

Dålig kampanj

Jag finner er affischkampanj om reumatism mycket underlig och kränkande.

Planscherna ger intryck av att personerna är inbillningssjuka och att deras smärta är helt oförklarlig även för läkare, vilket gör det lätt att få uppfattningen att betydelsen av ordet reumatism är reducerad till ett långvarigt smärttillstånd av okänd uppkomst. Det borde åtminstone stått "NN har haft en reumatisk sjukdom i x år. Ingen vet varför."

För att inte tala om planschen på en hummer och dess text "Helt otänkbar." "Är vi lika oförmögna och apatiska som en död hummer? Det ligger närmast till hands att tolka planschen som om människor med reumatiska sjukdomar vore likvärdiga en död hummer.

Inte heller är den eventuella fysiska oförmågan att kunna äta hummer det primära problemet för reumatiker.

Dessutom är just en hummer

Svar:

Det finns nästan ingenting som så många har en åsikt om som just informationskampanjer. Många har förslag på bilder och texter, färger och former. Det är roligt och inspirerande för oss som arbetar med det.

Det kampanjmaterial som tagits fram i samband med Reumaåret har lyckats med att väcka uppmärksamhet. Det var målet. Det är långt ifrån all information som klarar det. Vi matas med ca 3 000 budskap per dag! Vilka kommer vi ihåg dagen efter?

Temat för kampanjen är hinder. Reumatiska sjukdomar hindrar många att leva som de själva vill och önskar. Motiven i kampanjen är hummer, kondom, bowlingklot och ett par skor. Det är inte de mest livsnödvändiga saker man kan tänka sig. Man kan leva utan dem. Men visst behöver alla människor några guldkanter i livet! Man ska också se det som symboler för större värden.

Bowlingklotet – symboliserar fritiden. Att göra en aktivitet med

högst opassande med tanke på att många reumatiker har låg inkomst och höga merkostnader på grund av sin sjukdom och knappast har råd att äta hummer (vilket inte framgår av planschen).

I en av kampanjfilmerna berättar läkaren mycket tydligt och bra om reumatiska sjukdomar och deras behandling, men tyvärr har nog majoriteten sett de missvisande planscherna och inte filmen. För flertalet är planscherna den enda information de får om reumatiska sjukdomar, så varför förstöra tillfället att kunna nå ut med viktig information till många?

Om ni nu vill väcka uppmärksamhet med bilder finns det många alternativ till humrar; bilder på drabbade barn, bilder/röntgenbilder på inflammerade och förstörda leder, kanske även andra organ påverkade av reumatism etc.

Reumaårets mål ska vara "att höja kunskapen och förändra attityderna

andra. Väldigt många tvingas avstå från minst en fritidsaktivitet.

Hummern – symboliserar hur omöjligt det kan vara att öppna vissa saker. Det kan vara en marmeladburk, en portmonnä eller vad som helst. I filmen är en person bjuden på middag. En ganska jobbig situation att bemästra.

Skor – behöver ingen förklaring för alla de som har problem med sina fötter. Visst, precis som i alla andra fall finns det alternativ. Man måste inte ha snygga skor. Man kan sätta på sig kostymen eller långklänningen och ha gympaskor. Det är känslan.

Kondomen – ännu en förpackning som är grymt svår att ta sig in i. Här hoppas vi också att kondomen associerar till sex. Sexualitet är viktigt för alla människor. Reumatiska sjukdomar och medicinering kan försvåra den sexuella akten. Vi tyckte att när vi under Reumaåret går ut så brett så är det värdefullt att ha med det som en naturlig del i livet.

Vad tycker då folk om denna

kring de reumatiska sjukdomarna..." (citat från Reumatikerförbundets hemsida)

Det är mycket beklagligt att ovan nämnda affischer fått vara med i kampanjen. Den uppmärksamhet de väcker bidrar inte på något sätt till att höja kunskapen och förändra attityderna kring de reumatiska sjukdomarna utan ger snarare en väldigt skev och trivialiserad bild av vad det innebär att ha en reumatisk sjukdom. Jag betvivlar starkt att de överhuvudtaget har hjälpt till att få in bidrag till den reumatologiska forskningen.

Slutligen får dessa planscher inte bara reumatikerna att framstå i underlig dager, utan även Reumatikerförbundet, vilket jag tycker är synd, för det minskar Reumatikerförbundets trovärdighet och visar inte vilken bra organisation det egentligen är.

Nina Bergstrand

kampanj? Bland medlemmar finns det starka känslor mot kampanjen. Några tycker att det är direkt avskyvärt. Det finns också starka känslor för kampanjen. Några tycker att det är första gången de känner igen sig, att den talar om hur det är.

Folk utanför vår organisation tycker i stort sätt att den är mycket bra. Den väcker uppmärksamhet och sätter igång tankeverksamheten.

I år kommer så väldigt många i kontakt med oss. På Apoteken, i centrum, på bibliotek, på öppna möten och på många andra sätt som landets strävsamma föreningar hittar på. Affischer och filmer ska skapa någon form av reaktion. Det kan vara nyfikenhet, fråga, ilska, glädje, olust, lust... Nästa kontakt är ett telefonsamtal eller ett möte. Det är i samtalen vi verkligen kan ge oss tid att informera om de reumatiska sjukdomarna och dess konsekvenser.

Anneli Norberg, informationsansvarig