

## ОТЧЕТ

Осведомленность геев, бисексуалов и трансгендерных людей о доконтактной, постконтактной профилактике и самотестировании на ВИЧ-инфекцию

Бишкек  
2020

**Отчет изучения осведомленности геев, бисексуалов и трансгендерных людей о доконтактной, постконтактной профилактике ВИЧ-инфекции и самотестировании в г. Бишкек, г. Ош, Чуйской и Ошской областей, Кыргызская Республика / Чынтемир К., ОО «Кыргыз Индиго», 2020, Бишкек.**

## **Об исследовании**

Анкетирование инициировано, разработано и проведено силами ЛГБТ+ сообществ и следует цель изучить уровень осведомленности о доконтактной, постконтактной профилактике ВИЧ-инфекции и самотестирования среди целевой группы. Ожидается, что результаты работы будут использованы для планирования интервенций по внедрению новых методов профилактики ВИЧ-инфекции.

Отчет опубликован в рамках проекта ОО «Кыргыз Индиго» «Addressing acute needs of MSM people in Kyrgyzstan», поддерживаемый глобальной программой Positive Action от ViiV Healthcare UK Limited, Великобритания.

## **О методологии**

В работе был применен метод полуструктурированного онлайн-анкетирования. Всего в двуязычном анкетировании (кыргызский, русский) приняли участие 149 респондентов. Мотивационные пакеты за участие не предусматривались. Полевая работа по привлечению респондентов была выполнена аутрич-работниками, социальными работниками, ВИЧ-консультантами и равными навигаторами ОО «Кыргыз Индиго». Респонденты были привлечены к анкетированию через социальные сети.

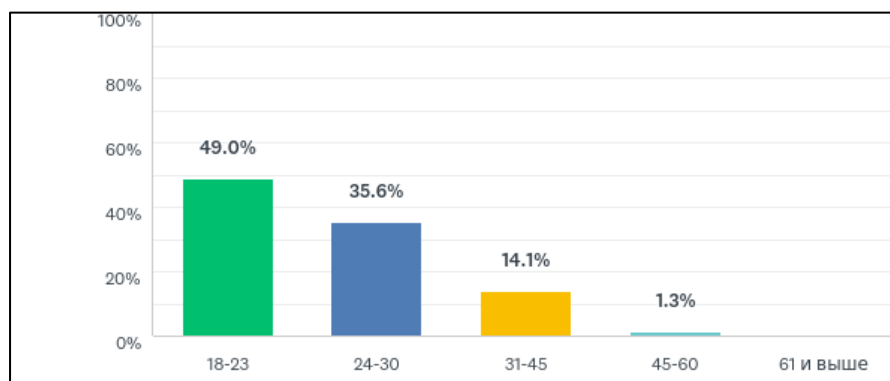
## **Об ограничениях**

Результаты работы не являются репрезентативными для ЛГБТ+ сообществ Кыргызстана, соответственно не рекомендуется экстраполяция данных на все сообщества. Преимущественная часть респондентов проживают в городе Бишкек, следовательно, интерпретация данных должна фокусироваться на данный город. Количество респондентов (149 человек) из ГBT сообществ допускает только фрагментарное описание знаний и практик вышеуказанных сообществ - представителей бенефициаров программ по ВИЧ-инфекции.

## **Этические соображения**

Разработка инструментариев, сбор и анализ данных проводились в соответствии с Политикой о конфиденциальности ОО «Кыргыз Индиго». Инструментарий был разработан с использованием чувствительной и недискриминационной терминологии. Персональные данные респондентов собирались на условиях добровольности и конфиденциальности и ОО «Кыргыз Индиго» обязуется не передавать их третьим сторонам без их предварительного согласия. К участию в анкетировании допускались

представители сообществ геев, бисексуалов, трансгендерных людей и другие люди, практикующие сексуальные контакты с транс/цис мужчинами и женщинами, достигшие 18 лет.



## Основные выводы

### Демографическая информация

В анкетировании приняли участие преимущественно цисгендерные (85%) молодые люди кыргызской национальности (69%) в возрасте 18-30 лет (85%), проживающие в Бишкеке (83%)

и идентифицирующие себя как геев и бисексуалов (85%).

Разбивка транс идентичностей склоняется к 15% из числа опрошенных, из которых 5% - транс женщины, 9% - транс мужчины.

10% являются цисгендерными девушками (2), небинарными (2), агендерными (2).

Малая часть респондентов неправильно ответили на вопрос ввиду сложности терминологии. В связи с чем, необходимо учесть в будущем использование

#### 1. Возраст респондентов

доходчивой терминологии при проведении опросов.

цисгендерный парень или мужчина	75.2%	112
трансгендерная девушка или женщина	5.4%	8
трансгендерный парень или мужчина	9.4%	14
другое (напишите)	0.0%	0
Другое (укажите)	10.1%	15
<b>TOTAL</b>		<b>149</b>

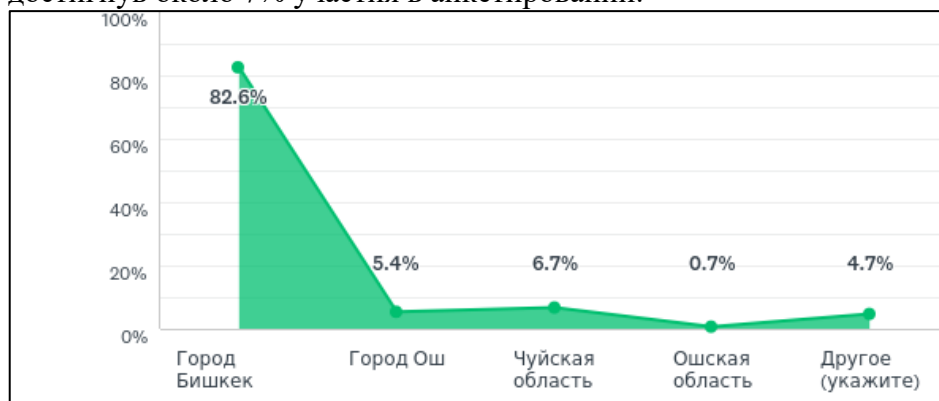
#### 2. Гендерная идентичность респондентов

Этническая представленность людей русской, узбекской, казахской, уйгурской и других национальностей достигла 31% го участия.

