

Oltáskampány – Te hogyan csinálnád?

Absztrakt gyűjtemény

Tisztelt Olvasóink az következő oldalakon találják az „Oltáskampány – Te hogy csinálnád?” című online lebonyolított hackathonra beérkezett munkákat (lásd még **IME 2021/4. szám**). A rendezvényt a Magyar Egészségügyi Menedzsment Társaság (MEMT) szervezte, a Semmelweis Egyetem Egészségügyi Menedzserképző Központ (EMK), a Magyar Tudományos Akadémia Fenn tartható Fejlődés Elnöki Bizottsága, az Egészségügyi Világszervezet és az Innovációs és Technológiai Miniszterium támogatásával 2021. december 10-11 között. A hackaton célja – látva a platózó oltási hajlandóságot – multidiszciplináris megközelítésű, innovatív, a COVID-19 oltási hajlandóságot növelő stratégiák kidolgozása volt. A versenyen 25 négyfős, egyetemistákból álló csapat vett részt. A versenyzők munkáját szakértő előadók, valamint a megadott időpontokban mentorok segítették, akik különböző, a versenyzők projektjei szempontjából releváns területek szakértői.

1. CSAPAT NEVE: ADJUVÁNSOK

Csapattagok:

1. Szatlmayer Mónika
2. Lambert Fanni
3. Kardos Anna Viola

Csapattagok felsőoktatási intézményinek megnevezése:

- 1., 2., 3. Semmelweis Egyetem Egészségtudományi Kar

Népegészségügyi program

az oltási hajlandóság növeléséhez

Úgy gondoljuk, hogy a bizonytalanság kialakulásának fő okai az információhiány és az, hogy a szakmai információk a lakosság egy részének nehezen értelmezhetőek, elérhetőek. Hiába van számtalan elérhető hiteles forrás a koronavírus oltással kapcsolatban, a napjainkban jellemző információáradat miatt nehéz kiszűrni mi igaz és mi nem.

Célunk tudás átadása és ezzel az elveszett bizalom visszaszerzése a szakma segítségével. Minél nagyobb az átoltottság, annál kevésbé lesznek igénybe véve az orvosok, az egészségügyi személyzet tagjai és a kórházak. Ennek következtében javítható lenne a kórházi ellátás minősége is.

Az embereknek bízniuk kell a tudományban és látniuk, hogy milyen csodálatos eredményeket ért el az utóbbi időben. Csapatunkkal egy támogató, ösztönző programot dolgoztunk ki az oltási kedv növelése érdekében. Statisztikai adatok alapján a legkevésbé átoltott magyarországi területek lakosaira fókuszálnánk. A megcélzott lakosságban szinte

minden korosztály megtalálható. Célba tudjuk venni a gyerekeket, a fiatalokat a felnőtteket és az időseket is.

Prioritás az edukációs, információs, és szociális szempontok alapján leghátrányosabb megyékben kezdeni:

- Jász-Nagykun-Szolnok (60,0%)
- Borsod-Abaúj-Zemplén (62,05%)
- Hajdú-Bihar (62,5%)

A nyájjimmunitás eléréséhez minél magasabb átoltottságot kellene elérnünk, és ezen felül minden egyes meggyőzött emberrel megmenthetünk egy életet. Ha a fent megjelölt 3 megyében sikerül növelni az oltási hajlandóságot, akkor a programot az egész ország területére ki lehet terjeszteni.

A célcsoporttal való kommunikációt a lehető legegyszerűbben, leghatékabban tervezzük. Célunk a felelősségtudat felébresztése: „fontos vagy, értékes vagy, felelős vagy”. Szeretnénk az oltás ellen érzett elutasító gondolatokat oltást támogató gondolatokká formálni.

Közösségi hálókön való hirdetésen túl szemléletes plakátokat aggatnánk ki a települések központjaiban. A célcsoport számára fontos vendégeket, településvezetőket is bevonnánk a programunkba. Szakemberek eljuttatása a lakossághoz:

- Személyes kapcsolat
- Problémafelvetés,
- Tévhitek, félelmek eloszlása-> Válasz

Érdekesen, játékosan szeretnénk átadni a tudományos ismereteket:

- mikroszkóp használata
- a helyes kézmosás tesztelése
- mindennapi használati tárgyak szennyezettsége
- szórólapok, kiadványok
- nyereményjáték
- videók vetítése
- ingyenes COVID tesztelés

A személyes beszélgetések után lehetőség van az oltások felvételére. Eszközeink:

Humán erőforrás:

- Orvos, ápoló, népegészségügyi szakember megyei eloszlásban, sofőr stb.

Tárgyi erőforrás:

- UV adalék koncentrátum, UV készülék, vakcinák stb.

Megvalósítás:

- Közintézmények
- Ahol nincs erre lehetőség, ott a járműben.

Miért?

- A COVID-19 vírus világszerte rengeteg áldozatot követelt. Borsod-Abaúj-Zemplén megyében például az egy főre jutó többelhalálozás 67,34 %-os volt 2021 májusában.

Mennyiért?

- Az emberi élet nem mérhető pénzben. A kampányba fektetett pénz lényegesen kevesebb lenne, mint a kórházi ágyon fekvő betegek ellátásához naponta szükséges pénzösszeg.

A hatékonyság elemzése az oltási adatok növekedésével történne. Ha sikerül az emberek meggyőzése, akkor a program bármelyik jelenlegi és jövőbeli járványra, felvilágosításra is alkalmazható.

2. CSAPAT NEVE: AGORA**Csapattagok:**

1. Boldizsár Ivetta
2. Pál-Jakab Ádám
3. Pál-Jakab Orsolya
4. Vitanov George

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1. Eötvös Lóránd Tudományegyetem Informatika Kar Data Science
2. Semmelweis Egyetem – Elméleti és Transzlációs Doktori Iskola
3. Semmelweis Egyetem – Egészségügyi Menedzserképző Központ
4. Delft University of Technology, Systems and Control, 3mE

A probléma feltárása

Magyarországon a koronavírus járvánnyal való küzdelemben fontos szerepe van a vakcinációnak. Annak ellenére, hogy rendelkezésünkre állnak a szükséges erőforrások (vakcinák, oltópontok, egészségügyi személyzet) az oltási hajlandóság megtorpant, az ország lakosságának átoltottsága nem éri el a kívánt szintet, a 70-75%-ot. A probléma oka visszavezethető a nagyfokú bizonytalanság érzetére, ami úrrá lett a társadalmon, és amit az ellentmondó médiahírek, téves információk, a tájékozatlanság, az egységes orvosi szakvélemény hiánya és az egészségügyi ellátórendszer társadalmi megítélésének, pozíciójának gyengülése okozott. A kialakult helyzet jelentős kulcsszereplői közé maguk az orvosok és az egészségügyi szakdolgozók tartoznak, hiszen a bizonytalanság őket is érintheti, sőt alkalmanként egyéni véleményük, meggyőződésük alapján ők is kiválthatják. Magyarországi adatok alapján kimutatható, hogy bizonyos háziiorvosi körzetekben magasabb az oltási arány (akár 80-85%), míg más körzetekben kifejezetten alacsony. A McKinsey 2021-ben végzett felmérései alapján a laikus emberek legnagyobb bizalma a járványügyi és oltási információk terén az orvosok-

ban és egészségügyi dolgozóknak van. Ez alapján az alapellátó orvosok meggyőződésétől, hozzáállásától is függ, hogy az adott körzetben bizalmat szavaznak-e a vakcináknak vagy sem.

Megoldás és a kampány célja

A kampány célja, hogy meghonosítsa a tudományos kommunikáció kultúráját. Egy olyan online felületet hozzon létre, ahol az alapellátásban dolgozó, vagy a vakcinációban résztvevő szak- és általános orvosok 1. megbízható vírus és vakcina információkhoz, 2. aktuális guideline-okhoz jussanak hozzá, és 3. valós idejű szakmai tanácsadásra van lehetőségük speciális esetekben.

A terv részletes ismertetése

Egy olyan online platform megvalósítása lenne szükséges a mögötte álló interdiszciplináris szakértői csoport által, amely megbízható tudástárt ad közre, és amely nagy presztízst képvisel mind lakossági mind orvosi körökben, ezáltal formálva, a vakcinációval kapcsolatos hozzáállást. Az online platform szerepe, hogy valós időben biztosítsa egységes, letisztult formában az új tanulmányok, protokollok és vakcina információk gyors feldolgozását, orvosokhoz eljuttatását és az oltásstratégia rugalmas változtatását.

Kampánystratégia

A kampány lehetővé teszi az egységes orvosszakmai álláspont kialakulását és közlését. Az online platformot a kampány első fázisában nem hirdetnék a mainstream szociális média oldalakon és a szokásos reklámfelületeken, hanem elsősorban szakmai szervezeteken keresztül jutna el az érintett orvosokhoz és az egészségügyi személyzethez. Ők kezdik majd az egységes álláspontot népszerűsíteni a lakosság körében.

Összegzés

Meglátásunk szerint kellő szakszerűséggel, gyorsasággal és hitelességgel összeállított célzott platform létrehozása révén szignifikánsan növekedik az emberek egészségügybe, orvosokba és vakcinákba vetett bizalma.

Források

- [1] https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_fea002b.html
- [2] <https://www.nyilvantarto.hu › letoltes › statisztikak>
- [3] <https://www.mckinsey.com/industries/life-sciences/our-insights/machine-learning-and-therapeutics-2-0-avoiding-hype-realizing-potential>

3. CSAPAT NEVE: ASZEPTIKUS LAZULÁS

Csapattagok:

1. Csákai-Szöke Péter
2. Zarka Eszter
3. Molnár Balázs
4. Zarándy Levente

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 2., 3., 4 Semmelweis Egyetem

A csapatunk innovatív ötlete a COVID oltási hajlandóság növelése érdekében egy olyan új állami beavatkozás, amely a jelenlegi oltási stratégia súlypontjait átcsoportosítja, annak érdekében, hogy az jobban elérje a kistelepüléseken élő, meggyőzhető, oltást még fel nem vett csoportokat.

Statisztikai adatokból tudjuk, hogy a munkanélküliek, a fiatalok és az alacsonyabb végzettségűek a legelutasítóbbak az oltással kapcsolatban, ahogy azt is, hogy a budapestiek és a Közép-Magyarországon élők veszik fel legnagyobb számban az oltást, az észak-magyarországi régióban élők pedig a legkevésbé [1]. Szintén statisztikai felmérésekből ismert, hogy a szoros kapcsolatok és az egészségügyi dolgozók jelentenek megbízható információforrást. Tehát a többség jobban támaszkodik a személyes (család, barátok) és az orvosi, egészségügyből érkező információra, mint a médiából (internet, TV, rádió, újság) érkező hírekre [2]. További fontos statisztikai megállapítások, hogy az oltáshoz való hozzáállást leginkább a vakcina biztonságosságáról alkotott kép befolyásolja, és hogy a megkérdezettek több, mint fele egyáltalán nem veszi figyelembe az oltásellenes, oltásszeptikus csoportok véleményét [3,4].

Ezek voltak többek között azok fő megállapítások, amelyek alapján a csapatunk arra jutott, hogy érdemes megcélozni az ország szegregált területein élő, megfelelő kommunikációs stratégiával meggyőzhető, még nem beoltott embereket. Ezt oltóbuszok működtetésével és a helyiek oltás iránti érzékenyítésével érnék el.

Magyarországon jelenleg is forgalomban vannak oltóbuszok [5], viszont számuk és kihasználtságuk nem elégséges (2021. december 3-ig 41 ezer fő oltása történt meg ilyen módon, buszonként naponta kb. 150 ember beoltása lehetséges) [6]. Számításaink szerint maximum 200 buszra lenne szükség (100 napos időtartammal számolva,) a maradék megközelítőleg 3 millió felnőtt egy jelentős részének a beoltásához. Ezeket a járműveket a közlekedési vállalatoktól bérelnénk. Mivel a célunk az oltási nap élménydúsá tétele, a buszokat oltás felvételre motiváló ábrákkal látnánk el. Véleményünk szerint fontos a megfelelő, színes, figyelemfelkeltő mintázat, logó megtalálása (akár erre szakosodott vállalkozások által megterveztetve), mindenképpen politikai céloktól, politikához közel álló közszereplőktől függetlenül. Az oltás napja előtti hetekben a háziorvosokkal, gyógyszerészekkel, az egyházi képviselőkkel és egyéb, a helyi közösségnek fontos fórumokon keresztül (klubok, öntevékeny csoportok, melyek felkutatásában a helyi önkormányzat segítenének) tájékoztatnánk és ösztönöznénk a

lakosságot az oltás felvételére. Az önkormányzatok plakátozással és egyedi megoldásokkal segítsenek az információ áramlásában. Őket cserébe az állam támogatná anyagilag, viszont a szervezést maguk oldanák meg. Fontosnak tartjuk a fent megnevezett egységeket az időpont és a helyszín tisztázásán kívül a dezinformáció elhárítására is felkészíteni. Ez történhet számukra kiosztott, érvelést segítő broszúrák alkalmazásával. További motivációt szolgálna a helyi vállalkozások érdekeltté tétele. Állami és önkormányzati segítséggel a helyi szolgáltatókhoz például ajándékutalványokat oszthatnának a frissen oltottaknak. Így ők is plakátokkal, folyamatos személyes ráhatással növelhetnék az oltást felvevők számát. A sorban állás és az oltás utáni várakozás élménnyé tételére étellel, itallal és a helyi lehetőségekhez képest programokkal váránk az oltakozókat az oltóbuszok környékén, szintén az önkormányzatok szervezésében.

Ehhez hasonló szórakoztató rendezvénysorozat keretei közt megvalósított helyi oltási programra külföldön is láthatunk példát, az Egyesült Államokban (Wisconsin, Iowa, Minnesota államokban) Nagy-Britanniában... A kihelyezett oltási programokat megadott időközönként ismételni lehet, mégis célszerű lenne az oltóbuszokat Janssen-vakcinával felszerelni. Ezen vakcina különlegessége, hogy egyetlen dózis beadása után is megfelelő védelmet nyújt a koronavírus okozta megbetegedés ellen.

