



# Stigma: kako sprečiti blokade na putu oporavka? (prevencija i zagovarjanje)

**Matej Košir**

Institut za istraživanje i razvoj »Utrip« (Slovenija)



## Stigma i ovisnost / ovisnici ...

- Ovisnici doživljavaju stigmatu u mnogim područjima svog života i **kroz sve faze aktivne ovisnosti, liječenja i oporavka.**



## Stigma i ovisnost / ovisnici ...

- Stigmom najjače i najčešće mogu osjetiti ovisnici, a doživljavaju je i njihove **porodice i prijatelji, saradnici i poslodavci.**
- Čak i **oni koji pružaju tretman** od ovisnosti doživljavaju stigmom vezanu za ovisnost.



# Stigma i ovisnost / ovisnici ...

- Stigma ima **mnogo oblika**.
- Javlja se kao **predrasuda, diskriminacija, strah, sram, nepovjerenje i stereotipi**.



## Stigma – koje su ključne blokade?

- Stigma **iznutra** (osjećaj žrtve i samookrivljanje)
- Stigma iz **zajednice koja se oporavlja**
- Stigma od **pružatelja usluga**
- Stigma **izvana** (predrasude, stereotipi ...)
- **Rješenje: Prekinite tišinu !!!**





## Šta »pomaže« u održavanju stigme?

- Održavanje **udaljenosti (distance)** (»Oni nisu kao mi«)
- Izražavanje **neodobravanja** (»Ne odobravam takvo ponašanje«)
- Osjećavanje **superiornosti** (»Ja sam bolji od njih«)
- Osjećavanje **sigurnosti** (»To se meni ne može desiti«)

# Šta »pomaže« u održavanju stigme?

- **Promocija agende** protiv (bivših) ovisnika
- **Kontrolisanje** ovisnika
- Izražavanje **straha**
- **Povređivanje** ovisnika





## Efekti stigme - ključna pitanja treba da postavimo sebi

koja

- Da li **stigmatizujem druge**?
- Koja su **vaša lična uvjerenja** o tome **zašto ljudi postaju ovisnici**?
- Prihvaćate li **određene vrste ovisnosti** više od drugih?





## Efekti stigme - ključna pitanja treba da postavimo sebi

koja

- Vjerujete li da su **neki ljudi izvan pomoći**?
- Vjerujete li da su **određeni pristupi liječenju** od droga **bolji od drugih**?
- Vjerujete li da **oporavak** mora "izgledati" na **određeni način**?



## Opšti savjeti za sprečavanje stigme

- **Naučite** / saznajte više
- **Progovorite** (glasno)
- **Ne odustajte!**
- Tretirajte ljude **dostojanstveno**
- Razmislite o **cijeloj osobi**
- Pazite na svoj jezik / **izražavanje** (!!!)



# Ključna pitanja u kampanjama za prevenciju stigme

- Identifikujte **specifičan problem** (budite što konkretniji)
- Identifikujte potencijalne **odgovarajuće pristupe**
- Procijenite **spremnost zajednice**
- Identifikujte **potencijalne partnere**
- Identificirajte **potencijalna rješenja**



## Vrste pristupa prevenciji stigme

- **Diseminacija** informacija
- Preventivno **obrazovanje** (standardi, redovni kurikulum ...)
- **Promena** životne sredine i zakonodavstva
- Pristupi zasnovani na **zajednici**
- Pristupi zasnovani na **medijima** (medijsko zagovaranje ...)
- **Višekomponentni** pristupi ...



# Osnovne komponente kampanja za prevenciju stigme

- **Opšti ciljevi** kampanje
- **Specifični ciljevi** kampanje
- **Poruke** kampanje
- **Ciljne grupe**
- **Aktivnosti** kampanje



# Opšti principi kampanja i strategija za sprečavanje stigme

- Koristite **nauku** i primijenite **principe zasnovane na istraživanju**
- Preuzmite **dugoročne obaveze**
- Koristite **višekomponentne kampanje**
- Učinite komponente **integrirane**
- **Demistificirajte** lječenje, oporavak i (potencijalni) **relaps**
- **Proslavite** i **promovirajte** uspjeh



## Izgradnja / razvoj efikasnih koalicija

- Osnivanje **akcionih grupa u (lokalnoj) zajednici**
- **Grupa ljudi ili dionika** koji se udružuju radi **zajedničkog cilja**.
- Prilikom izgradnje koalicije, ove grupe se dogovaraju o **ponašanju i kooperativnom radu** na nizu zajedničkih akcija.



## Izgradnja / razvoj efikasnih koalicija

- Izgradnja **uspješne koalicije** podrazumijeva **niz koraka**:
  - postavljanje **zajedničkih i kompatibilnih ciljeva**
  - obostrane **koristi od saradnje**
  - osigurati da **koristi nadmašuju troškove**.