кыргыз	68.5%	102
русский	10.1%	15
узбек	6.0%	9
Другое (укажите)	15.4%	23
<b>TOTAL</b>		<b>149</b>

#### 3. Национальность респондентов

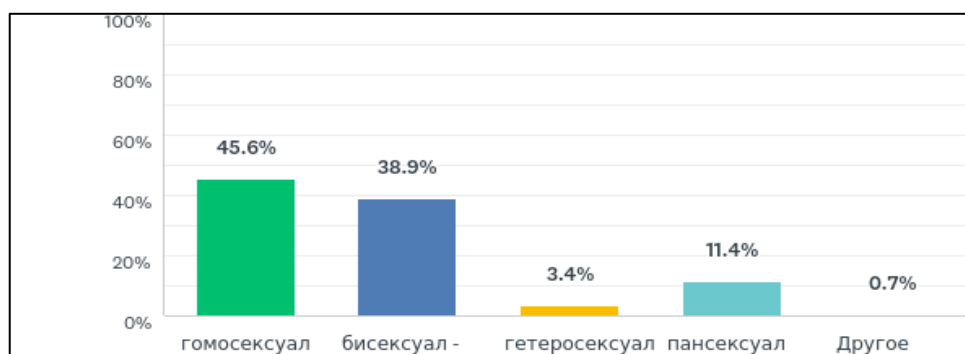
Жители города Ош и Ошской области были мало представлены в опросе, составив всего 6% от всех участников. Жители Чуйской области сильно не отличились от них, достигнув около 7% участия в анкетировании.



#### 4. Географическое расположение респондентов

Низкое участие одного из густонаселенного города и регионов в стране – Оша, Ошской и Чуйской областей может быть связано с тем, что центральная точка сбора данных находилась в Бишкеке и она осуществлялась непосредственно через контактирование с целевой аудиторией.

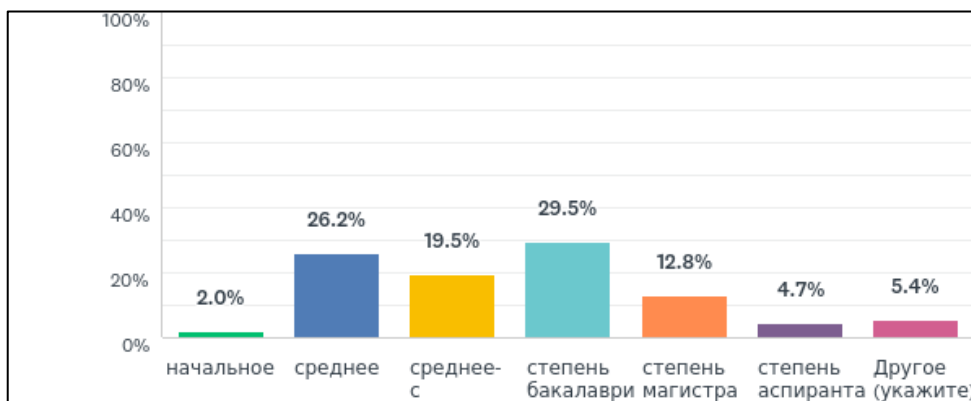
Маловероятно, что данный показатель связан с низким доступом к интернету, так как уровень проникновения домашнего интернета в Оше наравне с Бишкеком – он есть у 61% пользователей<sup>1</sup>. В связи с чем возникает необходимость посещать город Ош, Ошскую область, а также города Токмок и Кант при проведении последующих анкетирований, что позволит качественно мониторить мотивирование, сбор данных и поможет достигнуть той представленности, позволяющей проводить анализ и выносить обоснованные рекомендации. В данном случае вынести ценные количественные показатели по ошскому региону представляется сложным на основании ответов девяти респондентов.



#### 5. Сексуальная ориентация респондентов

Сексуальная ориентация респондентов представляет следующий спектр: больше половины опрошенных являются геями или бисексуалами, а 11% идентифицируют себя пансексуалами. Примечательно, что также присутствует определение сексуальной ориентации на основании внешнего вида – то есть, направленность на маскулинных или фемининных людей. Доля гетеросексуальных респондентов равна к пяти из 149 человек.

<sup>1</sup> Исследование интернет аудитории, ФСК Кыргызстан  
[https://soros.kg/srs/wp-content/uploads/2019/08/Promotank\\_research-on-priority-of-Internet-audience.pdf](https://soros.kg/srs/wp-content/uploads/2019/08/Promotank_research-on-priority-of-Internet-audience.pdf)



### 6. Уровень образования

Более половины из опрошенных имеют высшее образование – степень бакалавриата, магистра и аспиранта/доктора. Другая значительная часть владеют средним образованием или средне-специальным. Очевидно, что часть (26%) еще обучаются в университетах.

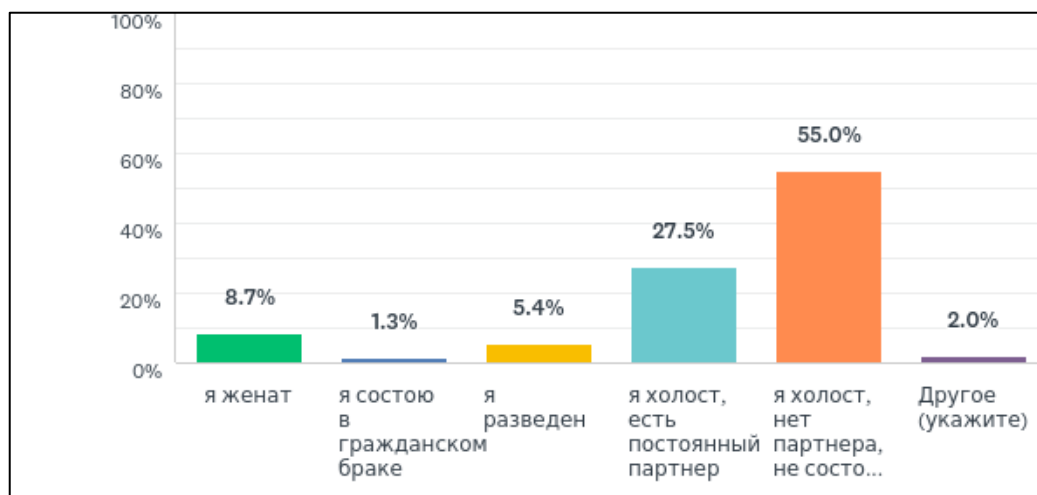
я студент	26.2%	39
работаю в сфере обслуживания (официант, повар, парикмахер и т.п)	17.4%	26
работаю в частном секторе	20.1%	30
работаю на государственной службе	4.7%	7
работаю в международной структуре	3.4%	5
работаю в НПО	13.4%	20
я безработный	6.0%	9
я работаю в другой стране/ я мигрант	6.0%	9
Другое (укажите)	2.7%	4
<b>TOTAL</b>		<b>149</b>

### 7. Сферы деятельности респондентов

Доля безработных составила 6%, что близко к общенациональной статистике<sup>2</sup> по безработице, которая достигла 6,2% в 2018 году. Каждый 16-й респондент находится на трудовой миграции за пределами страны.

