

PERSBERICHT

Nieuwe SIRE-campagne: 'Dyslexie vraagt even aandacht'

DEN HAAG, 17 januari 2001– Dyslexie is het thema van de nieuwe campagne van SIRE, de Stichting Ideële Reclame. 'Dyslexie vraagt even aandacht', waarvoor vandaag in Den Haag het startsignaal is gegeven, wil meer begrip voor deze leerstoornis bereiken.

Dyslexie is een groot maatschappelijk probleem. Volgens de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) lijdt naar schatting een op de twintig Nederlanders aan deze stoornis. De aandoening uit zich vooral bij lezen en spellen, maar zorgt er ook vaak voor dat mensen moeite hebben andere kennis op te doen.

Voor veel volwassenen geldt dat ze met dyslexie zijn opgegroeid zonder dat iemand dat merkte. Ze werden voor lui en dom versleten, terwijl dyslexie niets met onwil of intelligentie heeft te maken. Vaak hebben dyslectische volwassenen nog last van emotionele problemen, zoals faalangst en onzekerheid, en proberen ze hun handicap te camoufleren. Op hun werk functioneren ze vaak op een lager niveau dan ze aankunnen.

Campagne

Doel van de campagne is dyslexie bij volwassenen op de maatschappelijke agenda te krijgen. Dat gebeurt onder meer via advertenties in kranten en tijdschriften, en via radio- en tv-commercials. Ook heeft SIRE een speciale website opgezet die informatie over dyslexie biedt. Korrelatie opent een speciale telefonische hulplijn voor vragen over het thema.

Omdat de stoornis vrijwel uitsluitend met onderwijs wordt geassocieerd zal de SIRE-campagne wat meer accent leggen op de 'vergeten' groep oudere dyslectici (18-45 jaar).

Behandeling

Dyslexie is niet te genezen, maar vroegtijdige behandeling kan de dyslecticus wel beter leren functioneren. Bovendien bespaart dit de maatschappij hoge kosten. Zonder behandeling belanden dyslectici niet zelden in de WAO, of ze kampen met psychische problemen.

Werkgevers of collega's van dyslectici zijn onvoldoende bekend met de stoornis. Met kleine aanpassingen, zoals visuele instructie bij gebruik van machines of spellingscontrole op de computer, komt de dyslecticus meer tot zijn recht en kan hij beter functioneren. Dat is goed voor zijn zelfbeeld en voor de arbeidsorganisatie.

Over SIRE

De Stichting Ideële Reclame organiseert sinds 1965 campagnes die ideeën of idealen van algemeen belang via de media onder de aandacht van een groot publiek brengen. Alcohol, drugs, eenzaamheid en vuurwerk behoren tot de onderwerpen die in de tientallen SIRE-campagnes aan de orde zijn gesteld.

SIRE stelt zich geheel belangeloos in dienst van maatschappelijke thema's, waarvoor geen publiciteitsfondsen en -middelen beschikbaar zijn. Campagnes worden kosteloos opgezet, mediaorganisaties bieden gratis ruimte voor advertenties en commercials. De stichting heeft geen inkomsten; alleen de kosten van haar secretariaat worden gedragen door donateurs.