# Važni akteri za koalicije





## Izgradnja / razvoj efikasnih koalicija

### **Prednosti** koalicija:

- povećanje **potencijala za uspjeh**
- **osnaživanje slabijih članova** da imaju veći uticaj (npr. **investicija za budućnost**)
- **koncentriranje stručnosti i resursa** za rješavanje složenih pitanja i privlačenje medijske pažnje.



# Izgradnja / razvoj efikasnih koalicija



## Snaga zagovaranja

- **Znanje i vještine zagovaranja** - neophodne za naučnike, istraživače i praktičare na području ovisnosti ...
- ... da potencijalno utiču na politike i procese donošenja odluka za ...



## Snaga zagovaranja

- ... bolje politike i prakse (npr. vezane za oporavak)
- ... dugoročno i održivo finansiranje ...
- ... istraživanje i edukaciju / programe obuke itd.





## Zašto je zagovaranje važno?

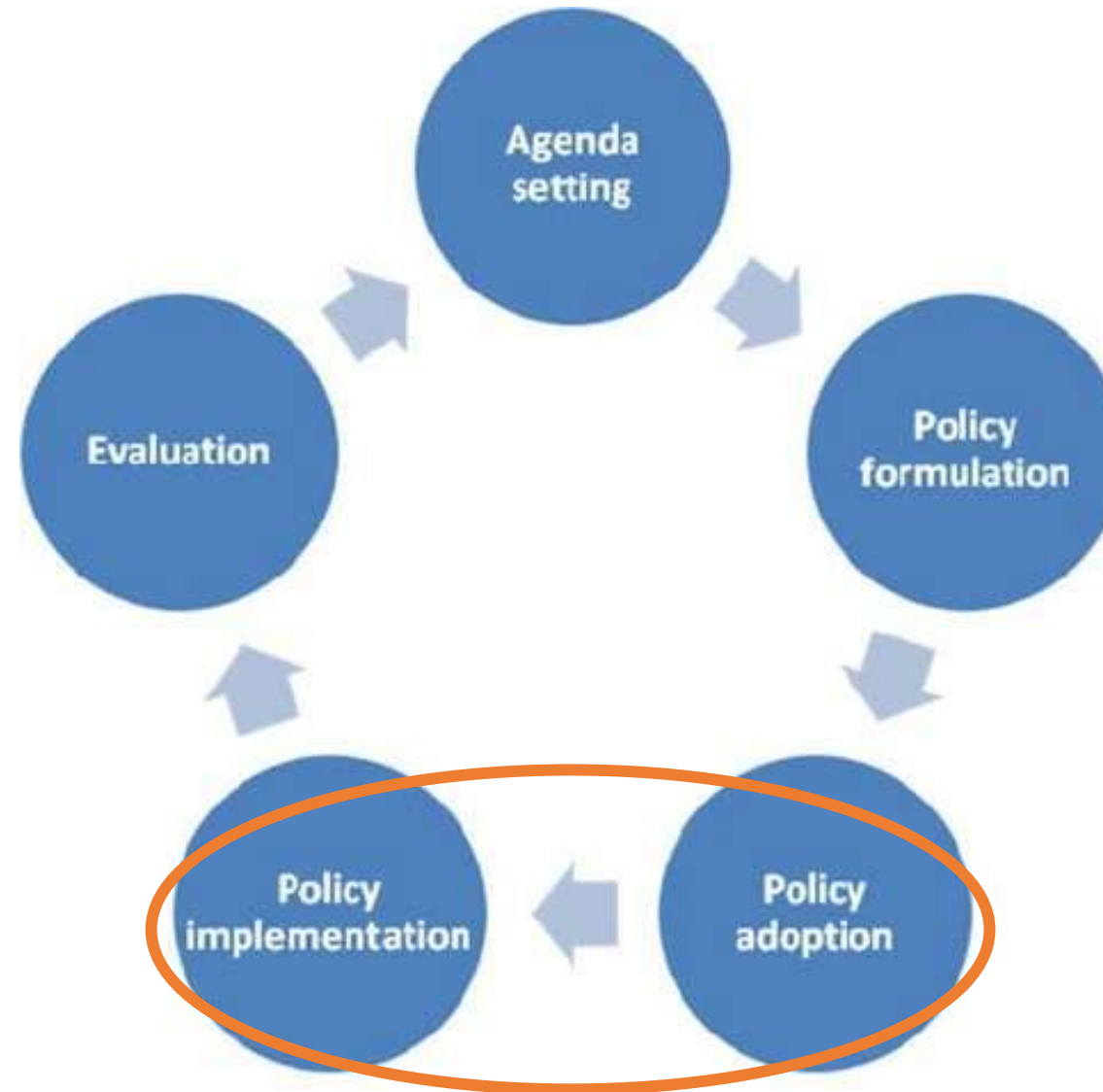
- uspostavljanje **jačih odnosa** s kreatorima politika i donosiocima odluka i drugim ključnim dionicima (npr. onima koji su odgovorni za politiku i finansiranje)
- zagovaranje **upotrebe istraživanja za informiranje** kreatora politika i donosilaca odluka o politikama i praksama u vezi s oporavkom zasnovanim na dokazima i finansiranju (istraživanja i programa)
- pružanje **stručnog svjedočenja** (npr. u parlamentu) ...