Около 60% опрошенных трудоустроены и вносят свой вклад в экономику Кыргызской Республики.

<sup>2</sup> Данные НСК КР, 2018



### 8. Семейный статус

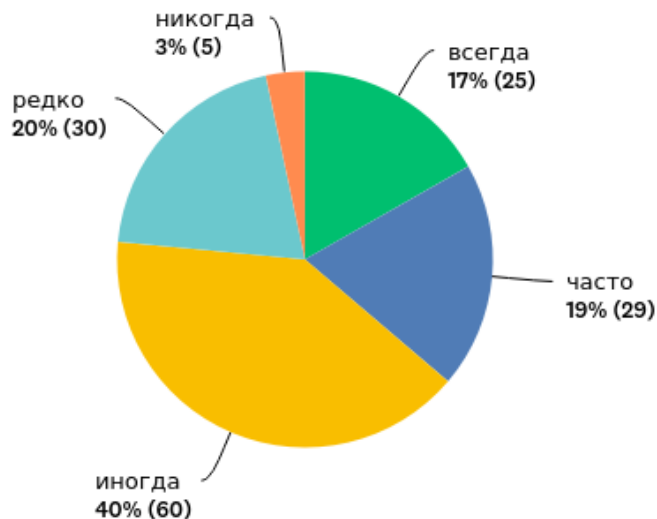
Доля респондентов, состоящих в зарегистрированном или гражданском браке низкая, при этом романтические отношения также непопулярны. Восемь человек разведены, двое практикуют гражданский брак, 14 - женаты. 55% не имеют партнеров как в романтическом, так и сексуальном плане. Почти 41% живут одни либо с партнерами или делит жилье с друзьями из сообщества. В этом смысле респонденты демонстрируют самостоятельность несмотря на то, что большинство из них – молодые люди. При этом совместное проживание с родителями актуально для многих. Четыре респондента не имеют постоянного места проживания.

один	14.1%	21
с партнером	13.4%	20
с гетеросексуальными друзьями	9.4%	14
с гомо/бисексуальными друзьями	11.4%	17
с родителями/родственниками	47.0%	70
нет постоянного места жительства	2.7%	4
Другое (укажите)	2.0%	3
<b>TOTAL</b>		<b>149</b>

### 9. Вопрос: с кем вы живете?

#### Потребности в информации о здоровье

#### Как часто вы нуждаетесь в информации о здоровье?



10. Вопрос: как часто вы нуждаетесь в получении информации о здоровье?

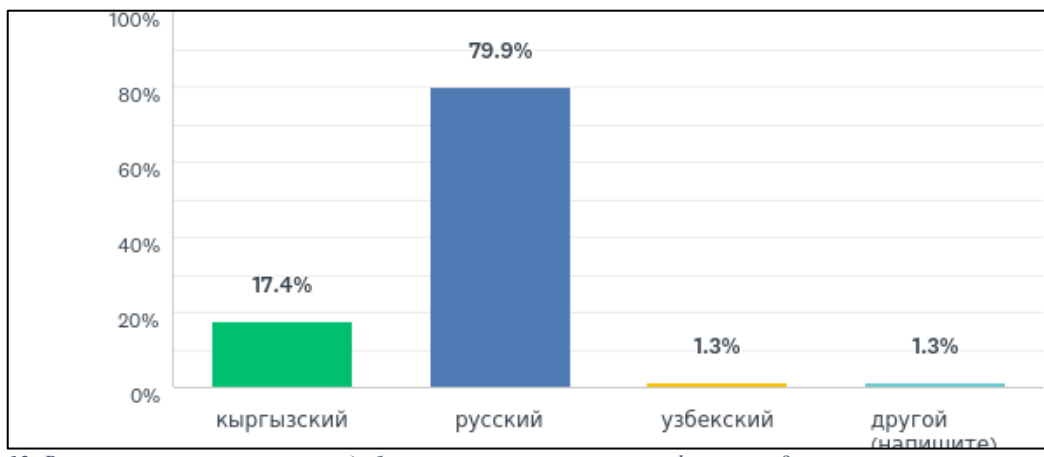
Респондентам была дана градация по частоте нужды в информации о здоровье. Выяснилось, что вопрос является очень актуальным для 36% респондентов, а для остальных 60% он имеет средний приоритет. В связи с этим рекомендуется проводить умеренные информационные кампании, подавая информацию о здоровье с периодичностью.

Контакты и адреса дружественных врачей и медицинских центров	63.8%	95
Контакты и адреса учреждений, где можно бесплатно пройти тест на ВИЧ и ИППП	36.9%	55
Контакты дружественных психологов и равных консультантов	46.3%	69
Контакты аутрич работников и социальных работников ЛГБТ организаций	24.2%	36
Другое (укажите)	6.0%	9
Total Respondents: 149		

11. Вопрос: в какого рода информации вы обычно нуждаетесь?

Респонденты больше всего нуждаются в информации о дружественных врачах и центрах, меньше всего - о контактах сотрудников ЛГБТ+ организаций. Предположительно, это связано с высокой доступностью ЛГБТ-организаций через социальные сети и страницы объединений. Под вариантом «Другое» участники отметили, что-либо все контакты у них есть, либо не нуждаются в них, также, отметили необходимость в информации о психологической помощи и частных клиниках, предположительно, дружественных. Часть из них не нуждается в перечисленной помощи.

Абсолютное большинство (80%) лучше воспринимают информацию на русском языке, чем на кыргызском (17%) или узбекском (1%). Меньше 1% воспринимает информацию на любом перечисленном языке. В связи с чем, таргетированную информацию среди бишкекчан рекомендуется передавать на русском языке. Однако, необходимо помнить, что данная работа не репрезентативна для сравнительно узкого круга ГBT людей, получающие услуги организаций первее всех.