A helyszínen jelen lévő, kiképzett személyzet, az oltás elutasítását leginkább meghatározó faktort, a biztonságossággal kapcsolatos félelmet is nagyobb hatásossággal hidalhatná át a megfelelő kommunikációs eszközökkel. Az egészségügyi dolgozók, ha szükséges, el tudják oszlatni a gyógyszercegekkel kapcsolatos kételyeket, az oltás mellékhatásaival kapcsolatos bizonytalanságokat, és ha úgy alakul, meg tudják világítani azokat az előnyöket, illetve hátrányokat, melyekkel az oltás beadatása vagy be nem adása járhat.

Források

- [1] Központi Statisztikai Hivatal. Heti monitor. KSH felmérés: COVID-19 oltás
- [2] Mészáros V, Mirnics Zs 2, Kövi Zs, Arató J, Vass Z, Kiss P, Rózsa S: A koronavírus elleni védőoltással kapcsolatos vélekedések – az egészségügyi dolgozók szerepe az ismeretek átadásában 2020 decemberében Orv. Hetilap 2021 162. évf., 24. szám 931–937
- [3] Opinio. Elemzés: mit gondolnak a magyarok a vakcináról? Opinio, January 2021. <https://opinio.hu/elemzes-mit-gondolnak-a-magyarok-a-vakcinarol/>
- [4] Még tovább nőtt az oltási hajlandóság Magyarországon. Nézőpont Intézet, Budapest, 1 March 2021 <https://nezo-pont.hu/no-az-oltasi-hajlandosag-magyarorszagon/>
- [5] https://atlatso.hu/adat/2021/12/10/fokent-hatar-menti-telepuleseken-jartak-az-oltobuszok-de-csak-elenyeszo-szamu-oltast-adtak-e/?fbclid=IwAR0fXSKdtB0TsM_HXd7N6ypElbec_UJp0g_z63ftqPHu923a2fa5tF5K8UuM

[6] https://kormany.hu/hirek/munkaban-a-honvedsegi-oltobuszok?fbclid=IwAR060Eu0bJ3NzeTBJkqv1t3UN8casYoiA4ocYbZ2_bNMqOCZBH8YqjeAWY

4. CSAPAT NEVE: AZ OLTÁS NEM FÁJ, ZEN!

Csapattagok:

1. Ferentzi Olivér
2. Hollósi Dávid
3. Pánczél Barnabás
4. Forrai Áron

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1. Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdasági Kar, Pénzügy és Számvitel
2. Magyar Agrár, és Élettudományi Egyetem, Gazdasági és Társadalomtudományi Kar, Kereskedelem és Marketing
3. Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdasági Kar, Gazdálkodási és Menedzsment
4. Óbudai Egyetem, Kandó Kálmán villamosmérnöki Kar, Műszertechnika és Automatizálás

Ebben a rohanó világban, ahol az emberek ingerküszöbének határai radikálisan kitolódtak, mégis hogyan tudnánk megragadni azok figyelmét, akik még továbbra is bizalmatlanok a COVID oltásokkal szemben? Legyen itt szó a félelmekről, az oltás tartalmáról vagy esetleges negatív mellékhatásairól, vagy épp arról, hogy az egész csak a fennálló kormány propagandája, amit nem szándékoznak támogatni. Csapatunk ezekre próbálna létrehozni egy univerzális megoldást, ami egy reklámkampányban és egy e köré épített brandben csúcscsodna ki.

Az ötletünk lényege egy olyan brand kiépítése lenne, amivel számos platformon az összes korosztályt el tudjuk érni. Első lépésben készítenénk egy pár részes vlog sorozatot, aminek keretén belül az oltással kapcsolatos legfőbb kérdésre, félreértésekre, tévhitre térnénk ki. Gondolunk itt arra, hogy egy ahhoz hozzáértő orvos bemutassa akár az egyik fajta vakcina elkészülési folyamatát, hogy ez emberek lássák azt, hogy semmi olyan nem kerül az oltásba, aminek nem lenne ott a helye. Továbbá feldolgoznánk különböző szektorban dolgozó emberek személyes beszámolóit is annak érdekében, hogy mindenki tudjon valami olyat találni magának ebben a sorozatban, amivel azonosulni tud, és ezáltal közelebb kerüljön a témához. Fontosnak találjuk, hogy ezeket mind objektív szempontból közelítsük meg, hogy lássák az emberek, hogy az oltási tevékenység teljesen pártfüggetlen. Ennek érdekében az riporterek, műsorvezetők és az interjúztatott alanyok is egy széles palettát képviselnének. Itt bevonnánk hozzáértő szakembereket, különböző hovatartozású újságokat, valamint influenzaszereket is. Ennek a sorozatnak az elkészülte után tovább építenénk a brandünket különböző internetes platformokon. Ezáltal a társadalom egyre nagyobb részét tudjuk majd elérni. Létrehoznánk egy podcast-szerű fórumot, ahol

egy élő közvetítés keretein belül egy ismert közszereplő és egy szakember vitatná meg akár az egyes vlogok tartalmát, átnéznének egyéb statisztikákat, és mivel ez fórum jellegű lenne, az érdeklődők kérdéseket is feltehetnének, amire helyben választ is kaphatnának. Az Instagramon és a Tiktokon keresztül inkább a fiatalabb társadalmi rétegeket szeretnénk elérni, ahol pedig a gamifikáció pozitív hatásait kihasználva keltenénk fel az érdeklődésüket. Gondolunk itt egy-egy szavazásra, értékelésre, amivel még értékes információkhoz és statisztikákhoz is hozzájutunk. A fórumot rövidebb formátumban a Spotifyra és a Youtube-ra is szeretnénk eljuttatni. Ezen felül még a brandünkhöz tartozna pár kisebb ötlet, ami a kivitelezés része, mint létrehozni egy mobilizált oltópontot, amely házról-házra, cégről-cégre járna, és elvinné mindenkinél az oltás lehetőségét. A polgárpukkasztó eszközök között szerepel még két hatalmas gömb tároló, amelyeket Budapesten egy forgalmas és látványos helyen helyeznénk el, például a Kossuth téren. Az egyik átlátszó gömb fekete golyókat tartalmazna, ami a halottak számát jelenítené meg vizuálisan, akik oltás nélkül veszítették életüket. Itt a halálzási számok is megjelenéne a korosztályra bontva. A másik gömbben fehér golyók lennének, ami pedig azok számát mutatná, akik az oltás után is életüket veszítették. Ezzel pedig az oltás működését hangsúlyoznánk bármennyire is morbid hangzású mindez. Úgy véljük, hogy napjainkban csak így lehet igazán megszólítani társadalmunkat. Ezekkel az eszközökkel látjuk a legnagyobb esélyt arra, hogy a bizonytalanságot eloszlassuk.

5. CSAPAT NEVE: BACK TO NORMAL

Csapattagok:

1. Szögi Nóra
2. Bartos Hanna
3. Szabó Bence
4. Mészáros Csenge

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1. Budapesti Corvinus Egyetem
- 2., 3. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
4. Pázmány Péter Katolikus Egyetem

Oltásra fel!

Az utóbbi időben nagy ütemben lassult az újonnan beoltottak száma, a járvány megfékezésének pedig az oltás beadása az egyetlen módja. Sokan vannak, akik azért nem oltatják be magukat, mert nem jutnak megfelelő információhoz a vírusról és az oltásról.

Mi magunk is készítettünk egy rövid kérdőívet, amit a tegnapi nap során több, mint 160 ember töltött ki. Megkérdeztük őket, miért nem hozták meg ezt a döntést, vagy miért nem oltatták be pl. gyermekeiket. A legtöbb válaszadó az információhiányra hivatkozott.

Olyan megoldást találtunk, amely egyszerre kínál hiteles információt a koronavírusról és az oltás hatékonyságá-

ról, egy új módszerrel ösztönzi az oltás beadatását és a keletkező adatok alapján kutatására is lehetőséget ad. A kiindulópontunk az, hogy büntetés és korlátozás helyett jutalmazással nagyobb sikert érhetünk el, melyet külföldi példák is alátámasztanak.

Felmérésünk alapján az edukációra nagy szükség van, ezért létrehoztuk az oltasrafel.hu weboldalt és applikációt. A jelenlegi állami tájékoztató oldallal szemben közvetlenebb hangnemű, közérthetőbb, elismert szakemberek által prezentált videó tartalmakat tennénk közzé, amelyek az emberek leggyakoribb kérdéseire adnak választ. Az oldal népszerűsítése egy kommunikációs kampány részeként indulna. Egy kihívás-jellegű nyereményjáték felhívása vezetné el a felhasználókat a weblapra és adott időszak alatt aktivitásra ösztönöznék őket. A játék lényege, hogy a résztvevő rövid regisztráció után minél több ismerősét ösztönözze arra, hogy oltassa be magát. A regisztráció során kapott kódot ő, és meggyőzött ismerősei is bemutatják az oltóponton, majd ez a kód bekerül az EESZT rendszerébe is. Ezáltal követhető, hogy ki mennyi embert vett rá az oltás felvételére. Minél több embert győz meg valaki, annál nagyobb jutalomban részesül. Több nyeremény is adható, egyéni és csapat kihívás is teljesíthető.

A személyes meggyőzés és a bizalom ereje nagyon fontos. Ezért gondoljuk, hogy ha az embereket a saját környezetükben élők próbálnák meggyőzni az oltás fontosságáról, megnőne az oltási hajlandóságuk. Módszerünk innovatív jellege az adatgyűjtésen alapuló hálózat kutatásban is rejlik. A kódok segítségével lekérdezhetőek lennének a demográfiai, földrajzi adatok. Láthatóak lennének a legaktívabb résztvevők, régiók. Ez megmutatná azt is, hogy a kampány során melyik régióra érdemes a hirdetéseket célozni.

Honlapunk szakmai tartalmát a Magyar Orvosi Kamara és a Nemzeti Népegészségügyi Központ biztosítaná, akik stratégiai partnerként olyan piaci szereplőkkel kooperálnának, akik a nyereményeket biztosítják. Az oldal a jövőben a védőoltás népszerűsítését szolgálná hiánypótló módon.

6. CSAPAT NEVE: BEOLTUNK

Csapattagok:

1. Mihály Gergő
2. Kovács Dominik
3. Hegyi Zsolt
4. Lénárt Ádám

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 2., 4. Semmelweis Egyetem
3. Budapesti Metropolitan Egyetem

„Te ismered, te tudod meggyőzni!”

Hiszünk benne, hogy az új világ trendjeit kiaknázva, le tudjuk győzni a járványt, és hamarabb visszatérhetünk a normális kerékvágásba. Fel fogjuk használni a beoltott társainkban rejlő erőt, hiszen ők állnak személyes kapcsolat-

ban, akár családi, baráti viszonyban azokkal, akiknél célunk, hogy az oltást felvegyék. Adunk a kezükbe eszközt, információt és legfőképp motivációt, hogy másokat meggyőzve hétköznapi hőökké váljanak.

A Husars egy olyan ingyenes mobilon és a weben is elérhető platform, melyre az oltott emberek tudnak regisztrálni. A COVID védetségű gazolványukat beolvastva egy, a dátumot és a vakcinák adagját is felismerő, már létező algoritmus ismeri fel, ezzel hitelesítve a felhasználót.

Aktualitások szerint a jutalom, a pozitív élmény az, amely cselekvésre készíti az embereket. A motiváció az applikáció használatához már rögtön az elején előtérbe kerül, mert a felhasználó a feltételi szerződéseket elfogadva automatikusan részt vesz egy havonta megrendezésre kerülő grandiózus nyereménnyel járó sorsolásban, melyben akár autót vagy utazást nyerhet. Továbbá, kialakítunk egy token alapú rendszert, melyben minden résztvevő virtuális tokeneket gyűjthet. Kétféle token lesz: az ezüst, mely az oltott ismerős bevonása után jár, és a sokkal értékesebb arany, mellyel a rendszer a meggyőzött, frissen beoltott személy után jutalmaz. A felhasználó profiljához egy meghívó link lesz csatolva, melyet több platformon (e-mail, Viber, Messenger) elküldhet az ismerősének, aki így regisztrálhat. A frissen beoltottnak az oltás után hét napja lesz regisztrálni, melynek során az algoritmus érzékeli, hogy frissen oltott, és így jár a token annak, aki rávette az oltásra. A legvonzóbb, hogy a tokenek számának növekedésével arányosan nő az adott felhasználó esélye a nyereményjátékban. Tovább fokozva a felhasználói élményt, állandó jelleggel elérhetőek lesznek különböző cégek kuponjai, amelyek tokenért cserébe felhasználhatók. A kuponok lehetnek például árengedmények egy élelmiszerüzletben, akció egy ruhaboltban vagy akár jegykedvezmény egy koncertre. A kumulált token értéke oly módon megmarad, hogy a többszörös esély nem vesz el a nyereményjátékban akkor sem, ha valamennyi tokent kuponra vált a felhasználó.

Hiszünk benne, hogy a cégek, a potenciális több milliós felhasználói bázisban meglátják a saját érdekük, és felajánlásokat tesznek a sorsoláshoz, kedvezményekhez, hiszen potenciálisan több millió emberhez elérő reklámfelületet kapnak cserébe. Az applikáció indulásakor a beoltottak egymást fogják meghívni elsősorban, megteremtve ezzel azt a felhasználói bázist, mely később vonzó lesz kuponokat biztosító harmadik felek, cégek, multik toborzására.

Az útravaló, amit kínálunk a sikeres oltásnépszerűsítéshez, a lenyíló fül alatt található COVID kisokosban lesz megtalálható. Itt többek között eloszlatjuk a tévhiteket, megválaszoljuk a gyakori kérdéseket, képek segítségével bemutatjuk a vakcina működését, továbbá tippeket és trükköket kínálunk arról, hogy hogyan lehet közelíteni az oltáshoz kételkedve állókhoz.

A jövőben az applikáció alkalmas lesz más oltási kampányokban való részvétellel is, legyen az influenza oltás, vagy akár a COVID ismétlődő vakcinák népszerűsítése, sőt bízunk benne, hogy az egészséges életmód népszerűsíté-

sével is össze tudjuk kötni. Szeretnénk a belső motiváció felébresztésén keresztül a közösség erejét felhasználni ahhoz, hogy közösen leküzdjük a járványt.

