

Nr 238

Av herrar **Börjesson** i Falköping och **Rimmerfors**, om en *propagandakampanj för en bättre förebyggande hälsovård.*

Ohälsa, sjukdom och en för tidig död kostar svenska folket uppskattningsvis 15 miljarder kronor årligen i direkta och indirekta utgifter och produktionsförluster. En stor del av dessa kostnader — och mänskliga lidanden — skulle kunna begränsas med förebyggande åtgärder av skilda slag.

Samhället har också insett detta och vidtagit omfattande åtgärder i förebyggande syfte. Vi vill erinra om exempelvis läkarundersökningar av barn och skolungdom, vaccinering mot olika sjukdomar, arbetarskyddslagstiftning, trafiksäkerhetsfrämjande åtgärder samt satsning på idrott och friluftsliv.

Självfallet är det angeläget att samhällets hälsofrämjande åtgärder vidareutvecklas. En aldrig så väl utbyggd samhällelig hälsovård kan dock inte ge fullgott resultat utan en aktiv medverkan från varje enskild människa. Det gäller att engagera den enskilde för tanken att förbättra sin egen hälsa och förebygga sjukdomar.

Fördelarna med ett friskare folk är uppenbara. Produktionen stiger och välståndet ökar. Sjukhuskrisen kan hävas, mer pengar kan anslås till bostäder, u-landshjälp, vägar och allt annat som vi upplever som väsentligt.

För att skapa en bättre folkhälsa gäller det att hos de enskilda medborgarna skapa kunskap om och opinion för vilka åtgärder han eller hon själv skall vidtaga. Enligt vår uppfattning är det motiverat med — jämstides med en ökad satsning på förebyggande verksamhet, t. ex. flera idrottsanläggningar — en statlig och kommunal hälsovårdskampanj. Kampanjen bör främst påtala värdet av att motionera mera, vådan av felaktig konsumtion av mat, olika stimulantias skadeverkningar samt fördelarna av en, vad man kan kalla, sund livsföring.

Denna kampanj, som skulle begränsas till en viss tidsperiod, bör vara brett upplagd och bör innehålla såväl ett upplysningsavsnitt som en aktivitetsskapande del. Den kan läggas upp enligt följande.

1. Material i form av filmer, bildband, upplysningsskrifter, broschyrer och affischer framställas av en central kommitté. Denna anordnar även, i samarbete med Organisationssverige, rikskonferenser och kurser;

2. Genom speciella program i etermedia och annonser i pressen samt med

anlitande av andra moderna reklammetoder föres kampanjens upplysning ut;

3. På lektionstid informeras eleverna vid alla utbildningsanstalter och alla värnpliktiga;

4. På läns- och lokalplanet engageras alla organisationer för att vid möten och sammankomster föra informationen vidare. Olika aktivitetsskapande arrangemang — t. ex. motionstävlingar — anordnas. Här finns erfarenheter från t. ex. proven för Simborgarmärket, Sport 60 eller Snöstjärnan att draga nytta av;

5. De centralt framställda filmerna visas som förspel på alla biografer.

Utöver massmedia, undervisningsväsendet och organisationerna är det av största vikt att näringslivet engageras i denna kampanj. Det sistnämnda bör inte vara svårt då det för näringslivet är rent företagsekonomiskt riktigt att söka minska antalet sjukdagar genom hälsofrämjande åtgärder.

Med stöd av ovanstående hemställes,

att riksdagen måtte besluta att i skrivelse till Kungl. Maj:t anhålla om en utredning om en riksomfattande statlig propagandakampanj för en bättre förebyggande hälsovård.

Stockholm den 21 januari 1967

Bengt Börjesson (cp)
i Falköping

Einar Rimmerfors (fp)
