



П'ЯТЬ ІСТОРІЙ ДЛЯ МІЛЬЙОНІВ УКРАЇНЦІВ: ЯК SAFEMED СПІЛЬНО З ЦЕНТРОМ ГРОМАДСЬКОГО ЗДОРОВ'Я РЕАЛІЗУВАЛИ ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНУ ІНФОРМАЦІЙНУ КАМПАНІЮ

Проект «Безпечні, доступні та ефективні ліки для українців» (SAFEMed), який фінансується урядом США, допоміг Центру громадського здоров'я МОЗ України розробити першу комунікаційну стратегію та провести загальнонаціональну інформаційну кампанію. В її основі – п'ять реальних історій людей, які живуть з ВІЛ, туберкульозом або гепатитом С.

Відеоролики транслювалися в закладах охорони здоров'я, Київському метрополітені та поїздах «Інтерсіті», де їх побачили мільйони українців. Кампанія допомогла людям отримати перевірену інформацію про своє здоров'я, заохотила проходити тестування та своєчасно звертатися по допомогу.

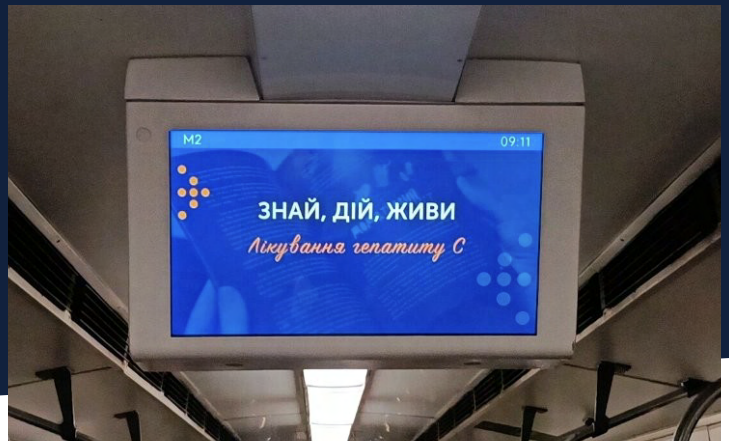
У час, коли війна суттєво ускладнила повсякденне життя та доступ до медичної допомоги,

ВІД СТРАТЕГІЇ ДО РЕАЛЬНИХ ІСТОРІЙ

Інформаційна кампанія стала логічним продовженням роботи зі зміцнення комунікаційної спроможності Центру громадського здоров'я МОЗ України. До початку співпраці з проектом SAFEMed у Центру не було єдиної комунікаційної стратегії.

Проект допоміг оцінити наявні комунікаційні процеси, провести консультації із зацікавленими сторонами, дослідити цільові аудиторії та розробити першу комунікаційну стратегію, яка визначила пріоритетні аудиторії, ключові повідомлення та найефективніші канали комунікації.

«Ми прагнули створити міцну основу для ефективної комунікації, адже люди не можуть скористатися медичними послугами чи отримати лікування, якщо не знають про їх існування або не довіряють інформації, яку отримують», – розповідає **Віра Горovenko**, старша технічна радниця проекту SAFEMed.



As part of a nationwide awareness campaign, public health videos were broadcast on 2,440 screens across Kyiv Metro trains

кампанія донесла ще одне важливе повідомлення: попри всі виклики, тестування, лікування та підтримка залишаються доступними для кожного.

Щодня мільйони українців користуються метрополітеном, потягами або очікують на прийом до лікаря. Саме там транслюють історії людей, які живуть з ВІЛ, одужали від туберкульозу або завершили лікування гепатиту С.

В основі кампанії, створеної за підтримки проекту SAFEMed, п'ять коротких відео з особистими історіями. Ролики допомогли відкритіше говорити про ВІЛ, туберкульоз і гепатит С, руйнувати стигму та заохочували людей проходити тестування і своєчасно розпочинати лікування.

Під час оцінки виявилось, що, попри провідну роль Центру громадського здоров'я у протидії ВІЛ, туберкульозу, вірусним гепатитам та іншим загрозам громадському здоров'ю, багато українців недостатньо знають про діяльність установи та доступні послуги. Страх, хибні уявлення та стигма й надалі залишалися серйозними бар'єрами для тестування і лікування.

Тому замість того, щоб говорити лише мовою цифр і фактів, Центр громадського здоров'я та SAFEMed вирішили розповісти історії реальних людей, доповнивши їх фаховими рекомендаціями. Так вони показали, що лікування доступне, а діагноз не визначає майбутнє людини. «Ми хотіли показати людей, у яких глядачі могли б упізнати себе чи своїх знайомих. Учителів, водіїв, офісних працівників – звичайних людей, як і всі ми», – говорить **Микола Ганіч**, речник Центру громадського здоров'я МОЗ України.