7. CSAPAT NEVE: DZSEM

Csapattagok:

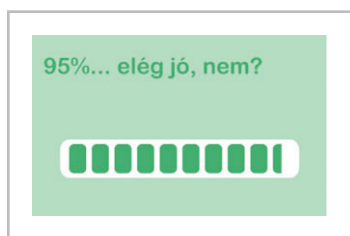
1. Bajkó András Zsombor
2. Bartus Bernadett
3. Nagy Edina
4. Sinka Fruzsina Mária

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 2., 3., 4. Semmelweis Egyetem

Azt tapasztaljuk, hogy a lakosság egyre kevésbé tolerálja az őket korlátozó intézkedéseket, agresszív megközelítésű kampányokat. Éppen ezért mi a szokásos, ajánló sémát megkerülve, inkább az érdeklődés felkeltésével szeretnénk hatni rájuk – kampányunk nem azokat célozza, akik meggyőzhetetlenül ágálnak az oltás hatásossága ellen, hanem azokat, akik bizonytalanok abban, hogy beoltassák-e magukat.

Kampányunkban három fő elem együttesen biztosítaná azt, hogy változást érthessünk el. A célközönség számára a leglátványosabb elem a plakátakció lenne. Az egy-egy rövid szövegből és egyszerű ábrákból álló grafikák publikus helyeken kerülnének elhelyezésre, hozzájuk azonban semmi plusz információ nem tartozna egy dátumon, és egy hashtagen kívül: 2022.02.02. – #eremketoldal. Ezek a plakátok önmagukban is értelmesek, olyan köznapi kérdésekre reflektálnak, amelyeket a lakosság valószínűleg nem hozna összefüggésbe az oltásokkal – ez pedig nem véletlen. Azt szeretnénk, ha pár hétig együtt élnének ezekkel a forrásokkal úgy, hogy nem társítják őket semmiféle egészségügyi kérdéshez, és a kíváncsiságuk hatására kezdenének elterjedni a közösségi felületeken.



Ha csak az ábrát figyeljük, azt válaszolnánk: igen. Hiszen, ha a telefonunk töltöttsége 95%, azzal nyugodt szívvel indulunk el otthonról, mert a tudat biztonságérzetet kelt bennünk. Már is van tehát egy olyan plakátunk, amit az emberek egy igenleges válasszal, és pozitív érzésekkel azonosítanak. Nem maradna örökké homályban azonban a plakátokhoz tartozó második jelentés sem – tervünk, hogy egy előre meghatározott napon (02.02.), a korábban fokozott várakozás után az árnyalt jelentések végre megjelenjenek „Úgy gon-

doltam, hogy a 95% biztonságos? Akkor miért ne lenne az az oltások esetében?” – azt szeretnénk, ha ezek a kérdések merülnének fel a lakosságban. Ezzel egyidőben elindítanánk egy olyan politikai jelzéstől és befolyástól mentes weboldalt, amelyen összegyűjtve megtalálható lenne minden biztos forrásból származó, hiteles információ – még hozzá közérthető nyelven. Pár másodperc alatt befogadható grafikák mutatnák be a különböző vakcinatípusok működését, mellékelve azokat a forrásokat, ahonnan az adott információ származik – hogy az, aki többet szeretne olvasni az adott témában, tovább kutathasson, de az, akinek csak tíz másodperce van rá, szintén megértse a lényegét. Ugyanezek az alapvető információk brosúrák formájában kerülnének az ellátó intézményekhez, háziorvosokhoz, egyrésztől így próbálva tehermentesíteni az egészségügyi személyzetet a „magyarázás” alól, másrésztől közelebb hozni azokhoz a páciensekhez is, akik nem érzik magukénak a digitális megoldásokat.

Mi egy több hónapos kampányban gondolkozunk. Januárban kikerülnének a plakátok, februárban feloldanánk a jelentést, és elindulna a weboldal, a brosúrák szétosztása. Úgy hisszük, hogy ennek hatására a más környezetben biztonságosnak, pozitívnak ítélt kérdésekre ezúttal az oltással kapcsolatban is igen lesz a most még oltatlanok válasza.

8. CSAPAT NEVE: EGÉSZSÉG ÉPÍTŐK

Csapattagok:

1. Tigharghar Leila
2. Bencsik Alexandra Sára
3. Cséka Botond
4. Prigya Jutas

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1.,2.,3.,4. Semmelweis Egyetem, Általános Orvostudományi Kar

Nemzeti Egészségkártya Program

Projektünkben egy olyan komplex társadalmi intézkedést dolgoztunk ki az oltási hajlandóság növelésére, mely nem csupán a magyarországi oltottak arányát növelné, hanem a gazdaságot is előnyösen befolyásolná. A célcsoportot életkor és lakóhely szerint határoztuk meg. Magyarországon a 18-24 (50%) és 25-49 (62%) éves korosztálynál a legalacsonyabb az átoltottság [1], valamint az olyan területeken, ahol az átlagjövedelem nem éri el a havi 235 000 Ft-ot [2].

A program tervezésekor egy jutalmazó rendszert szeretnénk volna kialakítani. A célcsoport elemzése során az anyagi juttatást találtuk a leghatékonyabb módszernek, így született meg a „Nemzeti Egészségkártya” ötlete. Azon állampolgárok, akik az oltás felvétele mellett döntenek közvetett anyagi juttatásban részesülni a kártyán keresztül, melyet számos szolgáltatónál, élelmiszerboltban és vendéglátóipari egységben beválthatnak.

A pénzügyi alapot elsődlegesen az állam adja. A 2020-as évben az állam 3.405 milliárd forintot költött a koronavírus válság kezelésére. Ennek az összegnek csupán az 1/3-a is elegendő lenne ahhoz, hogy minden teljes immunizáláson átesett polgár legfeljebb 60 000 Ft juttatásban részesüljön [3].

A Nemzeti Egészségkártya tulajdonosoknak lehetőségük van kiemelt értékű juttatás igénylésére (+20%), amennyiben ezt állampapírba fektetik. Ezáltal az állam hazai tőkével csökkentheti az államadósságát.

Az alap bővítéséhez az állam bevonhatja az erre vállalkozó cégeket is, akiknek ez számos okból előnyös lehet:

- Nemzeti Egészségkártyára érkező összeget elsősorban a támogató vállalatoknál lehet majd beváltani,
- A társadalmi szerepvállalás növeli a brand értéket,
- A médiamegjelenés pedig növeli a népszerűséget.

Az átoltottság minél gyorsabb elérése érdekében a program elindulása után az oltási kapacitás függvényében a kapott összeg három havonta csökkenne, először az eredeti összeg (60 000 Ft) felére (30 000 Ft), majd negyedére (15 000 Ft).

A projekt kidolgozása során figyelmet fordítottunk a kisgyermekes családokra is: minden beoltott kiskorú után a nagykorúakkal megegyező juttatás kerül folyósításra a szülők Nemzeti Egészségkártyájára.

A pénzügyi juttatás túl a munkáltatók (állami és magánszektor) extra szabadnapokkal is ösztönözhetik dolgozóikat az oltásra. A tavalyi évben a táppénzre fordított összeg aránya, az oltottakat megillető extra szabadsághoz képest szignifikánsan magasabb. Egy 10 napos betegszabadság kifizetése (~128 000 Ft) háromszor többbe kerül a munkáltatóknak, mint a 2 nap bónusz szabadság (~42 000 Ft) [4].

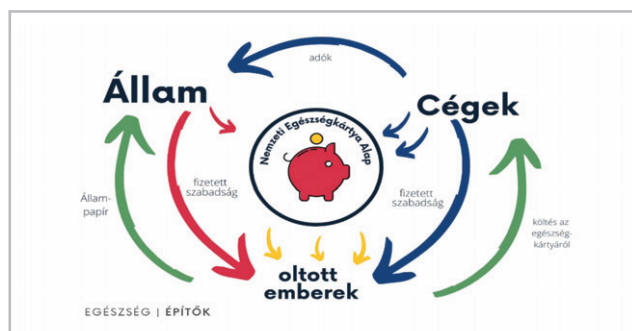
A Nemzeti Egészségkártyát a későbbiekben számos egyéb védőoltásra és egészségügyi szűrőprogramra is ki lehet terjeszteni, többek között az influenza és pneumococcus elleni védőoltásra, ugyanis ezen megbetegedések évente több, mint 3300 ember halálát okozzák [5].

Reményeink szerint a Nemzeti Egészségkártya program, mind a társadalom, mind az egészségügy, mind a gazdaság számára rövid távon megtérülő és hosszútávon fenntartható megoldást kínál.

Források:

- [1] Share of people fully vaccinated against COVID-19 by age: ourworldindata.org)
- [2] STADAT – 6.2.1.14. A teljes munkaidőben alkalmazásban állók kedvezményes nélküli nettó átlagkeresete a munkáltató székhelyének elhelyezkedése szerint (ksh.hu)
- [3] Kiszámolták: ennyibe kerül a koronavírus-válság a magyar államnak – Portfolio.hu
- [4] Keresetek (ksh.hu)
- [5] Influenzához kapcsolódó halálozás 2009/2010 és 2016/2017 között Magyarországon in: Orvosi Hetilap 161 évf. 23. szám 2020,

<https://akjournals.com/view/journals/650/161/23/article-p962.xml>



9. CSAPAT NEVE: GADRIBORETTA

Csapattagok:

1. Bereczki Henrietta-Szilvia
2. Csiki Ruth-Debóra
3. Kosza Adrienn
4. Troznai Kinga-Mónika

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 2., 3., 4. Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem, Marosvásárhely

A bizalom egy nagyon fontos tényező manapság. Rengeteg információs platform elérhető, az emberekhez azonban leghamarabb a közösségi médiában megjelenő információk jutnak el, amik sajnos nem feltétlenül megbízhatóak, és emiatt elveszünk az információáradatban. Nincs ez másképp a COVID-19 elleni vakcinával kapcsolatos információkkal sem, mivel egy újkeletű problémával állunk szemben. A lakosság körében alacsony az oltakozási kedv, megoszlanak a szakmai vélemények is. A bizalmatlanság kialakulásában a transzparencia hiánya is nagy szerepet játszik.

Célunk, hogy növeljük az oltakozási hajlandóságot és egy tudatosabb társadalmat hozunk létre, mindezt a hiteles információk szolgáltatásával, ezek mellett pedig nyomatékosítsuk, hogy minden emberi élet ugyanolyan értékes. Megoldásként egy „Együtt tudatosan” nevű üzenetküldő rendszer kialakítását látjuk, amely három hónapon keresztül minden héten két alkalommal értesítené az embereket a COVID-19 vakcinával kapcsolatos hiteles információkról.

A lakosság majdnem minden társadalmi rétegét lefedné, ugyanis minden mobilkészülékkel rendelkező ember megkapná ezt az üzenetet. Azért, hogy ne bízzuk a véletlenre, és minél több emberhez eljusson az üzenetünk, partnerséget kötnénk a telefonszolgáltatókkal. Állami segítségét kérnénk, ezen belül a Kormányzati Tájékoztatási Központét. Az üzenetek tartalmazzák a rövid, félperces videókat. Hétköznapi, átlagemberek adnák át tapasztalataikat. Egy anafórával felkészítenénk az agyat a fókuszált figyelemre. Minden üzene-

tünk úgy kezdődne, hogy „Neked fél perc, nekünk egy élet!”. A kis videók, animációk, képek, statisztikai diagrammok MMS formátumban érkeznének a készülékekre, már az üzenet megnyitásával is elérhetőek, anélkül, hogy szükség lenne további weboldal megnyitására. Minden üzenet végén megtalálható lesz egy link, amely tovább visz az „együtt-tudatosan.hu” weboldalra, ahol az emberek további tájékoztatást kaphatnak, illetve szakembereknek tehetnek fel kérdéseket és véleményt nyilváníthatnak.

Köztudott, hogy a COVID-19 vírus okozta megbetegedések miatt nagyon leterheltek a kórházak, rengeteg orvos kimerült, és nem jut elegendő figyelem más típusú betegekre. Az üzenetküldő rendszerünkben egyik alkalommal pont erre hívánk fel a figyelmet, mivel fontos az átoltottság, hiszen így tudunk leghatékonyabban segíteni az egészségügyi rendszeren, ezáltal időt hagyva más súlyos betegekre. Célunk ezzel ráébreszteni a lakosságot, hogy a vakcina beadásával nem csak saját életünket óvjuk, hanem a környezetünkben lévőket is. A másik terület, amellyel üzenünk, az az online oktatás, mivel a nagycsaládosok körében probléma, hogy nem jut minden személyre egy különálló tér, ahova nyugodtan elvonulhatnának a lakásban. Az üzenetküldő rendszerünkben olyan gyerekek tapasztalatait mutatnánk be, akiknek nehézséget okoz megtanulni írni ebben a rendszerben. A megtörtént esetek és a statisztikai adatok mellett pénzüsszeggel is motiválnánk az embereket.

A platformunk és az üzenetküldő rendszerünk megvalósításához szükségünk van informatikus szakemberre, orvosokra és a lakosságból több személyre, akik interjúalanyok lennének. A stratégiánk, amely növelné az oltakozási hajlandóságot konkrét és mérhető, mivel a statisztikai adatok megmutatnák, hogy a kampány alatt és után hányan oltatták be magukat. Emellett kampányunk megvalósítható, releváns és határidőhöz is kötött.

