


**Positieve beeldvorming over ggz en
het bestrijden van stigma**

**Wetenschappelijke ondersteuning
door LUCAS**

Gert Scheerder (LUCAS)
Prof. Chantal Van Audenhove (LUCAS)

Presentatie voor Anders Gewoon 15/02/2007



**1. Checklist kwaliteitsvol werken aan
beeldvorming**

2. Welke evidence base bestaat er?

3. Resultaten bevraging acties 10/10

**1. Checklist kwaliteit van
beeldvormingsinitiatieven**

 **Checklist** 

Doelstellingen

- Expliciete doelstellingen
- Meetbare doelstellingen
- Wat wil je precies bereiken?
 - Toename bekendheid voorziening
 - Bij wie (breed publiek, specifieke sector)?
 - Bereik, publicatie, ...?
 - Toename kennis over ggz, ziektebeelden, behandeling
 - Verbetering attitude
 - Specifieke realisaties:
 - samenwerking op gang, subsidies, arbeidsintegratie, ...

 **Checklist** 



Doelgroep

- Doelgroep duidelijk specificeren
 - Demografische kenmerken
 - Specifieke sectoren (media, gemeente, werkgevers, ...)
 - Ervaring met ggz
- Nagaan relevante kenmerken van doelgroep
 - Voorkennis en attitude
 - Verwachtingen en motivatie
 - Kanalen om te bereiken

 **Checklist** 



Methodiek en materialen

- Gebaseerd op wat wat werkt (zie verder)
 - o.a. contact, actieve deelname
- Afgestemd op doelgroep en doelstellingen
 - voorkennis, leeftijd, ... (pretest)
- Afgestemd op lokale context
 - Samenwerking met lokale partners
 - Voortbouwen op eerdere initiatieven
- Afgestemd op ruimere (beleids-) context
 - landelijke initiatieven

 **Checklist** 

Evaluatie

- procesevaluatie
 - Nagaan bereikt publiek
 - Nagaan reacties deelnemers
 - Evaluatie door organisatoren
- Effectevaluatie
 - Op basis van doelstellingen (kennis, attitude)
 - Vergt energie (voor/nameting, meetinstrument)
 - Ondersteuning door LUCAS

2. Positieve beeldvorming over ggz en het bestrijden van stigma

Welke evidence base bestaat er?

 **Evidence base: wat werkt?** 

Indeling van anti-stigma strategieën (Corrigan & Penn, 1999)

- Protest: actief bestrijden van vooroordelen
- Voorlichting: informeren
 - Mediacampagnes
 - Informatiebrochures
 - Educatieprogramma's op scholen e.d.
- Contact: actieve kennismaking en interactie

LUCAS Evidence base: wat werkt? **KU LEUVEN**

2. Effectiviteit van interventies

- Protest: eerder ineffectief
- Wet- en regelgevende maatregelen
 - Weinig beschreven en geëvalueerd
 - Biedt heel wat potentieel

LUCAS Evidence base: wat werkt? **KU LEUVEN**

- Voorlichting
 - Mediacampagnes (o.a. ‘Changing Minds’):
 - Bewustwording
 - Korte termijn effect
 - Educatieprogramma’s
 - Kennis- en attitudeverandering mogelijk
 - Effect op iets langere termijn
 - Beperkingen:
 - Sommige stereotypen moeilijk te veranderen
 - Belang van benadering
 - Gevaar van labeling

LUCAS Evidence base: wat werkt? **KU LEUVEN**

- Contact
 - Weinig geëvalueerd
 - Effect op attitude
 - Meest werkbaar indien:
 - Herkenbaar niveau
 - Gekaderd en begeleid
 - Samenwerkende interactie
 - herhaald

LUCAS Evidence base: wat werkt? **KU LEUVEN**

Aanbevelingen:

- positieve, hoopgevende, niet-belerende benadering
- combinatie van strategieën, op elkaar aangrijpend
- ontmoeting en interactie met patiënten
- met inbreng van (goed voorbereide!) patiënten
- gericht op specifieke aandoeningen en doelgroepen
- actieve deelname in kleine groepen
- niet eenmalig, ingebed in een structuur

LUCAS **KU LEUVEN**

3. Anders Gewoon acties 10/10

Resultaten deelnemersbevraging

LUCAS Resultaten bevraging 10/10 **KU LEUVEN**

1. Respons

- 996 formulieren van 13 organisaties
- Representativiteit? (- verspreiding van formulieren)

2. Kenmerken van deelnemers

- Iets ouder publiek (gem. 47 jaar)
- grote groep (45%) inactief
- eerder vrouwelijk (60%)
- Brede beroepsgroepen
- Groot aantal uit 'zachte sector' (36% van werkenden)

Ervaring met ggz

- Slechts 1/5 nog geen enkele wijze van ervaring
- 1/3 kent patiënten
- 1/3 kent hulpverleners
- 1/9 ooit zelf hulp gezocht
- 1/6 ooit zelf werkzaam geweest bij ggz

3. Kanalen bekendmaking

- 44% via publieke berichtgeving (media, affiches, ...)
- 46% via ggz-voorziening zelf (via personeel, uitnodiging, ...)
- 12% via specifieke contacten (vanuit beroep, school, ...)

4. Kijk op ggz

- Optionele vraag, ¼ antwoorden
- Zeer positieve reacties, veel waardering voor initiatief
- Reacties op ggz en stigma algemeen
- Beperkt aantal negatieve reacties

Besluit

- Demografisch divers publiek bereikt
- Toch eerder ruimere omgeving van ggz zelf
- Indien breed publiek wil bereiken
 - => aangepaste bekendmakingskanalen
 - => aangepaste methodiek (~ voorkennis)
- Zeer positieve reacties bij deelnemers reacties



Checklist kwaliteit alle projecten samen



KENMERK		MATE VAN REALISATIE**	
Doelgroep	Leeftijd	Jeugdigen	XX
		Volwassenen	XX
		Ouderen	XXX
	Beropstatus	Inactief	XXX
		Beroepsactief	XX
		'Zachte sector'	XXX
Ervaring met ggz	Andere sectoren	X	
	Wenig of geen	X	
	Beperkt	XXX	
Doelstellingen	Veel	XXX	
	Niet / vaag bepaald	XX	
	Technisch / breed	XXX	
	Kennis	X	
Methodiek	Benadering	Attitude	X
		Protest	X (ok)
		Voorlichting	XX
		Contact	XX
		Wet- en regelgeving	X (ok)
	Werksame elementen	Paralleel / hiërarch	?
		Structuurafgebouwd	?
		Interactief, participatief	XX
		Betrokkenheid van patiënten	XX
		Procesevaluatie	Nagaan van bereikte publiek
Evaluatie	Nagaan impact deelnemers	X	
	Evaluatie door examinatoren	?	
	Effectevaluatie	Voor- en nameting	X