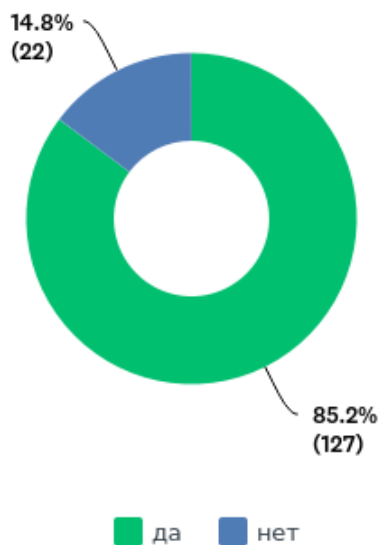


12. Вопрос: на каком языке вам удобнее и понятнее получать информацию?

медицинские учреждения и врачи	42.3%	63
друзья и знакомые из темы	39.6%	59
друзья и знакомые не из темы	8.7%	13
родители и родственники	9.4%	14
СМИ (ТВ, газеты, онлайн издания)	14.8%	22
Интернет (Google, Mail.ru, Yandex и т.п)	45.6%	68
Группы в социальных сетях (Вконтакте, Фэйсбук, Одноклассники и т.п)	25.5%	38
<b>Total Respondents: 149</b>		

13. Вопрос: где или от кого вы обычно получаете информацию о здоровье?

Респонденты получают информацию о здоровье в основном в медицинских учреждениях, от друзей и Интернета. Следовательно, рекомендуется расширять работу по сенситивизации медицинских специалистов, продолжать освещать тему через интернет-ресурсы и усилить работу по равному консультированию.



14. Вопрос: вы знаете где проходить тестирование на ВИЧ и ИППП?

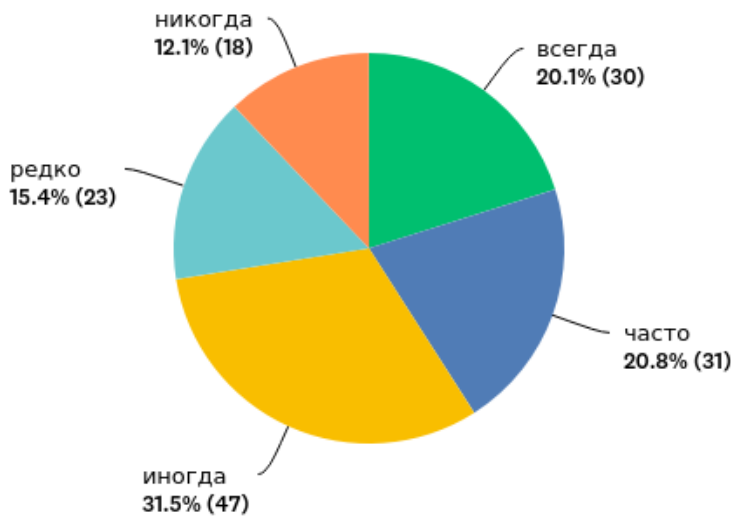
Абсолютное большинство знает где проходить тест на ВИЧ и ИППП (85%). Только 14 из 149 ответили на данный вопрос отрицательно.





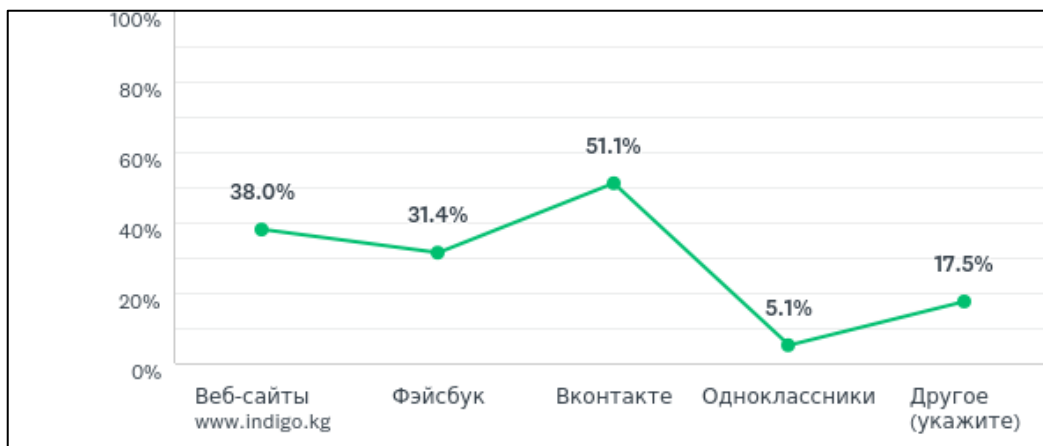
15. Частота упоминаний организаций и медицинских учреждений, об услугах которых респонденты осведомлены

ОО «Кыргыз Индиго» было упомянуто более 65 раз (44%) в ответах респондентов на вопрос, где можно пройти тест на ВИЧ и ИППП. Центр СПИД занимает второе место, об услугах которого они знают (37%). ОО «Лабрис» стоит на третьем месте в этом списке, которого упомянули 6 раз. В списке также по три раза упоминаются ОФ «Мусаада» (г. Ош) и проект «Флагман» ОО «Кыргыз Индиго».



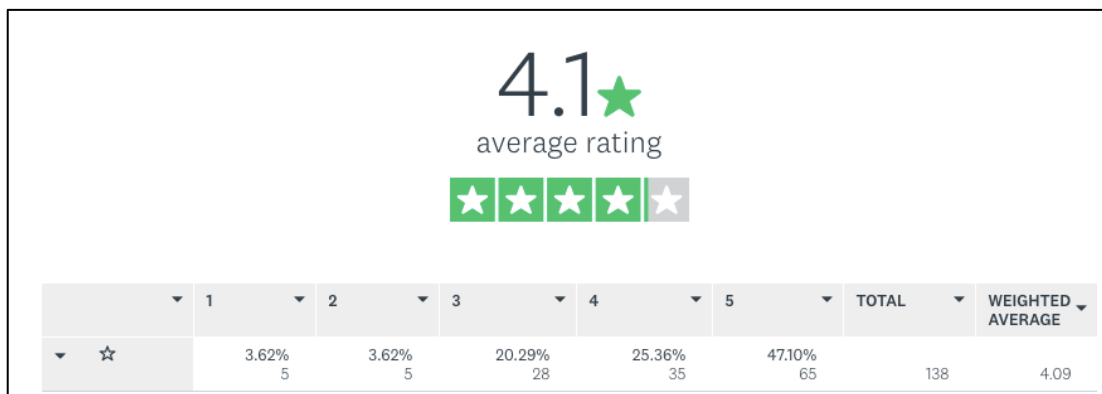
16. Вопрос: вы читаете новости ЛГБТ+ организаций?

