

Projekt KIK/35 „Zapobieganie zakażeniom HCV” OPIS KAMPANII SPOŁECZNEJ „HCV JESTEM ŚWIADOM”

Wyniki badań przeprowadzonych w ramach projektu „Zapobieganie zakażeniom HCV” pokazują, że w Polsce nawet 200 tys. osób może żyć z wirusem HCV we krwi, z czego aż 80% jest nieświadoma zakażenia! Dlatego jednym z kluczowych działań Projektu było przeprowadzenie kampanii społecznej „HCV Jestem świadom”.

Na wybór działań w ramach kampanii społecznej oraz sposób i tryb ich realizacji miały wpływ w szczególności podejmowane na terenie całej Polski, w latach 2014-2016, w ramach Projektu 5, działania edukacyjne skierowane do środowisk kluczowych z punktu widzenia walki z zakażeniami wirusem HCV. Szkolenia kierowane były do pracowników zawodów medycznych, oraz pozamedycznych, w tym pracowników salonów kosmetycznych, tatuażu oraz studiów fryzjerskich. Łącznie przeprowadzono 134 szkolenia, w ramach których przeszkolono ponad 6 tys. osób, w tym blisko 1,5 tys. pracowników sektora medycznego oraz 4,7 tys. pracowników sektora pozamedycznego. Przygotowana oferta edukacyjna, z uwagi na jej wyjątkowość i innowacyjność odpowiadała na potrzeby zarówno pracowników sektora medycznego, jak również pracowników branży upiększającej tj. salonów kosmetycznych, fryzjerskich i tatuażu.

Zaplanowanie odpowiednich działań edukacyjno-informacyjnych w ramach kampanii społecznej nie byłoby możliwe bez przeprowadzenia badania opinii społecznej na temat tego, co Polacy wiedzą o HCV. **Niestety świadomość problemu HCV jest u nas niewystarczająca, co wynika z badań przeprowadzonych w 2016r. na zlecenie NIZP-PZH. Skrót HCV rozpoznało tylko 51% badanych, aczkolwiek 72% słyszało o wzw C.** Wiele osób myli HCV z HBV i HPV, w profilaktyce których dostępne są szczepienia. Tylko 10% osób ankietowanych wie, że nie ma szczepionki przeciw HCV, a zaledwie 5% badanych osób wiedziało, że dostępne są leki pozwalające skutecznie wyeliminować wirusa. Blisko 1/3 badanych uważa, że można jedynie spowolnić rozwój HCV, a terapia jest długa, mało skuteczna z uciążliwymi skutkami ubocznymi.

Celem kampanii społecznej było:

- 1) Podniesienie poziomu wiedzy na temat profilaktyki zakażeń HCV i wykształcenie odpowiednich postaw i zachowań zdrowotnych;
- 2) Przekazanie informacji i wiedzy na temat zapobiegania zakażeniom HCV oraz zachęcanie ludzi do wykonania badań testowych w kierunku HCV;
- 3) Sprofilowanie kanałów informacji dotyczącej HCV oraz profilaktyki zakażeń HCV do wybranych grup np.: młodzieży (wypracowanie modelowych postaw dotyczących prewencji oraz profilaktyki zakażeń HCV, które w przyszłości zmniejszą liczbę zakażonych);
- 4) Podniesienie standardów pracy np.: w studiach tatuażu, salonach kosmetycznych, fryzjerskich, akupunktury, gabinetach stomatologicznych oraz podniesienie jakości świadczonej opieki w zakresie prewencji i profilaktyki zakażeń HCV wśród pracowników sektora medycznego, między innymi poprzez propagowanie szkoleń e-learningowych;



- 5) Skupienie „decydentów” w zakresie zdrowia publicznego oraz sektora NGO wokół problemu związanego z zakażeniami HCV (wiele organizacji z III sektora działa w pojedynkę w przestrzeni dotyczącej HCV, brakuje platformy do wymiany doświadczeń i współpracy).

