

Verktyg till dig som arbetar för att öka deltagandet i
cancerscreening och catch up-vaccination mot HPV

Målgrupp: Utlandsfödda kvinnor i socioekonomiskt utsatta områden

Del av guiden *Rädda liv - öka deltagandet*



**CANCER
FONDEN**

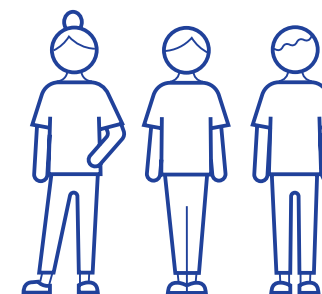
Verktyg för att öka deltagandet bland utlandsfödda kvinnor i socioekonomiskt utsatta områden

Här finns verktyg som syftar till att öka deltagandet i cancerscreening och catch up-vaccination mot HPV bland utlandsfödda kvinnor i socioekonomiskt utsatta områden. Verktögen för den här gruppen är en del av guiden *Rädda liv – öka deltagandet* som är framtagen främst för de som organiserar, planerar och beslutar om regional verksamhet som inkluderar cancerscreening eller catch up-vaccination mot HPV.

Guiden erbjuder en lättillgänglig och överskådlig sammanställning av evidensbaserade verktyg som kan användas i regionen. Den kan också inspirera till att testa metoder som inte har utvärderats vetenskapligt än men som andra aktörer har uppgett positiva erfarenheter ifrån.

Genom att arbeta med någon eller några av verktygen kan regionen se till att fler cancerfall upptäcks tidigare och fler skyddas mot cancer.

Tillsammans kan vi besegra cancer.



Referenser: Se guiden "Rädda liv – öka deltagandet" – en guide med verktyg till dig som arbetar för att öka deltagandet i cancerscreening och catch up-vaccination mot HPV.

Projektledare: Fanette Caudron | Text: Lumell Associates • Maria Douglas Mungenast, Cancerfonden | Foto: Edis Potori sid 1, 6, 10, 11, 17 • Olle Nordell sid 6 • Amalia Sjönnby sid 7 (HPV)
Illustrationer: Cancerfonden | Form: Janna Pettersson | Februari 2024

Verktygens uppbyggnad

Verktygen inleds med en kort beskrivning av gruppen, vilka trösklar de har för att delta, kontaktmöjligheter och vilka screeningprogram/vaccination som är relevanta. Det finns också en matris som vägledning i hur verktygen kan prioriteras utifrån förväntade resurser och effekt.



Tabell: Verktyg för ökat deltagande i screening- eller vaccinationsprogram

Identifierade verktyg

För att öka deltagandet i respektive målgrupp har verktyg identifierats som är relevanta för just den gruppen.

Identifierade trösklar

Vilka anledningar som gör att personer inte deltar i screening och/eller catch up-vaccination mot HPV kan vara många och skilja sig mellan målgrupper. Det finns dock ett antal trösklar som förekommer:

- **Tid** Tidsbrist, till exempel väntetider eller öppettider som krockar med arbetet.
- **Geografi** Svårt att ta sig till mottagningen, till exempel för att den ligger långt bort eller för att det saknas transportmöjligheter.
- **Kunskap** Att inte nås av information eller inte förstå vikten av att delta, som om man inte förstår kallelsen eller inte är medveten om riskerna med att inte delta.
- **Sociala** Personer som inte vill eller vågar delta, till exempel om man känner obehag inför besöket eller då det finns stigma kopplat till att delta.

Relevanta program

En del verktyg kan öka deltagandet i alla screeningprogram samt i catch up-vaccination mot HPV. Andra verktyg är endast relevanta för ett eller flera specifika program. För varje verktyg finns det därför en beskrivning över relevanta program:

- Bröstcancer
- Tarmcancer
- Livmoderhalscancer
- Catch up-vaccination mot HPV

Förväntad effekt och resursåtgång

För varje verktyg i guiden finns en grov uppskattning av förväntad effekt och resursåtgång. Uppskattningarna har gjorts utifrån en generell bedömning av förutsättningarna nationellt och har baserats på de intervjuer och litteraturstudier som ligger till grund för guiden.