Почти две трети (61%) опрошенных стабильно читают новости ЛГБТ+ организаций на интернет-ресурсах. Около половины (51%) делают это периодически, а 12% вовсе не читают новости от организаций.



17. Вопрос: где вы обычно читаете новости ЛГБТ+ организаций?

«Вконтакте» лидирует (51%) среди социальных сетей, которых респонденты используют для получения новостей от ЛГБТ+ организаций. Вероятно, этот тренд связан с наличием множественных тематических групп и контента в этой социальной сети. Веб-сайты организаций также находятся в ряде популярных платформ. Также стоит обратить внимание на Инстаграм, Телеграм и WhatsApp, которые были упомянуты через раздел «Другое».



18. Средняя оценка доступности и полезности новостей ЛГБТ+ организаций

Респонденты оценили доступность и полезность информации от ЛГБТ+ организаций на 4.1 из 5.0.

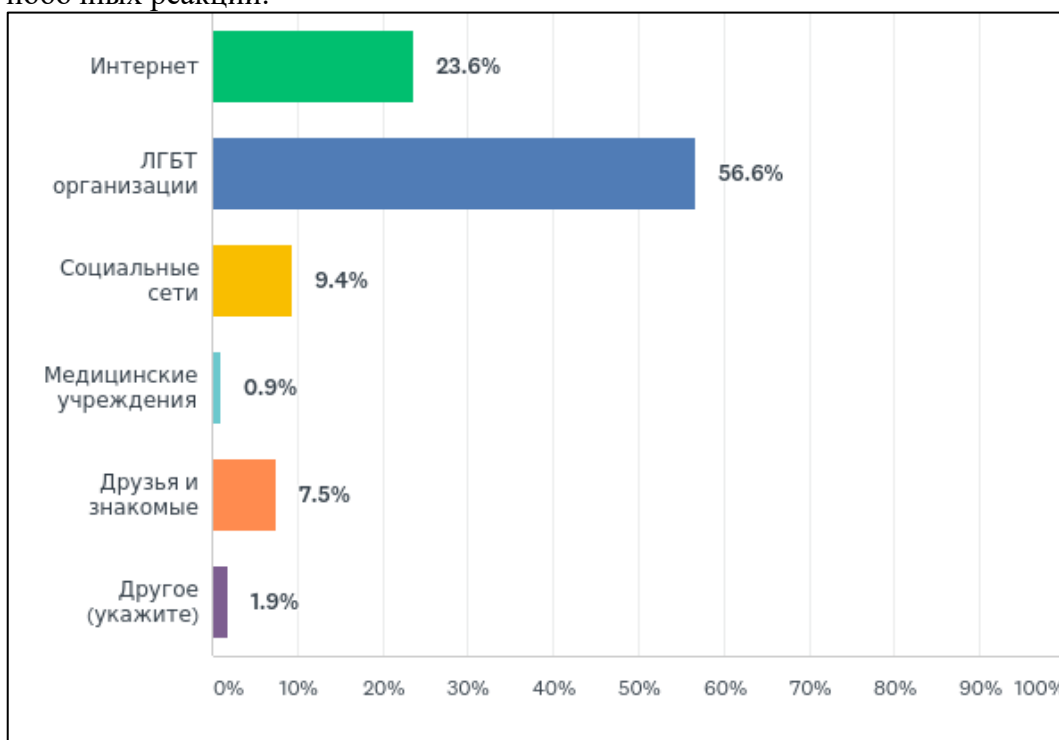
### Доконтактная профилактика или ДКП (PrEP)

Респондентам были заданы серии вопросов о ДКП с целью выяснить уровень осведомленности и готовности к приему инновационных препаратов. Были заданы контрольные вопросы, чтобы оценить уровень знаний. Результат – уровень ниже среднего. Так, в рамках запущенной викторины через контрольные вопросы, респонденты ответили на 39 баллов из 100. Уровень сложности вопросов о ДКП был определен как 2 из 3 (уровень сложности по убыванию). Стоит также отметить, что вопрос пропустили 27 человек. Ниже таблица по данным викторины.

Если принимать таблетки ДКП, они защищают от ВИЧ	77.05%	94
ДКП это те же таблетки, что и в антиретровирусной терапии (АРТ)	22.13%	27
ДКП назначается только людям, у которых нет ВИЧ	33.61%	41
ДКП назначается только людям, у которых есть ВИЧ	4.92%	6
ДКП имеет незначительные побочные эффекты	22.13%	27
Total Respondents: 122		

19. Контрольные вопросы для проверки знаний о ДКП

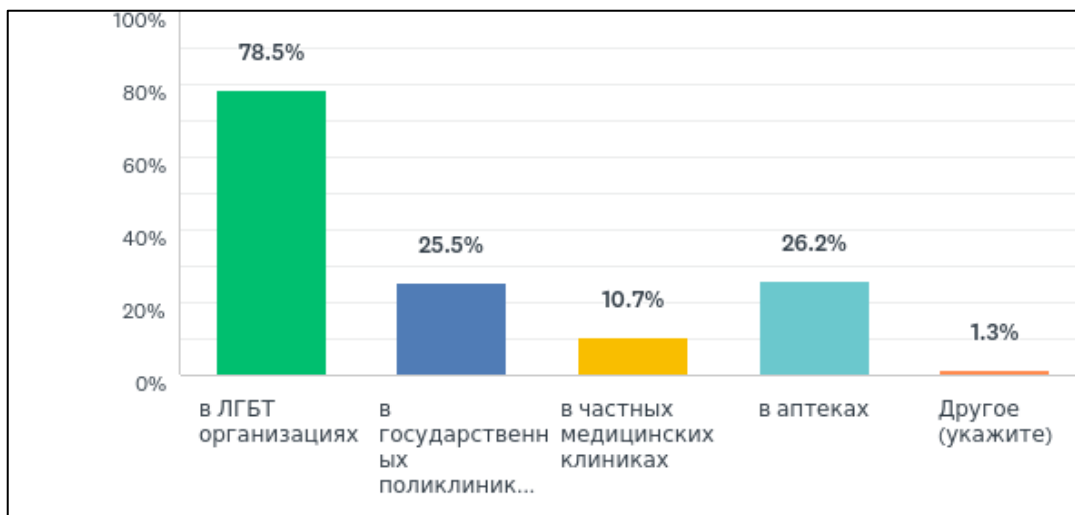
Респонденты больше всего знают о защите ДКП от ВИЧ, кому она предназначена и меньше о том, что ДКП это просто другая комбинация АРТ-терапии и имеет побочные эффекты. Рекомендуется проводить больше кампаний с акцентом на эти вопросы, чтобы повысить уровень доверия к препаратам, а также предупредить от возможных побочных реакций.