## Zašto je zagovaranje važno?

- ... **pisanje** političkih stavova, saopštenja za javnost i objava na društvenim mrežama, **organiziranje** (press) konferencija za medije
- povećanje **vidljivosti i prepoznavanja** politika i praksi na području oporavka zasnovanih na dokazima
- posvećenost **kontinuiranom zagovaranju**.

# Procesi pripreme politika i donošenja odluka



Policy ciklus





# Medijsko zagovaranje – ključ uspjeha



*"If you're not on social media, you don't exist."*

**- Jeremy Ransom, Texas Tech personal financial planning student**



Jennifer Openshaw



## Zašto je medijsko zagovaranje važno?

- nastoji **promijeniti diskusiju i osnažiti javnost**
- povećava **pažnju, podršku i kapacitet**
- mijenja **fokus i percepciju**
- uokviruje **policy** probleme
- promovira **debatu, akciju i promjene**



## Medijsko zagovaranje

- **Medijsko pokrivanje** je jedan od najboljih i najefikasnijih načina da se skrene **pažnja među kreatorima politika i donosiocima odluka** (uključujući nacionalne, regionalne i lokalne političare, vlasti, lidere zajednice itd.).
- **Dobrom porukom i medijskim planom** prilično je lako privući **medijsku pažnju i izvještavanje**.




## Medijsko zagovaranje

- **Poruke kampanje** za **prevenciju stigme**:
  - *uokvirivanje ovisnosti i stigme kao društvenih problema*
  - *dodjela odgovornosti*
  - *pružanje smislenih rješenja*
  - *razvijanje praktičnih apela*
  - *korišćenje principa socijalnog marketinga*



# Metode korišćenja medija u zagovaranju

## • Kolumne / web blogovi



**EU SPR**  
Early Careers Forum

Early-career contributions to prevention research, policy and practice in Europe.

BOOKMARKS

- [EUSPR Early Careers Forum \(main page\)](#)

RECENT POSTS

- [Activity Report 2016/17](#) 20/09/2017
- [How to chair a scientific conference session \(and not look like a fool!\)](#) 13/09/2017
- [Representing the voice of](#)

CATEGORY ARCHIVES: [SANELA TALIČ](#)

### How to promote effective evidence-based prevention when no one is listening?

Posted on 27/03/2017 by [EUSPR Early Careers Forum](#)

*Good intentions but ineffective or even harmful prevention measures? In this blog post, Sanela Talič from the Institute for Research and Development UTRIP, Slovenia, shares her critical insights to current and past developments in the field of prevention research. She makes a strong point to implement existing prevention programs that have proven effective and calls for an increased collaboration between the different stakeholders and experts in the field.*

The topic of my second blog was encouraged by recent events and conferences in Europe and some insider information from our allies – Slovenian NGO's active in the field of prevention. Overall, 10 years of intensive prevention work have resulted in only few

doingdrugs-darta.blogspot.com.au

## DOING DRUGS WITH PAUL DILLON: Teen brains and getting them to do things: Why limiting the n...

# Metode korišćenja medija u zagovaranju

- Intervjui, TV i radio diskusije



# Metode korištenja medija u zagovaranju

- Press konferencije





# Metode korišćenja medija u zagovaranju

- **Društvene mreže**  
(FB, Twitter, Instagram, YouTube...)



Ime oglasa	Nastavitev dodeljevanja	Rezultati	Doseg	Prikazi
Znanost o aktivnem poslušanju	7-day click	53.056 Doseg	53.056	53.876
Znanost o družinskih aktivnostih	7-day click	47.872 Doseg	47.872	49.337
> Results from 2 ads ⓘ	7-day click	99.904 Doseg	99.904 Ljudje	103.213 Skupaj



**Matej Košir**

+386 31 880 520

[info@institut-utrip.si](mailto:info@institut-utrip.si)

[www.institut-utrip.si](http://www.institut-utrip.si)

**Hvala na pažnji!**