Med *förväntad effekt* menas i vilken utsträckning verktyget kan öka deltagandet i program för cancer-screening eller HPV-vaccinering. Den förväntade effekten kan vara:

- Hög
- Medel
- Låg

Med *resursåtgång* menas en uppskattning av personella och finansiella resurser för en region att implementera och använda sig av verktyget. Resursåtgången kan vara:

- Låg
- Medel
- Stor

Evidensnivå

Identifierade verktyg klassificeras i fyra nivåer utifrån grad av evidens:

Hög evidens

- 1 Vetenskaplig evidens för att metoden ökar deltagande i cancerscreening eller HPV-vaccinering
- 2 Beprövad erfarenhet av användning inom cancerscreening eller HPV-vaccinering eller vetenskaplig evidens för att metoden ökar deltagande i liknande hälso- och sjukvårdsaktiviteter
- 3 Beprövad erfarenhet med utan strukturerad uppföljning
- 4 Verktyg som ännu inte testats eller testats i mycket begränsad användning utan uppföljning

Låg evidens



Fördjupning

En del verktyg beskrivs mer i detalj. Fördjupande beskrivningar finns för verktyg som uppfyller minst ett av följande kriterier:

1. Verktyg som i studier visat sig ha särskild betydelse för ökat deltagande
2. Verktyg som innehållsmässigt eller organisatoriskt kräver djupare förklaring
3. Verktyg där relevanta användningsexempel finns, exempelvis där ett verktyg använts och utvärderats i Sverige

Varje fördjupningsområde beskrivs med:

- Relevanta program
- Relevanta målgrupper
- Exempel på beprövad erfarenhet eller studier
- Vad krävs av regionen för att införa verktyget?



Verktyg för ökat deltagande i program för cancerscreening och catch up-vaccination mot HPV

Utlandsfödda kvinnor i socioekonomiskt utsatta områden

Se förklaring av upplägget på föregående sida.

Målgruppen har ofta obefintliga eller svaga kunskaper i svenska, ingen eller kort utbildning och är ofta långt från arbetsmarknaden.

Många rör sig ofta inom geografiskt begränsade områden, som mellan hemmet, lokala mataffären och förskolan. De lämnar sällan bostadsområdet.³

En del i gruppen är skeptiska till myndigheter. De desinformationskampanjer som florerat om socialtjänst och skola har spillt över på andra samhällsfunktioner och det är vanligt att man främst litar på information från personer i den egna gruppen. En del har låg tillit till vården och upplever att man har blivit försummad vid tidigare kontakt.^{1,3}

Gruppen har ibland bristande kunskaper om hälsa, kroppen och sjukdomar. I kombination med språksvårigheter blir det svårt att nå fram med information om screening och vaccin. Ämnen relaterade till sexualitet är ofta starkt tabubelagda vilket gör det svårt att sprida kunskap, särskilt kopplat till screening för och catch up-vaccination mot HPV.¹

Det finns också erfarenheter av att hemtester upplevs som främmande och obehagliga att genomföra.³

Kortfakta om målgruppen

- Står ofta långt från arbetsmarknaden.
- Bor i socioekonomiskt utsatta områden med hög andel utrikesfödda. Har högre risk för dödlighet i cancer och deltar i lägre utsträckning i cancerscreeningprogram än befolkningen som helhet.²
- Uppskattas till ungefär 100 000 personer (baserat på andel med utländsk bakgrund som bor i utsatta områden och åldersfördelningen i Sverige som helhet).⁷⁰⁻⁷¹

Trösklar för deltagande hos målgruppen

- Hälsolitteracitet: Förstår inte vikten av screening och vaccination eller hur det fungerar.
- Kommunikation från vården når inte fram, bland annat på grund av språkbarriärer och låg tillit.
- Tabubelagt med information om sexuell hälsa.