20. Вопрос: откуда или от кого вы узнали о ДКП?

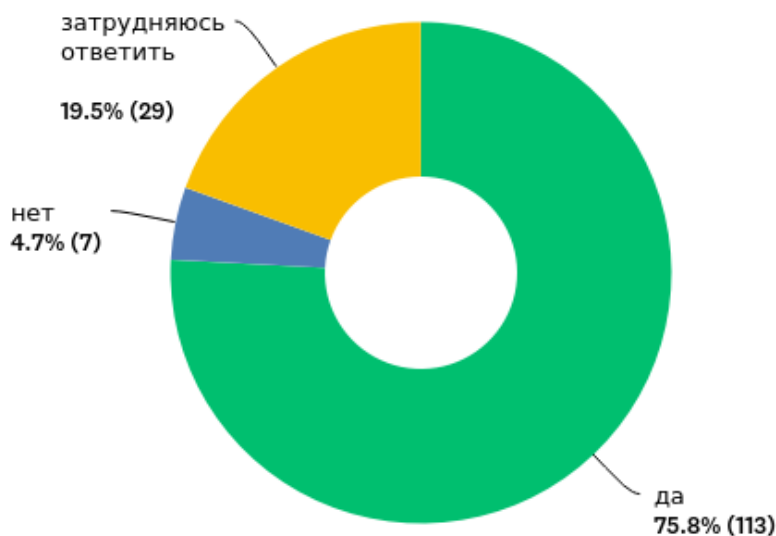
В целом, 68% респондентов знают о ДКП. Из всех опрошенных 57% узнали о препаратах у ЛГБТ+ организаций, затем с Интернета (24%). Доля медицинских учреждений в информировании о ДКП составляет 1%.

Данная тенденция наблюдается и в определении предпочтительного места получения ДКП. 78% респондентов указали, что хотели бы получать препараты у ЛГБТ+ организаций. Доля медицинских институтов здесь повышается до 38%, включая государственные и частные клиники. Возможность получения ДКП в аптеках также является довольно перспективной идеей (26%).



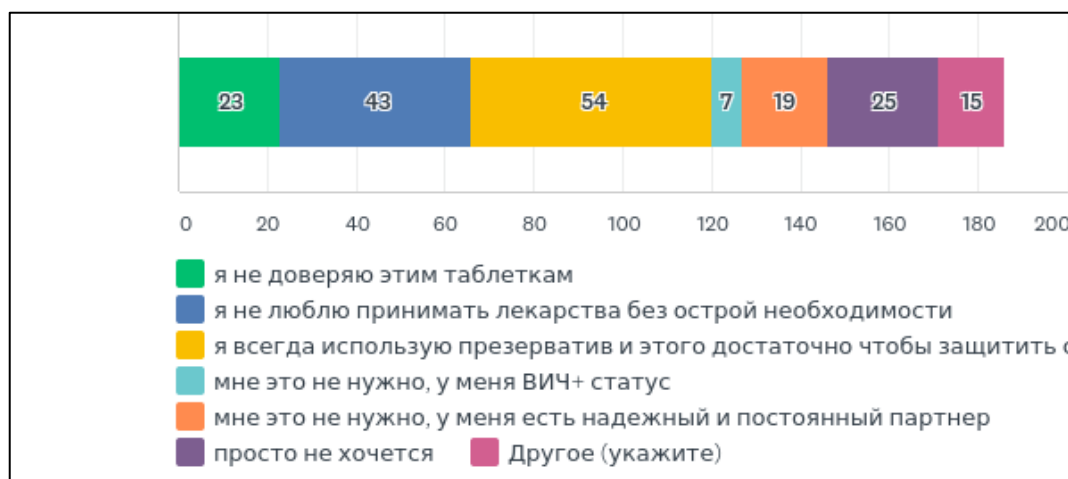
21. Вопрос: где вы хотите получать ДКП?

Респонденты достаточно оптимистично настроены к получению ДКП, чтобы защитить себя от ВИЧ-инфекции. Так, абсолютное большинство готово ее принимать (113 из 149 человек), затруднились с ответом 29, отказались бы от приема всего четыре человека. Исходя из этих данных, следует продолжить внедрение ДКП в стране, с учетом рекомендаций по удобству и предпочтительных мест приема (см. предыдущий график).



22. Вопрос: вы готовы войти в пилотную группу ДКП?

Следует обратить внимание на причины, которые могут негативно влиять на желание получать ДКП. Самыми распространенными из них являются доверие презервативам и нежелание принимать лекарства без острой необходимости. Следует их учитывать при планировании мероприятий по информационному воздействию. Подробнее смотрите в таблице ниже.



23. Вопрос: по какой причине вы не стали бы принимать ДКП?

Высокий уровень интереса и доверия к ДКП также подтвердилось тем, что 52 человека отозвались на отклик о наборе в пилотную группу и оставили свои контактные данные.

### Постконтактная профилактика или ПКП

Респонденты получили 38 баллов из 100 в рамках викторины по ПКП. Уровень сложности для респондентов был определен как самый сложный (1 из 3). 35 человек пропустили викторину.

Респонденты лучше всего осведомлены о том, что ПКП защищает от ВИЧ (55%) и что ее необходимо принимать в течении 3-х суток после рискованного полового акта (55%). Опрошенные меньше знают о том, что терапия предоставляется бесплатно в стране (33%) и схожести АРТ с ПКП (23%). Опрошенные также путаются в вопросе, кому терапия предназначена. Подробнее смотрите в графике ниже.

