinimu

Fondas finansuoja:

- prevencinius projektus
- mokslinius tyrimus
- socialines kampanijas

FONDO PRIORITETAI

1. Visuomenės psichikos sveikatos stiprinimas
2. Sveikos gyvensenos skatinimas



FONDO LĖŠŲ PANAUDOJIMAS

- Įgyvendintas 31 prevencinis projektas
- Pradėti įgyvendinti 6 moksliniai tyrimai (bus baigti 2023 m.)
- Įgyvendintos 2 socialinės kampanijos
- Įsisavinta 2 846 389, 42 Eur

REZULTATAI

PREVENCINIAI PROJEKTAI

- ~ 48 tūkst. tiesioginių naudos gavėjų
- ~ 1 076,6 tūkst. netiesioginių naudos gavėjų
- ~ 30 tikslinių grupių
- ~ 1,9 karto daugiau dalyvių nei planuota



Visuomenės psichikos sveikatos stiprinimo projektuose dėmesys skirtas:

- Vaikams, turintiems raidos sutrikimų, ir jų tėvams bei specialistams, dirbantiems su tokiomis šeimomis
- Priešakinių linijų darbuotojų psichoemocinio klimato gerinimui darbo vietoje
- Tabako gaminių ir el. cigarečių vartojimo prevencijai ir ankstyvajai intervencijai
- Nuotolinės ergoterapijos mokymų, skirti fizinių ar psichikos sutrikimų turintiems asmenims kūnimui
- Azartinių lošimų, psichoaktyviųjų medžiagų prevencijai, žalos mažinimo mokymams
- Nevaisingumo ar krizinio nėštumo situacijų valdymui

Sveikos gyvensenos skatinimo projektuose dėmesys skirtas:

- Vaikų ir 65+ amžiaus asmenų traumų ir sužalojimų prevencijos stiprinimui
- Vaikų dienos režimo įpročių formavimui
- Vaikų netaisyklingos laikysenos profilaktikai
- Vaikų ir jaunimo lytinės sveikatos stiprinimui;
- Neišnešiotų vaikų turinčių šeimų ir neįgaliųjų, įskaitant asmenis, kuriems atlikta organų transplantacija, sveikatos raštingumo didinimui
- Vaikų ir jaunimo su negalia fizinio aktyvumo skatinimui



SOCIALINĖS KAMPANIJOS



Socialinė kampanija „Rinkis gyvenimą“

- Per nacionalinę televiziją kampanijos klipus pamatė 2,1 mln. asmenų;
- Per radijo stotis, nacionalinę, regioninę, specializuotą spaudą ar lauko reklamą kampanijos informacija pasiekė apie 2 mln. asmenų;
- Kampanijos turinys internete skaitytas virš 3,5 mln. kartų, reklaminiai skydeliai rodyti 135 mln. kartų, paspausti – 174 tūkst. kartų
- Parengtas Nacionalinis raštingumo testas, apie kurį sužinojo virš 543 tūkst. asmenų

Dėmesys vaikų ir jaunimo lytinės sveikatos stiprinimui, nevaisingumo ir krizinio nėštumo situacijų valdymui, azartinių lošimų prevencijai, psichoaktyviųjų medžiagų prevencijai ir kt.)



Socialinė kampanija „Koronaviruso (COVID-19) informacijos sklaida šalies žiniasklaidos priemonėse“

- Per nacionalinę televiziją kampanijos klipus pamatė 1,98 mln. asmenų;
- Per radijo stotis, regioninę, nacionalinę spaudą ar lauko reklamą kampanijos informacija pasiekė apie 1,5 mln. asmenų;
- Kampanijos turinys internete skaitytas virš 1,34 mln. kartų, reklaminiai skydeliai rodyti 69 mln. kartų, paspausti – 147 tūkst. kartų
- Socialiniuose tinkluose kampanija pasiekė 3,1 mln. asmenų

Dėmesys visuomenės informavimui apie mokslo įrodymais grįstos koronaviruso situacijos valdymą šalyje, prevencines ir apsaugos priemones, vakcinacijos būtinumą ir naudą, teikiamas sveikatos priežiūros paslaugas, koronavirusinės infekcijos tyrimą ir gydymą, galimybes gauti emocinę pagalbą ir kt.