Möjliga kontaktytor

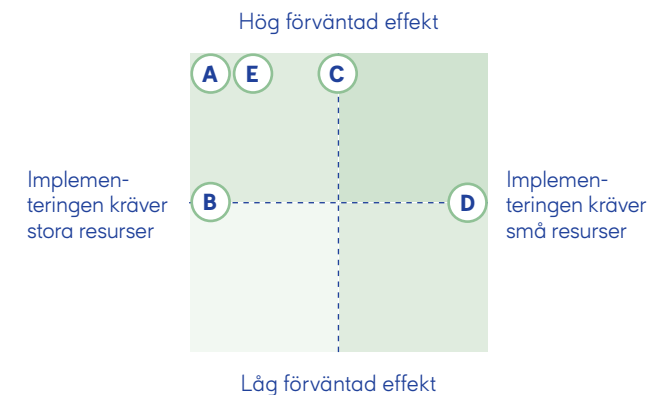
- Nära hemmet, som i tvättstugor eller trappuppgångar
- Genom sfi-utbildning
- Förskola
- Trossamfund
- Lokala livsmedelsbutiker
- Ute i bostadsområdet^{1,3}

Relevanta program

- Bröstcancer
- Tarmcancer
- Livmoderhalscancer
- Catch up-vaccination mot HPV

Positionering av identifierade verktyg baserat på uppskattad effekt och resursåtgång

Verktügen A, B, C, D och E beskrivs på nästa sida.





Verktyg för ökat deltagande i screening- eller vaccinationsprogram

Identifierade verktyg, med syfte att sänka trösklar		Identifierade trösklar	Relevanta program	Förväntad effekt	Resurs-åtgång	Evidens-nivå	Källa
A Informera om screening via civilsamhället, gärna i kombination med språkträning*	Målgruppen kan vara ovan att själv söka information och kan ha begränsad kunskap om sin hälsa. Det finns dock ofta ett intresse av att öva på svenska. Att ha språkträning tillsammans med redan integrerade personer från den egna gruppen/kulturen är ett sätt att nå ut med kunskap om screening och vaccinering.	Kunskap Sociala	Alla	Hög	Stor	2	1, 2, 3
B Kommunicera på platser där målgruppen är	Eftersom målgruppen ofta rör sig nära hemmet och får information i andra kanaler än där vården traditionellt finns behöver kommunikation ske där målgruppen är, som i t ex trappuppgångar, tvättstugor och på sfi.	Kunskap	Alla	Medel	Låg	3	1, 3
C Etablera kontakt med nyckelpersoner i bostadsområdet eller den kulturella gruppen	Målgruppen har ibland en låg tillit till myndigheter och är allmänt skeptisk mot prover och vaccin. Därför kan information om screening och vaccinering nå fram bättre om den kommuniceras av någon personen litar på i det egna nätverket. Det kan t ex vara en religiös ledare eller en medlem i en kvinnogrupp.	Sociala	Alla	Hög	Medel	1	1, 3, 6, 63
D Utforma kallelsen på ett lättillgängligt sätt (språkligt och visuellt)	Använd ett vardagligt språk och förklara svåra termer. Gör kallelsen visuellt lättillgänglig, till exempel med faktarutor, lyft ut viktiga meningar, använd större text och radavstånd. Om ett annat språk än svenska används, anpassa språket till det kulturella sammanhanget. Det finns en nationella mallar från Regionala Cancercentrum i samverkan (RCC). <ul style="list-style-type: none"> • Kallelse för bröstcancerscreening; cancercentrum.se/samverkan/vara-uppdrag/prevention-och-tidig-upptackt/brostcancerscreening/kallelser--och-svarsbrev • Kallelse för livmoderhalscancerscreening; cancercentrum.se/samverkan/vara-uppdrag/prevention-och-tidig-upptackt/gynekologisk-cellprovskontroll/kallelser-och-svarsbrev • Kallelse för tarmcancerscreening; cancercentrum.se/samverkan/vara-uppdrag/prevention-och-tidig-upptackt/Screening-tjock-och-andtarmscancer 	Kunskap	Alla	Medel	Låg	1	1, 4, 5
E Arbeta med doulor/ kulturtolkar i lokalsamhället*	Att ha screeningverksamheten tillgänglig i lokalsamhället och samarbeta med individer med förtroende i området kan minska kulturella barriärer för att delta. En doula/kulturtolk kan arbeta på uppdrag av regionen och har då helst fått utbildning om screening och vaccination.	Sociala	Alla	Hög	Stor	1	6, 63

* Verktyget beskrivs mer i detalj på kommande sidor, som fördjupning.