Если принимать таблетки ПКП, они защищают от ВИЧ	55.3%	63
ПКП это те же таблетки, что и в антиретровирусной терапии (АРТ)	22.8%	26
ПКП назначается только людям, у которых нет ВИЧ	24.6%	28
ПКП назначается только людям, у которых есть ВИЧ	8.8%	10
В Кыргызстане можно получить ПКП совершенно бесплатно	32.5%	37
ПКП принимается после рискованного контакта в течении 72 часов	55.3%	63
Total Respondents: 114		

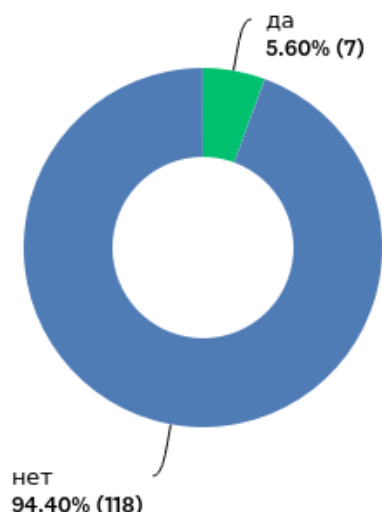
24. Контрольные вопросы для проверки знаний о ПКП

В целом, 67% респондентов слышали о ПКП, из них более половины узнали о ней через ЛГБТ+ организации и 26% в Интернете. Доля социальных сетей (3%) и медицинских учреждений (5%) в информировании носит другой характер, чем у ДКП. Это объясняется тем, что ПКП уже предоставляется в медицинских учреждениях в отличие от ДКП, однако, по ней отдельной информационной кампании проведено не было. В пункте другое респондента указали ЛГБТ+ организации, кроме этого, в блоке нет релевантной информации.

Интернет	25.0%	26
ЛГБТ организации	58.7%	61
Социальные сети	2.9%	3
Медицинские учреждения	4.8%	5
Друзья/подруги	3.8%	4
Другое (укажите)	4.8%	5
<b>TOTAL</b>		<b>104</b>

25. Вопрос: откуда или от кого вы узнали о ПКП?

Абсолютное большинство опрошенных никогда не принимало ПКП. Лишь семь человек указали, что принимали терапию. Следует учесть данный показатель при планировании информационных кампаний среди сообщества с целью популяризации услуги для предотвращения новых случаев ВИЧ.



26. Вопрос: вы когда-нибудь принимали ПКП?

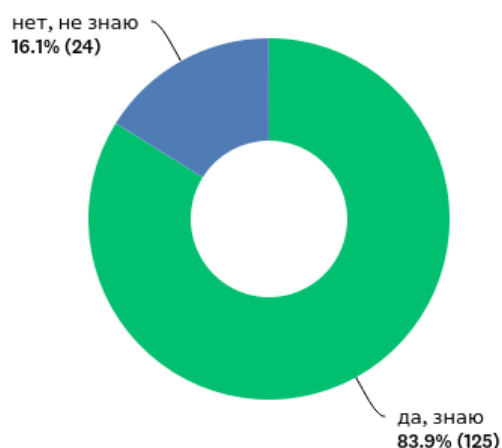
## Самотестирование

Респонденты лучше осведомлены о самотестировании по сравнению с ПКП и ДКП. Так, по итогам викторины о самотестировании, респонденты получили 46% баллов из 100. Данный средний балл был построен на основании ответов на пять правильных и неправильных вопросов о самотестировании. В викторине приняли участие 135 респондентов. По данным системы, уровень сложности вопросов про самотестирование был определен как легкий. Ниже данные по викторине.

Это таблетки, которые тестируют человека на ВИЧ	4.4%	6
Это то же самое, что и экспресс-тестирование, только человек может сам сделать тест	90.4%	122
Самотестирование можно получить бесплатно в Кыргызстане	28.1%	38
Самотестирование пока доступно только для групп МСМ/ТГ	20.7%	28
Самотестирование нужно проводить в течении 72-часов после рискованного контакта	4.4%	6
Total Respondents: 135		

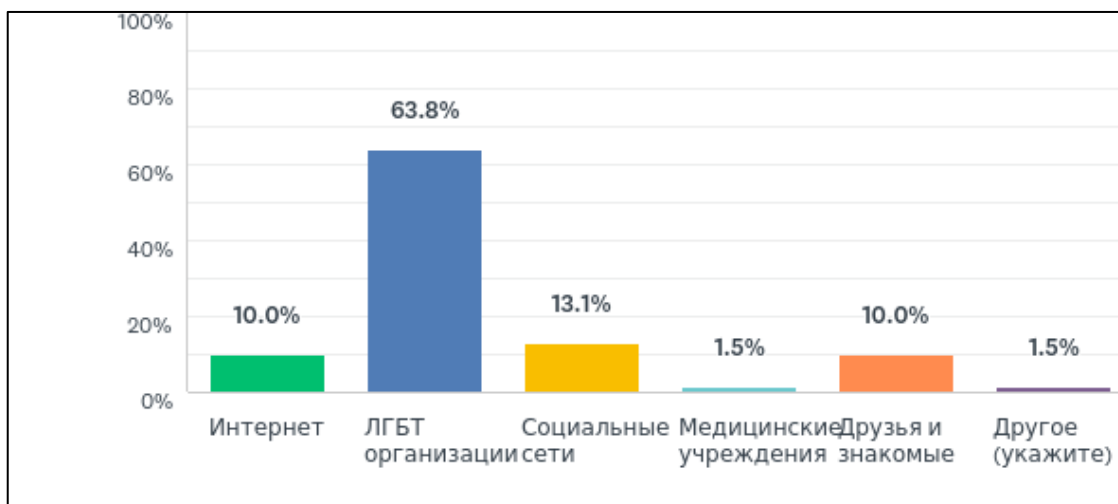
27. Контрольные вопросы для проверки знаний о самотестировании

Респонденты лучше всего осведомлены о том, что самотестирование – это экспресс-тест, только проводимый самим человеком и также о том, что оно – бесплатное. Меньше знают о доступности самотестов только для МСМ/ТГ групп. Минимальное количество респондентов выбрали неправильные варианты ответов, что показало, что возможные заблуждения в отношении самотестов особо не распространены.



28. Вопрос: вы знаете, что такое самотестирование?

О самотестировании знают больше людей, чем о ПКП или ДКП. Только 24 человек из 149 ответили, что не знают о них ничего.



