

„HCV Jestem świadom”, czyli kampania społeczna na miarę XXI wieku



Fot. Krystian Lurka 3x

Idole młodych internautów kontra HCV

Do niedawna twórcy prozdrowotnych kampanii społecznych nie podejmowali współpracy z youtuberami, instagramerami i snapchaterami. Do niedawna, bo w kampanię „HCV Jestem świadom” zaangażowali się idole młodych internautów. Wszystko po to, żeby podnieść poziom wiedzy w społeczeństwie i wykształcić postawę czynną, polegającą na zmniejszeniu ryzyka zakażenia HCV, by przerwać łańcuch zakażeń.

Świat młodych ludzi to współcześnie w dużej mierze Internet. To tam szukają informacji i porad, korzystają z portali społecznościowych oraz śledzą blogi. Czerpią inspiracje od youtuberów i blogerów. Na co dzień nie interesują się tematyką zdrowotną, są skupieni na modzie, urodzie, nowych trendach, grach

czy muzyce, nie przykładają szczególnej wagi do akcji społecznych. Zmienia to kampania „HCV Jestem świadom”, prowadzona w sieci i z udziałem idoli Internetu.

W trakcie akcji „HCV i youtuberzy: cała Polska goni rekiny” znani youtuberzy odwiedzą osiem pol-

skich miast, w których będą opowiadać o wirusie HCV. Na uczestników spotkań w galeriach handlowych czekają bezpłatne atrakcje. Zaplanowano je z myślą o całych rodzinach.

Akcja rozpoczęła się 11 marca w Lublinie. Z młodymi spotkali się Dawid Myśliwiec z kanału „Uwaga! Naukowy bełkot” i Aleksandra Furka, pseudonim Olciiak, a także animatorzy i edukatorzy. 12 marca w Radomiu gościli iHanio i Ponki.

Edukacja od małego

Spotkania łączą edukację z rozrywką. To doskonała okazja do zabawy i nauki dla całych rodzin. Organizatorzy starają się przekazać najmłodszym wiedzę o HCV w sposób ciekawy i atrakcyjny. Podczas wydarzeń zainteresowani mogą zdobyć plakat z autografem swojego idola, zrobić sobie bezpieczny, zmywalny tatuaż, a także wziąć udział w atrakcyjnych konkursach z nagrodami. Goście jednak nie tylko się bawią. Najważniejsze jest uświadamianie. Celem kampanii jest podniesienie poziomu wiedzy społeczeństwa o problemie zakażeń HCV i wykształcenie postawy czynnej, polegającej na podejmowaniu działań zmniejszających ryzyko zakażenia. „Wystarczy trochę czasu, by stać się świadomym, czym jest HCV, bo wiedza to najlepsza obrona!” – to motto organizatorów.

Cztery miliony odbiorców

– *Pierwszy raz instytucja publiczna zaangażowała się i weszła we współpracę z influencerami, youtuberami, instagramerami i snapchatami na tak dużą skalę. Dlaczego? Wszystko po to, by dotrzeć do grupy osób w wieku od 15 do 24 lat i wśród nich budować świadomość wirusa HCV – mówi Krzysztof Budzyński, specjalista do spraw mediów społecznościowych. – Zaangażowani influencerzy mają ogromną moc oddziaływania wśród młodych ludzi. Dzięki tej akcji możliwe jest dotarcie do ponad 4 mln osób. To wyniki często nieosiągalne w tradycyjnych mediach – wyjaśnia.*

Z Budzyńskim zgadza się Aleksandra Furka, ambasadorka kampanii. – *Zdecydowałam się zostać twarzą kampanii, bo młodzi mnie słuchają. Mam wpływ na to, czym się zainteresują. Młodzi nie interesują się zdrowiem, w tym HCV. Dzięki naszemu zaangażowaniu może się to zmienić. Mówimy w tym samym co oni języku, nie owijamy w bawełnę. Planuję np. wizytę u kosmetyczki i przy tej okazji przybliżenie mojej grupie docelowej zagrożeń związanych z HCV – mówi Olciiak.*

– *Do młodzieży nie dotrzemy przez regularne, tradycyjne media, tylko właśnie przez influencerów – youtuberów, instagramerów, snapchatów. To pierwsza tak szeroka społeczna akcja. Jedno zdjęcie Olciiak może dotrzeć do większej liczby odbiorców niż telewizyjny program w prime time – przekonuje Budzyński.*

Krystian Lurka

Kto jest kim?



Kanał „Uwaga! Naukowy bełkot” stworzony przez Dawida Myśliwca ma ponad 36 tys. sympatyków na Facebooku i ponad 182 tys. obserwujących na YouTube. Jego film „Czy pandemia może pozostać niezauważona? [HCV]” obejrzano ponad 92 tys. razy.

Olciiak to jedna z najpopularniejszych „beauty influencerów”. Jej konto na Instagramie obserwuje ponad pół miliona fanów. Na swoim kanale, który śledzi ponad 330 tys. widzów, pokazuje stylizacje, testuje kosmetyki i daje życiowe rady młodym dziewczynom. Często gości w mediach tradycyjnych jako influencerka i ekspertka od mediów społecznościowych. Kanał iHanio ma ponad 56 tys. widzów. Jego autorka w swoich materiałach na YouTube opowiada m.in. o tym, jak dbać o zdrowie. Jej konto na Instagramie obserwuje 53 tys. osób.



„HCV Jestem świadom” to kampania społeczna prowadzona przez Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego – Państwowy Zakład Higieny w ramach Projektu „Zapobieganie zakażeniom HCV”, współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej oraz ministra zdrowia. Partnerami są: Instytut Psychiatrii i Neurologii w Warszawie, Uniwersytet Medyczny w Lublinie, Główny Inspektorat Sanitarny i Centrum Medyczne Kształcenia Podyplomowego.