

Krwiodawstwo to przygoda

Z Marcinem Velinovem, prezesem Europejskiej Fundacji Honorowego Dawcy Krwi, rozmawia Kinga S. Ochnio.

* Czy łatwo namówić Polaków do oddawania krwi?

- W ubiegłym roku krew oddało ponad pół miliona osób, z tym że nadal wystarcza to tylko na bieżące potrzeby. Ta liczba powinna być dużo większa. Trzeba pamiętać, iż krew należy oddawać bezustannie, bo jest potrzebna codziennie.

* Proszę powiedzieć: co sprawia, że nie chcemy oddawać krwi?

- Jednym z powodów jest strach, lęk przed igłą. Spotykam się z ludźmi, którzy po prostu boją się zastrzyku, a oddawanie krwi kojarzy im się z czymś jeszcze gorszym. W zastrzyku się coś wstrzykuje, a pobierając krew coś się człowiekowi zabiera.

Drugi powód to brak informacji, odpowiedniej promocji. Działaniem społecznym bardzo trudno przebić się na tle firm komercyjnych, które wydają dziesiątki czy nawet setki milionów złotych rocznie na reklamę. Ostatnia przyczyna to też brak czasu i zrozumienia, jak ważna jest to sprawa.

* A czy nie jest tak, że łatwiej oddać krew na masowym festynie niż samemu się zmotywować?

- To prawda. Polacy są społeczeństwem dosyć „akcyjnym”. Jeśli jest hasło oddania krwi na konkretną osobę, zaraz pół Polski to robi, choć wiadomo, że ten jeden człowiek nie potrzebuje jej aż tyle. Z tego właśnie powodu w dzisiejszych czasach nie tylko czeka się w punktach krwiodawstwa, ale też wychodzi się do krwiodawców. Walczymy teraz o autobus do poboru krwi, który będzie odwiedzał skupiska ludzkie. Będzie jeździł po centrach miast, największych imprezach artystycznych i sportowych. Walczymy o autobus do poboru krwi, który będzie odwiedzał skupiska ludzkie. Będzie jeździł po centrach miast, największych imprezach artystycznych i sportowych.

* Oprócz waszej Fundacji istnieje przecież Polski Czerwony Krzyż. Czy staniecie się dla niego konkurencją?

- Na całym świecie jest bardzo dużo różnych organizacji, które promują krwiodawstwo. W Polsce też się sporo takich pojawiło. Jednym udaje się osiągnąć lepsze wyniki, innym mniejsze. Jedni są nastawieni na promocję w całej Polsce, a inni - w lokalnych społecznościach. No cóż, rzeczywistość może się wydawać, że jesteśmy konkurencją, ale nie nazywałbym tak tego, ponieważ to walka o życie Polaków. Zarówno PCK, jak i Europejska Fundacja Honorowego Dawcy Krwi promują krwiodawstwo oraz walczą o to, żeby nigdy nie brakowało krwi, więc na tym polu trudno jest mówić o jakiegokolwiek konkurencji.

* Jak to się stało, że na Pana drodze stanęła Fundacja?

- Jestem nauczycielem sztuki walki aikido, wychowuję dzieci i młodzież. A że wśród moich uczniów są też ludzie dorośli, wielokrotnie dużo starsi ode mnie, postanowiłem któregoś razu po prostu zrobić coś dobrego. Nie tylko mówić o dobrych zasadach na sali gimnastycznej, ale zrobić coś na zewnątrz. Tak zaprosiłem pierwszy raz swoich uczniów do oddania krwi. Po kilku takich razach powstała Fundacja. Zaprosiłem do współpracy również Polski Komitet Olimpijski, a później różnych

znanych ludzi. Miałem z nimi kontakt dzięki pracy w branży filmowej. Jestem kaskaderem i choreografem walk w filmach, ostatnio też producentem filmowym dużych

- Chcemy kupić autobus, który jest ambulansem do poboru krwi i będzie jeździł po całym kraju. Pieniądze na ten cel zbieramy już trzeci rok. Mamy około 1,5 mln

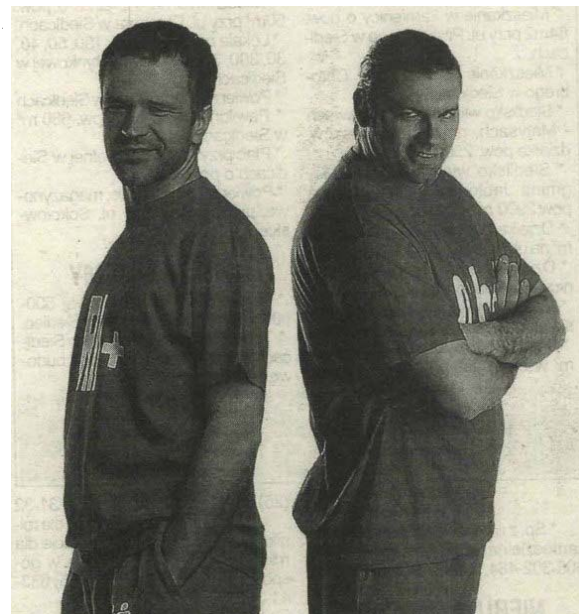
szczych pomników Papieża, bo, nie dość że będzie jeździł do ludzi, to uratuje niejedno ludzkie życie. Pojedziemy nim też do Watykanu. Tam będzie poświęcony przez Benedykta XVI.

* Jak wyglądają kampanie Fundacji?