10. CSAPAT NEVE: THE HACKINATORS

Csapattagok:

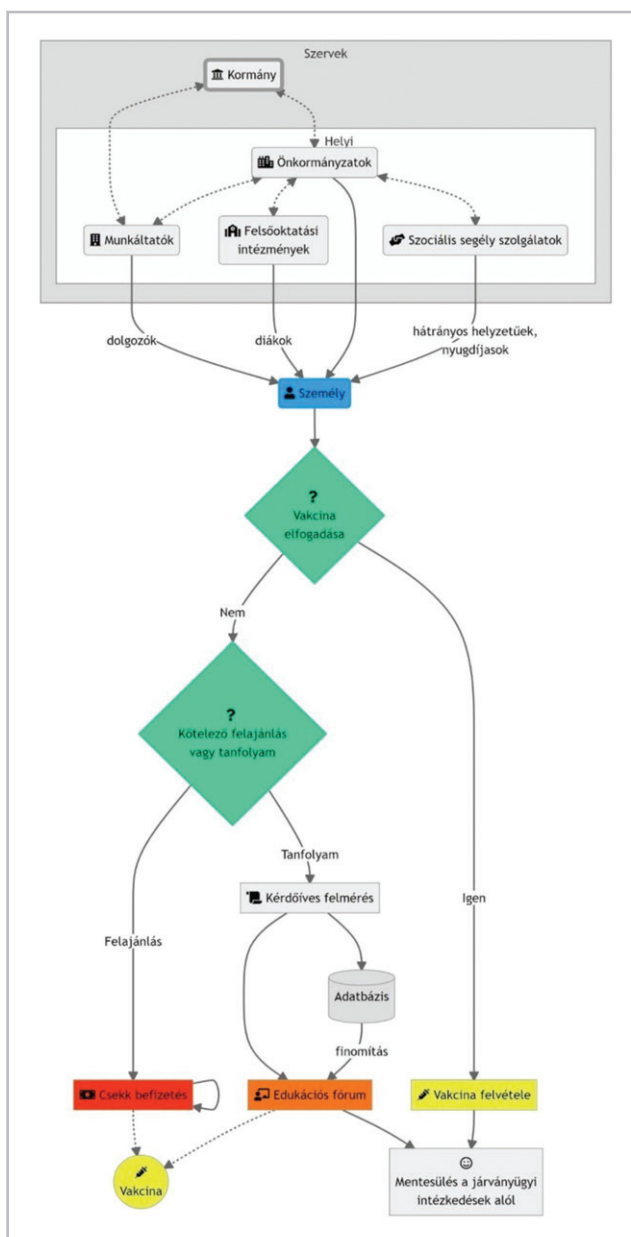
1. Hajnal Benjámin
2. Pánczél András
3. Nagy Tamás
4. Miklós Gabriella

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1. Semmelweis Egyetem Rácz Károly Klinikai Orvostudományok Doktori Iskola
- 2., 4. Semmelweis Egyetem Általános Orvostudományi Kar
2. Semmelweis Egyetem Mentális Egészségtudományok Doktori Iskola, BME Villamosmérnöki és Informatikai Kar

Opt-out, mint oltáskampány

A COVID-19 elleni oltás társadalmi elfogadottsága jelenleg nem elégséges a nyájimmunitáshoz. Az eddig alkalmazott kormányzati és civil törekvések elérték határaikat. Ultima ratioként több országban bevezetésre került az oltási kötelezett-



ség, azonban ennek elutasíthatósága hazánkban jelentős. Célunk egy olyan kormányzati intézkedéscsomag kidolgozása, amely képes az oltatlan populáció motiválására az önröndelkezési jog tiszteletben tartása mellett.

Javaslatunk központi eleme a szervdonáció területén hazánkban régóta sikerrel alkalmazott opt-out rendszer átültetése a COVID-19 elleni vakcinációra [1,2]. A járványügyi indokolt és orvosilag nem kontraindikált esetekben a nagykorú személyek oltási időpontra való regisztrálása automatikusan megtörténne. Az oltás napján munka / oktatás alóli felmentésben részesülnének. A regisztrált személyek az oltás időpontjára és helyére vonatkozó információkkal együtt széleskörű írásbeli tájékoztatást kapnának a fertőzéssel, oltással és járványhelyzettel kapcsolatos tudnivalókról. A kommunikáció az önkormányzatokon, oktatási intézményeken, munkáltatókon keresztül, a szocioökonómiai státusz figyelembe-

vételével, differenciáltan valósulna meg a célcsoportok felé. Az elmaradott térségek speciális igényeit figyelembe véve, kezdettől fogva személyesen, civil szervezeteket és helyi vezetőket bevonva keresnénk fel az itteni lakosságot tájékoztatás és a vakcina hozzáférhetőségének biztosítása céljából [3].

Az egyén dönthet a regisztrált időpont passzív elfogadásáról/áthelyezéséről, annak elutasítása esetén viszont egy aktív részvételt igénylő, kombinált motivációs, edukációs és véleménykutatási folyamatban kell részt vennie, melynek lépései az alábbiak:

- Anonim kérdőív, mely az oltással és fertőzéssel kapcsolatos félelmek, tévhit, egyéni lehetőségek felmérésére irányul. Ennek célja részben motivációs, részben a gyűjtött adatokon keresztül a populáció célzott megközelítését teszi lehetővé, például oktatás és hirdetések útján, a későbbi hullámok / járványok során is.
- Edukációs fórumok szervezése szakértő részvételével, ahol lehetőség van a személyes kérdésfeltevésre, párbeszédre. A fórumokat tematizálják a kérdőíves vizsgálat eredményei.
- Retorzió, mely csak az oltást és az edukációt egyaránt elutasítókat sújtaná. Amennyiben ezen személyek COVID-19 fertőzéssel egészségügyi ellátásra szorulnak, a nemzetközi példákat követve a költségek bizonyos százaléka rájuk hárulna, vagy dönthetnének egy meghatározott összegű kötelező felajánlás mellett a koronavírus által közvetlenül érintett csoportok megsegítésével foglalkozó valamely alapítvány számára (pl. COVID-árvák). Ennek a hatásság függvényében, progresszíven törtenne.

Az ajánlott kormányzati intézkedéscsomag a kötelező oltásnál szélesebb körű társadalmi elfogadottság mellett lenne alkalmas az átoltottság növelésére; ezen túl a személyes edukációs fórumok által növelné a lakosság tájékozottságát, a kiépülő adatbázis pedig későbbi intézkedések alapjául szolgálhat.

Források

- [1] <https://www.statnews.com/2021/07/22/proven-ways-to-boost-covid-19-vaccination-mandates-plus-nudges/>
- [2] Chapman GB, Li M, Colby H, Yoon H. (2010). Opting in vs opting out of influenza vaccination. *JAMA*, 2010, 304(1), 43–44. <https://doi.org/10.1001/jama.2010.892>
- [3] <https://youtu.be/-akc0dAJKCE>

11. CSAPAT NEVE: JENNER TECHNOLOGIES

Csapattagok:

1. Kilián Daniella
2. Pintér István
3. Resli Simon
4. Vőneki Luca

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 2., 3. Semmelweis Egyetem – Egészségügyi Közzolgálati Kar
4. Semmelweis Egyetem – Általános Orvostudományi Kar

Innováció az oltási kampányban

Célkitűzésünk az oltás elérhetőségének kiterjesztése. Sokan azért nem vették fel az oltást, mert nem jutott el hozzájuk a számukra megfelelő szakmai tájékoztatás. Az általunk választott elsődleges célcsoport a roma kisebbség. Mivel ők tartanak a vírustól, így hajlandóságot mutatnak arra, hogy beoltassák magukat. Becslések szerint a romák Magyarország lakosságának 8,84%-át teszik ki [1]. Átoltottságuk aránya azonban kisebb, mint a teljes lakosság körében.

Az oltás elleni érveket elvi, illetve gyakorlati csoportokra osztottuk. Előbbi kategóriába tartozik a különböző vírus- és járványtagadó csoportok befolyása, illetve a természetes szkepticizmus a vakcinákkal szemben.

A gyakorlati nehézségek leginkább az egyenlőtlen eloszlású infrastruktúrából adódnak. Az ilyen falvakban a roma lakosság aránya viszonylag magas, szocioökonómiai státuszuk ezzel szemben a spektrum alacsonyabb felére esik. Mivel a hajlandóságuk a vakcina beadására az esetek nagy részében meglenne, a problémát a rossz anyagi körülmények és az ezekből fakadó hátrányok jelentik.

Elgondolásunk egyik legfontosabb eleme a szociális segítséget nyújtó szervezetek bevonása. Az ilyen elzártabb településeket számos alapítvány támogatja, élelmiszerrel, ruhákkal egyéb alapvető használati cikkekkal. Ilyenek a Hit Gyülekezete (HISZ), a Tutor alapítvány és a Magyar Élelmiszerbank.

A Hit Gyülekezete Szeretetszolgálat és annak fenntartója, a Hit Gyülekezete áll legközelebb a megszólítani kívánt közösségekhez. Ismerte az egyház működésének és a közösségi tagokkal való kommunikációjának dinamikáját, a vezetőknél keresztül eljuttatott információkat és lehetőségeket bizalommal fogadnák. A gyülekezet vezetői segítenének a nehezebben elérhető oltatlanok, illetve a bizonytalanok tájékoztatásában és esetleges meggyőzésében, valamint az oltáshoz köthető pozitív képzettségkialakításában is. A lelki vezetők ezeket a hívekkel való közvetlen beszélgetéseken keresztül tennék.

A többi alapítvánnyal együttműködve összekötnék az ételosztást a vakcina felvételével, pozitív élményeket kövve az oltás beadásához és így a hagyományos regisztráció, a sok utazás sem terhelné őket.

Az oltóbuszok használatával, önkéntes, egészségügyi képzésben részt vevő hallgatók bevonásával a megvalósítás

Jenner Technologies
ábrája

aránylag kis költségvetésű. A téli várakozás fűtött sátrakban történne.

A másik potenciál a kisebbségi önkormányzatokban rejlik, fontos szerepük lenne a program hagyományos roma társadalmi rendbe való beleillesztésében. Ez a módszertan több társadalmi csoportnál is alkalmazható aktualizálva az adott csoportra. Beleillik az Európai Unió kohéziós politikájába, így az infrastruktúra hiányosságai, szükséges felszerelések beszerzése anyagilag kevésbé terhelné a magyar egészségügyi rendszert.

Források

- [1] Péntes János, Tátrai Patrik, Pásztor István Zoltán: A roma népesség területi megoszlásának változása Magyarországon az elmúlt évtizedekben
DOI: 10.15196/TS580101
- [2] https://www.ksh.hu/statszemle_archive/all/2020/2020_06/2020_06_547.pdf
- [3] <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScp9j7FpS712Yf1rzkRE9N2gEPsaL4uowgWo9ympK1ukJfrbw/view-form>
- [4] https://www.canva.com/design/DAEyL4WOYrc/T6EuUeN7ctkixqZ6uhVv4w/view?utm_content=DAEyL4WOYrc&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

12. CSAPAT NEVE: LÓTUSZOK

Csapattagok:

1. Gyenge Antónia Andrea
2. Kacsó-Kulcsár Beáta Noémi
3. Asztalos-Bálint Beatrix
4. Bartha Henriett Irisz

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 2., 3., 4. Nagyvárad Egyetem Orvosi és Gyógyszerészeti Kar

Várandósság a járvány idején

Bevezető információk

Sajnos rengeteg fiatal bizonytalankodik, hogy felvegye-e vagy sem a COVID-19 védőoltást, különböző okok miatt. Az egyik legismertebb ok a vakcina azon szövődménye, mely sokak szerint meddőséget okozhat. Prezentációkkal szeretnénk ezeket a fiatalokat arra buzdítani, hogy felvegyék a védőoltást, illetve meggyőzni őket arról, hogy ennek semmilyen hatása nem lehet a termékenységre, sem a születendő gyermek egészségére, mivel ezt a vakcinát kizárólag a betegség megelőzésének céljából hozták létre. Az új, napjainkban rengeteget emlegetett koronavírus egy úgynevezett zoonózisos fertőző vírus.

Szülészeti megfontolások a járvány kapcsán

Fontos leszögezni, hogy a COVID-19 védőoltás abszolút nem növeli a spontán vetélések számát, sőt, semmilyen magzati károsodást nem képes okozni, viszont a várandós nőknél jelentkező tünetek és szövődmények, például a láz, a tüdőgyulladás kiválthat koraszülést, ritkán akár vetélést is. Ez oltatlan anyáknál sokkal valószínűbb. A vírus az újszülöttekre egyáltalán nem veszélyes. Bizonyos gyógyszerek a várandósság ideje alatt nem javasoltak. Továbbá a COVID-19 vér útján történő átvitele sem igazolt, a legfrissebb ered-

mények azt mutatják, hogy a SARS-CoV-2 légúti vírus nem terjed át hematopoietikus őssejteket traszfúziójával vagy transzplantációjával, így a köldökzsinórvér és hematopoietikus őssejtek biztonságosak. Általánosságban a légúti vírusok nem terjednek át emberi sejtekből. Az oltásban lévő mRNS nem kerül az anyatejbe sem, viszont, ha ez mégis megtörténne, a molekula rövid élete miatt ugyanolyan hamar elbomlana az anyatejben is, mint a szervezet többi részében. Az újszülöttek ellátása a kórházakban pedig ugyanolyan zökkenőmentesen zajlik, mint korábban.

Mítoszok

- A vírus egy mesterségesen előállított kórokozó, a védőoltás pedig egy mérgező anyag, amely meddséget okozhat: a védőoltások összetevői közé tartoznak különböző stabilizátorok, adjuvánsok, illetve segédanyagok, mint például a nátrium-klorid (só), valamint a víz. Nyomokban jelen lehetnek egyéb anyagok is, mint például az ovulbamin (tojásban is megtalálható fehérje) vagy neomicin (antibiotikum), ezek pedig messze nem mérgezőek, meddséget pedig nem képesek okozni.
- A vakcinák nem biztonságosak, mert a gyógyszergyárak túl gyorsan fejlesztették ki őket: mivel világméretű járványról van szó, a gyógyszergyárak rövid idő alatt sok energiát és pénzt költöttek a COVID-19 oltások gyors elkészítésére. De ez nem jelenti azt, hogy nem biztonságosak.
- „Voltam már Covidos, tehát immunis vagyok, már nem kell felvennem a védőoltást”: több kutatás is bizonyítja, hogy bizony többször is el lehet kapni a Covid-19-et. Az oltottaknál ilyen esetben nagyobb valószínűséggel nem lép fel súlyos szövődmény és a kórházi kezelés is elkerülhető.

Kampányterv

Államilag finanszírozott orvosi vizsgálatok, és egészségügyi ellátás a beoltott várandós hölgyeknek.