Fördjupning: Informera om cancerscreening via civilsamhället, gärna i kombination med språkträning A

Beskrivning

För att öka deltagandet bland utlandsfödda kvinnor kan man anordna träffar för utvalda grupper och diskutera frågor kopplade till hälsa. Träffarna kan arrangeras av regionen eller i samarbete med etablerade organisationer i civilsamhället. Grupp-träffar är bra för att få en dialog med målgruppen och få ta del av människors oro. Samtalen brukar fungera som bäst om den som organiserar mötet delar etnisk och kulturell bakgrund med deltagarna.

Det finns ofta en vilja bland utlandsfödda att hitta tillfällen att prata svenska. För att locka fler personer till träffarna rekommenderas därför att de kombi-neras med språkträning. För att skapa förutsättningar för förtroendefulla samtal kan det vara bra att anordna flera träffar med olika teman och spara de mer tabubelagda ämnena till ett tillfälle när gruppen hunnit lära känna varandra. Det har också visat sig bra att kombinera diskussionerna med en aktivitet som får gruppen att slappna av, som danslektioner eller en bokcirkel.

Relevanta program

- Bröstcancer
- Tarmcancer
- Livmoderhalscancer
- Catch up-vaccination mot HPV

Relevanta målgrupper

Utlandsfödda kvinnor boende i socioekonomiskt svaga områden

Exempel på beprövad erfarenhet eller studier

Hälsofika/Språkfika i Stockholm

Hälsoinformatörer i Stockholm har testat olika varianter av språkträningskoncept i kombination med hälso-information. Man har haft ett bra samarbete med sfi, vilket har gjort det lättare att nå ut. I en del fall har grup-per träffats vid flera tillfällen för att bygga relationer. Men man har också haft enskilda tillfällen riktade till specifika grupper, som kvinnor, mammor, arabiskspråkiga kvinnor och unga.

Erfarenheten är att det är viktigt att involvera alla del-tagare så att det blir en diskussion snarare än renodlad information. På det sättet får hälsoinformatörerna möjlighet att bemöta deltagarnas oro.

Det har också varit betydelsefullt att hälsoinforma-törerna har olika etnisk och kulturell bakgrund. Genom det kan de bygga tillit hos målgruppen och anpassa innehållet efter det kulturella sammanhanget.

Kurs för mammor

Mamma United är en ideell förening som genomför en kurs per termin för att stärka mammor i socioekonomiskt utsatta områden. De är verksamma i tio kommuner och samarbetar ofta med fastighetsägare kring finansiering och för att identifiera lokala nyckelpersoner.

Under kursens gång kommer representanter från olika samhällsfunktioner och pratar om viktiga faktorer för att minska hälsoklyftan. Det kan till exempel vara dietister, barnmorskor och polis. Kursen riktar sig enbart till kvinnor.³

Vad krävs av regionen för att införa verktøget?

Resurser och organisation

- Regionala hälsoinformatörer
- Samordning med andra delar av hälso- och sjukvården

Relevanta externa aktörer

- Organisationer i civilsamhället
- Sfi
- Lokala nyckelpersoner

Viktigt att tänka på

- För ett lyckat genomförande är det viktigt med god förankring både i lokalsamhället och inom den kulturella gruppen. Det är viktigt att vara medveten om att det kan finnas en bristande tillit till myndig-heter samt hälso- och sjukvården.

Fördjupning: **Arbeta med doulor/kulturtolkar i lokalsamhället** E

Beskrivning

Bland utlandsfödda personer som bor i socioekonomiskt utsatta områden finns inte alltid samma tillit till och förståelse för det svenska hälso- och sjukvårdssystemet som i befolkningen i övrigt. En del har också lägre kunskap om kroppen, sjukdomar och hur man kan minska risken för cancer. Många kommer från kulturer som ser annorlunda på hälsofrågor, vilket kan göra det svårt för hälso- och sjukvårdspersonal att nå fram med information inom ramen för det vanliga arbetet.