- „Krewniacy” to największa kampania społeczna w historii Telewizji Polskiej. Dotychczas przez 3 lata byliśmy na antenie TVP w sumie 7 miesięcy. W telewizji pojawiło się wielu znanych ludzi. To jest bardzo ważne, bo jeśli autorytety mówią o czymś pozytywnie, to potwierdzają, że warto zajmować się takimi rzeczami. A w chwili kiedy zakupimy autobus do poboru krwi, będzie można jeszcze „dotknąć” wyniki naszej pracy.

Prowadzimy też kilka innych kampanii, m.in. „Honorowe Krewniki”, dzięki której edukujemy dzieci i młodzież. Nagraliśmy już 2 filmy promujące krwiodawstwo. Należy pamiętać, że to doskonałe narzędzie wychowawcze. To jest wspaniały przykład dla dzieci i młodzieży, jak można pomagać w bardzo łatwy sposób i jakie to jest ważne dla innych. Szukamy też ludzi, którzy nie tylko chcą oddać krew, ale również zorganizować zbiórkę krwi. Dzięki temu udaje się nam zorganizować miesięcznie nawet 50 akcji.

Kolejny z programów, które uruchomiliśmy i bardzo na nie liczymy, to „Krewniacy Club”. Już w kilkudziesięciu miastach w Polsce otworzyliśmy kluby Krewniaków. Mają one za zadanie przynajmniej raz czy dwa w roku zorganizować zbiórkę krwi, zachęcać i edukować młodych.



amerykańskich filmów, więc to jest duże ułatwienie. Dzięki takim międzynarodowym kontaktom Fundacja została zaproszona przez kilka krajów, jak Francja, Włochy czy Hiszpania, do tego, żebyśmy działali również na ich terenie. Tak więc w pewnym sensie Fundacja staje się dobrem narodowym. Pracując w innych krajach, promujemy też Polskę.

* Skąd wziął się pomysł na promocję akcji „Krewniacy” poprzez billboardy czy spoty, na których widzimy ludzi w koszulkach z grupą krwi?

- Nie wiem, jak takie pomysły wpadają do głowy. Ta wizualizacja ludzi w koszulkach i na bosaka, gdzie wszyscy są równi w obliczu zdrowia i życia, jest unikatowa. W dotychczasowych kampaniach na świecie krwiodawstwo kojarzyło się z serduszkami i kropelkami. My uznaliśmy, że dobrą reklamą będzie grupa krwi. Polacy znają swoje imiona i nazwiska, wiedzą, gdzie mieszkają i ile mają lat, ale jest pewna część osób, która nie zna swojej grupy krwi. A to dosyć ważna informacja. Tak powstał pomysł na społeczność Krewniaków, gdzie sama nazwa wskazuje na to, że to są bliscy sobie ludzie. Nasze logo ma pokazać związek między ludźmi, dlatego też powstały takie same stroje.

* Co, oprócz zbiórki krwi, jest celem tegorocznej kampanii?

* I tym sposobem mogą was wesprzeć też ci, którzy nie mogą albo boją się oddać krew...

- Zgadza się. Dzięki wysyłanym esemesom do kampanii będą mogli dołączyć się i tacy ludzie.

* Autobus będzie nosił imię Jana Pawła II.

- Czuję się jednym z milionów przedstawicieli pokolenia JP2. Chcielibyśmy porwać je do tego, żeby czuło się też Krewniakami i odwrotnie. Aby ten autobus, który będzie nosił imię Papieża, łączył wszystkich ludzi. Nie raz spotkałem się z zarzutem, że to efekt mody. A moim zdaniem, skoro taki autobus daje możliwość robienia dobrego uczynku, czyli ratowania życia innym, zasługuje na takie miano. Poza tym decyzję o tym, że będzie on nosił takie imię, podjąłem jeszcze za życia Jana Pawła II. Zresztą, rozmawiałem z wieloma ludźmi, którzy stwierdzili, że to będzie jeden z najwspaniał-

* Kampanię wspierają znani ludzie. Jednym z pierwszych, którzy do was dołączyli, był znany aktor Radosław Pazura. Jak to się stało?

- Radek Pazura uczestniczył w wypadku samochodowym, w którym zginął inny aktor, Waldemar Goszcz. Radek ten wypadek przeżył, ale potrzebował w tym czasie około 10 l krwi. Kiedy zaprosiłem go do tego, żeby pomógł promować krwiodawstwo w Polsce, nim dokończyłem zdanie, usłyszałem od niego: „wchodzę w to”. Do dzisiaj Radek i ja jesteśmy frontmenami tej kampanii.

* A czy trudno było pozyskać inne znane osoby?

- Na początku wcale nie było tak łatwo, bowiem ludzie znani są bardzo zajęci i mają wiele propozycji. Ale nasza determinacja sprawiła, że się zgodzili. Wielu z nich bardzo szybko się zgodziło i powiedziało, że wystąpienie w takiej kampanii to dla nich działanie prestiżowe. Mamy już około 80 takich osób. Są to m.in.: Agnieszka Włodarczyk, Marek Siudym, Maciej Orłoś, Katarzyna Figura, Krzysztof Kolberger, Tomasz Kammel, Grażyna Wolszczak, Dorota Wellman oraz wielu innych wspaniałych aktorów, piosenkarzy i sportowców.

* A jeśli udałoby się zebrać więcej krwi niż oczekiwaliśmy - co wtedy się z nią stanie?

- Na całym świecie jest lepiej, kiedy krwi jest za dużo, niż za mało. Czasami jakieś niewielkie jej ilości są niszczone. Ale lepiej jest zniszczyć 0,5% pobieranej krwi, niż miałoby tych 15% zabraknąć.

* Dziękuję za rozmowę.