13. CSAPAT NEVE: LUDOVIKA COLLEGIUM

Csapattagok:

1. Dibusz Bendegúz
2. Dudás Márk
3. Fodor Márk Jozsipovics
4. Győri Boldizsár

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 3., 4., Nemzeti Közszolgálati Egyetem
2. Pázmány Péter Katolikus Egyetem

A 2020 novembere és 2021 nyara között készült KSH felmérések alapján az oltást leginkább elutasítók az alacsony végzettségűek, a fiatalok, és a munkanélküliek. A legkiszolgáltatottabbak büntetése nem eredményez oltási hajlandóságot, ezért mi a jutalmazáson keresztül motiválnánk őket. Az

általunk javasolt programcsomag a meggyőzést és az azonnali oltást valósítja meg jutalmazással, élményközpontú megközelítéssel a 300 legerősebb magyar településen. Ezek a falvak megegyeznek a „Felzárkózó Települések” kormányprogramban megállapított 300 településsel. Ezek a településeken a munkanélküliségi, iskolázottsági mutatók alacsonyabbak az országos átlagnál, így az átoltottság is. Programunk egy pilot-projekt, mely kiterjeszhető térben további leszakadó térségekre, és egyéb kihívásokra is, mint az influenzaoltás, vagy a klímaváltozás következtében megjelenő vírusok miatti oltakozás (pl. zika-vírus) Ez a rendszer a fenntarthatóság szociális pillérét testesíti meg, hiszen ezeken a településeken az ellátáshoz való hozzáférés korlátozottabb.

Javaslatunk gerincét az oltóbuszok képezik: 300 települést 10 csuklóbusz keresne fel kampányszerűen. Ezek a buszok többek, mint a korábban bevetett honvédségi oltóbuszok: mobil élményközpontként is működhetnek a legfiatalabbak bevonása érdekében (mobil játszótér, digitális élményközpont). Méretük miatt megoldott a távolságtartás fel-és leszállás közben, illetve a vakinációt követő negyedórás megfigyelés is. Egy ilyen busz egy napra érkezik egy településre; az oltakozókat a helyi partnerszervezeteink (pl. Máltai Szeretetszolgálat, In Da House, Igazgyöngy Alapítvány stb.), illetve a szociális munkások értesítik hetekkel korábban az oltóbusz érkezéséről, illetve arról, hogy minden család fél köbméter tűzifát kap beoltott családtagnaként. (Ezek a településeken jellemzően hulladékkal fűtenek, melynek füstje súlyosan mérgező és nagyszárművekkel környezetszennyezőbb, mint a fa). Vakinalottót is szerveznénk: ezen elektromos fűtőtesteket sorsolnánk ki, a nyereséget átvetelést a második oltás beadásához kötnénk. Jól tudjuk, hogy önmagában a Honvédség jelenléte még nem keltene bizalmat az otlakókban, ezért számítunk a helyben dolgozó civil szervezetekre is a kapcsolatteremtésben és bizalomépítésben.

A település vezetésével együttműködésben tovább bővíthető a jutalmazó rendszer, akár a helyi vállalkozásokkal összedolgozva. Az oltakozást a ragadósság elve alapján valószínűsítjük meg, ugyanis, ha a közösség oszlopos tagjai beoltatják magukat, akkor az a többi lakost is buzdítja az oltás felvételére. Ha valakit nem sikerült meggyőzni az első alkalommal, az emlékeztető oltásokra való visszaérkezés idején lenne lehetőség az első oltást is felvenni, így ezeken felül még egy második körös emlékeztető oltakozásra is sor kerülhet.

A logisztikai feladatokat és az oltást a Magyar Honvédség hivatásos, szerződéses és tartalékos állománya végezné, az oltásra az oltási akcióhetek tapasztalatait alapul véve nem lenne szükséges előzetes regisztráció. A program koordinációját a területileg illetékes helyi és megyei védelmi bizottságok vezetésével képzeljük el.

Programunk illeszkedik az egyik legújabb közpolitikai szemlélet, a civil-állami együttműködés rendszerébe, ahol minden aktor feladata az, amiben a „legjobb” (Honvédség: logisztika és készletgazdálkodás; a partnerszervezetek szociális munkásai: helyismeret és a bizalom kialakítása, meggyőzés).

14. CSAPAT NEVE: NewWave

Csapattagok:

1. Kozák Orsolya
2. Solazzo Marléne
3. Imre Balázs
4. Kontics Péter

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1. Semmelweis Egyetem Egészségtudományi Doktori Iskola Társadalom és egészség Doktori Program
2. Semmelweis Egyetem Általános Orvostudományi Kar
3. Eötvös Lóránd Tudományegyetem Természettudományi Kar, matematika szak
4. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Villamosmérnöki és Informatikai Kar, mérnökinformatikus szak

Magyarországon a Covid-19 vírus széles körben való elterjedésének ellenére a hiteles felmérések azt mutatják, hogy a magyar lakosság oltási hajlandósága 2020. novemberében 14,9%-ról 2021. májusra 68,4%-ra nőtt; az oltási kedv azonban 2021. júniusától folyamatosan stagnál [1].

A magyar társadalmat oltási hajlandóság alapján több csoportba sorolhatjuk, akiket eltérő üzenetekkel lehetséges elérni. A célcsoportok meghatározását és elérhetőségüket fókuszcsoporthoz vizsgálások révén volna érdemes felmérni, és az eredményeknek megfelelő oltási kampányt felállítani.

Kampánytervünkben azt a társadalmi réteget kívánjuk megszólítani, akik körében a legalacsonyabb az átoltottság. A European Centre for Disease Prevention and Control adatai alapján a 18-24 évesek 50,2%-a, míg a 24-49 évesek 62,4%-a van beoltva. A 18 év alattiak 17,3%-a oltott jelenleg, ami összefüggésbe hozható a 24-49 éves korosztály oltási hajlandóságával, hiszen a szülők beleegyezése szükséges a gyermekek oltásfelvételéhez [2].

Egy amerikai felmérésben a 29 év alattiak elsősorban a Youtube, Instagram, Facebook, TikTok platformokon érhetőek el, így ezen felületeken tájékozódhatnak leginkább [3]. A közösségi média tendenciák hazánkban is hasonlóan alakulnak. Hozzájuk az ezen felületeken aktív, népszerű felhasználókon keresztül lehet a leghatékonyabban eljutni. Fontos, hogy az oltás népszerűsítésében résztvevő emberek hitelesek legyenek, és közös „nyelvet” beszéljenek a fiatalokkal.

A kamaszok motiválását és edukációját a COVID-19 világjárványról ismert emberekkel való közönségtalálkozásokon lehetne kivitelezni, ahol találkozhatnak azokkal a nagy véleményvezérekkel, akikre felnéznek és akiket a mindennapokban követnek.

A fiatal felnőtteket nem motiválja megfelelően a betegség elkerülésének lehetősége, hiszen általában enyhe tünetekkel átvészelik a fertőzést, ezért esetükben más motivációt is szükséges találni. A közösségi média használat erre a korosztályra is jellemző, azonban motivációjukat elsősorban a szórakozáshoz köthető tevékenységekkel lehetne növelni. További ösztönző hatása lehet az oltás felvételének a jutal-

mazása. A második oltás felvételét követően nyáron egy ingyenes napi jegyet kaphatnának egy megadott fesztiválra. Amennyiben még két társukkal vagy szüleikkel érkeznének az oltópontra, két napos fesztivál jeggyel ajándékozhatnák meg a fiatalokat.

A másik fontos lépés az oltás felvétele előtt a megfelelő informálás. Véleményünk szerint sokat segítene, ha lenne egy hiteles, szakemberek által lektorált információs platform, amelynek adatbázisa folyamatosan frissülne, amint új információkhoz jutunk. Létrehoznánk a KoronaBot weboldalt, ahol az emberek egy chatbotnak tehetnének fel kérdéseket a COVID-19 témakörben. Az oldalhoz érdemes volna egy QR kódot generálni, amely országszerte plakátokon kihelyezésre kerülne leírás nélkül. Valószínűleg kíváncsiságból sokan beszkenelnék telefonjukkal, így juttatva el számukra a fontos információkat. A chatbotok révén fontos információkhoz juthatnak a szakemberek is, ugyanis információt szerezhetünk arról, hogy mi foglalkoztatja leginkább az embereket az oltások felvételével, a betegséggel kapcsolatban, mely kérdéseket teszik fel a leggyakrabban. A KoronaBotnak is lennének közösségi médiafelületei, ahol az új információkat megoszthatnánk a követőkkel, hiszen a járvány dinamikus változása és a tudomány előrehaladása révén folyamatosan új ismeretekkel bővül tudásunk.

Források

- [1] <https://www.ksh.hu/heti-monitor/> (Központi Statisztikai Hivatal honlapja; Látogatva: 2021.12.10. 13:40)
- [2] <https://qap.ecdc.europa.eu/public/extensions/COVID-19/vaccine-tracker.html#age-group-t-ab> (European Centre for Disease Prevention and Control honlapja; Látogatva: 2021.12.10. 15:11)
- [3] <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/> (Pew Research Center honlapja; Látogatva: 2021.12.10. 16:09)

15. CSAPAT NEVE: NON PLUS ULTRA

Csapattagok:

1. Benedek Máté
2. Fehér Lantos
3. Molnár Dániel
4. Reviczki Dénes

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 2., 3., 4. Debreceni Egyetem

Ötpilléres tájékoztatási rendszer

Ez a projekt – a nevével ellentétben – egyetlen fő megközelítést tartalmaz, azonban annak három különböző irányvonalt tudtuk definiálni (lásd alább). Továbbá azt találtuk, hogy ezen projekt maximális hatékonyságához még két feltételnek is szükségesszerű a teljesülése; mindezek képezik az öt alapvetet.

A két feltétel közül az egyik az álhírek visszaszorítását, a „gonosz megfékezését” jelentené, ami annyit tesz, hogy a

szándékos rosszakarókat, hamis médiatartalmak gyártóit tetten kell érni, és lehetőség szerint akár büntetést is ki kell szabni rájuk. A másik feltétel a többfrontú tájékoztatás elve, ami alatt azt értjük, hogy az emberek ne érezzék úgy, hogy a járvány megfékezése csak kormányérdek, mivel csak abból az irányból kapják az információkat, egy egységes és átfogó kampányba be kell vonni a többi politikai pártot, szakszervezetet, egyesületet, híres személyiségeket stb. is. Az eddig tárgyaltak miatt a kampányunk elsődleges felülete az álhírek melegágya, vagyis a közösségi média lenne, azonban az alkalmazási kör könnyen kibővíthető egyéb területekre is, például televízió, rádió, plakátok stb.

Az irányvonalak közül az első a ráébresztést jelentené, amelyhez a dohányipari termékek ártak nekünk az ötletet. Ez olyan egyszerű és közérthető ábrákat jelentene, amelyek nem azt hangsúlyoznák, hogy az oltás miért jó, hanem azt illusztrálnák, hogy a fertőzés miért rossz. Ez a megcélzott korosztálytól és társadalmi csoporttól függően lehet sokkoló és megrázó, de akár könnyedebb, humorosabb formátum is (fiatalok esetében például mém).

A második alapelv hétköznapi esetekre épülne. Itt a cél az lenne, hogy ne elérhetetlennek tűnő személyek javasolják az oltás felvételét, hanem teljesen átlagos emberek számoljanak be például arról, hogy milyen súlyos állapotba kerültek a fertőzés miatt (az előző bekezdésben leírtakhoz hasonló „sokkolás” gyanánt), vagy éppen arról, miért úszták meg ezeket a tüneteket az oltásnak köszönhetően. A projekt ezen része akár videófelvételek formájában is megvalósítható, sőt talán még hatásosabb is.

A harmadik és egyben utolsó pilléren a tények hangsúlyozását értjük. Itt olyan kijelentésekre gondolunk, amelyek egyfajta tévhitként keringenek az éterben, és amelyek valóságtartalmának bárki utánajárhatna, de sokan ezt nem teszik meg. Ezeket hasonló formátumú, tömör és vitathatatlannal tényekkel, állításokkal lehetne visszaszorítani az előző bekezdésekben bemutatott példákhoz hasonló módon.

16. CSAPAT NEVE: OITáska

Csapattagok:

1. Agód Noémi Renáta
2. Balaskó Anett Jolán
3. Bodor Zsófia
4. Pop Nikolett

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 2., 3. 4. Nagyvárad Orvosi és Gyógyszerésztudományi Egyetem, Gyógyszerésztudományi Kar

Te bevállalod, hogy tartsd AKarod?

A koronavírus járvány kezdete óta talán nagyobb veszélyt jelentenek a hamis információk, mint a vírus, ami nagymértékű bizonytalanságot szült a fiatalok körében. Zavarodottságukban inkább csak sodródni az árral, ahelyett, hogy lépést tegyenek a probléma megoldása érdekében és a dolgok

végére járjanak, informálódjanak hivatalos forrásokból. Gyógyszerészként küldetésünknek tartjuk, hogy informáljuk a lakosságot az oltás fontosságáról és hatékonyságáról, mert az oltás életet ment!

A projekt által csapatunk célja, hogy 18–30 év közötti, felsőoktatásban részt vevő fiatalok körében növeljük az oltakozási kedvet, amihez manapság a közösségi média felületek bizonyulnak a legelérhetőbb módszernek. Közvetítőként influencerek és médiaszemélyiségek szólnának a célközönséghez, mivel példaként tekint rájuk az ifjúság és a számos követő által sok helyre képesek információt eljuttatni. Fiatalok is szólhatnak fiatalokhoz, így sokkal emberközelebbé téve a problémát, és együtt kiépítve egy közösséget, ami az emberek egészségéért és biztonságáért harcol. Az információ közvetítése az Instagram és a TikTok applikáción keresztül zajlana egy kampány formájában, ami kihívásokat (challenge) is magába foglalna. A kampány informatív és edukatív része az Instagramon zajlana, élő adásokon keresztül, ahol a szakemberek örömmel válaszolnak a fiatalok kérdéseire, ezzel megerősítve őket abban, hogy az oltás igenis véd és jó döntés. Az élő adásokban fiatalok is megosztják tapasztalataikat, amelyek a pandémia során érték őket, legyenek azok negatívak vagy pozitívak, ezzel segítve kortársaikat a döntés meghozatalában. A kihívások #AKarod? címszó alatt jelennének meg a közösségi médiában, ami két dologra utal: az oltakozásra, ami a karba történik, valamint a kérdés a kihívást jelképezi. A kihívások népszerűbbé tétele érdekében az influencereket is bevonnánk, mivel őket szívesen követi a célközönség és az üzenet ezáltal sokkal több emberhez eljut. Projektünk akkor bizonyulna sikeresnek, ha legalább 500 fiatalt sikerülne meggyőznünk az oltás fontosságáról és ennek eredményeképpen fel is vennék a vakcinát fél éven belül.