En framgångsrik strategi kan därför vara att arbeta med doulor eller kulturtolkar, personer som är välintegrerade i det svenska systemet men som har en bakgrund från en annan kultur. De har en djupare förståelse för den kulturella kontexten som gör att det finns en tveksamhet kring att gå på screening eller bli vaccinerad. Tack vare det kan de bemöta frågor och farhågor bättre.⁶³

Relevanta program

- Bröstcancer
- Tarmcancer
- Livmoderhalscancer
- Catch up-vaccination mot HPV

Relevanta målgrupper

Utlandsfödda kvinnor boende i socioekonomiskt svaga områden

Exempel på beprövad erfarenhet eller studier

"Ta med en vän" i Västra Götalandsregionen

I Västra Götalandsregionen genomfördes 2011 projektet "Ta med en vän" för att öka deltagandet i livmoderhalscancerscreening. Som en del av projektet anlätades ungefär 15 lokala doulor från olika kulturer som talade olika språk. Doulorna informerade om cellprovtagning genom sitt nätverk i lokalsamhället.

Genom att ha ett starkt förtroende lokalt, tala på kvinnornas modersmål och använda argument som passade målgruppen, lyckades man nå fram med budskapet i gruppen. Under projektets gång ökade screeningdeltagandet med 42 procent.⁶⁴ Projektet drevs under ett års tid men lever kvar inom ramen för ett initiativ som kallas "Cellprovsveckan". Veckan arrangeras varje år i Västra Götalandsregionen och Region Halland.⁶⁶

Doulor/kulturtolkar i Region Värmland

Mellan 2017 och 2022 genomförde Region Värmland ett projekt i samarbete med Sveriges Kommuner och Regioner (SKR) där kulturtolkar och kulturdoulor på familjecentraler, barnavårdscentraler, barnmorskemottagningar och i förlossningsvården var involverade. Kulturtolkarna informerade om kulturella skillnader och hur det svenska samhället fungerar, ofta med koppling till ämnen som mödra- och barnhälsovård, vaccinationer och barnsjukdomar.

Kulturdoulorna arbetade med att ge stöd och information till kvinnor som skulle föda barn och deras partner. De hade tidigare, icke-medicinsk, erfarenhet av förlossningar.⁶⁵

Vad krävs av regionen för att införa verktyget?

Resurser och organisation

- Viss kartläggning av målgruppen behöver ha gjorts för att kunna rikta stödet på ett effektivt sätt. Till exempel behöver aktuella språk/kulturer och potentiella doulor/kulturtolkar ha identifierats.
- Kartläggning kan med fördel göras i samarbete med andra delar av hälso- och sjukvården som vill nå samma grupper.

Relevanta externa aktörer

- Personer med ett stort nätverk och förtroende i lokalsamhället.

Viktigt att tänka på

- Utbilda gärna doulor/kulturtolkar i frågor kring screening och vaccination.

Cancerfondens vision är att besegra cancer. Genom att finansiera den främsta forskningen, sprida kunskap om cancer och påverka beslutsfattare i viktiga frågor, arbetar vi för att färre ska drabbas och fler ska överleva cancer. Cancerfonden är en fristående, ideell organisation utan statligt stöd. Vårt arbete är helt beroende av testamenten och gåvor från privatpersoner och företag. Vi är en av de största finansiärerna av svensk cancerforskning. Sedan 1951 har vi delat ut cirka 15 miljarder kronor till de främsta forskningsprojekten i Sverige. Överlevnaden i cancer har mer än fördubblats under samma tid. Tack vare forskningens framsteg överlever i dag två av tre som får cancer. Vi har kommit långt, men vi är inte framme än.

#tillsammansmotcancer



CANCERFONDEN

Cancerfonden | 101 55 Stockholm | Besök: David Bagares gata 5 | Telefon 020-59 59 59
Plusgiro 90 1986-0 | Bankgiro 901-9514 | cancerfonden.se