



Kreativni brif

## **“DIABETESA NI. AMPAK JE.”**

Idejna zasnova in izvedba: TAM-TAM  
Partner: Zavod Diabetes  
Medij: TAM-TAM mestni plakati  
Rok: 3. 11. 2017  
Projekt: Plaktivat 9 – »DIABETESA NI. AMPAK JE.«

Deveta izdaja TAM-TAM-ovega natečaja za oblikovanje mestnega plakata Plaktivat naslavlja diabetes – bolezen, ki v sodobni družbi predstavlja vse bolj prežečo nevarnost. Z njenimi skrb vzbujajočimi dejstvi je seznanjenih premalo ljudi, zato je potrebno na problematiko opozoriti širšo javnost.

### **OZADJE:**

V Sloveniji je najmanj 130.000 diagnosticiranih diabetikov, dodatnih 100.000 prebivalcev pa ta bolezen ogroža. Diabetes se predvsem zaradi nezdravega življenjskega sloga najpogosteje pojavi po 40. letu starosti. Nastanek spodbujajo štirje dejavniki tveganja: nezdrava prehrana, telesna neaktivnost, kajenje in alkohol.

Diabetes je zdravstvena grožnja svetovnih razsežnosti, ki jo je OZN leta 2006 razglasil za epidemijo.

Mnogi dolgo živijo z diabetesom brez zavedanja o prisotnosti bolezni. Preden dobijo diagnozo, se diabetični zapleti lahko že razvijejo in zelo poslabšajo kakovost življenja. Pri moških, ki zbolijo okrog 40. leta, diabetes življenjsko dobo v povprečju skrajša za 11,6 leta, pri ženskah za 14,3 leta.

### **Diabetes je:**

- eden glavnih vzrokov za odpoved ledvic,
- eden glavnih vzrokov za slabovidnost,
- eden glavnih vzrokov za amputacije nog (v razvitem svetu).

Ena tretjina diabetikov slabo spi, najpogostejša diabetična smrtna zapleta pa sta srčni infarkt in možganska kap.

V 70 % primerov bi diabetes lahko preprečili ali pa nastanek bolezni odložili, če bi začeli živeti bolj zdravo. Gibanje je po svojem učinku skoraj enakovredno inzulinu, oba pa sta nujno potrebna, da krvni sladkor ne ostane v krvi, temveč celice oskrbi z energijo.

### **4 koraki za preprečitev diabetesa:**

1. opravimo diabetes-test (<https://diabetes-test.si/>)
2. preverimo vrednost krvnega sladkorja (normalna vrednost = 5)
3. kupimo glukometer, ki v 5 sekundah pokaže vrednost krvnega sladkorja (brez recepta je za 15 evrov na voljo v vsaki lekarni)
4. gibamo se vsaj 3 x 1 uro na teden.



## **PROBLEM:**

- Ne zavedamo se resnosti bolezni!
- Visok krvni sladkor ne boli, kar pa ne pomeni, da ni škodljiv!
- Pomena vrednosti krvnega sladkorja v krvi bi se morali zavedati tako, kot se zavedamo pomena vrednosti krvnega tlaka.

Zaradi svoje tihe narave, ekonomsko-socialne note, epidemičnosti, ki zajema vedno mlajše ljudi, ter nepoznavanja in podcenjevanja nevarnosti bolezni, ki se je ne vidi in ki ne boli, je treba o prežechi nevarnosti diabetesa spregovoriti drugače!

## **ZAKAJ OGLAŠUJEMO?**

Da se ljudje začnejo resno zavedati podcenjene nevarnosti, ki jo prinaša diabetes. Želimo, da širša javnost zazna tveganje diabetesa in da informacijo o bolezni dobi v svoje vidno polje. Pomembno je, da se zavemo, da se nam diabetes lahko zgodi, če:

- ne zmanjšamo tveganja s prenehanjem ali zmanjšanjem škodljivih navad in
- se ne zavedamo, da gre za tiho bolezen, ki je že zelo huda, ko postane vidna.

## **KOGA NAGOVARJAMO?**

Ogrožene ciljne skupine, ki se ne zavedajo nevarnosti diabetesa in vzrokov za nastanek bolezni, predvsem pa mlajše s slabimi življenjskimi navadami in s slabšim ekonomsko-socialnim statusom, ki jih je izredno težko prepričati, da gre za resno nevarnost.

## **KREATIVNI IZZIV**

Kako vplivati na ljudi, da smrtno resno vzamejo nevarnost diabetesa, ki ga podcenjujejo, ker bolezni ne vidijo, ne čutijo in jih ne boli. Želimo, da ljudje bolezen vzamejo tako resno, da posledično spremenijo svoje življenjske navade.

## **VPOGLED**

Človeška resnica, ki naj vpliva na kreativno rešitev: čeprav si ljudje želimo zdravja in dolgega aktivnega življenja, smo redko pripravljeni spremeniti trenutne navade zaradi načel – naših osebnih prepričanj. Raje prilagodimo prepričanja navadam (kadilci bodo tako npr. pogosto zagovarjali spornost raziskav, ki dokazujejo vpliv kajenja na zdravje; industrija bo npr. spodbijala znanstvene dokaze o podnebnih spremembah, ...).

## **KAJ ŽELIMO, DA CILJNA SKUPINA STORI?**

Želimo, da ciljna skupina nevarnost bolezni vzame tako resno, da je pripravljena spremeniti svoje življenje, preden to stori diabetes.



## **ZAHTEVANI OKVIRI:**

### **Kreativna rešitev naj poziva oz. usmerja k akciji in naj ne samo prikazuje problem!**

Pri snovanju kreativne rešitve upoštevajte format in kontekst TAM-TAM mestnih plakatov. Še posebej imejte v mislih, da so mestni plakati umeščeni v javni prostor, zato vaš plakat oblikujte tako, da bo v množici vidnih stimulacij, ki jih srečamo na ulici, opazen, čitljiv in sporočilen. Razmislite, kaj pomeni, da mestne plakate običajno opazimo najprej z razdalje nekaj metrov, približamo pa se jim kasneje, koliko besedila prenesejo, kako pritegniti pozornost itd.

Več koristnih napotkov za kakovostno oblikovanje lahko najdete na:

<https://designshack.net/articles/inspiration/10-tips-for-perfect-poster-design/>.

Ljubljana, 6. 10. 2017