Hogy miért nyerő a projektünk? Elsősorban egyszerű, hiszen az applikációk mindenki által ismertek, könnyen használhatóak és elérhetőek, biztosítják az információ gyors terjedését, ezáltal népszerűsítve az oltást. Az ötletünk egyedi, hiszen Magyarországon a fiatalok körében ritkán esik szó az oltás működéséről és jótékony hatásairól a közösségi hálón, valamint innovatív megoldás a fiatalokat játékosan, egy kihívás által meggyőzni arról, hogy vegyék fel az oltást az egészségük érdekében. A módszerünk modern és fenntartható, hiszen a technológia segítségével tudunk üzenni a fiataloknak és közösen harcolni a jó cél érdekében a közösségi médiában. Nem elhanyagolható szempont az sem, hogy ez a kampányforma költséghatékony, hiszen nem igényel nagy mértékű pénzügyi forrásokat, mégis rengeteg emberhez eljut a mondanivaló.

A kérdés, te #AKarod?

17. CSAPAT NEVE: PerSe

Csapattagok:

1. Szigeti Péter
2. Tóth-Kőrösi Csenge
3. Hanza Richárd
4. Bohus Gyula

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 2., 3., 4. Semmelweis Egyetem – Általános Orvosi Kar

Neoltsbe

Minket személyesen nagyon foglalkoztat a társadalmi érzéketlenség, különösképpen az oltásszkeptikusok megítélése. Próbáltuk az oltásszkeptikus emberek helyzetébe képzelni magunkat. Végigolvastunk sok ilyen orientátságú kommentet, honlapot, meghallgattuk a vezetőik véleményét.

A következő problémák rajzolódtak ki: a legtöbb ilyen közösség nagyon szegregált, nem találkozik másfajta véleményekkel, vagy ha mégis, akkor nagyon taszító személyeskedés formájában. Nagyon erős előítéletekkel rendelkeznek már az ilyen téren művelt emberek is, sokan belefáradtak már a látszólag értelmetlen vitákba. A tudományosan is hitelesnek tartott információk nehezen hozzáférhetőek az átlag magyar ember számára, az alacsony egészségértés miatt és a jelenlegi átláthatatlan hivatalos oldalak miatt. Egyáltalán nem triviális, hogy milyen információt lehet hitelesnek tekinteni, hogyan működik a tudományos módszer. Véleményünk szerint az eddigi oltáspolitikát nagyon eltolódott a propaganda irányába. Úgy gondoljuk, hogy az oltásszkeptikus populációban sokkal nagyobb az alapvetően gyanakvó személyiséggel rendelkező emberek száma, akik maguknak szeretnék kialakítani a véleményüket és visszavonulnak, ha úgy érzik, hogy le akarnak tolni valamit a torkukon.

Azt feltételezzük, hogy az oltás lehetősége önmagában olyan érték, mely a megfelelő információk birtokában néhány kivétellel minden ember számára egy vonzó opció lehetne a vírus elleni védekezésben. Bízunk benne, hogy az emberek képesek egy ilyen tájékozott döntés meghozatalára külső befolyásolás nélkül is. Egy olyan környezetet szeretnénk teremteni, amiben az ilyen fajta tájékozódás és értelmezés előítéletek és megbélyegzés nélkül megvalósítható. Erre a célra egy nagyon átlátható és számonkérhető értékelő rendszert dolgoztunk ki, mely biztosítja mindenki számára az információk objektív megítélését. Célközösségünk a magyar anyanyelvű 12-60 éves internethasználók azon csoportja, akikben megvan az igény a COVID járvánnyal kapcsolatos információfogyasztásra, de eddig a társadalom megosztottsága és a hiteles adatok hiánya vagy bonyolultsága miatt nem tette magáévá az oltást.

Az oldal létrehozásához egy informatikusokból és szakértőkből álló csapat szükséges. Az informatikusok a technikai háttérrel a szakértők a hiteles információkat biztosítják. Öt fő menüpont lenne az oldalon, egy „Kérdezz bármit, megválaszoljuk” menüpont, melynek működése alább kerül részletezésre. A „Statisztika” menüpont alatt infografikák, adatok és ajánlott olvasmányok gyűjteménye fogadná a látogatót.

Egy további menüpontot is létrehozunk, ahol főleg az egészségügyi dolgozók, de esetleg egy-egy laikus járványhoz, oltásokhoz kapcsolódó személyes élményeiket tudnák megosztani a regisztrált felhasználókkal. A „Szakértők” menüpont alatt fel lennének tüntetve a hitelesített szakértők a titulusaikkal és beosztásukkal együtt, ez alatt a menüpont alatt egy másik alponton viszont minden tudományos fokozat, kifejezés és a kiválasztás szempontjai lennének feltüntetve. Az ötödik menüpont a „Támogatók” nevet viselné, ahol az oldalt támogató személyek arcképe és neve lenne feltüntetve.

Az oldalon hitelesített szakértők fognak válaszolni az érdeklődők kérdéseire, akiket egy protokoll alapján lehet majd hitelesíteni. A szakértői képesítéshez például a tudományos fokozat, szakmai tapasztalat, klinikai vagy egyetemi beosztás és kutatási terület alapján lenne lehetőség. Ezeket az adatokat az egyetemek és kórházak segítségével tudnánk beszerezni. A szakértőket kérnénk például a cikkeik vagy diplomájuk bemutatására a weboldal szerkesztői számára. A képesítés kritériumai és a szakértők beosztása is nyilvános lenne a visszakövethetőség és átláthatóság érdekében. A kiválasztási protokollhoz egy „Szakértők” nevű menüpont alatt férhetnének hozzá a látogatók. A hitelesítési mechanizmus célja, hogy mindenki megbizonyosodhasson a szakértők hitelességéről és kompetenciáiról. Egy további cél az, hogy látható legyen, ki mennyire kompetens a témában. Bárki regisztrálhatna, és az oldalon minden felhasználó szakértelmé nyilvános lenne. A hozzáértés szintjét kitűzőkkel jelölénk, és négy szint lenne: az első a laikus, amit a témában laikusok kapnának; a második az influenszer, amit a média-személyek kapnának, de ez elsősorban a reklám szempontjából lenne fontos. A harmadik szinten azok a szakértők állnának, akik a természettudományok témához kapcsolódó részével foglalkoznak, például orvosok, biológusok, növények. A negyedik, legmagasabb szint azoknak a szakértőknek járna, akik kutatás szintjén foglalkoznak oltásokkal, covid megbetegedéssel, vagy a fertőző megbetegedésekre szakosodtak (például epidemiológus, infektológus, intenzív orvos). A kitűzők szintje színekkel lenne, hogy megkülönböztethetők legyenek, a színek magyarázata az oldalon szintén a „Szakértők” fülnél lenne feltüntetve. A szakértők bevonása meghívásos alapon, illetve önkéntes alapon történne.

A weboldal másik jellemzője az objektivitás, a betegséggel és oltásokkal kapcsolatos kérdésekre tudományos válaszokat kapnának a szakértőktől a kérdezők. Egy posztindító kérdést csakis regisztrált felhasználó vagy szakértő tehet fel, és a kérdés egy szakértő válaszával együtt jelenne meg. Mindez alatt lehetne anonim módon is kérdezni, hozzászólni. Természetesen csak azok a hozzászólások jelennek meg, melyek megfelelnek az oldal bizonyos irányelveinek (nincs bennük trágárság, személyeskedés, mások megálázása).

A függetlenség érdekében számos influenszert, szakértőt és más személyiséget vonnánk be a projektbe. A kitűzők használata és az influenszerek ajánlása alapján szeretnénk, hogy az emberekhez eljusson az oldal. A kitűzőhöz jutott sze-

mélyek feltűntethetnék a közösségi médiában is a kitűzőjüket, például a profilképük sarkában ezzel segítve az oldal reklámozását. Szeretnénk, ha az oldal teljes mértékben politikamentesen működne.

Honlapunk azért releváns, mert ma már rengeteg tudományos információ elérhető a járvánnyal kapcsolatban, viszont nem létezik olyan magyar nyelvű honlap, mely összegyűjti az információkat és a hozzáértő embereket. Honlapunk szintén hasznos lehet orvosoknak, klinikusoknak, akik egy hiteles honlapra tudják irányítani a betegeiket és ezzel terhet vehetünk le a vállukról. Ez a honlap, ha megvalósul, nem lenne limitálva a jelenlegi koronavírus járványra és vakcinákra, bármikor kibővíthető a jövőbeli járványokra. Egy, a miénkhez hasonló központi, hiteles, honlap léte nagyban elősegítheti a jövőbeli járványok elleni védekezést is.

18. CSAPAT NEVE: SEGURANÇA

Csapattagok:

1. Galavics Diána
2. Horváth Réka Eszter
3. Téglás Anna
4. Szalay Csenge Dóra

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
2. Semmelweis Egyetem
3. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
4. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

A projektünk célja, hogy minél hatékonyabbá és elérhetőbbé tegyük az oltást a szkeptikus és bizonytalan fiatalok körében. Olyan szervezeti koncepciót szeretnénk létrehozni a probléma megoldására, ami költséghatékony, innovatív és újszerű módon közelíti meg az oltakozás népszerűsítését. A célcsoportunkat a 18 és 25 év közötti fiatalok képezik elsősorban. Azért választottuk őket, mert a legfrissebb statisztikák alapján ebben a korosztályban a legalacsonyabb az átoltottság, a marketing kommunikációs eszközök segítségével őket lehet a legkönnyebben elérni, illetve félelmeik olyan tévhiteken alapulnak, amelyek könnyen eloszlathatóak. Az általunk felismert legnagyobb befolyásoló tényezők:

- nem jól informáltak,
- félnek az esetleges egészségügyi következményektől,
- döntésükben befolyásolhatja őket a politikai hovatartozásuk, vallási nézetük, családi hátterük.

A vakcinák kifejlesztésének gyorsasága is növeli a bizonytalanságot ebben a korcsoportban. Ezeknek a megoldására egy háromlével álló rendszert szeretnénk kialakítani, amely a szervezés, a struktúra és a közösség oldaláról közelíti meg a kérdéskört. Olyan szervezetek, egészségügyi egységek és vállalatok támogatnák a folyamatokat, akik az oltás fontosságát képviselik. A szervezési feladatok lebonyolítását a Magyar Honvédség által valósítanánk meg. A struk-

túra kialakításában a következő szervezetek segítségével vennénk igénybe: Emberi Erőforrások Minisztériumának Egészségügyért felelős Államtitkársága, a Nemzeti Népegészségügyi Központ, a WHO Hungary, állami és uniós támogatások és magánszervezetek. Közösségi oldalról célunk az, hogy a többség érdekeit képviseljük. A magyar állampolgárokat bevonva hitelesebbé tennénk az oltáskampányt. A következő segítséget kínálnánk a kételkedő csoportok számára:

- Interaktív tartalomgyártással kívánjuk az oltás népszerűségét növelni a fiatalok körében.
- Mindezt tennénk infografikákkal, rövid ismeretterjesztő videókkal, közösségi média megjelenésekkel.
- Egy országszerte elérhető offline és online keretek között is megvalósítható fórumot biztosítanánk a kérdések megválaszolására szakmai segítség bevonásával.
- Az újabb akciók során önkéntesek bevonásával megkönnyítanánk az adminisztrációs feladatokat, illetve mobil oltópontokat alakítanánk ki a kisebb településeken.
- Fontosnak tartjuk az oltakozás pozitív megközelítését, ezért az oltási kedv növekedését jutalmazási rendszerrel is bővítenénk. Értjük ezalatt az oltás utáni szabadnapok biztosítását, illetve a tömegközlekedés ingyenes használatát korlátozott ideig
- Az erre a célra létrehozott e-mail címünkön és ingyenesen hívható telefonszámunkon a hozzáértők éjjel-nappal segítséget nyújtanának a kételkedők számára.

Az ötletünket megvizsgáltuk a SWOT analízis segítségével is. Hivatásunk az oltásellenesek kérdőjeleinek a megérzése, a tévhitek eloszlatása és a segítségnyújtás.

19. CSAPAT NEVE: SOCIAL DILEMMA

Csapattagok:

1. Biró Márton
2. Dr. Tóth Nóra Melinda
3. Dr. Trinh Sarolta
4. Végh Renáta

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1. BME Gazdaságtudományi és Társadalomtudományi Kar, Gazdálkodás és Menedzsment alapszak (BBA)
- 2., 3., Semmelweis Egyetem, Rácz Károly Klinikai Orvostudományok Doktori Iskola
2. Eötvös Loránd Tudományegyetem Pedagógiai és Pszichológiai Kar, pszichológia MA

A COVID-19 vakcinák gyors ütemű fejlesztése és előállítása globálisan nagy sikernek könyvelhető el, de amíg a tudományos világ a klinikai kutatásokra, a vakcinák gyártására és elosztására fókuszált, addig nem került ugyanekkorra hangsúly olyan stratégiák fejlesztésére, amelyek népszerűsítik a vakcinációt. A tudományos információk megosztása az oltások hatékonyságáról és biztonságáról önmagában nem elégséges marketing stratégia [1].

Javaslatunk azon városi populációt veszi célcsoportjául, akik bizonytalanok, de nem zárkoznak el teljesen az oltás felvételétől. A koncepció olyan VR-szemüveges szimuláción alapul, amely azt mutatja be, hogy az oltás felvétele, illetve annak hiánya hogyan hat a COVID fertőzés lefolyására.