Z uwagi na złożoność tematu, jak również planowany, innowacyjny sposób realizacji działań o charakterze edukacyjno-informacyjnym w ramach kampanii, w przekazie medialnym zastosowano swoistą prowokację stylistyczną. Odbiorcy przekazów medialnych każdego dnia słyszą dziesiątki komunikatów o zagrożeniu dla ich zdrowia i życia. Przejmują się tymi historiami, których szansa wystąpienia czasami jest jeden na milion. W tym szumie zagrażających informacji ludzie skupiają się przede wszystkim na tych spektakularnych, a nie ważnych. Planując działania oraz kreację kampanii społecznej wykorzystaliśmy tę zasadę przekierowując uwagę odbiorców na temat zakażeń HCV. Prześmiewając niejako otaczające nas nagłówki gazet, stworzono wyimaginowane zagrożenia: rekinami w Bałtyku, pająkami w bananach i kobrą grasującą na osiedlu. Kampania była prowadzona przy równoległym użyciu różnych kanałów informacyjnych: telewizja (m.in. emisja spotu, udział w różnych programach informacyjnych oraz organizacja „Wielkiego Testu o Zdrowiu”), radio (emisja spotu oraz audycji), billboardy (nośniki reklamy zewnętrznej w całym kraju), pikniki organizowane w 17 miastach w całej Polsce, w tym 10 w ramach trasy koncertowej „Lato z Radiem”, adresowanych do ogółu społeczeństwa, podczas których wiedza o HCV przekazywana była w sposób ciekawy i atrakcyjny, wskazywano na problem zakażeń HCV, jako problem wszystkich grup społecznych¹.

Skuteczne zwalczanie HCV musi wiązać się z ograniczeniem zakażeń kolejnych osób, dlatego istotny przekaz działań informacyjnych kierowany był do młodzieży i młodych dorosłych. Odpowiednia edukacja od najmłodszych lat wyrobi odpowiednie nawyki, które pozwolą unikać zakażenia HCV. Stąd szczególny nacisk na aktywność w Internecie. Stworzyliśmy portal „www.jestemświadom.org”, informujący o wspomnianych zagrożeniach, w którym tłumaczymy dlaczego i jak należy się badać w kierunku HCV oraz piszemy o skutecznym leczeniu. Postanowiliśmy być aktywni również w mediach społecznościowych: Facebooku, Twitterze, YouTube, Instagramie. Blogerzy i YouTuberzy również wsparli naszą kampanię, mówiąc o problemie HCV. Serdecznie im za to dziękujemy!

Dlaczego tak ważne jest by jak najwięcej osób wiedziało o HCV? Bo ten problem może dotyczyć każdego z nas! Czy zakażemy się przez przebywanie w tym samym pomieszczeniu, wspólną kuchnię, toaletę? W większości przypadków - nie, bo zakażać możemy się przez krew, czyli w trakcie wszelkich zabiegów przebiegających z naruszeniem ciągłości skóry i błon śluzowych - leczniczych czy kosmetycznych - to już dla wirusa HCV nie ma znaczenia! Nie trzeba jednak unikać lekarza, kosmetyczki, zrezygnować z tatuażu i innych zabiegów upiększających. Ważne by osoby wykonujące te zabiegi zawsze pamiętały o tym, że HCV wykorzysta najmniejsze uchybienie procedurom by zakażać kolejną osobę!

¹ R.Patola, R.Gierczyński, A.Matek „Kampania społeczna „HCV Jestem świadom” - translacja wiedzy i jej zintegrowany przekaz do grup docelowych”; Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego - Państwowy Zakład Higieny, 2017



Zwieńczeniem kampanii społecznej „HCV Jestem świadom” było przyznanie przez Kapitułę konkursu Sukces Roku w Ochronie Zdrowia - Liderzy Medycyny 2016, nagrody głównej w kategorii: Lider Roku 2016 w Ochronie Zdrowia - działalność edukacyjno-szkoleniowa.

Kapituła konkursu złożona z osób szczególnie zaangażowanych w ochronę zdrowia: przedstawiciele władzy ustawodawczej, samorządu terytorialnego, związków pracodawców, instytucji, podmiotów gospodarczych, stowarzyszeń oraz najbardziej wpływowych osobistości świata medycyny doceniła w drodze głosowania kampanię społeczną „HCV Jestem świadom” podejmowaną na rzecz poprawy sytuacji epidemiologicznej w zakresie zakażeń HCV. Doceniono wkład tego projektu w podniesieniu poziomu wiedzy społeczeństwa na temat nie tylko profilaktyki, ale także wczesnej diagnostyki, w tym zakresie.

HCV
JESTEM ŚWIADOM