29. Вопрос: откуда или от кого вы узнали о самотестировании?

Доля информирования со стороны ЛГБТ+ организаций и здесь высокая – 64% всех опрошенных узнали о самотестировании именно у ЛГБТ+ организаций. Социальные сети, Интернет и друзья играют одинаковые роли в информировании о самотестах (10-13%).

Доля получивших самотестирование значительно выше, чем ПКП – 44%, что равно количеству 60 человек. Это объясняется тем, что последние полгода ОО «Кыргыз Индиго» запустила пилотный проект по самотестам и ведет активную работу по информированию и распространению самотестов среди сообществ.



30. Вопрос: вы когда-нибудь получали и использовали самотесты?

Более половины опрошенных положительно отозвались о качестве услуги и своем опыте использования самотестов (56%). Придержались нейтральной позиции 25%, а негативный отзыв оставили 4%. Однако, уточняющий открытый вопрос о негативном опыте респонденты оставили пустым. Тем не менее, часть высказались, что собираются попробовать самотесты. Часть из них выразили больше доверия тесту по крови.

## Раздел 2. Общие наблюдения

Целевая аудитория - возможность продвигать инновационные методы профилактики ВИЧ

Целевая аудитория анкетирования в большинстве своем однородная и представляет экономически активных, образованных, цисгендерных, гомосексуальных и бисексуальных парней и мужчин азиатов, проживающих в городе Бишкек. Представленность трансгендерных и небинарных людей достигает одной четверти из общего числа респондентов. Эти характеристики следует ставить во главе угла при планировании кампаний и интервенций по распространению информации о новых методах профилактики ВИЧ.

Предположительно, для большинства опрошенных поиск романтических или сексуальных отношений - актуален, следовательно, их участие в профилактических программах должно быть приоритетом. При этом наблюдается некая абстрагированность от темы здоровья у многих. Соответственно, исполнителям профилактических программ следует проработать вопрос их вовлечения



диверсифицированными способами и применять умеренный уровень информационного воздействия на целевую аудиторию.

Целевая аудитория демонстрирует открытость к получению информации через Интернет и круга своих знакомых, предпочитая их традиционным медиа. Следовательно, работа по информированию должна ставить приоритетом использование этих площадок и человеческих ресурсов людей из сообщества в лице консультантов и волонтеров.

Представители целевой аудитории также открыты к взаимодействию с окружающими людьми из сообщества и могут сыграть важную роль в программных интервенциях. Данная возможность должна быть использована для привлечения других частей сообществ путем волонтерства и стажировок.

Исполнителям программ следует учесть, что для большинства опрошенных наличие безопасного пространства является очень важным, в том числе, для проведения процедур по самотестированию или хранения препаратов по профилактике ВИЧ (ПКП, ДКП). Молодые люди, разделяющие жилье с родителями и гетеросексуальными друзьями, могут опасаться получения этих препаратов из-за боязни раскрытия статуса или лишнего внимания, поэтому, важно учесть этот момент при внедрении и продвижении препаратов.

Уровень знания целевой аудитории о ДКП, ПКП и самотестировании – ниже среднего

Общий уровень осведомленности о вышеописанных методах профилактики и выявления ВИЧ-инфекции оценивается как ниже среднего (46 баллов из 100). При этом, респонденты лучше знают о самотестировании и меньше всего осведомлены о возможностях получения постконтактной профилактики. Респонденты знают то, что препараты защищают от ВИЧ и предположительно знают где их можно получить. Однако, абсолютное большинство не знает о возможных побочных действиях ПКП или о том, что ПКП и самотесты предоставляются абсолютно бесплатно в стране. Сюда же и входит то, что респонденты плохо информированы о схожести АРТ с ДКП и ПКП, что может влиять на их решение получать или не получать эти препараты. Ведь знание того, что ПКП и ДКП – лишь другая комбинация АРТ-терапии может вызвать доверие у большинства. Это объясняется тем, что АРТ уже много лет успешно применяется в лечении ВИЧ.

Высокий уровень готовности к получению ДКП

Респонденты показали высокий уровень готовности к получению препаратов ДКП несмотря на средний уровень знаний. Это может объясняться тем, что респонденты в целом открыты и позиционируют себя как активных представителей ГBT сообществ. Не исключено, что в этом сыграла свою роль также информационная работа ЛГБТ+ организаций, которая началась еще в 2019 году.

С учетом того, что более 100 человек показали готовность быть частью пилотной группы и более 60 из них оставили свои контакты по собственному желанию, ЛГБТ+ организации могут планировать таргетированное внедрение ДКП среди целевой группы.

## Рекомендации

1. Представить результаты анкетирования местным ЛГБТ/МСМ организациям, ВИЧ-сервисным организациям, республиканскому и городскому центрам «СПИД», донорским организациям и другим заинтересованным сторонам;
2. Обновить стратегию продвижения самотестов, ПКП и ДКП с учетом интересов целевой аудитории, их знаний и других особенностей, упомянутые в отчете;
3. Продумать пути привлечения представителей МСМ/ТГ сообществ старшей возрастной категории, также, людей из регионов страны в информационную работу по продвижению ДКП, ПКП и самотестов;
4. Продумать способ более глубокого информирования о ДКП, ПКП и самотестах среди целевой аудитории. Взять во внимание проведение крупных специальных просветительских мероприятий с фокусом на ДКП, ПКП и самотестов;
5. Продумать способ систематизированного информирования о ДКП, ПКП и самотестов через периодические групповые сессии и дискуссии;
6. Применять сторителлинг для продвижения ДКП, ПКП и самотестов – разрабатывать и публиковать живые истории бенефициаров с целью повышения доверия к ним;
7. Актуализировать и обновить информационную часть об экспресс-тестировании на ВИЧ по слюне в работе аутрич-работников и социальных-работников. Рекомендуется уделять внимание на интервенции по повышению доверия к экспресс-тестированию по слюне среди бенефициаров;
8. Предусмотреть возможность проведения широких национальных кампаний по продвижению ПКП, ДКП и самотестов через видео-ролики, постеры, инфографики;
9. Продумать организацию «живой рекламы» в ЛГБТ-клубах через распространение листовок о доступных услугах организации;
10. Продумать запуск пилотной группы по ДКП с использованием собранных данных, в том числе контактных данных респондентов, которые изъявили желание быть частью группы.