Forgalmas pontokra létesítenénk szimulációs állomásokat, ahol a járókelők a saját egészségügyi paramétereiknek és életstílusuknak megfelelő beállításokkal tapasztalhatják meg a koronavírus fertőzés következményeit. Az első szituációban oltatlanul fertőződhetnek meg koronavírussal, mely során akár ágyhoz kötötté válnának, és a nehézlégzést fizikai és audiovizuális effektek segítségével imitálva tapasztalhatnák meg egy kórházi kezelés folyamatát és annak nyomaszító hatásait. A második szituációban oltott állapot utáni megfertőződést élhetnének át, mely során könnyebb tünetekkel, otthoni környezetben, a szeretteik gondoskodása mellett vésszelhetnék át a betegséget. A felhasználók egyszerű gombnyomással válthatnának oltott és oltatlan állapot között, azonnal érzékelhetnék a tünetek eltérő súlyosságát és a betegség különböző kimenetelét. Tanulmányok szerint az érzelmek, mint a félelem erőteljesen befolyásolják motivációnkat döntéshozatalkor, még akkor is, ha azok akkor nem tudatosultak [2].

Az állomások mellett oltópontokat létesítenénk, hogy a szimuláció által meggyőzött emberek azonnal felvehessék az oltást. Megelőző tanulmányok bizonyították, hogy anekdotikus esetek bemutatásával jobban meggyőzhetőek az emberek, mint statisztikai adatok közlésével [3]. Ezért az állomások, és ezzel összefüggésben az oltás népszerűsítése érdekében hazai influenzaszereket és közéleti szereplőket (pl. sportolókat, művészeket) kérnénk meg, hogy próbálják ki a szimulációt, majd személyes tapasztalataikat osszák meg közösségi média felületeiken.

Véleményünk szerint a program kézzel foghatóbb betekintést adna a társadalom egy szélesebb csoportjának, akik ezáltal a saját tapasztalataikkal kiegészülve új perspektívába helyezhetnék a koronavírus elleni védőoltás felvételének kérdését. Valamint azt is fontos hozzátennünk, hogy mivel a szimulációs program nem lenne exkluzív az oltatlanok számára, akár a már oltott családtagok, barátok is mint közelebbi személyek győzhetnek meg a hozzátartozóikat, hogy vegyék fel az oltást az állomáson tapasztaltak, látottak hatására.

Források

- [1] Wood S: Novel strategies to support global promotion of COVID-19 vaccination. *BMJ Global Health* 2021;6: e006066
- [2] Sandberg T: A mere measurement effect for anticipated regret: impacts on cervical screening attendance. *Br J Soc Psychol* 2009;48:221–36.
- [3] Lynch JG: Effects of cue consistency and value on base-rate utilization. *J Pers Soc Psychol* 1989;56:170–81.

20. CSAPAT NEVE: VAN MEGOLTÁS!

Csapattagok:

1. Klettner Dóra Patrícia
2. Kovács Kata Dorottya
3. Toók Levente
4. Szabó István Viktor

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1., 2., 3., 4. Semmelweis Egyetem – Általános Orvostudományi Kar

oltassak-e.hu

Célcsoport

Tapasztalatunk szerint a 20-40 éves korosztály jelentős része helyezkedik az oltással kapcsolatosan elutasító vagy várakozó álláspontra, az oltás hatékonyságát igazoló statisztikai adatok fellelhetőségének nehézsége, a környezetükben látott enyhe lefolyású COVID fertőzések, és a felmerülő mellékhatások miatt. Félnak a meddőségtől, a hormonháztartás felborulásától, vagy attól, hogy az oltás kedvezőtlenül befolyásolja a gyermekvállalást és a szoptatást [1,2].

Kialakult egy olyan réteg, amely a COVID kockázatát kisebbnek ítéli, mint az oltás esetleges mellékhatásait. Ennek oka egyértelműen az információhiány. Ők ideális célcsoport: fiatalok, intelligensek, rugalmasak, sokan vannak, bizonyítékokkal meggyőzhetőek, internethasználók, közösségi média platformokon elérhetőek, és legtöbbször ugyanaz a kérdéskör aggasztja.

Koncepció

Mi hiányzik az adott csoport meggyőzéséhez?

- hozzáférhető adatok
- megbízható és hiteles szakemberek, akiket kérdezhetnek
- valós és széleskörű tapasztalatok az érintettek körében

A megoldás olyan platform létrehozása, mely

- minél több hiteles, első kézből való adatot közöl az oltottak és oltatlanok körében előforduló COVID esetek számáról, súlyosságáról, a hospitalizáció és a halálozás arányáról, valamint bizonyítékot tud felmutatni az oltás és a gyermekvállalás összeférhetetlenségének alaptalanságáról,
- összeköti a szakembereket a kételkedőkkel, és
- összeköti kételkedőket azokkal, akik így vagy úgy, de döntöttek, és tapasztalataikat szívesen megosztanák. Olyanok mondhatnák el a saját történetüket, akik nem vállalták az oltást és fiatalon súlyosan megbetegedtek, esetleg poszt-COVID tünetektől szenvednek, és olyanok, akik vállalták az oltást, és sikeresen teherbe estek, egészséges gyermeket szültek, gond nélkül szoptatnak.

Az oltassak-e.hu-n tehát edukációs anyagok, történetek, statisztikák találhatóak egy helyen, akár témakör szerinti csoportosításban. Az adatok összegyűjtve akkreditált forrásokból, szép grafikonokkal illusztrálva jelennek meg. A weboldal

különlegessége azonban abban rejlik, hogy beküldhető kérdések, melyek célzottan szólnak szakemberekhez, sorstársakhoz, sőt akár a beszélgetés lehetősége is adott (chat-en, videohívásban, később akár személyesen is).

Válaszadó szakemberek és a történetüket megosztó pácienseik regisztrálhatnának ellenőrzött, tőlük bárki kérdezhetne. A beszámolók szöveges és videointerjú formátumúak lennének. Az érdeklődők körébe nem csak fiatal hölgyek, de leendő apukák, vakmerő tinédzserek, kisgyermekes szülők is beletartoznak. Mindez később tovább bővíthető egyéb szakirányokkal, más jellegű kérdésekkel.

Várható eredmények

A tapasztalat szerint abban a közegben, ahol könnyen hiteles információkhoz lehet jutni, az átoltottság nagyon magas. Platformunkon egyszerre lennének elérhetőek személyes élmények és személyre szabott válaszok, valamint hiteles számadatok ezzel minden szükséges és hiányzó információt biztosítva a helyes döntés meghozásához.

Források

- [1] <https://www.nytimes.com/2021/06/28/us/covid-vaccine-immunity.html>
 [3] <https://abcnews.go.com/Health/young-adults-remain-hesitant-covid-19-vaccine/story?id=78828317>

21. CSAPAT NEVE: DR. DOOFENSHMIRTZ LABORATÓRIUMA

Csapattagok:

1. Bodó Beáta
2. Kádár Johanna
3. Soós András Áron
4. Szűcs Attila Zsombor

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1. Szegedi Tudomány Egyetem
2. Sapientia EMTE Marosvásárhely
- 3., 4. Semmelweis Egyetem

Szeretnénk hallani, hogy mindenki meggyőzhető, a valóság azonban nem ilyen egyszerű

A legfrissebb adatok szerint eddig 68,4%-on áll Magyarországon az átoltottság. Mindannyiunk érdeke, hogy ez az érték minél inkább konvergáljon a 100%-hoz, ezért az alábbiakban szeretnénk bemutatni saját javaslatainkat az oltás népszerűsítésére.

Célunkat megvalósítva egy brandet és egy ehhez kapcsolódó honlapot szeretnénk létrehozni, egy hozzátartozó online webshoppal, ahol különböző használati tárgyakat árulnánk. A cég fő tevékenysége elsősorban fiatalok, közösségi média fogyasztók elérése lenne az őket célzó designnal, szlogenekkel, mémekkel, pozitív áhírekkel, mely szlogenek különböző tárgyakon megjelenítve (pl. toll, póló, sapka, hátizsák) is terjeszthetőek. Néhány példa ezekre a szlogenekre, pozitív áhírekre: „Három a magyar igazság!”, „Gut.

Besser. Pfizer.”, „Az oltásra jelentkezni könnyű, mint a kari-kacsapás.”, „Az oltásban szintiszta szeretet van, a legneme-sebb formában”, „Ha beoltatod magad, megtanulhatsz az állatok nyelvén”, „Mióta beoltattam magam, jobban tudok táncolni”, „Fogyni lehet az oltástól.”, „Az oltástól megtanulhatsz fütyülni”, „Ha beoltatod magad szebb lesz a bőröd, sőt dúsabb lesz a hajad”, „Az oltásban boldogsághormon van.”

Ezeknek a termékeknek az online árusítása bevételként szolgálna, de kórházi oltópontokon való terjesztése is megvalósulna – a COVID vakcina felvételét vonzóbbá szeretnénk tenni azzal is, hogy az oltást jutalmazzuk a brand arculati elemeivel ellátott tárgyakkal.

Cégünk további oktatói tevékenységet is végez. Az általunk létrehozott pozitív áhíreket felhasználva rövid videós tartalmakat hozunk létre, amelyekben gyakori COVID-dal és a COVID oltással kapcsolatos áhíreket (pl. „Az oltás megváltoztatja a DNS-t”) cáfoljuk közérthetően, az oltás oltásszkeptikusokat partnerként kezelve. Az áhírek beszerzése különböző platformok monitorozásával történne (pl. Gődény György honlapja).

A szélesebb közönség eléréséhez youtuberekkel, influencerokkal (pl. Dr. Kulja András) is felvonnánk a kapcsolatot, az ő meglévő követőbázisukra is támaszkodnánk. Emellett mém oldalak szerkesztőivel is szeretnénk kollaborálni (pl. SOTEmeme) a jobb terjedés eléréséhez. Következő lépésként szeretnénk megkeresni Joós Andreát az „Élménybiológia” alapítóját, hogy a segítségével iskolai oktatóprogramot hozunk létre a brand arculati elemeit felhasználva.

A brand részben önfenntartó, a tárgyak eladásából befolyt összeg visszaforgatható a brand további építésébe, viszont befektetőket is keresnénk a kezdőtőke megszerzéséhez. Kezdetnek megpróbálnánk felvenni a kapcsolatot gyógyszer-cégekkel és Apró Anna befektetővel.

Brand logó: 

22. CSAPAT NEVE: OMIKRON

Csapattagok:

1. Egei Nóra
2. Kovács Gábor Ádám
3. Kovács Szabina
4. Sipos Barbara

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1. ELTE – TTK
- 2., 3., 4. Semmelweis Egyetem

Bevezetés

Projektünk egy komplex stratégia – a covid elleni haditer, ami több elemből tevődik össze. A célunk a bizonytalanok megismerése, elérése és a döntésük segítése, a megvalósíthatóságot végig szem előtt tartva. Arra adunk megoldást, hogy egy folyamat alakulhasson ki, amellyel hatékonyan lehet eljutni a bizonytalanokhoz is, egy öngeneráló kommunikációs rendszer kiépítésével.

A racionális, észérvekkel meggyőzhető emberek többsége már oltott, tehát hatékonyabb a bizonytalanokra, elsősorban pszichológiai intervencióval, érzelmileg hatni: bátorítással és reménykeltéssel. A szájhagyomány útján terjesztés stratégiáját használnánk fel, tehát így jutnánk el a célközönséghez.

Kutatás

A kutatás első lépése lenne a már rendelkezésre álló adatok összegzése, majd egy átfogó felmérést szeretnénk készíteni, online platformokon, amely segítségével megismerhetjük az eddig oltatlanokat régiók szerint, kik azok a rétegek, akik nem kérték még a vakcinát és mik a vezető visszatartó okok jelenleg és a jövőben. Régiók és korcsoportok szerint rendszerezni az adatokat, amit felhasználnánk a további lépéseinkben. Ezen felméréseink alapján célcsoport specifikus kommunikációt célzunk meg, amelyben a lakosság aktív részvételére számítunk. Lehetséges célcsoportunk a bizonytalanok.

Edukáció

Kutatási eredményeinkre alapoznánk haditervünk következő blokkját, a videókampányt. Itt egy több rövidfilmből álló videósorozatot készítenénk, melyek különböző eszközökkel és stílusban próbálják ugyanazt az üzenetet közvetíteni, a válaszadók aggályai és problémái alapján. A nagyobb elérés érdekében videóinkat mind online, mind televíziós reklámok formájában vetítenénk. A videó műfaját, üzenetét, valamint a kommunikáció formáját az adott korcsoport igényeihez szabva állítanánk össze. Fontos elvünk, hogy a videókkal történetet mesélünk, az érzelmekre próbálunk hatni, miközben a néző úgy tanul, hogy észre sem veszi. Az is fontos elem, hogy ne legyen egyértelmű a néző számára az első pillanatban, hogy ez egy kampányvideó. Sokkal fontosabb, hogy a történet vagy az animáció minősége legyen figyelemfelkeltő, így nagyobb valószínűséggel nézik végig. Ötleteink között szerepelnek ismeretterjesztő rövid rajzfilmek (Volt egyszer az ember stílusban), komolyabb hangvételű, akár tragikus történetet diszkréten elmesélő animációk (pl: Pixar rövidfilmek), rövid interjúk híres vagy akár hétköznapi emberekkel, akik elvesztettek valakit, vagy éppen az oltás mentette meg az életüket.

Megvalósítás

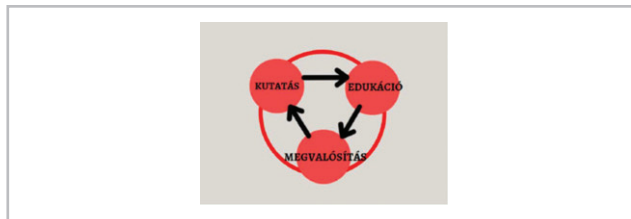
Videóinkkal népszerűsíteni a gyakorlati megoldást kínáló workshopjainkat. Pszichológiai intervenciókkal csökkenthető a szorongás, felkelhető a motiváció és növelhető az oltási hajlandóság.

Hogyan érhetjük el őket? Rokonaikon, barátaikon, ismerőseiken, összefoglalva lakossági segítőkön keresztül, akik motiváltak a változásban és tisztán látják a közös célt a széles körű vakcinációban.

Hogyan képezzünk lakossági segítőköt? Pár alkalmas workshopokon az önkéntesek alacsony intenzitású pszichológiai intervenciókat sajátítanak el szakemberek segítségével. Szituációs gyakorlatokon keresztül készségszintű fejlesztés zajlik, előképzettségre nincs szükség.

