

Af: Anders Beich, praktiserende læge og formand for DSAM, anders@beich.dk

Børnetegninger skal vise kontinuiteten i almen praksis



Hvad har børnetegninger at gøre med en synlighedskampagne for faget almen medicin? Eller for den sags skyld tv-interviews på Bornholm med helt almindelige danskere? Og hvad betyder budskabet: "Det gør en forskel, at vi kender hinanden?"

Summen af spørgsmålene kan relateres til én eneste ting, som en kampagnegruppe i DSAM, bestående af formand, FYAM-medlemmer og sekretariat, har arbejdet med det sidste stykke tid. Svaret er: Det er en kampagne, der skal synliggøre faget almen medicin og gøre opmærksom på de mange dygtige praktiserende læger, som hver eneste dag på umærkelig vis lægger deres liv og sjæl i arbejdet med deres patienter. Du kan læse mere om kampagnen i denne artikel.



Budskabet "Hvis min læge ikke var her" blev testet på Folkemødet 2018.

Gennem det sidste års tid har vi afprøvet ideer, forkastet ideer, testet budskaber, arbejdet med ord og sætninger. Vi har talt om stort set alle temaer i relation til almen praksis, holdt flere møder med et reklamebureau, der har hjulpet os med at finde ind til essensen af kampagnens budskab, og hvordan det bedst blev effektueret.

Hvis min læge ikke var her

På Folkemødet 2018 tog vi hul på forarbejdet til kampagnen under arbejdstitlen "Hvis min læge ikke var her". Vi forestillede os først en kampagne, hvor familielægen i samfundet var væk – og almen praksis lå tilbage i Tjernobylagtige, forladte lokaler og var afløst af en stor robot, en computer, hvor patienten kunne søge svar på sin sygdom eller sit sundhedsproblem.

Et lille dynamisk hold interviewede og filmede tilfældigt udvalgte borgere om deres relation til og erfaring med deres læge og betydningen heraf. Det er utroligt, hvor præcist og rammende borgerne betoner og værdsætter de samme ting, som vi selv som læger gør:



Budskabet "Hvis min læge ikke var her" blev testet på Folkemødet 2018.



Rialtoklinikken på Frederiksberg har lagt hus til optagelserne.

kontinuitet, relation, nærhed, tillid, tryghed, at blive lyttet til. Ud af optagelserne kom der en lille testkampagnefilm, som vi i de kommende måneder forventer at vise i optakten til en større og bedre produceret film, som henvender sig til borgerne.

Kontinuitet redder liv

Budskabet "Hvis min læge ikke var her" blev dog i sidste ende ikke rammende nok for alt det gode lægearbejde, som udføres hver eneste dag i almen praksis. Vi ville jo gerne sælge et positivt budskab til befolkningen.

Det budskab kom til os med en forskningsartikel fra juni sidste år fra British Medical Journal (BMJ), som viser, at det reducerer dødeligheden, når patienterne møder en og samme læge over længere tid. Et britisk forskerhold har for første gang påvist en generel sammenhæng mellem kontinuitet i læge-patient-forholdet og patienternes dødelighed. Men andre ord så har det betydning, at læge og patient kender hinanden, hvilket er kernen i almen praksis.

Men hvordan sælger man et ord som *"kontinuitet"* til befolkningen?

Børnetegninger og filmoptagelser

Efter endnu en runde ved klippe-klistre-bordet og med hjælp fra reklamebureau, tv- og filmproduktionsselskab, er kampagnen nu klar til kick-off.



Børnetegninger er en væsentlig del af kampagnen.

Med budskabet "Det gør en forskel, at vi kender hinanden" tager vi udgangspunkt i børns tegninger til deres læge. I filmen viser vi historien om en dreng, som har en tegning med til sin læge. I slutningen af filmen bliver tegningen hængt op på væggen ved siden af hans mors tegning, som hun gav til samme læge for mange år siden. Slutbilledet på kampagnefilmen sender seeren videre til en kampagneside, hvor filmen kan genses og deles. Her fortæller vi om baggrunden for kampagnen og præsenterer relevant forskning. Siden vil også indeholde lidt tungere tekster, end de sociale medier typisk kan rumme.

Selve filmen er optaget her i foråret. Vi har været så heldige at finde en lægepraksis, der gerne ville åbne dørene for os, så vi kunne rykke ind i en weekend med filmhold og skuespillere. Til filmen har vi brugt en masse børnetegninger, og også her har vi fået god hjælp fra en række kolleger i faget.

Vi håber, at I vil tage godt imod dette tiltag og hjælpe os med at sprede budskabet og dele filmen, når vi i forsommeren sender nyhedsbrev ud om kampagnen.

Spørgsmål og kommentarer er altid velkomne. Skriv til sekretariatet på dsam@dsam.dk, hvis I vil vide mere. //