Однією з героїнь кампанії стала **Марія Ходос**.

ІСТОРІЯ МАРІЇ

Марія Ходос жила з гепатитом С із початку 2000-х років. Тоді лікування було тривалим, дорогим і недоступним для більшості українців. «Я навіть не могла мріяти про те, що зможу заплатити 500 доларів за лікування», – згадує Марія.

Як і багато людей, які живуть із гепатитом С, вона поступово звикла до постійної втоми. Здавалося, що це звичайний наслідок роботи, домашніх справ і щоденних турбот, а не симптом хвороби.

Коли в Україні завдяки державній програмі стали доступними сучасні методи лікування, Марія разом із чоловіком вирішила не відкладати. Уже за кілька місяців після початку лікування вона відчула, що сили повертаються.

«До мене повернулася енергія, яка, здавалося, була вже втрачена», – каже вона.

Здоров'я поступово відновлювалося. Повсякденні справи більше не вимагали надзусиль, а плани перестали залежати від того, чи вистачить на них сил.

Сьогодні Марія працює в громадській організації, яка допомагає людям із вразливих груп. Вона підтримує їх у лікуванні, допомагає зорієнтуватися в системі охорони здоров'я та отримати необ-



Марія Ходос стала однією з п'яти героїв інформаційної кампанії, які поділилися власними історіями у відеороликах

хідні соціальні послуги. Власний досвід дозволяє їй переконувати інших, що лікування діє, допомога доступна, а залишатися з діагнозом наодинці не доведеться.

«Я зрозуміла, що можу робити більше, що хочу робити більше і, найголовніше, маю для цього сили», – говорить Марія.

На запитання, чому вона погодилася стати героїнею інформаційної кампанії, Марія відповідає просто:

«Історія реальної людини працює краще за будь-які графіки чи діаграми».

ІСТОРІЇ, ЯКІ ЗНАЙШЛИ СВОГО ГЛЯДАЧА

Розповідь Марії стала однією з п'яти, що лягли в основу інформаційної кампанії. Її головна ідея полягала в тому, щоб донести достовірну інформацію про здоров'я туди, де мільйони людей перебувають щодня.

У партнерстві з проектом REACH 95, який фінансується урядом США та імплементується PATH, відеоролики транслювалися у 175 закладах охорони здоров'я Києва та ще в 11 областях України. Лише за перші чотири місяці їх побачили пацієнти під час близько 7 мільйонів відвідувань медичних закладів.

Кампанія також вийшла за межі лікарень. Відео транслювалися на 2 440 екранах приблизно у 75% вагонів Київського метрополітену, забезпечивши понад 1,5 мільйона переглядів. Ще близько 500 тисяч переглядів кампанія отримала завдяки трансляції на 534 екранах у поїздах «Інтерсіті», що сполучають найбільші міста України.

Однією з пасажирок, яка побачила історію Марії, стала **Тетяна Білоцерківець**. Вона дивилася ролик дорогою до Києва після поїздки до батьків. «Під час довгої подорожі потягом постійно перемикаєшся між телефоном і екранами у вагоні. Найбільше мені запам'яталася історія Марії Ходос



Пацієнти очікують на прийом у закладі охорони здоров'я, де на екрані транслюється історія Марії Ходос у межах інформаційної кампанії

про те, як вона повернула собі енергію, яку, здавалося, втратила назавжди. Тоді я ще раз зрозуміла, наскільки важливо, щоб про такі речі говорили саме у звичних для людей місцях», – розповідає Тетяна.

«Ми хотіли, щоб ці історії стали частиною повсякденного життя людей, – говорить Микола Ганіч. Якщо після перегляду відео людина вирішить пройти тестування або звернутися по допомогу, значить, ми досягли своєї мети».

ВІД КАМΠΑНІЇ ДО СТАЛИХ ЗМІН

Історія співпраці, що починалася з розробки комунікаційної стратегії Центру громадського здоров'я МОЗ України, переросла у загальнонаціональну інформаційну кампанію, яка охопила мільйони українців.

Водночас Центр посилив власну комунікаційну спроможність. Команда отримала інструменти для дослідження аудиторій, планування комунікацій, розробки зрозумілих повідомлень та використання ефективних каналів поширення інформації.

Кампанія показала: недостатньо лише зробити медичні послуги доступними. Люди мають знати про них і довіряти інформації, яку отримують. Поки війна продовжує змінювати життя українців, достовірна інформація про здоров'я залишається критично важливою. І хоча кампанія вже завершилася, створена система продовжить працювати. Центр громадського здоров'я отримав інструменти, які допоможуть і надалі доносити українцям достовірну інформацію про здоров'я.