

INSPIRATIE EN MOTIVATIE

VOOR STIGMAPROJECTEN OVER OPENHEID EN BEGRIP

CRUCIALE INGREDIËNTEN

- Laat ervaringsdeskundigen zelf op de voorgrond opereren.
- Breng dialoog op gang, direct contact werkt.
- Betrek lokale organisaties, werk samen en leer van elkaar.
- Stevige projectleider: enthousiasmerend, verbinder, duidelijke afspraken maken, contacten onderhouden, oog voor planning en samenwerking.
- Goed projectteam: kijk naar ieders competenties, dromen en wensen. dan ben je samen sterk!
- Heldere communicatie: hoe meer aandacht voor je project, hoe groter je bereik.

'ZELFSTIGMA, ERGER DAN DE KWAAL'

KENNIS EN (HER)KENNING

- Begrip creëren werkt bij voorkeur wederzijds. De politieagent krijgt inzicht in zijn eigen handelen door het gesprek met de ervaringsdeskundige. Deze laatste begrijpt op zijn beurt wat het gedrag van de agent triggert. Het positieve effect op het handelen van de politie is pure winst.
- Als binnen een organisatie duidelijk is dat ook daar 'familieleden' werken, kan dit openheid over stigma bevorderen. Mits de omgeving voldoende veilig is.
- Ieder professioneel 'familie lid' dat met deze wetenschap naar buitenkomt, heeft hiervan blijvend effect: op zichzelf, zijn omgeving en collega's.
- In contact treden met vermeende tegenpolen of weerbarstige partners leidt tot wederzijdse kennisverhoging en erkenning.

HERKENNEN EN OPLOSSEN VAN ZELFSTIGMA

- Maak het bespreekbaar en laat je niet afschepen.
- Oplossen door je verhaal te leren herzien.
- Vergroten sociale en maatschappelijke weerbaarheid.
- Stereotyperingen omdraaien: 'je altijd normaal (aangepast) gedragen is maar een starre eigenschap'.

'LAAT ZIEN DAT EEN PSYCHISCHE AANDOENING OOK EEN HELE KRACHTIGE KANT HEEFT.'

TIPS!

1. Onderbouw je bevindingen met cijfers.
2. Rolmodellen en acteurs in trainingen werken zeer verhelderend.
3. Betrek de directie en vooral ook managers en medewerkers binnen organisaties.
4. Maak een campagnewebsite en combineer social media met meer traditionele media.
5. Buitenactiviteiten: zorg dat je waar mogelijk een binnenruimte hebt bij slecht weer.
6. Geen grote abstracte overleggen, houdt het behapbaar: kleine werkgroepen met slagkracht.
7. Lift mee op bestaande initiatieven met een verenigbaar doel.
8. Regel een vergunning als je wilt flyeren.

BIJ NADER INZIEN...

- is het absoluut een meerwaarde als (ggz-)professionals hun eigen familie-ervaring functioneel kunnen inzetten.
- kun je het woord 'stigma' beter vermijden. De meeste mensen weten niet wat het is.
- hebben externe partijen zoals verzekeraars eerder interesse in gesloten dan open meetings vanwege concurrentiegevoeligheid.
- is het niet altijd eenvoudig om aanhakende partnerorganisaties te vinden.
- is het soms nodig om aanvankelijke doelen bij te stellen naar haalbare.
- zijn professionals met familie-ervaring ook lotgenoten: faciliteer contact en ondersteuning.

*'WAAR DE POLITIE MIJ VOORHEEN VOORAL ANGST EN PANIEK GAF,
ZIE IK NU DAT EEN AGENT OOK GEWOON EEN MENS IS.'*



HOUD IN HET ACHTERHOOFD

- Openheid rond stigma creëren is twee stappen vooruit en één stap terug.
- Zorg voor tussentijdse evaluaties: om door te leren en verder te ontwikkelen.
- Humor is een goede voedingsbodem voor samenwerking.
- Zet in de etalage wat je hebt bereikt en zorg voor behoud van het team dat staat én voort kan in de toekomst.
- Vind niet per se opnieuw het wiel uit: gebruik bestaande initiatieven en voeg ervaringskennis toe als meerwaarde.
- Nooit de hakken in het zand bij teleurstellende reacties: altijd weer de verbinding zoeken.

VRIJWILLIGERS MET ERVARINGSKENNIS

- Zijn ijzersterk als ze functioneel hun ervaringen kunnen inzetten.
- Hebben ieder hun eigen kwaliteiten. Waar de een goed is in vertellen, is de ander een kei in iemand aanspreken. Let daarop bij het werven en inzetten van ervaringsdeskundigen.
- Hebben training nodig om eigen grenzen te bewaken en stevig in hun schoenen te staan.
- Zijn ook nog inzetbaar na afloop van een project. Borg dit door tijd te reserveren om je pool gevuld te houden.

FACTOREN VOOR SUCCES!

1. Zichtbaarheid is heel belangrijk om iets te bereiken. Zorg voor een blikvanger als aftrap die zorgt voor spin off. Mooi voorbeeld is de Amerikaanse bus van de stigma tour.
2. Ludieke Mensenzoo knalt het stigma er juist op! Weg met de hokjesgeest door mensen expres in een hokje te zetten vol vooroordelen en stereotyperingen. Spelen met clichés en humor.
3. Ga ergens staan waar al mensen zijn als dat aansluit bij je project. Zoals op een festival of markt. Dan hoef je de mensen niet meer te 'vangen'.
4. Leuk om bij een campagneactiviteit in het midden te laten wie cliënt is en wie hulpverlener. Leidt tot open gesprekken zonder vooroordelen.
5. Gebruik spel of theater als middel om in gesprek te raken over psychische aandoeningen. Denk aan 'een steekje los', de 'stigmajas van Ahmet Turkmen', de voorstellingen 'Stillen' of 'Hou me los'.
6. Maak gebruik van eigen enthousiasme en initiatieven van je achterban om iets aan stigma te doen. Dat leidt tot prachtige projecten zoals de Veerkrachtfabriek.
7. Maak een communicatieplan en zorg voor iemand met pr- en communicatiekennis.
8. Geef projectkaders aan en mensen daarbinnen de ruimte in hoe ver ze willen gaan.
9. Als je project niet loopt, grijp dan tijdig in en doe aanpassingen in overleg. Zo kan je project toch nog slagen.
10. Goede voorbereiding is nog altijd het halve werk en levert winst op.

'SOMS KWAM HET GEKKENHUIS ER EVEN TUSSENDOOR, MAAR JA...' MAARTEN BIESHEUVEL

AANDACHTSPUNTEN

- Werk je met vrijwilligers? Ondersteun ze, onderhoudt regelmatig contact en regel indien gewenst intervisie.
- Stem bij samenwerking goed af over visie en werkwijze: zorg dat iedereen vanaf het begin hetzelfde doel voor ogen heeft en blijf dit monitoren.
- Investeren in goede onderlinge samenwerking, de krachten bundelen en kwaliteiten benutten.
- Planning: start niet te snel. Zorg dat je je project goed op orde hebt. Ook qua pr-materiaal bijvoorbeeld.
- Een project uitvoeren is meer dan enthousiast zijn. Zorg voor kennis, kunde en daadkracht.
- Denk na over de toekomst van je project: is het in te bedden, hoe geef je het een vervolg?