Miben több a lakossági segítőkön keresztüli pszichológiai intervenciókon alapuló elérés? Párbeszédre ad lehetőséget.

Fókuszban az oltatlan egyén személyes motivációinak feltárása, autonómiájának, igényeinek, érzéseinek elfogadása áll. A kompetencia érzése csökkenti a másik fél ellenállását és nézőpontjának megértése segíti a változást. Az oltás egy eszköz – élni vele egy lehetőség.



23. CSAPAT NEVE: SZIGMA

Csapattagok:

1. Marosvári Nikolett
2. Szegfű Tibor Péter
3. Toldy Csaba
4. Nar Zoltán Tarkan

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

- 1., 2. Semmelweis Egyetem
3. Corvinus Egyetem
4. Eötvös Lóránd Tudományegyetem

Ahogy a vakcina vált a Covid elleni védekezés és a járvány megállítására tett kísérletek fő zászlóvivőjévé, úgy a nyugati világban tapasztalt, eltérő átoltottsági hajlandóság nagyban meghatározta járványkezelés eredményességét. A társadalmi bizalmatlanság és további szociodemográfiai faktorok nyomán, a vakcinákkal szemben kialakult ellenállás, valamint felvételükkel kapcsolatos hezitálás vagy teljes elutasítás, ami főként a kiszolgáltatottabb társadalmi rétegekben figyelhető meg, nagyban rontotta a járvány elleni harc hatékonyságát [1-3]. A korai tapasztalatokra építve, több kutatás már a pandémia kezdeti fázisaiban is hasonló aggályokat vetett fel, és sürgette az azonnali kommunikációs lépéseket a többségi társadalom felé [4]. A járványügyi ismeretek lassú gyarapodását rengeteg hivatalos félinformáció vagy egymásnak ellentmondó nyilatkozat kísérte, mára pedig a fejlett országok lakosságának körében az oltással élők száma tetőzik. Számos ország különböző, innovatív COVID elleni fellépését tanulmányozva, ötleteiket végigkísérve és a tanulságokat levonva, mi egy magyar, állami vagy annak stratégiai partnerének kezében lévő, kiterjesztett, a vakcináció teljes folyamatát végigkísérő, blockchain (innentől Distributed Ledger System, DLT) alapú követési platformot és egy erre modulárisan épülő, lakosságot ösztönző platformot képzelünk el. Célcsoportunk az oltást elutasító fiatal és középkorú lakosság, ezen belül is a pénzügyileg vagy tanulmányaikban hátrányos helyzetű, lemaradó régiókban élők. Emellett nagy hangsúlyt fektetünk az első és/vagy második oltáson átesett, de a további emlékeztető oltások gondolatát elutasítóokra is.

Az utóbbi években a blockchain és DLT alapú rendszerek gyakorlati és üzleti alkalmazása hatalmas tempóban, iparágakon átívelve bontakozott ki. Ennek jelenleg a legnagyobb nyertese a supply chain management területe, ahol – sok más mellett a tengeri hajózásban, az elavult IT rendszerek, a papíralapú megoldások, valamint a nyomonkövethetőség és átláthatóság igénye okán – az innovatív megoldások remekelni tudtak [5-7]. Az egészségügyi szektorban szintén egyre jobban terjednek el a hasonló megoldások és a supply chain mellett a gyógyszerhamisítás elleni harcban is hatékonyan használják őket [8].

Erre építve, az észet kormányal szorosan együttműködve a guardtime DLT alapú kiterjesztett követési platformja, a VaccineGuard valós időben segíti mind az állami, gyártói és fogyasztói oldal igényeit és teremt értéket ezeknek a szereplőknek. Az ő pilot projekteikre alapozva, a rendszer működőképes és állami szereplők bevonásával megvalósítható.

Egy ilyen infrastruktúra átláthatósága és biztonsága növelheti a társadalom bizalmát, gördülékeny interfész és integrációkat biztosít a felhasználóknak, értéket teremtve ezzel nekik már önmagában is. Mi erre az infrastruktúrára szeretnénk a most már egyre több országban elterjedő COVID lottót, a vakcinák melletti állami garanciák rendszerét és egyéb ösztönző programokat bevezetni.

Források

- [1] Sallam M, Dababseh D, Eid H et al.: High Rates of COVID-19 Vaccine Hesitancy and Its Association with Conspiracy Beliefs: A Study in Jordan and Kuwait among Other Arab Countries. *Vaccines* (Basel). 2021 Jan 12;9(1):42. doi: 10.3390/vaccines9010042. PMID: 33445581; PMCID: PMC7826844.
- [2] Murphy J, Vallières F, Bentall RP et al.: Psychological characteristics associated with COVID-19 vaccine hesitancy and resistance in Ireland and the United Kingdom. *Nat Commun*. 2021 Jan 4; 12(1):29.
- [3] Clark-Ginsberg A, Petrun Sayers EL: Communication missteps during COVID-19 hurt those already most at risk. *J Contingencies and Crisis Management*. 2020;28:482–484. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12304>
- [4] Palamenghi L, Barelo S, Boccia S, Graffigna G: Mistrust in biomedical research and vaccine hesitancy: the front challenge in the battle against COVID-19 in Italy. *Eur J Epidemiol*. 2020 Aug;35(8):785-788. doi: 10.1007/s10654-020-00675-8. Epub 2020 Aug 17. PMID: 32808095; PMCID: PMC7431109.
- [5] Capgemini Research Institute: Does blockchain hold the key to a new age of supply chain transparency and trust? How organizations have moved from blockchain hype to reality. (2018). ©2018 Capgemini.
- [6] Pedersen A, Risius M, Beck R: A Ten-Step Decision Path to Determine When to Use Blockchain Technologies. *MIS Quarterly Executive*. (2019). 18. 99-115. 10.17705/2msqe.00010.
- [7] Saurabh Gupta, Sam Duncan, Tammoy Mondal & Mayank Madhur. (2020). HFS Top 10 Enterprise Blockchain Services 2020. © 2020, HFS Research Ltd – Excerpt for IBM
- [8] Horst Treiblmaier H Clohessy T: Blockchain and Distributed Ledger Technology Use Cases: Applications and Lessons Learned (Progress in IS) 1st ed. 2020 Edition Springer; 1st ed. 2020 edition (June 6, 2021). ISBN-13: 978-3030443399. page 51.

24. CSAPAT NEVE: VírusKillerz

Csapattagok:

1. Bányai Eszter
2. Kovács Szabolcs Cselgő
3. Keresztes Konrád

Csapattagok felsőoktatási intézmények megnevezése:

1. Budapesti Corvinus Egyetem
2. Pázmány Péter Katolikus Egyetem
3. University of Warwick

Korona Kártya: alapvetések

Érzelkelhető régióinkban, hogy az emberek bizalmatlanok a kormánnyal, tudósokkal, evidenciákkal és a győzködéssel szemben. A legmegfelelőbb módja annak, hogy az emberek megbízzanak egy új intézkedésben, ha az olyantól érkezik, akivel tudnak kapcsolódni, aki az ő problémáikat testesíti meg és nem büntet, hanem jutalmaz: tehát egy társadalmi szerveződésű kezdeményezés. Az általunk kidolgozott terv egy kampányprogram keretein belül valósulhatna meg. Ennek fókuszában a különböző járvány megelőzési formákért járó jutalmazó rendszer állna.

Ennek az ötletnek az alapját egy már évek óta létező és jól működő kedvezményi rendszer adja, amelyet az Országos Vérellátó Szolgálat üzemeltet (Önkéntes Véradó kártya). Alternatív megvalósítási lehetőség egy blokklánc alapú rendszer, amely anonim adatgyűjtésre és statisztikai modellezésre is alkalmas.

Célunk az oltási hajlandóság növelése rövid- és középtávon, az oltatlanok 30%-ának elérése, illetve több, mint 100 partnercéggel való együttműködés. Az általunk kidolgozott jutalmazó rendszerben önkéntesen jelentkező cégek által nyújtott kedvezményes áruk és szolgáltatások tennék csalogatóbbá az emberek számára az oltakozást. Mindezt egy olyan reklámkampány után/közben tennék, melyben különböző ágazatokból érkező cégek/intézmények dolgozói a saját őszinte példákön keresztül mesélnék el, miért csatlakoztak a kampányhoz. Például egy éttermi dolgozó mondja el, hogy másfél éve retteg, hogy mikor lesz újra munkanélküli, egy autógyár összeszerelő részlegén dolgozó alkalmazott mondja el, mennyire rossz, hogy a gyárleállások miatt, ha nem is veszítette el a munkáját, de csökkentett fizetéssel ül otthon, mert nincs rá szükség, egy anyuka osztja meg, hogy fél, hogy nem viheti majd a gyermekeit iskolába, óvodába, vagy egy rezidens orvos meséli el, hogy milyen rossz érzés lélegeztetőgépen látni másokat.

A rövid történetek végén, elmondanák, hogy ennek a bizonytalan helyzetnek a végét csak az jelentheti, ha végre mindenki beoltja magát és elköteleződik a vírusmegelőzéssel

járó tevékenységek mellett: „Vessünk végre ennek véget” felszólalással elmondják, hogy éppen ezért a cég/intézmény kedvezményt szeretne adni azoknak, akik szintén hasonlóan gondolkodnak és beoltatják magukat. A reklámok végén a partnerek logóinak megjelenése előnyös a partnerek számára.

Bevezetéshez szükséges

- NNK és OKFŐ koordináció
- OT támogatás

Cégek érdekeltsége

- Kedvezmények által várhatóan indukált extra forgalom
- Lezárásoktól való megmenekülés
- Jó ügyben való közreműködés, pozitív megítélés – világot érintő ügy

A célcsoportok elérése több platformon valósulna meg

- TV reklám vagy társadalmi célú hirdetés (random rotáló videók)
- YouTube hirdetés. (konkrét érdeklődés alapján targetel)

Megvalósítás

- Vírusmegelőző eljárással kapcsolatos tevékenységért járna kedvezmény (maszk, kézfertőtlenítő vásárlása, Covid teszt stb.)

A hatásszorzást fokozhatná, ha a házi orvosok minden 50 beoltott ember után extra jutalomban részesülnének, így növelve a motivációt mindkét oldalról. Ezekért kis kedvezményeket tartalmazó jutalmakat osztanának az emberek körében, így elkerülnék azok kirekesztését, akik oltatlanok maradnak. Azok, akik beoltatják magukat, kapnak egy másik kártyát, amely három hónapig használható, minden partnernél csak egyszer. Minden partner egyedi vállalási szerződést köt. Ha lejár a három hónap, a fel nem használt „kuponok” is eltűnnek. A kártyák szigorúan anonimek lennének, csak egy QR kóddal lenne beazonosítható, hogy kihez tartoznak. Az oltópontokon a nevek mellett jeleznék, ha az illető már megkapta ezt a kártyát. A három hónap elévülése után, az illető csak akkor kaphatja majd meg újra ezeket a kedvezményeket, ha újra beoltatja magát. Ekkora a kártyát az oltóponton újraaktiválják, és ismét használható. A kampány indításakor a partnercégek kedvezményt adnának minden, már eddig beoltott személynek, mely kedvezménynek a beváltási időkerete egy hónap.

Az anonim adatgyűjtés később monitorozási, és erőforrástervezési szempontból is segítségére lehet az egészségügynek.

Alvás Világnapja – Nemzetközi Alvás Konferencia a Magyar Tudományos Akadémián – 2022

A csillagászati napéjegyenlőséghez kapcsolódó nemzetközi esemény célja, hogy felhívja a nemzetek, országok, szervezetek, intézmények és valamennyi ember figyelmét a minőségi alvás fontosságára, annak társadalmi, egészségügyi és szociális vonatkozásaira. A World Sleep Society (World Association of Sleep Medicine) több mint 70 országot magában foglaló nemzetközi program magyarországi megvalósítására a Magyar Alvás Szövetség szervezésében került sor, amelynek központ témája: **Hogyan alszik a világ a pandémia után, a háború árnyékában?**

Neurológusok, pszichiáterek, pszichológusok, alváskutatók és más szakértők előadásában szó esett a népegészségügyi prevencióról, a szükséges alvásmennyiségről és annak időzítéséről, az alvás zavarokról, a pandémia-alvás-depresszió összefüggéseiről, a legújabb melatonin ismeretekről, az alvás szerepéről a rendszeres mozgás és a sport területén. A konferencián ismertették a 2022. évi Alvás Éves Jelentést (Annual Report), sor került a hazai alváskultúra kiválóságainak elismerésére (Sleepfriendly Minősítések), és első alkalommal került sor a Magyarország alvás Nagykövete cím megbízólevél átadására.

A konferencia előadói voltak: Bartucz Éva igazgató, alvásképzés (JORMA), Dankovics Gergely programigazgató (Magyarország Átfogó Egészségügyi Szűrőprogramja), Kun Eszter kutatási igazgató (Szinapszis), dr. Lénárt Ágota sportpszichológus (Testnevelési Egyetem), G. Németh György elnök (MASZ), Dr. Simor Péter alváskutató (ELTE Pszichológiai Intézet), Somogyi Edit (Pharma Nord), Dr. Vida Zsuzsanna szomnológus (Magyar Alvás Szövetség), Dr. Szabó Gyöngyi pszichológus (BOK), Dr. Szalay Katalin alvásokutató (BOK), Vada Gergely igazgató (Fusion Vital), Dr. Tárnok Zsanett (MIP-SZI), Dr. Zelena András (BGE)

– Sleepfriendly Product/Alvásbarát Termék 2022 minősítő elismerés: Cardo

– Sleepfriendly Company/Alvásbarát Vállalat 2022 minősítő elismerés: E-ON

– Sleepfriendly Hotel/Alvásbarát Szálloda 2022 minősítő elismerés: Magyarország: Oxigén Hotel Noszvaj, nemzetközi: Tschuggen Grand Hotel (Svájc)

– Magyarország első Alvás Nagykövete: Havasi Gergő hétszeres magyar bajnok kajakozó

Az elismeréseket átadták: Dr. Kiss Róbert Richard nemzetközi igazgató (Sleepfriendly Program); G. Németh György elnök, Dr. Vida Zsuzsanna társelnök, Vada Gergely alelnök (Magyar Alvás Szövetség).