



Medexpress, 2021-05-12 12:07

Światowy Dzień SM

## X edycja kampanii społecznej SM – Walcz o siebie!



**Obchodzony w maju każdego roku Światowy Dzień SM, poza podstawowym zadaniem, jakim jest edukacja w zakresie wczesnego rozpoznania, nowoczesnego leczenia i kompleksowego podejścia do choroby, ma także na celu integrację pacjentów z SM i ich wielowymiarowe wsparcie w walce o utrzymanie sprawności i powrót do zdrowia.**

W te wyjątkowe działania wpisuje się kampania społeczna „SM – Walcz o siebie!”, reprezentująca interesy osób z SM, ich rodzin i bliskich żyjących w Polsce. W tym roku odbywa się jej X jubileuszowa edycja, której szczególny charakter determinuje fakt, że jest realizowana w warunkach pandemii.

- Nasi pacjenci, jak rzadko kto, potrafią walczyć o siebie – mówi z dumą Malina Wieczorek, prezes Fundacji „SM – Walcz o siebie!”. – Nie tylko biorą sprawy w swoje ręce, ale dają wspaniały przykład innym, aktywizując ich, inspirując i motywując po pierwsze do dzielenia się własnymi doświadczeniami, a po drugie, może nawet ważniejsze, do szybkiego działania, co przekłada się na dążenie do szybkiej diagnostyki i szybkiego włączenia leczenia. A czas jest przecież kluczowym czynnikiem w stwardnieniu rozsianym – szybko postawione rozpoznanie a następnie niezwłocznie rozpoczęte leczenie to szansa na zahamowanie postępu choroby i utrzymanie sprawności, realizację planów, marzeń, aktywne funkcjonowanie. Każdy dzień zwłoki te możliwości bezpowrotnie odbiera.

W mediach społecznościowych Fundacji i na profilu kampanii „SM - Walcz o siebie!” w ramach cyklu „Walczyliśmy o siebie” zostały zamieszczone historie pacjentów, którzy otwarcie mówią o tym, z jakimi problemami się mierzyli i jak je pokonali, dając tym samym dowód swojej odwagi, determinacji i chęci dzielenia się doświadczeniem z innymi. Docelowo takich rozmów ma się pojawić kilkadziesiąt. – To najlepsze z możliwych potwierdzenie hasła tegorocznego Światowego Dnia SM. Nasi rozmówcy chcą się łączyć z innymi pacjentami, dzieląc się swoimi przeżyciami. Chcą ich wspierać i dodawać otuchy. Chcą być autentycznymi ambasadorami w prewencji zdrowotnej stwardnienia rozsianego – dodaje Malina Wieczorek. O tym, jak ważne są zarówno więzi społeczne jak i rodzinne składające się na „MS Connections” motto tegorocznego Światowego Dnia SM, świadczą także wyniki przeprowadzonego w ramach kampanii „SM - Walcz o siebie” badania ankietowego „Problemy związane z diagnostyką i leczeniem SM w czasach pandemii Covid-19”. Badanie zostało zrealizowane metodą CAWI (Computer Assisted Web Interview) przez Dom Badawczy Maison&Partners. Wzięło w nim udział 460 osób chorujących na SM. Z zebranych ankiet wynika jednoznacznie, że w radzeniu sobie z chorobą największym wsparciem dla osób z SM są najbliższa rodzina a w drugiej kolejności praca dająca niezależność i poczucie bycia samodzielnym.

Każdego roku miesiąc maj jest dla SM dobrą okazją do podsumowania, w jakim miejscu znajduje się opieka medyczna w Polsce w zakresie leczenia stwardnienia rozsianego. Należy podkreślić, że polscy pacjenci mają obecnie niemal pełen wachlarz możliwości terapeutycznych, wciąż jednak -

w porównaniu do światowych standardów - zbyt długo trwa proces diagnozy, co w konsekwencji sprawia, że włączenie pacjenta do leczenia następuje ze sporym opóźnieniem.

- Zasadniczo nie ma powodów do narzekań na system, co więcej niektórymi rozwiązaniami możemy się chwalić - mówi Malina Wieczorek. - Doceniamy dostęp do nowoczesnych terapii i zwiększające się systematycznie nakłady na leczenie SM. Dostrzegamy wysiłki środowiska i systemu w zakresie stałego dialogu między ekspertami, decydentami i pacjentami. To, czego nam jeszcze brakuje to szybka diagnostyka, czyli wspomniany już wcześniej przede mną czas, który warunkuje skuteczność leczenia i zwiększa szanse pacjentów na utrzymanie sprawności i powrót do zdrowia. Tu liczy się tak naprawdę każdy dzień, bo zmian jakie powoduje choroba w organizmie nie da się cofnąć, ale można im jednak skutecznie zapobiegać.

W ramach X jubileuszowej edycji kampanii działania obejmują spoty edukacyjne emitowane w TVP, TVN, placówkach Medicover, w internecie - Facebook, Youtube, Onet, WP, Interia oraz abczdrowie.pl, medonet.pl, parenting.pl, pomponik.pl, styl.pl, wprost.pl i rmf24.pl, w rozgłośniach radiowych. Kampania wizerunkowa ma również miejsce w prasie drukowanej, na citylightach, w autobusach miejskich, a także w 317 placówkach POZ. Portal Szkoła Motywacji (ww.szkoła-motywacji.pl) proponuje ponad 320 nagrań eksperckich skierowanych bezpośrednio do chorych. Natomiast największy polski funpage poświęcony SM na Facebooku skupia prawie 12 tys. aktywnych członków, stanowiąc forum wiedzy, wsparcia i dyskusji.

Działania Kampanii uzyskały Patronat Honorowy: Polskiego Towarzystwa Neurologicznego, Sekcji SM i Neuroimmunologii PTN, Konsultant Krajowej w Dziedzinie Neurologii, Doradczej Komisji Medycznej PTSR oraz wsparcie czołowych klinicystów i ekspertów polityki zdrowotnej.

Działania od 10 lat realizowane są przez SM-WALCZ O SIEBIE. W tym czasie do współpracy zaproszono PTSR (Polskie Towarzystwo Stwardnienia Rozsianego), Fundację Urszuli Jaworskiej, Fundację Neuropozytywni, Sezam i Fundację Stwardnienie Rozsiane Info.

Partnerami kampanii są firmy: Biogen, Merck, Roche, Sanofi Genzyme, Bayer, Novartis i Bristol-Myers Squibb.

Link do spotu: <http://www.szkoła-motywacji.pl/kategoria/ja-i-moj-sm/szkolenia/kampania-sm-czas>

Źródło: mat. prasowe